

EKİM 2016 SAYI: 101

moment

EXPO



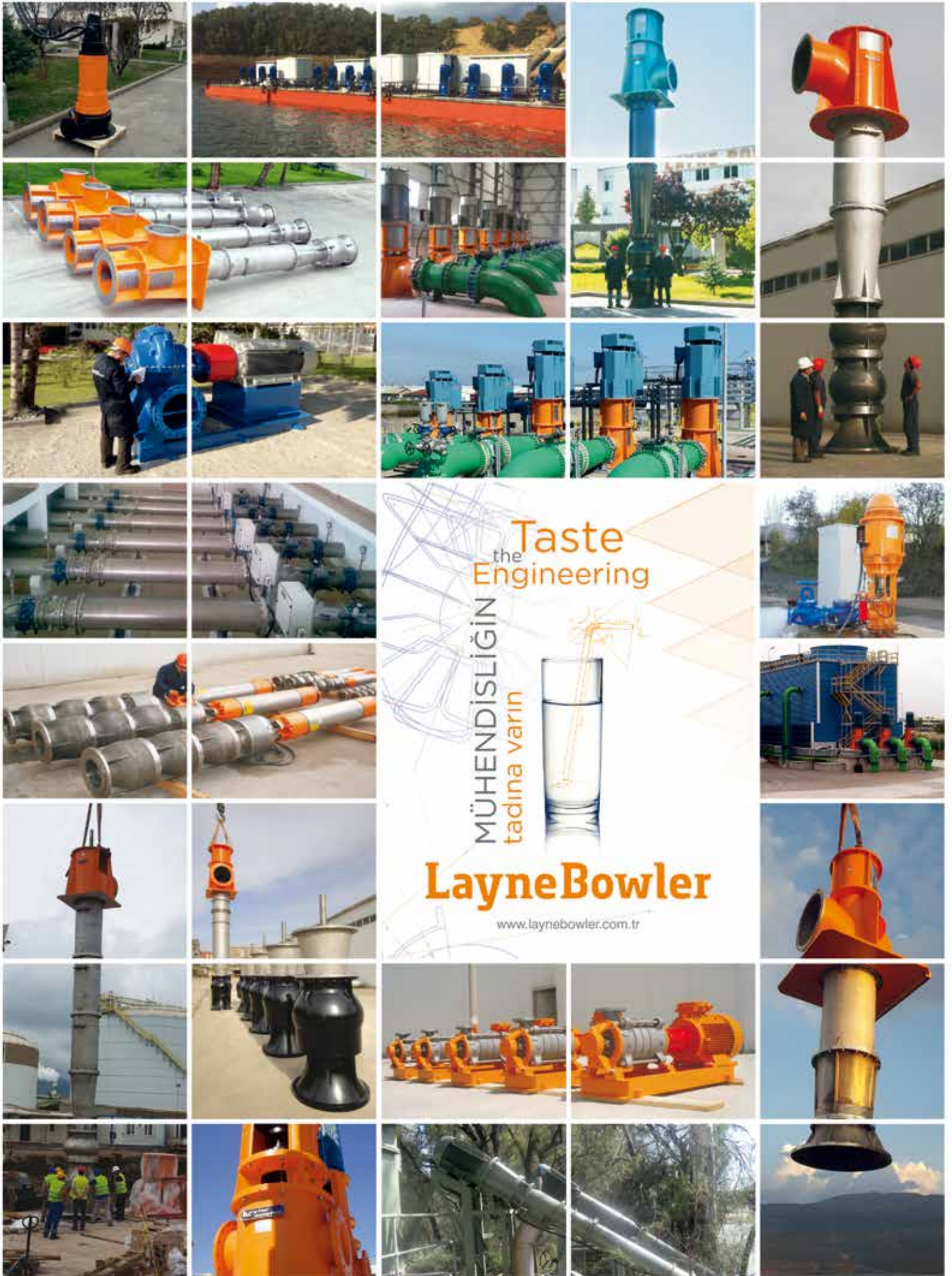
Makine İhracatçıları Birliği Aylık Dergisi



TÜRKİYE'NİN MAKİNECİLERİ
EİMA'YA
ADINI YAZDIRDI

PATENT İLE
FİKRİNİZ
KORUMA
ALTINDA

TÜRKİYE'NİN
MAKİNECİLERİ
K FUARI'NDA



Taste
the
Engineering

MÜHENDİSLİĞİN
tadına varın

LayneBowler

www.laynebowler.com.tr

Kazandıran Güç

DURMA

www.durmazlar.com.tr

YENİ

HD-FL SERİSİ



Mükemmeliyet
Hassasiyet
Hızlı Üretim
Güçlü Servis

YENİ HD/FL 3015 III

Mükemmeliyetçi yapımızı 3. jenerasyon Lazer Makinalarımıza yansıttık. Ergonomik tasarıma sahip olan yeni HD/FL serisi, aynı zamanda düşük enerji tüketimi ve yüksek verimliliği ile, güvenilirliğini ileri taşımaya devam ediyor.

Durma Fiber teknolojisine sahip olarak sadece rekabet gücünüzü arttırmayacak, aynı zamanda mükemmel bir satış sonrası servis ve alanında en yetkin teknik yardım ayrıcalığına erişmiş olacaksınız.

60 yıllık tecrübemizle rekabet gücünüze güç katmaya, "Kazandıran Gücünüz" olmaya devam ediyoruz...





**ADNAN
DALGAKIRAN**

Makine İhracatçıları Birliği
Yönetim Kurulu Başkanı

ÇÖZÜMÜN ANAHTARI MAKİNECİLERİN ELİNDE

Türkiye’de çok uzun yıllardır cari açık konuşuluyor. Söz konusu bu cari açığı ise enerji ve yatırım malları ithalatı oluşturuyor. Petrol ve doğal gaza zaten sahip değiliz. Yatırım malları konusunda ise çözümün anahtarı makinecilerin elinde. Dünyada son 60 yılda orta gelir tuzağını sadece iki ülke, Tayvan ve Güney Kore aştı. Bunu makine, elektronik ve yazılıma önem vererek başardılar. Dünya ticaretinde yüksek teknoloji sektörlerin payı her geçen gün artıyor. Biz bu sektörlerde sınırlı ölçüde ihracat yapıyoruz. İmalat sanayisinde düşük ve orta düşük teknoloji ürünlerin fiyatları düşerken, orta yüksek ve yüksek teknoloji ürünlerin fiyatları artıyor. Biz ise daha çok düşük ve orta düşük teknoloji ürünler üretip ihraç ediyoruz. Sanayi değer zincirinde Ar-Ge, inovasyon, buluş, tasarım, pazarlama, lojistik, satış kanalları, satış sonrası hizmetler daha çok kârlılık yaratıyor. Dünya makine sektöründeki makro gelişmeler, imalat sanayisinin ürünlerine talebin artarak süreceği yönünde. Gelişen ülkelerin imalat sanayisi ürünlerinde payı artacak. Dolayısıyla gelişen ülkelerin makine sanayisindeki payları da artacak. Yani Çin, Hindistan, Brezilya gibi ülkelerle Türkiye’nin payı da artıyor ama bizim artış hızımızı yukarıya çekmemiz gerekiyor. Yabancı sermaye yatırımları Ar-Ge kapasitesi olan ülkelere yönelecek. Yan sanayi tedarik zinciri genişleyecek ve daha erişilebilir olacak. Biz aslında jeopolitik olarak da çok önemli bir yerdeyiz.

Makine sektörünün daha rekabetçi bir ivme kazanabilmesi için iç pazarda da yerli makine alımını teşvik edici önlemler alınması gerekiyor. Bizler bu noktada çok güçlü bir lobi çalışması yürütüyoruz. Kamu ve kamu destekli makine ve teçhizat alımlarında, yerli üretimin var olması durumunda kesinlikle bu ürünler tercih edilmeli. Özel sektör de alımlarda Türk makine imalatçılarına öncelik vermeli. Yerli sanayiciye yerli makine yakışır. Her sektöre, her yatırıma devlet desteği şeklindeki toptancı anlayıştan vazgeçilmeli. Teknolojik açılım sağlayarak dışa bağımlılığı azaltacak yatırımlar teşvikte öncelikli sırada olmalı. Teşvik ile destekler seçici ve hedef odaklı planlanmalı; sadece bölge odaklı değil, sektör ve ürün odaklı verilmeli. Sanayi yatırım alanları da aynı şekilde üretimi ve yatırımı kolaylaştırıcı imkân ve mekanizmalarla kurgulanmalı. Sanayide finansmana erişimi kolaylaştırmak için de makine ve teçhizat kredi teminatı olarak gösterilebilmeli. Sınai Kalkınma Bankası’nın yurt içi yatırımları desteklemede, Eximbank’ın ihracatta oynadığı rolü üstlenmesi de büyük önem taşıyor.

AKYAPAK[®]
METAL İŞLEME TEKNOLOJİLERİ

**METALE HAYAT VEREN
MAKİNELER ÜRETİYORUZ**

— **MACHINES THAT BRING METAL TO LIFE** —



HBW H PROFİL KAYNAK MAKİNESİ

AHS 30 - 150 HİDROLİK SİLİNDİR BÜKME MAKİNESİ

APK 550 HİDROLİK PROFİL BÜKME MAKİNESİ



AKYAPAK Makine Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Akçalar Sanayi Bölgesi, Sanayi Cad. No:8/A 16225
Akçalar / BURSA / TURKEY



TSEK

TURQUUM
TRUSTED QUALITY OF MACHINERY

AKBEND

AKDRILL

+90 224 280 75 00
www.akyapak.com.tr
info@akyapak.com.tr



- 8 GÜNDEM** TÜRKİYE’NİN MAKİNECİLERİ EİMA’YA ADINI YAZDIRDI
- 20 GÜNDEM** TÜRKİYE’NİN MAKİNECİLERİ “K FUARI”NDA YERİNİ ALDI
- 26 GÜNDEM** İŞ MAKİNELERİ SEKTÖRÜ GELECEĞİ İNŞA EDECEK
- 28 GÜNDEM** BOEING TEDARİK AĞINDA TÜRKİYE’NİN PAYI ARTACAK
- 30 GÜNDEM** PAGDER’DEN OKUL-SANAYİ İŞBİRLİĞİNE DESTEK
- 32 GÜNDEM** ÜSİMP PATENT FUARI 2. KEZ KAPILARINI AÇTI
- 34 GÜNDEM** MAKTEK, ENDÜSTRİ 4.0’I KONUŞTU
- 35 VİTRİN** DALGAKIRAN MAKİNE’DEN JAPONLARLA TURBO YATIRIM
- 36 SEKTÖRDEN** “TURQUM, FİRMAMIZA REKABET AVANTAJI SAĞLAYACAK”
- 42 SEKTÖRDEN** “TEKNOLOJİYE YATIRIM YAPIYORUZ”
- 46 KAPAK** PATENT İLE FİKRİNİZ KORUMA ALTINDA
- 62 ÜLKELERDEN** BALKANLAR VE ADRIYATİK’İN YÜKSELEN EKONOMİSİ: HIRVATİSTAN
- 74 ÜÇÜNCÜ KUŞAK** “ÇIRAKLIĞINI YAPMADIĞIN İŞİN USTALIĞINI YAPAMAZSIN”
- 78 POZİTİF** “KADINLARIN HAKLARININ TESLİM EDİLMESİ GEREKİYOR”
- 82 AR-GE MERKEZİ** “AR-GE, FİRMAMIZ İÇİN BİR ZORUNLULUK”
- 86 MAKALE** “TÜRK MAKİNE SANAYİSİ İÇİN DEĞERLENDİRME VE ÖNERİLER
- 88 ARAŞTIRMA** CFO’LARIN TÜRKİYE’DEKİ DÜNYASI
- 92 MAKİNE TARİHİ** DOKUMA MAKİNELERİ: NEYDİ, NE OLDU?
- 94 KİTAPLIK**
- 96 AKADEMİK** “TEMEL İLKEMİZ, TEKNOLOJİ ODAKLI EĞİTİM”
- 100 KAMPÜS** “OKULUMUZUN EĞİTİM TECRÜBESİNE GÜVENİYORUZ”
- 101 GÖSTERGELER** MAKİNE İHRACATIMIZ EYLÜL AYI SONUNDA 9,9 MİLYAR DOLAR OLDU
- 115 RAKAMLAR**
- 116 FUARLAR**
- 118 ADRESLER**
- 119 MOMENT in ENGLISH**

gündem

syf8



TÜRKİYE’NİN MAKİNECİLERİ
EİMA’YA ADINI YAZDIRDI

kapak

syf46



PATENT İLE FİKRİNİZ KORUMA
ALTINDA

ülkelerden

syf62



BALKANLAR VE ADRIYATİK’İN
YÜKSELEN EKONOMİSİ:
HIRVATİSTAN

araştırma

syf88



CFO’LARIN TÜRKİYE’DEKİ
DÜNYASI

CPM 6161

Çift İstasyonlu Kompozit Panel İşleme Makinesi
Double Station Composite Panel Processing Machine



CPM 6161 piyasada kullanılmakta olan her türlü kompozit, pleksi, laminat, 4 mm kalınlığa kadar alüminyum plaka vs.işlemek amacıyla tasarlanmış, çift istasyon çalışma özelliğine sahip (2 ad. x 3200 mm), CNC kontrollü 3-eksen bir makinedir.

3-axis CNC controlled CPM 6161 Machine featured with double station table (2 pc. x 3200 mm) is ideal for machining any kind of aluminum composite panel, aluminum sheets up to 4 mm, flexy panels, laminate plates etc. commercially available.



PVC VE ALÜMİNYUM
PROFİL İŞLEME
MAKİNELERİ

Taşdelen Mh. Atabey Cd. No: 9 Çekmeköy İstanbul/Türkiye
Phone : +90 216 312 28 28 (pbx) Fax : +90 216 484 42 88
e-posta : satis@yilmazmachine.com.tr

TURQUUM
TURKISH QUALITY OF MACHINERY

www.yilmazmachine.com.tr



TUGAY SOYKAN

ENERJİMİZ BİTMİYOR

Yılsonu yaklaşırken enerjisinden hiçbir şey kaybetmeyen Türkiye'nin Makinecileri, bu dönemde de fuar katılımları ile yurt dışı açılım çalışmalarını sürdürdü. Bu anlamda Türkiye'nin Makinecileri, Almanya'nın Düsseldorf şehrinde düzenlenen K Fuarı'na katılarak ziyaretçileri Türk makine sektörünün çalışmaları hakkında bilgilendirirken "Turkish Machinery" imzalı reklamlarla da Türk makine sektörünün gücüne vurgu yaptı. Türkiye'nin Makinecileri'nin K Fuarı'dan sonraki durağı ise Bologna'da düzenlenen EIMA fuarı oldu. Tarım makineleri sektörü açısından dünyanın en prestijli organizasyonları arasında gösterilen EIMA Fuarı'na MAKFED üyesi dernekleri de yanına alarak katılım gerçekleştiren Türkiye'nin Makinecileri, fuar alanı ve şehir içindeki merkezi noktalara verdiği reklamlarla Türk makine sektörünün üretim gücüne bir kez daha dikkat çekti. 81 firmayla temsil edilen Türkiye, fuara yurt dışından en fazla firmayla katılan ikinci ülke olurken, böylece EIMA'daki varlığını artırdığının da sinyallerini verdi.

"Sektörden" bölümümüzde misafir ettiğimiz firmalardan biri geçtiğimiz haftalarda TURQUM üyesi firmalar arasına katılan Merih Asansör olurken, ikinci firmamız ise Önder Lift Çelik oldu. Dergimizin bu sayısındaki "Üçüncü Kuşak" disiplinimiz altında konuk ettiğimiz Dal Lunapark Makinaları Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Baki Mustafa Dal ile firmalarının kurumsallaşması yönünde gerçekleştirdiği çalışmaları ve üçüncü kuşak yönetici olarak sektöre bakışını konuştuk. "Pozitif" sayfalarımızda ise Akyapak Kurumsal İletişim Müdürü İlknur Çatak Şen ile organizasyonlar içinde stratejik bir yerde duran kurumsal iletişim departmanlarının şirketler için önemini ve Türkiye'de kadın çalışan olmanın zorluklarını enine boyuna görüşme fırsatı yakaladık.

Yılbaşından bu yana sadece makine sektörünü değil ülke ekonomisini de yakından ilgilendiren makro konuları ele aldığımız kapak bölümümüzün bu sayıdaki başlığını "patent" oluşturdu. Patent ile ilgili tüm detayları kendi alanında uzman isimlerle konuşurken, 2015 yılı Dünya Fikri Mülkiyet Teşkilatı verilerine göre dünyada patent başvurularında Türkiye'nin 15'inci, marka başvurularında 6'ncı, tasarım başvurularında 4'üncü sırada bulunduğunu gördük. Son tahlilde ise 2023 hedeflerine ulaşabilmek için Türkiye'nin patent sayılarını yıllık 5 bin seviyelerinden 50 bine çıkarması gerekliliğini tespit ettik. Haber çalışmamızda ortaya çıkan manzara, inovatif çözümlerle başlayan, patent araştırmalarıyla doğrulanan ve güçlü patentlerle taçlandırılan Ar-Ge süreçleriyle emek yoğun ekonomiden değer yoğun ekonomiye geçişi tamamlayabileceğimizi ortaya koydu.

Sağlık, barış ve mutluluk içinde kalın

Keyifli okumalar

MAKİNE İHRACATÇILARI BİRLİĞİ ADINA SAHİBİ
Özkan AYDIN

YAYIN KURULU BAŞKANI
Adnan DALGAKIRAN

YAYIN KURULU
Kutlu KARAVELİOĞLU, Sevdâ Kayhan YILMAZ,
Necmettin ÖZTÜRK, Hüseyin DURMAZ,
Ali EREN, Tamer GÜVEN, Ferdi Murat GÜL,
Mehmet AĞRIKLİ, Zeynep ARMAĞAN,
Menderes AKAR, Özkan AYDIN, Esra ARPINAR,
Mehtap ÖNAL, Eriç TARHAN, Berna BİLGİN

YAYINA HAZIRLAYANLAR
Origami Medya



SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ
Tugay SOYKAN (tugaysoykan@origamimedya.com)

EDİTÖR
Hüsne PAMUK (husne@origamimedya.com)

MUHABİR
Volkan ÜKÜNÇ (volkan@origamimedya.com)
Tolga ÇATAL (tolga@origamimedya.com)

REKLAM KOORDİNATÖRÜ
Mustafa AK (mustafa@origamimedya.com)

GÖRSEL YÖNETMEN
Murat CERİT

GRAFİK TASARIM
Zeynep Esen SARIKAYA

KATKIDA BULUNANLAR
Muhammet BEY (muhammet@origamimedya.com)

YAYIN ADRESİ
Mecidiyeköy Mah. Atakan Sok. No: 6/7
Şişli / İstanbul
T: +90 212 252 87 76 - 77
F: +90 212 211 40 70

YAYIN TÜRÜ
Süreli, Yerel Dergi

MAİB GENEL SEKRETERLİĞİ
Ceyhan Atuf Kansu Cad. No: 120
Balgat - Çankaya / Ankara
Tel: 0312 447 27 40
Faks: 0312 446 96 05

BASKI VE CİLT
Belmat Baskı ve Ajans Çözümleri San. Tic. Ltd. Şti.
Oruçreis Mh. Tekstil Kent Cad. A7 Blok No: 51
Esenler - İstanbul - Türkiye
Tel: 0 212 698 26 28
www.belmatbaski.com

MOMENT EXPO Dergisi, Origami Medya tarafından T.C. yasalalarına uygun olarak yayınlanmaktadır. "Moment Expo Dergisi" ibaresi kullanılarak alıntı yapılması izne bağlıdır.

Moment Expo Dergisi Makine İhracatçıları Birliği'nin 7.500 adet basılan ücretsiz süreli yayınıdır.



YERLİ ÜRETİM

CNC TAKIM TEZGAHLARI



Yüksek verimlilik ve üretkenlik için tasarlandılar

ZAMAN KAZANDIRIR

İstanbul Anadolu Yakası Organize Sanayi

bölgesi 2. Sanayi Cad. No:7

Tuzla - 34953 İSTANBUL / TÜRKİYE

T: +90 216 593 19 90

F: +90 216 593 19 99

www.smbcnc.com

alper@smbcnc.com



TURKEY
Discover
the potential





TÜRKİYE'NİN MAKİNECİLERİ EİMA'YA ADINI YAZDIRDI



ANY COUNTRY. ANY CLIMATE. EVERY CROP.

Why is Turkey one of Europe's leading exporters of agricultural machinery?

Whatever season, whatever climate you can think of – Turkey has it all. Over the years, we have mastered the art of manufacturing machinery to live up to the demands of the terrain. For every type of terrain – come rain or come shine.



**TURKISH
MACHINERY**
www.turkishmachinery.org



POMSAD
Turkish Pump & Valve
Manufacturers' Association
www.pomsad.org.tr

TARMAKBİR
The Turkish Association of Agricultural Machinery
and Equipment Manufacturers
www.tarmakbir.org

ANY COUNTRY. ANY CLIMATE. EVERY CROP.

Why is Turkey one of Europe's leading exporters of agricultural machinery?

Whatever season, whatever climate you can think of – Turkey has it all. Over the years, we have mastered the art of manufacturing machinery to live up to the demands of the terrain. For every type of terrain – come rain or come shine.



**TURKISH
MACHINERY**



TARMAKBİR

İtalya'nın Bologna şehrinde düzenlenen EIMA Fuarı'na MAKFED üyesi derneklerden ARÜSDER, POMSAD ve TARMAKBİR ile beraber katılan Türkiye'nin Makinecileri, fuar alanı ve şehir içindeki merkezi noktalara verdiği reklam ve ilanlarla Türk makine sektörünün üretim gücüne dikkat çekti.



ment

Türkiye'nin Makinecileri, 9-13 Kasım tarihlerinde İtalya'nın Bologna kentinde düzenlenen ve tarım makineleri sektörü açısından dünyanın en prestijli organizasyonları arasında gösterilen EIMA Fuarı'na katılarak Türk makine sektörünün imajının güçlendirilmesine yöne-

lik önemli bir çalışmaya daha imza attı. Beş gün süren fuar boyunca Türk firmaları yeni ürün ve teknolojilerini dünyanın çeşitli ülkelerinden gelen ziyaretçilere tanıtmaya olanağı elde etti. İki yılda bir düzenlenen Uluslararası Tarım Makineleri Fuarı EIMA'nın bu sene 42'ncisi gerçekleştirildi. 43 ülkeden 1900

EIMA'DA 81 FİRMAYLA
TEMSİL EDİLEN
TÜRKİYE, FUARA YURT
DIŞINDAN EN FAZLA
FİRMAYLA KATILAN
İKİNCİ ÜLKE OLDU.





firmaya ev sahipliği yapan fuarı, 140 farklı ülkeden 285 bin kişi ziyaret etti. 81 firmayla temsil edilen Türkiye, fuara yurt dışından en fazla firmayla katılan ikinci ülke oldu. Fuar süresince mekanizasyon, tarım teknolojileri ve tarım politikaları konularında çok sayıda konferans ve toplantı düzenlendi.

MAKFED ÜYESİ DERNEKLER DE FUARDA YER ALDI

Fuara, Türkiye'nin Makinecileri'ni temsilen Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Kutlu Karavelioğlu, Yönetim Kurulu Üyesi Zeynep Erkunt Armağan, Makine Şube Şefi Erinç Tarhan ve Makine Şubesi Uzmanı Bahar Özcan Kaynak katıldı. Makine İmalat Sanayii Dernekleri Federasyonu (MAKFED) üyesi derneklere Araç ve Araç Üstü Ekipman ve İş Makinaları Üreticileri Birliği Derneği (ARÜSDER), Türk Pompa ve Vana Sanayicileri Derneği (POMSAD) ve Türk Tarım Alet ve Makinaları İmalatçıları Birliği (TARMAKBİR) temsilcileri de Türkiye'nin Makinecileri'nin standında hazır bulunarak ziyaretçilere Türk makine sektörü ve üyeleri hakkında bilgi verdi. Türkiye'nin Makinecileri tarafından hazırlanan, Türk firmalarının lokasyonu ve ürünleri hakkında bilgilerin yer aldığı bir broşür ve Türkiye'nin makine ihracatı ile ilgili verileri gösteren kitapçıklar da ziyaretçilere sunuldu.

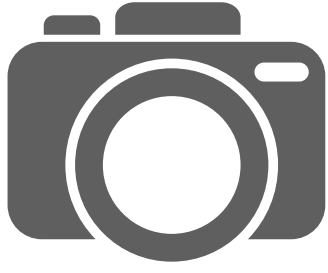
Fuarın ilk günü ise Türk firmalarının standları ziyaret edilerek ziyaretçi kayıt defterleri dağıtıldı. Milano Ticaret Ataşesi Emre Orhan Öztelli de Türkiye'nin Makinecileri'nin standını ziyaret ederek fuar hakkında bilgi aldı.

TÜRKİYE'NİN MAKİNECİLERİ'NİN İLANLARI BOLOGNA'YI SÜSLEDİ

Türkiye'de yaşanan farklı iklimlerin bir avantajı olarak, çeşitli iklimlerde kullanılabilecek tarım makinelerinin Türkiye'de üretilebileceğini vurgulayan reklamlar; Bologna Havaalanı'ndan başlayarak şehir merkezindeki Piazza Galvani'de, şehir içinde kullanılan otobüslerde, fuar alanındaki çok sayıda banner ve küp ilanlarda, fuarın resmi internet sitesinde ve fuar kataloğunda yer alarak Türk makine sektörüne yönelik farkındalık yaratmada önemli bir rol oynadı.

Fuar kapsamında yapılan ikili görüşmeler ve ziyaretlerde ilgili kurum ve kişilere de Türkiye'nin Makinecileri tarafından Türk makine imalat sektörü, ekonomik durum ve yatırım olanakları hakkında bilgiler verildi.





EIMA

FOTO ALBÜM



BOLOGNA HAVAALANI DIŞ HATLAR SCHENGEN BÖLÜMÜNDEKİ PANOLARDA TÜRKİYE'NİN MAKİNECİLERİ'NİN İLANLARINA YER VERİLDİ.



ŞEHİR İÇİNE GİDEN OTOBÜSLER DE TÜRKİYE'NİN MAKİNECİLERİ İLANLARINI TAŞIYORDU.



BOLOGNA ŞEHİR MERKEZİNDEKİ İLANLARLA, TÜRK MAKİNELERİNİN VE TÜRKİYE'NİN ÜRETİM GÜCÜ ORTAYA KONDU.





“TÜRKİYE’NİN MAKİNECİLERİ’Nİ DESTEKLİYORUZ”



10.
KATILIM

ALİ UMUT ÇAKICI
İMPO MOTOR POMPA
İHRACAT MÜDÜRÜ

“EIMA tarım sektörüne yönelik spesifik bir fuar. Firmamızın ürünleri de genelde tarım sektörüne hitap ediyor ve en büyük müşterilerimiz bu sektörden. Ayrıca İtalya merkezli bir organizasyon olması nedeniyle Kuzey Afrika, Orta Doğu’dan ve Avrupa ülkeleri gibi çok geniş bir coğrafyadan katılımcılar var. Biz de bu nedenle fuarı oldukça önemsiyoruz. Farklı ülkelerdeki genel dağıtıcılarla, büyük toptan satıcılarla tanışmak amacıyla fuara katıldık. İki yıl önceki fuarla karşılaştırıldığında bize daha fayda sağlıyor olsa da biraz da prestij nedeniyle bu fuarda bulunuyoruz.”

“Türkiye’nin Makinecileri’nin reklam ve tanıtım çalışmalarını beğeniyor ve destekliyoruz. Bu tür çalışmaların Türk makine sektörüyle beraber firmamızın tanıtımına da önemli bir fayda sağladığını düşünüyoruz.”

“TÜRKİYE’NİN MAKİNECİLERİ DEĞERLİ BİR İMKAN SUNUYOR”



BURHAN FIRAT
ARÜSDERE
YÖNETİM KURULU BAŞKANI

“Dernek olarak bu fuara ilk kez katılıyoruz. Araç üstü ekipman bakımından burada sergilenen makinelere göre bizinkiler daha yalın duruyor. Burada gördüğümüz ekipmanlar, elektronik aksam çok için içinde olmasa da çok fonksiyonlu ve mekanik yapısı farklı ürünler. Tarımın teknik kişiler tarafından yapılabilmesi için üretilen makinelerse çok çok iyi. Böylece çok daha büyük arazilere, çok daha az insan gücü kullanarak makineyle daha çabuk, daha rahat müdahale edebiliyorsunuz. Bütün sektör temsilcilerinin kendi uzmanlık alanları dışındaki fuarları gezip görmesi, ufuk açıcı yeni fikirler edinmek adına oldukça faydalı diye düşünüyorum.”

“Derneklerin gelir-gider durumları ve ekonomik durumları ortada. Bu nedenle vizyonu yakalamak, yeni perspektifler edinmek ve buradaki tüm üreticilerle beraber olmak adına Türkiye’nin Makinecileri’nin bize sağladığı bu imkan çok değerli. Bununla birlikte Türkiye’nin Makinecileri her fuarda olduğu gibi burada oldukça güzel bir reklam ve tanıtım faaliyeti yürüttü. Dolayısıyla ben tüm çalışmalarını gayet başarılı buldum. Umut ederim ki bundan sonra da böyle devam ederiz.”

“EIMA SEKTÖRÜMÜZÜN BULUŞMA NOKTASI”



15.
KATILIM

CEM BİNGÖL
TARAL TARIM MAKİNE
VE ALETLERİ
SATIŞ SORUMLUSU

“Fuara bu yıl özellikle iç pazardaki daralma nedeniyle ihracat ağırlıklı bir politika benimsememiz nedeniyle katıldık. Henüz ihracat yapmadığımız ülkelere bayilikler bulmak için buradayız. Dünyanın her yerinden ziyaretçileri ağırlayan EIMA hem çalıştığımız bayilerimizle buluşmak hem de yeni temaslar kurmak için güzel bir fırsat sunuyor. Fuar boyunca standımızı Fas, Tunus, İspanya, Cezayir ve Fransa gibi ülkelere çok sayıda potansiyel alıcı ziyaret etti.”

“Türkiye’nin Makinecileri’nin çalışmalarından ilk defa bu fuarda haberimiz oldu. Bize çeşitli konularda bilgi verip yardımcı oldular. Fuar alanı ve çevresinde de yoğun bir reklam ve tanıtım çalışmasına şahit olduk. Sektörümüz adına yapılan bu faaliyetleri destekliyor ve önemli buluyoruz.”



“TÜRKİYE’NİN MAKİNECİLERİ ÜRETİM GÜCÜMÜZÜ GÖSTERİYOR”



GÖKHAN SEZER TÜRKİTAN
POMSAD
GENEL SEKRETERİ

“EIMA, Avrupa’nın en büyük ikinci tarım makineleri fuarı. Pompalar da tarımsal sulama açısından çiftçiler için özellikle bir maliyet unsuru. Biz de burada ülkemizde imal edilen kaliteli ürünleri tanıtmak için bulunuyoruz. Doğru pompa seçimi ve kullanımı çiftçiler açısından oldukça önemli. Bu çerçevede, fuar ziyaretçilerine derneğimizin çalışmaları ve üye firmalarımız hakkında bilgi vererek talepte bulunanları üye firmalarımıza yönlendirdik. Fuara geçen yıla kıyasla daha yoğun bir ilgi olduğunu gözlemledim. Fakat üyelerimiz genel itibarıyla kendilerine tahsis edilen stant yerlerinden memnun değildi. Bunun haricinde EIMA tüm dünyanın ilgi gösterdiği bir fuar olma özelliğiyle bizim için de verimli geçti.”

“Türkiye’nin Makinecileri’nin buraya gelerek sektörümüzün üretim kabiliyetini ilk ağızdan duyurması çok önemli. Daha önceden katıldığımız fuarlarda, ürünleri kataloglarda gören ziyaretçilerimiz, ‘Bunların Türkiye’de üretildiğini bilmiyorduk!’ diyorlardı. Şimdi bu imajın oturtulması ve Türkiye’de ne üretiliyor hususunun kafalarda yer etmesi Türkiye’nin Makinecileri’nin sayesinde oldu.”

“FUAR ÖNEMLİ FIRSATLAR BARINDIRIYOR”



2.
KATILIM

HİKMET DUMAN
ÖZDUMAN TARIM MAKİNALARI
ÜRETİM MÜDÜRÜ

“EIMA bizim için; teknolojiyi takip etmek, kendimizi geliştirmek, yeni müşteriler ile yeni distribütörler bulmak ve dünya pazarındaki tarım makinelerinin ulaştığı teknolojik seviyenin takibi açısından önemli bir fırsat sunuyor. Fuara aynı zamanda mevcut müşterilerimize, kendimizi hatırlatmak ve marka bilinirliğimizi pekiştirmek adına da katılıyoruz. Dokuz yıl önceki katılımımızla kıyasladığımızda tarım makineleri sektöründeki teknolojinin çok ilerlediğini söyleyebiliriz. Fakat müşteri portföyü hemen hemen aynı.”

“Türkiye’nin Makinecileri’nin reklam ve ilanlarıyla fuarın ve şehrin dikkat çeken noktalarında karşılaştım. Bu oluşumun ülkemiz ve Türk makine sektörü adına olumlu işler gerçekleştirdiklerini düşünüyorum.”

“EIMA BİR PRESTİJ FUARI”



3.
KATILIM

İBRAHİM DOĞAN
FERAT DALGIÇ POMPA
DİŞ TİCARET UZMANI

“EIMA’nın oldukça büyük ve dünyanın her yerinden gelen alıcı ve satıcıları buluşturan bir yapıda olması bizim de bu fuara katılma nedenimiz. Bu anlamda önümüzdeki yıllarda da bu fuarda boy göstermek istiyoruz. Aynı zamanda fuarın sağladığı prestij de önemli bir etken. Firma olarak sektörümüzde öne çıkan Dubai ve Almanya’daki fuarlara da katılmaya özen gösteriyoruz. EIMA ve katıldığımız diğer fuarlar hem yeni müşteriler edinme hem de var olan müşterilerimiz ve bayilerimizle buluşmak adına verimli bir ortam sunuyor.”

“Türkiye’nin Makinecileri’nin gerçekleştirdiği çalışmalarını takip ediyor ve sektörde faaliyet gösteren bir firma olarak gayet faydalı buluyoruz. Çeşitli konularda kendilerinden yardım ve destek alıyoruz.”



“TÜRKİYE ADI HER YERDEYDİ”



20.
KATILIM

MEHMET TÜRKAY
MİNOS AĞRI
DIŞ TİCARET UZMANI

“Fuara; çalışmadığımız ülkelerden bayilikler bulmak, var olanlarla buluşmak, yenilikleri görmek ve tabii satış gerçekleştirmek için katılıyoruz. Fuar bu yıl geçen seneye göre biraz daha durgun geçti. Diğer yandan kötü bir organizasyonla karşılaştık. Tırlarımız fuar alanında üç saatten biraz daha fazla kaldı diye para cezası ödemek zorunda kaldık. Böyle bir durumla yurt dışında diğer fuarlarda hiç karşılaşmıyoruz. Bu sorunun haricinde yine de başarılı bir fuar dönemi geçirdiğimizi söyleyebilirim.”

“Türkiye’nin Makinecileri’nin Türk makine sektörünün bilinirliğini artıran ve marka değerini yükselten reklam ve tanıtım çalışmalarını başarılı buluyorum. Bu tarz faaliyetler oldukça gurur verici. Fuarın girişinde Türkiye ismini görmek muhteşem bir şey. Umarım bu başarılı çalışmalar artarak devam eder.”

“MARKA BİLİNİRLİĞİMİZİ ARTIRMAK İÇİN EIMA'DAYIZ”



1.
KATILIM

MUSTAFA KURFEYİZ
KURLAR DALGIÇ POMPA
İHRACAT YÖNETİCİSİ

“Daha önce EIMA’yı birçok kez duyduk ama farklı bölgelerde farklı projelerimiz olduğu için önceliği hep onlara verdik. Firma olarak fuar için hazır olduğumuzu düşündüğümüz bu yıl burada olmaktan oldukça mutluyuz. Fuara katılma amacımız markamızı daha geniş bir kitleye duyurmak. Karşılaştığımız ilgi ve aldığımız geri dönüşlerden memnunuz. Katılımcılar tamamen bizim sektörümüzle alakalı kişiler. Standımızda sulama sektörüne yönelik geliştirdiğimiz dalgıç pompa ürünlerimizi sergiledik.”

“Türkiye’nin Makinecileri’nin İtalya gibi makine üretiminde söz sahibi bir ülkede, sektörümüzün tanıtımını başarılı bir şekilde gerçekleştirmesi memnuniyet verici.”

“SEKTÖRÜ BULUŞTURAN BİR ORGANİZASYON”



1.
KATILIM

ÖMER FIRAT
MAXİ SU
GENEL MÜDÜRÜ

“Firma olarak bugüne kadar Dubai, ABD ve Güney Afrika gibi farklı ülkelerdeki çok sayıda katıldık. Fakat sanıyorum EIMA’nın bir tarım fuarı olması ve bizim de pompa grubu ürünleri imal etmemiz sebebiyle beklediğimiz gibi yoğun bir ilgiyle karşılaşmadık. Bu noktada fuar yerleşim planının da sakınca yarattığını düşünüyorum. Burada holler küçük parçalara bölünmüş bir halde ve birbirleriyle bağlantıları yok. Tüm bunlara rağmen fuar İtalya, Bulgaristan, Yunanistan, Tunus ve Güney Afrika gibi dünyanın çeşitli noktalarından ziyaretçi ve katılımcıların ilgi göstermesi nedeniyle önemli bir avantaj sunuyor.”

“Türk makine sektörünün dünya standartlarına uygun makineler ürettiğinin her platformda duyurulması oldukça önem taşıyor. Bu noktada ülke ve sektörümüzün gelişmesi adına emek veren herkesin çabalarını destekliyoruz.”



“ÜLKE OLARAK İYİ BİR İZLENİM BIRAKTIK”



1.
KATILIM

SEDEF HÜRMERİÇ
DOMAK POMPA
GENEL MÜDÜR
YARDIMCISI

“Firmamızın yurt dışı pazarlama ayağını geliştirmek ve farklı ülkelerdeki tanınırluğimizi artırmak için fuara katıldık. Amacımız bayilik ile distribütörlük bağlantıları kurup sürekliliğimizi sağlamak. Burada aslında tarım sektöründe kullanılabilecek çok çeşitli ürünler sergileniyor. Su pompaları bunların önemli bir parçası. Pompa olarak çoğunluk dalgıç pompa grupları göze çarpıyor. Yüzey, atık su ve dişli kutulu pompalar üreten firmaları açıkçası pek görmedim. Fuara çeşitli ülkelerden gelen firmalar katılıyor. Türkiye olarak bu noktada iyi bir izlenim bıraktığımızı düşünüyorum. Genel olarak baktığımızda fuarın firmamız adına başarılı geçtiğini söyleyebilirim.”

“Türkiye’nin Makinecileri’nin çalışmalarını başarılı buluyorum. Aslında Türkiye olarak bizim genel anlamda her sektörde daha fazla reklam ve tanıtım gerçekleştirmemiz lazım. Türkiye’nin Makinecileri firmalarımızın da çabasıyla daha yoğun çalışmalar gerçekleştirebilir. Bu noktada firmalarımızın da sorumluluk üstlenmesi gerekiyor.”

“FUARA TÜRK FİRMALARININ İLGİSİ YOĞUN”



SELAMİ İLERİ
TARMAKBİR
GENEL SEKRETERİ

“EIMA sektöründe dünyanın en büyük ikinci fuarı. Çin’den sonra da katılımcı firma sayısı bakımından ikinci sıradayız. Fuar aslında bizim için dünya pazarlarına açılma noktası. Fakat bu yıl gözlemlediğim bir şey var. Birçok firma, İtalyanca broşür basmış sadece. İngilizce broşür görmedim. Bu da demek oluyor ki, İtalyan çiftçilere yönelik bir beklenti içerisinde. Yani çiftçi odaklı bir tanıtım var ama bizim hedefimiz çiftçi değil. Bizim hedefimiz burada bayi bulmak. Bu yüzden bizim ve diğer gelişmiş ülkelerin önceliği farklı. Çiftçi tanıtımından ziyade bayi bulma noktasında burada yer alıyoruz.”

“Türkiye’nin Makinecileri’nin reklam ve tanıtım çalışmaları oldukça başarılı ve her fuarda bizim yanımızda yer alıyorlar. Bunun yanında stant tasarımında genel görsel bana göre her sektörün dinamiğine uygun olmalı. Burada bizim hitap ettiğimiz kesimle tekstil makineleri fuarında hitap edilen kesim aynı değil. Dolayısıyla stant tasarımında bu ayrıntılara biraz daha dikkat edilmesi gerektiğini düşünüyorum. Tarım makinesi, traktör görselleri, maketler olmalı belki. Yani genel ziyaretçilerin ilgisini çekecek bir şeyler olmalı. Bu durum bizim için gerçekten önemli. Stant görsellerinde biraz daha hareketliliğe yer verilmesi gerekiyor.”

“TÜRKİYE’NİN MAKİNECİLERİ KALİTEMİZİ YANSITTIYOR”



3.
KATILIM

SERDAR CAN
PAKSAN MAKİNA
GENEL MÜDÜRÜ

“Fuara; daha çok ulaşamadığımız, fuarlarına gidemediğimiz ülkelerden gelen ziyaretçileri bulabilmek amacıyla katıldık. Geçtiğimiz döneme kıyasla daha verimli bir fuar geçirdik. Bu noktada süreklilik sağlamak adına fuarda yer almak önem taşıyor. Böylece marka bilinirliğini sağlama adına da çalışma yapmış oluyoruz. Nihayetinde de bu uzun soluklu çabalar işe dönüşmeye başlıyor. Fuar organizasyonu ile ilgili problemler yaşadık. Özellikle TIR girişlerinde uygulanan süre kotası oldukça rahatsız edici bir durum.”

“Türkiye’nin Makinecileri’nin faaliyetlerini çok yerinde ve doğru buluyorum. Gelen ziyaretçileri bizi Çin ve Hindistan firmalarıyla karşılaştırmaya kalkıyor fakat biz onlardan çok daha üstün bir kalite standardıyla çalışıyoruz. Türkiye’nin Makinecileri hem bunu vurguluyor hem de insanları daha baştan bu düşünceye hazırlıyor. Türkiye’nin başka bir yerde, başka bir kulvarda yarıştığı mesajını başarılı biçimde veriyor. Bu noktadan sonra tanıtımlarda makinelerimizin kalite ve yüksek standartlarına da daha çok vurgu yapmak gerektiğini düşünüyorum.”



Kuzey Ren-Vestfalya'da Yeni Yatırım Fırsatları Avrupa'daki Yatırım Merkeziniz

Bir bölgeyi güçlü bir yatırım merkezi yapan en önemli şey; ekonomik güç, altyapı ve kültürel yaşam gibi faktörlerin mükemmel etkileşimidir. Bu bakımdan Kuzey Ren-Vestfalya birçok açıdan eşsizdir. Almanya'nın bu en kalabalık nüfusa sahip olan eyaletinin size sunduğu sayısız imkân ve koşullardan faydalanın. Hangi sektör veya proje için olursa olsun, yeni fırsatlar için ideal yatırım ortamını burada bulacaksınız. Halihazırda 18.000'den fazla yabancı şirket tercihinin metropol bölge Kuzey Ren-Vestfalya lehine kullandı. Bizimle iletişime geçin ve sizi de memnuniyetle bilgilendirelim. Bir One-Stop-Acentesi olarak yatırım projelerinizde size destek veriyoruz: www.nrwinvest.com





“TÜRKİYE’NİN MAKİNECİLERİ SEKTÖRÜN YANINDA”



8.
KATILIM

ŞENOL ÖNAL
AGRİONAL
GENEL MÜDÜRÜ

“Tarım sektöründe dünya genelinde faaliyet gösteren makine üreticileri ve satıcıları EIMA’da buluşuyor. Firmamız çok sayıda ülkeye ihracat gerçekleştiriyor. Birinci önceliğimiz bayilerimizle bir araya gelmek. Meksika, Macaristan, Uruguay, Sudan, Ürdün ve Azerbaycan gibi çok sayıda ülkeden alıcılarımız buraya geliyor. Dolayısıyla EIMA bizim için bir nevi buluşma noktası. Ayrıca yeni müşteriler bulmak için de bu organizasyon önemli bir fırsat sunuyor. Diğer yandan sektörümüzün ulaştığı son noktayı da birebir görme şansına sahip oluyoruz. Fuar altyapısına dair belli sorunlar yaşıyoruz. Ülke olarak EIMA’nın alternatifi olan uluslararası bir fuar organize etmemiz gerektiğini burada çok daha net anlayabiliyoruz.”

“Türkiye’nin Makinecileri’ne hem firmalarımıza hem de Yönetim Kurulu Başkanı olduğum TARMAKBİR’e sağladığı büyük destekler nedeniyle teşekkür ediyorum. Bu sayede dernek olarak hem kendimizi hem Türk tarım makineleri sektörünü tanıtabiliyoruz. Gerçekleştirdiği reklam ve tanıtım çalışmalarıyla da Türk makine sektörüne dair bir farkındalık oluşturuyor.”

“TÜRKİYE’NİN MAKİNECİLERİ BİZE GÜÇ VERİYOR”



4.
KATILIM

TARIK ÖZELER
ERKONT TRAKTÖR
YURT DIŞI SATIŞ MÜDÜRÜ

“EIMA Avrupa’da katıldığımız dört ana fuardan birisi. Avrupa’daki bu prestijli fuarlara katılmanın önemi satışlardan daha ziyade prestij ve marka bilinirliğini artırmak ve uluslararası anlaşmalar çerçevesinde bayimiz olmayan ülkelerde yeni bayi adayları bulabilmek. Bugün itibarıyla halihazırda 33 ülkeye ihracatımız var. Özellikle iki yıl önceki EIMA iş insanlarının daha çok rağbet gösterdiği bir organizasyondur. Bu yılki ziyaretçi ve katılımcı profili biraz daha farklıydı. Maalesef İtalyan organizatörler bu yıl Türk firmalarına ana hollerde yer vermedi. Neredeyse tüm firmalar aynı konudan şikayetçi. Dolayısıyla bu yıl beklentimizin altında gerçekleşen bir organizasyon olsa da burada olmaktan memnunuz.”

“Türkiye’nin Makinecileri’nin çalışmaları bize güç veriyor. Hemen her büyük ve prestijli fuarda muhakkak sektörün tanıtımı adına büyük bir çaba harcıyorlar. Reklam ve tanıtım çalışmalarlarıyla kendilerini EIMA’da da yanımızda görmek bizi sevindiriyor.”

“TÜRKİYE’NİN MAKİNECİLERİ BAŞARIYLA ÇALIŞIYOR”



5.
KATILIM

VOLKAN ŞENOL
ÜNLÜ ZİRAAT ALETLERİ
DIŞ TİCARET SORUMLUSU

“Dünyadaki sayılı tarım fuarları arasında olduğu için EIMA bizim için çok önemli. Birçok üreticinin katıldığı bir organizasyon. Fuar dönüşümlü olarak bir yıl Almanya’da diğer yıl da İtalya’da gerçekleştiriliyor. Avrupa’dan Kuzey Afrika’ya kadar çok farklı ülkeden sektör profesyonelleri fuarı ziyaret ediyor. Fuar önceki yıla göre daha çok ziyaretçinin ilgi gösterdiği daha hareketli bir atmosferde geçti. Standımızda yeni ürünlerimizi sergiledik ve olumlu geri dönüşler aldık. Amacımız bayilik ağımızı genişleterek daha fazla hedef pazara ulaşabilmek.”

“Türkiye’nin Makinecileri’nin fuar alanı ve şehir içindeki reklam ve tanıtım çalışmalarını gördüm. Sektörümüzün tanıtımına adına üstlendikleri görevi başarıyla yerine getiriyorlar. Firmamız adına kendilerini sonuna kadar destekliyor ve elimizden geldiğince yanlarında olduğumuzu belirtmek istiyorum.”

- ALÇIPAN PROFİL ÜRETİM HATLARI
- KÖŞE PROFİLİ ÜRETİM HATLARI
- METAL ASMA TAVAN ÜRETİM HATLARI
- MARKET RAFI ÜRETİM HATLARI
- ROLLFORM ÜRETİM HATLARI



ALÇIPAN PROFİLİ
ÜRETİM HATTI



KÖŞE PROFİLİ
ÜRETİM HATTI



PERFORE METAL ASMA
TAVAN ÜRETİM HATLARI



MARKET RAFI
ÜRETİM HATLARI



ÖZEL PROFİL
ÜRETİM HATLARI



KÖŞE BİTİŞ PROFİL
ÜRETİM HATTI



ROLL FORM
ÜRETİM HATLARI



TÜRKİYE’NİN MAKİNECİLERİ K FUARI’NDA YERİNİ ALDI

Türkiye’nin Makinecileri, Almanya’nın Düsseldorf şehrinde 19-26 Ekim tarihlerinde düzenlenen K Fuarı’na katılarak ziyaretçileri Türk makine sektörünün çalışmaları hakkında bilgilendirdi.



Türkiye’nin Makinecileri Almanya’da gerçekleştirilen plastik ve kauçuk sanayisi fuarı K’da ilk kez yer aldı. Almanya’nın Düsseldorf kentinde gerçekleştirilen fuarda bu yıl, 3 bin 285 firma ürünlerini sergiledi. 160 ülkeden 230 bin ziyaretçinin takip ettiği ve

dünyanın en önemli plastik ve kauçuk sanayisi fuarı olan K 2016’ya, 24’ü İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İKİMİB) ve PAGDER işbirliğiyle düzenlenen milli katılım organizasyonu dahilinde olmak üzere, 110 Türk firması katılarak ürünlerini ziyaretçilerin beğenisine sundu.

TÜRK VE ALMAN MAKİNE SEKTÖRLERİNİN İŞBİRLİĞİNE DİKKAT ÇEKİLDİ

Türkiye’nin Makinecileri fuar girişinde yer alan kuleye, fuar kataloğuna, fuar alanında yer alan köprülere ve şehir içi taksilere verdiği “Turkish Machinery” imzalı reklamlarla Türk makine sektörünün gücüne vurgu yaptı.

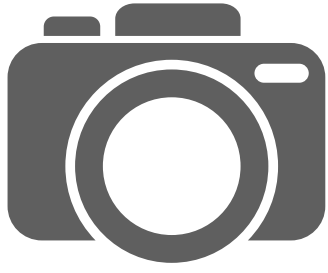


160 ÜLKEDEN 230 BİN ZİYARETÇİNİN TAKİP ETTİĞİ, PLASTİK SEKTÖRÜNÜN ÖNEMLİ KÜRESEL BULUŞMALARINDAN BİRİ OLAN K 2016'YA, TÜRKİYE'DEN TOPLAM 110 FİRMA KATILDI.

Türkiye'nin Makinecileri'nin standında ziyaretçilere üye firma ve dernek broşürlerinin yanı sıra Türkiye'nin makine ihracatı ile ilgili verileri gösteren broşürler dağıtıldı. Türk firmalarının fuardaki yerini ve imal ettikleri ürünleri gösteren kitapçıklar da ziyaretçilere sunuldu. Fuar öncesinde Türkiye'nin Makinecileri'nin fuara katılımını duyurmak amacıyla hazırlanan bir basın bülteni de ilgili kurumlara iletildi. Ayrıca fuarın ilk günü katılımcı Türk firmaların stantları ziyaret edilerek Türkiye'nin Makinecileri tarafından yaptırılan ziyaretçi kayıt defteri takdim edildi. Fuarı Türkiye'nin Makinecileri'ni temsilen Yönetim Kurulu Üyeleri Sevda Kayhan Yılmaz, Tamer Güven ile Türkiye'nin Makinecileri Almanya Danışmanı Ahmet Yılmaz, Makine Şube Şefi Erinç Tarhan ve Makine Şubesi Uzman Yardımcısı Aybüke Tuğçe Karabörk katıldı. MAKFED üyesi derneklerden PAGDER temsilcisi de Türkiye'nin Makinecileri'nin standında, dernek çalışanları ve üye firmaları hakkında ziyaretçilere

re bilgi verdi. Türkiye'nin Makinecileri'nin çeşitli görüşmeler gerçekleştirdiği fuar kapsamında ayrıca, Kuzey Ren-Vestfalya (NRW) Eyalet Hükümeti'ne bağlı olarak ekonomi teşviki alanında faaliyet gösteren NRW.Invest ile birlikte, Türk ve Alman paydaşların katılımıyla bir kokteyl düzenlendi. Söz konusu kokteyl Türkiye'nin Düsseldorf Başkonsolosu Şule Gürel ve Ticaret Müşaviri Mustafa Hilmi Aşkın'ın yanı sıra yaklaşık 100 kişiden oluşan Türk ve Alman firma temsilcileri katıldı. Kokteylin açılışında söz alan Sevda Kayhan Yılmaz, Şule Gürel ve NRW.Invest İcra Direktörü Rainer Hornig, Türk ve Alman makine sektörlerinin işbirliğinin önemine dikkat çekti. Sekiz gün süren fuar boyunca Türkiye'nin Makinecileri'nin standında üye firmaların iletişim bilgilerinin yer aldığı katalog ve CD dağıtılarak Türk makine sektörü ile Türkiye'nin Makinecileri'nin çalışmaları hakkında detaylı bilgi verildi.





K FUARI FOTO ALBÜM



TÜRKİYE'NİN MAKİNECİLERİ'NİN STANDININ YER ALDIĞI HOL GİRİŞİNDEKİ KULE ÜZERİNDE THE POWER TEMALI GÖRSELLERE YER VERİLDİ.



FUAR ALANINDA YER ALAN KÖPRÜLERDEKİ AFİŞ VE LOGO ÇALIŞMALARıyla FUAR ZİYARETÇİLERİ ÜZERİNDE GÜÇLÜ BİR ETKİ BIRAKILDI.



DÜSSELDORF ŞEHİR MERKEZİNDEKİ ÇOK SAYIDA TAKSİ ÜZERİNE GİYDİRİLEN THE POWER TEMALI TANITIM MATERYALLERİ İLE TÜRKİYE'NİN ÜRETİM GÜCÜNE VURGU YAPILDI.



“FUAR BİRÇOK AVANTAJ SAĞLIYOR”



4.
KATILIM

AHMET AKDEMİR
AKDEMİR MAKİNA
GENEL MÜDÜRÜ

“Bu yılki K Fuarı bir önceki organizasyonuna göre daha iyi geçti. Fuarlar her firmaya olduğu gibi bize de çeşitli açılardan fayda sağlıyor. Öncelikli olarak yüz yüze görüşme imkânı bulamadığımız müşterilerimize ulaşıyoruz. Ürünlerimizi sergileme, yeni müşterilere ulaşma, müşteri talep ve ihtiyaçları doğrultusunda üretim ağıımızı geliştirme gibi faydalar sağlıyoruz. Bu yıl standımızda plastik ambalaj sektörüne yönelik ürettiğimiz perforeli rulo torba makinelerini sergiledik.”

“Makinecilik zor ve zahmetli bir sektör. Bu açıdan Türkiye’nin Makinecileri’nin her zamankinden daha aktif olması gerektiğini düşünüyorum.”

“SEKTÖRÜN VAZGEÇİLMEZ FUARI”



5.
KATILIM

AHMET MERİÇ
ENFORMAK
GENEL MÜDÜRÜ

“K Fuarı bu yıl da katılımcı profili bakımından çok zengindi. Sektörümüzün en bilinen firmaları fuarda yerlerini aldı. K Fuarı plastik sektörde faaliyet gösteren her firmanın muhakkak katılması gereken bir organizasyon. Özellikle bu fuarda, başta Avrupa olmak üzere dünyanın her yerinden farklı firmalarla, ihracatımızın gelişimine katkı sağlayacak iş birlikleri yakalama şansımız oluyor. Fuarda temel ürünlerimiz olan plastik işleme makineleri kovan ile vidalarını ve kendi kendini temizleyebilen EFC-BF tipi filtrelerimizi sergiledik. Ürünlerimizin gördüğü ilgiden gayet memnunuz.”

“Türkiye’nin Makinecileri’nin çalışmalarını yakından izliyoruz. Reklam ve ilanlarda Türk makinesi algısı oldukça başarılı biçimde vurgulanıyor. Bunların yanı sıra kendilerinden daha spesifik çalışmalarla sektörel makine tanıtımı veya yerli makinecileri potansiyel alıcılara ulaştıracak organizasyonlar da bekliyoruz.”

“SEKTÖRÜN EN DEĞERLİ ORGANİZASYONLARI ARASINDA”



2.
KATILIM

BAHADİR GÜNDÜZ
MERGEN
SATIŞ VE PAZARLAMA
MÜDÜRÜ

“K Fuarı plastik sektörünün dünya çapında en değerli fuarlarından birisi. Özellikle Avrupa’da yapılıyor olması ve kişi başı fuar ziyaretçi masrafları dikkate alındığında üst düzey yöneticilerin katılımının en yüksek olduğu organizasyonlar arasında. Fuarın bizim açımızdan çok verimli geçtiğini söyleyebilirim. K Fuarı üç yılda bir düzenlenmesi nedeniyle firmaların hazırlık yaparak, yeni ürünleri getirdiği bir fuar. Makine imalat sektöründe Ar-Ge sürecinin diğer bir çok sektöre nazaran daha uzun olduğunu düşünürsek K Fuarı, her yıl düzenlenen fuarlarda olduğu gibi yalnızca prestij değil yeni ürünle de girilebilen bir etkinlik. Fuarda bu yıl plastik boru makineleri, kompaund hatları ve bunların yan ekipmanlarını sergiledik.”

“Makine sektörü, reklamın en zor yapıldığı alanlardan biri. Türkiye’nin Makinecileri’nin bir perakendeci gibi halkın geneline değil çok daha küçük bir kitleye kendisini anlatması gerektiğine inanıyorum. Dolayısıyla bu da klasik yöntemlerin dışında yenilikçi bir pazarlama stratejileri geliştirilmesi anlamına geliyor. Kısa vadede hızlı netice almak için çapraz satışa yönlendirici faaliyetlerin verimli olacağını düşünüyorum.”



“TÜRKİYE’NİN MAKİNECİLERİ’NİN VARLIĞI ÇOK ÖNEMLİ”



1.
KATILIM

**BURÇ ANGAN
HÜRMAK
GENEL MÜDÜR
YARDIMCISI**

“K Fuarı’nın ziyaretçi ve katılımcılarının tamamı ne istediğini bilen profesyonel kişi ve firmalardan oluşuyor. Ülke çeşitliliği çok iyiydi, pek çok yeni temas kurma imkanımız oldu. Fuar firmalarımızın tanıtımı konusunda olmazsa olmaz öneme sahip. Makine alıcıları makineleri çalışırken görmek, sesini duymak ve hatta dokunmak ister. Fuarda iki-plaka mengene sistemi zenith serisi plastik enjeksiyon makinemiz ve zephyr serisi üstten giriş robotumuzu sergiledik. Çalışma prensibi gereği iki-plaka yavaş çalışan bir sistem. Buna vurgu yaparak iki-plaka makineyle çok hızlı çevrim süresi sayesinde ambalaj ürünleri ürettik ve bu ciddi ilgi çekmemizi sağladı.”

“Türkiye’nin Makinecileri her zaman fuarlarda bize güç katıyor. Böyle bir kurumun varlığı hem yabancılar nezdinde, makine üreticisi olarak görülmeyen ülkemizin imaj çalışması açısından hem de Türk makine üreticisinin yalnız olmadığını hatırlaması açısından çok önemli.”

“VERİMLİ BİR FUAR GEÇİRDİK”



**DENİZ ÖNEN
PAGDER
PROJE UZMAN YARDIMCISI**

“Derneğimiz adına birçok kurumla uzun vadede plastik sektörüne ivme kazandıracak görüşmeler gerçekleştirdik. Toplantıların hepsi son derece verimliydi. Plastik sektöründe faaliyet gösteren diğer firma, dernek ve vakıfla bir araya geldik. Sektöre dair olumlu ve olumsuz gelişmelerle ilgili bilgi ve deneyimimizi paylaştık. Dünyanın en önemli plastik fuarı olarak gösterilen K Fuarı’na hem ziyaretçi hem de katılımcı ilgisi yoğundu. Plastik sektörünün farklı spesifik alanlarında faaliyet gösteren firmalar, fuarda networklerini geliştirerek satış yaptı. 24’ü milli katılımı olmak üzere 110 Türk firmasının yer aldığı fuarda Türkiye de dikkat çeken pazarlardandı.”

“Türkiye’nin Makinecileri’nin gerek fuar alanında gerekse de fuar alanı dışındaki lokasyonlarda oldukça etkili bir halkla ilişkiler çalışması yaptığı kanısındayım. Bu çalışmayla hem kurum olarak hem de ülke olarak K Fuarı’ndaki görünürliğümüzü artırdılar. Özellikle Türkiye’nin Makinecileri’nin düzenlediği kokteyl, Türk-Alman işbirliğine yaptığı olumlu etkinin yanı sıra fuara katılan Türk firmaları tarafından da etkileyici bulundu.”

“TÜRKİYE’NİN MAKİNECİLERİ’NİN DESTEĞİ YANIMIZDAYDI”



3.
KATILIM

**FARHAT RAHİMOV
EGE PROSES
FİRMA TEMSİLCİSİ**

“K Fuarı’nın ziyaretçi ve katılımcıları yine geçmiş yıllarda olduğu gibi hedef pazarlarımızdan gelen profesyonellerden oluşuyordu. Fakat fuarın süresi gerektiğinden fazla uzun. Sekizden en fazla altı güne çekilirse çok daha ideal olacağını düşünüyoruz. Firma ve markamızın tanıtımını yapmak ve yeni müşteriler kazanmak için fuara katılmayı tercih ettik. Bu yıl standımızda EPS blok kalıplama makinemizi sergiledik.”

“Türkiye’nin Makinecileri fuar boyunca katılımcı Türk firmalarının standlarını ziyaret ederek, desteğini hissettirdi. Fuar alanı ve çevresinde yer alan reklam ve tanıtım çalışmaları da oldukça dikkat çekiciydi. Türkiye’nin Makinecileri’nden pazarı tanıma, bulunabilirlik, devlet destekleri gibi konularda yardım isteyeceğiz.”



“TÜRKİYE’NİN MAKİNECİLERİ ARTI DEĞER OLUŞTURUYOR”



3.
KATILIM

FUAT ERBAĞAN
LİDER MAKİNA
PAZARLAMA MÜDÜRÜ

“Fuarda geçen yıllara kıyasla ziyaretçi sayısı bakımından bir azalma vardı ancak ziyaretçiler karar verici pozisyonda olan yetkili firma temsilcileri olduğu için bizim açımızdan tatmin ediciydi. Bunun yanında plastik sektörünün her alanında faaliyet gösteren hammadde ve makina üreticileri de buradaydı. K Fuarı, irtibatla olduğumuz potansiyel müşterilerle ilişkilerimizi güçlendirmek, kendimizi tanıtmak ve yeni müşterilerle irtibat kurmak açısından önemli bir katkı sağlıyor. Standımızda çift vidalı ekstruder makinemizi sergiledik. Orta çaplı bir makine olmasına rağmen kapasitesi sebebiyle birçok ziyaretçiden olumlu geri dönüş aldık.”

“Türkiye’nin Makinecileri’nin gerek fuar alanı, gerekse fuar alanı dışında yaptığı reklam çalışmalarının çok etkili olduğunu düşünüyorum. Türkiye’nin Makinecileri her organizasyonda standardı koruyup tanıtım faaliyetlerine daha da önem vermesi bizler için bir artı değer oluşturuyor.”

“TÜRKİYE’NİN MAKİNECİLERİ BAŞARI HİKAYESİ YAZDI”



2.
KATILIM

HÜSEYİN SEMERCİ
ŞENMAK
GENEL MÜDÜRÜ

“Ülkemizden 45’i milli katılım olmak üzere toplamda 131 firma fuara katıldı. Dünyada yapılan hiçbir fuara Türk plastik sektörü böylesine yoğun ilgi göstermiyor. Ne istediğini bilen gerçek ihtiyaç sahibi ziyaretçilerle içi dolu görüşmeler gerçekleştirdik. Bu pazardaki marka bilinirliğimizi ve pazardaki payımızı artırmak önceliğimiz. Şu an pazarda Makine üreticilerine yönelik tedarik sağlıyoruz ama önceliklerimizin içine son kullanıcıları da dahil ettik ve bu yönde bir organizasyon için çalışıyor, görüşmeler yapıyoruz. Standımızda plastik ve kauçuk işleme makineleri için vidakovan gibi plastikleştirme ünitelerimizi sergiledik.”

“Başarı hikayesi yazmış Türkiye’nin Makinecileri, verdiği reklam desteğiyle Türk plastik işleme makineleri sektörünün gücünü gösterdi. Fuarın en prestijli, görsel yanı en güçlü alanlarında hatıra taksilerin üzerinde yer alan “Turkish Machinery” reklamları, farkındalık yaratan unsurlar oldu. Bizleri bu fuarda da yalnız bırakmadıkları, destekledikleri için plastik işleme makineleri ailesinin bir ferdi olarak ailemiz adına tüm Türkiye’nin Makinecileri’nin yöneticilerine teşekkürlerimi sunuyorum.”

“TÜRKİYE’NİN MAKİNECİLERİ BİZİ GURURLANDIRDI”



4.
KATILIM

LATİFE KARABULUT
YURT DIŞI
SATIŞ MÜDÜRÜ

“Sektörde dünyanın birçok yerinde her yıl onlarca fuar düzenleniyor. K ise bunların en büyüğü ve en önemlisi. Burada teknolojinizi, gelişiminizi çok büyük bir kitleye sergiliyorsunuz. K, sektör fuarından öte bu sektöre ait teknolojileri yakından takip edebileceğiniz bir organizasyon. Biz bu yıl sergilediğimiz makinelerle ziyaretçilerimizden çok olumlu tepkiler aldık. Çok güzel işbirlikleri sağladık. Bizim için fuar oldukça başarılı geçti. Marka bilinirliğimizi daha da pekiştirdik. K diğer fuarlar gibi fuarın düzenlendiği ve komşu ülkelerinin değil bize tüm dünyanın kapıları açan; dünyanın birçok yerinden müşterilerle bir araya gelmemizi sağlayan bir platform. Standımızda üç farklı makinemizi de sergileme şansımız oldu.”

“Fuar alanında, şehirde, taksilerde ve bunun gibi bir çok yerde Türkiye’nin Makinecileri’nin reklamını görmek, bizim de bu oluşumun bir parçası olmamız gurur vericiydi. Ayrıca Industrie Club’ta düzenlenen kokteyl de Türk-Alman firma temsilcileri ile görüşmemiz, tanışmamız, fikir alışverişinde bulunup fuarı birlikte değerlendirmemiz açısından çok keyifliydi.”



İŞ MAKİNELERİ SEKTÖRÜ GELECEĞİ İNŞA EDECEK

“Sürdürülebilir Ol, Geleceği İnşa Et” temasıyla 20-21 Ekim tarihleri arasında İstanbul’da gerçekleşen “2. Uluslararası İş Makinaları Kongresi” sektörü bir araya getirdi ve gelecek stratejilerini tartıştı.



Türkiye’de 3,5 milyar dolarlık pazar büyüklüğüne ulaşan iş makineleri sektörü, Türkiye İş Makinaları Distribütörleri ve İmalatçıları Birliği (İMDER) önderliğinde, 20-21 Ekim tarihlerinde İstanbul’da düzenlenen ‘2. Uluslararası İş Makinaları Kongresi’nde bir araya geldi.

İş makineleri sektöründe dünyanın en hızlı büyüyen üçüncü ülkesi unvanına sahip Türkiye, 2023 yılına kadar sektörün ticaret hacmini 30 milyar dolara, ihracatını ise 10 milyar dolara çıkarmayı hedefliyor. Türkiye, iş makineleri ihracatında halen Avrupa’da dördüncü sırada yer alıyor ve 127 ülkeye ihracat gerçekleştiriyor.

Türkiye’de 2023 yılına kadar dev projeler dâhil 750 milyar dolarlık altyapı, ulaşım, enerji ve kentsel dönüşüm yatırımı planlanıyor. Bu potansiyel, doğal olarak iş makineleri sektörünün de iştahını kabartıyor. Bu çerçevede, “Sürdürüle-

bilir Ol Geleceği İnşa Et” temasıyla 20-21 Ekim tarihleri arasında İstanbul’da gerçekleşen “2. Uluslararası İş Makinaları Kongresi” de sektörün geleceği için büyük önem arz ediyordu.

İki gün süren ve B2B görüşmeleriyle sektörün iş sahasını genişleten kongrenin açılışında konuşan İMDER Yönetim Kurulu Başkanı Halil Tamer Öztogay, sektörün 2023 hedeflerinden söz etti. “120’den fazla ülkeye ihracat gerçekleştirilen, 2023 stratejisine göre 10 milyar dolar ihracat ile 30 milyar dolarlık ticaret hacmine ulaşacak sektörümüzde, 2015 yılı itibarıyla 240 bin kişi istihdam edilmektedir” diyen Öztogay, halen iş makineleri sektörünün yıllık 1,2 milyar dolarlık ihracatı bulunduğunu belirtti ve 2023 hedefi olan 10 milyar dolarlık ihracata ulaşmak için Türkiye’de 13,5 milyar dolarlık üretim kapasitesi olması gerekliliğinin altını çizdi.

Bu çerçevede yabancı iş makineleri firmalarını Türkiye’de yatırıma davet eden

Öztogay, ayrıca ihracat için yeni pazar arayışlarını da sürdürdüklerini belirterek “İran, Rusya, Malezya, Singapur gibi yakından takip ettiğimiz pazarlar var. Aynı zamanda Hindistan, Güney Amerika gibi pazarlarda da heyetlerimizin görüşmeleri söz konusu. Tüm bunlarla beraber Afrika kıtası da ulaşmayı hedeflediğimiz noktalardan birisidir” dedi.

SÜRDÜRÜLEBİLİR BİR GELECEK VURGUSU

2. Uluslararası İş Makinaları Kongresi Başkanı Cüneyt Divriş ise kongrede yaptığı konuşmada, “Tekerleğin icadından bu yana insanoğlunun doğayı kendi ihtiyacı doğrultusunda yapılandırma süreci hiç sonlanmadı. Yollar, köprüler, su kemerleri, binalar ve birçokları. Bu serüven iş makinesi teknolojisinde sağlanan ilerleme ile yıllar boyutundan aylar boyutuna indi. İş makinesi, görünen yüzü ile genelde yıkıcı özellikleriyle ön plana çıkmış, bir nevi toplumun gözün-



de çevreye verilen tahribatın sorumlusu olarak görülmüştür. Oysa bir insan yapısı olan iş makineleri, gücü temsil eder ve yine insanın elinde nasıl kullanıldığına bağlı olarak asgari seviyede doğal tahribata yol açarak insanlığın gelişimine katkı sunar. İşte bu amaçla Kongremizin temasını 'sürdürülebilir bir gelecek için iş makinesi' olarak belirledik" değerlendirmesinde bulundu.

DEV YATIRIMLAR HAYATA GEÇECEK

Kongre kapsamında düzenlenen oturumların ilkinde Türkiye ekonomisinin son durumu ve sektör ekonomisi mercek altına alındı. Prof. Dr. Asaf Savaş Akat'ın moderatörlüğünde ilerleyen "İş Makinaları ve Ekonomik Sürdürülebilirlik" başlıklı oturumda sektörün önemli aktörlerinde Hidromek'in danışmanı Merih Özgen, uluslararası pazar araştırma ve yönetim danışmanlığı şirketi Off Highway Research Genel Müdürü David Phillips, İMDER Yönetim Kurulu Üyesi Cevat Alemdar ile STFA İnşaat Grubu Başkan Yardımcısı Recep Çimen izleyicilere görüşlerini aktardı. Off Highway Research Genel Müdürü David Phillips, sunumda, sektörün beş yıllık geleceğiyle ilgili görüşlerini dinleyicilerle paylaşırken, Türkiye'nin sektörde nasıl konumlanması gerektiğine ilişkin görüşlerini dile getirdi.

NİTELİKLİ İNSAN KAYNAKLARI İÇİN NELER YAPILMALI?

Kongrenin ilk gün oturumlarında MAİB Yönetim Kurulu Başkanı Adnan Dalgakıran da "Toplum, İnsan Kaynakları ve Eğitim" başlıklı oturumun moderatörlüğünü yaptı. Millî Eğitim Bakanlığı Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürü Osman Nuri Gülay, Hidromek Genel Müdürü Hasan Basri Bozkurt, Fevziye Mektepleri Vakfı Genel Müdürü Prof. Dr. Nafiye Güneç Kıyak ve Türk Traktör İnsan Kaynakları Direktörü Osman Demir'in konuş-



macı olarak katıldığı oturumda, genel olarak Türkiye'deki nitelikli teknik insan kaynaklarının eğitimi üzerine ufuk açıcı bir tartışma ortamı oluşturuldu. Dalgakıran, bu çerçevede yapılması gerekenleri özetlerken, "Araştıran, okuyan, şüphe eden, merak eden analitik bir gençlik yetiştiremezsek gelecekte kibirli, özgüveni yüksek, cesur ama vizyonsuz bir insan kaynağımız olacak. Bizim nitelik, nicelik sorunumuz var. Gelecek hedeflerimizi gerçekleştirmek istiyorsak, mutlaka eğitimde niteliğe öncelik vermemiz gerekiyor" sözlerini kullandı. Kongrenin ikinci gününde ise Dünya İş Makinaları Ekonomik Forumu, David Phillips'in moderatörlüğünde gerçekleştirildi. Panele, Endonezya İmar ve İskan Bakanlığı Genel Müdürü Yusid Toyib, Çin İş Makinaları Derneği Başkanı Qi Jun, AB İş Makinaları Federasyonu Yürütme Kurulu Başkan Yardımcısı Lars Goran Andersson, Borusan Makina ve Güç Sistemleri Müşteri Destek Direktörü Adnan Keskin, Brezilya İş Makinaları Derneği Direktörü Rissaldo Laurenti, Hindistan Sınayi Konfederasyonu Yürütme Kurulu Üyesi Amarnath Ramachandran, Yusuf Bin Ahmed Kanoo Company Genel Müdürü Srinu Kadaba ile Off-Highway Research Kıdemli Danışmanı Chris Sleight katıldı.

"120'DEN FAZLA ÜLKEYE İHRACAT GERÇEKLEŞTİRİLEN, 2023 STRATEJİSİNE GÖRE 10 MİLYAR DOLAR İHRACAT İLE 30 MİLYAR DOLARLIK TİCARET HACMİNE ULAŞACAK SEKTÖRDE, 2015 YILI İTİBARIYLA 240 BİN KİŞİ İSTİHDAM EDİLİYOR."





BOEING TEDARİK AĞINDA TÜRKİYE'NİN PAYI ARTACAK

Dünyanın en büyük havacılık şirketi olan Boeing'in Türkiye ile 70 yıldan fazla süredir devam eden işbirliği güçleniyor. Halen Boeing programları Türkiye'de 2 bin 500'den fazla kişiye iş imkânı sağlarken, SAHA İstanbul işbirliğinde düzenlenen Boeing-SAHA İstanbul Havacılık Tedarikçi Zirvesi'nde, Boeing'e Türkiye'den daha fazla sayıda firmanın tedarikçi olmasının yöntemleri tartışıldı.



Türkiye'den daha fazla firmanın ABD'li uçak üreticisi Boeing'in küresel tedarik zincirine dâhil olması için fırsat sağlamak, Boeing'in ürün performansı ve finansal anlamda karşılanabilirliğinin yanı sıra Türkiye'deki havacılık sektörünün uzun vadedeki gelişimine katkıda bulunmak amacıyla, 14 Ekim'de Teknopark İstanbul'da Boeing-SAHA İstanbul Havacılık Tedarikçi Zirvesi düzenlendi. Son yıllarda Türk tedarikçilere 1,5 milyar dolara yaklaşan tutarda iş yaptırarak Boeing'in yeni tedarikçilerini aradığı Zirveye, çoğunluğu hâlihazırda Boeing tedarikçisi olmayan 100'den fazla şirket katılırken, Zirve kapsamında Boeing Tedarik Yönetimi, Uçak, Yapısal ve Malzemeler Başkan Yardımcısı John Byrne, sivil havacılık mevcut pazar görünümü hakkında genel bilgiler aktar-

dı ve Boeing ile çalışmak ve tedarikçi olmak için gereken kriterler hakkında "Havacılık Mevcut Pazar Görünümü ve Boeing ile Çalışmak" başlıklı kapsamlı bir sunum gerçekleştirdi.

Sunumunda, Türkiye'de çok sayıda müşterileri bulunduğu işleten John Byrne, Türkiye'nin hızlı büyümesi nedeniyle küresel oyuncuların Türkiye'ye ilgilerinin arttığına dikkat çekti ve "Herkes bu pazarın parçası olmak istiyor. İkmal üssü açısından imkân ve kapasite burada var. Bu nedenle, işimizin büyümesi için Türkiye'deki fırsatları görmemiz gerekiyor" ifadelerini kullandı.

Milli Savunma Bakanı Yardımcısı Şuay Alpay, Savunma Sanayii Müsteşarı Prof. Dr. İsmail Demir, Ulaştırma Bakanlığı Müsteşar Yardımcısı Orhan Birdal, TUSAŞ Genel Müdürü Prof. Dr. Temel Kotil, Boeing Türkiye Genel

Müdürü Ayşem Sargın Işıl ile SAHA İstanbul Yönetim Kurulu Başkanı Hasan Büyükdede'nin açılış konuşmalarının ardından, Boeing yetkilileri katılımcı firmalarla birebir görüşmeler gerçekleştiren işbirliği fırsatlarını değerlendirdi.

AMAÇ, KÜRESEL PAZARDA YER EDİNMEK

Boeing Türkiye Genel Müdürü Ayşem Sargın, Zirveye ilişkin değerlendirmesinde "Türk havacılık sanayisi, Boeing ile köklü işbirliği sayesinde son yıllarda önemli gelişmeler kaydetti ve kabiliyetler kazandı. Boeing ve SAHA İstanbul tarafından düzenlenen bu etkinlik, mevcut ve potansiyel Türk tedarikçilere, Türk havacılık sektörünün Boeing'in tedarik zincirindeki rolünü artırmak amacıyla gelecekteki kazan-kazan fırsatlarına ve Boeing'in öncelik-



lerine ilişkin bilgi alabilme imkânı sunuyor” derken, SAHA İstanbul Yönetim Kurulu Başkanı Hasan Büyükdede ise “SAHA İstanbul Kümesi'nin havacılık ve uzay ile ilgili konularda üretim yapan firmaları ile Boeing yetkililerinin bir araya gelmeleri, Boeing firmasına iyi bir tedarikçi zinciri oluşmasını sağlayacaktır. Türk sanayicilerinin Boeing için üretim yapması, hem Türkiye hem de küresel uçak endüstrisi ile ilgili alanlarda kendilerini geliştirmelerinin önünü açacak. SAHA İstanbul firmalarının teknolojik alt yapılarının yüksek olması nedeniyle Boeing'in tedarikçisi olma potansiyelleri mevcut. Bunun iyi değerlendirilmesinin, hem Boeing hem de SAHA İstanbul açısından yararlı olacağını düşünüyorum” yorumunda bulundu.

Boeing'in Türkiye'de 200'den fazla uçağı bulunduğunu da hatırlatan Büyükdede, Türkiye'nin amacının sadece uçak almak değil, havacılık ve uzay sanayisinde yer edinmek olduğunu vurgulayarak, “Bugün insansız hava araçlarımızı yapabiliyoruz. Bundan 100 yıl önce uçaklarımızı da yapabiliyorduk. Bugün yeni nesil uçakların parçalarının öncelikle Türkiye'de üretilmesi, hem dünyada bunları kullanan ülkelerin ihtiyaçlarını karşılayacak yan sanayilerin Türkiye'de oluşmasını hem de Türk sanayicilerin havacılık ve uzay sanayisini daha hızlı öğrenmesini sağlayacak. Onun için Boeing yetkilileriyle bir araya geldik. Boeing dünyanın her yerinden milyonlarca parça satın alıyor” dedi.

İKİ AYRI URGE PROJESİ BAŞLADI

SAHA İstanbul Genel Sekreteri İlhami Keleş ise “SAHA İstanbul olarak, firmalarımızın alt yapılarını geliştirmek, dünyada firmalarımıza pazar bulabilmek için bir takım çalışmalar yapıyoruz. Bu çalışmaların en önemlilerinden



Hasan BÜYÜKDEDE
SAHA İstanbul
Yönetim Kurulu Başkanı

biri de Ekonomi Bakanlığı'nın URGE destekleridir. Biz, toplamda 45 firmamızla iki ayrı URGE projesine başlıyoruz. Diğer yandan, firmalarımızın Boeing'e tedarikçi olacak düzeye gelme gayretleri, aynı zamanda milli yolcu uçağı, milli helikopter gibi projeler için de sektörün ekosisteminin gelişmesi anlamına geliyor. THY Teknik'in uçak bakımı için ithal ettiği uçak parçalarının yerli firmalarımız tarafından üretilmesi gayretleri, bu sektördeki temel motivasyon kaynaklarından birisi. Kendi uçağımızı üretme hedefimiz varsa, firmalarımızı dünya devletleri ile aynı mindere çıkaracağız” değerlendirmesinde bulundu.

Gün boyu ikili firma görüşmeleriyle süren ve Türkiye'nin Boeing'in küresel tedarik ağındaki payı ve hedeflerinin konuşulduğu etkinliğin son derece olumlu sonuçlar doğurması beklenirken, bilindiği üzere Türkiye'deki havayolu şirketlerine ticari uçak temin eden ve Türk Silahlı Kuvvetleri'ne savunma ürünleri sağlayan Boeing, SAHA İstanbul'un partneri durumunda ve Türkiye'deki Boeing tedarikçileri hâlihazırda 737, 747-8, 767, 777 ve 787 Dreamliner dâhil tüm Boeing ticari uçak programlarına parça veya montaj sağlıyor.

HASAN BÜYÜKDEDE:
“TÜRK SANAYİCİLERİNİN
BOEING İÇİN
ÜRETİM YAPMASI,
FİRMALARIMIZIN
KÜRESEL UÇAK
ENDÜSTRİSİ İLE
İLGİLİ ALANLARDA
KENDİLERİNİ
GELİŞTİRMELERİNİN
ÖNÜNÜ AÇACAK.”





PAGDER'DEN OKUL-SANAYİ İŞBİRLİĞİNE DESTEK

Mesleki eğitimin geliştirilmesi hedefiyle Milli Eğitim ve Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı ile İstanbul Sanayi Odası'nın (İSO) imzaladığı protokol çerçevesinde, Plastik Sanayicileri Derneği (PAGDER) 600 bin TL değerinde plastik işleme makinesi ve ekipmanıyla ikinci kez bağışta bulundu.



Türkiye'de plastik de dahil birçok sektörün önemli sorunlarından biri olan nitelikli işgücü ihtiyacına çözüm olarak geliştirilen ve pilot bölge olarak İstanbul'da başlatılan "Okul-Sanayi İşbirliği/İstanbul Modeli" projesine sivil toplum örgütü olarak ilk desteği vererek protokolü imzalayan ve İnönü Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Plastik Teknolojisi Bölümü'nün ekipman ve altyapı eksikliklerini gideren PAGDER, plastik sektörüne nitelikli işgücü kazandırılmasına önemli katkılar sağlamaya devam ediyor. Bu kapsamda 11 Ekim'de imzalanan protokol kapsamında PAGDER, aynı okula 600 bin TL değe-

rinde plastik işleme makineleri ve ekipmanları bağışıyla desteğini sürdürdü. Mesleki eğitim kurumlarında sanayi işbirliklerinin sağlanarak yeni bir mesleki ve teknik eğitim modeli oluşturulmasının hedeflendiği ve İstanbul'un ardından 81 ilde yaygınlaştırılması planlanan projenin en büyük ve ilk sivil toplum örgütü destekçisi PAGDER'in bağış töreni, İstanbul-Bayrampaşa'da bulunan İnönü Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'nde gerçekleştirildi.

"SEKTÖRDE MESLEKİ EĞİTİME BÜYÜK İHTİYAÇ VAR"

Törene Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Temsilcisi İsrail Yıldız, Bayrampaşa Kaymakamı Osman Aslan Canbaba, İl Milli Eğitim Müdürü Yardımcısı

Serkan Gür, Bayrampaşa İlçe Millî Eğitim Müdürü Dr. Abdülaziz Yeniyoğlu, İnönü Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Müdürü Deniz Mutlu Güler ve İnönü Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi öğretmenlerinin yanı sıra Makine İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı ve İSO Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Adnan Dalgakıran, PAGDER Yönetim Kurulu Başkanı Reha Gür ile Yönetim Kurulu Üyeleri ve projeye önemli bağışlarıyla destek veren firmaların üst düzey yetkilileri katıldı.

Törenin açılışında konuşan PAGDER Yönetim Kurulu Başkanı Reha Gür, Türkiye plastik sektörünün küresel rekabet ortamında rekabet gücünün devamlılığının ve artırılmasının ancak ileri teknoloji kullanımıyla, inovatif ürünler-



ADNAN DALGAKIRAN:
“İSTANBUL SANAYİ
ODASI OLARAK HER
ZAMAN GENÇLERİMİZİ,
DOĞRU BİR ŞEKİLDE
GELECEĞE HAZIRLAYAN
PROJELERE
DESTEK VERMEYİ
SÜRDÜRECEĞİZ.”

le, verimlilikle mümkün olduğunu söyleyerek bu verimliliği sağlamanın ilk yolunun da eğitime öncelik vermekle mümkün olabileceğini belirtti. Projeye destek veren tüm kurum ve kuruluşlara teşekkür eden Gür, sözlerini şöyle sürdürdü: “Plastik sektöründe nitelikli, donanımlı elemanlara ve kapsamlı mesleki eğitimlere büyük ihtiyaç var. Ama bu donanımı sağlayacak olan ileri teknoloji taşıyan plastik işleme makinelerinin, ekipmanların olduğu plastik teknoloji atölyeleri ne yazık ki çok az. Endüstri 4.0’ın konuşulduğu bu dönemi öğrencilerimizin bu eski makinelerle gördüğü eğitimle yakalaması mümkün değil. Bir araya gelerek bu sorunu çözmek için attığımız bu adım çok önemli, sektörümüzle gurur duyuyorum. PAGDER olarak bu proje gibi birçok projeye plastik teknolojileri atölyelerinin alt yapısını geliştirerek gençlerimizi nitelikli birer eleman olarak sektörümüze kazandırmak için her desteği sağlayacağız.”

“PROJELERE DESTEK VERMEYİ SÜRDÜRECEĞİZ”

Toplantıda konuşan MAİB Başkanı ve İSO Başkan Yardımcısı Adnan Dalgakıran da projenin öncülüğünü üstlenen PAGDER’e ve tüm destekçilere teşekkür ederek, projenin gençleri okul sonrası iş hayatına hazırlayacak önemli bir çalışma olduğunu vurgulayarak sektörde nitelikli insanlara ihtiyaç bulunduğunun altını çizdi. Dalgakıran sözlerini şöyle tamamladı: “Ülkemizde çalışkan, yaptığı işi en iyi şekilde yapmaya çalışan insanlara ihtiyaç var. Her zaman araştırın, bilgi sahibi olun, sorgulayın. Size verilenin ötesine gitmeniz lazım. Sadece öğrenciler değil, biz sanayiciler de her zaman böyle olmalıyız. İstanbul Sanayi Odası olarak her zaman gençlerimizi yarına doğru bir şekilde hazırlayan projelere destek vermeyi sürdüreceğiz.” Başış töreni, konuşmaların ardından imzaların atılmasıyla son buldu.





ÜSİMP PATENT FUARI 2. KEZ KAPILARINI AÇTI

Patent sahipleri ile sanayicileri bir araya getirmeyi amaçlayan Üniversite Sanayi İşbirliği Merkezleri Platformu (ÜSİMP) Ulusal Patent Fuarı 8-9 Kasım'da Harbiye Askeri Müzesi'nde gerçekleştirildi.



Üniversitelerin Teknoloji Transfer Ofisleri'nin (TTO) teknoloji portföylerini sanayiciler ve yatırımcılar ile buluşturduğu ÜSİMP Ulusal Patent Fuarı'nın ikincisi İstanbul'da düzenlendi. Fuarın açılış konuşmalarını, ÜSİMP Yürütme Kurulu Başkanı Prof. Dr. A. Hamit Serbest, Türk Elektronik Sanayicileri Derneği (TESİD) Yönetim Kurulu Başkanı Prof. Dr. Siddık Yarman ve ÜSİMP Yürütme Kurulu ve İstanbul Sanayi Odası (İSO) Yönetim Kurulu Üyesi Ali Eren yaptı. ÜSİMP Yürütme Kurulu Başkanı Prof. Dr. Hamit Serbest açılışta yaptığı konuşmada ÜSİMP'in üniversitelerde üretilen bilginin transfer edilebilmesi ve sanayi-üniversite işbirliğinin sistematik hale getirilmesi amacıyla patent fuarı düzenlediğini belirterek, fuarda 19 TTO'nun bulunduğunu aktardı. Serbest, "Sergilenen patent sayısı bu yıl 124 rakamına ulaştı. Burada önemli bir yükselme var. Katılımcı sayısı ve ikili görüşme talebindeki artış da hepimizi sevindirdi" dedi.

PATENT BAŞVURULARINDA YÜKSELİŞ SÜRÜYOR

ÜSİMP Yürütme Kurulu ve İstanbul Sanayi Odası (İSO) Yönetim Kurulu Üyesi Ali Eren, modern ekonominin en önemli faktörünün artık sermaye değil, bilgi ve know-how olduğunu anımsatarak, istikrarlı bir şekilde büyüyen Türkiye ekonomisinin teknoloji devrimine yetişmek için tüm gücüyle çabaladığını söyledi. Teşviklerin girişimcilere ve üniversite bilim projelerine önemli destekler sağladığını vurgulayan Eren, "AB ülkeleriyle aramızdaki makası kapatmanın yegane yolu üniversite-sanayi işbirliğinden, stratejik ortaklıklardan geçiyor. İnovasyona ayrılan bütçenin artışı, yenilikçi ürün satışlarındaki ve patent başvurularındaki artış bu konudaki ilerlemenin en önemli göstergeleri oluyor" diye konuştu. Eren, üniversite-sanayi işbirliğindeki çalışmaların ticari bilgiye dönüşebilmesi için bilginin koruma altına alınması gerekliliğine dikkati çekerek şunları söyledi: "Türk Patent

Enstitüsü (TPE) verilerine göre 2005 yılında 900'ler civarında olan yerli patent başvuru sayısının 2015 yılında 5 bin 500 civarına, yabancı patent başvuru sayısının 2005 yılında 2 bin 500 civarından 10 yıl içerisinde 8 bin 500'e çıktığını görmekteyiz. 2023 hedefimiz ise yerli patent başvurularında 50 bin rakamını yakalamaktır. Çok uçuk bir hedef gibi görünse de son 10 yılda 10'a katlamışız, önümüzdeki dönemde de 10'a katlayabilirsek, teşvikler ve insan kaynağımızın üretkenliğini düşürsek buna ulaşmamız mümkün."

"DİJİTAL AKIMLARIN DIŞINDA KALDIK"

TESİD Yönetim Kurulu Başkanı Prof. Dr. Yarman ise konuşmasında Türk elektronik sektörünün son yıllarda dijital akımların dışında kalarak Avrupa'daki hakim konumunu kaybettiğini aktardı. Yarman, "Önceden buzdolabı, çamaşır makinesi satışlarında Avrupa'da hakimdik. 2005 yılında Avrupa'da satılan iki televizyondan



Ali EREN

ÜSİMP Yürütme Kurulu Üyesi
MAİB Yönetim Kurulu Üyesi

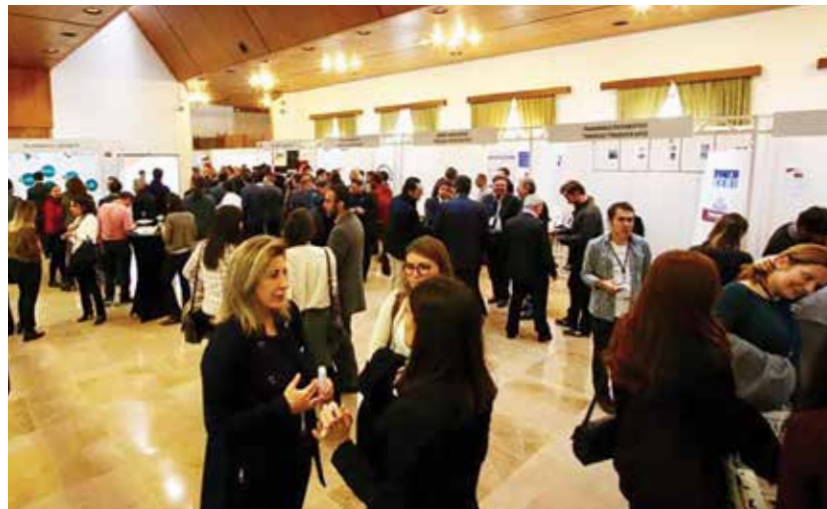
PROF. DR.
HAMİT SERBEST:
“FUAR,
ÜNİVERSİTELERDE
ÜRETİLEN BİLGİNİN
TRANSFER
EDİLEBİLMESİ VE
SANAYİ-ÜNİVERSİTE
İŞBİRLİĞİNİN
SİSTEMATİK HALE
GETİRİLMESİ
AMACIYLA
DÜZENLENİYOR.”

bir tanesi Türkiye’den gidiyordu. Geride kalmamızın sebebi; gösterge (Display) teknolojilerinin hızlı bir şekilde gelişmesi ve bizim bu gelişmeye ayak uyduramamız. Plazma ekranlar çıktı, arkasından LED ekranlar çıktı, arkasından aktif LED ekranlar çıktı. Biz bu teknolojileri çalışmadığımız; fizikçilerimiz, matematikçilerimiz olmadığı için, teknoloji olmadığı için geride kaldık” diye konuştu. Elektronik sanayicilerinin projeksiyonuna göre günümüzde 15 milyar dolar seviyesindeki elektronik üretiminin 2035 yılında 143 milyar dolara çıkmasının öngörüldüğünü kaydeden Yarman, bunun sağlanabilmesi için mavi ve beyaz yakalı olmak üzere 200 bin kişilik nitelikli personele gereksinim bulunduğunu anlattı. Yazılım sektörü de dahil edildiğinde Türkiye’nin 2035 yılına kadar 500 bin çalışana ulaşması gerektiğini söyleyen Yarman, “Ülke olarak teknolojiyi yaşam biçimi haline getirmiş mühendislere, yazılımcılara, mavi-beyaz yakalı nitelikli personele ihtiyaç var. Bunlar gökten zembille mi inecek? Üniversitelerden yetiştireceğiz. Dünya koşullarında öncü olarak yetiştirmemiz gerekli” dedi. Türkiye’de teknoloji, Ar-Ge, inovasyon ve patent konularının çok fazla dile getirildiği için içeriklerinin boşaltıldığını belirten Yarman, “Bazı kavramları çok sık tekrarladığımız zaman içeriğini boşaltıyoruz. Patent almak bir hedef olamaz. Satamadığımız patentler yarın yaptığınız yatırımlarla beraber elinizi ateş topu gibi yakar, paranız boşa gider. Patent, etkinlik ve verimlilik kavramlarını beraber işletmemiz gerekiyor. Fikrinizi çaldırmamanız lazım” diyerek sözlerini tamamladı. Açılışa söz alan Türk bilim insanı VSY Biyoteknoloji Üst Yöneticisi Dr. Ercan Varlıbaş da Türkiye’nin ihraç ettiği ürünlerin ortalama

kilogram fiyatının 1,6 dolar seviyesinde olduğunu hatırlatarak, 1 kilogram biyoteknolojik ürünün kilogram fiyatının 675 bin dolar seviyesinde seyrettiğini söyledi.

FUAR SÜRESİNCE 124 PATENT TANITILDI

“Üniversitelerin Patentleri Sanayi ile Buluşuyor” adıyla birçok üniversitenin TTO’sunun katıldığı fuarda; bilgi teknolojileri, biyoteknoloji, çevre teknolojileri, eğitim, elektronik, enerji, farmasötik, fizik, gıda, iletişim teknolojileri, kimya, kişisel bakım, malzeme, medikal, mekanik, nanoteknoloji, optik, otomotiv, sağlık, tarım, uzay teknolojileri ve veri işleme alanında 124 patent tanıtıldı. TTO’ların teknoloji portföylerini tanıtmayı, sektör temsilcilerine ve yatırımcılara tanıtım süreçlerinde destek olmayı, sinerji ortamı yaratmayı ve üniversitelerle yatırımcıları tek bir noktada buluşturmayı amaçlayan fuarda, iki gün boyunca 40 konuşmacının katıldığı çeşitli konferanslarla dört panel düzenlendi.





MAKTEK, ENDÜSTRİ 4.0'I KONUŞTU

Makine ve takım tezgahları sektörünün Avrasya'daki en büyük buluşması olan MAKTEK Avrasya 2016 Fuarı, 11-16 Ekim'de TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi'nde düzenlendi.



Bu yıl "Endüstri 4.0 ve Geleceğin Akıllı Üretim Mühendisliği" temasıyla düzenlenen fuarın açılışına Ekonomi Bakan Yardımcısı Fatih Metin, Makine İhracatçıları Birliği (MAİB) Yönetim Kurulu Başkanı Adnan Dalgakıran, TÜYAP Fuar ve Fuarçılık Hizmetleri Genel Müdürü İlhan Ersözülü, Makine İmalatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Özkayan, Takım Tezgahları Sanayici ve İşadamları Derneği (TIAD) Yönetim Kurulu Başkanı Hakan Aydoğdu, İstanbul Ticaret Odası (İTO) Başkan Yardımcısı Dursun Topçu ile İstanbul Sanayi Odası (İSO) Meclis Başkan Vekili Hasan Büyükdede'nin yanı sıra çok sayıda bürokrat ve sektör profesyoneli katıldı.

"CİDDİ BİR KÜLTÜREL DÖNÜŞÜM GEREKİYOR"

Fuarın açılışında söz alan MAİB Yönetim Kurulu Başkanı Adnan Dalgakıran makine sektörünün ciddi bir konso-

lidasyon geçirmek zorunda olduğuna dikkat çekerek, "Almanya'da 6 bin, Türkiye'de ise 11 bin makine üreticisi var. Nitelik ve kalite her zaman önceliğimiz olmak zorunda. Bu noktada kayıt dışılığın önlenmesi, piyasa denetimi ve gözetiminin hakkıyla yerine getirilmesi çok önemli. Üretim araçlarını üretmek her zaman stratejik bir yaklaşımdır. Teknoloji o kadar hızlı geliyor ki, makinelerin 50 sene ömrü de olsa, teknolojik ömürleri sadece üç-beş sene. Rekabet edebilmek için her üç-beş senede bir yeni makine almak zorundasınız. Eğer söz konusu bu makineleri üretmiyorsanız yurt dışından almanız gerekiyor. İlk üç sanayi devrimini kaçırdık. Dördüncü Sanayi Devrimi'ni konuşurken eğer ihtiyaçlarımızı ve önceliklerimizi masaya yatırmazsak, bunu da kaçıracağız. Bu noktada ciddi bir kültürel dönüşüme ihtiyacımız var" dedi.

30 ülkeden 3 bin firmanın yeni ürünlerini 14 salonda sergilediği fuarda zi-

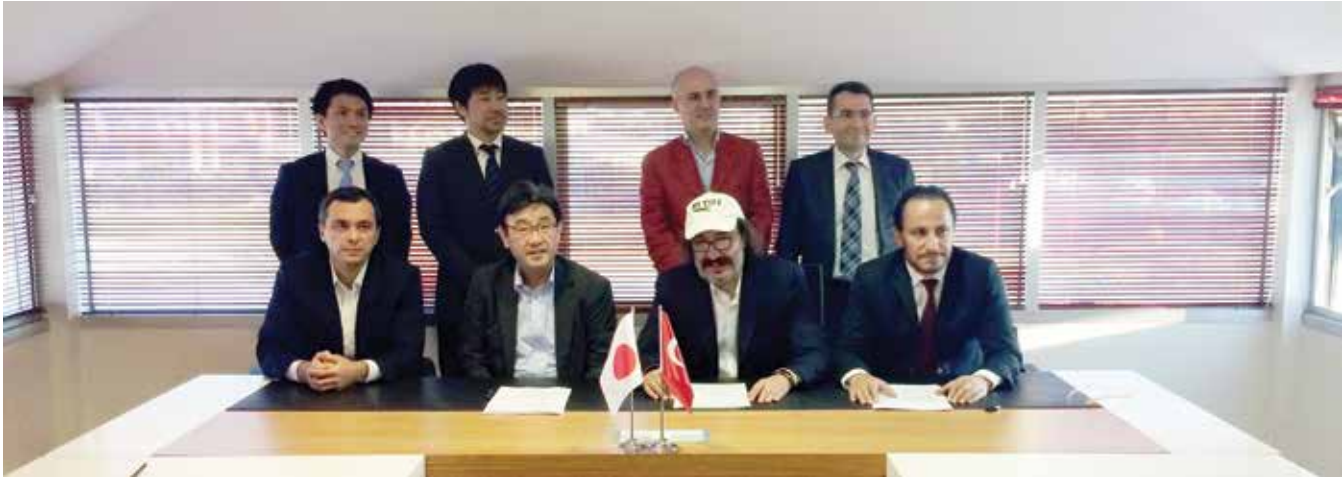
yaretçiler, sektörde gelinen son noktada hakkında bilgi sahibi oldu. Katılımcı ve ziyaretçilerin "Fuar Özel Ziyaretçi Programı" kapsamında yeni pazarlara açılmak ve farklı iş imkanlarını değerlendirmek adına çeşitli toplantılara katıldığı fuar, 65 ülkeden 60 binin üzerinde sektör profesyonelinin ağırlığıyla. TIAD ve MİB'in işbirliğiyle gerçekleştirilen organizasyon çerçevesinde düzenlenen panel ve toplantılarda ise başta Endüstri 4.0 olmak üzere makine sektörünün önemli konuları masaya yatırıldı.

CNC ve universal talaşlı imalat makineleri, sac işleme makineleri, kesici takımlar, takım tutucular, CAD/CAM, PLM yazılımları, 3D yazıcılar, ölçü aletleri, kalite kontrol cihaz ve ekipmanları, kaynak, kesme ekipmanları, kaynak makineleri, yedek parça, ısıl işlem donanımları, taşıma sistemleri, yağlama ve soğutma sistemlerinin sergilendiği fuarda 1 milyar liralık iş hacmine ulaşıldı.



DALGAKIRAN MAKİNE'DEN JAPONLARLA TURBO YATIRIM

Endüstriyel kompresör üreticisi Dalgakıran Makine, ağır sanayi ve teknoloji devi Japon IHI Holding ile ortak yatırıma imza attı. Turbo kompresör üretimi konusunda sağlanan anlaşmayla kurulan IHI Dalgakıran Makine'ye ait üretim tesisi Kocaeli'ye inşa edilecek, projenin ilk yatırımı yaklaşık 50 milyon TL olacak.



Kompresör sektöründe 50 yılı aşkın bir süredir hizmet veren Dalgakıran Makine, uluslararası ölçekte güçlü referansları arasına bir yenisini daha ekledi. Kompresör üreticisi ve ihracatçısı Dalgakıran Makine, Osmangazi ve Fatih Sultan Mehmet köprülerinin inşasıyla tanınan IHI Holding ile endüstriyel kompresör alanının en gelişmiş ürünleri olan turbo kompresörler üretecek. Köprü inşası ve alt-yapı sistemleri üretimi, enerji santralleri, uzay ve havacılık ekipmanları, gemi inşa, kompresör ve araç turboları üretimi gerçekleştiren IHI Holding, dünyanın önde gelen teknoloji kuruluşları arasında yer alıyor.

“TÜM ŞİRKETLERE ÖRNEK OLACAĞIZ”

Türk-Japon ortak yatırımıyla günümüzün son teknolojisi kullanılarak üre-

tilecek turbo kompresörlerin otomobil, gıda, kimya ve tekstil endüstrisi gibi geniş bir yelpazede en gelişmiş kompresör teknolojisi olarak kullanılacağını belirten Dalgakıran Makine Yönetim Kurulu Başkanı Adnan Dalgakıran, “Çevreyle ilgili tartışmaların başlıca gündem maddeleri arasında küresel ısınma konusu ilk sıralarda geliyor. Bu da enerji verimliliğini kompresör konusunda en önemli parametre haline getiriyor. Turbo kompresör, büyük kapasitelerde basınçlı hava ihtiyacı için çok verimli ve ekonomik çözümler sunduğu için gelişmiş pazarlarda büyük ilgi gören bir ürün. Bu alandaki yatırımımızın önemli bir geri dönüşü olacak” diyor. IHI Dalgakıran Makine'nin ürünlerini Türkiye, Avrupa, Orta doğu, Türk Cumhuriyetleri ve Afrika pazarlarına sunacaklarına dikkat çeken Dalgakıran, “Sektördeki gücümüzün ve itibarımızın bir yansıması olarak attığımız

bu imzanın, doğrudan yabancı sermaye yatırımları konusunda tüm şirketlere örnek olacağını umuyoruz” şeklinde konuşuyor.





“TURQUM, FİRMAMIZA REKABET AVANTAJI SAĞLAYACAK”

TURQUM'UN FİRMALARINA ULUSLARARASI PAZARDA REKABET, GÜÇLÜ TANITIM VE GÜVENİLİRLİK AVANTAJI SAĞLAYACAĞINI SÖYLEYEN MERİH ASANSÖR GENEL MÜDÜR YARDIMCISI BERNA ÖKMEN, “TURQUM SAYESİNDE POTANSİYEL MÜŞTERİLERİMİZ, YÜKSEK KALİTELİ İMALAT YAPTIĞIMIZI FABRİKAMIZI GÖRMEDEN DAHI ANLAYACAKLARDIR” DİYOR.

Yusuf Atik tarafından 1977 yılında Ankara'da montaj ve bakım firması olarak kurulan, 1985 yılında ise tamamen imalata yönelik Merih Asansör, kontaktör, röle ve kumanda panosu imal ederek sektördeki çalışmalarına hız verdi. 2013 yılından itibaren asansör kabini de imal eden Merih Asansör, yılda 120 bin otomatik kapı ve 2 bin 400 adet asansör kabini üretim kapasitesine sahip bir firma olarak ürünlerini dün-

yanın 65 ülkesine ihraç ediyor. Geçtiğimiz haftalarda TURQUM üyesi olan firma, 2017 yılında temelini atacağı 100 bin metrekarelik fabrika ile Türkiye'nin ve Orta Doğu'nun en büyükleri arasında yer almayı hedefliyor.

Sektörde fark yaratmak ve öncü olabilmek için hiç kuşkusuz, gerekli yenilikleri takip etmek ve üretim süreçlerinde uygulamak gerektiğini ifade eden Merih Asansör Genel Müdür Yardımcısı Berna Ökmen, bu anlamda Avrupa standartları-





“ENDÜSTRİ 4.0 İLE BERABER DÜNYADAKİ FARKLI ENDÜSTRİ KOLLARI YENİLENME İÇERİSİNE GİRDİ. BİZ DE, BU YENİ DÖNEME DOĞRU EMİN ADIMLARLA YOL ALIYORUZ. HEDEFLERİMİZ ARASINDA YENİ NESİL ÜRETİMLE BERABER REKABETTE ÖNE ÇIKMAK YER ALIYOR.”

na ve asansör yönetmeliğine uygun üretim yaptıklarına dikkat çekiyor. Ökmen, “Yönetmeliğin belirlediği tüm şartları öngörülen süreden önce sağlayıp uygulamaya koyuyoruz. Böylece müşterilerimizin yaşanacak değişiklikten zarar görmesini de engellemiş oluyoruz. Firmamızın ÜRGE ve inovasyon için çok ciddi bir bilgi birikimi ve fiziki imkanları bulunuyor. Birçok ürünü yerli ve yabancı tedarikçilerden almak yerine kendi bünyemizde imal ediyoruz” diyor. Berna Ökmen ile Merih Asansör’ün sektördeki yeri, gelecek hedefleri ve TURQUM belgesini almalarına kadar uzanan başarı hikayelerini konuştuk.

Üretimizi nerede ve nasıl gerçekleştiriyorsunuz?

Üretim çalışmalarımızı 29 bin metrekare kapalı alana sahip Ankara Başkent OSB’deki fabrikamızda gerçekleştiriyoruz. Son teknoloji CNC makineler ve robot teknolojilerini barındıran makine parkımızda, farklı ebat ve özelliklerde toplam 270 makine bulunuyor. Makine parkımızı sürekli olarak yeniliyoruz. Endüstri 4.0 ile beraber dünyadaki farklı endüstri kollarını yenilenme içerisine girdi. Biz de, üretim anlayışının ilerleyen teknolojik gelişmelerle birlikte yeniden şekillenmesini sağlayan bu yeni döneme doğru emin adımlarla yol alıyoruz. Hedeflerimiz arasında yeni nesil üretimle beraber rekabette öne çıkmak yer alıyor.

Ürün yelpazeniz ve bunların özellikleri hakkında bilgi verir misiniz?

Otomatik asansör kapısı ve kabini üretiyoruz. Her seçeneğe uygun geniş ürün çeşitliliğine sahibiz. Aynı zamanda da müşterilerin taleplerine göre özel üretim yapıyoruz. Ürünlerimiz re-

zidanslarda, hastane, depo, otel, villa ve AVM gibi çeşitli alanlarda kullanılıyor. Örneğin hastane için asansör kabini üretecekseniz sedyenin sığabileceği ebatlarda, hastaneye uygun üretim yapmak gerekiyor. Merih Asansör olarak farklı ihtiyaçlar için farklı çözümler sunuyoruz.

TURQUM’a ne zaman başvurduunuz?

TURQUM belgesi almak için yaklaşık bir yıl önce başvuruda bulunduk. TURQUM ile ilgili bugüne kadar fazla bir bilgimiz yoktu. MAİB yetkilileri bizlere TURQUM’un içeriğinden bahsedip başvuruda bulunmamızı önerince, biz de gerekli belgeleri kısa zamanda tamamlayarak süreci başlattık.

TURQUM’a başvuru amacınızı kısaca anlatır mısınız?

TURQUM, uluslararası pazarda “Kaliteli Türk Makinesi” imajını güçlendirmek için oluşturulmuş bir marka. Biz de bu markayı alarak Merih Asansör’ün tüm üretim sisteminin yüksek yeterlilik ve kalitede olduğunu ispatlamak istedik. Türkiye genelinde sadece 33 firma bu markayı alabilmiş durumda. Söz konusu bu firmalardan biri olmayı oldukça önemsiyoruz. Aldığımız bilgilere göre de asansör sektöründe bu belgeye sahip olan ilk firmayız.

TURQUM size ne gibi avantajlar sağlıyor?

Bu belgeyi alabilmek için belli standartlara ve kaliteye sahip olmak gerekiyor. TURQUM belgesi hiç kuşkusuz bize öncelikle uluslararası pazarda rekabet avantajı, güçlü tanıtım ve güvenilirlik sağlayacaktır. Reklamlarımızda yer alacak bu ibare sayesinde, potansiyel müşterilerimiz de yüksek kalite ve nitelikte olduğumuzu fabrikamızı görmeden dahi anlayacaklardır diye



"TURQUM, ULUSLARARASI PAZARDA 'KALİTELİ TÜRK MAKİNESİ' İMAJINI GÜÇLENDİRMEK İÇİN OLUŞTURULMUŞ BİR MARKA. BİZ DE BU MARKAYI ALARAK, MERİH ASANSÖR'ÜN TÜM ÜRETİM SİSTEMİNİN YÜKSEK KALİTEDE OLDUĞUNU İSPATLAMAK İSTEDİK."



düşünüyorum. Aynı zamanda TURQUM'un reklam bütçemize de katkısı olacaktır.

İhracatta sürdürülebilirlik ve değer performansını artırmak için inovasyon önemli bir halka olarak değerlendiriliyor. Firma olarak inovatif çalışmalara gereken yatırımları yapıyor musunuz?

Sektörde fark yaratmak ve öncü olabilmek için hiç kuşkusuz, gerekli yenilikleri takip etmek ve üretim süreçlerinde uygulamak gerekiyor. Avrupa standartlarına ve asansör yönetmeliğine uygun üretim yapıyoruz. Yönetmeliğin belirlediği tüm şartları öngörülen süreden önce sağlayıp uygulamaya koyuyoruz. Böylece müşterilerimizin yaşanacak değişiklikten zarar görmesini de engellemiş oluyoruz. Firmamızın UR-GE ve inovasyon için çok ciddi bir bilgi birikimi ve fiziki imkanları bulunuyor. Birçok ürünü yerli ve yabancı tedarikçilerden almak yerine kendi bünyemizde imal ediyoruz. Mühendis kadromuz bu konu üzerine ciddi çalışmalar yapıyor. En büyük yatırımlarımız ve eğitimlerimiz teknoloji konusunda yoğunlaşıyor.

Firmaların gerek yurt içinde gerekse de yurt dışında tanıtım yüzü olan fuarların firmanız için önemi nedir?

Yurt içi ve yurt dışındaki fuarlara düzenli olarak katılıyor ve çeşitli ülkelere gelen konuklarımızı standımızda ağırlıyoruz. Kendilerine firmamızı ve yeni ürünlerimizi tanıtıyoruz. Fuarlar yeni tasarladığımız ürünlerinizi sergilemek ve tanıtmak için büyük bir fırsat sağlıyor. Özellikle Rusya ve Almanya fuarları istediğimiz yoğunlukta geçiyor ve hedef ülkelerimizdeki potansiyel müşterilerimizle tanışma fırsatı buluyoruz. Her katıldığımız fuarda ihracat yapabileceğimiz müşteri sayısını ar-

tırma şansı yakalıyoruz. Aynı zamanda mevcut müşterilerimizin de istek ve taleplerini dinleme imkanı buluyoruz, bu bizim için çok kıymetli. Böylelikle ürünlerimizi ve kendimizi geliştiriyoruz. Bu durum da sürekli müşteri memnuniyetini beraberinde getiriyor.

İhracata adım atmanız ne zaman ve nasıl oldu? İhracata konu olan ilk ürününüz neydi ve bu ihracat nereye, nasıl gerçekleşti?

Firmamızın ihracatla tanışması 2000'li yıllara dayanıyor. O dönemde ürettiğimiz kontaktör için İran'a ihracat yapmaya başladık. O yıllarda ihracat birimiz yoktu. İran'da Türkçe bilen kişiler aracılığıyla bir şekilde ihracat gerçekleştirdik. Düşse kalka doğru yolu bulduk diyebilirim. Bu noktada fuarlar bizim için çok faydalı oldu. Bilinirliğimizi fuarlar sayesinde artırdık. Özellikle Orta Doğu ve Balkan ülkeleri İstanbul'daki fuarlara büyük ilgi gösteriyor. İnternetin ve maille iletişiminin çok yaygın olmadığı dönemlerde firmalarla fuarlarda tanışmak gayet önemliydi. İran'la başlayan ihracat sürecimiz yeni firmaların dikkatini çekmemizle bugün hızla devam ediyor. Firmamızda göreve başlamamla da birlikte ihracat birimiz faaliyete geçti. Yurt dışındaki firmalarla kurduğumuz ilişkiler dış ticarete tecrübe ve hız kazanmamızı sağlıyor. Katıldığımız fuarlar, gelişen teknoloji ve ürettiğimiz kaliteli ürünler sayesinde de ihracat yaptığımız ülke sayısı sürekli artmaya devam ediyor.

Firmamızın ihracat potansiyeli hakkında bilgi verir misiniz?

İmal ettiğimiz tüm kalemlerde 15 yıldır ihracat yapıyoruz. Hatta sadece ihracat için imal ettiğimiz ürünlerimiz de mevcut. 55 ülkeye direkt ihracat gerçekleştiriyoruz. Fakat doğ-

rudan pazarımız olmayan ülkelerde de Merih Asansör ürünleri satılıyor. Dolayısıyla bu rakamın 65'e ulaştığını söyleyebilirim. Başta Orta Doğu ülkeleri olmak üzere Avrupa, Asya, Afrika ve Avustralya'ya da ihracat gerçekleştiriyoruz. Yıllık üretimimizin yüzde 35'ini yurt dışına gönderiyoruz.

Peki bu pazarlara ürünlerinizi ihraç ederken ne gibi problemlerle karşılaşıyorsunuz? Sizce mevcut problemlerin çözümü için neler yapılması gerekiyor?

Mevcut pazarlarımızda yaşanan savaş hali ve istikrarsızlık en önemli problemimiz. Türkiye coğrafi olarak kilit bir noktada yer alıyor. Mısır'da yaşanan iç karışıklık, Irak ve Libya'daki olaylar, Yunanistan'ın yaşadığı ekonomik durum ve Rusya ile meydana gelen kriz gibi son dönemlerdeki olaylar ihracatımızı ciddi şekilde etkiledi. Uzun süre üzerinde çalışma yaptığınız bir ülkede sorunla karşılaştığımızda bu durum ihracatımızı doğrudan etkiliyor ve tekrar eski seviyelere ulaşmak da uzun zaman alıyor. Tabii bu kadar sorunun yanında Çin faktörünü de unutmamak gerekir. Çin'in ucuz işçilikle ürettiği düşük kaliteli ürünler de ciddi bir sorun olarak karşımızda duruyor. Çünkü birçok insan fiyat odaklı düşündüğü için düşük fiyatlı bu ürünlere yöneliyor. Kendi ülkemizde de global firmaların Çin'de üretim yaptırıp bu ürünleri Türkiye pazarına gümrük vergisinden muaf bir şekilde sokması da büyük bir dış ticaret açığına sebep oluyor. Yurt dışında, devlet politikalarının çok etkili olduğu bir ihracat sistemi var. Bizdeyse olay biraz tersten işliyor. Şöyle ki ülkemizde sanayici ihracata yönlendirilirken o imalatçının ürettiği yerli ürünler devlet kurumlarında yer bulamıyor. Böylelikle daha kendi devlet kurumlarına ürün satamayan ama ihracatta desteklenen bir konuma düşüyoruz. Bu çelişkili bir durum. Bence kendi pazarımızda da hak ettiğimiz güce kavuşmalıyız ki ihracatta da güçlü ve emin adımlarla ilerleyebilelim.

Merih Asansör için "Kalite" nasıl bir yerde duruyor? Bu kavrama nasıl bir pencereden bakıp, değerlendiriyorsunuz?

Kendini müşterisinin gözünden görebilen, üretim süreçlerinde uluslararası standartlara göre üretim yapabilen, tüm süreçlerini 360 derece izleyebilen bir firmayız. Tedarik zinciri yönetiminden başlayan üretim süreçlerimizin tüm aşamasında, kaliteden ödün vermeden üretim yönetimi yapan dinamik bir kadromuz var. Çağdaş üretim teknikleriyle üretim yapıp, makine teknolojilerini geniş perspektifte kullanıyoruz. Sektörünü ve çağını takip eden bu bakışımız, bizlere küresel pazarda öncü olma yolunu açıyor.

Firmanızı sektördeki benzerlerinden ayıran özellikler nelerdir?

İmal ettiğimiz ürünlerde 360 derece uçtan uca izleme yöntemini kullanıyoruz. Fabrikamızdaki teknolojik güce sahip makinelerimiz sayesinde seri üretim yapıyoruz. Ayrıca yurt içi ve yurt dışından gelen özel siparişleri de karşılayabiliyoruz. Ürünlerimiz imalattan sonra Türkiye ve dünyanın dört bir yanına sağlam bir şekilde rahatlıkla ulaştırılıyor. Satış sonrası servislerimizle müşterimiz dünyanın neresinde olursa olsun soru ve şikayetlerini en hızlı şekilde çözebilecek yapıya sahibiz. Aynı zamanda sahip olduğumuz yerli malı belgesi ile üretim yapmanın mutluluğunu ve gururunu yaşıyoruz. Standartların gerektirdiği tüm belgeleri rahatlıkla bünyemize katabiliyoruz. Ayrıca kalite belgelerimize TÜV'den aldığımız ISO 9001:2015 Kalite Yönetim Sistemleri Belgesi'ni de ekledik. Burada ayrıntı nokta, bu belgeyi TÜV'den alan ilk firma olmamız. Bunlarla beraber belgelerimize son olarak eklenen TURQUM'dan da söz edebiliriz. Sektöre her zaman yenilik katmak için çalışmalarımıza hız kesmeden devam ediyoruz.

Firmanız açısından 2015 ve 2016 yılı nasıl geçti?

2015, seviye atladığımız bir yıl oldu diyebiliriz. Çünkü üretim sistemlerimizi ERP'ye taşıdık. Bu sisteme uyum sağlamak, bazı eski alışkanlıklarımızdan kurtulup yeni sisteme geçmek çok kolay olmadı. Fakat süreci çok hızlı bir şekilde tamamladık ve ciddi bir yol kat ettik. Bu noktada yöneticilerimizin kararlı tutumunun ve çalışanlarımızın özverisinin önemli bir rolü var. 2015 yılında daha çok üretmekten ziyade, daha kontrol edilebilir üretim için çalışmalar yaptık. 2016 yılının üretim adetleri açısından çok iyi geçtiğini söyleyemesek de teknolojik yapılanma ve izlenebilirlik açısından elimizden gelenin en iyisini gerçekleştirdik. Yerel ve küresel anlamda yaşa-

"YURT DIŞINDA, DEVLET POLİTİKALARININ ÇOK ETKİLİ OLDUĞU BİR İHRACAT SİSTEMİ VAR. BİZDE İSE OLAY BİRAZ TERSTEN İŞLİYOR. ŞÖYLE Kİ, ÜLKEMİZDE SANAYİCİ İHRACATA YÖNLENDİRİLİRKEN O İMALATÇININ ÜRETTİĞİ YERLİ ÜRÜNLER DEVLET KURUMLARINDA YER BULAMIYOR."





nan tüm olaylar hayatımızı etkiliyor. Fakat yapılması gereken şikayet etmek değil, işimiz neyse onun daha iyisini yapmaya çalışmak olmalı.

Sektörün en büyük problem nedir?

Sektördeki en büyük sorun yerli malı ürünlerle karşı mevcut ön yargıdır. Oysa Türk firmaları artık ileri üretim teknikleriyle ve yurt dışına ciddi oranda ihracat yapıyor. Birçok ülkede ilk tercih edilenler listesinde yer alıyoruz. Avrupa ve Orta Doğu'nun çok sayıda resmi kurumunda ürünlerimiz kullanılıyor. Fakat ülkemizde yerli malı kullanım teşviklerine rağmen resmi kurumlarda yerli firmalar maalesef ikinci planda kalıyor. Önemli kurumların işlerini global firmalar alıyor. Birçok global firma da üretimini Çin'de yapıp Türkiye pazarında ürünlerini satıyor. Burada dikkat edeceğimiz çok önemli iki nokta bulunuyor. Çin'de hem işgücü ucuz hem de ülkemize girerken vergi muafiyeti var. Uygulanan düşük fiyatlar iç piyasada haksız rekabete yol açıyor. Bunun sonucunda rekabet ile baş edemeyen firmalar ya kapanıyor ya da kalitesiz ürün imalatına yöneliyor. Bu şekilde devam ettiği takdirde sektörümüz ciddi kayıplar yaşayacaktır. Bunun haricinde, ithal ürünlerde satış sonrasında kullanıcılar ciddi masraflarla karşılaşılıyor. İthal ürünlerde, montaj sonrasında gerçekleşen bakım ve yedek parça fiyatları yerli firmalara oranla oldukça yüksek düzeyde.

Merih Asansör olarak orta ve uzun vadeli hedefleriniz arasında neler yer alıyor?

Hedeflerimizin arasında dünyanın en büyük ve en prestijli üreticileri arasında olmak yer alıyor. Uluslararası platformlarda tanınan ve tercih edilen bir marka olmak için çok çalışıyoruz ve hedeflerimize doğru koşuyoruz. 2017 yılında temelini atacağımız 100 bin metrekarelik fabrika alanı projemiz bulunuyor. Birkaç sene içinde faaliyete geçireceğimiz fabrikamız tamamlandığında Türkiye'nin ve Orta Doğu'nun en büyükleri arasında yer alacak ve Merih Asansör sektöründe en büyük kapasiteli yerli üretici konumuna gelecektir.

Peki sektörünüzün geleceği hakkında neler düşünüyorsunuz?

Asansör sektörünün önü çok açık. Sürekli gelişen, ilerleyen ve teknolojiyle el ele gitmesi gereken bir sektör. Dünyada ve Türkiye'de her geçen gün artan nüfus ve bu artıştan kaynaklanan bir konut ihtiyacı söz konusu. Hızlı gelişen inşaat sektörüne paralel olarak asansör sektörü de bir gelişim grafiği izliyor. Bugün itibarıyla sektörümüzde birçok imalatçı firma var. Süreç içerisinde bu sayının azalacağını düşünüyorum. Bu durum sektörün küçülmesi değil, sektörün farklı bir seviyeye ulaşması anlamına geliyor.

"KENDİNİ MÜŞTERİSİNİN GÖZÜNDEN GÖREBİLEN, ÜRETİM SÜREÇLERİNDE ULUSLARARASI STANDARTLARA GÖRE ÜRETİM YAPABİLEN BİR FİRMAYIZ. TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİNDEN BAŞLAYAN ÜRETİM SÜREÇLERİMİZİN TÜM AŞAMASINDA, KALİTEDEN ÖDÜN VERMEDEN ÜRETİM YÖNETİMİ YAPAN DİNAMİK BİR KADROMUZ VAR."



BERNA ÖKMEN KİMDİR?

- ✓ İlk, orta ve lise eğitimimi Ankara'da tamamlayan Ökmen,
- ✓ İstanbul'da İngilizce işletme eğitimi aldıktan sonra 2002 yılında Merih Asansör'de iş hayatına başladı.
- ✓ Firmada yurt dışı satış, satın alma ve finans birimlerinde çeşitli görevler üstlenen Ökmen,
- ✓ 2007 yılından bu yana Merih Asansör Genel Müdür Yardımcısı olarak çalışmalarını sürdürüyor.

PRESTİJİN TARİFİ

*Özel dikim
Ceket*

#OlmasadaOlur

AMA EĞİTİM OLMAZSA OLMAZ.

Bu bayram siz de
Darüşşafaka'ya destek olun,
annesi ya da babası hayatta ol-
mayan çocuklarımızın
geleceğini aydınlatın.

Düzenli destekte bulunmak için **0850 222 1863**'ü arayabilirsiniz.

www.darussafaka.org

Darüşşafaka
1863
CEMİYET



“TEKNOLOJİYE YATIRIM YAPIYORUZ”

ÜRETİM HATTINDA İYİLEŞTİRMEYE GİDEREK KAYNAK VE BOYA İŞLEMLERİNİN BÜYÜK BİR KISMININ ROBOTLA YAPILMASI YÖNÜNDE ÇALIŞMALARINA BAŞLADIKLARINI SÖYLEYEN ÖNDER LİFT ÇELİK İHRACAT MÜDÜRÜ SAMET ADIGÜZEL, 2017'DEN İTİBAREN FARKLI ÜRÜN GRUPLARINDA DA İMALAT GERÇEKLEŞTİRMEYİ PLANLADIKLARINI SÖYLÜYOR.

moment



Bekir Adıgüzel tarafından 1977 yılında kurulan Önder Lift Çelik, 2001 yılına kadar Sağlam Hidrolik adıyla faaliyet gösterdi. Kurumsallaşma çalışmaları çerçevesinde üretim kapasitesini ve ürün skalasını artıran firma, bugün Önder Lift Çelik adıyla dünyanın 26 ülkesine kaldırma ekipmanları ve endüstriyel masa ve dolap ihraç ediyor.

Firmalarını kendi sektöründe bir adım daha ileri taşımak adına büyük uğraş verdiklerini dile getiren Önder Lift Çelik İhracat Müdürü Samet Adıgüzel, “Ulusal ve uluslararası

pazarda etkin, sektöründe öncü, güvenilir, saygın ve küreselleşen dünyanın ihtiyaç duyduğu teknolojiye ayak uyduran bir firma haline gelmek amacıyla çalışmalarımız devam ediyoruz” diyor. Samet Adıgüzel ile Önder Lift Çelik’in 1977’lerde başlayan ve bugüne kadar devam eden sektörel yolculuğunu ve gelecek hedeflerini konuştuk.

Önder Lift Çelik şirket yapılanması hakkında bilgi verir misiniz?

Firmamızda görev dağılımı aile bireyleri arasında yapılmıştır. Bekir Adıgüzel Genel Mü-



dür, Semih Adıgüzel Üretim Bölümü Müdürü, ben de İhracat Müdürü olarak görev yapıyorum. Aldığım uluslararası ticaret ve finansman eğitimi çerçevesinde ihracat alanı da dahil olmak üzere firmamızın idari işlerini yönetiyorum.

Firma olarak üretiminizi nerede ve nasıl gerçekleştiriyorsunuz?

Üretim faaliyetlerimizi Turgutlu Organize Sanayi Bölgesi'nde iki ayrı fabrikada 15 bin metrekare kapalı olmak üzere toplamda 40 bin metrekarelik alanda sürdürüyoruz. Tüm üretim sürecimiz 3D programların analiz hesaplamalarıyla son teknoloji makineler ve alanında eğitilmiş personelle gerçekleştiriliyor. Üretim ve öncesindeki aşamalarda uzman mühendislerimiz süreçleri büyük bir dikkatle yönlendiriyor. Firmamız üretim tesisiyle sektörde Türkiye'nin en büyük üreticileri arasındadır. Ayrıca İstanbul İMES Sanayi Sitesi'nde de bir showroomumuz bulunuyor. Bu alanda imal ettiğimiz ürünlerin prototip modelleriyle çeşitli makinelerimizi sergiliyoruz.

Ürün çeşitleriniz ve bunların özellikleri hakkında bilgi verir misiniz?

Firmamız iki ana grupta üretim yapıyor. Ana ürün grubumuz kaldırma ekipmanları ve diğeri de endüstriyel masa ve dolaplardır. Kaldırma ekipmanları üretimimizin yüzde 90'lık

bölümünü oluşturuyor. Makaslı yük platformları, personel platformları ve istifleme makineleri kaldırma ekipmanları ürün grubunun içinde yer alıyor. Tüm işletmelerde bulunması gereken makaslı yük platformları genel olarak katlar arasında malzeme taşıma, montaj ve yükleme gibi alanlarda kullanılıyor. Bu gruptaki üretimlerimiz tamamen özel üretim ve kullanıcı bazlı olarak imal ediliyor ve 100 kilogramdan 200 tona kadar kaldırma kapasitesine sahipler. Personel platformuysa yüksekte yapılacak çalışmalar için personelin yukarıya kaldırılması için kullanılıyor. Bu ürünler de artan iş güvenliği önlemleri neticesinde, her işletmenin kullanması gereken ürünler haline geldi.

Firmanız ve ürünleriniz ile ilgili yürüttüğünüz TÜBİTAK vb. projeleriniz var mı?

Henüz TÜBİTAK'a başvurmadığımız ancak prosesini kendi bünyemizde yürüttüğümüz projelerimiz mevcut. Başvuru sürecini 2017 yılı içerisinde tamamlayıp bu alandaki çalışmalarımızı hızlandırmayı düşünüyoruz.

Çalışanlarınızın gelişimi konusunda gerçekleştirdiğiniz çalışmalar var mı?

Çalışanlarımızın gelişimi, ürün ve üretim kalitesini doğrudan etkilediğinden firmamız bu konuya özel bir önem veriyor. Her departman, kendi alanıyla ilgili profesyonel kadrolardan eği-

"MAKASLI PLATFORM VE PERSONEL PLATFORMU ÜRÜN GRUBUMUZUN YÜZDE 70'İNİ YURT DIŞINA İHRAÇ EDİYORUZ. BU RAKAM HER GEÇEN YIL ARTIYOR. BUGÜN İTİBARIYLA DÜNYANIN 26 ÜLKESİNE ÜRÜNLERİMİZİ GÖNDERİYORUZ."





tim alıyor. Kaynak, boya, montaj, CNC gibi konularda çeşitli eğitim çalışmaları yürütüyoruz.

Firma olarak yurt içi ve yurt dışında düzenlenen fuarlara katılıyor musunuz?

Uzun yıllardır dünyanın hemen her yerinde gerçekleştirilen sektörel fuarlara katılıyoruz. Söz konusu fuarlar sayesinde potansiyel müşterilerimize ve bayilerimize ürünlerimizde gerçekleştirdiğimiz yenilikleri doğrudan gösterme olanağı elde ediyoruz. 2017 yılı içerisinde ise Güney Amerika'da katılmayı planladığımız bir fuar mevcut.

İhracata adım atmanız ne zaman ve nasıl oldu? Bunun size özel bir hikayesi var mı? İlk ihracatımızı 2002 yılında Suudi Arabistan'a gerçekleştirdik. Cidde'de katıldığımız bir fuar sonrasında oradaki bayimizin temelleri atıldı ve ilk personel platformumuzu ihraç ettik.

Firmanızın ihracat potansiyeli hakkında bilgi verir misiniz?

Makaslı platform ve personel platformu ürün grubumuzun yüzde 70'ini ihraç ediyoruz. Bu rakam her geçen yıl artıyor. Bugün itibarıyla dünyanın 26 ülkesine ürünlerimizi gönderiyoruz. Avrupa'da yoğun olarak çalıştığımız ve çevre ülkelere de satış gerçekleştirdiğimiz nokta Polonya. Ayrıca tüm Avrupa'da temsilciliklerimiz mevcut. Diğer taraftan Güney Amerika'da Brezilya merkezli bir temsilciliğimiz de bulunuyor. Orta Doğu'da ise tüm ülkelerde aktif olarak hizmet veriyoruz. Belarus merkezli bayimizle Rusya'ya ihracat gerçekleştiriyoruz. Türk Cumhuriyetleri'ne de uzun yıllardır ürünlerimizi gönderiyoruz.

Kendinize nasıl bir vizyon belirlediniz?

Ulusal ve uluslararası pazarda etkin, sektörde öncü, güvenilir, saygın ve küreselleşen dünyanın ihtiyaç duyduğu teknolojiye ayak uyduran bir firma haline gelmek vizyonumuzu oluşturuyor.

Firmanız açısından "Kalite" kavramı nasıl bir yerde duruyor?

Kalite şirketimizin en önemli politikasıdır. Biz kaliteyi sadece ürün bazlı olarak değer-

"HER FABRİKA VE TESİSTE KULLANILMASI GEREKEN ÜRÜNLER İMAL ETTİĞİMİZ İÇİN HEM İÇ HEM DE DIŞ PAZARDA BÜYÜK İLGİ GÖRÜYORUZ.

BU GELİŞMELER İŞİĞİNDA SEKTÖRE DOĞRU ORANTILI OLARAK FİRMAMIZIN DA İLERLEYEN YILLARDA BÜYÜYECEĞİNİ ÖNGÖRÜYORUZ."





“UZUN YILLARDIR DÜNYANIN HEMEN HER YERİNDE GERÇEKLEŞTİRİLEN SEKTÖREL FUARLARA KATILYORUZ. SÖZ KONUSU FUARLAR SAYESİNDE POTANSİYEL MÜŞTERİLERİMİZE VE BAYİLERİMİZE ÜRÜNLERİMİZDE GERÇEKLEŞTİRDİĞİMİZ YENİLİKLERİ DOĞRUDAN GÖSTERME OLANAĞI ELDE EDİYORUZ.”

lendirmiyoruz. Kalite, Önder Lift Çelik için ana hatlarıyla; ürünün mükemmellik derecesi, üstün ve efektif tasarımı, işi zamanında ve bir seferde doğru üretmek ve müşteri memnuniyeti anlamını da taşıyor. Bu bağlamda ISO 9001 kalite standardını tüm projeste aktif olarak uyguluyoruz.

Firmanız sektördeki benzerlerinden ayıran özellikler nelerdir?

Sunduğumuz yüksek düzeyde mühendislik ve satış sonrası servis hizmeti firmamızın en önemli özellikleri olarak öne çıkıyor. Satış sonrası düzenli bakım ile servis hizmetini eğitimli ve donanımlı servis personelimizle kesintisiz sürdürüyoruz.

Firmanız açısından 2015 ve 2016 yılı nasıl geçti? Bu anlamda söz konusu yılların beklentilerinizi karşıladığını söyleyebilir miyiz? 2015 ve 2016 yılında yatırımlarımızı hız kesmeden sürdürdük. Ancak küresel ekonomik durum nedeniyle sektörde bir daralma söz konusu. Buna rağmen firmamız yakaladığı büyüme ivmesini önümüzde yıl da sürdürmeyi arzuluyor.

İleriye yönelik projeleriniz ve gelecek hedeflerinizden bahsedebilir misiniz?

Üretim hattında iyileştirmeye giderek kaynak ve boya işlemlerinin büyük bir kısmının robotla yapılması yönünde çalışmalara başladık. Bu konuda devlet desteklerinden de faydalanacağız. Satış-pazarlama ayağında da yeni ülke pazarlarına giriş için çalışmalarımızı sürdürüyoruz. 2017 yılı sonu itibarıyla ihracat gerçekleştirdiğimiz ülke sayısını 30'a yükseltmeyi hedefliyoruz. Ayrıca mevcut ürün gruplarının yanında farklı ürün gruplarında da üretim planlaması yapıyoruz. Bu konudaki piyasa araştırmaları ve analizlerimiz devam ediyor.

Önder Lift Çelik olarak sektörün geleceği hakkında neler söyleyebilirsiniz?

Ürünleri yoğun talep gören gelişime son derece açık bir sektörde faaliyet gösteriyoruz. Her fabrika ve tesiste kullanılması gereken ürünler imal ettiğimiz için hem iç hem de dış pazarda büyük ilgi görüyoruz. Bu gelişmeler ışığında sektörle doğru orantılı olarak firmamızın da ilerleyen yıllarda büyüyeceğini öngörüyoruz.



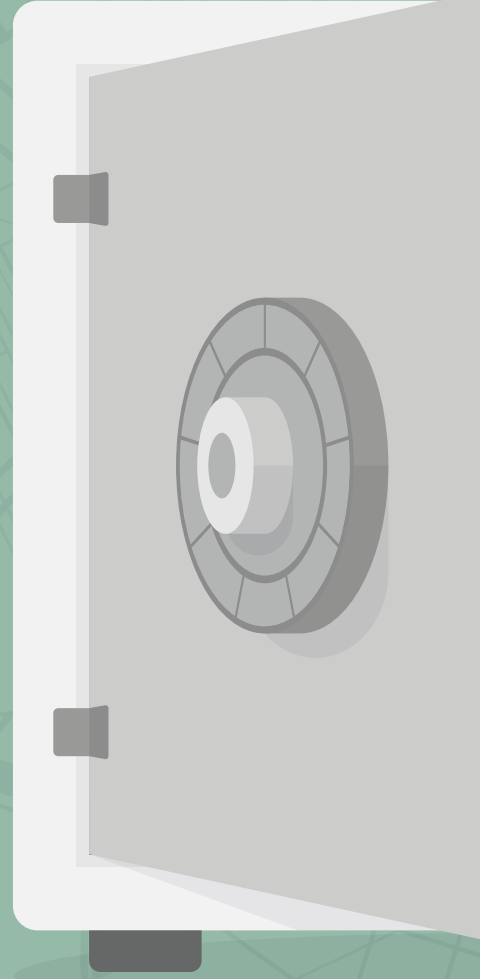
SAMET ADIGÜZEL KİMDİR?

- ✓ İzmir Ekonomi Üniversitesi Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü'nden 2009 yılında mezun olan
- ✓ Samet Adıgüzel, bu tarihten itibaren aile firmalarında çalışmaya başladı.
- ✓ Firmanın satış, muhasebe ve satın alma birimlerinde çeşitli görevler üstlenen Adıgüzel bugün itibarıyla
- ✓ Önder Lift Çelik İhracat Müdürü ve Genel Müdür Yardımcısı olarak çalışmalarını sürdürüyor.



PATENT İLE FİKRİNİZ KORUMA ALTINDA

PATENT VE FAYDALI MODEL, AR-GE İLE ELDE EDECEĞİNİZ BULUŞ VE TEKNİKLERİN MÜLKİYET HAKLARINI KORUMA ALTINA ALAN EN GÜÇLÜ HUKUKSAL DAYANAĞINIZDIR. HELE Kİ ENDÜSTRİ 4.0 ARİFESİNDEYKEN, HATTA BU YENİ SANAYİ DEVRİMİNİN İÇİNDEYKEN, PATENT VE FAYDALI MODELİN ÖNEMİ DAHA DA FAZLA ANLAŞILIYOR.







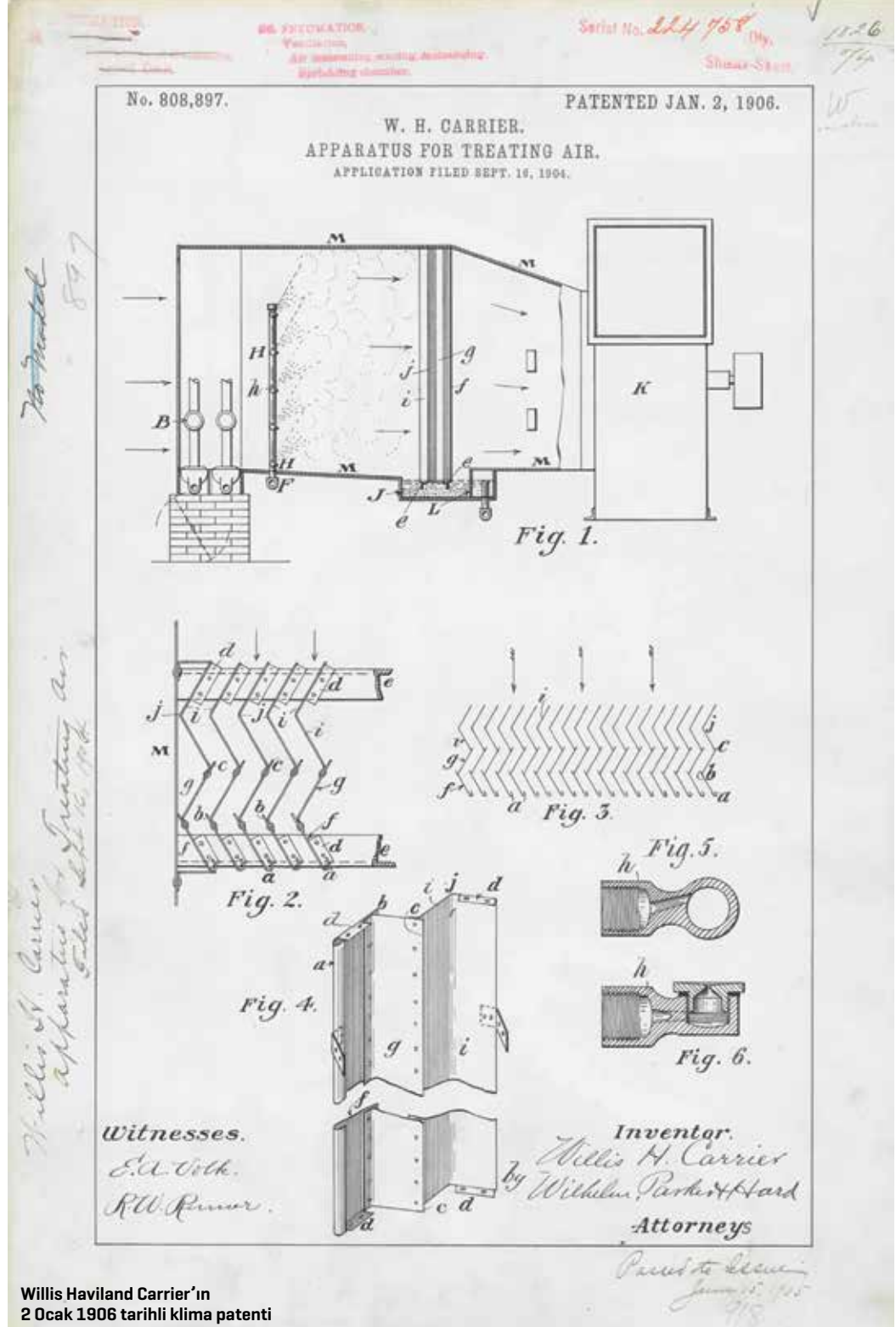
AVRUPA'YLA YARIŞIR
HALE GELEN TÜRKİYE'NİN
PATENT ŞAMPİYONU
SON YILLARDA MAKİNE
SEKTÖRÜ OLUYOR.
2014'TE TOPLAM
BAŞVURULARIN YÜZDE
38,7'SİNİ YAPAN
SEKTÖR, 2015'TE DE
PATENT LİDERLİĞİNİ
SÜRDÜRDÜ.

PATENT SAYISINDAKİ
ARTIŞ HIZINDA TÜRKİYE
AVRUPA GENELİNDE
YERLİ PATENT
BAŞVURULARINDA
8'İNCİ, MARKA
BAŞVURULARINDA
1'İNCİ, TASARIM
BAŞVURULARINDA
İSE 2'NCİ SIRADA YER
ALİYOR.

Endüstri 4.0 artık her platformda konuşuluyor. Küresel üreticiler bu kavram üzerinden gerçekleşecek yeni üretim teknikleri ve ekonomi parametrelerine uyum sağlamak için var güçleriyle çalışıyor. Şirketlerin Ar-Ge birimleri, hiç olmadıkları kadar öne çıkıyor, Ar-Ge ve Ür-Ge bütçeleri devasa paylar alıyor, devletlerin Ar-Ge yaklaşımları güçleniyor.

Çünkü Ar-Ge ile elde edilen yeni bilgiler, buluşlar ve geliştirilen teknikler, katma değerli üretim için olmazsa olmaz bir ihtiyaç olmaya başladı. Günümüzün konvansiyonel üretim teknikleri çok yakın bir dönemde daha kompakt ama daha hızlı ve kapsamlı, daha çevreci tekniklere evrimleşecek.

Bu çerçevede, şirketlerin dünyaya son derece açık ve yaratıcı olmaları, buluşçuluğu öne çı-



Willis Haviland Carrier'ın
2 Ocak 1906 tarihli klima patenti

karacak yapıları bünyelerinde kurmaları ve bu yapıları büyük desteklerle kullanmaları gerekli. Elbette bu sistemin işlerliği için harcanacak bütçelerin heba olmasını; elde edilecek yeni ve son derece kıymetli bilgilerin rakiplerinizin eline kolayca geçmesini istemezsiniz değil mi?

Patent ve faydalı model, Ar-Ge ile elde edeceğiniz buluş ve tekniklerin mülkiyet haklarını koruma altına alan en güçlü hukuksal dayanağınızdır. Hele ki Endüstri 4.0 arifesindeyken, hatta bu yeni sanayi devriminin içindeyken, patent ve faydalı modelin önemi daha da fazla önem kazanıyor.

BULUŞÇULAR DESTEKLENMELİ

Türk Patent Enstitüsü Yönetim Kurulu Başkanı Prof. Dr. Habip Asan, uluslararası platformda sayısal açıdan en çok yasal düzenlemenin fikri ve sınaî mülkiyet hakları kapsamında yapıldığına, tam olarak bu yüzden dikkat çekiyor. 21'inci yüzyıla damga vuran en önemli gelişmenin, ekonomi küreselleşirken sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş olduğuna değinen Prof. Dr. Asan, bu süreç içinde teknolojik gelişmelerin ticari alanda uygulamaya konulmasıyla yeni mal ve hizmetlerin geliştirildiğinin, ancak büyük zihinsel faaliyetler sonucunda ortaya çıkan bu yeni mal ve hizmetlerin izinsiz kullanımının da her zamankinden daha yüksek seviyelere çıktığının altını çiziyor. Patent ve faydalı model, yapılan yatırım ve çalışmaların sonucu olarak katma değer yaratacak bir buluş ortaya çıkarıldığında ve piyasaya sürüldüğünde, rakiplerin aynı zahmeti çekmeden ve aynı maliyetlere katlanmadan buluş konusu ürün ya da üretim yönetimini taklit etmemesi için alacağınız en etkili önlemlerdir. Patent hakkı, buluş sahibine buluşu üzerinde belirli bir süre için mutlak ve inhisarı yetki sağlar. Bu hak, buluş sahibine, izinsiz kullanımlara engel olmak yetkisiyle beraber, hakkını üçüncü kişilere devretmek ya da belirli bir süre için üçüncü kişilerin buluştan yararlanmasına izin vermeyi de kapsar.

Patent sisteminin temel amacı, teknik, ekonomik ve sosyal gelişmenin sağlanmasıdır. Bu gelişmelerin sağlanabilmesi için toplumun teknolojik gelişmişlik düzeyinin yükseltilmesi; teknolojik seviyenin yükseltilebilmesi için de teknik alana buluşların ve yeniliklerin ilave edilmesi, yani teknik alanın zenginleştirilmesi gereklidir. Ancak Prof. Dr. Asan, teknik alanın zenginleştirilmesinin kolay olmadığını vurgularken, "Bunun yapılabilmesi için gerçekten yeni buluşlar ortaya çıkartılmış olmalıdır. Yeni buluşların ortaya çıkarılabilmesi ve böylece teknolojik gelişmenin sağlanabilmesi için, yenilik üretkenlerin teşvik

BULUŞTAN PATENTE GİDEN YOL

- Bir şeye buluş demek için onun sıfırdan bir icat olması gerekmez. Emsallerine göre az da olsa teknik bir avantaj sağlayan basit bir çözüm bile buluş sayılabilir.
- Bir buluşa patent alabilmenin ilk şartı teknik bir problemi çözmesidir. Diğer bir deyişle ortaya çıkan faydanın görecesiz olması, ölçümlenebilir olması gerekir. Örneğin çok lezzetli bir süt üretim argümanıya patent alınması mümkün değildir.
- Bir buluşa patent almak için onu üretmiş olmanız gerekmez, hatta bir prototipiniz bile olmayabilir ancak el çizimiyle bile olsa, o alanda uzman kişinin buluşu uygulayabileceği kadar bir teknik bilgiyi vermeniz gereklidir.
- Patent başvurusundan önce buluşunuzu kesinlikle halka açmayın. Halka açtıysanız bir yıldan önce mutlaka patent başvurusu yapın. Başvurudan önce yaptığınız bir ifşa patent almanıza engel olabilir. Eğer birine teknik bilgileri açma zorunluluğunuz varsa, bu durumda bu kişi/kişilerle bir "Gizlilik Anlaşması" yapmalısınız.
- Bir sonraki aşama patent araştırmasıdır. Bu araştırma ile var olan bir şeyi yeniden bulma ya da başkası adına patentli bir projeye emek ve para harcama riski kalmayacaktır. Ayrıca, bu araştırmalar çok değerli yeni fikirler edinmenizi de sağlayabilir. Patent araştırma işlemi daha Ar-Ge sürecinin en başlarında yapılmalı ki boşuna emek ve para harcamayın. Kapsamlı bir patent araştırmasının maliyeti 1000-2 bin 500 dolar arasında değişir. Bununla birlikte, buluş konusunda çalışan herkes <http://ep.espacenet.com> adresi aracılığıyla tescilli patentlerle ilgili ciddi bir çalışma yapabilir.
- Patent araştırmasının sonucu kısmen bile olumlu olsa patent başvurusu yapın. Patent başvurusundaki en kritik aşama patent tarifnamesinin hazırlanmasıdır. Patent tarifname hazırlığı hem teknik hem de hukuki bilgiyi gerektirir ve mutlaka tecrübeli bir patent vekiline yapılmalıdır. Aksi takdirde patent başvurunuzun geniş bir koruma sağlaması mümkün olmayabilir.
- Patent başvurusuyla beraber hukuki koruma başlar. Ancak patent belgesinin gelmesi iki ila dört yıl arası bir süre alabilir. Neticede bir incelemeli patent belgesi, buluşunuz üzerinde 20 yıllık çok etkin bir koruma sağlar.
- Aşıkâr olan, diğer bir deyişle bir Ar-Ge süreci neticesinde çıkmayan, bir kerede düşünülebilecek çözümler için Faydalı Model belgesi alınabilir. Faydalı Model de patentle neredeyse aynı hakları 10 yıl boyunca sağlayan etkin bir koruma enstrümanıdır. Faydalı Model süreci bir yıl içinde sonuçlanır.
- Patent vekilinizi dikkatli seçin. Patent vekilinizi seçerken fiyat odaklı olmayın, doktorunuzu, avukatınızı seçer gibi titiz davranın. Patent vekilliği dünyada bariyeri yüksek mesleklerden biridir. İyi bir patent vekilinin tekniği ve hukuku tek bir potada eritmiş olması ve kendini de bu alanda sürekli güncel tutabiliyor olması gerekir.



edilmeleri gerekir. Çünkü yeni buluşların ortaya çıkartılabilmesi için emek, zaman ve sermayeye ihtiyaç vardır. Buluş yapmak için çaba harcayan kimse bu çabasının karşılığını alamadığı takdirde, bir daha buluşlar ortaya çı-



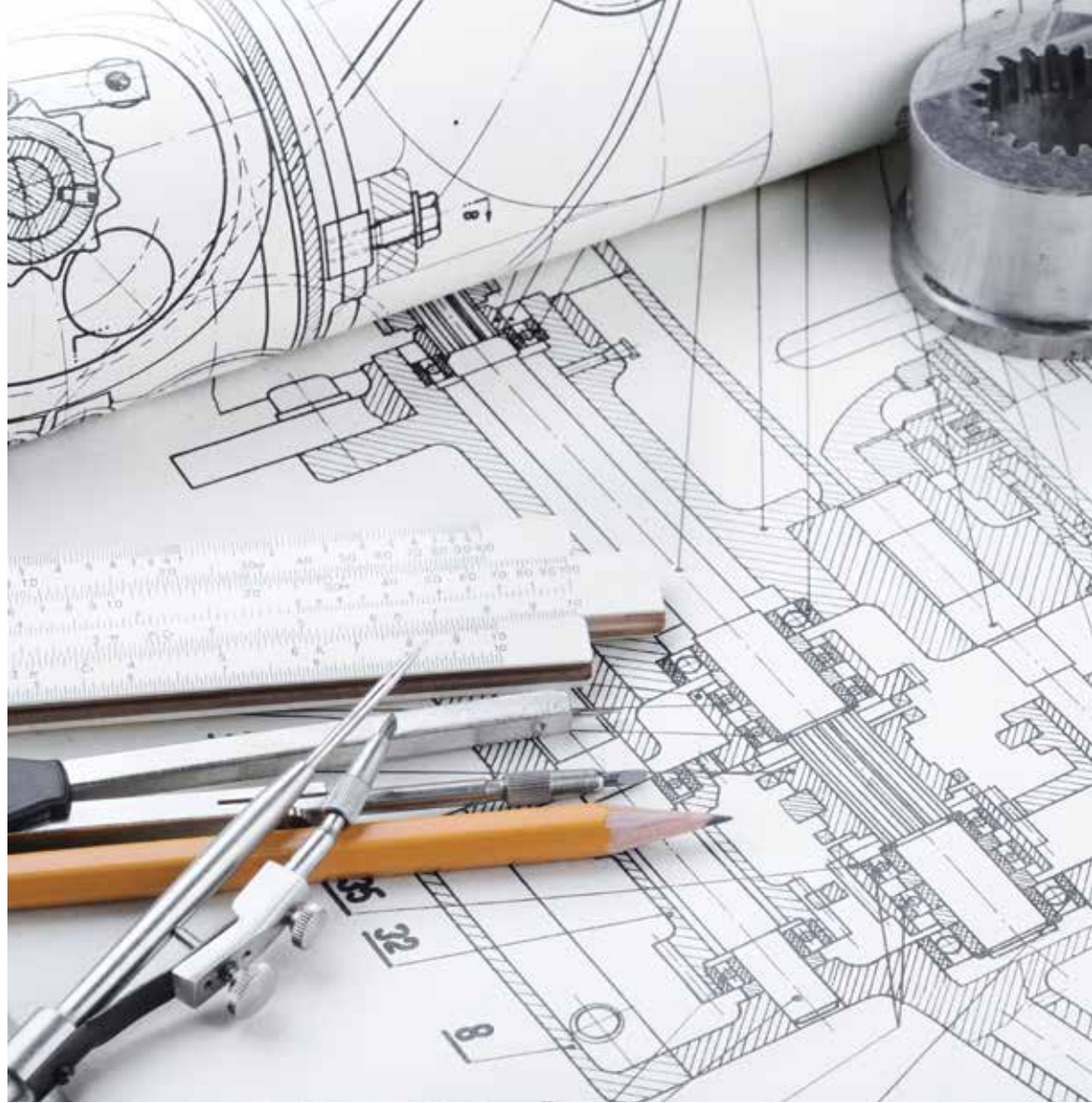
“PATENTLERİN TİCARİLEŞMESİNE KATKI SAĞLAYACAĞIZ”



Dr. Faruk ÖZLÜ
Bilim, Sanayi ve Teknoloji
Bakanı

“Ticarileştirmeyi kolaylaştırmak amacıyla kamu destekli projeler sonucu ortaya çıkan buluşun hak sahipliğini projeyi yürüten tarafa bırakacağız. İhdas edilen yeni daireler ve kadrolarla, Türk Patent Enstitüsü'nün idari kapasitesini güçlendireceğiz. Sınai mülkiyet sistemimizin en önemli unsurları arasında yer alan patent ve marka vekilleriyle ilgili düzenlemeleri de hayata geçirecek, her açıdan çok daha güçlü bir sınai mülkiyet sistemi inşa edeceğiz.

Borsa İstanbul bünyesinde kurulacak Fikri Mülkiyet Borsası da patentlerin ticarileşmesine büyük katkı sağlayacak. Ülkemizde, patentlerin, tasarımların, markaların hem nicelik hem de nitelik olarak artması için yoğun bir şekilde çalışacağız. İşletmelerin finansal yapılarında da marka değerlerinin ve patentlerin ağırlık kazanmasını istiyoruz.”



karmak için uğraşmayacaktır. Bu nedenle, ortaya buluş çıkartan kimselerin desteklenmesi teşvik edilmesi gerekir” değerlendirmesinde bulunuyor.

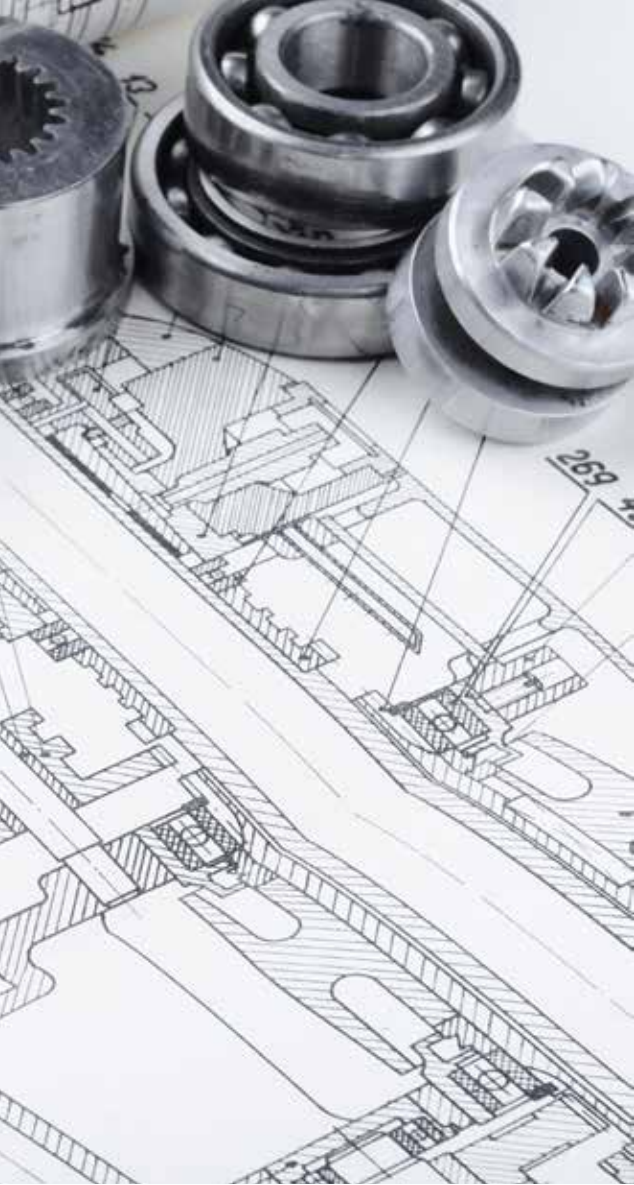
MAKİNE SEKTÖRÜ PATENT LİGİNDE DE LİDER

Hatırlanacağı üzere, patent artış hızında Türkiye Avrupa genelinde yerli patent başvurularında sekizinci, marka başvurularında birinci, tasarım başvurularında ise ikinci sırada yer alıyor. Avrupa'yla yarışır hale gelen Türkiye'nin patent şampiyonu ise son yıllarda makine sektörü oluyor. 2014'te toplam başvuruların yüzde 38,7'sini yapan sektör, 2015'te de patent liderliğini sürdürdü.

Özellikle KOBİ'lerin patent ve buluşlarını beş yıl içinde 18 kat artırmayı başarmaları elbette sevindirici bir gelişme. Ancak 2023 için belirlenen ihracat hedeflerinin yanı sıra değişen küresel ekonomi içerisinde daha güçlü yer almanın koşulu olarak, küresel patent liginde

daha yüksek sıralarda yer almamız gerekiyor. MAİB Yönetim Kurulu Başkanı Adnan Dalgakıran'a göre de bu tablo yeterli değil; ancak Türkiye ekonomisinin gidişatı açısından oldukça önemli. Makine sektörünün ihracat ve büyümede Türkiye ortalamasının üzerinde performans gösterdiğini belirten Dalgakıran, “Buluş hızında sektörümüz ön sıralarda. Yüksek teknolojiye üretim yapmamız da patent başvurularının niteliksel değerini yükseltiyor. Ar-Ge teşviklerinin bunda büyük etkisi var” derken, bu teşviklerle birçok firmanın kendi Ar-Ge merkezlerini kurduğunu ve yatırımlarını Ar-Ge'ye aktarmaya başladıklarını ifade ediyor.

Türk Patent Enstitüsü verilerine göre 2014'te 15 bin 943 olan toplam patent ve faydalı model başvurusu, 2015 yılında 17 bin 541'e yükseldi. Bu dönemde yerli patent başvurusu bir önceki yıla göre yüzde 13,4 artarak 5 bin 512 olurken, 2016'nın ilk çeyreğinde ise 3 bin 223



patent başvurusu yapıldı; başvurulardan 2 bin 225'i ise patent belgesi almaya hak kazandı. Yılın ilk çeyreğindeki patent başvurularının bin 226'sı yerli, bin 997'si yabancı kişi ve firmalardan gelirken, günlük patent başvuru ortalaması ise 35'i buldu. Veriler, diğer yandan, geçen yılın aynı dönemine göre yerli patent başvurularında yüzde 24,1, yabancı patent başvurularında ise yüzde 4,8 artışa işaret ediyor. Toplam patent başvurusundaki artış ise yüzde 11,4 olarak ölçüldü.

Benzer şekilde, faydalı model tescili için de TPE'ye bu yılın ilk üç ayında 963'ü yerli, 20'si yabancı olmak üzere 983 ürün için başvuru yapıldı. Endüstriyel tasarım kapsamında ise aynı dönemde 11 bin 377 başvuru alındı.

AR-GE MERKEZLERİ, PATENT BAŞVURU SAYISINI ARTIRDI

Patent ve faydalı model başvurularındaki artışta, MAİB Yönetim Kurulu Başkanı Ad-

nan Dalgakıran'ın da vurguladığı gibi, sayıları 265'e ulaşan Ar-Ge merkezlerinin etkisi büyük rol oynuyor. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı verilerine göre, Ar-Ge merkezi belgesi alan 295 işletme içinde faaliyete geçen 233 firmanın bin 22 buluşu patente dönüştürmesi, bunun en iyi örneği. Ayrıca istihdama da katkı sağlayan Ar-Ge merkezlerinde, Türkiye genelinde halen 27 bin 500 mühendis çalışıyor. Pek çok yenilikçi çabanın sürdürüldüğü merkezlerde 5 bine yakın proje yürütülürken, Ar-Ge merkezlerindeki faaliyetler sonunda ortaya çıkarılan ürün ve yöntemler için bugüne kadar tam 3 bin 639 patent başvurusunda bulunuldu.

Diğer yandan TPE verilerine göre başvurulara bölgeler bazında bakıldığında Marmara Bölgesi'nin başı çektiği gözleniyor. Bu alanda ikinci sırada yer alan İç Anadolu Bölgesi'ni üçe katlayan Marmara Bölgesi, 3 bin 361 patent başvurusuyla hem geçen yılın rekorunu kırdı hem de diğer bölgelerin açık ara önüne geçti.

Benzer şekilde, patent sayısı yüksek illerin sanayileşmiş ve üniversite sayısı fazla iller arasından çıkması da dikkat çekiyor. Dokuz ilde başvuru sayısı 100'ü geçerken, İstanbul'dan yapılan başvurular bir önceki yıla göre yüzde 10 artarak 2 bin 399'a yükseldi. Bu alanda birinciliği elinde bulunduran İstanbul'u 636 başvuruyla Ankara ve 440 başvuruyla Bursa takip ediyor.

DÜNYA PATENT LİGİNDE 15'İNCİYİZ

2015 yılı Dünya Fikri Mülkiyet Teşkilatı verilerine göre dünyada patent başvurularında Türkiye 15'inci, marka başvurularında altıncı, tasarım başvurularında dördüncü sırada bulunuyor.

Dünyada her yıl 2 milyondan fazla patent başvurusu yapılırken, Türkiye halen toplam başvuruların ancak ikisini gerçekleştiriyor. Oysa uzmanlar, 2023 hedeflerine ulaşabilmek için Türkiye'nin patent sayılarını yıllık 5 bin seviyelerinden 50 bine çıkarması gerekliliğine dikkat çekiyor. Ancak böylelikle, inovatif çözümlerle başlayan, patent araştırmalarıyla doğrulanan ve güçlü patentlerle taçlandırılan Ar-Ge süreçleriyle emek yoğun ekonomiden değer yoğun ekonomiye geçişi tamamlayabiliriz.

Patent sayılarının 10 kat artması için temel koşullardan biri ise çağın gerekliliklerine sahip bir patent sisteminin yasal zeminde kurulmasıdır. Bu amaçla TBMM'ye sevk edilen Sınai Mülkiyet Kanunu Tasarısı'nın 2017 içerisinde görüşülmesi ve yasalaşması bekleniyor. Söz konusu yasa tasarısı marka, tasarım ve patentlerle ilgili başvuru, tescil ve koruma süreçlerini hem daha hızlı hem de daha etkin

“YENİLİKÇİLİĞİN TEŞVİK EDİLMESİ GEREKİR”



Prof. Dr. Habip ASAN
Türk Patent Enstitüsü
Yönetim Kurulu Başkanı

“21'inci yüzyıla damga vuran en önemli gelişme, ekonomi küreselleşirken sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişi. Bu süreç içinde teknolojik gelişmelerin ticari alanda uygulamaya konulmasıyla yeni mal ve hizmetleri geliştiriliyor ancak büyük zihinsel faaliyetler sonucunda ortaya çıkan bu yeni mal ve hizmetlerin izinsiz kullanımı da her zamankinden daha yüksek seviyelere çıktı. Yeni buluşların ortaya çıkartılabilmesi ve böylece teknolojik gelişmenin sağlanabilmesi için, yenilik üretkenlerin teşvik edilmeleri gerekir. Çünkü yeni buluşların ortaya çıkartılabilmesi için emek, zaman ve sermayeye ihtiyaç vardır. Buluş yapmak için çaba harcayan kimse bu çabasının karşılığını alamadığı takdirde, bir daha buluşlar ortaya çıkarmak için uğraşmayacaktır. Bu nedenle, ortaya buluş çıkartan kimselerin desteklenmesi teşvik edilmesi gerekir.”

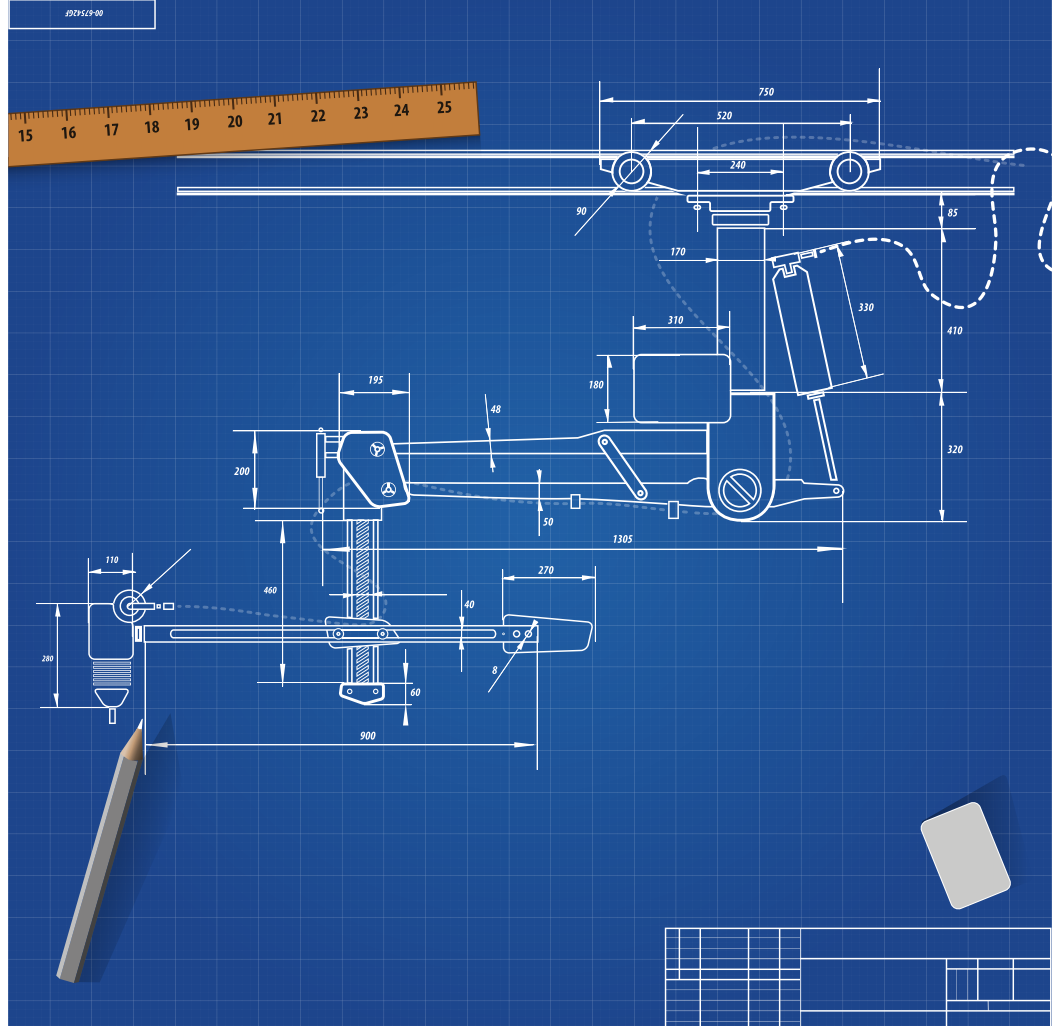


“HALA ZİNCİRLERİMİZİ KIRAMADIK”



Prof. Dr. A. Hamit SERBEST
ÜSİMP Yürütme Kurulu Başkanı

“Bugün insanımız bir kitabın korsan baskısını almayı tercih ediyorsa veya dinlemek istediği müzikleri yasal olmayan yollardan ediniyorsa, bu eserleri geliştirenlerin haklarına saygı duymuyor demektir. Benzer şekilde sanayicimizde de yerleşik yaygın kanı, patent aldığı takdirde tüm bilgisinin kopyalanacağı ve yasal yollardan hakkını aramasının uzun yıllar süreceği yönündedir. Ar-Ge yapmak ve daha yüksek katma değerli ürünler yetiştirmek konusunda hala zincirlerimizi kıramadığımız acı bir gerçek. Bu durumun nedeni sanayicimizin bunu başarabilecek yetkinlikte olmaması mı? Kesinlikle hayır! Gerçekte eksik olan, uzun vadeli plan ve yatırım yapabilecek güce ve inanca sahip olmamalarıdır. Ülkenin uzun yıllardan bu yana içinde bulunduğu ekonomik ve siyasi çalkantılar da sanayicimizi ürkek bir politika izlemek zorunda bırakıyor.”

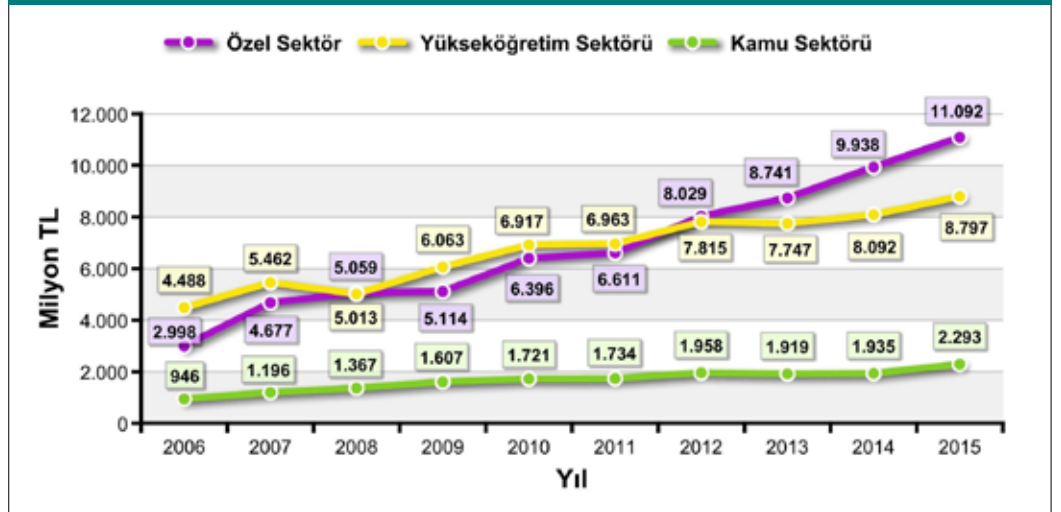


bir hale getirecek; sınai mülkiyet haklarının ihlali halinde cezai değil hukuki yaptırımları güçlendirecek; tasarımlar için yenilik incelemesi getirecek ve incelemesiz patent sistemini kaldıracak. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Dr. Faruk Özlü, ilgili yasa ile verilen patentlere, tescil sonrasında da itiraz edilebilmesini sağlayacaklarını dile getirirken, “Ti-

carileştirmeyi kolaylaştırmak amacıyla kamu destekli projeler sonucu ortaya çıkan buluşun hak sahipliğini projeyi yürüten tarafa bırakacağız. İhvas edilen yeni daireler ve kadrolarla, Türk Patent Enstitüsü’nün idari kapasitesini güçlendireceğiz. Sınai mülkiyet sistemimizin en önemli unsurları arasında yer alan patent ve marka vekilleriyle ilgili düzenlemeleri de

AKADEMİ, KAMU VE ÖZEL SEKTÖR BAZINDA AR-GE HARCAMALARI

Kaynak: TÜİK



hayata geçirecek, her açıdan çok daha güçlü bir sınai mülkiyet sistemi inşa edeceğiz” diyor.

Bakan Özlü, bir diğer önemli gelişme olarak, Borsa İstanbul bünyesinde kurulacak Fikri Mülkiyet Borsası'nın da patentlerin ticarileşmesine büyük katkı sağlayacağını ifade ediyor ve “Ülkemizde, patentlerin, tasarımların, markaların hem nicelik hem de nitelik olarak artması için yoğun bir şekilde çalışacağız. İşletmelerin finansal yapılarında da marka de-

ğerlerinin ve patentlerin ağırlık kazanmasını istiyoruz” değerlendirmesinde bulunuyor.

ÜNİVERSİTE-SANAYİ İŞBİRLİĞİ ÇOK ÖNEMLİ

Türk sanayisinin patentleşmesi, rakamlardan da görüleceği üzere son yıllarda yükselen bir grafik izliyor. Ar-Ge merkezleri sayısının artıyor oluşunun yanı sıra üniversite sanayi işbirliğinin de gelişiyor olması, rakamlardaki yükselişin bir diğer önemli nedeni. Akademisyenlerin geliştirdiği yeni teknik ve buluş-

“AR-GE VE REFAH İLİŞKİSİ DOĞRU ORANTILIDIR”

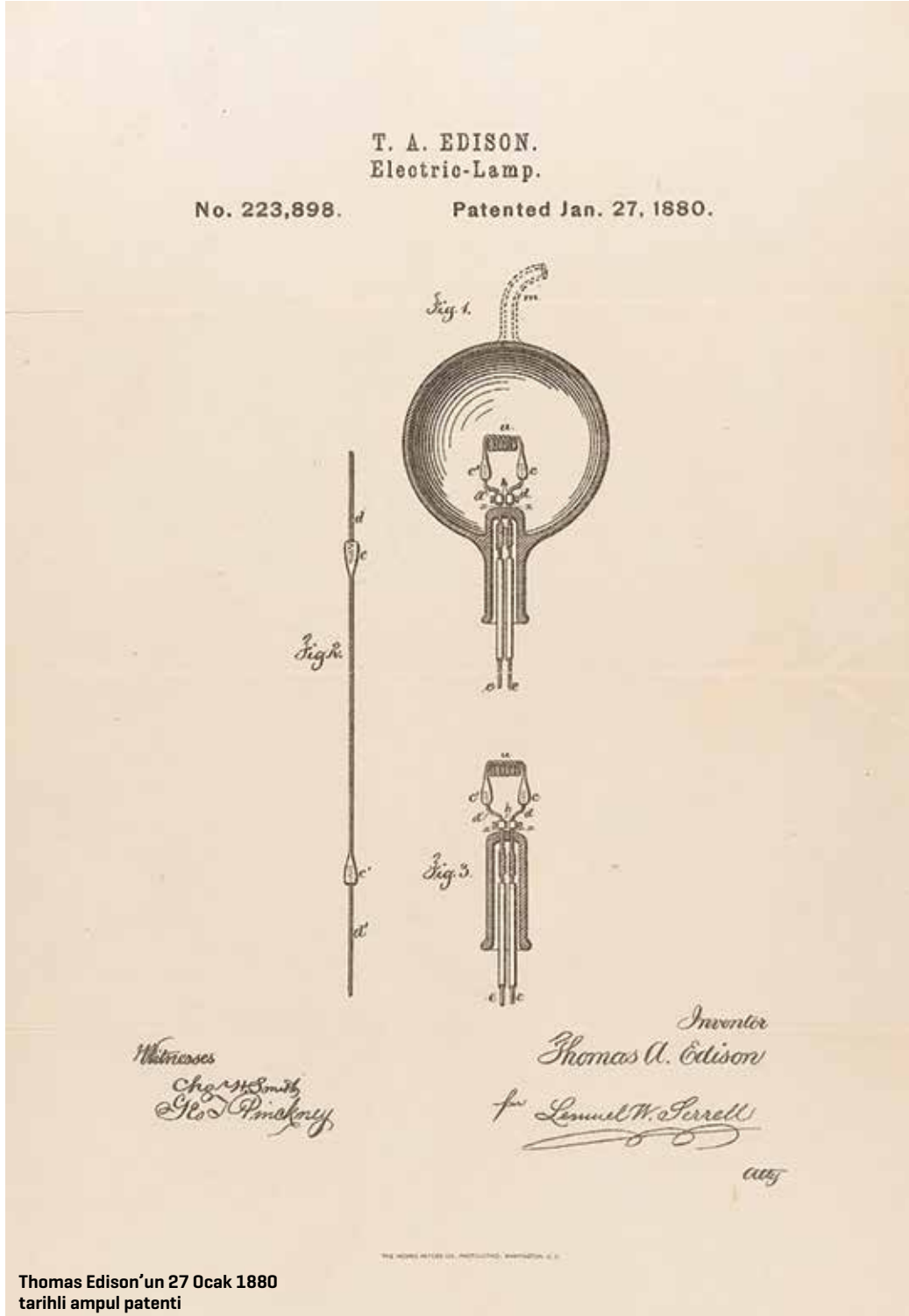


Kaan DERİCİOĞLU

Ankara Patent Bürosu
Yönetim Kurulu Başkanı

“Bir sanayi ürününün, mevcutlarla rekabet edebilmesi için “yeni/özgün”, “kaliteli”, “çevreye zarar vermeyen” gibi niteliklerinin yanında “ekonomik olması” da gereklidir. Yeni özelliklerin yaratılması ise ciddi bir Ar-Ge faaliyeti gerektirir.

Ulusal gelirden Ar-Ge harcamaları için ayrılan payın yüzde 3 düzeyinde olması durumunda, patent ve Ar-Ge ilişkisinden söz edebiliriz. Türkiye’de binde 6 seviyelerinden ancak yüzde 1 seviyesine geldiği söylenen Ar-Ge harcamaları ile ileri teknoloji yaratacak bir patent ve Ar-Ge ilişkisinden söz etmek zor. Ama patent sayıları ile refah düzeyinin yüksekliği arasındaki doğru orantılı bağı da anımsatmalıyız. Bir ülkede ne kadar çok patent başvurusu yapılır ve ne kadar çok patent verilirse, o ülkede ulusal gelir de yükselir. ABD, Çin, Japonya ve Güney Kore patent liginde ilk dört ülkedir ve ekonomik durumları bu denklemi doğrulamaktadır.”



Thomas Edison'un 27 Ocak 1880 tarihli ampul patenti



“PATENT, AR-GE FAALİYETLERİNİN BAŞARI GÖSTERGESİDİR”



Kemal YAMANKARADENİZ
Destek Patent Yönetim Kurulu Başkanı

“Türkiye’deki patent istatistikleri yerli patent başvurularında ortalama yüzde 10 büyüme sergilediğine işaret ediyor. Bu yılın ilk üç çeyrek büyüme oranı ise yüzde 17 oldu. Bununla birlikte, ülke potansiyeline göre 5-6 bin yerli başvuru adedinin çok düşük olduğunu söylemek gerekiyor. Umarım devletin verdiği bu Ar-Ge ve patent teşvikleri iyi anlaşılır ve yeni Sınai Mülkiyet Kanunu’nun TBMM’den geçmesi bir domino etkisi yapar ve bu rakamları katlayarak artırırız. Diğer taraftan patentin bir amaç değil, Ar-Ge faaliyetlerinin başarı göstergesi olduğunun anlaşılması gerekiyor. Gelişmiş ülkelerdeki firmalar, Ar-Ge departmanlarında üç ila dört kişilik proje takımı oluşturup yıllık 7-10 patent hedeflemesi yapıyor. Türk iş insanlarının bu rekabeti iyi anlaması ve örnek alması, Türk sanayisinin Endüstri 4.0 içerisinde öncü konumda olabilmesi açısından önem arz ediyor.”

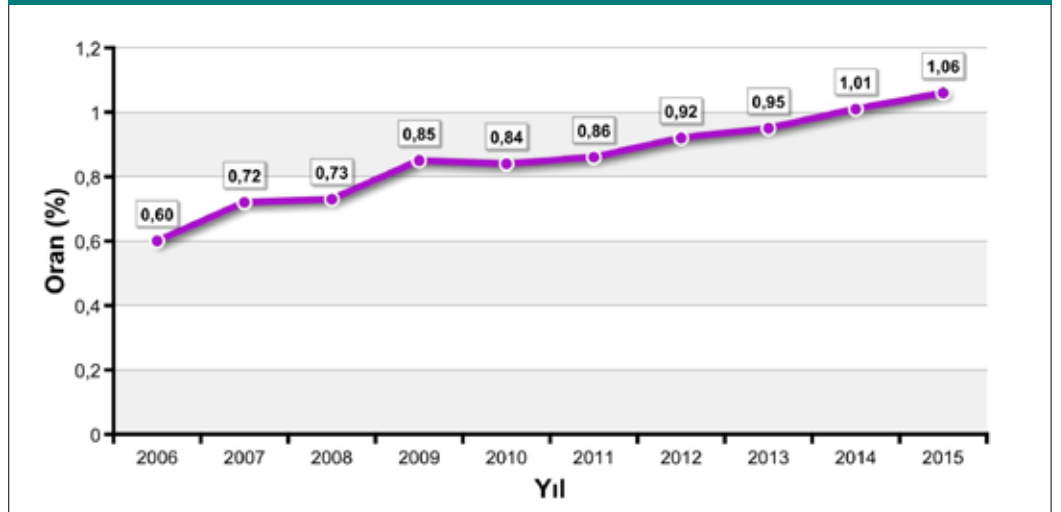


lar çeşitli platformlarda sanayicilerle buluşturulurken, üniversitelerin TÜBİTAK desteği ile kurduğu ve sayıları 19’a ulaşan Teknoloji Transfer Ofisleri ile Türk sanayisine olan katkıları da artıyor. Bu kapsamda, bu sayımızda da haberine yer verdiğimiz, patent sahipleri ile sanayicileri bir araya getiren Üniversite Sanayi İşbirliği Merkezleri Platformu (ÜSİMP) Ulusal Patent Fuarı Kasım ayı başında ikinci kez gerçekleştirildi. Toplam 124 patentin sergilendiği etkinlikte, akademisyenler ve sanayiciler arasındaki çok sayıda ikili görüşme de sevindirici bir gelişmeydi.

Çukurova Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Elektrik Elektronik Mühendisliği Öğretim Üyesi ve Üniversite Sanayi İşbirliği Merkezleri Platformu (ÜSİMP) Yürütme Kurulu Başkanı Prof. Dr. A. Hamit Serbest, bu platformların Türkiye’nin 2023 hedeflerine ulaşılması yolunda çok önemli olduklarını vurgularken, üniversitelerde üretilen bilginin transfer edilebilmesi ve sanayi-üniversite iş birliğinin sistematik hale getirilmesinin önemine değiniyor. Diğer yandan Prof. Dr. Serbest, Türk sanayisinde patent ve Ar-Ge kültürünün yerleşmiş olduğunu söyleyebilmek için erken olduğu-

AR-GE HARCAMALARININ GSYİH’YE ORANI

Kaynak: TÜİK



PATENT BAŞVURULARININ YILLARA GÖRE DAĞILIMI

Kaynak: Türk Patent Enstitüsü

	YERLİ FİRMA					YABANCI FİRMA					GENEL	
	TPE	PCT	EPC	TOPLAM	DEĞİŞİM [%]	TPE	PCT	EPC	TOPLAM	DEĞİŞİM [%]	TOPLAM	ARTIŞ ORANI [%]
2010	3120	60	70	3250	25,58	77	100	4916	5093	9,46	8343	15,22
2011	3962	43	82	4087	25,75	120	100	5934	6154	20,83	10241	22,75
2012	4360	74	109	4543	11,16	78	154	6824	7056	14,66	11599	13,26
2013	4345	54	129	4528	-0,33	95	175	7257	7527	6,68	12055	3,93
2014	4654	112	95	4861	7,35	149	183	7182	7514	-0,17	12375	2,65
2015	5302	50	160	5512	13,39	251	238	7957	8446	12,40	13958	12,79

PATENT TESCİLLERİNİN YILLARA GÖRE DAĞILIMI

	YERLİ FİRMA					YABANCI FİRMA					GENEL	
	TPE	PCT	EPC	TOPLAM	DEĞİŞİM [%]	TPE	PCT	EPC	TOPLAM	DEĞİŞİM [%]	TOPLAM	ARTIŞ ORANI [%]
2010	507	66	69	642	40,79%	83	110	4675	4868	-5,55%	5510	-1,78%
2011	714	59	74	847	31,93%	56	67	5569	5692	16,93%	6539	18,68%
2012	879	44	102	1025	21,02%	28	53	6710	6791	19,31%	7816	19,53%
2013	1068	33	143	1244	21,37%	43	68	7570	7681	13,11%	8925	14,19%
2014	1141	34	76	1251	0,56%	40	66	7173	7279	-5,23%	8530	-4,43%
2015	1471	96	163	1730	38,29%	33	123	8214	8370	14,99%	10100	18,41%

2015 yılına ait değerler 20.01.2016 raporlama tarihi itibarıyla hazırlanmıştır.

İlk başvuru sahibinin 20.01.2016 raporlama tarihi itibarıyla sicilinde bulunan bilgileri göz önünde bulundurulmuştur.

İlk başvuru sırasında geri çevrilen, işlemden kaldırılan başvurular, başvuru sayılarına dâhil edilmiştir.

Başvuru ve tescil sayıları, başvuru ve tescil tarihleri göz önünde bulundurularak hazırlanmıştır.

* PCT [Patent Cooperation Treaty-Patent İşbirliği Antlaşması]: Bir buluşun, birden çok ülkede korunması istendiği takdirde, bunu kolaylaştırmak ve ekonomik hale getirmek amacıyla üye ülkelerin yapmış olduğu bir antlaşma.

* EPC [European Patent Convention-Avrupa Patent Sözleşmesi]: Buluşların korunması konusunda Avrupa ülkeleri arasında işbirliğinin artırılması, üye ülkelerin hepsinde geçerli bir "patent verilmesi sistemi"nin kurulması ve Avrupa ülkeleri arasında ortak bir patent hukukunun oluşturulmasıdır. Tek bir başvuru ile Sözleşmeye üye ülkelerde geçerli bir patent koruması sağlanması amaçlanmaktadır.

nu da ifade ediyor: "Bu yaklaşımın tamamen sanayiye özgü bir durum olduğunu düşünmek yanlıştır. Öncelikle, patent olgusunu 'fikri mülkiyet hakkı' olarak, yani insan aklının ürünü olan her türlü özgün çalışma sonucunu kapsayacak şekilde ifade etmeliyiz. Bugün insanımız bir kitabın korsan baskısını almayı tercih ediyorsa veya dinlemek istediği müzikleri yasal olmayan yollardan ediniyorsa, bu eserleri geliştirenlerin haklarına saygı duymuyor demektir. Benzer şekilde sanayicimizde de yerleşik yaygın kanı, patent aldığı takdirde tüm bilgisinin kopyalanacağı ve yasal yollardan hakkını aramasının uzun yıllar süreceği yönündedir. Yurt dışına açılmaya başlayan firmalarımız ve yurt içinde yabancı firmalarla rekabet etme durumunda olanlar artık fikri mülkiyet haklarını değişik yollarla koruma alışkanlıklarını geliştirmektedir. Ar-Ge yapmak ve daha yüksek katma değerli ürünler yetiştirmek konusunda hala zincirlerimizi kıramadığımız ise acı bir gerçek. Bu durumun nedeni sanayicimizin bunu başarabilecek yetkinlikte olmaması mı? Kesinlikle hayır! Gerçekte eksik olan, uzun vadeli plan ve yatırım yapabilecek güce ve inanca sahip olmamalarıdır. Ülkenin uzun yıllardan bu yana içinde bulunduğu ekonomik ve siyasi çalkantılar da sanayicimizi ürkek bir politika izlemek zorunda bırakıyor. Bu ürkeklik sonu-

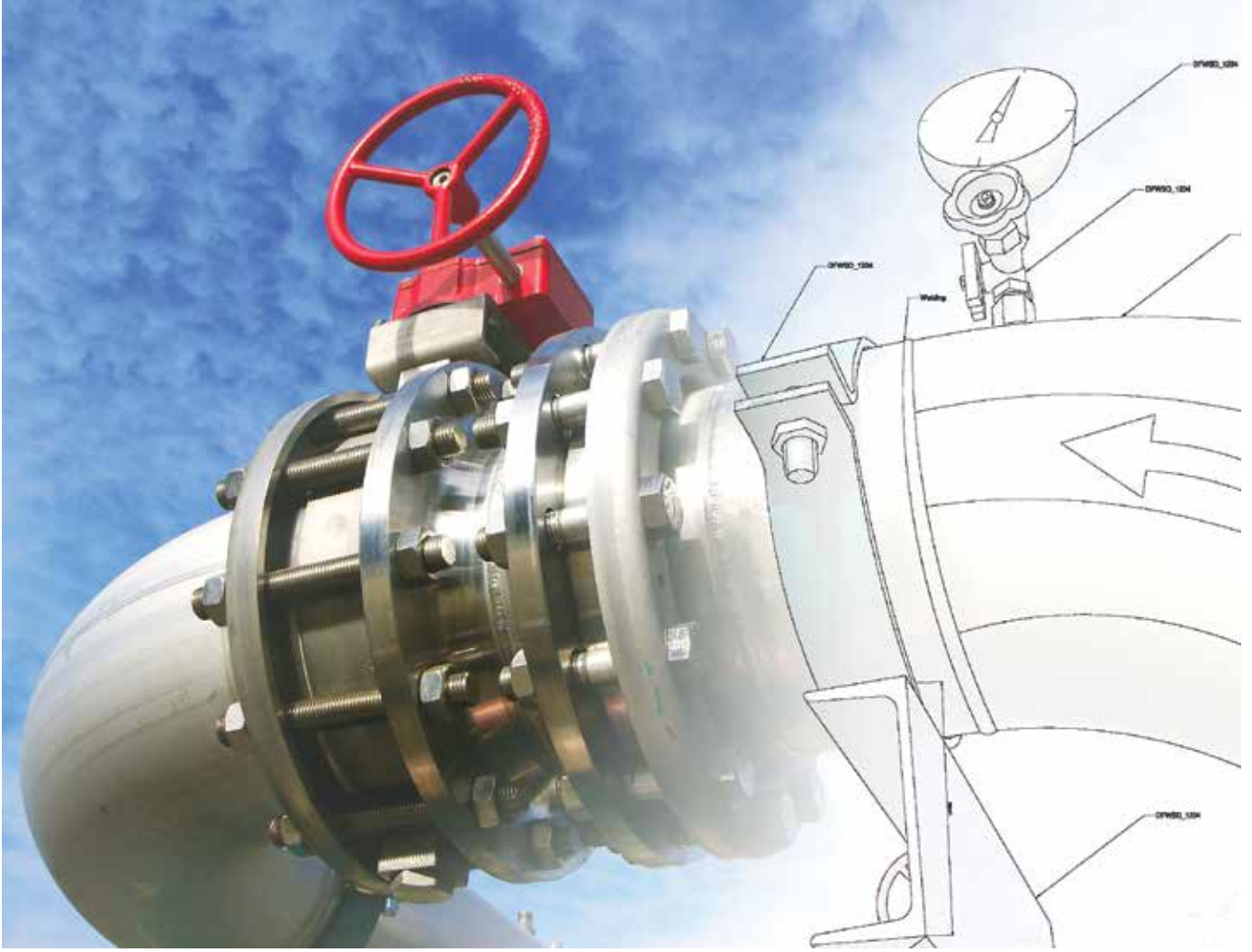
cunda da firmalarımız başarısız olma endişesiyle, ürettikleri ürüne kendi markalarını basıp satmak yerine büyük üreticilerin markasını basıp satmayı, onlar adına fason üretim yapmayı daha güvenli buluyor."

"BİLGİ OLMADAN BULUŞ OLAMAZ"

Prof. Dr. Serbest, patenti, bir buluşun dünya ölçeğinde yeni olduğu ve sanayiye uygulanabilirliğinin tescili olarak özetlerken, böyle bir yeniliğin ortaya çıkarılabilmesinin ilk koşulunun ise var olanları öğrenmek olduğunun altını çiziyor. "İster bilimsel bir çalışma olsun isterse teknolojik, yeni bir şey yapabilmenin yolu başkalarının bu alanda neler yaptıklarını bilmeyi gerektirir. Yani var olan bilgilere erişmeyi bilmeden patentlenebilecek bir buluş yapmak mümkün değildir" diyerek devam eden Prof. Dr. Serbest, bilgiye erişmeden ve onu içselleştirmeden, çalışmalarını yaratıcı ve sistematik bir biçimde yürütmeden özgün bir buluş ortaya çıkarmanın söz konusu olamayacağı uyarısında bulunuyor.

Gerçekten de buluş, Prof. Dr. Serbest'in vurguladığı gibi "cin fikirlik" değil. Halk deyimiyile cin fikirli, yani çok zeki olabilirsiniz ama bilgi olmadan hiç bir şey yapamazsınız. İşletmeler özelinde konuşacak olursak, bilgi sizin aklınızda olanların dışındaki her şeydir. Çalışanlar, müşteriler, rakipler başta olmak

TÜRK PATENT ENSTİTÜSÜ VERİLERİNE GÖRE 2014'TE 15 BİN 943 OLAN TOPLAM PATENT VE FAYDALI MODEL BAŞVURUSU, 2015 YILINDA 17 BİN 541'E YÜKSELDİ. BU DÖNEMDE YERLİ PATENT BAŞVURUSU BİR ÖNCEKİ YILA GÖRE YÜZDE 13,4 ARTARAK 5 BİN 512 OLURKEN, 2016'NIN İLK ÇEYREĞİNDE İSE 3 BİN 223 PATENT BAŞVURUSU YAPILDI; BAŞVURULardan 2 BİN 225'İ İSE PATENT BELGESİ ALMAYA HAK KAZANDI.



PATENT YA DA FAYDALI MODEL BAŞVURUSU YAPMAZSAK NE OLUR?



Gerçekten yeni olduğuna inandığınız bir buluşunuz varsa, bunu mutlaka koruma altına almalısınız. Aksi takdirde:

- Rakip firmalar ürününüzü taklit edebilir ve daha düşük fiyatlarla piyasaya sürerek pazar payınızı ciddi oranda daraltabilir,
- Başkaları, sizin buluşunuz ile kendi adına patent/faydalı model başvurusu yaparak size yaptırım uygulamaya çalışabilir (bu durumda sizin aksini ispatlamanız ortada bir başvuru olmadığından bazen yıllar alabilir).

Kaynak: Destek Patent

üzere paydaşlarınızın tamamının sahip olduğu görüş ve şikayetler sizin kullanabileceğiniz bilgi anlamına gelir. Tabii bu arada, her ülkede olduğu gibi, toplum adına bilgi geliştirme görevini üstlenmiş olan yurt içi ve yurt dışı üniversiteler, araştırma kurumlarının da en öncelikli paydaş olarak kabul edilmesi gerekli.

YERLİ PATENT BAŞVURULARI BU YIL YÜZDE 17 ARTTI

Türkiye’de patent ve marka denildiğinde akla ilk gelen isimlerden biri olan Destek Patent Yönetim Kurulu Başkanı Kemal Yamankaradeniz ise Türk iş insanlarının müteşebbis olduğunu, hızlı aksiyon aldıklarını, problem çözmeyi sevdiğini söylerken, uzun vadeli planlar, stratejik, yönetsel ve sistematik girişimlerde zorlandıklarını dile getiriyor. Bu bakımdan, Ür-Ge ve Ar-Ge yapılarının ileri teknolojiye odaklı güçlü ve sürekli bir patent yönetimi sergileme becerisinin Türk iş insanları açısından gelişime açık bir alan olduğunu ifade eden Yamankaradeniz, patenti anlamının ve buradan değer üretmenin kolay olma-

diğinin; bu nedenle istekli ve organize olarak daha çok çalışmamız gerektiğinin altını çiziyor. Türkiye'deki patent istatistiklerinin yerli patent başvurularında ortalama yüzde 10 büyümeye sergilediğine değinen Yamankaradeniz, bu yılın ilk üç çeyrek büyümeye oranının ise yüzde 17 olduğuna dikkat çekiyor. Bununla birlikte, ülke potansiyeline göre 5-6 bin yerli başvuru adedinin çok düşük olduğunu da vurgulayan Yamankaradeniz, "Umarım devletin verdiği bu Ar-Ge ve patent teşvikleri iyi anlaşılır ve yeni Sınai Mülkiyet Kanunu'nun TBMM'den geçmesi bir domino etkisi yapar da bu rakamları katlayarak artırırız" değerlendirmesinde bulunuyor.

Kemal Yamankaradeniz, patentin bir amaç değil, Ar-Ge faaliyetlerinin başarımlarını gösterdiği olduğunu da söylüyor ve gelişmiş ülkelerdeki firmaların, Ar-Ge departmanlarında üç ila dört kişilik proje takımı oluşturup yıllık 7-10 patent hedeflemesi yaptıklarını ifade ediyor. Yamankaradeniz'e göre, Türk iş insanlarının bu rekabeti iyi anlaması ve örnek alması, Türk sanayisinin Endüstri 4.0 içerisinde öncü konumda olabilmesi açısından önem arz ediyor. Yamankaradeniz'in üzerinde önemle durduğu bir başka başlık ise maliyetler: "Türkiye'de patent süreçlerinde maliyet gerçekten düşük diyebilirim. Araştırma ve inceleme rapor ücretlerinde toplamda bin 200 avroya kadar TÜBİTAK destekliyor ki, araştıran ve inceleyen kurum TPE'nin kendisi daha düşük rakamlara ihtiyaç duyuyor. Tes-cil halinde ise buluşçuya 3 bin TL ödül veriliyor. Burada esas maliyet, başvuruyu hazırlayan ve süreci takip eden vekillerin ücretleri ki burada buluşun niteliğine göre birkaç bin TL masraf oluşabiliyor. Eğer ilk başvuru, strateji gereği ABD, Almanya gibi ülkelerde hazırlanıp dosyalanacak ise on binli rakamlara ihtiyaç olacağını da söylemeliyiz."

Bununla birlikte Yamankaradeniz, patentin alternatifini olmadığını da altını çiziyor ve "Gizli tutabilirsiniz ancak bir şekilde ifşa olursa ve başkaları patenlerse, ciddi mücadeleye girmek durumunda kalabilirsiniz. Patentler de aynen marka ve tasarımlar da olduğu gibi bir firmanın mülkü, arabası gibi maddi bir varlıktır. Kiralanabilir (lisans), satılabilir (devir), takasa (çapraz lisans) ve mirasa konu olabilir. Hak ihlallerinde davaya konu edilebilir. Etkin kullanılırsa prestij ve güç göstergesidir. A-Ge ve kurumlar vergisi teşviklerinde patentli ürünün yeri özeldir" diyor.

AR-GE KÜLTÜRÜ YAVAŞ GELİŞİYOR

Patentleşelim, Ar-Ge çalışmalarının meyvelerini toplayalım diyoruz ancak, Ankara Patent Bürosu Yönetim Kurulu Başkanı

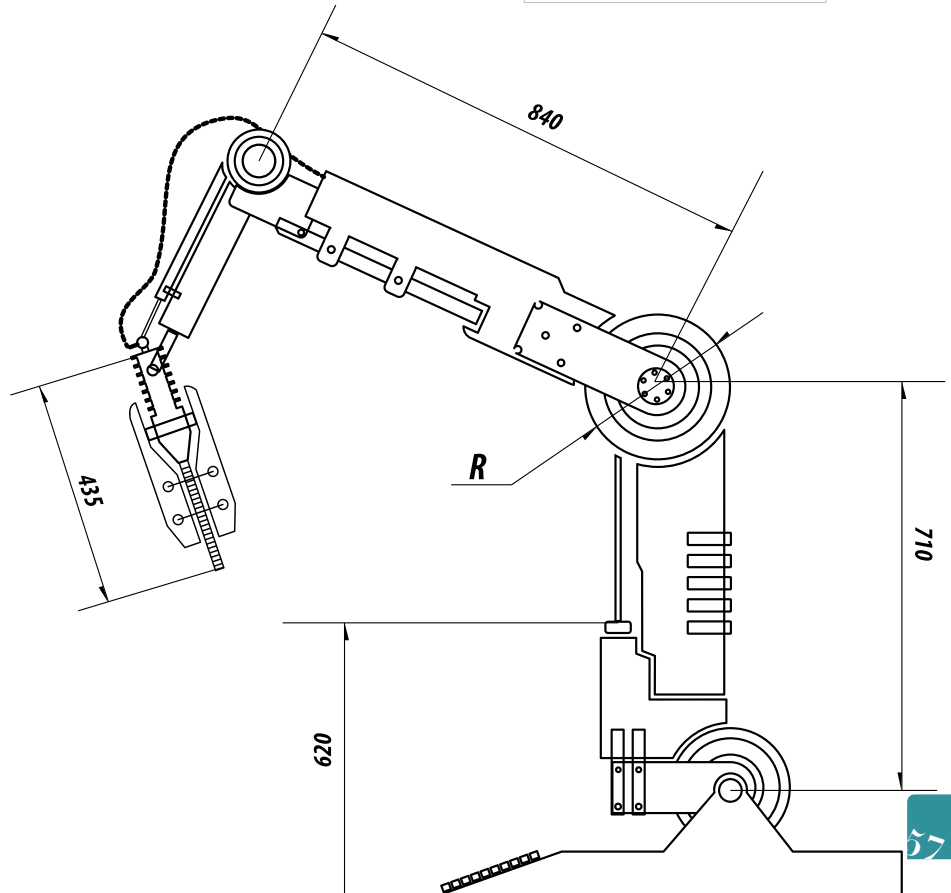
ve TOBB Türkiye Patent ve Marka Vekilleri Meclisi Başkanı, ayrıca Devlet Planlama Teşkilatı bünyesinde kurulan Patent Kanunu ve Türk Patent Enstitüsü Kuruluş Kanunu Hazırlık Özel İhtisas Komisyonu'nda Raporörlük ve Başkan Vekilliği yapmış olan Kaan Dericioğlu, Türkiye'de daha Ar-Ge faaliyetlerine yönelik kültürel birikimin bile yeterince gelişmemiş olduğunu hatırlatıyor. "Ar-Ge için öncelikle para gerektiği düşünülür, oysa çoğunlukla paranın bulunması Ar-Ge için yeterli olmaz. Başarılı Ar-Ge faaliyeti için bilgi birikimi, deneyim, zaman, yeterli uzman ve hedefleri belirlenmiş konulara odaklanmak gereklidir" diyerek devam eden Dericioğlu, ihtiyaçların belirlenmesi, ihtiyaçları karşılamak için yapılacakların planlanması, çalışılacak alanda mevcut çözümlerin öğrenilmesi, henüz çözülmemiş sorunların saptanması ve bu sorunların teknik çözümleri için Ar-Ge faaliyeti yapılması şeklinde bir yol haritası kurgulanması gerekliliğini ifade ediyor. Söz konusu yol haritasının uygulanması ile elde edilen teknik çözümlerin başarısını sınamak için en önemli kaynak ise, Dericioğlu'nun da işaret ettiği üzere, genellikle Ar-Ge ile birlikte anılan patent sistemi. Elde edilen teknik çözümler, eğer patent ile korunabilir nitelikteyse kültürel birikim için adımlar atılmaya başlanmış demektir. Diğer yandan, Kaan Dericioğlu, Türkiye'de uygulanan ilk patent kanununun 23 Mart

PATENTİN MALİYETİ?



İncelemeli patent başvurusu, seçilen inceleme ve araştırma otoritesine bağlı olarak bin 850 ila 3 bin 500 dolar arasında değişir. İncelemeli bir patent başvurusunun belgeye bağlanma süresi ortalama 30 ila 40 aydır. İncelemesiz patent başvurusu, yine seçilen araştırma otoritesine bağlı olarak bin 250 ila 2 bin 500 dolar arasında değişir. Tahmini belgeye bağlanma süresi ise 20 ila 40 aydır. Faydalı Model belge başvurusu, buluşun karmaşıklığına bağlı olarak 700-900 dolar arasında değişir. Belgeye bağlanma süresi ise ortalama 10 ila 12 aydır.

Kaynak: Destek Patent





TÜRKİYE PATENT ENSTİTÜSÜ VERİLERİNE GÖRE YERLİ BAŞVURU SAYISI 2013 YILI HARIÇ SON 20 SENEDİR SÜREKLİ ARTIYOR.

TÜRKİYE'NİN İLK PATENTİ

Türkiye'de alınan ilk yerli patent ürünü eczacı Necip Akar'ın kendi adıyla ürettiği Necip Diş Macunu ürünüdür. Necip Akar ayrıca Türkiye'nin ilk yerli sabunu olan Puro Temizlik Sabunu'nu, ülkeyi saran grip hastalığına karşı tek tabletlik Gripin adlı ilacı ve ilk yerli temizleme tozu olan "Fay" isimli temizlik ürününü üretmiştir.

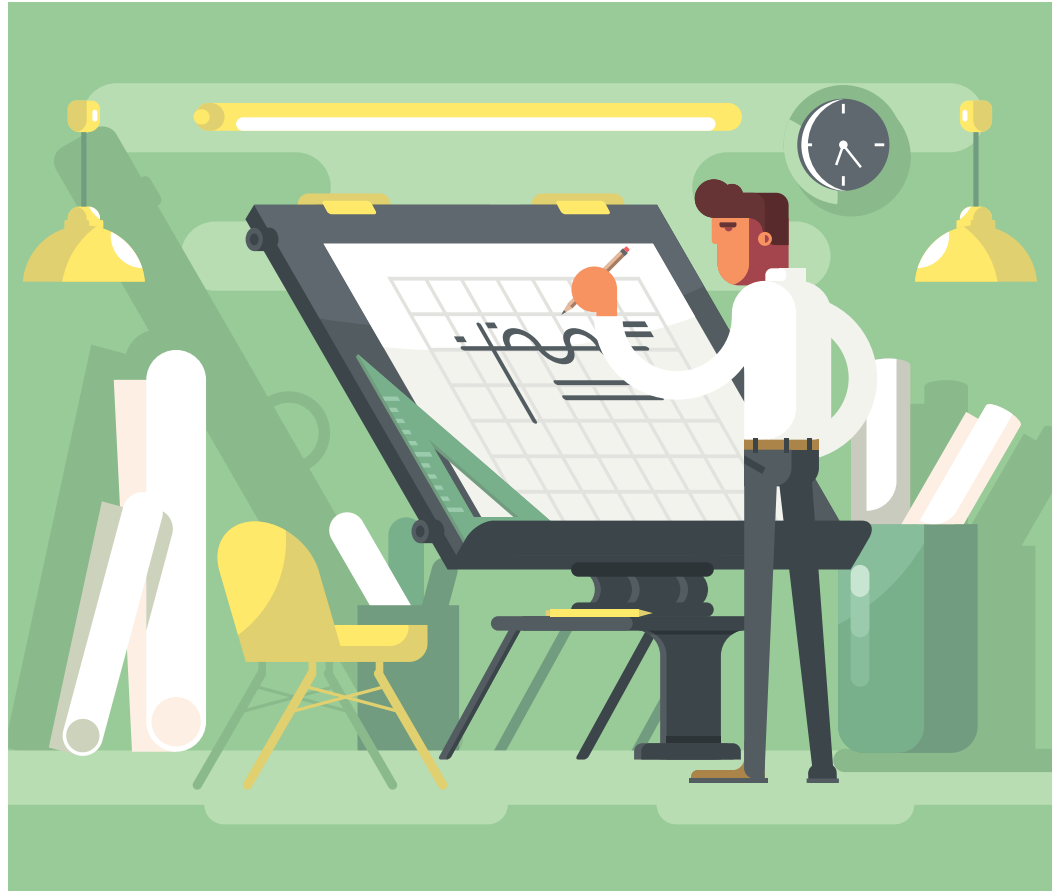
1879 tarihli İhtira Beratı Kanunu olduğunu da anımsatırken, "Patent istatistiklerine baktığı zaman, 1995 yılına kadar 116 yıl yürürlükte kalan bu Kanun dönemindeki veriler, bir kültürün oluşmadığının kanıtıdır. 1995 yılında yürürlüğe giren 551 sayılı Patent Kanun Hükmünde Kararnamesi ile patent konusunda çağdaş hükümler oluşturulmasına rağmen kültürel gelişim yavaş olmuştur. 1995 ila 2005 yıllarında Türkiye'de verilen yerli patent sayısı iki rakamlı ve 2006 ila 2011 yıllarında üç rakamlı; 2012 ila 2015 yıllarında dört rakamlıdır. 1995 yılında 58 olan patent sayısı, 2014 yılında 1251 olabilmıştır. 2014 yılında dünya çapında verilen yerli patent sayısı ise toplam 707 bin 500 olmuştur. Bu sayılar ABD, Çin ve Japonya'da altı ve Güney Kore'de beş rakamlıdır (Kaynak: [http://](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_941_2015.pdf)

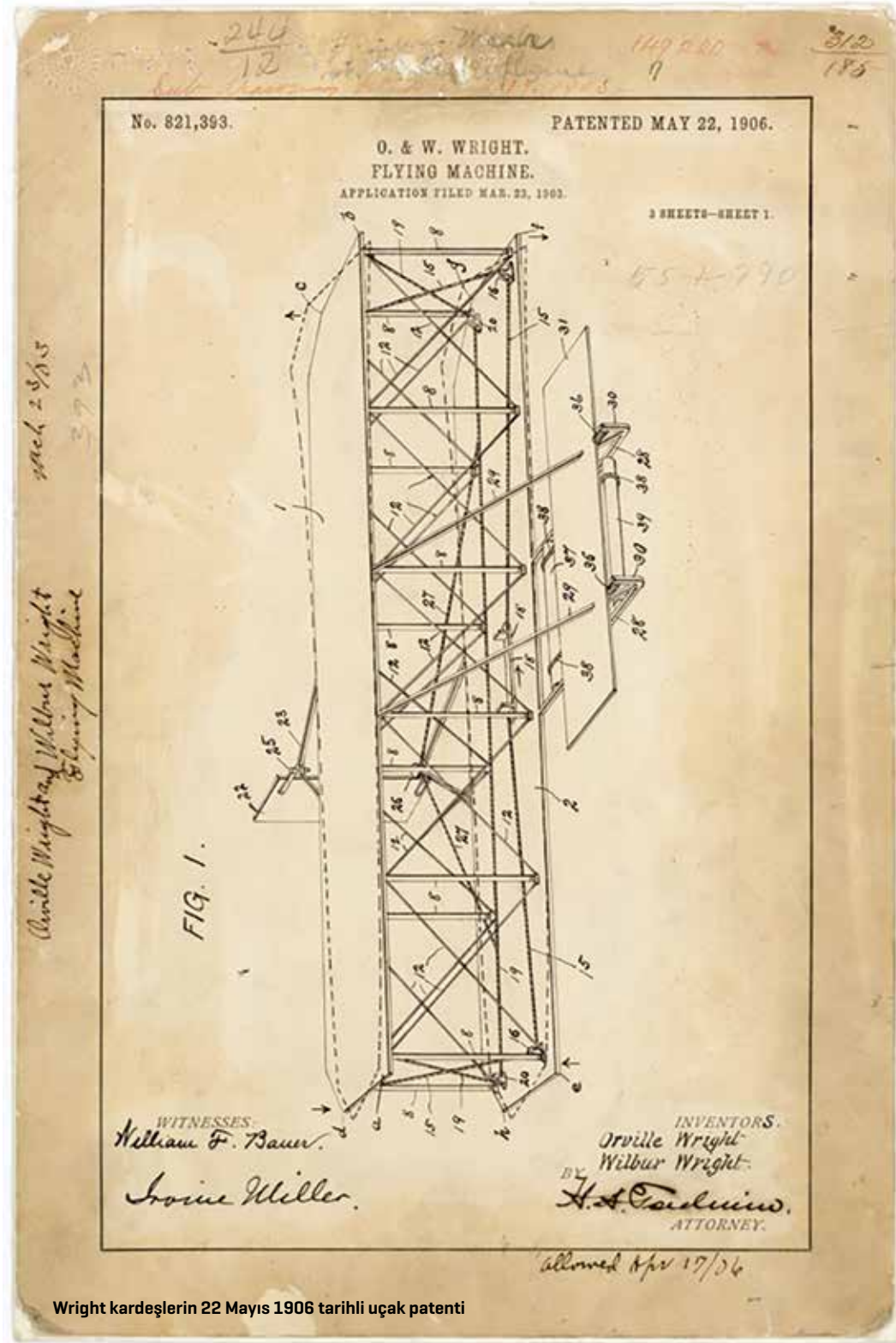
www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_941_2015.pdf). 707 bin 500 sayısı içinde 1276 ile temsil edilmek, Ar-Ge ve patent kültürünün henüz oluşmadığını göstermektedir" değerlendirmesinde de bulunuyor.

TPE ALTYAPISININ DA İYİLEŞTİRİLMESİ GEREKİYOR

Bununla birlikte, Kaan Dericioğlu, Türkiye'nin 2023 yılı hedeflerine ulaşabilmesi için yıllık patent başvuru sayısını yükseltmesi gerekliliğine katılmakla birlikte, patent değerlendirme ve belgelendirmesinde tek kurum olan TPE'nin altyapı eksikliklerine de dikkat çekiyor: "Türkiye'de bir yılda yapılacak patent başvurusu sayısının 50 bin olması, öncelikle Ar-Ge'ye yeterince bütçe ayrılmasına bağlıdır. Bu sayıdaki başvurunun araştırılması ve incelenmesi için TPE'de ne kadar uzmana ve nasıl bir alt yapıya ihtiyaç olacağı hesap edilebilir. TPE'nin 2015 yılı faaliyet raporunda, "... Enstitüde düzenlenen araştırma ve inceleme rapor sayıları 2013 yılında 938, 2014 yılında 1.629 olup, 2015 yılında ise 2 bin 309 olmuştur" deniliyor (Kaynak: <http://www.tpe.gov.tr/TurkPatentEnstitusu/resources/temp/4C42581B-5B2E-4C18-90D4-F93E491DB725.pdf>). Resmi istatistiklere göre TPE'ye 2015 yılında yaklaşık 5 bin 500 patent başvurusu yapılmış ve yak-

PATENT PORTFÖYÜNDE GERÇEKLEŞEN SADECE YÜZDE 1'LİK ARTIŞ, YÜZDE 0,11'LİK BİR EKONOMİK BÜYÜMEYE KARŞILIK GELİYOR. YANI ALINAN HER PATENT, FİRMALARA OLDUĞU GİBİ ÜLKE EKONOMİSİNİN DE GELİŞİMİNE BÜYÜK KATKI SAĞLIYOR.





Wright kardeşlerin 22 Mayıs 1906 tarihli uçak patenti

laşık 100 incelemeçi mühendis tarafından düzenlenen rapor sayısı 2 bin 309 olmuştur. Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (World Intellectual Property Organization-WIPO) istatistiklerine göre 2014 yılında Almanya'da 48 bin 154, İngiltere'de 15 bin 196 ve Fransa'da 14 bin 500 patent başvurusu yapıldı [Kaynak: http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_941_2015.pdf]. Bu ülkelerde

Ar-Ge için ayrılan bütçeler ile Patent Ofisi alt yapıları incelenirse, Türkiye için hedeflenen 50 bin başvuru sayısı yerine daha makul bir sayı düşünülebilir. 50 bin patent başvurusu için TPE bünyesinde çalışacak incelemeçi sayısının 600'den fazla olması gerekli. WIPO istatistiklerine göre 2014 yılında Çin'de 801 bin 135 patent başvurusu yapılmıştı. Eğer Çinliler bu başvurulardan

PATENT SADECE BAŞVURULDUĞU ÜLKEDE KORUNUR. AYNI BULUŞ İÇİN YURT DIŞINDA KORUMA ARZU EDİLİYORSA TÜRKİYE'DEKİ BAŞVURU TARİHİNDEN İTİBAREN 12 AY İÇİNDE BAŞVURULAR YAPILABİLİR.

AYNI DÖNEMDE MODERLEŞMEYE BAŞLADIĞIMIZ HALDE GÜNEY KORE KÜRESEL EKONOMİDE ÜST SIRALARDA YER ALIYOR. ÇÜNKÜ ÜLKE ULUSLARARASI PATENTLEŞMEYE ÇOK ÖNEM VERİYOR. ÖRNEĞİN GÜNEY KORE'NİN ABD'DEKİ PATENT SAYISI 4 BİN İKEN TÜRKİYE'NİN ABD'DE SADECE 70 PATENTİ BULUNUYOR.



PATENT VE FAYDALI MODEL ARASINDAKİ FARKLAR?

- ✓ Faydalı modelde, tekniğin bilinen durumunun aşılması kriteri aranmaz.
- ✓ Koruma süreleri farklıdır: İncelemeli patent 20 yıl, faydalı model 10 yıl, incelemesiz patent ise yedi yıl koruma sağlar.
- ✓ Araştırma ve inceleme işlemlerinin olmaması nedeniyle patent verilmesine oranla faydalı model belgesinin verilmesi, hem zaman hem de masraf açısından daha uygun olduğu için tercih edilir.
- ✓ Faydalı model, genel anlamda, KOBİ'lerin buluş üretmesini ve bunları sanayiye uygulamasını teşvik etmek amacıyla düşünülmüş bir belge çeşididir. Yüksek bir teknoloji gerektirmez. Bu nedenle de usuller ve usul uygulanarak elde edilen ürünler faydalı model koruması dışında bırakılmıştır.



10 bin adedini, 12 aylık rüçhan hakkı süresi içinde Türkiye'de de yapmak isteseydi, patent başvurularını hazırlayacak Patent Vekilleri, metinleri Türkçeye çevirecek çevirmenler ve başvuruları değerlendirecek TPE uzmanları acaba ne yapacaklardı?"

AR-GE MERKEZLERİNİN TEMEL SORUSU: PATENT Mİ ÖNEMLİ KÂR MI?

Son olarak, patent ve Ar-Ge hakkında önemli bir soruya yanıt arayarak konumuzu bağlayalım. Ar-Ge'nin odağında patent mi olmalı, yoksa kâr mı?

Destek Patent Ar-Ge ve Eğitim Danışmanı Hakan Özcan bu sorunun yanıtını bakın nasıl veriyor: "Ürün tasarım süreçleri genellikle şartnameler, müşteri ve ana sanayi istekleri ile tasarım kurallarına göre değişir. Bazen firmalar oluşturdukları tasarımı kendi istedikleri gibi ortaya koyamazlar. Bunun sebebi rakiplerin aldığı patentlerdir. Odağı patent olmayan hiçbir Ar-Ge kuruluşu ve Ar-Ge yapan firma yüksek uluslararası pazar payına sahip olamaz ve verimli Ar-Ge çalışmalarında başarılı olup yüksek kârlar elde edemez. Patent sayılarının artışı ile pazar payının artışı arasında doğru orantı söz konusudur. Türkiye'de işletmelerin üniversite ve sosyal bilimlerle birlikte çalışma kültürünün geliştirilmeye ihtiyacı var olduğundan, yenilikçi ürün ortaya koyma metodolojileri gelişmiyor. Oysa pek çok ülkede daha ürün fikir aşamasındayken SWOT, 5N1K, QFD, Balık Kılıçığı, Beyin Fırtınası, Tersine Beyin Fırtınası, PARETO gibi pek çok metot kullanılarak üretilen ürünler, üreticileri, tüketicileri, pazar, lojistik gözden geçirilmekte ve buralardan elde edilen veriler tasarım aşamasında kullanılıyor. Özellikle Japon işletmelerinden biri, bu tür metotları kullanarak otomobilin ilk bulucusu olan Avrupa ve Amerika pazarlarını etkilemiştir. Ülkemizde Ar-Ge merkezlerinde yeni ürün ve hizmetler ortaya konuluyor ancak yenilikçi ürün üretme metodoloji zinciri daha sık olarak kullanılmalı. İşletmelerin uluslararası pazardan pay almak ve bu payı rakiplerine kaptırmamak için ürettiği stratejiler içerisinde en kullanışlısı patenttir. Rakiplerin aldığı patentlerin etrafından dolaşmak (Desing Around) ile veya ürünün performansından bazı özellikleri feda etmek, yani eski teknolojiyi kullanmakla asılabılır. Ürün tasarım süreçlerinin patentlerden etkilenmemesi için, üretimi engelleyen patentleri bulma, bu patentlerin korunup korunmadığını belirleme, patentlerin neyi koruduğunu anlama, korunduğu ülkeleri tespit etme, bu patenti ihlal etmeden nasıl

bir üretim yapılabileceğinin bilinmesi gerekir. Ar-Ge patent odaklı hale getirilerek, patentler ihlal edilmeden yeni bir tasarım konsepti ortaya konabilir. Ar-Ge'nizi patent odaklı hale getirirseniz, bu tür üretim ve satış problemleri yaşamadan pazar payınızı artırabilirsiniz. Unutmayın, böyle bir odak, işletmeler için özellikle rakiplerinin patent faaliyetlerinden haberi olmasını, izlemesini ve yorumlamasını sağlar. Ayrıca izlenen ve yorumlanan patentler sayesinde sektör trendini takip etme ve yönlendirme fırsatları oluşur. Rakiplerin ürün ve yöntemlerinden farklı ürün ve yöntemler ortaya koyma çalışmaları (Desing Around) yeni patentler üretmeyi ve bu patentler sayesinde işletmenin teknik ve finansal hacminin artması sağlar. Tekrar vurgulamak gerekirse, odağı patent olmayan hiçbir Ar-Ge kuruluşu ve Ar-Ge yapan firmalar uluslararası pazar payına sahip olamaz ve verimli Ar-Ge çalışmalarında başarılı olamaz."

BULUŞUNUZ KOPYALANDI MI?



Prof. Dr. Hamit Serbest, bir firmanın buluşunun kopyalanması durumu olmuşsa bunun mutlaka kopyalayan firmanın ürününe yansıtacağını ifade ediyor: "Rakiplerin izlenmesi, özellikle bu yönüyle gereklidir. Ayrıca, fuarlarda her firma ürünlerini sergileyecek ve yaptığı yenilikleri anlatacaktır. Bu ortamlarda da dikkatli bir gözlemci olmanın yararı olacaktır ki bunun ne şekilde sağlanabileceğini sanayiciler eminim biliyordur. Böyle bir durumun tespit edilmesi halinde yapılacak şey hukuki yollara başvurmaktır. Örneğin bir beyaz eşya firmasının, patentlerinin ihlal edilmiş durumlarının tespiti için özel bir ekibi vardır. Rakiplerle rekabetçiliği sürdürmenin başka bir yolu ne yazık ki yok."

Bu konuda Kemal Yamankaradeniz ise iş ilişkilerini iyi yönetmenin önemine dikkat çekiyor ve "Çoğunlukla ihtilaflarda karşı tarafın potansiyel bir lisans alıcısı olduğunu da unutmamak gerekir" uyarısında bulunuyor.



İGREK MAKİNA SANAYİ ve TİCARET A.Ş.
Güvenilir Döküm Ortağınız

70.yıl



Otomotiv Kalıp, Makina, Enerji ekipmanları, Havacılık gibi ağır sanayi sektörlerine yönelik:

- Parçada 50 ton ağırlığa kadar pik, sfero ve çelik döküm üretimi,
- 6 adet özel CNC tezgah ile strafor model yapımı,
- 6 metreye kadar hassas frezeleme ve taşlama,
- 5 metre çapa kadar dik tornalama hizmetleri ile 8000 saat/ay talaşlı imalat kapasitesi.

Organize Sanayi Böl.
Ali Osman Sönmez Blv. 10
16140 Bursa / Türkiye

+90 224 243 16 06
+90 224 243 13 20

contact@igrek.com.tr
www.igrek.com.tr



HIRVATİSTAN



YÜZÖLÇÜMÜ

56.594 km²

NÜFUS

4.238.000
(IMF 2016 tahmini)

ÖNEMLİ ŞEHİRLER

Zagreb (Başkent), Split,
Rijeka, Osijek, Zadar,
Dubrovnik

ETNİK GRUPLAR

Ülkedeki hâkim etnik grup Hırvatlar, Sırp, Boşnak, Macar ve Sloven topluluklarına da rastlanıyor.

DİL

Hırvatça

PARA BİRİMİ

Hırvat Kunaşı
1 Dolar: 7,1 Kuna
(22 Kasım 2016 itibarıyla)

*CIA The World Factbook
ve T.C. Dışişleri Bakanlığı
Hırvatistan Künyesi*



BALKANLAR VE ADRYATİK'İN YÜKSELEN EKONOMİSİ: HIRVATİSTAN

BAĞIMSIZLIK MÜCADELESİNİN ARDINDAN, 1991-1995 YILLARINDA YAŞANAN YIKICI SAVAŞTA SANAYİSİNİN YÜZDE 30'UNU KAYBEDEN HIRVATİSTAN, BUGÜN GELİŞMEKTE OLAN ÜLKELER LİSTESİNDE ÜST SIRALARDA YER ALIYOR. HIRVATİSTAN'IN MAKİNE ALIMLARINDA SON YILLARDA DÜŞÜŞ EĞİLİMİ İZLENSE DE TOPLAM İTHALAT İÇERİSİNDEKİ MAKİNE ALIMLARININ PAYI HALEN YÜZDE 9,1 SEVİYESİNİ KORUYOR. TÜRKİYE İSE HIRVATİSTAN'IN MAKİNE İTHALATINDA 10'UNCU SIRADA YER ALIYOR.





Zagreb

Balkanlarda, Adriyatik kıyıları ile Akdeniz'in kesiştiği bir coğrafyada yer alan Hırvatistan, Avrupa'nın kuzey-güney ve doğu-batı ulaşımında bir kesişim noktasında bulunması nedeniyle çok özel bir konumda yer alıyor. Etnik olarak Hırvatların yoğunluklu olarak bulunduğu Hırvatistan, günümüz ekonomik dünyasında, oldukça yüksek hayat standartları, ortalama ömür, okur-yazarlık oranları ve homojen gelir dağılımıyla Orta Avrupa ülkeleri arasında yüksek eğitim, sağlık, yaşam kalitesi ve ekonomik dinamizm standartlarına sahip olmasıyla öne çıkıyor. Bundan 25 yıl önce, Yugoslavya Federal

Halk Cumhuriyeti'nin çöküşünün ardından 8 Ekim 1991 tarihinde bağımsızlığını ilan eden Hırvatistan, 1992-1995 yılları arasında yaşanan savaşlarda sanayisinin yüzde 30'unu kaybetmesine rağmen, günümüzde Uluslararası Para Fonu tarafından gelişmekte olan ülke, Dünya Bankası tarafından yüksek gelirli ekonomi olarak tanımlanıyor. 1 Temmuz 2013'te Avrupa Birliği'nin 28'inci ve son üyesi olarak siyasi arenada ismini bir kez daha duyuran Hırvatistan, gelirinin büyük bir yüzdesini turizmde elde ediyor olsa da gelişen sanayi üretimiyle de küresel makine üreticilerinin odağında yer alıyor. Türkiye ile ekonomik ilişkileri inişli



Tarihleri boyunca komşuları Macarlar, Sırp ve Venedik ile güç mücadelesi sürdüren Hırvatistan, Osmanlı İmparatorluğu'nun 15'inci yüzyıldan itibaren Balkanlardaki etkisini artırmasıyla birlikte Habsburg Hanedanı'nın himayesine girdi. 16'ncı yüzyılda topraklarının büyük bölümünü Osmanlılara bırakan Hırvatistan, 17'nci yüzyılda ise bu kez Avusturyalıların baskılarına maruz kaldı. 19'uncu yüzyıla kadar Alman ve Macar kültürlerinin etkisi altında yaşayan Hırvatlar, Birinci Dünya Savaşı'nın ardından "Sırp, Hırvat ve Sloven Krallığı" olarak da bilinen Yugoslavya Krallığı içerisinde yer aldı. Ancak farklı etnik unsurları bir arada barından Yugoslavya Krallığı, sürekli kargaşa içinde yaşadı. İkinci Dünya Savaşı'ndaki Almanya işgaline ve kurulan kukla devlete direniş gösteren Josip Broz Tito yönetimindeki Yugoslavya Komünist Partisi, Sovyetleri Birliği'nin de desteğiyle Ekim 1944'te Belgrad'ı ele geçirdi ve 2 Aralık 1945'te Demokratik Yugoslavya Federasyonu kuruldu. Soğuk Savaş'ın sona ermesiyle 1990'da Doğu Bloku'nda başlayan çözülme, hızla Yugoslavya Federasyonu'na da yansdı. 1991'de Hırvatistan'ın bağımsızlık kararı almasıyla Sırbistan ile çatışmalar

TÜRKİYE VE
HIRVATİSTAN
ARASINDAKİ SON
YILLARDA İKİLİ
SİYASİ İLİŞKİLERDE
YAKALANAN
HAREKETLİLİĞE
KARŞIN, TİCARİ VE
EKONOMİK İLİŞKİLER
SAHİP OLUNAN
POTANSİYELİ
YANSITMIYOR.

çıkışlı bir seyir izleyen Hırvatistan'ın makine alımlarında, Türk makine ihracatçılarının payı da yıllar içerisinde artış gösteriyor. Bu çerçevede Türkiye, Hırvatistan'ın 84. fasıl içerisinde yaptığı alımlarda, 36,5 milyon dolar ile halen 10'uncu sırada yer alıyor.

SOSYALİST EKONOMİDEN SERBEST EKONOMİYE GEÇİŞ

Hırvatistan tarihinde Hırvatların bölgeye gelişleri MS 7'nci yüzyıla kadar dayanıyor. Kimi kaynaklarda Slav kökenli, kimi kaynaklarda ise İran kökenli olduğu belirtilen Hırvatların ilk bağımsız devletleri ise 925 yılında kurulan Hırvatistan Krallığı'dır.



Dubrovnik



BM İSTATİSTİK BÖLÜMÜ VERİLERİNE GÖRE TÜRKİYE, HIRVATİSTAN'IN MAKİNE İTHALATINDA 2015 YILINDA 10'UNCU SIRADA YER ALDI.

Split Kastel'de tarihi bir mimari yapı



yaşayan ülke, 1992'de Birleşmiş Milletler'e üye oldu. Ancak bölgede 1992-1995 yılları arasında devam eden çatışmalarda yüz binlerce sivil ya öldü ya da göçe zorlandı. Bu yıkıcı süreçte sanayisinin yüzde 30'a yakını kaybeden Hırvatistan, düşük enflasyon oranı, istikrarlı para birimi ve büyüme oranı gibi istikrar göstergesi verilere karşılık, yüksek cari açık, dış borç oranı ve düşük rekabet gücüyle tanımlanan bir ekonomik yapı görünümü kazandı.

Hırvat ekonomisi, kamu mülkiyetindeki işletmelere dayanan sosyalist ekonomiden serbest piyasa ekonomisine geçişin yarattığı yapısal sorunları büyük ölçüde aşsa da, özelleştirme konusunda halen ciddi sancılar yaşamaya devam ediyor. Ülkede ilk olarak bankacılık ve iletişim sektörleri özel-

leştirilirken, enerji, demir-çelik, demir yolları, gemi inşa sanayisi gibi sektörlerde özelleştirme ve yeniden yapılanma faaliyetleri henüz hedeflenen seviyeye ulaşmış değil.

2001-2008 döneminde ortalama yüzde 4,4 oranında büyüme kaydeden Hırvatistan ekonomisi, küresel ekonomik krizin etkisiyle 2008 yılının üçüncü çeyreğinden itibaren ciddi bir yavaşlama gösterdi. GSYİH 2009 yılında yüzde 5,8, 2010 yılında yüzde 1,7 oranında küçüldü. 2011 yılında ise yüzde 0,8 ile zayıf bir büyüme oranı gösterdi.

Diğer yandan işsizlik de halen ülkenin önemli makroekonomik sorunlarından birisi olarak etkili olmaya devam ediyor. GSYİH'nin sektörler itibarıyla dağılımında hizmet sektörü yüzde 65 ile ilk sırada yer alırken, sanayinin payı yüzde 28 ve tarımın payı yüzde 6 olarak gerçekleşiyor.

GEÇİŞ SENDROMLARI DEVAM EDİYOR

Hırvatistan ekonomisi bağımsızlığını kazandığı tarihten bu yana piyasa ekonomisine geçiş çabalarını sürdürüyor ve bu geçiş sürecinin getirdiği olumsuzlukları yaşamaya devam ediyor. Ülkede halen düzgün işleyen bir piyasa mekanizması kurulabilmiş

TÜRKİYE HIRVATİSTAN DIŞ TİCARET GÖSTERGELERİ [MİLYON DOLAR] Kaynak: TÜİK verileri

	2014	2015	2016 (01/09)
İHRACAT	287,4	251,7	214
İTHALAT	136,9	135,8	106
HACİM	424,3	387,5	320
DENGE	150,5	115,9	108

HİRVATİSTAN İTHALATINDA MAKİNE SEKTÖRÜNÜN KATKISI
(MİLYAR DOLAR)Kaynak: www.trademap.org
(BM İstatistik Bölümü verileri)

	2014	2015
HİRVATİSTAN'IN TOPLAM İTHALATI	22,9	20,6
HİRVATİSTAN'IN MAKİNE İTHALATI	2,1	1,9
HİRVATİSTAN'IN TOPLAM İTHALATINDA MAKİNE SEKTÖRÜNÜN PAYI [%]	9	9,1

değil. Piyasa ekonomisine geçiş süreciyle birlikte AB üyeliği ve AB mevzuatına uyum süreci de ülkeye ek problemler yüklemiş durumda.

2008'deki küresel finansal krize kadar özellikle ülkede büyük ölçüde yabancıların elinde bulunan bankacılık sektörü kanalıyla Hırvatistan'a ciddi sermaye akımı olmuş ve büyüme bu sermaye akışı ile desteklenmişti. Ancak, merkezi ve Doğu Avrupa ülkelerinde bulunan başlıca ekonomilerden (Bulgaristan, Çek Cumhuriyeti, Estonya, Macaristan, Latviya, Litvanya, Polonya, Slovakya, Slovenya ve Romanya) farklı olarak Hırvatistan'a gelen yabancı sermaye akışı, büyük ölçüde ticaret sektörüne/reel sektöre yönelmedi. Bu bağlamda, yabancı sermaye yatırımları kaynaklı iç talep artışları ülkede ithalatın hızlı bir şekilde artmasına yol açtı ve fiyat/ücret dinamikleri görece olarak aynı kalırken, verimlilik dinamiklerinin baskılanması birim iş gücü maliyetlerini artırdı. Ayrıca sıkı yönetilen döviz kuru ortamında maliyet kaynaklı kayıplar arttı ve hâlihazırda zaten zayıf olan ihracat performansı daha da kötüleşti.

Sonuç olarak 2008 yılında Hırvatistan'ın net uluslararası yatırım pozisyonu negatife döndü ve cari açık rekor düzeye ulaşarak, cari açık/GSYİH oranı yüzde 8,9'a ulaştı. Krizin derinleştiği dönemlerde hem hane halkı ve hem de özel sektör borçları çok yüksek olmamakla beraber, dış borçlar hâlihazırda bu dönemde GSYİH'nin yüzde 100'ünü geçti. Bu süre zarfında GSYİH yaklaşık yüzde 12 oranında gerilerken, ülkedeki yoksulluk oranı yüzde 12'den yüzde 18'e çıktı. Bu olumsuz gelişmelere bağlı olarak, işsizlik ve özellikle genç nüfus arasındaki işsizlik oranları çok yüksek seviyelere yükseldi.

YEDİ YIL SONRA KRİZDEN ÇIKIYOR

2008'de başlayan küresel krizle birlikte son altı yıldan bu yana durgunlukta olan Hırvat ekonomisi, 2015'in başından itibaren toparlanmaya başladı. 2008'den bu yana daralan ekonomi, yedi yılın ardından ilk defa 2015'te pozitif büyümeyi yakaladı ve 2015'te yüzde 1,6 büyüme sergiledi. 2016 yılının ilk yarısında da ekonomideki olumlu gelişme-

ler devam etti ve Hırvat ekonomisi ortalama yüzde 2,75 oranında büyüdü. Bu olumlu trendin hem üçüncü çeyrekte hem de yıl genelinde devam etmesi bekleniyor.

Hane halkı tüketim harcamalarında 2015'in başında yaşanan keskin düşüş sonrasında, tüketim harcamaları 2015 yılı genelinde bir önceki yıla göre yüzde 1,2 oranında artarken, bu eğilim 2016'da da devam ediyor. Hatta 2016 yılının ilk çeyreğinde hane halkı tüketim harcamalarında kaydedilen yüzde 3,1'lik artış, 2008 yılından bu yana kaydedilen en yüksek artış olarak vurgulanıyor.

Tüketici güvenindeki artış, işsizlik oranlarındaki düşüş ve olumlu hava koşulları ile birlikte turizm sezonun iyi geçmesi, tüketim harcamalarındaki artışın başlıca sebepleri arasında yer alıyor.

Ülkedeki krizle birlikte kaydedilen negatif büyümenin 2015'te yerini pozitif büyümeye

TÜRKİYE'NİN 84. FASILDA HİRVATİSTAN'A GERÇEKLEŞTİRDİĞİ MAKİNE İHRACATI İÇİNDE İLK SIRADA "ÇAMAŞIR YIKAMA MAKİNELERİ" YER ALIYOR.

Assumption Katedrali, Dubrovnik





Dubrovnik

2008'DE BAŞLAYAN KÜRESEL KRİZLE BİRLİKTE SON ALTI YILDAN BU YANA DURGUNLUKTA OLAN HIRVAT EKONOMİSİ, 2015'İN BAŞINDAN İTİBAREN TOPARLANMAYA BAŞLADI.

birakmasıyla, 2015'in ikinci çeyreğinden itibaren yatırımlarda da artış izleniyor. 2015 genelinde yatırımlar yüzde 1,6 oranında artarken, 2016'nın ilk çeyreğinde de bu eğilim devam etti ve ilk çeyrekte yüzde 4,3'lük, ikinci çeyrekte ise yüzde 6,2 oranında artış kaydedildi. Buna bağlı olarak ülkedeki sanayi üretiminde de 2016'nın ilk yarısında yüzde 6,5 oranında artış görülmesi, Hırvatistan ekonomisinin geleceği için umutlu söylemlerin yükselmesini de sağlıyor.

YÜKSEK İŞSİZLİK İSTİKRARI TEHDİT EDİYOR

Diğer yandan, Hırvat ekonomisinde son üç yıldır hem ihracat hem de ithalatta ılımlı bir düzelmeye de izleniyor. Bu olumlu trend 2016'nın ilk çeyreğinde de devam etti ve yılın ilk çeyreğinde ihracat ve ithalat 2015'in aynı dönemine göre sırasıyla yüzde 7,1 ve yüzde 6,1 oranında artışlarla kendisini gösterdi. Turizm sezonundaki olumlu rakamlar ve Hırvatistan ticari partnerlerindeki ekonomik iyileşme de yıl genelindeki ihracata ilişkin tahminleri olumlu etkilemeye de-

vam ediyor. Bu çerçevede, yıllık bazda altı yıl üst üste negatif büyümeden sonra iç talepteki daralmanın sona ermesi ve ihracatın hızlı bir şekilde artmaya başlamasıyla, Hırvatistan'ın durgunluktan kısmen çıktığı da söylenebilir.

Bununla birlikte ülkedeki sanayi üretiminin halen dalgalı bir seyir izlediğini de anımsatmalıyız. Bu yılın Ocak ve Mart ayındaki yüksek oranlı artışlardan sonra, Mayıs ve Temmuz aylarında geçen yılın aynı aylarına göre sırasıyla yüzde 1,6 ve yüzde 1,2'ye gerileyen sanayi üretimi, Ağustos ayında tekrar yukarı yönlü hareket etmeye başladı.

Toplam sanayi üretiminin ilk sekiz ayında ise sanayi üretimi Ocak-Ağustos döneminde, 2015'in aynı dönemine göre yüzde 4,3'lük artış gösterirken, imalat sanayisi üretimi aynı dönemde yüzde 4,9 oranında artış kaydetti.

Hırvatistan ekonomisinin halen en büyük sorunlarından biri ise işsizliktir. 2000'li yıllarda yüzde 20'lerde seyreden işsizlik oranı, 2002 yılından itibaren istikrarlı bir düşüş göstererek 2008 yılında yüzde 13,2'ye kadar

gerilese de küresel finans krizinin etkileriyle yeniden yükseliş eğilimine girdi. Bölge ülkeleri arasında en yüksek işsizlik oranına sahip ülkelerden biri olan Hırvatistan'da genç işsizlik oranı yüzde 40'ın üzerinde seyrediyor ve bu oran AB içerisindeki en yüksek oranlardan biri olarak ekonomik istikrarı tehdit etmeye devam ediyor.

HIRVATİSTAN'IN MAKİNE İTHALATI

Gelelim makine sektörü özelinde Hırvatistan'ın karnesine... Hırvatistan'ın ülke bazında makine ithalatı 2015 yılında, bir önceki yıla göre yüzde 8,6 düşerek 1,88 milyar dolar olarak gerçekleşti. 2014 yılında bu rakam 2 milyar doların üzerine çıkmıştı. Bu dönemde, BM İstatistik Bölümü verilerine göre Almanya ve İtalya yüzde 12 kayıp yaşarken, Hollanda ve Belçika yüzde 16, Türkiye ise yüzde 13'e yaklaşan makine ihracatı artışları yaşadı. Bununla birlikte Almanya ve İtalya, Hırvatistan'ın makine ithalatındaki ilk iki ülke olmayı sürdürüyor. Bu iki ülkeyi ise Avusturya, Slovenya ve Çin takip ediyor. BM İstatistik Bölümü verilerine göre Türkiye ise Hırvatistan'ın makine ithalatında halen 36,5 milyon dolarlık ihracatla 10'uncu sırada yer alıyor.

Hırvatistan, 84. fasılda 2015 yılı verilerine göre en fazla 8471 GTİP kodlu "Otomatik bilgi işlem makineleri, üniteleri" ürün grubunda ithalat yaptı. 2015 yılında söz konusu ürün grubunda 222,9 milyon dolarlık ithalat gerçekleştirilirken, bu rakam 2014 yılında 246,7 milyon dolar olarak gerçekleşmişti. Listenin ikinci sırasında ise 8443 GTİP kodlu "Matbaacılığa mahsus baskı makine-

TÜRKİYE-HIRVATİSTAN DIŞ TİCARETİNDE ÖNE ÇIKAN FASILLAR

TÜRKİYE HIRVATİSTAN'A

- Motorlu kara taşıtları ve aksamları,
- Elektrikli ve elektriksiz makine, kazan ve cihazlar,
- Örülmüş ve örülmemiş giyim eşyası,
- Demir ve demir çelikten eşya,
- Alüminyum ve alüminyumdan eşya,
- Plastik ve plastik mamulleri,
- Yenilen meyveler, sert kabuklu meyveler ihraç ediyor.

TÜRKİYE HIRVATİSTAN'DAN

- Azotlu mineral veya kimyasal gübreler,
- Esası sentetik polimerler veya tabii polimerler olan susuz bir ortamda eriyen veya dağılan boya,
- Dökme demir, çelik hurdaları,
- Gerilimi 1000 voltu geçmeyen elektrik devresi teçhizatı,
- Otomatik kontrol ve ayar alet ve cihazları,
- Elektrik transformatörleri, statik konvertörler ve endüktörler,
- Sentetik filament iplikleri [dikiş ipliği hariç],
- Rep veya kolza tohumları,
- İnsan kanı, hayvan kanı, serum, aşı, toksin gibi ürünler,
- Cüruf yünü, kaya yünü gibi mineral yünler; genişletilmiş vermikulit, genişletilmiş kil ithal ediyor.



HIRVATİSTAN'IN MAKİNE İTHALATINDA BAŞLICA KALEMLER (MİLYON DOLAR - 84. FASIL)

Kaynak: www.trademap.org [BM İstatistik Bölümü verileri]

GTİP KODU	GTİP ADI	2014	2015	Değişim %
8471	OTOMATİK BİLGİ İŞLEM MAKİNELERİ, ÜNİTELERİ	246,7	222,9	-9,7
8443	MATBAACILIĞA MAHSUS BASKI MAKİNELERİ, YARDIMCI MAKİNELER	121,4	108,2	-10,9
8481	MUSLUKÇU, BORUCU EŞYASI-BASINÇ DÜŞÜRÜCÜ, TERMOSTATİK VALF DÂHİL	104	105,4	1,3
8418	BUZDOLAPLARI, DONDURUCULAR, SOĞUTUCULAR, ISI POMPALARI	90,5	86,2	-4,7
8415	KLİMA CİHAZLARI-VANTİLATÖRLÜ, ISI, NEM DEĞİŞTİRME TERTİBATLI	73	71,2	-2,4
8413	SIVILAR İÇİN POMPALAR, SIVI ELEVATÖRLERİ	63,5	64,2	1,1
8479	KENDİNE ÖZGÜ FONKSİYONLU MAKİNE VE CİHAZLAR	75,1	62,5	-16,9
8421	SANTRİFÜJLE ÇALIŞAN KURUTMA, FİLTRE, ARITMA CİHAZLARI	70,4	62,3	-11,4
8419	ISI DEĞİŞİKLİĞİ YÖNTEMİ İLE MADDELERİ İŞLEMEK İÇİN CİHAZLAR	73,7	62	-16
8422	YIKAMA, TEMİZLEME, KURUTMA, DOLDURMA VB. İŞLERİ İÇİN MAKİNE	85,8	57,6	-32,8
	DİĞER	1.059,7	983,3	-7,2
	TOPLAM	2.063,9	1.885,7	-8,6



HIRVATİSTAN'IN MAKİNE İTHALATINDA İLK 10 ÜLKE [MİLYON DOLAR - 84. FASIL]

Kaynak: www.trademapp.org
[BM İstatistik Bölümü verileri]

SIRA	ÜLKE	2014	2015
1	ALMANYA	509	447,3
2	İTALYA	332,9	290,2
3	AVUSTURYA	196,6	185,9
4	SLOVENYA	161,3	161,7
5	ÇİN	115,7	117,8
6	HOLLANDA	73	84,8
7	MACARİSTAN	75,1	68,1
8	BELÇİKA	33,5	39,1
9	POLONYA	36,7	38,9
10	TÜRKİYE	32,4	36,5
	DİĞER	497,7	415,3
	TOPLAM	2.063,9	1.885,7

kalem 8481 GTİP kodlu "Muslukçu, borucu eşyası-basınç düşürücü, termostatik valf dahil" ürün grubu oldu. Söz konusu ürün grubunda 105,4 milyon dolarlık ithalat gerçekleştirilirken bu rakam 2014'te 104 milyon dolar seviyesindeydi. Bu ürün grubu, aynı zamanda, Hırvatistan'ın makine ithalatında en fazla artış görülen ürün grubu olması açısından da önem taşıyor. Diğer yandan, Hırvatistan'ın makine ithalatında genel olarak bir düşüş eğilimi izleniyor. Bu çerçevede en güçlü düşüş ise 8422 GTİP kodlu "Kendine özgü fonksiyonlu makine ve cihazlar" ürün grubunda gerçekleşti. Bu ürün grubundaki düşüş, 2015 verilerine göre yüzde 33'e yaklaşmış durumda.

Son olarak, Hırvatistan'ın makine ithalatı genel olarak düşüş eğiliminde olsa da toplam ithalat içerisindeki makine sektörü payının 2014'teki yüzde 9 seviyesinden 0,1 baz puanlık artışla yüzde 9,1'e yükseldiğini de anımsatalım.

leri, yardımcı makineler" ürün grubu bulunuyor. Hırvatistan, 2015 yılında söz konusu kalemden 108,2 milyon dolar değerinde makine ithal ederken, bu ürün grubunda 2014 yılında 121,4 milyon dolarlık ithalat gerçekleştirilmişti. Hırvatistan'ın 2015'te 84. fasılda en fazla ithalat gerçekleştirdiği üçüncü

TÜRKİYE 10'UNCU SIRADA

BM İstatistik Bölümü verilerine göre Türkiye, Hırvatistan'ın makine ithalatında 2015 yılında 10'uncu sırada yer aldı demıştik. TÜİK verilerine göre ise Türkiyeli makine üreticileri, 2015 yılında yüzde 1,5'lik ihracat artışı yaka-

HIRVATİSTAN EKONOMİSİNİN HALEN EN BÜYÜK SORUNLARINDAN BİRİ İŞSİZLİKTİR. 2000'Lİ YILLARDA YÜZDE 20'LERDE SEYREDEN İŞSİZLİK ORANI, 2002 YILINDAN İTİBAREN İSTİKRARLI BİR DÜŞÜŞ GÖSTEREREK 2008 YILINDA YÜZDE 13,2'YE KADAR GERİLESE DE KÜRESEL FİNANS KRİZİNİN ETKİLERİYLE YENİDEN YÜKSELİŞ EĞİLİMİNE GİRDİ.



ladı ve Hırvatistan'a 30 milyon dolar değerinde makine ihraç etti.

Türkiye'nin 84. fasılda Hırvatistan'a gerçekleştirdiği makine ihracatı içinde ilk sırada 8450 GTİP kodlu "Çamaşır yıkama makineleri" ürün grubu yer alıyor. Söz konusu kalemden Hırvatistan'a 2015 yılında 7,8 milyon dolar değerinde ürün ihraç edilirken listenin ikinci sırasında bulunan 8418 GTİP kodlu "Buzdolapları, dondurucular, soğutucular, ısı pompaları" ürün grubunda ise yüzde 11'lik düşüş yaşandığı izleniyor. Türkiye'nin Hırvatistan'a makine ihracatındaki en güçlü düşüş bu kalemden yaşanmış olsa da söz konusu kalemden 7,3 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirildiğini anımsatalım.

Türkiye'nin Hırvatistan'a makine ihracatında ilk 10 ürün grubu listesinin üçüncü sırasında ise 8422 GTİP kodlu "Yıkama, temizleme, kurutma, doldurma vb. işler için makine, cihazlar" ürün grubu yer alıyor. 2015 yılında söz konusu kalemden 3,4 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirilirken 2014'te bu rakam 3,2 milyon dolar olarak gerçekleşmişti.

Bununla birlikte, Türkiye'nin Hırvatistan'a makine ihracatında en yüksek artış, 8481 GTİP kodlu "Muslukçu, borucu eşyası-basınç düşürücü, termostatik valf dâhil" ürün grubunda yaşandı. Bu ürün grubunda 2014'te 600

Pula Arena

HIRVATİSTAN EKONOMİSİNİN ANA SEKTÖRLERİ

TURİZM:



Turizm, Hırvatistan ekonomisinin yeniden yapılanmasında önemli rolü oynayan sektördür. Dünya'nın en çok tercih edilen 18'inci turistik ülkesi olan Hırvatistan, gelirlerinin beşte birini de bu sektörden elde ediyor. Çalışan nüfusun yüzde 10'u bu sektörde istihdam edilirken, mevcut yatak kapasitesinin neredeyse tamamını da Adriyatik kıyısındaki tesislerde konumlandırıyor. 1.800 kilometrelik Adriyatik sahil şeridinde bin 185 adası bulunan Hırvatistan'ın sahip olduğu Akdeniz iklimi ve doğal güzellikleri, başta Avrupalı turistler olmak üzere dünyanın her yerinden ziyaretçileri Hırvatistan'a çekiyor. Deniz turizminin gelişmesi ile yüksek standartlı tesis ve otel işletmelerinin artıyor oluşu, sektördeki potansiyelin de yükselmesini sağlıyor.

TARIM VE HAYVANCILIK:



Tarım, ormancılık ve balıkçılık sektörünün ülkede yaratılan katma değer içerisindeki payı yüzde 7 ve ülkenin dış ticaretindeki payı yaklaşık yüzde 5 seviyelerinde ilerliyor. Tarım alanlarının yüzde 80'i özel aile çiftlikleri şeklinde ekilip dikilirken, çiftliklerin ortalama büyüklüğünün 2,5 hektarın altında olması endüstriyel tarımın hızlı ilerleyişini engelliyor. DTÖ Tarım Anlaşması ve AB Ortak Tarım Politikaları ile uyum sağlamış olan Hırvatistan, halen yüksek kalitede kereste üretim potansiyeli ve gelişmiş balıkçılık ve balık işleme endüstrisi ile dikkat çekiyor.

SANAYİ:



Hırvat endüstrisinin neredeyse üçte biri, savaş zamanında tahrip olmuştu. Bu durumdan en çok etkilenen sektörler makine, deri, ayakkabı, tekstil sanayisi iken, özellikle metal eşya ve donanım sanayisi gibi stratejik iş kolları eski teknoloji ve aşırı istihdam sonucunda verimsiz çalışmaya devam ediyor. Hırvatistan sanayi işletmelerinin yarısından fazlası çok küçük ölçekli, üçte biri küçük ölçekli, yüzde 10'u orta ölçekli [50-249 kişi çalıştıran] ve ancak yüzde 3'ü büyük ölçekli işletmeleri olarak konumlanmış durumda.

GEMİ İNŞA:



Gemi inşa sanayisi Hırvatistan ihracatında önemli bir yere sahip. Pula, Split ve Trogir'de birer tane ve Rijeka'da iki tane olmak üzere beş büyük tersaneye sahip olan Hırvatistan'da her tür deniz ulaşım aracı, sondaj platformu, tanker ve savaş gemisi üretilebilir. Gemi üretiminde dünya sıralamasında beşinci sırada olan Hırvatistan, pazarın yüzde 2'sine de sahip durumda. Bununla birlikte, toplam 13 bin 500 gemi kapasiteli 37 marinanın bulunduğu ülkedeki tersanelerin modernizasyona ihtiyacı olduğu biliniyor.

ULAŞIM:



Hırvatistan coğrafi konumu itibarıyla Kuzey-Güney Avrupa ve Doğu-Batı Avrupa geçiş yollarının üzerinde bulunuyor. Batı Avrupa'yı Karadeniz'e ve Doğu Avrupa ile Baltık ülkelerini Akdeniz'e ulaştıracak iki önemli karayolu koridoru Hırvatistan'dan geçerken, altısı uluslararası taşımacılığa uygun 400'e yakın limanı ile Hırvatistan deniz yollarında da iddialı konumda bulunuyor. Hava ve demir yollarında ise Hırvatistan halen modernizasyon çalışmalarına devam ediyor.



bin dolarlık ihracat yapılırken, 2015'te bu rakam yüzde 39,5 artışla 1 milyon dolar sınırına yaklaştı.

Hırvatistan'ın ülke bazında makine ihracatı ise 2015 yılında yüzde 9,6 kayıpla 1,2 milyar dolar olarak gerçekleşti. Bu dönemde, BM İstatistik Bölümü verilerine göre Almanya, Slovenya, Avusturya, İtalya ve Fransa Hırvatistan'ın en güçlü ticaret ortakları olurken, ABD, Bosna Hersek, Sırbistan, İsviçre ve İngiltere Hırvatistan'ın makine ihracatındaki önemli ülkeler olmayı sürdürdü. Bu dönemde Türkiye de 12,7 milyon dolarlık alımla Hırvatistan'ın makine ihracatında 22'nci sırada yer aldı.

Hırvatistan, 84. fasıl itibarıyla 2015 yılında, en fazla 8477 GTİP kodlu "Kauçuk, plastik eşya imal ve işleme makine ve cihazları" ürün grubunda ihracat gerçekleştirdi. Bu ürün grubunda 121 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirilirken, 8480 GTİP kodlu "Metal dökümü için kasalar, plakalar, kalıp modelleri" ürün grubu 92,3 milyon dolarla ikinci, 8411 GTİP kodlu "Turbojetler, turbo-propeller, diğer gaz türbinleri" ürün grubu 76,4 milyon dolarla üçüncü sırada yer aldı.

BM İstatistik Bölümü verilerine göre 2015'te en fazla ihracat artışı yaşanan ürün grubu yüzde 61,9 ile 8402 GTİP kodlu "Buhar jeneratörleri, kızgın su üreten kazanlar" ürün grubu olurken, en yüksek düşüş de yüzde 31,4 ile 8479 GTİP kodlu "Kendine özgü fonksiyonlu makine ve cihazlar" ürün grubunda yaşandı.

TÜRKİYE'NİN HIRVATİSTAN'A 84. FASIL BAZINDA MAKİNE İHRACATI (MİLYON DOLAR)

Kaynak: TÜİK verileri

GTİP KODU	GTİP ADI	2014	2015	Değişim %
8450	ÇAMAŞIR YIKAMA MAKİNELERİ	7,8	7,8	0,1
8418	BUZDOLAPLARI, DONDURUCULAR SOĞUTUCULAR, ISI POMPALARI	8,2	7,3	-11
8422	YIKAMA, TEMİZLEME, KURUTMA, DOLDURMA VB. İŞLERİ İÇİN MAKİNE	3,2	3,4	5,7
8403	BUHAR KAZANLARI DIŞINDA KALAN MERKEZİ ISITMA KAZANLARI	1,5	1,5	-1,9
8477	KAUÇUK, PLASTİK EŞYA İMAL VE İŞLEME MAKİNE VE CİHAZLARI	1,2	1,3	3,1
8451	DOKUMA MADDELERİNİ YIKAMA, KURUTMA, ÜTÜLEME MAKİNE VE CİHAZLARI	0,9	1,1	31,2
8462	METALLERİ DÖVME, İŞLEME, KESME, SATAFLAMA PRESLERİ, MAKİNELERİ	0,8	0,9	23,4
8481	MUSLUKÇU, BORUCU EŞYASI-BASINÇ DÜŞÜRÜCÜ, TERMOSTATİK VALF DÂHİL	0,6	0,9	39,5
8414	HAVA-VAKUM POMPASI, HAVA/GAZ KOMPRESÖRÜ, VANTİLATÖR, ASPİRATÖR	0,6	0,7	9,5
8419	ISI DEĞİŞİKLİĞİ YÖNTEMİ İLE MADDELERİ İŞLEMELİK İÇİN CİHAZLAR	0,7	0,6	-8,9
	DİĞER	3,9	4,3	11,7
	TOPLAM	29,4	29,9	1,5

**HIRVATİSTAN İTHALATINDA MAKİNE SEKTÖRÜNÜN PAYI
(MİLYON DOLAR)**

Kaynak: www.trademap.org (BM İstatistik Bölümü verileri) ve TÜİK verileri

	2014	2015
TÜRKİYE'NİN HIRVATİSTAN'A TOPLAM İHRACATI	287,4	251,7
TÜRKİYE'NİN HIRVATİSTAN'A MAKİNE İHRACATI	29,4	29,9
TOPLAM İHRACATTA MAKİNE SEKTÖRÜNÜN PAYI (%)	10,2	11,9

TÜRKİYE-HIRVATİSTAN DIŞ TİCARETİ

Türkiye ile Hırvatistan arasındaki ticari ilişkilerin, iki ülke arasındaki coğrafi yakınlığa rağmen genel olarak potansiyelinin oldukça altında ve istikrarsız seyrettiği söylenebilir. TÜİK verilerine göre 1996 yılında yaklaşık 55 milyon dolar olarak gerçekleşen iki ülke ticaret hacmi, 10 yıl sonra 2006 yılında 274 milyon dolara, 2008 yılında 434 milyon dolara kadar çıksa da, 2009 yılında 210 milyon dolara gerilemiş, 2011 yılında ise 553 milyon dolarla en yüksek seviyesine ulaşmıştı. 2012 ve 2013 yıllarında düşüş eğilimi gösteren dış ticaret, 2014'te yeniden yükseliş grafiği yakalamış ve 424,3 milyon dolar seviyesine çıkmış ancak 2015'te tekrar 387,5 milyon dolara gerilemişti. Bu yılın Ocak-Ekim döneminde ise Türkiye-Hırvatistan dış ticareti 320 milyon dolar seviyesinde kaldı. Bu veriler, son yıllarda ikili siyasi ilişkilerde yakalanan hareketliliğe karşın, iki ülke arasındaki ticari ve ekonomik ilişkilerin sahip olunan potansiyeli yansıtmaktan uzak olduğunu ortaya koyuyor.

Türkiye Hırvatistan ile yapılan ticarete yoğunluklu olarak demir-çelik, makineler, kara taşıtları ve tekstil ürünleri ihraç ederken, Hırvatistan'dan gübre, metal cevherleri, hurda metal, teknik cihazlar ve plastik ithal ediyor. 13 Mart 2002 tarihinde imzalanan ve 1 Temmuz 2003 tarihinde yürürlüğe giren Serbest Ticaret Anlaşması'nın, Hırvatistan'ın AB'ye üye olduğu 1 Temmuz 2013 tarihinde feshe-dilmesinin yanı sıra küresel ekonomideki daralma, iki ülke dış ticaretindeki kayıpların en büyük nedenleri olarak gösterilirken, son dönemde makine, turizm, bankacılık, enerji, inşaat ve tekstil sektörlerindeki Türk firmalarının Hırvatistan'a yönelik ilgilerinin de arttığı söylenebilir. Türkiye'nin Hırvatistan'a gerçekleştirdiği toplam ihracat içerisinde makine ihracatının payının artıyor olması da bu veriyi doğruluyor. Hatırlanacağı üzere 2014'te Türkiye'nin Hırvatistan'a gerçekleştirdiği toplam ihracat içerisinde makine sektörünün payı yüzde 10,2 iken, 2015'te bu oran yüzde 11,9'a yükselmişti.

HIRVATİSTAN'DA GENÇ İŞSİZLİK ORANI YÜZDE 40'IN ÜZERİNDE SEYREDİYOR VE BU ORAN AB İÇERİSİNDEKİ EN YÜKSEK ORANLARDAN BİRİ OLARAK EKONOMİK İSTİKRARI TEHDİT ETMEYE DEVAM EDİYOR.



Zagreb



“ÇIRAKLIĞINI YAPMADIĞIN İŞİN USTALIĞINI YAPAMAZSIN”

AİLE ŞİRKETİNDE
ÇALIŞMANIN
KENDİSİNE BÜYÜK
BİR TECRÜBE
KAZANDIRDIĞINI
SÖYLEYEN DAL
LUNAPARK
MAKİNALARI
YÖNETİM KURULU
BAŞKAN YARDIMCISI
BAKİ MUSTAFA DAL,
“ ‘ÇIRAKLIĞINI
YAPMADIĞIN
İŞİN USTALIĞINI
YAPAMAZSIN’ DER
BABAM ÖNDER DAL.
BEN DE ÇIRAKLIKLA
BAŞLADIĞIM BU
YOLDA, ŞİRKET
İÇİNDE BİRÇOK
GÖREV ÜSTLENDİM.
BU SAYEDE ALDIĞIM
SORUMLULUKLARLA
DENEYİMLERİM
GÜNDEN GÜNE
ARTTI” DİYOR.

Şirkette üçüncü kuşak olarak görev almanın, her zaman aile büyüklerinin tecrübelerinden yararlanmak gibi bir pozitif yanı olduğunu söyleyen Dal Lunapark Makinaları Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Baki Mustafa Dal, bu sayede işin içerisinde kişinin kendini geliştirmesinin her zaman daha kolay olduğunu söylüyor. Aile şirketinde çalışmanın kendisine büyük bir tecrübe kazandırdığını ifade eden Dal, “Çıraklığını yapmadığın işin ustalığını ya-

pamazsın!” der babam Özcan Dal. Ben de çıraklıkla başladığım bu yolda, şirket içinde birçok görev üstlendim. Bu sayede aldığım sorumluluklarla deneyimlerim günden güne arttı” şeklinde konuşuyor. İnsanın sorumluluk aldıkça yaptığı işi daha çok benimsediğini ve bunun arkasından da çalışma arzusunun arttığını vurgulayan Dal ile firmalarının kurumsallaşması yönünde gerçekleştirdiği çalışmaları ve üçüncü kuşak yönetici olarak sektöre bakışını konuştuk.





Aile şirketinde görev alma serüveniniz ne zaman ve nasıl başladı? Şirket içinde hangi görevleri üstendiniz?

Henüz dört yaşındayken Bursa lunaparkına gondol kurmaya gittiğimizi çok net hatırlıyorum. Tabii ki çocuksunuz, ne kadarını anlayabilirsiniz ama o zamandan beri o kadar büyük oyuncakların kurulması ve çalıştırılması ilgimi çekmiştir. İlerleyen zamanda ise fabrikaya ve işletmelere gitmeye başladım. Kardeşim de okul tatillerinde babamla birlikte işe gelir, yabancı dilde eğitim gördüğü için yabancı müşterilerimizle yaptığımız toplantılara o da katılırdı.

Hayatınız ilgi duyduklarınız ve başardıklarınızla şekilleniyor. Benim hayatım ise küçük yaşlarda ilgi duyduğum çarpışan arabalarla şekillenmeye başlamıştı bile. Lunaparklardaki ilk görevim atıklarınca da bilet toplamak olmuştu. İşinizde sorumluluk aldıkça o işi daha çok benimseye başlıyorsunuz ve bunun akabinde çalışma arzunuz artıyor. 15 yaşıma kadar fabrikada ve lunaparklarda çıraklık yaptım. Kamikaze adıyla bilinen lunapark oyuncağını ilk defa kurduğumda henüz 16 yaşındaydım sonrasında ise parklarımızdaki oyuncaklarımızın montaj ekibinin başına geçtim. Kışları fabrikada imalatı, yazları ise parklarda işletmeciliği öğrendim. Bizim işimiz sadece imal etmekle bitmiyor. Ürettiğiniz oyuncakları en iyi dekorasyonla sunabilmek ve eklediğiniz ışıklandırmalarla ürünün görsel yanını güçlendirebilmek de önemli detaylardan biri. Oyuncakların kurulumu ve sökümünü üstlendikten sonra elektriğe ve ışıklandırmalara olan ilgim sayesinde artık lunaparkların ve oyuncak dediğimiz makinelerin renk ve ışık tasarımlarını bizzat yapmaya başladım. İşinizi sevdiikten sonra inanın bu sadece hayal gücünüze kalıyor. Babamın her zaman söyle-

diği bir söz vardır, "Çıraklığını yapmadığın işin ustalığını yapamazsın!". Çıraklıkla başladığım bu yolda, şirket içinde birçok görev üstlendim. Bu sayede aldığınız sorumluluklarla deneyimleriniz günden güne artıyor. Bugün itibarıyla firmamızın yönetim kurulu başkan yardımcılığı görevini yürütüyorum.

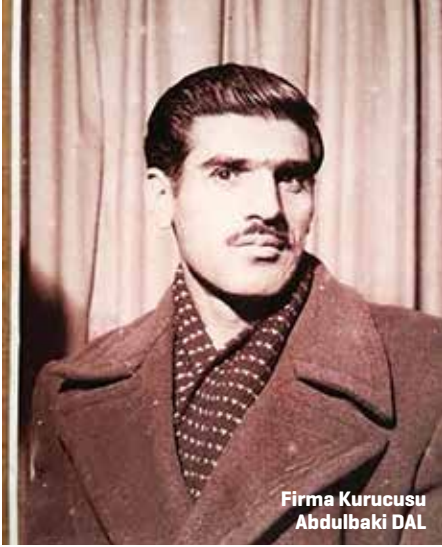
Türkiye'nin önemli firmalarından biri olan Dal Lunapark Makinaları'nda görev almak bir zorunluluk muydu? Üretiminin içinde olmak size neler kattı?

Bizim sektörümüz gerçekten ilgi gören bir alan. Çocukluğumdan bu yana işle büyüdüğüm için görev almak zorunluluktan öte bir amaçtı benim için. Üçüncü kuşak olmanın, her zaman büyüklerinizin tecrübelerinden yararlanmak gibi bir pozitif yanı olduğu için işin içerisinde kendinizi geliştirmek her zaman daha kolaydır. Kendimi geliştirmemin de bir parçası olduğu için bu işte çalışmak bir yerden sonra hedefim oldu. Dedem ve babamın izinden yürümek bana daima gurur verdi ve hayatıma daha net hedefler kattı.

Aile şirketinde çalışmanın zorlukları ve avantajlı yanları nelerdir? Sizden beklentiler hangi düzeydeydi? Ötelediğiniz hayalleriniz oldu mu?

Türkiye'de bulunan her 10 aile şirketinden yedisinin yaşadığı durumu ben de yaşıyorum. Bizde hayat, iş demektir. Başaramamak, sıkılmak, işlerin yetişmemesi, hata yapmak gibi lükslerimiz yok. Aile şirketinde çalışmak kişiye kendisi bizzat deneyimlemese bile büyük bir tecrübe kazandırır ve şirketin gelişimini hızlandırır. Geçmişte yapılanlardan ders çıkarılarak firmanın hafızası kuşaktan kuşağa taşınır. "Bu da kulağına küpe olsun!" diyerek başlayan

"YAKIN BİR GEÇMİŞE KADAR TÜRK MAKİNE SEKTÖRÜNDE, DÜNYA GENELİNDE ÖNEMLİ BİR YERE GELEN VE MARKALAŞMIŞ AZ ŞİRKET VARDI. TEKNOLOJİ, EĞİTİM VE YENİ KUŞAKLARIN İŞE KATILMASIYLA BİRLİKTE SEKTÖRDE KISA SÜRE ZARFINDA ADINI DUYURAN FİRMALAR ORTAYA ÇIKTI."



Firma Kurucusu
Abdulbaki DAL



Özcan DAL



Baki Mustafa DAL

cümleler sizi her zaman yanlış yapmaktan kurtarır. Öğütleri göz ardı etmediğinizde işinize ne kadar yaradığının da farkına varırsınız. Aile şirketlerinde kurumsallaşma, bünyesinde belli başlı bazı zorlukları da barındırıyor. Bir düşünceden yola çıkarak büyük bir firmafabrika kuran dede ve babamızdan sonra bizim üstümüze düşen de şirketi kurumsallaştırmak. Kurumsallaştırma süresince ana değer ve amaçlar göz ardı edilmezse ne kadar zor olursa olsun firma da büyüyecektir.

Ülkemizin köklü firmalarından birinin üçüncü kuşak yöneticisi olarak Türkiye'nin makinecilik serüvenini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Yakın bir geçmişe kadar Türk makine sektöründe dünya genelinde önemli bir yere gelen

ve markalaşmış olan az şirket vardı. Teknoloji, eğitim ve yeni kuşakların işe katılmasıyla birlikte sektörde kısa süre zarfında adını duyuran firmalar ortaya çıktı. Bunun sebebi de işleyişin yerine oturması ile birlikte firmaların kaliteli ve en ince detayına kadar düşünülmüş makineler üretmeye başlamış olmasıdır. Türkiye'nin de her geçen gün gelişmesi ve devletin sanayiye sağladığı desteklerle adımımızın bir yerden sonra şirket isimleriyle değil ülkemizin adıyla anılacağını ümit ediyorum.

Firmanızın geleceğine yönelik öngörüleriniz neler? Firmanızı taşımak istediğiniz nokta nedir?

Dal Lunapark Makinaları olarak istikrarlı bir şekilde daha özgün, daha detaylı ürünleri ortaya koymaya devam ediyoruz. İlk ihracatımı-

"FİRMA OLARAK ÜRETİMİMİZE LUNAPARK MAKİNELERİMİZİN YANI SIRA, 2015 YILINDA HAVA RAY TAŞIMA SİSTEMLERİNİ, 2016 YILINDAYSA DÜNYACA ÜNLÜ ALPINE COASTER ADLI İLK YERLİ TÜRK DAĞ KIZAĞI PROJESİNİ EKLEDİK."





zı Yunanistan'a gerçekleştirdik ve bugün itibariyle de üretimimizin yüzde 90'ını Almanya, İngiltere, İrlanda, Fransa, İsviçre, İsveç, Norveç, Hollanda gibi ülkelere gönderiyoruz. Avrupa pazarının daralmasıyla birlikte Irak, Dubai, Suudi Arabistan, Fas, Tunus, Cezayir gibi ülkelere ağırlık vermeye başladık. Firmamız aynı zamanda Türkiye'de tema parkın öncüsüdür ve Dal Tema Park adı altında beş adet açık ve bir adet de kapalı eğlence merkezimiz bulunuyor. Firma olarak lunapark makinelerimizin yanı sıra üretimimize 2015 yılında hava ray taşıma sistemlerini, 2016 yılındaysa dünyaca ünlü Alpine Coaster adlı ilk yerli Türk dağ kazağı projesini ekledik. İlk ürünümüzü de Gebze-Eskihisar yerleşkesinde gerçekleştiriyoruz. Sadece üretici olarak değil, eğlence boyutunda da çalışmalarımızı kesintisiz sürdürüyoruz. Her yıl düzenlenen yurt dışı ve yurt içi eğlence-rekreasyon fuarlarına katılıyoruz. Pazar hacmimizi artırarak yenilikçi ürünlerimizi tüm dünya ülkelerine ihraç etmeyi ve yurt dışında ve yurt içinde yüksek cirolara ulaşmayı hedefliyoruz. Her geçen gün titizlik içerisinde yapılan çalışmalarla kaliteli ürünlerimize yenilerini ekleyip, büyük yabancı firmalarla rahatlıkla rekabet ederek ihraç pazarındaki etkinliğimizi artırmaya devam edeceğiz.

İş yaşamı dışında kişisel hobileriniz var mı? Sizin gibi aile şirketinde yöneticiliğe hazırlanan üçüncü kuşaklara tavsiyeleriniz neler olur?

İnsan işini bu denli benimseyince kişinin hobileri de işinin etrafında geliyor. Hal böyle olunca benim de hobilerimin başında, firmamıza yeni bir şeyler katabilmek için çıktığım iş gezileri yer alıyor. Aynı zamanda işimiz hak-

kında farklı yazarlardan farklı konular üzerine (makine, işletme, pazarlama) kitaplar okumak da hobilerim arasında. Babamın bizlere hep nasihat ettiği bir cümle ise aile şirketinde yöneticiliğe hazırlanan üçüncü kuşaklara tavsiyem olabilir: "İşinize büyük bir aşkla sarılın ve ona harcadığınız zamanı hayatınızdan eksilmiş zaman olarak değil, kendinizi geliştirdiğiniz zaman olarak düşünün. Aynı zamanda çok çalışıp, bilime önem verin ve sorumluluk sahibi olun!". Honore de Balzac'ın çok sevdiğim bir sözü vardır, "Tüm mutluluk cesaret ve işe bağlıdır!" der büyük yazar. Tarih boyunca çalışan ve çalışmak için fedakarlık edenler kazanmıştır. Bizler de hem kendi firmalarımız hem de ülkemizin geleceği için fedakarlık yapmaya hazır olmalıyız.



"BALZAC'IN ÇOK SEVDİĞİM BİR SÖZÜ VARDIR, 'TÜM MUTLULUK CESARET VE İŞE BAĞLIDIR!' DER ÜNLÜ YAZAR. TARİH BOYUNCA ÇALIŞAN VE ÇALIŞMAK İÇİN FEDAKARLIK EDENLER KAZANMIŞTIR. BİZLER DE HEM KENDİ FİRMALARIMIZ HEM DE ÜLKEMİZİN GELECEĞİ İÇİN FEDAKARLIK YAPMAYA HAZIR OLMALIYIZ."



“KADINLARIN HAKLARININ TESLİM EDİLMESİ GEREKİYOR”

GEREK KAMUDA
GEREKSE ÖZEL
SEKTÖRDE
KADINLARIN
YÖNETİCİ
POZİSYONUNA
GELMESİNİN
KOLAY OLMADIĞINI
BELİRTEN AKYAPAK
KURUMSAL
İLETİŞİM MÜDÜRÜ
İLKNUR ÇATAK ŞEN,
“BİR TOPLUM,
KADINLARIN
GÜCÜNÜ VE
YARATICILIĞINI BASKI
ALTINDA TUTUYORSA
GELİŞEMEZ”
DİYEREK, DAHA
GÜZEL GÜNLERDE
YAŞAMANIN
YOLUNUN
KADINLARIN
HAKLARININ TESLİM
EDİLMESİNDEN
GEÇTİĞİNİ SÖYLÜYOR.



Bursa’da yerel medyanın özellikle yerel televizyonculuğun parladığı yıllarda TRT’nin ilk spikerlerinden Tuna Huş’un başlattığı projeye başvuran İlknur Çatak Şen, sancılı ve heyecanlı bir sürecin ardından AS TV’de haber spikeri olarak iş hayatına atıldı. Geçen yıllar içinde değişik medya kuruluşlarında görev alan Çatak Şen, uzun yıllar yaptığı televizyonculuğun mekteplisi değil alaylısı. Mesleki kariyerinin ilerleyen yıllarında kurumsal iletişim alanına yönelen Çatak Şen, yaklaşık sekiz yıl Bursa Büyükşehir Belediyesi’nin iktisadi kuruluşlarından BURFAŞ ve Kültür A.Ş.’de proje yöneticiliğinden genel koordinatörlüğe kadar

farklı pozisyonlarda görev aldı. Kurumsal iletişim alanındaki kariyeri boyunca değişik şirketlerde görev yapan Çatak Şen, son iki yıldır da makine sektörünün önde gelen üreticilerinden Akyapak Makine ailesinin bir ferdi. Bugün Akyapak’ta Kurumsal İletişim Müdürü olarak çalışmalarını sürdüren Çatak Şen, gerek kamuda gerek özel sektörde kadınların yönetici pozisyonuna gelmesinin kolay olmadığını söylüyor. Çatak Şen, “Bir toplum, kadınların gücünü ve yaratıcılığını baskı altında tutuyorsa gelişemez” diyerek, daha güzel günlerde yaşamının yolunun önce ve mutlaka kadınların haklarının teslim edilmesinden geçtiğini söylüyor.

İlknur Çatak Şen ile organizasyonlar içinde stratejik bir yerde duran kurumsal iletişim departmanlarının şirketler için önemini ve Türkiye’de kadın çalışan olmanın zorluklarını konuştuk.

Öncelikle sizi tanıyabilir miyiz? Kimdir İlknur Çatak Şen? İş dünyası ile buluşmanız ne zaman ve nasıl gerçekleşti? Bu hikayenizi kısaca özetler misiniz?

Bursa doğumluyum. Gazi Üniversitesi Pazarlama Bölümü’nün ardından Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi’ni tamamladım. Profesyonel iş yaşamında ise 19’uncu yılı geride bırakıyorum.

Bursa’da 1997 yılında, yerel medyanın özellikle yerel televizyonculuğun parladığı yıllarda TRT’nin ilk spikerlerinden Tuna Huş, Medya S yönetiminde iken bir proje başlatmıştı. Ben de yeni bir mezun olarak ne yapmalıyım, nerden başlamalıyım derken, babamın teşviki ile bu projeye başvuruda bulundum. Sancılı ve heyecanlı bir sürecin ardından, değerlendirmeler neticesinde AS TV’de haber spikeri olarak göreve başladım. Gündüz ara haberlerin ardından, uzun bir süre gece haberlerinin hem mutfağında çalıştım, hem ekran yüzü oldum. Ardından Olay Medya’da haber programı yapım ve sunuculuğunu üstlendim. Televizyon haberciliği gerçekten bambaşka bir şey. Hiç durmaz, duramazsınız. Durduğunuz anda ise çok şey kaçırsınız. Her şeyden önce hızlı ve pratik olmalısınız.

Uzun yıllar yapmaya gayret ettiğim televizyonculuğun mekteplisi değil, alaylısıyım.

Ve nihayetinde de medya ile yolu bir şekilde kesişen ve hala bazı çevrelerce maalesef anlaşılamayan “iletişim yönetimi” alanına yöneldim. Yaklaşık sekiz yıl Bursa Büyükşehir Belediyesi’nin iktisadi kuruluşlarından BURFAŞ ve Kültür A.Ş.’de proje yöneticiliğinden genel koordinatörlüğe kadar farklı pozisyonlarda çalıştım. Ardından Bursa’nın en köklü PR şirketi BPR İletişim Danışmanlığı’nda, farklı şirket ve kuruluşlara yaklaşık iki buçuk yıl danışmanlık yaptım. Son iki yıldır da sektörünün önde gelen üreticilerinden Akyapak Makine ailesinin bir ferdi olmanın mutluluğunu yaşıyorum.

Bugün itibarıyla Akyapak’ta hangi görevi üstleniyorsunuz? Faaliyet alanınıza giren çalışmalarınızdan söz eder misiniz?

Akyapak’ta hali hazırda Kurumsal İletişim Müdürü olarak görev yapıyorum. Burada göreve başlamamla birlikte öncelikle, daha önce reklam ve halkla ilişkiler çatısı altında faaliyet gösteren birimin takip ve sorumluluğunda olan görev tanımını genişleterek, “Kurumsal İletişim Birimi” olarak konumlandırdık. Makine sektöründe uygulamalarını maalesef çok sık göremesek de, organizasyonlar içinde stratejik öneme sahip olan kurumsal iletişim departmanlarının varlığı artık bir zorunluluk. Kurumsal iletişimcilerin görev tanımı çok geniş ve çalışılan şirkete göre farklılıklar gösterebiliyor. Ağırlıklı olarak pazarlama ve satış destek materyallerinin hazırlanması ve bu süreçlerin yönetilmesi olarak değerlendirilse de, söz konusu görevler elbette ki bunlarla sınırlı değil.



“SADECE MAKİNE SEKTÖRÜ DEĞİL, GÜNÜMÜZ İŞ DÜNYASINDA KURUMSAL İLETİŞİM HENÜZ HAK ETTİĞİ YERE GELEBİLMİŞ DEĞİL. GAZETELERE DERGİLERE İLAN VERİP, ÜRÜN KATALOGLARI HAZIRLAYIP, FOTOĞRAF ÇEKİMLERİ VE FUAR ORGANİZASYONLARI DA YAPILDIĞINDA HER ŞEY TAMAM DİYE DÜŞÜNÜLÜYOR.”



“AKYAPAK
BÜNYESİNDE
FAALİYET GÖSTEREN
KURUMSAL İLETİŞİM
DEPARTMANI OLARAK
İKİ YILDIR 23 NİSAN
KUTLAMALARINDA
ŞİRKET BÜNYESİNDE
ORGANİZASYONLAR
YÜRÜTÜYÖRÜZ.”

nırlı değil. Organizasyonel bilgi akışının sağlanması, kurum kimliğinin oluşturulması, marka- şirket ve yöneticilerinin itibar konumlandırması, kurumsal aidiyetin ve sosyal sorumluluk projelerinin oluşturulması gibi olmazsa olmaz öncelikli görevlerimiz bulunuyor. Tüm bu ve benzeri çalışmaları, kurumlarının iletişim faaliyetlerine yönelik stratejik iletişim planına dayandırarak kurumda ayrılan bütçeyi yönetiyoruz. Aslında tüm bu çalışmaları, kurumsal iletişimin tanımını kendi içinde özetliyor. Kurumsal iletişim, kurumların karlılığını, varlığını ve itibarını sürdürebilmesi için; temel amaçlarını, hedeflerini ve değerlerini doğru yöntem ve teknikleri kullanarak ilgili çevrelere aktarabilmesini ifade ediyor. Kurumsal iletişimin kurum için taşıdığı anlam, tanımının içinde net olarak anlaşılıyor.

Bulduğunuz görevi kaç yıldır sürdürüyorsunuz? Ortalama bir iş gününüz nasıl geçiyor?

Önümüzdeki Ocak ayında Akyapak'ta iki yılını tamamlamış olacağım. Akyapak, kendi içinde sürekli dinamik olan bir yapıya sahip. Yurt dışı ve yurt içi satış kadrolarımızın yanında özellikle insan kaynakları birimimizle birlikte az önce belirttiğim çalışmaları hayata geçirmek için çalışmalar yürütüyoruz. Haftalık kurum içi değerlendirme toplantılarımız, iş paydaşlarımızla gerçekleştirilen görüşmeler, kurum-ajans arası alışlageldik diyaloglarla, nasıl fark yaratabiliriz peşindeyiz.

Makine sektörünün kurumsal iletişime bakışı nasıl?

Sadece makine sektörü değil, günümüz iş dünyasında kurumsal iletişim henüz hak ettiği yere gelebilmiş değil. Gazetelere dergilere ilan verip, ürün katalogları hazırlayıp, ürün video ve fotoğraf çekimleri ve fuar organizasyonları da yapıldığında her şey tamam diye düşünülüyor. Yalnızca, basın iletişimi üzerinden konuyu açarsak dahi kurumsal iletişimin bu kadar basite indirgenemeyeceğini söylemek gerekiyor. Bilinmiyor ki kurumsal iletişim faaliyetleri içerisinde ayrı bir şekilde konumlanan, ülkemizde bir çok kurum ve kuruluşun kendi bünyesindeki yapılanma dışında hizmet satın alarak yönettiği "medya ilişkileri" kendi içinde hassas dengeleri barındırıyor. PR alanının önemli çalışma konularından bir olan medya ilişkilerinde başarının yolu ise uzun dönemli tutarlı ve gerçekten iyi niyete dayalı ilişkilerin kurulmasından geçiyor. Aslında her ilişki biçiminde de olması gereken bu değil midir? Ne ekersen, onu biçiyorsun. Bir iletişimci olarak müşterinin



veya çalıştığın kurumun medya ilişkilerinde başarı, bu süreçte medya kuruluşlarında ilgili haberlerinin yayınlanmasını sağlamak için uyguladığın yöntemlerde bilgi ve deneyim sahibi olmakla mümkün. Bu sadece bir yönü, lider iletişimi, marka ve alt markalar iletişimi, STK'lar, iç iletişim, kriz iletişimi gibi çok yönlü kurumsal ilişkiler anlayışı olmadıkça kurumsal iletişim anlaşılabilir. Tam da bu noktada yine biz iletişimciler görev düşüyor ve işimizi yapmanın yanında işimizin yarattığı katma değeri anlatmak da bizlere kalıyor. Bu noktada, Yönetim Kurulu Başkanımız Levent Akyapak'a ve Yönetim Kurulu Üyemiz Sayın Büşra Akyapak'a vizyonları ve kurumsal iletişim birimi olarak gerçekleştirmeyi arzuladığımız çalışmalarında desteklerini esirgemedikleri için teşekkür ediyorum. Üretim odaklı yapılmalarda özellikle yönetim desteği olmadan alanımızda fark yaratmak pek mümkün değil.

İş dünyasında bir kadın yönetici olarak nelerle karşılaştınız? Erkek egemen bir sektörde kadın yönetici olmanın zorluklarını yaşıyor musunuz? Varsa bu zorluklar neler?

Öncelikle ülkemizde kadın çalışan olmak zor. Terfi kararlarında erkeklere öncelik veriliyor, aynı işi yapan, görev tanımı aynı olan işlerde erkekler kadınlara göre daha fazla ücret kazanıyor. Bu örnekleri çoğaltabiliriz. 2013 itibarıyla Türkiye'de istihdam oranı yüzde 47,4. 2012 verilerine göre, işgücüne katılım oranı kadınlarda yüzde 29,5 erkeklerde yüzde 71. İstihdam edilen kadın nüfus oranı yüzde 26,3, erkek nüfus oranı yüzde 65. Veriler açık... Yani Türkiye'deki iş hayatında kadın olmak başlı başına başarı bence. Oysa ki ülkemizin dünyadaki ilk 10 ekonomi arasında yer alması için kadının ekonomiye katılım oranı yüzde 100 artmalı. Makine sektörüne gelince, dediğiniz gibi erkek egemen bir sektör ve bu sektörde yönetim kademesinde görev alıyorsanız mücadeleci ruhunuzu her an göstermek durumunda kalabilirsiniz.

Türkiye'de kadınların toplumdaki ve iş dünyasındaki yerini nasıl değerlendiriyorsunuz? Bu konuda dünya nerede, biz neredeyiz?

Yapılan son araştırmalar, ülkemizde her iki kadından birinin fiziksel veya cinsel şiddete maruz kaldığını söylüyor. Son 10 yılda 5 bini aşkın kadın, cinayete kurban gitmiş durumda. Sözün kısası, Türkiye'de kadınlar alenen cinsiyetleri nedeniyle ayrımcılığa uğruyor,

erken yaşta evlendiriliyor, eğitim hakları elinden alınıyor ve sosyal yaşama katılmaları engelleniyor. Gerek kamuda gerek özel sektörde kadınların yönetici pozisyonlarına gelmeleri hakikaten zor. Bir toplum kadınlarının üretici güçlerini ve yaratıcılığını baskı altında tutuyorsa gelişemez. Daha güzel günlerde yaşamının yolu önce ve mutlaka kadınların haklarını teslim etmekten geçiyor.

Diğer kadın çalışanlara ne gibi tavsiyelerde bulunmak istersiniz ?

Kadınlarımız, içlerindeki güce inansınlar. Yapamayacaklarını, başaramayacaklarını söyleyenlere kulaklarını tıkasınlar. Bilgiye, yeniliğe, fikirlerine ve en önemlisi kendilerine inansınlar. İlk darbeye pes etmemek, zaten kadın olmanın doğasında mevcut. Meslektaş adaylarıma gelince, mezuniyetimde, hocalarımdan birinin sözü ile onlara bir tavsiyede bulunmak istiyorum: "Bu bölümden mezun olabilirsiniz ancak öyle bir işiniz olsun ki, işiniz hobiniz olsun. Her sabah koşarak gidin işyerinize." Şükürler olsun, ben bu şekilde 19 yılı geride bıraktım. Bu anlamda gençler sevdikleri işi yapsınlar, başarı zaten ardından gelecektir.

"MAKİNE SANAYİSİ ERKEK EGEMEN BİR SEKTÖR VE BU SEKTÖRDE BİR KADIN OLARAK YÖNETİM KADEMESİNDE GÖREV ALIYORSANIZ MÜCADELECI RUHUNUZU HER AN GÖSTERMEK DURUMUNDA KALIYORSUNUZ."





“AR-GE FİRMAMIZ İÇİN BİR ZORUNLULUK”

AR-GE ÇALIŞMALARINI FİRMALARININ VE SEKTÖRÜN GELECEĞİ AÇISINDAN BİR ZORUNLULUK OLARAK GÖRDÜKLERİNİ SÖYLEYEN AKIM METAL GENEL MÜDÜR YARDIMCISI ALİ FAZIL BÖYET, “ÜZERİNDE ÇALIŞTIĞIMIZ PROJELERDE BİLGİNİN KAYNAĞINA ULAŞMAK VE YENİLİKÇİ ÜRÜNLER GELİŞTİREREK MÜŞTERİLERİMİZ İÇİN DEĞER YARATMAK ÖNCELİKLİ AMAÇLARIMIZ ARASINDA BULUNUYOR” DİYOR.

A r-Ge merkezlerinin 17 Ekim 2011 tarihinde kurulduğunu söyleyen Akım Metal Genel Müdür Yardımcısı Ali Fazıl Böyet, “Uluslararası piyasalarda rekabet gücünü artırmak isteyen ülkelerin yenilik kapasitesi ve bilgi yaratmada öne çıkan ülkeler olduğunu görüyoruz. Dünya ekonomisine entegre olmayı amaçlayan ülkeler, inovasyonu uzun vadede rekabet gücü için bir anahtar olarak kabul ediyor. Yeniliğin temelinde de Ar-Ge faaliyetleri yer alıyor. 2023 yılında dünyanın 10’uncu

ekonomisi olma iddiasında olan Türkiye’nin de bu yolda ilerlerken olmazsa olmazı araştırma ve geliştirme faaliyetleridir. Akım Metal mevcut yatırımlarıyla bu halkanın önemli parçalarındandır” diyor.

Akım Metal Ar-Ge Merkezi’nde toplam 67 kişilik bir ekiple servo motor, ledli aydınlatma, led ve motor sürücülerini ile takım tezgahlarıyla ilgili çalışmalar yürüttüklerini ifade eden Böyet, firma bütçesinin önemli bir kısmını Ar-Ge çalışmaları için ayırdıklarının altını çiziyor.



Firmanız bünyesinde Ar-Ge merkezi kurulmasının temel nedenleri nelerdir?

2008 yılında yürürlüğe giren 5746 Sayılı Araştırma ve Geliştirme Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun ile Ar-Ge faaliyeti gerçekleştiren ve gerçekleştirecek olan mükelleflere pek çok indirim, istisna, destek ve teşvik sağlaması amaçlandı. Genel olarak dünyada yaşanan büyük yarışta, ekonomik istikrara giden yolun Ar-Ge'den geçtiği gerçeği her geçen gün biraz daha su yüzüne çıkıyor. Özellikle beyaz eşya ve otomotiv yan sanayisinde imal edilen ürünlerle hizmetlerdeki yenilik ve iyileştirmeler, Ar-Ge departmanlarındaki faaliyetlerin bir sonucu olarak görülebilir. Yeni bir ürün imal etmek ve pazarda farklılaşmak için Ar-Ge faaliyetlerini artırmayı ve bu alanda yatırım yapmayı firmamızın genel bir stratejisi olarak ele alıyoruz. Firmamızdaki Ar-Ge faaliyetlerinin en önemli amacı, teknoloji üretebilme yeteneği kazanmaktır. Önce bilimsel bilgiyi ürüne dönüştürme yeteneği olan tasarım teknolojisini kazanıyor ve daha sonra tasarlanan ürünün üretebilmesi ancak Ar-Ge çalışmaları sonucunda üretim teknolojisi elde edildiğinde gerçekleştiriliyor. Yeni bir ürün üretmek ve pazarda farklılaşmak için araştırma ve geliştirme faaliyetlerini artırmak ve Ar-Ge'ye yatırım yapmak gerekiyor. Bu konuda yaptığımız yoğun çalışmalar dış pazarlara açılmada önemli bir etken odu ve Akım Metal olarak yıllar içerisinde ihracatımız da takdir edilecek düzeylere ulaştı.

Merkezin yapısı ve faaliyetleri hakkında bilgi alabilir miyiz? Üretime yönelik geliştirilen projeler var mı? Çalışmalarınız ağırlıklı olarak hangi alana yönelik?

Ar-Ge merkezimiz 1980 metrekarelik bir alanda faaliyet gösteriyor. Yerleşim planımızda uygulama alanlarımız; Ar-Ge merkez ofisi, prototip imalat atölyesi, fotometri laboratuvarı, çevresel testler laboratuvarı (IP ve iklimlendirme testleri) şeklinde sıralanıyor. Merkezimizde 39'u araştırmacı, 24'ü teknik personel, dördü de destek personeli olmak üzere toplam 67 kişi çalışıyor. Merkezimizde servo motor, ledli aydınlatma, led ve motor sürücüler ve takım tezgahlarıyla ilgili çalışmalar yürütüyoruz. Ar-Ge merkezimiz; otomotiv, beyaz eşya, küçük ev aletleri, sağlık endüstrisi, elektrik motorları ve tasarımları, ledli aydınlatma ürünleri, sürücüler, elektronik kart tasarımları ve geliştirilmesi taleplerini karşılayan, Ar-Ge çalışmalarının sayılarının artırılması ile özgün projeler üretilmesine yönelik çalışmalar yapıyor. Firmamız temellerini daha sağlam bir zemine yer-



leştirmek ve inovasyonla ilgili çalışmalarını geleceğe taşıyabilmek amacıyla bütçesinden önemli bir kısmını Ar-Ge faaliyetlerine tahsis ederek rakiplerine üstünlük sağlamaya çalışıyor. Kalıp, talaşlı imalat ve metal enjeksiyon gibi proje konularında önemli bir deneyime sahibiz. Bu deneyimin ışığında üretilen parçaların birleştirilmesi yoluyla oluşturulacak mekanizmalı ürünlere aktarılması yönünde Ar-Ge çalışmalarımız içinde bulunduğumuz dönemde daha da yoğunlaştı.

Merkezinizin ilgili devlet kurumlarıyla koordinasyonu hangi düzeydedir?

Ar-Ge merkezimiz, kurulduğu günden bugüne tamamladığı başarılı projeleri ve çalışmalarıyla Bilim, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın oluşturduğu endekte en yüksek puanı alan, Özel Sektör Ar-Ge Merkezleri 2014 Yılı Sıralaması'nda kendi sektöründe birinci olarak A Grup firmalarının abone olduğu başarı ödülleri ve plaketleri serisine bir yenisini daha ekledik. Ar-Ge merkezi belgesini almamızın ardından işletmede proje hazırlama ve özellikle TEYDEB'e proje verme kültürümüz gelişti. Bakanlık yetkililerinin destek ve önerileriyle birlikte TEYDEB projelerine de ağırlık vererek yeni projeleri devreye aldık.

Çalışmalarınızın akademik ayağı hakkında da bilgi verir misiniz?

Ar-Ge Merkezi kurulduktan sonra daha önce çalışmadığımız; İstanbul Teknik, Gebze Teknik, Yıldız Teknik, Ortadoğu Teknik, Kocae-

"KURULDUĞU GÜNDEN BUGÜNE HİZMET ALANI İÇERİSİNDE PATENT, FAYDALI MODEL, ENDÜSTRİYEL TASARIM, MARKA BAŞVURU VE TESCİL ALIMLARINA BÜYÜK ÖNEM VEREN AKIM METAL, 2012 YILINDA DOKUZ, 2013 YILINDA İKİ, 2014 YILINDA 12, 2015 YILINDA ALTI VE 2016 YILINDA BİR PATENT BAŞVURUSUNDA BULUNDU."



“BUGÜNE KADAR YEDİ
ADET PATENTİMİZ
TESCİLLENDİ. BUNUN
YANINDA ALTI
ADET DE FAYDALI
MODEL TESCİL
BELGEMİZ MEVCUT.
ENDÜSTRİYEL
TASARIMDAYSA
İKİ TESCİL BELGESİ
ALDIK.”



Ali Fazıl BÖYET
Akım Metal
Genel Müdür Yardımcısı

li, Özyeğin, Sabancı, İstanbul ve Okan üniversiteleriyle ortak proje çalışmalarına da başladık. Bunların dışında birçok üniversite ile ortak proje için görüşmelerimiz de devam ediyor ve San-Tez ile TEYDEB projelerimizi hızla sürdürüyoruz. Bu çalışmaların yanı sıra muhtelif Ar-Ge projeleri dolayısıyla firmamızı ziyaret eden öğretim üyelerinin görüş ve önerileri de her zaman dikkate alıyoruz. Tasarım ortaklarımızla kısa ve uzun vadeli işbirliği ile ortaklıklar da gerçekleştiriyoruz. Ayrıca bazı öğretim üyesi hocalarımızla da proje bazlı olarak çalışmalar yapıp danışmanlık hizmeti de alıyoruz. Akım Metal tarafından pek çok konuda mühendislik desteği gören İstanbul Üniversitesi Hidrojen Yakıtlı Araç Ekibi Hidroist, firmamızı ziyaret ederek aracını da sergiledi. Bahsettiğim bu projeler sayesinde CNC tezgah, sanayi motorları, led aydınlatma, medikal ile küçük ev aletlerinde ilk ürünlerimiz ve markalarımız da oluşmaya baş-

ladı. Bunların dışında iki yılda 14 patent ve marka tesciliyle ürünlerimizi koruma altına aldık. Özellikle Ar-Ge projelerimizin tanıtımı için yurt içi ve yurt dışı fuar çalışmalarına başlayarak ileriye dönük stratejiler benimsedik.

Hizmet alanınız içinde patent ya da faydalı model başvuru sayılarında artış gözlenmesini bekliyor musunuz?

Kurulduğu günden bugüne hizmet alanı içerisinde patent, faydalı model, endüstriyel tasarım, marka başvuru ve tescil alımlarına büyük önem veren Akım Metal olarak, 2012 yılında dokuz, 2013 yılında iki, 2014 yılında 12, 2015 yılında altı ve 2016 Haziran ayında bir patent başvurusunda bulunduk. Toplamda tescillenen patent sayımız yedi adettir. Bunun yanında altı adet de faydalı model tescil belgemiz mevcut. Endüstriyel tasarımdaysa geçmişten bugüne toplamda iki tescil belgesi aldık. Dokuz adet de marka başvurumuz ve tescil belgemiz bulunuyor.

Akım Metal Ar-Ge Merkezi'nin kısa, orta ve uzun vadeli hedefleri arasında neler yer alıyor?

Yenilikçi, ürünler geliştirerek müşterilerimiz için değer yaratmak öncelikli amaçlarımız arasında bulunuyor. Bunun yanı sıra üzerinde çalıştığımız projelerde bilginin kaynağına ulaşmak da bizim için öncelikli hedef. Bu amaçla üniversiteler, enstitüler ve TÜBİTAK ile çalışmalarımız ve görüşmelerimiz devam ediyor. 40 yılı aşkın metal işleme ve 20 yılı aşkın mühendislik plastiği tecrübemizin; 1600 kişiye doğrudan istihdam yaratan sanayicilik yanımızın projelerimizde başarıya ulaşma noktasında çok önemli bir avantaj sağladığına inanıyoruz. Yenilikçi yaklaşımı, ürünlerimize yansıtarak sadece Ar-Ge projeleriyle kısıtlı kalmadan, her çalışmamızın yaratıcılığını işe katarak, zamanımızın yüzde 10'unu, grupta çalıştığımız yeni ürün/süreçlerin araştırılmasına ayırıyoruz. Tüm bunlarla birlikte: Ulusal ve uluslararası Ar-Ge merkezleri ile ortak proje çalışmalarında bulunmak, üniversite-sanayi işbirliğinin geliştirilerek San-Tez projelerinin artırılması, sektörde fark yaratacak ürünlerin piyasaya sunulması, patent/faydalı model konularında başvuru ve tescil sayılarını artırmak ve onaylı proje sayılarını daha da artırarak TÜBİTAK-TEYDEB projelerinden daha fazla yararlanmak gibi uzun vadeli hedeflerimiz de bulunuyor.

Ar-Ge merkezi yatırımları ve çalışmalar için ne kadar bütçe ayırdınız? Gelecek dönemde merkeze yönelik yatırımlarınız sürececek mi? Bakanlığımızın verdiği hedefler doğrultu-

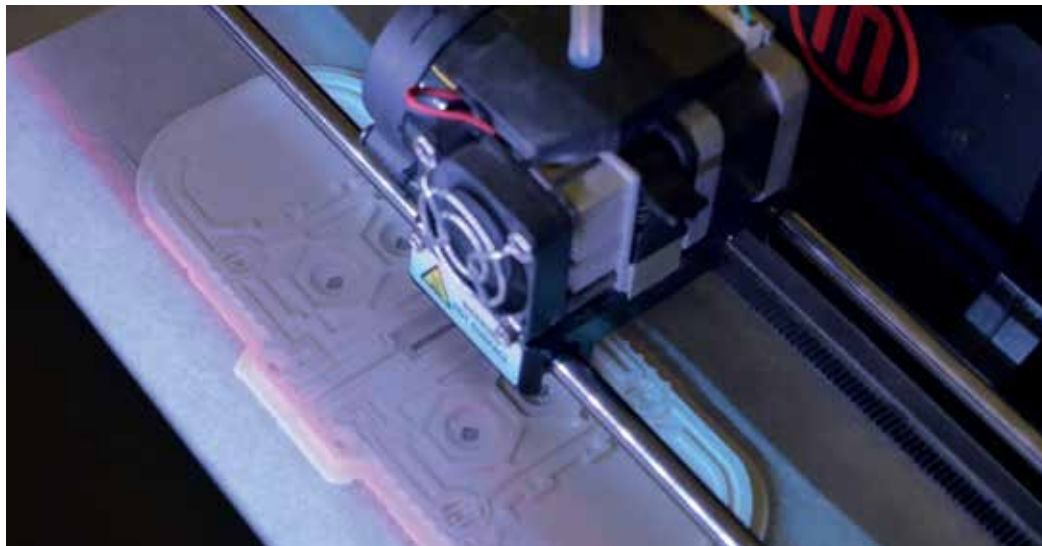


sunda, yıllık ciromuzun belli bir miktarını Ar-Ge'ye ayırıyoruz. Ar-Ge projelerimizin ticarileşme oranı arttıkça bu miktar da elbette yükselecektir. Ar-Ge çalışmalarını firmamızın ve sektörün geleceği açısından bir zorunluluk olarak ele alıyoruz. Bakanlığımız görüşleri açısından ekonomik kalkınmanın can damarı; yeni teknoloji üretimi, ürün geliştirilmesi, yeni buluş ve uygulamalar ile yapılan Ar-Ge projelerinin ticarileşmesi olgularıdır. Bu sebeplerle firmamız temellerini daha sağlam bir zemine yerleştirmek ve inovasyonla ilgili çalışmalarını geleceğe sürükleyebilmek amacıyla bütçesinden önemli bir kısmını Ar-Ge faaliyetlerine tahsis ediyor.

Üretimin katma değerini artırabilmek, pazara sunulan ürünlere değer katmak açısından Ar-Ge'nin önemi nedir? Türkiye'de firmaların daha fazla Ar-Ge'ye yönelmesini sağlamak için hangi adımlar atılmalıdır?

Üretimin katma değerinin artırılması daha düşük maliyetle, daha kaliteli ürünlerin istenen termin ve miktarda üretilmesiyle mümkün olur. Bu da doğal olarak en son üretim teknolojilerine hakim olmanız ve bu teknolojileri üretim altyapınızda etkili ve verimli olarak kullanabiliyor olmanız anlamına geliyor. Bunun bir kademe ötesi de kullanılan bu teknolojilerin dünyadaki gelişimini izliyor ve entegre çalışabilen disiplinler arası etkileşimini de takip ediyor olmanızın gerekliliğidir. Pazara sunulan katma değerli ürünler açısından baktığımızdaysa rekabetçi ürünlerin geliştirilmesi her yönüyle hem doğru pazar bilgisine, hem de rekabetçi olmayı tanımlayan; değeri ürettiğiniz teknik ürün tarifine ihtiyaç duyar. Artık dünyamızda ürünü tek başına rekabetçi olarak üretmek yetmiyor. Beraberinde katma değer yaratılması için doğru müşteriye, doğru yerde, doğru zamanda, doğru şekilde, doğru kanal-

dan, doğru fiyatlandırmayla sunmanız da gerekiyor. Bu durum da ciddi bir pazarlama çalışması anlamına geliyor. İşte Ar-Ge'nin oynadığı en önemli rol üretim ve ürünlere değer katmanın entegre edildiği bu yerde başlıyor. Rekabetçi ürünü meydana getirmek için bütün teknolojik ve toplumsal gelişimleri, hukuki-yasal gelişim ve değişimleri, sosyal bilimlerde dikkate almanız, anlamlı ve etkili kullanmanız gerekiyor. Çoğu zaman yeni ve rekabetçi ürün ihtiyacı bu ürünü imal etmek için kullanacağınız üretim altyapısına, malzemeye, cihazlar arası haberleşmeye (M2M), kurumsal örgüt yapısına, tedarikçilerle işbirliklerinize müdahale etmeniz anlamına geliyor. Dolayısıyla Ar-Ge stratejik bir yaklaşımdır. İşletmenin yarınını, geleceğine bakan yüzünü geliştirmek ve yaratmak için bugünden tek başına bir işletmeymiş gibi çalışmalıdır. Daha fazla firmanın Ar-Ge'ye yönelmesi için klasik teşvik arzlarının artırılması deyiminin yanında ticarileşmiş başarı öykülerinin sektörler bazında ayrıntılı olarak paylaşılmasını tavsiye ederim. Teşvikler can suyudur. Aşının tutması ancak başarılı örneklerin çoğalması ve özendirmeyle olur diye düşünüyorum.



“AR-GE MERKEZİMİZDE 39 ARAŞTIRMACI, 24 TEKNİK, DÖRT DE DESTEK PERSONELİ OLMAK ÜZERE TOPLAM 67 KİŞİYİ İSTİHDAM EDİYORUZ.”



TÜRK MAKİNE SANAYİSİ İÇİN DEĞERLENDİRME VE ÖNERİLER

TÜRK MAKİNE SEKTÖRÜ SON 10 YILDA ÜÇ EKSENDE ÖNEMLİ GELİŞME GÖSTERMİŞTİR. BUNLARDAN İLKİ DÜNYA ÖLÇEĞİNDE VE STANDARTLARINDA KABUL VE TALEP EDİLİR MAKİNE ÜRETİMİNE ULAŞILMIŞTIR. İKİNCİSİ BUNA BAĞLI OLARAK İHRACATTA ÖNEMLİ BİR ARTIŞ SAĞLANMIŞ VE İHRACAT YAPILAN PAZARLAR ÇEŞİTLENDİRİLMİŞTİR. ÜÇÜNCÜ GELİŞME İSE MAKİNE SEKTÖRÜNÜN HEMEN TÜM ALT MAKİNE GRUPLARINDA GELİŞME SAĞLAMASIDIR.



ş makinelerinden tarım makinelerine, pompa ve kompresörlerden jet türbini parçalarına, tekstil makinelerinden iklimlendirme ekipmanlarına yayılan geçmiş bir yelpazede rekabet gücüne ulaşıldı. Bu gelişmelere rağmen sektörün mevcut durumu değerlendirildiğinde ilerleme için yeni bir yaklaşıma ihtiyaç duyuluyor. Makine sanayisine atfedilen önem dikkate alındığında makine sanayisine yönelik strateji ve politikaların yeterli olmadığı görülüyor. Bu çerçevede makine sanayisinin bugünkü durumu değerlendirilmekte ve gelişme önerileri sunulmaktadır.

TÜRK MAKİNE SANAYİSİ İÇİN GÜNCEL DEĞERLENDİRME

1. Bir ülkenin sanayileşmiş ülke olabilmesi için kendi üretim ve ürün teknolojilerine sahip olması gerekir. Bu da ancak makine sanayisinin gelişmesi ve ülkenin makine sanayisinde üretim teknolojilerine sahip olunabilmesi ile mümkündür. Bu vafsa ulaşmış ülkeler sanayileşmiş ülke statüsü almaktadır. Sanayide çok üretim yapmak ile sanayileşmiş ülke olunamamaktadır. Bu nedenle sanayileşmiş tüm ülkeler makine sektörüne öncelikli ve ayrıcalıklı bir yer vermektedir.

2. Türkiye sanayileşmiş ülke olma hedefine sahip bir ülkedir. Bu nedenle öncelikle makine sanayinde yeterli teknolojik gelişmeyi ve rekabet gücünü sağlamak zorundadır.

3. Türkiye 2023 yılında 500 milyar dolar ihracat hedefine sahiptir. Makine sanayisinin ise hedefi 100 milyar dolardır. İhracatı yüksek tüm ülkelere bakıldığında sürükleyici sektör makine sektörü olmaktadır. Almanya, Japonya, İtalya, Güney Kore, Tayvan ve hatta Çin'de makine sektörü ihracatı sürüklemektedir. Bu çerçevede Türkiye'nin ihracat hedeflerine ulaşabilmesi için de diğer ülkelerde olduğu gibi makine sektörü ayrıcalıklı olarak desteklenmelidir.

4. Endüstri 4.0 akıllı makinelere geçiş olup, temelinde makine sanayisinin dönüşümü yatmaktadır. Bu nedenle Endüstri 4.0'a geçiş ancak makine sanayisindeki gelişme ile mümkün olacaktır. Makine sanayisi bu dönüşüm sürecinde yazılım, bilişim, elektronik, mekatronik gibi disiplinler ile iç içe girmektedir. Türkiye'nin hedeflediği ileri teknoloji yoğunluklu sanayi üretimine geçişi ancak makine sanayisinin gelişmesi ve Endüstri 4.0'ın yakalanması ile mümkün olacaktır.

5. Makine sanayisi aynı zamanda mühendislik bilgisi ve girdisi en yoğun sektörlerden biridir. Bu nedenle fen bilimleri ile mühendislik alanındaki gelişmeye, nitelikli işgücü yetiştirilmesine, gelişmiş Ar-Ge tabanı sunulmasına makine sanayisi çok önemli katkı sağlayan bir sektördür.
6. Türkiye’de makine sektörünün gelişmesi ve ihracatın artırılması aynı zamanda istikrarlı büyüyen bir iç pazar ile mümkün olacaktır. Ancak ne yazık ki son beş yıldır özel sektör makine yatırımları küçülmektedir. Böyle bir pazarda ölçek yakalamak ve gelişmek mümkün değildir.
7. Özel sektör ile kamu sektörünün makine yatırımlarındaki küçülmeye rağmen önemli bir sorun ise makine ithalatının sürekli artıyor olmasıdır. İthalat artışının sürmesinin birkaç önemli nedeni bulunmaktadır. Bunlardan ilki yatırım teşvik sisteminde ithal makinelere sağlanan kolaylıklardır. İkincisi kullanılan makine ithalatındaki serbestidir. Üçüncüsü kamu kurumlarının ihalelerindeki şartnamelerin yabancı makineleri işaret etmesidir. Dördüncüsü kamu yetkililerinin yatırımlarda yabancı makineleri tercih etmeleridir. Bu koşullar altında en büyük ihracat pazarı dünyanın makine sanayisinde en gelişmiş ülkesi Almanya olan Türk makine sanayisi iç pazarda rekabet edememektedir.
8. Türk makine sektörü için öncelikli ve ayrıcalıklı hiçbir yatırım, üretim, Ar-Ge ve ihracat teşvik unsuru bulunmamaktadır. Ayrıca sektördeki tüm oyuncular da gelişmişlik farklarına ve potansiyellerine bakılmaksızın aynı unsurlar ile desteklenmektedir. Niteliksiz ve potansiyeli olmayan firmaların da aynı şekilde desteklenmesi piyasayı bozmaktadır.

TÜRK MAKİNE SANAYİSİ İÇİN ÖNERİLER

1. Öncelikle yurt içinde yatırım ortamı yeniden iyileştirilmeli ve güven yeniden sağlanmalıdır. Ayrıca demokrasi, hukuk ve özgürlükler alanında ilerleme sağlanmadan yerli ve yabancı özel sektör yeni yatırım yapmayacaktır. Böyle olması halinde Türk makine sanayisinin gelişimi de sınırlı kalacaktır.
2. Özel sektörün hem diğer sektörlerde hem de makine sektöründeki yatırımlarında alt ve üst yapısı kamu tarafından hazırlanmış, uzun süreli arsa tahsislerinin/kiralamalarının yapıldığı organize sanayi bölgeleri yaratılmalıdır. Bugünkü koşullarda yatırımcının sermayesi arsayı aldıktan sonra tükenmektedir.
3. Makine sektörüne yönelik Ar-Ge yatırım ve ihracat destek unsurlarının bir arada yer aldığı özel teşvik programı uygulanmalıdır. Bu teşviklerden sektör içinde nitelikli ve gelişme potansiyeli olan firmalar yararlanabilmelidir.

Kamu bu çerçevede seçilmiş makine alt sektörlerinde (enerji santrali ekipmanları, jet türbinleri, motor vb.) odak projeler ilan ederek kendi de geçici süre bu projelere katılarak destek olmalıdır.

4. Yatırım teşviklerinde yabancı makineyi ve ithalatı özendirilen unsurlar gözden geçirilmelidir. Yatırım teşvikleri kapsamında yerli makine kullanımı özendirilmelidir.
5. Kullanılmış makine ithalatı düzenlemesi makine sanayisinin gelişmesi önünde önemli bir engel olmaya devam etmektedir. Bu tip makineler için ilave standart şartları (emisyon, enerji tüketimi vb) aranarak ithalat zorlaştırılmalıdır.
6. Kamu ihalelerinde ve kamu yetkililerin tercihlerinde Türk makinelerinin tercih edilmesi için referans aranma koşulları esnetilmeli, ihracat yapılmış olması referans sayılmalıdır.
7. Endüstri 4.0 sürecinde seçilmiş makine alt sektörlerinde yine kriterleri yerine getirerek seçilmiş firmalar ile Ar-Ge projeleri oluşturulmalı, yazılım, bilişim, elektronik sanayiden de katılım sağlanmalı, projeler kamu tarafından desteklenmelidir.
8. Makine ihracatında alıcı finansmanı mekanizması mutlaka geliştirilmeli ve kullanım koşulları iyileştirilmelidir. Uzak pazar navlun desteği sağlanmalıdır. Özellikle Trump sonrası ABD ekonomisinde artan büyüme beklentisi ile bu pazara öncelik verilmelidir.
9. Makine ihracatçısı firmaların yurt dışındaki showroom, depo, yedek parça, işletme teknik desteği, düzenli bakım, onarım hizmetleri sunacakları yatırımları da desteklenmelidir.
10. Yurt dışına makine ihracatının desteklenmesi için Türk proje müşavirlik firmalarının faaliyetleri daha kapsamlı olarak desteklenmelidir. Özellikle yurtdışında ofis açmaları desteklenmelidir.



Can Fuat GÜRLESEL
MAİB Ekonomi Danışmanı

MAKİNE YATIRIMLARINDA BÜYÜME

DÖNEMLER	ÖZEL SEKTÖR MAKİNE YATIRIM HARCAMALARI BÜYÜME %	KAMU SEKTÖRÜ MAKİNE YATIRIM HARCAMALARI BÜYÜME %
2012	-7,0	42,4
2013	1,1	5,2
2014	-3,9	1,3
2015 Q1	3,7	-18,3
2015 Q2	15,7	20,4
2015 Q3	0,5	-1,0
2015 Q4	1,2	7,5
2015	5,4	5,2
2016 Q1	-4,8	-1,9
2016 Q2	-5,3	-5,8
2016 H1	-5,1	-4,6



CFO'LARIN TÜRKİYE'DEKİ DÜNYASI

ÜST DÜZEY FİNANSAL YÖNETİCİLER YANI CFO'LAR... ONLAR, BİNLERCE ÇALIŞANI OLAN, HER YIL MİLYARLARCA DOLARLIK İHRACAT YAPAN DEV ŞİRKETLERİN KASALARINI YÖNETİYOR. GEÇMİŞİ AYDINLATMAKTAN ÇOK ŞİRKETLERİN GELECEĞİNE IŞIK TUTMAK İSTEYEN CFO'LAR, KURUM STRATEJİLERİNİN BELİRLENMESİ VE YÖNETİLMESİ SÜRECİNDE DAHA ETKİN GÖREV ALMAYI BEKLİYOR. İŞTE TÜRKİYE'DE DEV ŞİRKETLERİN YÖNETİM KADROLARININ EN ÖNEMLİ ÜYELERİNDEN CFO'LARIN DÜNYASI.





Dünyanın önde gelen yönetici araştırma şirketlerinden Stanton Chase, 50 yıla yaklaşan tecrübesiyle Türkiye'deki üst düzey finansal yöneticilerin (CFO) profilini, ihtiyaçlarını ve potansiyelini araştırdı.

Türkiye'de faaliyet gösteren yerli ve yabancı şirketlerde görev yapan 250'den fazla üst düzey finans yöneticisinin katıldığı Stanton Chase Türkiye CxO Finans Araştırması, Türkiye'nin CFO profilini gözler önüne seriyor. Finans departmanlarını yöneten CFO'ların, demografik özelliklerinden günlük çalışma hayatlarında üstesinden geldikleri güçlüklerle ve kariyer planlarına varıncaya kadar çok önemli verilerin ortaya çıkarıldığı araştırma ile finansın oynadığı rolün ne yönde evrildiğine dair bilgiler de paylaşıldı.

CFO'LAR GELECEĞE IŞIK TUTMAK İSTİYOR

Araştırma sonucunda elde ettikleri bulguları değerlendiren Stanton Chase Türkiye Yönetici Ortağı Çağrı Alkaya, CFO'lar için güven ve itibarın en önemli ölçüt olmaya devam ettiğini bir kez daha gözler önüne serdiklerini ifade etti. Gelecekte teknolojik gelişmeler gibi mega trendler ve makroekonomik ortamın da CFO'ların şirketlerdeki rollerini değiştirmeye devam edeceğini belirten Alkaya, "CFO'lar şirketlerin stratejileri üzerinde daha fazla pay sahibi olmak istiyor. Bilgi birikimi ve tecrübeleri ile geçmişini aydınlatmaktan çok geleceğe ışık tutmak için çabalıyorlar" diyor.

EN ÇOK CFO BOĞAZIÇI ÜNİVERSİTESİ'NDE YETİŞİYOR

Genellikle yaş aralığı 41 ile 50 arasında değişen katılımcıların, lisans eğitimlerini aldıkları üniversiteler arasında Boğaziçi Üniversitesi ön plana çıkıyor. Boğaziçi Üniversitesi'nin ardından en çok CFO yetiştiren üniversiteler İstanbul Üniversitesi ve Marmara Üniversitesi olarak sıralanırken, CFO'ların yüzde 71'inin işletme veya iktisat bölümlerinden mezun olduğu belirtiliyor. Bununla birlikte araştırmaya dâhil olan CFO'ların yüzde 55'inin yüksek lisans eğitimi aldıkları, yüzde 4'ünün ise doktora unvanına sahip olduğu görülüyor.



ÇAĞRI ALKAYA:
"CFO'LAR ŞİRKETLERİN
STRATEJİLERİ ÜZERİNDE
DAHA FAZLA PAY SAHİBİ
OLMAK İSTİYOR, BİLGİ
BİRİKİMİ VE TECRÜBELERİ
İLE GEÇMİŞİ
AYDINLATMAKTAN ÇOK
GELECEĞE IŞIK TUTMAK
İÇİN ÇABA SARF
EDİYORLAR."



Çağrı ALKAYA
Stanton Chase Türkiye Yönetici Ortağı

Yüzde 89'unun sanayi ve imalat sektöründen geldiği, yüzde 44'ünün ise finans tecrübesine sahip olduğu katılımcıların yüzde 45'inin kariyerleri boyunca en az bir kez yurt dışında çalıştığı göze çarpıyor.

EN ÇOK FAYDA STRATEJİK ALANLARDA

Araştırmaya katılan CFO'ların yüzde 79'u kendisini yönetim raporlaması ve analiz konularında teknik açıdan güçlü hissediyor. Yapılan ankette ortaya çıkan sonuçlara göre, CFO'ların üçte ikisi finansal halka arz, kurumsal finans, şirket birleşmeleri ve satın alma gibi alanlarda da kendilerini güçlü olarak nitelendiriyor. Üst düzey finans yöneticilerinin kendilerini güçlü gördükleri alanlar detaylı olarak incelendiğinde, yöneticilerin çalıştıkları şirketleri büyütebilmek için sürekli çabaladıkları anlaşılıyor. Bu çabaları neticesinde CFO'lar, çalıştıkları kurumlarda en çok faydayı stratejik alanlarda sağladıklarını düşünüyor. Kariyer planların-

da ise hem küresel hedefleri hem de yerel dinamikleri bir arada tutabilen şirketlerde çalışmayı hedefliyorlar.

Özellikle aile şirketlerinde inisiyatif almakta zorlanan CFO'lar, bu tür belirsizlikler nedeniyle yüzde 75 oranında aile şirketlerinde çalışmaktan yana değiller. Aile şirketleri yerine çok uluslu ve orta ölçekli küresel şirketlerde görev yapmak isteyen CFO'lar, bu tür şirketlerde en iyi performanslarını sergileyeceklerine inanıyorlar.

ZAMAN VE KAYNAK YÖNETİMİ ÖNEMLİ

Her ne kadar risk sermayesi ve özel sermaye şirketlerinde başarılı olabileceğini düşünen CFO'lar yüzde 23'lerde kalsa da bu şirketlerin yatırımlardan sonra CFO atadıkları gözlemleniyor. CFO'lar çabuk uyum sağlamaları, baskı altında dahi doğru karar alabilmeleri, brüt gelirden artış sağlayabilmek gibi yetenekleri nedeniyle sürekli özel sermayeli şirketlerin radarında yer alıyor.

Zaman ve kaynak yönetimine çok önem veren CFO'lar açısından kurumsal kaynak yönetim sistemleri (ERP) kullanımı çok büyük önem taşıyor.

Ankete yansıyan sonuçlarda da CFO'ların yüzde 72'sinin denetim, yüzde 57'sinin vergi ve yüzde 51'inin hukuk hizmetlerini dışarıdan aldıkları göze çarpıyor. Genel olarak CFO'ların çalıştıkları şirketlerdeki pozisyonları genel müdürlüğe veya CEO'luga doğru kaydıkça dış kaynak kullanım oranlarının bu yüksek seviyelerde kalması bekleniyor.

CEO OLMAK İSTİYORLAR

CFO'ların hatırı sayılır bir bölümü kariyerlerinin ilerleyen dönemlerinde CEO olmayı planlarken, yüzde 26'sı ise gelecekte kendi şirketini kurmak veya danışmanlık hizmeti vermeyi amaçlıyor. CFO görevinde uzun süre kalmayı isteyenlerin oranı da çoğunlukta.

Peki CFO'lar buldukları pozisyonla-

CFO'LARIN HATIRI
SAYILIR BİR BÖLÜMÜ
KARIYERLERİNİN
İLERLEYEN

DÖNEMLERİNDE CEO
OLMAYI PLANLARKEN,
YÜZDE 26'SI İSE
GELECEKTE KENDİ
ŞİRKETİNİ KURMAK
VEYA DANIŞMANLIK
HİZMETİ VERMEYİ
AMAÇLIYOR.

CFO'LAR ŞİRKETLERDEN NE BEKLİYOR?

Stanton Chase Türkiye CxO Finans Araştırması'na göre her geçen gün görevleri daha stratejik bir hal alan CFO'lar;

- Günlük operasyonel ve rutin işlerden sıyrılmaya çalışıyor.
- Bu görevlerini orta yönetime devreden CFO'lar orta yönetim kademesinde bu görevleri yerine getirme konusunda bir eksiklik olduğuna inanıyor.
- Ankete cevap veren CFO'ların yarısı 2016 yılı geneli için makro değişiklikler ve rekabet ortamının artmasını şirketleri için kaygı verici bir unsur olarak görüyor.



ra nasıl geliyorlar? Araştırmaya dahil olan CFO'ların yaklaşık yüzde 34'ü yönetici bulma firmaları ile göreve gelirken, şirket içi terfiler ve kendi oluşturdukları profesyonel ağlar ile CFO koltuğuna oturanlar da bulunuyor.

Görevlerinin ve sorumluluklarının giderek daha kapsamlı bir hale gelmesi nedeniyle CFO'ların yüzde 73'ü şirketlerindeki en yakın iş ortaklarının genel müdür veya CEO'lar olduğunu ifade ediyor. CFO'lar, en çok üstesinden gelmek durumunda oldukları sorun olarak ise finans departmanları ile şirketin diğer departmanları arasındaki entegrasyon sorununu gösteriyor. Araştırmada şirket kültürünü oluşturma süreci de bir diğer organizasyonel güçlük olarak açıklanıyor.

Ankete katılan CFO'lar geçtiğimiz yıllarda yapılan araştırmalarda yüzde 85'i bulan oranlarla genel müdürlük, yönetim kurulu ve CEO ile entegre bir şekilde çalıştıklarını belirtiyorlardı. Ancak artık yıllar geçtikçe görevlerinin direkt olarak genel yönetimle ilgili olduğunu ifade eden CFO'lar, departman yöneticileri üzerinden değil genel müdürler aracılığı ile birlikte pazarlama ve satış faaliyetlerine katılıyor.

CFO'LARA GÖRE ÜST YÖNETİCİLERİN DE YETENEK AÇIĞI VAR

Yöneticisi oldukları finans departmanlarını değerlendiren CFO'lar bölümlerindeki en önemli sorunun ticari yeteneklerin finansal yeteneklerle birleştirilmesi olduğunu dü-



şünüyor. Yüzde 29'luk bu oranın yanı sıra CFO'ların yüzde 55 orta yönetim kademesinin, yüzde 19'u da üst yöneticilerin yetenek açığına sahip olduğunu düşünüyor.

Her geçen gün görevleri daha stratejik bir hal alan CFO'lar, günlük operasyonel ve rutin işlerden sıyrılmaya çalışıyor. Bu görevlerini orta yönetime devreden CFO'lar orta yönetim kademesinde bu görevleri yerine getirme konusunda bir eksiklik olduğuna inanıyor. Ankete cevap veren CFO'ların yarısı 2016 yılı geneli için makro değişiklikler ve rekabet ortamının artmasını şirketleri için kaygı verici bir unsur olarak görüyor.

"YANLIŞ TERCİH ŞİRKETLERİ GERİYE GÖTÜRÜR"

Şirketlerin CFO'larını belirlemeden önce sektörün özelliği ve şirketin kurumsal stratejilerini dikkate almalarını öneren Stanton Chase Türkiye Yönetici Ortağı Çağrı Alkaya, yanlış tercihlerin şirketleri geriye götüreceğini ve CFO'ların kariyerinin de zarar göreceğini hatırlatıyor. Alkaya, şirketlerin göz önünde bulundurması gereken hususları ise şu sözlerle açıklıyor; "CFO'nuzun şirketinize nasıl bir değer katmasını istiyorsunuz ve hangi özel ihtiyaçları karşılmasını bekliyorsunuz? Aynı zamanda, şirket kültürünü göz önüne alarak, CFO'ları karar alma süreçlerine dahil etme ve inisiyatif verme konularında açık ve istekli davranmak da doğru kişiyi işe almada faydalıdır."

ÖZELLİKLE AİLE ŞİRKETLERİNDE İNİSİYATİF ALMAKTA ZORLANAN CFO'LAR, BU TÜR BELİRSİZLİKLER NEDENİYLE YÜZDE 75 ORANINDA AİLE ŞİRKETLERİNDE ÇALIŞMAKTAN YANA DEĞİLLER. AİLE ŞİRKETLERİ YERİNE ÇOK ULUSLU VE ORTA ÖLÇEKLİ KÜRESEL ŞİRKETLERDE GÖREV YAPMAK İSTEYEN CFO'LAR, BU TÜR ŞİRKETLERDE EN İYİ PERFORMANSLARINI SERGİLEYECEKLERİNE İNANMIYOR.



DOKUMA MAKİNELERİ: NEYDİ, NE OLDU?

İNGİLTERE GİBİ BİR TARIM ÜLKESİNİ HIZLA SANAYİ TOPLUMU HALİNE GETİREN DOKUMA MAKİNELERİ, GELİŞEN TEKNOLOJİK İMKANLARLA BİRLİKTE TARİH İÇİNDE BÜYÜK BİR DÖNÜŞÜM YAŞADI. 1785'TE İNGİLİZ MUCİT EDMUND CARTWRIGHT'IN ELİNDEN ÇIKAN İLK MEKANİK DOKUMA TEZGAHI, TARİHTEKİ SERÜVENİNİ BUGÜN SON TEKNOLOJİ İLE DONATILMIŞ İMKANLARLA SÜRDÜRÜYOR.



Dokuma makineleri, özellikle İngiltere gibi bir tarım ülkesini hızla sanayi toplumu haline getirdi. Köylerde oturan yüzbinlerce insan, kentlere koşmuştu. Çünkü yeni fabrikalar, güvenli bir gündelik ve yeni yaşam koşulları sağlıyordu. Kuzey'in soğuk iklimi için pek önemli sayılan yün bükme ve dokumacılık dalında o yıllara kadar köylerde çıkırıklar ve el dokuma tezgâhları kullanılıyordu. Bu yoldan elde edilen kumaşlar pahalı satılmasına rağmen, bu işte çalışanların kazancı yine de az oluyordu. Üretimin artması ile bu alanda çalışanların yaşam koşullarında bir düzelme olacağı düşünülüyordu. 1606'da Fransız C. Dagon birtakım makara hareketleriyle ilk kez mekiklerin otomatik çalışmasını sağlarken, 1725'te Basile Bouchon, Dagon'un buluşunu geliştirerek geniş desenli dokumalar elde edilmesinin yolunu açtı. 1728'de Jean-Baptiste Falcon dekoratif desenler elde eden bir gelişmenin öncüsü oldu. 1764 yılında ise İngiliz Hargreaves mekanik olan insan gücüyle çalışan bir iplik eğirme bükme çıkırığı icat ederek adını tarihe yazdırdı.

1769'da su gücüyle çalışan tarama ve eğirme sistemini imal eden İngiliz Sir Richard Arkwright, bu makine ile dokuma makineleri için yeterli ipliğin temininde önemli bir aşama kaydedilmesini sağlamış oldu.

BASILE BOUCAN'IN 1725'TE İMAL ETTİĞİ DOKUMA TEZGAHI

Yeni kullanılmaya başlanan dokuma makineleriyle bütün bu sınırlandırmalar ve engeller ortadan kalkacak ve eski tür "eve iş alma" yerini, seri üretime dayanan modern sanayiye bırakacaktı. Bu konuya öncülük eden ise Lancashireli bir saatçi olan John Kay oldu. Kay, 1733'te bulduğu "uçan mekik"te denilen "çabuk mekikler"le adını tarihe yazdırdı. Dokuma, tezgahının her iki yanına yerleştirdiği savak kutularındaki mekikler, o güne dek elle çalıştırılan mekiklerin yerini alıyordu. Bu mekikler mekanik olarak bir o yana, bir bu yana gidip gelmekle el gücünden çok daha hızlı çalışıyordu. Dokumacılar bu yeni aygıt sayesinde daha hızlı iş çıkarmakla kalmıyor, şimdiye kadar dokuduklarının bir katı daha genişlikte kumaş dokuyabiliyorlardı.

DOKUMA TEZGAHLARI

1785'TE MEKANİK HALE GELDİ

Dokuma tezgahının, dokuma makinesi haline gelmesi üç temel hareketin; atkı atma, ağızlık açma ve tefe vurma sistemlerinin mekanize edilerek, kol gücü yerine de başka bir gücün kullanılmasıyla mümkün oldu. Yaklaşık 250 yıl önce, eğirme makinelerinde bir dizi geliştirici yenilik yapıldı. İngiliz Richard Arkwright'ın 1769'da geliştirdiği Vargel Tezgahı, önce ipliği çekiyor ve bir makaraya ya da bobine sarılırken bükülüyordu. On yıl kadar sonra Samuel Crompton, aynı anda bin kadar ipliği eğiren çıkırık makinesini yaptı.

İlk mekanik dokuma tezgahı ise 1785'te İngiliz mucit Edmund Cartwright tarafından gerçekleştirildi. 1786 yılında R. Miller tarafından geliştirilen dokuma tezgahı, bugünkü makineleşmiş dokumacılığın çıkış noktası oldu. Zamanla tasarımını geliştiren Cartwright dokuma makinesi sayılabilecek bir sistem imal etti. Bu yeni makinelerle birlikte dokumacılık evlerden, makineleri çalıştıran su gücünün ya da buhar gücünün bulunduğu fabrikalara taşındı.

1804'te Joseph Marie Jacquard tarafından broşlu kumaş dokuma tezgahı geliştirildi. 1822'de, İngiliz E. Roberts, kısa sürede tüm Avrupa'da benimsenen otomatik bir dokuma tezgahı geliştirirken daha sonra birçok teknisyen ve üretici bu makineyi bir üst seviyeye taşıdı.

MEKANİK YAPI, SORUNLARI DA BERABERİNDE GETİRDİ

İngiltere tezgahın mekanize edilmesi yönünde gelişme gösterirken Fransa desenlendirme üzerinde yoğunlaştı. 1725'de Basile Bouchon tarafından, kaldırılması gereken çözümleri seçmek için bir delikli karton yardımıyla çalışan ilk otomatik ağızlık açma cihazı bulundu ve daha sonra Falcon 1728'de delikli karton zincirini kullandı. Ağızlık açma sistemlerinin gelişimi Jacquard'ın kendi ismiyle anılan Jakar makinesini icat etmesiyle doruğa ulaştı.

Tezgahın mekanik hale getirilmesinden sonra ortaya yeni bir sorun çıktı. Bu herhangi iplik kopuşu veya arıza anında tezgahın durdurulması ve masuranın bitmesi halinde de mekiği değiştirmek için çalışmanın kesilmesiydi. Zaman içinde atkı kopduğunda veya masura bittiğinde tezgahı durduran, otomatik olarak bobini değiştiren çeşitli mekanizmalar geliştirildi.

Atkının kancalarla atılması fikri 1898'de, hava jeti ile atkının atılabileceği 1914 yılında ortaya çıktı. Ancak hava jetinin kullanımı

1980'lerde gerçekleşebildi. 1980'li yıllardan sonra elektronik ve bilgisayar sistemlerinin çok hızlı bir şekilde gelişmesiyle üretim hızlarında büyük gelişmeler sağlandı.

PAMUKLU DOKUMACILIĞINDA DÖNÜM NOKTASI

19. yüzyılda genç bir Amerikalının Yale Üniversitesi'ni bitirir bitirmez bulduğu makine ise, Amerikan pamuklu dokumacılığında ve pamuk işletmekle bir dönüm noktası oldu. Eli Whitney adlı genç Amerikalının pamuk işleme makinesi, liflerin çekirdeğini ayıklıyordu. O günlerde bu iş ABD'nin güneyinde zenci kölelerce ve elle yapılıyordu. Bu makine o tarihlerde ABD ekonomisine büyük olanaklar getirdi ve pamuk ürünü, ülke zenginliğini sağladı. James Watt 1800 yılında ve 64 yaşında işi bıraktığı sıralar bütün Avrupa'da onun buluşu olan buharlı dokuma makineleri kullanılıyordu. İnsanlık tarihinde ilk kez yakıt kullanılmaya da başlanmıştı. Sonuçlar çok olumluydu; Özellikle İngiltere için. Buhar makinesinin bir İngiliz buluşu olmasından kaynaklanmıyordu bu. İngiltere'de kömür yatakları çok boldu. Bir sömürgeler İmparatorluğu olarak hızla gelişen ülke, bitip tükenmez hammadde kaynaklarına ve yerli halkın çok ucuz işgücüne de sahipti. Sanayileşme iki ya da üç kuşak gibi kısa bir sürede bütün ülkenin yasama düzenini temelinden değiştirmişti. Geçimi tarıma bağlı bir ulus, ekmeğini fabrikadan sağlayan bir halk olmuştu. Toprak sahiplerinin gücü yavaş yavaş azalmış, sanayi malları yapımcıları ve satıcıları olarak ortaya çıkan orta kesim zenginleşmişti.

1890'da Amerikalı J. H. Northrop, otomatik dokuma tezgahını biraz daha geliştirerek bugünkü tekstil sanayiinde kullanılan makinelerin atası sayılan makineyi üretti.

1804'TE JOSEPH MARIE JACQUARD TARAFINDAN BROŞLU KUMAŞ DOKUMA TEZGAHI İMAL EDİLDİ. 1822'DE, İNGİLİZ E. ROBERTS, KISA SÜREDE TÜM AVRUPA'DA BENİMSENEN OTOMATİK BİR DOKUMA TEZGAHI GELİŞTİRİRKEN DAHA SONRA BİRÇOK TEKNİSYEN VE ÜRETİCİ BU MAKİNEYİ BİR ÜST SEVİYEYE TAŞIDI.

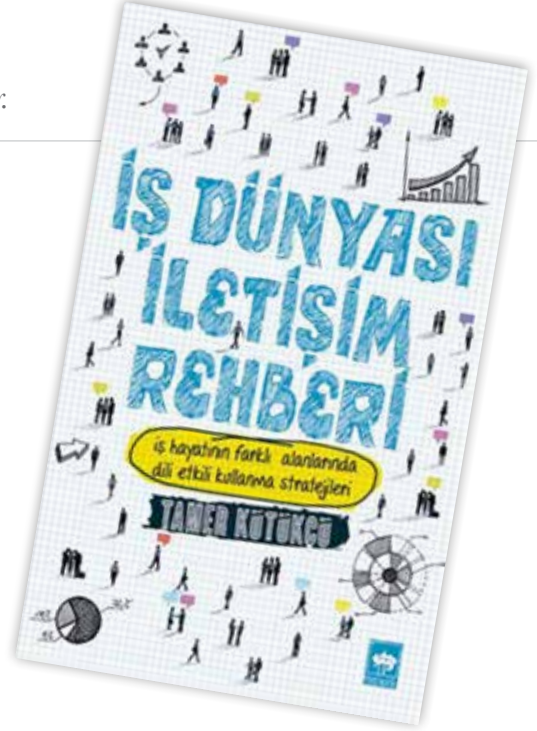




İŞ DÜNYASI İLETİŞİM REHBERİ

Tamer Kütükçü tarafından kaleme alınan “İş Dünyası İletişim Rehberi” adlı kitap, çeşitli dilsel strateji ve taktiklerden istifade ederek iş dünyasında nasıl çok daha verimli bir iletişim zemini kurulabileceğini okurlara gösteriyor.

İş Dünyası İletişim Rehberi’nde, öncelikle iletişimin ne olduğu, niteliği ve kayıpları/sorunları nelerin teşkil ettiği gibi hususların tartışıldığı bir giriş bölümü oluşturularak sonrasında da iletişim, yazılı ve sözlü olmak kaydıyla iki ana başlıkta inceleniyor. Bu bağlamda yazılı iletişimde meselelerin ekserisini teşkil eden rapor iş mektuplarında ikna ediciliğin nasıl temin edileceği, e-posta gibi sanal iletişim kanallarında hedefe yönelik etkili söyleme nasıl ulaşılabileceği, metinler aracılığıyla olan tartışma ve polemiklerden galip ayrılmayı sağlayacak dilsel stratejiler, başarılı bir reklam metni üretiminde kritik noktaların neler olduğu, yazılı iletişimde detaylar: sorunlar ve bunlardan kaçınma kılavuzu, hızlı ve nitelikli okuma teknikleri gibi hususlar üzerinde duruluyor. Sözlü iletişimde ise, sunum brifinglerde ikna ediciliğin ne şekilde sağlanacağı, mülakat ve iş görüşmelerinde hedefe yönelik etkili söylemin hangi stratejilere bağlı olarak temin edileceği, toplantılarda görüş ayrılıklarına dayalı tartışma ve polemiklerden galip ayrılma taktikleri, tanıtım ve pazarlama sunumlarında başarıya götüren kritik noktaların neler olduğu, müzakerelerde daima kazanan olmanın sırları, psikoloji, bilinçdışı ve dil ekseninde yeni bir iletişim modeli olarak NLP ile etkili ve nitelikli dinleme teknikleri gibi konular irdeleniyor.



BİR KAHVE İÇİMİNDE İŞ DÜNYASI VE HAYATIN İÇİNDEN HİKAYELER

Kitapta anlatılan hikayeler, sosyal bir varlık olan insanın bir potada erittiği yaşantılarını anlatıyor.

İş dünyası, insanların her gün hikayeler yarattıkları bir dünya. Bu dünyada bir yandan yeni kavramlar tartışılıp, belirli modeller yerleştirilmeye çalışılırken, öte yandan insan olgusu, bütün özellikleri ile ağırlığını hissettiriyor. Başarı hikayeleri anlatılıyor, başarısızlık hikayeleri anlatılıyor. Bu dünyada teoriler ve kavramlar cirit atarken, insan hikayelerde bütün özellikleriyle var. Bu hikayeleri dinlediğinizde ya da okuduğunuzda, teorilerden daha fazla akılda kalıcı ve öğretici oluyor. Öte yandan insan, sosyal bir varlık, dünyası çok geniş. İnsanlar, iş dünyasını yaratırken, bir de özel hayatları var. Duyguları, sevinçleri, üzüntüleri, düşünceleri ile kendi hayatlarını sürdürüyorlar. İş hayatı ve özel hayat diyerek ayırdığımız şey, yürüyen yekpare hayat.



İŞ STRATEJİSİ

Jeremy Kourdi'nin birçok uluslararası şirketten örneklerle zenginleştirdiği ve konuyla ilgili en son fikirleri de tanıttığı "İş Stratejisi" geleceğe doğru atılacak adımlarda önemli bir başvuru kaynağı.

Strateji şu an nerede olduğunuzu, nereyi hedeflediğinizi ve asıl önemlisi, oraya nasıl ulaşacağınızı anlamak ve tasarlamak demektir. Sağlam bir iş stratejisi başarı için gerekli gücü sağlarken, zayıf ya da yanlış kurgulanmış strateji bir şirketi iflasa sürükleyebilir. Farklı, başarılı bir strateji geliştirmek, zor seçimler yapmak demektir: Müşteri olarak kimleri hedefliyorsunuz? Hangi ürünleri sunacaksınız? İşi verimli bir şekilde nasıl yürüteceksiniz? Bu kararları almak, ilk bakışta görüldüğü kadar kolay olmayabilir, hatta her işin karşılaştığı dinamik ve değişken durumlar yüzünden karar alma süreçleri iyice karmaşıklaşabilir. Üstelik büyük bir şirkette stratejinin oluşturulması işine pek çok insan dahil olur, dolayısıyla bu da yönetilmesi gereken bir süreçtir.

Bu kitap, iş stratejisi sürecinin tamamını ele alırken, Karar vericileri etkileyen güçler neler? Karar vericilerin içine düştüğü tuzakların da neler olduğuna yanıt veriyor. Gelecek hakkında söylenecek iki şey vardır: Farklı olacak ve şaşırtacak. Bu basit gerçek pek çok lider şirketi hazırlıksız yakalarken, diğerlerine şöhret ve servet getiriyor. Doğru strateji o geleceği okumanızı ve hazırlıksız yakalanmamanızı sağlar.



İŞ DÜNYASINDA YENİLİK VE YARATICILIK

"İş Dünyasında Yenilik ve Yaratıcılık", kendi işyerinizde ya da kurumunuzda ihtiyaç duyduğunuz yenilenme, yeni ürünler piyasaya sürerek canlanma, yaratıcı fikirlerin çoğalmasını sağlayarak şirketinize güç kazandırma konularında yol gösteriyor.

İşinizin buluşlar ve yaratıcı fikirlerle büyümesini istemez misiniz? Elbette istersiniz, fakat ne yazık ki pek az yönetici bunu sağlayacak iş ortamını yaratabiliyor. Kurumda yenilik yanlısı bir kültür geliştirmek, yaratıcılığın önündeki engelleri kaldırmak özel bir çaba ve özen gerektirdiği gibi, beraberinde de yanıtlanacak pek çok soru getirir: Yenilik nedir, türleri nelerdir?, Yenilik şirket içinde nasıl değerlendirilir ve pazara nasıl sunulur?, Fikir üretimi nasıl teşvik edilir?, Yenilik ve yaratıcılık ne gibi fırsatlar sunar?, Yaratıcı bir işyeri atmosferi nasıl sağlanabilir?, Bunun fiziksel koşulları nelerdir?, Bu koşulların gerektirdiği finansal yatırım nasıl hesaplanabilir? "İş Dünyasında Yenilik ve Yaratıcılık" işte tüm bu soruların yanıtlarını sunuyor size.





“TEMEL İLKEMİZ, TEKNOLOJİ ODAKLI EĞİTİM”

TED ÜNİVERSİTESİ'Nİ MÜHENDİSLİK ALANINDA DİĞER ÜNİVERSİTELERDEN AYIRAN TEMEL ÖZELLİĞİN TEKNOLOJİ ODAKLI EĞİTİM OLDUĞUNU SÖYLEYEN TED ÜNİVERSİTESİ MAKİNE MÜHENDİSLİĞİ BÖLÜM BAŞKANI KEMAL LEVEND PARNAS, “BU YAPI, ÖĞRENCİLERİN AKTİF BİR ŞEKİLDE EĞİTİME KATILDIĞI VE ÖĞRENİMİNİ OKULDA GERÇEKLEŞTİRDİĞİ BİR SÜREÇ OLARAK KURGULANIYOR” DİYOR.

ki yıl önce kurulan TED Üniversitesi Makine Mühendisliği Bölümü'nün temel hedefinin; Türkiye'nin ihtiyaç duyduğu makine mühendislerini çağın ve global dünyanın gereklerine uygun olarak yetiştirmek ve onları yarının gerektirdiği bilgi ve yeteneklerle donatmak olduğunu söyleyen TED Üniversitesi Makine Mühendisliği Bölüm Başkanı Kemal Levend Parnas, “Her kurum gibi bölümümüz de belli bir gelişme çizgisi göstererek, temel hedefler açısından yapısını koruyup,

eğitim yöntemlerini zaman içerisinde şekillendirdi. Bu açıdan bakıldığında temel makine mühendisliği eğitimini en iyi şekilde vermek öncelikli hedefimizdir. Bunun yanısıra, bugünün dünyasında yükselen konularında öğrencilerimize bilgi ve deneyim kazandırmak da diğer önceliğimiz. Mekatronik ve robotik, ileri ve nano-malzemeler, biyomekanik sistemler, ileri akışkanlar mekaniği, ileri imalat yöntemleri bu konu başlıklarına örnek olarak gösterilebilir” dedi.





“MASSACHUSETTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY (MIT), GEORGIA INSTITUTE OF TECHNOLOGY, ODTÜ VE VRIJE UNIVERSITEIT BRUSSELS GİBİ DÜNYANIN ÖNEMLİ ÜNİVERSİTELERİNDEN DOKTORA DERECEĞİNE SAHİP BİR ÖĞRETİM ÜYESİ KADROMUZ BULUNUYOR.”

Akademik kadronuzun uzmanlık alanları hakkında bilgi verir misiniz?

Akademik kadromuz, bugün geldiğimiz seviyedeki dersleri verecek ve öğrencileri uygun bir biçimde yönlendirecek sayıda ve üstün özelliklere sahip bir öğretim üyesi ve yardımcı öğretim elemanlarından oluşuyor. Her biri Massachusetts Institute of Technology (MIT), Georgia Institute of Technology, ODTÜ ve Vrije Universiteit Brussels gibi dünyanın önemli üniversitelerinden doktora derecesine sahip bir öğretim üyesi kadromuz bulunuyor. TED Üniversitesi kalite anlayışının bir gereği olarak öğretim üyelerimizin verdikleri dersler dışında araştırma yapmaları ve toplumsal hizmet sunmalarını bekliyoruz. Bu talebe paralel olarak öğretim üyeleri uzman oldukları konularda hem araştırma projeleri yapıyor hem de sanayinin değişik taleplerine danışmanlık kapsamında hizmet veriyor.

Eğitim konularını oluştururken sanayiden gelen talepleri de dikkate aldınız mı?

Teorik eğitimlerle pratik arasındaki dengeyi nasıl sağladınız?

Derslerin yapısı ve uzmanlaşma konularını bu kritere göre belirleyerek makine mühendisliği eğitim felsefesini oluştururken de bu görüşleri göz önüne aldık. Dinamik bir süreç olan makine mühendisliği eğitiminin sürenün ihtiyaçlarına göre sürekli gözden geçirilmesi için dış paydaşların da yer aldığı bir danışma kurulu kurulma aşamasındadır.

Teorik eğitimler haricinde araştırma-geliştirme ve yenilikçiliğe önem veren bir eğitim kurumu olarak öğrencilerinize sunduğunuz teknik olanaklar konusunda neler aktarmak istersiniz?

TED Üniversitesi çağdaş mühendislik eğitiminin gerektirdiği tüm teknik altyapıyı kurma konusunda hiçbir fedakarlıktan kaçınmayan bir kurumdur. Talepler önceden oluşturulan bütçelere göre yürütülür ve karar süreçlerinde akademik kaygılar temel değerlendirme kriteri olarak kullanılır. Bu kapsamda modern deney setlerinden oluşan ölçme sistemleri, mekanik, akışkan, ısı transferi, kontrol ve titreşim laboratuvarları mevcuttur. Bu laboratuvarlarımızda 3 boyutlu yazıcılar, rüzgar tüneli ve mekanik test aletleri bulunuyor. Hemen hemen tüm test sistemleri bilgisayar kontrollü ve veri toplama sistemleriyle donatılmıştır. Bunlara ek olarak 60 öğrencinin kullanabileceği bir laboratuvarımızı, bilgisayar destekli teknik resim dersleri için ayırdık ve burada

“SANAYİ PROJELERİNE DEVAM EDİYORUZ”

“Bölümümüzde iki adet sanayi projesi yürütüyoruz. Bunlardan ilkinde bir öğretim üyemiz projesi kapsamında TUSAŞ firması için helikopter projelerinde kullanılabilecek yüksek çözünürlüklü akış simülasyon teknolojileri geliştiriyor. Ayrıca mühimmatların uçaklardan güvenli bir şekilde bırakılması için çalışmalar yürütüyor. Diğer bir öğretim üyemiz, helikopterlerin ileri kompozit panelleri için bir tasarım metodolojisi geliştirmek üzere TUSAŞ tarafından yürütücü olarak seçildi ve ayrıca helikopterlere kuş çarpmasıyla ilgili çalışmalar da yapıyor. İnsan vücudundaki bazı protein moleküllerinin biyomekanik olarak modellenmesiyle ilgili TÜBİTAK destekli bir araştırma projesi de bir diğer öğretim üyemiz tarafından başarıyla tamamlandı.”



“ÖĞRENCİLERİMİZİN GELİŞTİRDİĞİ VE 3 BOYUTLU YAZICIDAN ÇIKTI ALARAK MONTAJINI YAPTIĞI ROBOT EL SİSTEMİ, ELİNİ KAYBETMİŞ ÇOCUKLARIMIZIN HAYATINI KOLAYLAŞTIRMADA ÖNEMLİ BİR GÖREV ÜSTLENİYOR.”



Kemal Levend PARNAS
TED Üniversitesi Makine Mühendisliği Bölüm Başkanı

eğitim için Solid Works yazılımını kullanıyoruz. Okulun tüm mekanlarında kablosuz internet bağlantısı mevcuttur ve laboratuvar eğitim alanlarımız dahil olmak üzere dersliklerimizin hepsinde yüksek çözünürlüklü datashow sistemleri vardır.

Makine mühendisliği eğitimi almak isteyen bir öğrencinin TED Üniversitesi'ni seçmesindeki temel nedenleri sıralayabilir misiniz?

TED Üniversitesi'ni mühendislik alanında diğer üniversitelerden ayıran temel özelliklerden birisi öğrenci odaklı eğitimidir. Eğitimdeki bu temel özellik sadece sözde kalmayıp kuruluş aşamasından itibaren üniversitenin temel felsefesi haline gelmiştir. Bu yapı, öğrencilerin aktif bir şekilde eğitime katıldığı ve öğrenme sürecini okulda bizzat katılarak gerçekleş-

tirdiği bir süreç olarak kurgulanmıştır. TED Üniversitesi'nin bir diğer temel özelliği; öğrencilerinin “liberal arts” diye tanımladığımız ve bugünün dünyası için çok önemli olduğunu düşündüğümüz sanat, sosyal bilimler, hukuk gibi mühendislik dışı konularda da bilgi ile deneyimlerini artırmak üzere zorunlu derslerin ve en önemlisi bu öğeleri içeren bir eğitim modelinin olmasıdır. Bölümümüzü benzeri diğer bölümlerden ayıran bir diğer özelliğimizse eğitim programındaki felsefemizden kaynaklanıyor. Buna göre tasarım içerikli eğitim bileşenleri ve laboratuvar dersleriyle uygulamaları tüm sınıflardaki eğitimin öğeleri durumundadır. Derslerde ikinci sınıftan başlayarak ucu açık tasarım içerikli çalışmalar gerçekleştiriliyor ve öğrencilerin takımlar halinde bu projelerde çalışmaları sağlanıyor. Deney dersleri ve derslerdeki deneysel uygulamalar bizzat öğrencilerinin gerçekleştirdiği çalışmalardan oluşuyor. Bazen öğrencilerin deney tasarımı yapmalarını beklediğimiz bu dersler, öğrencileri ilerdeki meslek yaşamlarına doğru bir şekilde taşımanın bir aracı olarak kabul ediyoruz. Bunların dışında bizim daha iyisini yaptığımıza inandığımız yüzde 100 İngilizce eğitim, ders materyallerinin tamamen İngilizce olması, derslerde uluslararası büyük yayın evlerinin İnternete dayalı çevrim içi eğitim modüllerinin kullanımı, öğrencilere sağlanan sosyal ve kültürel olanaklar da programımızın diğer önemli özellikleri arasındadır.

Robot el projesi kapsamındaki çalışmalarınızdan bahsedebilir misiniz?

İnovasyon ve sentezleme gücüne yönelik eğitim öğeleri de bizi diğer üniversitelerden ayıran temel özellikler arasındadır. Bu konuya örnek olarak öğrencilerimizin üniversitemizin sosyal inovasyon merkeziyle birlikte geliştirdiği bir “Robot El Projesi” söz konusudur. Bu proje kapsamında öğrencilerimiz, ekonomik durumu uygun olmayan ailelerden gelen ve eli olmayan çocuklar için bir robot el tasarlıyor ve çalışan bu kolu 3 boyutlu yazıcı yardımıyla basıp montajını yaparak ilgili çocuğumuzun hayatını kolaylaştırma noktasında bir görev üstleniyorlar.

Yurt dışı öğrenci değişim programları çerçevesinde öğrencilerinize ne tür imkanlar sunuyorsunuz?

Üniversitemizde bir uluslararası programlar ofisi bulunuyor. Bu ofis bir yandan üniversitemize yabancı öğrencileri getirmek için çalışırken diğer yandan bazı karşılıklı öğrenci değişim programları aracılığıyla öğrencilerimizin belli sürelerle yurt dışına gidişini de organize ediyor. Erasmus Programı'nda aktif bir





“KALİTE ANLAYIŞIMIZIN GEREĞİ OLARAK, ÖĞRETİM ÜYELERİMİZİN VERDİĞİ DERSLER DIŞINDA ARAŞTIRMA YAPMALARI VE TOPLUMSAL HİZMET SUNMALARINI DA BEKLİYORUZ.”

şekilde yer alan TED Üniversitesi olarak öğrencilerimizi Avrupa'nın değişik üniversitelerine yolluyor ve öğrencilerin o üniversitelerde bir ya da iki sömestr boyunca eğitim almasını sağlıyoruz.

Makine mühendisliği öğrencileri sanayile koordineli çalışma yapma şansına sahip mi? Sağladığınız staj olanakları nelerdir?

Okulumuz, öğrencilerine mesleklerinin gereklerini yerine getirebilecekleri bir yerde staj yeri bulma garantisi veriyor. Öğrenciler genelde hem gittikleri işletmelerden ve buradaki eğitimlerinin uygulama kısmını bizzat deneyimlemiş olmaktan oldukça menun olduklarını bizlere aktarıyor. Öğrenciler stajla ilgili hazırladıkları bir İngilizce raporu izleyen dönem içerisinde hazırlayarak teslim ediyor ve bu konuda yine kendilerinin hazırladıkları bir sunumu diğer öğrencilerle paylaşıyorlar.

Bölümünüz bünyesinde gerçekleştirdiğiniz veya gerçekleştirmeyi planladığınız sanayi projeleriyle ilgili bilgi verir misiniz?

Bölümümüzde iki adet sanayi projesi yürütüyoruz. Bunlardan ilkinde bir öğretim üyemiz projesi kapsamında TUSAŞ firması için helikopter projelerinde kullanılacak yüksek çözünürlüklü akış simülasyon teknolojileri geliştiriyor. Ayrıca mühimmatların uçaklardan güvenli bir şekilde bırakılması için çalışmalar yürütüyor. Diğer bir öğretim üyemiz, helikopterlerin ileri kompozit panelleri için bir tasarım metodolojisi geliştirmek üzere TUSAŞ tarafından yürütücü olarak seçildi ve ayrıca helikopterlere kuş çarpmasıyla ilgili çalışmalar da yapıyor. İnsan vücudundaki bazı protein moleküllerinin biyomekanik olarak modellenmesiyle ilgili TÜBİTAK destekli bir araştırma projesi de bir diğer öğretim üyemiz tarafından başarıyla tamamlandı.

Türkiye'deki sanayi kuruluşlarının üniversitelere bakışını nasıl yorumluyorsunuz? Gelişmiş ülkelerle kıyaslandığında nasıl bir algı farklılığı gözlemliyorsunuz?

Türkiye'deki sanayi kuruluşları ağırlıklı olarak üretim yapan firmalardan oluşuyor. Yabancı firmaların geliştirdiği ürünleri imal etmek şeklinde tanımlanabilecek bu emek-yoğun çalışmalarda söz konusu faaliyetin katma değeri maalesef çok düşük kalıyor. Bugünün dünyasında özellikle gelişmiş ülkelerde durum ise katma değeri yüksek bilgi ve teknoloji-yoğun ürün geliştirme noktasında karşımıza çıkıyor. Yetmişmiş insana ve teknolojiye fedakarca yatırım yapmayı gerektiren bu yaklaşımı sanayimizin tam anlamıyla benimsediğini söylemek maalesef mümkün değil. Devletin bu konudaki desteğine rağmen henüz Ar-Ge konusunda istenen seviyeye geldiğimizi söyleyemeyiz. Bu konuda toplum olarak daha çok çaba göstermemiz gerekiyor.





“OKULUMUZUN EĞİTİM TECRÜBESİNE GÜVENİYORUZ”

TED ÜNİVERSİTESİ
MAKİNE
MÜHENDİSLİĞİ
BÖLÜMÜ
ÖĞRENCİLERİ,
BÖLÜMLERİNİN
EĞİTİM KADROSU VE
FİZİKSEL İMKANLARI
BAKIMINDAN
BEKLENTİLERİNİ
KARŞILADIĞINI
VURGULUYOR.

Ö kullarının uzun yıllara dayanan eğitim tecrübesine güvendiklerini belirten TED Üniversitesi Makine Mühendisliği öğrencileri, aldıkları teorik eğitimi çeşitli projelerle günlük hayatta kullanabildiklerini söylüyor.



ALP SARIĞÖL
MAKİNE MÜHENDİSLİĞİ
3. SINIF ÖĞRENCİSİ

“OTOMOTİV SEKTÖRÜNDE ÇALIŞMAK İSTİYORUM”

“Makine mühendisliği bölümünü mekaniğe olan ilgim nedeniyle tercih ettim. TED’in uzun yıllara dayanan eğitim tecrübesine duyduğum güven de üniversite tercihim belirleyen faktör oldu. Bölümüm, ilgi alanlarım doğrultusunda eğitim kadrosu ve fiziksel imkanları bakımından beklentilerimi karşıladı. Otomotiv sektöründe motor teknolojileri konusunda uzmanlaşmak ve yurt dışında yüksek lisans eğitimi aldıktan sonra uluslararası bir firmada çalışmak istiyorum. Türk makine sektörü dünya standartlarına uygun ve kaliteli ürünler imal ediyor. Fakat Ar-Ge faaliyetlerinin daha fazla gelişmesi gerektiğini düşünüyorum.”



BAŞAR BURHAN ZOROĞLU
MAKİNE MÜHENDİSLİĞİ
3. SINIF ÖĞRENCİSİ

“SAVUNMA SANAYİSİNDE UZMANLAŞMAK İSTİYORUM”

“Makine mühendisliği eğitimi almayı üniversiteyi kazandığım andan itibaren düşünüyordum. Okulda da tanıtım konferansları çok ikna edici olunca kararımı verdim. Aldığım dersleri stajımda ve günlük hayatımda kullanabilmek benim için çok önemli. İleride de bu özelliği kendi lehime çevirebilirim, iyi yerlere gelebileceğimi düşünüyorum. Hocalarımız da bu konuda bize çok yardımcı oluyor ve bizimle sürekli iletişim halinde. Mezunluğumdan sonra savunma sanayisinde uzmanlaşmak istiyorum. Ülkemizin üretim gücünü artırması durumunda dünya ölçeğinde çok iyi bir seviyeye geleceğini düşünüyorum.”



KAAN TOKSOY
MAKİNE MÜHENDİSLİĞİ
3. SINIF ÖĞRENCİSİ

“HOCALARIMIZIN DENEYİMLERİNDEN FAYDALANIYORUZ”

“Üniversiteyi kazandığım ilk yıl aklımda elektrik elektronik mühendisliği eğitimi almak vardı. Birinci sınıfı tamamladıktan sonra bölüm tanıtımına katılarak makine mühendisliği hocalarımızın sunumunu dinledim ve çok beğendim. Aldığım derslerde edindiğim bilgilerin günlük hayatta karşımıza çıkması beni mutlu eden bir faktör. Bölüm hocalarımız birçok projede yer aldığı için kendi deneyimlerini derste gördüğümüz teorik içerikle birleştirip sunuyor. Mezun olduktan sonra endüstride çalışmak istiyorum. Termodinamik birçok öğrencinin ilk tercihlerinden değildir ama benim bu dersin konseptine olan ilgim enerji sistemleri konusunda uzmanlaşmamı sağlayabilir. Türk makine sektörü son yıllarda önemli bir atılım içerisinde. Türkiye’nin üretim ve marka gücünü artırmaya yönelik çalışmaların yoğun biçimde sürdürülmesi gerektiğini düşünüyorum.”



RAMAZAN BÜYÜKSANIK
MAKİNE MÜHENDİSLİĞİ
3. SINIF ÖĞRENCİSİ

“BÖLÜMÜM BEKLENTİLERİMİ KARŞILADI”

“Alanında uzman akademik kadrosuyla eğitim-öğretime yeni başlayan bir okul olmasının çeşitli avantajlar sağlayacağını düşündüğüm için TED Üniversitesi Makine Mühendisliği Bölümü’nü tercih ettim. Bölümümün beklentilerimi karşıladığını düşünüyorum. Hocalarımız her konuda bizlerle doğrudan iletişim halinde. Sahip olduğumuz laboratuvar ve teknik imkanlar da standartlar dahilinde. Tasarım ve modelleme alanında uzmanlaşmak istiyorum. Savunma sanayisi ilgimi çektiği için mezun olduktan sonra bu alanda çalışmak istiyorum. Ülkemizde çok fazla makine mühendisi olması rekabeti artırıyor ve insanlar istedikleri alanda çalışmıyor.”



GÖSTERGELER

EYLÜL 2016



MAKİNE İHRACATIMIZ EYLÜL AYI SONUNDA 9,9 MİLYAR DOLAR OLDU

TÜRKİYE'NİN MAKİNE İHRACATI 2016 YILININ OCAK-EYLÜL DÖNEMİNDE, 2015 YILININ AYNI DÖNEMİNE GÖRE YÜZDE 1,8 ARTARAK 9,9 MİLYAR DOLAR SEVİYESİNDE KAYDEDİLDİ. 1,6 MİLYAR DOLAR İHRACAT DEĞERİYLE ALMANYA 2016 YILININ OCAK-EYLÜL DÖNEMİNDE TÜRKİYE'NİN EN FAZLA MAKİNE İHRAÇ ETTİĞİ ÜLKE OLURKEN, ALMANYA'YI 693 MİLYON DOLARLA ABD İKİNCİ VE 558 MİLYON DOLARLA İNGİLTERE ÜÇÜNCÜ SIRADA İZLEDİ.

Makine sektöründe 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde en fazla ihracat gerçekleştiren alt sektör motorlar oldu. 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde söz konusu ürün grubunda gerçekleştirilen ihracatın değeri 1,4 milyar dolar olarak kaydedildi. 2015 yılının aynı döneminde bu rakam 1,3 milyar dolar seviyesindeydi. Motorlar kalemindeki ihracat artışı yüzde 13,1 oldu. Listenin ikinci sırasında bulunan klimalar ve soğutma makineleri kaleminde 2015 yılının Ocak-Eylül döneminde 1,4 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirilirken 2016 yılının aynı döneminde bu rakam yüzde 3,7 artışla 1.48 milyar dolar seviyesine yükseldi. En fazla ihracat gerçekleştiren üçüncü kalem ise diğer yıkama ve kurutma makineleri olarak kayda geçti. 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde diğer yıkama ve kurutma makineleri ürün grubundaki ihracat ise 967 milyon dolar oldu. 2015 yılının aynı döneminde bu rakam 925 milyon dolar seviyesindeydi. Söz ko-

nusu ürün grubundaki ihracat artışı yüzde 4,5 olarak kaydedildi.

İHRACAT LİSTESİNİN İLK ÜÇ SIRASINDA ALMANYA, ABD VE İNGİLTERE BULUNUYOR

Makine sektöründe en fazla ihracat gerçekleştirilen ilk 10 ülke listesinin ilk sırasında Almanya bulunuyor. Almanya'ya 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde 2015 yılının aynı dönemine göre yüzde 5,6 artışla 1,6 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirildi. Almanya'ya 2015 yılının söz konusu döneminde gönderilen ürünlerin değeri 1,5 milyar dolardı. İkinci sıradaki ABD'ye yönelik makine ihracatı 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde 693 milyon dolar oldu. 2015 yılının aynı döneminde bu rakam 686 milyon dolardı. ABD'ye yönelik ihracat artışı yüzde 1 olarak kaydedildi. Türkiye'nin en fazla ihracat gerçekleştirdiği ilk 10 ülke listesinin üçüncü sırasındaki İngiltere'ye 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde ihraç edilen ürünlerin değeri 558 milyon dolar oldu.



MAKİNE VE AKSAMLARI SEKTÖR TAMAMI İTİBARIYLA İHRACAT KAYIT RAKAMLARI

Kaynak: Tüm İhracatçı Birlikleri Kayıtları

MAL GRUBU ADI	1 OCAK - 30 EYLÜL 2015			1 OCAK - 30 EYLÜL 2016			[%] DEĞİŞİM	
	MİKTAR (BİN TON)	DEĞER (MİLYON \$)	\$/Kg	MİKTAR (BİN TON)	DEĞER (MİLYON \$)	\$/Kg	MİKTAR	DEĞER
MOTORLAR	81,6	1,3	16,2	92,7	1,4	16,1	13,6	13,1
KLİMALAR VE SOĞUTMA MAKİNELERİ	344,5	1,4	4,2	363,8	1,4	4,1	5,6	3,7
DİĞER KURUTMA VE YIKAMA MAKİNELERİ	325,1	925,6	2,8	344,9	967,6	2,8	6,1	4,5
DİĞER MAKİNELER	115,6	826,7	7,1	117,6	802,2	6,8	1,8	-3,0
İNŞAAT VE MADENCİLİKTE KULLANILAN MAKİNELER	180,7	719,9	4,0	164,5	630,3	3,8	-9,0	-12,4
POMPALAR VE KOMPRESÖRLER	68,7	520,7	7,6	73,4	509,2	6,9	6,9	-2,2
TAKIM TEZGAHLARI	72,9	486,9	6,7	69,6	481,3	6,9	-4,6	-1,1
SİLAH VE MÜHİMMAT	21,8	394,2	18,0	29,3	473	16,1	34,2	20,0
TARIM VE ORMANCILIKTA KULLANILAN MAKİNELER	99,4	481,1	4,8	96,1	451,9	4,7	-3,3	-6,1
TEKSTİL VE KONFEKSİYON MAKİNELERİ	52,5	281,7	5,4	64,1	349,5	5,5	22,1	24,1
VANALAR	41,2	370,8	9,0	38	319,5	8,4	-7,8	-13,8
REAKTÖRLER VE KAZANLAR	44,8	317,6	7,1	42,6	310,5	7,3	-5,0	-2,2
GIDA SANAYİİ MAKİNELERİ	60	352,9	5,9	52	303	5,8	-13,3	-14,1
TÜRBİNLER-TURBOJET, HİDROLİK SİLİNDİRLER	9,4	246,3	26,1	10,1	296,7	29,3	7,3	20,5
HADDE VE DÖKÜM MAKİNELERİ KALIPLAR	30,7	204,7	6,7	28,3	209,7	7,4	-7,6	2,4
ISITICILAR VE FIRINLAR	28,4	197,3	6,9	26,4	191,9	7,2	-6,9	-2,8
YÜK KALDIRMA, TAŞIMA VE İSTİFLEME MAKİNELERİ	39,4	181,8	4,6	37,7	174,5	4,6	-4,4	-4,0
KAUÇUK, PLASTİK, LASTİK İŞLEME VE İMALİNDE KULLANILAN MAKİNELER	8,5	93,9	10,9	10,2	110,8	10,8	19,3	18,0
AMBALAJ MAKİNELERİ	5,3	106,3	20,1	5,5	103,8	18,8	4,3	-2,4
BÜRO MAKİNELERİ	2,4	124,9	52,0	2,4	103,2	42,9	0,1	-17,4
RULMANLAR	8,6	94,5	10,9	8,3	92,8	11,2	-4,4	-1,9
KAĞIT İMALİNE VE MATBAACILIĞA MAHSUS MAKİNELER	6,9	52,2	7,5	6,9	49,1	7,0	0,3	-6,0
DERİ İŞLEME VE İMALAT MAKİNELERİ	1,6	7,6	4,8	1,4	9,2	6,3	-8,7	21,2
TOPLAM	1,6	9,7	5,9	1,6	9,9	5,9	2,2	1,8



İNŞAAT VE MADENCİLİKTE KULLANILAN MAKİNELER

2016 yılının Ocak-Eylül döneminde inşaat ve madencilikte kullanılan makineler, aksam ve parçaları sektöründe 630,3 milyon dolar değerinde ürün ihraç edildi.

İnşaat ve madencilikte kullanılan makineler, aksam ve parçaları sektöründe Cezayir 2016 yılının Ocak-Eylül dö-

neminde 65,2 milyon dolarla en fazla ihracat gerçekleştirilen ülke oldu. Bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 65,9 artışın yaşandığı Cezayir'e, 2015 yılının aynı döneminde gönderilen ürünlerin değeri 39,2 milyon dolarıydı. İkinci sıradaki Almanya'ya 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde 37,2 milyon

değerinde inşaat ve madencilikte kullanılan makineler, aksam ve parçaları ihraç edildi. Üçüncü sıradaki Ege Serbest Bölgesi'ne 2015 yılının Ocak-Eylül döneminde 32,2 milyon dolar değerinde ürün ihraç edilirken 2016 yılının aynı döneminde bu rakam yüzde 12,6 artışla 36,3 milyon dolar oldu. Listenin dördüncü sırasındaki İran'a 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 14,3 artışla 31,3 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirildi. 2015 yılının aynı döneminde İran'a gönderilen ürünlerin değeri 27,4 milyon dolardı. Listenin beşinci sırasında yer alan Avusturya'ya 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde ihraç edilen ürünlerin değeri 25,3 milyon dolar olarak kaydedildi. 2015 yılının aynı döneminde bu rakam 21,7 milyon dolar seviyesindeydi. Avusturya'ya yönelik ihracat artışı yüzde 16,3 oldu.

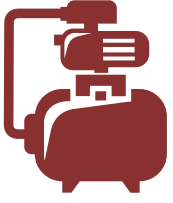
2016 yılının Ocak-Eylül döneminde Türkiye geneli inşaat ve madencilikte kullanılan makineler, aksam ve parçaları ihracatı listesinde en fazla artış yüzde 65,9 ile Cezayir'de yaşandı. Listede yüzde 16,3 ile Avusturya ikinci sırada bulunurken söz konusu ülkeyi yüzde 14,3 ile İran üçüncü sırada takip etti.



İNŞAAT VE MADENCİLİKTE KULLANILAN MAKİNELER İHRACATINDA İLK 10 ÜLKE [2015 ve 2016 Yılları 1 Ocak-30 Eylül Dönemi]

Kaynak: Tüm İhracatçı Birlikleri Kayıtları

ÜLKE	2015 YILI			2016 YILI			[%] DEĞİŞİM	
	MİKTAR (BİN TON)	DEĞER (MİLYON \$)	\$/KG	MİKTAR (BİN TON)	DEĞER (MİLYON \$)	\$/KG	MİKTAR	DEĞER
CEZAYİR	10,3	39,2	3,8	17,5	65,2	3,7	70,7	65,9
ALMANYA	9,7	41,9	4,3	7,8	37,2	4,7	-19,3	-11,0
EGE SERBEST BÖLGESİ	10,9	32,2	2,9	13,6	36,3	2,7	24,6	12,6
İRAN	5,7	27,4	4,7	4	31,3	7,8	-30,4	14,3
AVUSTURYA	3,7	21,7	5,7	3,8	25,3	6,6	0,8	16,3
SUUDİ ARABİSTAN	11,1	41,3	3,7	7,9	24,1	3,0	-28,7	-41,7
İNGİLTERE	12,1	25,4	2,1	12,1	21,8	1,8	-0,1	-14,0
MISIR	7,3	19	2,6	10	19,9	2,0	35,9	4,7
ABD	6,2	21,5	3,5	5,4	18,2	3,4	-12,4	-15,5
HOLLANDA	4,6	21,8	4,7	4,4	17,7	4,0	-3,8	-19,0
MAL GRUBU TOPLAMI	180,7	719,9	4,0	164,5	630,3	3,8	-9,0	-12,4



POMPA VE KOMPRESÖRLER



Pompa ve kompresörler mal grubunda 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde 509,2 milyon dolar değerinde ihracat gerçekleştirildi. Pompa ve kompresörler

ürün grubunda, 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde en fazla ihracat gerçekleştirilen ülke 101,9 milyon dolarla Almanya oldu. Listenin ikinci sırasında bu-

lunan ABD'ye 2015 yılının Ocak-Eylül döneminde 31,7 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirilirken 2016 yılının aynı döneminde bu rakam yüzde 8,4 artışla 34,4

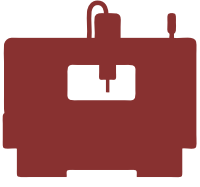
milyon dolar oldu. Üçüncü sıradaki İran'a 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde 17,9 milyon dolar değerinde pompa ve kompresör ihracat edildi. Dördüncü sırada bulunan İngiltere'ye 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde 16,8 milyon dolar değerinde ürün ihracat edildi. Beşinci sıradaki İtalya'ya 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde pompa ve kompresörler kaleminde ihracat edilen ürünlerin değeri 16,5 milyon dolar oldu. 2015 yılının aynı döneminde bu rakam 15,1 milyon dolar seviyesindeydi. İtalya'ya yönelik ihracat artışı yüzde 9,8 olarak kaydedildi.

2016 yılının Ocak-Eylül döneminde Türkiye geneli pompa ve kompresörler ihracatı tablosunda en fazla artış yüzde 9,8 ile İtalya'da yaşandı. İkinci sırada yüzde 8,4 ile ABD yer alırken söz konusu ülkeyi yüzde 0,1 ihracat artışıyla Polonya üçüncü sırada izledi.

POMPA VE KOMPRESÖR İHRACATINDA İLK 10 ÜLKE (2015 ve 2016 Yılları 1 Ocak-30 Eylül Dönemi)

Kaynak: Tüm İhracatçı Birlikleri Kayıtları

ÜLKE	2015 YILI			2016 YILI			[%] DEĞİŞİM	
	MİKTAR (BİN TON)	DEĞER (MİLYON \$)	\$/KG	MİKTAR (BİN TON)	DEĞER (MİLYON \$)	\$/KG	MİKTAR	DEĞER
ALMANYA	14,1	108,8	7,7	18,5	101,9	5,5	31,1	-6,4
ABD	3,5	31,7	8,9	3,9	34,4	8,7	10,1	8,4
İRAN	2,1	19,3	9,1	2,3	17,9	7,7	9,5	-7,5
İNGİLTERE	3	20,6	6,8	2,7	16,8	6,2	-9,7	-18,2
İTALYA	2,3	15,1	6,5	2,5	16,5	6,4	10,6	9,8
SUUDİ ARABİSTAN	3	16,6	5,5	2,2	13,6	6,1	-27,1	-18,1
IRAK	2,4	20,3	8,3	1,6	13,1	8,1	-33,8	-35,5
FRANSA	1,9	12,6	6,4	1,9	12,4	6,3	-0,3	-1,6
POLONYA	1,7	12,1	7,1	1,5	12,1	7,9	-9,3	0,1
TÜRKMENİSTAN	1,9	20,2	10,2	1,4	11,9	8,1	-25,9	-40,8
MAL GRUBU TOPLAMI	68,7	520,7	7,6	73,4	509,2	6,9	6,9	-2,2



TAKIM TEZGAHLARI



moment

2016 yılının Ocak-Eylül döneminde takım tezgahları ihracatı 481,3 milyon dolar olarak kaydedildi. Takım tezgahları ürün gru-

bunda en fazla ihracat gerçekleştirilen Almanya'ya 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde 46,2 milyon dolar değerinde ürün gönderildi.

2015 yılının aynı döneminde bu rakam 44,8 milyon dolardı. Almanya'ya yönelik ihracat yüzde 3 arttı. Listenin ikinci sırasında bulunan

ABD'ye 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde 28,5 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirildi. 2015 yılının aynı döneminde bu rakam 20,7 milyon dolar seviyesindeydi. ABD'ye yönelik ihracat artışı yüzde 37,2 oldu. Listenin üçüncü sırasındaki Suudi Arabistan'a 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde 24 milyon dolar değerinde ürün ihraç edildi. Dördüncü sırada yer alan İran'a 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde ihraç edilen ürünlerin değeri 15 milyon dolar olarak kaydedildi. Listenin beşinci sırasında bulunan Polonya'ya 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde 14,9 milyon dolar değerinde ürün gönderildi. 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde Türkiye geneli takım tezgahları ürün grubunda en fazla ihracat artışının yaşandığı ülke yüzde 48,5 ile Bulgaristan oldu. İkinci sırada yüzde 37,2 ile ABD yer alırken üçüncü sırada yüzde 35 ile Fransa bulunuyor.

TAKIM TEZGAHLARI İHRACATINDA İLK 10 ÜLKE
 [2015 ve 2016 Yılları 1 Ocak-30 Eylül Dönemi]

Kaynak: Tüm İhracatçı Birlikleri Kayıtları

ÜLKE	2015 YILI			2016 YILI			[%] DEĞİŞİM	
	MİKTAR (BİN TON)	DEĞER (MİLYON \$)	\$/KG	MİKTAR (BİN TON)	DEĞER (MİLYON \$)	\$/KG	MİKTAR	DEĞER
ALMANYA	5,6	44,8	7,9	5,9	46,2	7,8	3,8	3,0
ABD	3	20,7	6,8	3,2	28,5	8,8	6,1	37,2
SUUDİ ARABİSTAN	4,6	24	5,2	3,5	24	6,7	-22,5	0,1
İRAN	2,6	20,5	7,7	2,1	15	7,2	-20,7	-26,7
POLONYA	2,8	15,1	5,3	2,7	14,9	5,5	-5,0	-1,4
CEZAYİR	2	17,7	8,8	1,6	13,8	8,5	-19,0	-22,0
BULGARİSTAN	1,2	9,3	7,3	1,8	13,8	7,6	43,7	48,5
FRANSA	1,3	9,3	7,0	2,3	12,5	5,4	74,1	35,0
KANADA	2	9,9	4,9	1,9	12,1	6,4	-5,2	22,6
RUSYA	3,7	24,6	6,5	2	11,5	5,6	-45,4	-52,9
MAL GRUBU TOPLAMI	72,9	486,9	6,7	69,6	481,3	6,9	-4,6	-1,1



TARIM VE ORMANCILIK MAKİNELERİ

Tarım ve ormancılıkta kullanılan makineler, aksam ve parçaları ürün grubunda 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde 451,9 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirildi.

2016 yılının Ocak-Eylül döneminde tarım ve ormancılıkta kullanılan makineler, aksam ve parçaları kaleminde 121,9 milyon dolarla en fazla ABD'ye ihracat gerçekleştirildi. Listenin ikinci sırasında yer alan İtalya'ya 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde 49,1 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirildi. Üçüncü sıradaki Irak'a 2015 yılının Ocak-Eylül döneminde ihraç edilen tarım ve ormancılıkta kullanılan makineler, aksam ve parçalarının toplam değeri 20 milyon dolarken 2016 yılının aynı döneminde bu rakam yüzde 13,9 artışla 22,8 milyon dolar olarak kaydedildi. Dördüncü sırada bulunan Azerbaycan'a 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde ihraç edilen tarım ve ormancılıkta kullanılan makineler,

aksam ve parçalarının değeri 17 milyon dolar oldu. Beşinci sıradaki Sudan'a 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde 15,2 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirildi.

2016 yılının Ocak-Eylül döneminde Türkiye geneli tarım ve ormancılıkta kullanılan makineler, aksam ve parçaları ürün grubunda ihracat artışının en fazla ya-

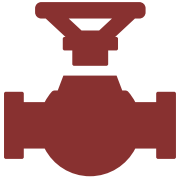
şandığı ülke yüzde 147,3 ile Ukrayna oldu. İkinci sırada yüzde 13,9 ile Irak yer alırken söz konusu ülkeyi yüzde 2,3 ile İran üçüncü sırada takip etti.



TARIM VE ORMANCILIK MAKİNELERİ İHRACATINDA İLK 10 ÜLKE
(2015 ve 2016 Yılları 1 Ocak-30 Eylül Dönemi)

Kaynak: Tüm İhracatçı Birlikleri Kayıtları

ÜLKE	2015 YILI			2016 YILI			[%] DEĞİŞİM	
	MİKTAR (BİN TON)	DEĞER (MİLYON \$)	\$/KG	MİKTAR (BİN TON)	DEĞER (MİLYON \$)	\$/KG	MİKTAR	DEĞER
ABD	18,3	136,4	7,4	16,2	121,9	7,5	-11,4	-10,6
İTALYA	9,6	50,2	5,2	9,8	49,1	5,0	2,1	-2,3
IRAK	6	20	3,3	7	22,8	3,2	17,0	13,9
AZERBAYCAN	4,1	17,9	4,3	3,8	17	4,4	-7,8	-4,9
SUDAN	4,8	16,3	3,4	4,6	15,2	3,3	-3,3	-6,8
CEZAYİR	3,5	15,1	4,3	3,1	13,8	4,4	-9,1	-8,5
İRAN	2,7	11,8	4,3	3,9	12,1	3,1	41,6	2,3
BULGARİSTAN	2,9	11,2	3,8	2,7	10,3	3,8	-7,5	-8,0
UKRAYNA	1,4	4,1	2,9	2,7	10,2	3,7	95,9	147,3
FRANSA	3,2	9,6	2,9	2,8	8,6	3,1	-13,8	-10,6
MAL GRUBU TOPLAMI	99,4	481,1	4,8	96,1	451,9	4,7	-3,3	-6,1



VANALAR

Vanalar ihracatı 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde 319,5 milyon dolar olarak kayda geçti. Vanalar sektöründe 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde en fazla ihracat gerçekleştirilen ülke 43,8 milyon dolarla Almanya oldu. 2015 yılının aynı döneminde bu rakam 41,3 milyon dolardı. Almanya'ya yönelik ihracat artışı yüzde 6,1 olarak kaydedildi. Listenin ikinci sırasında yer alan Mısır'a yönelik vanalar ihracatı 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde 21,6 milyon dolar olarak kaydedildi. Listenin üçüncü sırasında bulunan Irak'a 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde 19,9 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirildi. Dördüncü sıradaki İran'a 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde 12,1 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirildi. Listenin beşinci sırasında yer alan ABD'ye 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde 10,8 milyon dolar değerinde ürün ihraç edildi. 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde Türkiye geneli vanalar sektöründe en fazla ihracat artışı yüzde 12,5 ile Suudi Arabistan'da yaşandı.


VANALAR İHRACATINDA İLK 10 ÜLKE
 [2015 ve 2016 Yılları 1 Ocak-30 Eylül Dönemi]

Kaynak: Tüm İhracatçı Birlikleri Kayıtları

ÜLKE	2015 YILI			2016 YILI			[%] DEĞİŞİM	
	MİKTAR (BİN TON)	DEĞER (MİLYON \$)	\$/KG	MİKTAR (BİN TON)	DEĞER (MİLYON \$)	\$/KG	MİKTAR	DEĞER
ALMANYA	6,8	41,3	6,0	6,7	43,8	6,5	-1,8	6,1
MISIR	2,6	22,4	8,4	2,2	21,6	9,6	-15,4	-3,5
IRAK	3,4	25,8	7,4	3,1	19,9	6,3	-8,7	-23,0
İRAN	1,4	43,2	29,9	0,9	12,1	12,8	-34,7	-72,0
ABD	0,7	11,6	16,0	0,6	10,8	16,7	-10,7	-6,7
SUUDİ ARABİSTAN	0,9	8,3	9,1	0,8	9,4	11,1	-7,5	12,5
FRANSA	1,2	11,1	9,1	0,9	8,6	8,9	-20,9	-22,2
TÜRKMENİSTAN	1,8	14,4	7,7	1,1	8,2	7,4	-40,0	-42,6
HOLLANDA	1,2	8,8	6,9	1,2	8,1	6,7	-5,4	-8,0
İNGİLTERE	0,6	9,2	14,5	0,5	7,8	14,9	-17,9	-15,3
MAL GRUBU TOPLAMI	41,2	370,8	9,0	38	319,5	8,4	-7,8	-13,8



GIDA MAKİNELERİ

Gıda sanayi makineleri ihracatı 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde 303 milyon dolar oldu.

Gıda sanayi makineleri kaleminde 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde en fazla ihracat gerçekleştirilen ülke

33,3 milyon dolarla Cezayir oldu. Cezayir'in ardından ikinci sırada bulunan Irak'a yönelik gıda sanayi

makineleri ihracatı 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde 23,9 milyon dolar seviyesinde kaydedildi. 2015 yılının aynı döneminde bu rakam 15,3 milyon dolar seviyesindeydi. Irak'a yönelik ihracat artışı yüzde 56,4 oldu. Listenin üçüncü sırasında yer alan Özbekistan'a 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde 18,8 milyon dolarlık ürün ihraç edildi. Dördüncü sırada bulunan İran'a 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde 17,6 milyon dolar değerinde gıda makinesi ihraç edildi. Beşinci sıradaki Mısır'a 2016 yılının

Ocak-Eylül döneminde 12,8 milyon dolar değerinde gıda sanayi makinesi ihraç edildi. 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde Türkiye geneli gıda sanayi makineleri sektöründe en fazla ihracat artışının yaşandığı ülke yüzde 182,6 ile Ukrayna oldu. Azerbaycan yüzde 73,1 ile ikinci, Irak ise yüzde 56,4 ile üçüncü sırada yer aldı.



GIDA MAKİNELERİ İHRACATINDA İLK 10 ÜLKE [2015 ve 2016 Yılları 1 Ocak-30 Eylül Dönemi]

Kaynak: Tüm İhracatçı Birlikleri Kayıtları

ÜLKE	2015 YILI			2016 YILI			[%] DEĞİŞİM	
	MİKTAR (BİN TON)	DEĞER (MİLYON \$)	\$/KG	MİKTAR (BİN TON)	DEĞER (MİLYON \$)	\$/KG	MİKTAR	DEĞER
CEZAYİR	10,1	63,2	6,3	6,1	33,3	5,4	-39,2	-47,3
IRAK	3,2	15,3	4,7	3,7	23,9	6,4	16,2	56,4
ÖZBEKİSTAN	4,4	24,5	5,5	2,8	18,8	6,6	-35,4	-23,1
İRAN	2,4	18	7,3	5,7	17,6	3,0	132,9	-2,6
MISIR	3,2	13,8	4,3	2,2	12,8	5,7	-29,7	-7,4
RUSYA	1,4	10,9	7,5	1,5	12,4	7,8	9,3	13,9
AZERBAYCAN	0,9	5,9	6,2	2,2	10,2	4,5	138,8	73,1
KAZAKİSTAN	6,9	23,3	3,4	2,5	9,7	3,8	-62,6	-58,3
TÜRKMENİSTAN	1,1	10,1	8,5	0,8	9,1	10,8	-28,7	-9,5
UKRAYNA	0,8	2,9	3,5	1,3	8,2	6,2	58,1	182,6
MAL GRUBU TOPLAMI	60	352,9	5,9	52	303	5,8	-13,3	-14,1



REAKTÖR VE KAZANLAR

Reaktörler ve kazanlar ihracatı 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde 310,5 milyon dolar oldu.

Reaktörler ve kazanlar ürün grubunda 2016 yılının Ocak-

Eylül döneminde 73 milyon dolarla en fazla Almanya'ya ihracat gerçekleştirildi. 2015 yılının aynı dönemine bu rakam 67,8 milyon dolardı. Almanya'ya yönelik ihracat

artışı yüzde 7,6 oldu. İkinci sırada yer alan İngiltere'ye 2015 yılının Ocak-Eylül döneminde 40,3 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirilirken 2016 yılının aynı dönemin-

de bu rakam yüzde 7,3 artışla 43,2 milyon dolar seviyesine yükseldi. Listenin üçüncü sırasında bulunan İspanya'ya 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde 20,5 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirildi. 2015 yılının aynı döneminde bu rakam 18,9 milyon dolardı. İspanya'ya yönelik ihracat artışı yüzde 8,4 oldu. Dördüncü sıradaki Çin'e 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde 19,4 milyon dolarlık ürün ihraç edildi. Beşinci sıradaki İtalya'ya 2015 yılının Ocak-Eylül döneminde 15,1 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirilirken 2016 yılının aynı döneminde bu rakam yüzde 6,3 artışla 16 milyon dolar oldu.

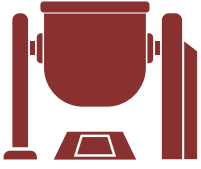
2016 yılının Ocak-Eylül döneminde Türkiye geneli reaktörler ve kazanlar ürün grubunda en fazla ihracat artışı yüzde 643,3 ile Cezayir'de yaşandı. Bu ülkenin ardından yüzde 8,4 ile İspanya gelirken yüzde 7,7 ile Ukrayna üçüncü sırada yer aldı.



REAKTÖR VE KAZANLAR İHRACATINDA İLK 10 ÜLKE
[2015 ve 2016 Yılları 1 Ocak-30 Eylül Dönemi]

Kaynak: Tüm İhracatçı Birlikleri Kayıtları

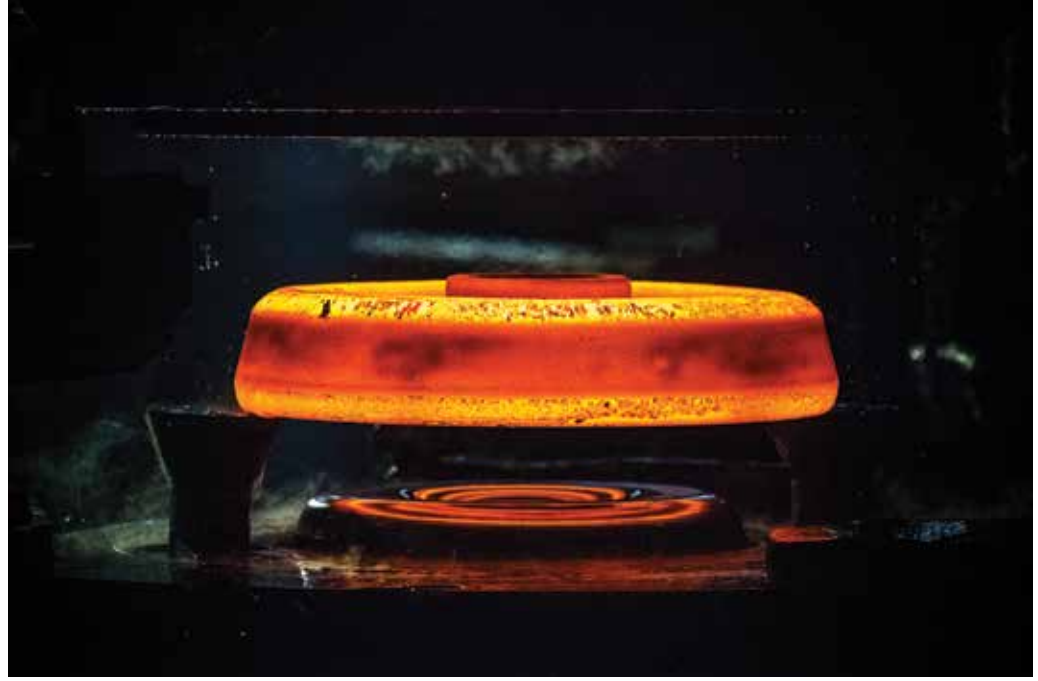
ÜLKE	2015 YILI			2016 YILI			[%] DEĞİŞİM	
	MİKTAR (BİN TON)	DEĞER (MİLYON \$)	\$/KG	MİKTAR (BİN TON)	DEĞER (MİLYON \$)	\$/KG	MİKTAR	DEĞER
ALMANYA	5	67,8	13,5	5,1	73	14,3	1,8	7,6
İNGİLTERE	3,5	40,3	11,4	4	43,2	10,6	15,3	7,3
İSPANYA	1,6	18,9	11,8	1,5	20,5	13,0	-1,7	8,4
ÇİN	1,9	21,8	11,0	1,5	19,4	12,8	-23,6	-10,9
İTALYA	1,6	15,1	9,1	1,5	16	10,1	-4,8	6,3
ROMANYA	4,1	22,2	5,4	3,3	15,8	4,7	-18,3	-28,7
RUSYA	3,5	22,1	6,2	1,7	12,7	7,4	-52,1	-42,4
CEZAYİR	0,2	1,2	4,4	2,9	9,1	3,1	967,8	643,3
BELÇİKA	1	10	9,8	0,7	8,3	10,6	-22,7	-16,2
UKRAYNA	1,5	6,9	4,4	1,2	7,5	6,1	-22,3	7,7
MAL GRUBU TOPLAMI	44,8	317,6	7,1	42,6	310,5	7,3	-5,0	-2,2



HADDE VE DÖKÜM MAKİNELERİ

Hadde ve döküm makine-leri sektöründe 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde 209,7 milyon dolar değerinde ihracat gerçekleştirildi. 2015 yılının aynı döneminde bu rakam 204,7 milyon dolardı. Hadde ve döküm makinele-ri sektöründeki ihracat artışı yüzde 2,4 oldu.

Hadde ve döküm makine-leri mal grubunda 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde 26,9 milyon dolarla en fazla Almanya'ya ihracat gerçekleştirildi. 2015 yılının aynı döneminde Almanya'ya gönderilen ürünlerin değeri 24,3 milyon dolardı. Söz konusu ülkeye yönelik ihracat artışı yüzde 10,7 oldu. İkinci sıradaki İtalya'ya 2015 yılının Ocak-Eylül döneminde 9,9 milyon dolar değerinde ürün ihraç edilirken 2016 yılının aynı döneminde bu rakam yüzde 58,6 artışla 15,7 milyon dolar oldu. Listenin üçüncü sırasında yer alan Bulgaristan'a 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde 14,8



milyon dolarlık ihracat gerçekleştirildi. 2015 yılının aynı döneminde bu rakam 6,3 milyon dolardı. Bulgaristan'a yönelik ihracat artışı yüzde 133,1 olarak kayda geçti. Dördüncü sırada bulunan İran'a 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde ihraç edilen

hadde ve döküm makinele-rinin değeri 13 milyon dolar olarak kayda geçti. Listenin beşinci sırasındaki Rusya'ya 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde 12,6 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirildi.

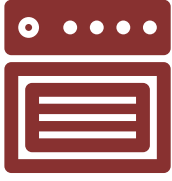
2016 yılının Ocak-Eylül döneminde Türkiye geneli had-

de ve döküm makineleri sektöründe ihracat artışının en fazla yaşandığı ülke yüzde 133,1 ile Bulgaristan oldu. Listenin ikinci sırasında yüzde 85,1 ile Polonya yer alırken söz konusu ülkeyi yüzde 58,6 ihracat artışıyla İtalya üçüncü sırada izledi.

HADDE VE DÖKÜM MAKİNELERİ İHRACATINDA İLK 10 ÜLKE (2015 ve 2016 Yılları 1 Ocak-30 Eylül Dönemi)

Kaynak: Tüm İhracatçı Birlikleri Kayıtları

ÜLKE	2015 YILI			2016 YILI			[%] DEĞİŞİM	
	MİKTAR (BİN TON)	DEĞER (MİLYON \$)	\$/KG	MİKTAR (BİN TON)	DEĞER (MİLYON \$)	\$/KG	MİKTAR	DEĞER
ALMANYA	3,1	24,3	7,8	3,7	26,9	7,2	19,5	10,7
İTALYA	1,6	9,9	5,9	2,8	15,7	5,5	71,0	58,6
BULGARİSTAN	0,2	6,3	25,0	0,4	14,8	36,3	60,3	133,1
İRAN	2,8	17	5,9	2,6	13	4,9	-8,0	-23,4
RUSYA	2,3	22,8	9,8	0,7	12,6	18,0	-69,9	-44,5
CEZAYİR	3	8,5	2,8	2	9,7	4,6	-31,0	14,1
ABD	1,5	8,2	5,4	1,2	9,1	7,3	-18,1	10,2
MISIR	1,4	8	5,4	1,2	6,8	5,6	-19,4	-15,4
SUUDİ ARABİSTAN	0,8	5,9	7,4	1,2	6,1	4,7	61,2	2,7
POLONYA	0,1	3,1	19,1	0,8	5,7	6,8	420,2	85,1
MAL GRUBU TOPLAMI	30,7	204,7	6,7	28,3	209,7	7,4	-7,6	2,4



ISITICILAR VE FIRINLAR

Isıtıcılar ve fırınlar ürün grubunda 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde 191,9 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirildi.

Isıtıcılar ve fırınlar ürün grubunda 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde 17,6 milyon dolarla en fazla Almanya'ya ihracat gerçekleştirildi. İhracat listesinin ikinci sırasındaki İtalya'ya 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 3,2 artışla 9,9 milyon dolarlık ürün ihraç edildi. 2015 yılının aynı döneminde İtalya'ya ihraç edilen ürünlerin değeri 9,6 milyon dolardı. Listenin üçüncü sırasında ise 2016 yılı Ocak-Eylül dönemi itibarıyla 9,8 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirilen Fransa bulunuyor. Fransa'ya 2015 yılının aynı döneminde 9,7 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirildi. Fransa'ya yönelik ihracat artışı yüzde 1,5 oldu. Listenin dördüncü ve beşinci sırasında ise İran ve ABD

yer alıyor. Dördüncü sıradaki İran'a 2015 yılının Ocak-Eylül döneminde 4,4 milyon dolarlık ısıtıcılar ve fırınlar ihracatı gerçekleştirilirken 2016 yılının aynı döneminde bu rakam yüzde 84,1 artışla 8,2 milyon dolara yükseldi.

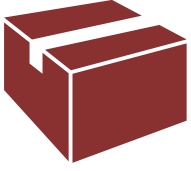
Beşinci sıradaki ABD'ye 2015 yılının Ocak-Eylül döneminde gönderilen ürünlerin değeri 5,4 milyon dolarken 2016 yılının aynı döneminde bu rakam yüzde 47,4 artışla 8 milyon dolar olarak kayda geçti. 2016 yılının Ocak-Eylül dö-

neminde ısıtıcılar ve fırınlar mal grubunda en fazla ihracat artışı yüzde 84,1 ile İran'da yaşandı. Bu ülkenin ardından yüzde 65,8 ile Türkmenistan gelirken yüzde 47,4 ile ABD üçüncü sırada yer aldı.

ISITICILAR VE FIRINLAR İHRACATINDA İLK 10 ÜLKE
[2015 ve 2016 Yılları 1 Ocak-30 Eylül Dönemi]

Kaynak: Tüm İhracatçı Birlikleri Kayıtları

ÜLKE	2015 YILI			2016 YILI			[%] DEĞİŞİM	
	MİKTAR (BİN TON)	DEĞER (MİLYON \$)	\$/KG	MİKTAR (BİN TON)	DEĞER (MİLYON \$)	\$/KG	MİKTAR	DEĞER
ALMANYA	2,8	17,7	6,3	2,7	17,6	6,4	-1,6	-1,1
İTALYA	1,3	9,6	7,1	1,4	9,9	6,9	6,0	3,2
FRANSA	1,3	9,7	7,4	1,4	9,8	6,7	11,1	1,5
İRAN	0,5	4,4	8,2	0,7	8,2	10,3	45,5	84,1
ABD	0,4	5,4	11,4	0,8	8	9,3	81,5	47,4
CEZAYİR	1,3	7,9	5,8	0,5	7,1	12,1	-56,9	-11,0
SUUDİ ARABİSTAN	1	8,2	8,0	0,7	6,9	9,7	-31,1	-16,1
TÜRKMENİSTAN	0,3	3,5	9,8	0,6	5,8	8,7	86,6	65,8
RUSYA	1,6	10,4	6,3	0,9	5,8	5,9	-41,0	-44,0
IRAK	0,8	5,5	6,7	0,7	5,4	7,2	-7,7	-0,8
MAL GRUBU TOPLAMI	28,4	197,3	6,9	26,4	191,9	7,2	-6,9	-2,8



AMBALAJ MAKİNELERİ

Ambalaj makineleri ürün grubunda 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde 103,8 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirildi.

Ambalaj makineleri mal grubunda 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde 8,5 milyon dolarla en fazla Irak'a ihracat gerçekleştirildi. Söz konusu ülkeye 2015 yılının aynı döneminde ihraç edilen ürünlerin değeri 6,5 milyon dolar seviyesindeydi. Irak'a yönelik ihracat artışı yüzde 29 oldu. Listenin ikinci sırasında ise Suudi Arabistan bulunuyor. 2015 yılının Ocak-Eylül döneminde Suudi Arabistan'a ihraç edilen ürünlerin değeri 5,2 milyon dolarken 2016 yılının aynı döneminde bu rakam yüzde 46,3 artışla 7,7 milyon dolar olarak kaydedildi. Üçüncü sıradaki Cezayir'e 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde 7,1 milyon dolar değerinde ambalaj makinesi ihraç edildi. Listenin dördüncü ve beşinci sırasında ise İran



ve Mısır yer alıyor. Dördüncü sıradaki İran'a 2015 yılının Ocak-Eylül döneminde 4,9 milyon dolar değerinde ürün gönderilirken 2016 yılının aynı döneminde bu rakam yüzde 12,6 artışla 5,5 milyon dolar oldu. Beşinci sırada-

ki Mısır'a 2015 yılının Ocak-Eylül döneminde 3,6 milyon dolar değerinde ürün ihraç edilirken 2016 yılının aynı döneminde bu rakam yüzde 28,3 artışla 4,6 milyon dolar olarak kayda geçti. 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde

Türkiye geneli ambalaj makineleri ürün grubunda en fazla ihracat artışı yüzde 1.893 ile Ukrayna'da yaşandı. Bu ülkenin ardından yüzde 130,3 ile İtalya gelirken yüzde 50,8 ile Türkmenistan üçüncü sırada yer aldı.

AMBALAJ MAKİNELERİ İHRACATINDA İLK 10 ÜLKE [2015 ve 2016 Yılları 1 Ocak-30 Eylül Dönemi]

Kaynak: Tüm İhracatçı Birlikleri Kayıtları

ÜLKE	2015 YILI			2016 YILI			[%] DEĞİŞİM	
	MİKTAR (BİN TON)	DEĞER (MİLYON \$)	\$/KG	MİKTAR (BİN TON)	DEĞER (MİLYON \$)	\$/KG	MİKTAR	DEĞER
IRAK	0,3	6,5	17,5	0,5	8,5	15,1	50,1	29,0
SUUDİ ARABİSTAN	0,2	5,2	23,8	0,3	7,7	21,4	62,6	46,3
CEZAYİR	0,3	9	25,8	0,3	7,1	19,9	2,4	-21,0
İRAN	0,1	4,9	27,6	0,3	5,5	17,5	77,5	12,6
MISIR	0,2	3,6	16,0	0,2	4,6	17,0	20,4	28,3
UKRAYNA	0,01	0,2	11,5	0,1	4,4	35,3	550,0	1.893,0
ALMANYA	0,3	3,6	12,1	0,3	4,1	12,6	9,5	14,1
İTALYA	0,1	1,7	15,2	0,2	3,9	17,6	99,6	130,3
BAE	0,2	5,5	22,9	0,09	3,6	37,7	-60,1	-34,4
TÜRKMENİSTAN	0,1	1,9	10,2	0,1	2,9	21,8	-29,3	50,8
ÜRDÜN	0,06	1,9	30,2	0,09	2,3	24,3	45,7	17,1
MAL GRUBU TOPLAMI	5,3	106,3	20,1	5,5	103,8	18,8	4,3	-2,4



TÜRBİN, TURBOJET, HİDROLİK SİLİNDİR

Türbin, turbojet, hidrolik silindir aksam ve parçaları ihracatı 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde 296,7 milyon dolar olarak kaydedildi. 2015 yılının aynı döneminde bu rakam 246,3 milyon dolar seviyesindeydi. Türbin, turbojet, hidrolik silindir aksam ve parçaları ürün grubundaki ihracat artışı yüzde 20,5 oldu.

Türbin, turbojet, hidrolik si-

lindir aksam ve parçaları kaleminde 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde en fazla ihracat gerçekleştirilen ülke 163,5 milyon dolarla ABD oldu. 2015 yılının aynı döneminde bu rakam 155,3 milyon dolardı. ABD'ye yönelik ihracat artışı yüzde 5,3 oldu. ABD'nin ardından ikinci sırada bulunan Almanya'ya yönelik türbin, turbojet, hidrolik silindir aksam ve

parçaları ihracatı 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde 26,8 milyon dolar oldu. Yüzde 219,8 ihracat artışının yaşandığı söz konusu ülkeye, 2015 yılının aynı döneminde gönderilen ürünlerin değeri 8,3 milyon dolardı. Listenin üçüncü sırasında yer alan Hindistan'a 2016 yılının Ocak-Eylül döneminde 23,2 milyon dolarlık ürün ihraç edildi. 2015 yılının aynı dö-

neminde bu rakam 320 bin dolardı. Hindistan'a yönelik ihracat artışı yüzde 7.146 oldu. Dördüncü sırada bulunan Belçika'ya 2015 yılının Ocak-Eylül döneminde 7,5 milyon dolar değerinde ihracat gerçekleştirilirken 2016 yılının aynı döneminde bu rakam yüzde 24,1 artışla 9,4 milyon dolar seviyesinde kaydedildi. Beşinci sıradaki Suudi Arabistan'a 2015 yılının Ocak-Eylül döneminde 4,5 milyon dolar değerinde türbin, turbojet, hidrolik silindir aksam ve parçaları ihraç edilirken 2016 yılının aynı döneminde bu rakam yüzde 87,7 artışla 8,5 milyon dolar oldu.

2016 yılının Ocak-Eylül döneminde Türkiye geneli türbin, turbojet, hidrolik silindir aksam ve parçaları sektöründe en fazla ihracat artışı yüzde 7.146 ile Hindistan'da gerçekleşti. Listede Almanya yüzde 219,8 ile ikinci, Suudi Arabistan ise yüzde 87,7 ile üçüncü sırada yer aldı.



TÜRBİN, TURBOJET, HİDROLİK SİLİNDİR İHRACATINDA İLK 10 ÜLKE
[2015 ve 2016 Yılları 1 Ocak-30 Eylül Dönemi]

Kaynak: Tüm İhracatçı Birlikleri Kayıtları

ÜLKE	2015 YILI			2016 YILI			[%] DEĞİŞİM	
	MİKTAR (BİN TON)	DEĞER (MİLYON \$)	\$/KG	MİKTAR (BİN TON)	DEĞER (MİLYON \$)	\$/KG	MİKTAR	DEĞER
ABD	0,3	155,3	498,1	0,3	163,5	428,4	22,4	5,3
ALMANYA	0,8	8,3	10,0	2	26,8	13,1	145,2	219,8
HİNDİSTAN	0,02	0,3	11,0	0,08	23,2	259,0	207,6	7.146,0
BELÇİKA	0,07	7,5	97,0	0,1	9,4	80,5	49,6	24,1
SUUDİ ARABİSTAN	1	4,5	4,3	0,3	8,5	24,5	-67,5	87,7
FRANSA	0,3	7,7	23,9	0,2	8	27,5	-10,0	3,9
İNGİLTERE	0,4	5,1	11,7	0,03	7,3	195,0	-91,6	40,6
İSPANYA	0,05	3,9	75,9	0,05	6,4	107,7	14,6	62,6
AVUSTURYA	0,9	3,8	4,3	0,9	4	4,4	0,3	3,2
İRAN	0,9	4	4,2	0,8	3,4	4,2	-14,6	-14,6
MAL GRUBU TOPLAMI	9,4	246,3	26,1	10,1	296,7	29,3	7,3	20,5

MAKİNE SEKTÖRÜNÜN TAMAMI İTİBARIYLA İHRACAT GERÇEKLEŞTİRİLEN İLK 20 ÜLKE
[2015 - 2016 YILLARI 1 OCAK - 30 EYLÜL DÖNEMİ]

Kaynak: Tüm İhracatçı Birlikleri Kayıtları

ÜLKE	2015 YILI			2016 YILI			% DEĞİŞİM	
	MİKTAR [BİN TON]	DEĞER [MİLYON \$]	BİRİM FİYAT [\$/KG]	MİKTAR [BİN TON]	DEĞER [MİLYON \$]	BİRİM FİYAT [\$/KG]	MİKTAR	DEĞER
ALMANYA	166	1.535	9,3	183	1.622	8,9	10,3	5,6
ABD	58	686	11,8	57	693	12,2	-2,1	1,0
İNGİLTERE	143	564	4,0	152	558	3,7	6,3	-1,0
İTALYA	91	410	4,5	101	456	4,5	11,1	11,2
FRANSA	96	387	4,0	102	394	3,9	5,8	2,0
ROMANYA	40	251	6,3	50	339	6,8	26,6	35,3
İRAN	43	316	7,4	48	312	6,5	12,0	-1,3
İSPANYA	74	262	3,6	76	295	3,9	3,5	12,4
CEZAYİR	50	266	5,3	55	263	4,8	10,4	-0,9
IRAK	63	342	5,4	47	223	4,8	-25,3	-34,7
SUUDİ ARABİSTAN	37	232	6,2	32	192	6,0	-13,8	-17,0
POLONYA	36	184	5,0	36	183	5,0	-0,5	-0,6
BAE	20	171	8,8	21	165	7,9	7,1	-3,9
AZERBAIJAN	24	161	6,6	20	160	8,1	-19,1	-0,7
MISIR	36	174	4,8	32	149	4,6	-9,7	-14,2
BELÇİKA	27	125	4,7	29	145	4,9	9,9	15,6
RUSYA	43	265	6,1	20	137	6,8	-53,3	-48,5
HOLLANDA	20	121	6,1	23	133	5,9	14,9	9,7
İSRAİL	23	102	4,4	30	132	4,4	29,3	29,3
FAS	23	99	4,4	26	126	4,8	14,2	26,6
DİĞER	540	3.089	5,7	547	3.244	5,9	1,3	5,0
TOPLAM	1.651	9.742	5,9	1.687	9.919	5,9	2,2	1,8

TÜRKİYE'NİN ÜLKELERE GÖRE GENEL İHRACATI [1 OCAK - 30 EYLÜL DÖNEMİ]

ÜLKE	2015 YILI		2016 YILI	
	MİKTAR [BİN TON]	DEĞER [MİLYON \$]	MİKTAR [BİN TON]	DEĞER [MİLYON \$]
ALMANYA	2.143	9.581	2.367	10.123
İNGİLTERE	1.986	6.736	2.188	6.232
İTALYA	3.548	4.769	3.931	5.295
IRAK	5.947	6.231	5.199	5.021
ABD	3.952	4.637	4.996	4.723
FRANSA	1.047	4.222	1.188	4.416
İSPANYA	2.585	3.469	2.859	3.698
İRAN	800	2.693	894	2.724
HOLLANDA	975	2.234	1.434	2.685
SUUDİ ARABİSTAN	1.631	2.612	1.792	2.406
İSRAİL	2.317	1.966	2.867	2.178
BAE	2.449	2.459	2.017	2.056
ROMANYA	1.165	2.080	1.317	2.027
MISIR	3.320	2.262	2.779	2.016
POLONYA	554	1.693	655	2.006
BELÇİKA	889	1.852	1.156	1.829
BULGARİSTAN	1.027	1.206	1.323	1.686
ÇİN	4.573	1.779	4.216	1.566
CEZAYİR	622	1.316	803	1.287
RUSYA	2.142	2.761	915	1.166
DİĞER	29.496	31.800	31.950	30.597
TOPLAM	73.180	98.367	76.854	95.746



RUSYA

METALLOBRABOTKA



Metal İşleme

15-19 Mayıs 2017 @Moskova

ABD

IFPE 2017



Hidrolik, Pnomatik ve Redüktör

7-11 Mart 2017 @Las Vegas

CONEXPO CONN AGG



Tarım Makineleri

7-11 Mart 2017 @Las Vegas

ALMANYA

INTEC



Metal İşleme ve Otomasyon

7-10 Mart 2017 @Leipzig

ISH Frankfurt

İklİmlendirme

14-18 Mart 2017 @Frankfurt

WASSER BERLIN



Su ve Arıtma Teknolojileri Fuarı

28-31 Mart 2017 @Berlin

HANNOVER MESSE



Endüstri

24-28 Nisan 2017 @Hannover

INTERPACK



Ambalaj Makineleri

4-10 Mayıs 2017 @Dusseldorf

LIGNA

Ağaç İşleme

22-26 Mayıs 2017 @Hannover

EMO



Takım Tezgahları

18-23 Eylül 2017 @Hannover

MOTEK



Otomasyon

9-12 Ekim 2017 @Stuttgart

INTERLIFT



Asansör

17-20 Ekim 2017 @Ausbürg

KASIM 2016

ARALIK 2016

ŞUBAT 2017

MART 2017

NISAN 2017

MAYIS 2017

EYLÜL 2017

EKİM 2017



İTALYA

EIMA



Tarım Makineleri

9-13 Kasım 2016 @Bologna

İRAN

İRAN PLAST



Plastik ve Kauçuk İşleme Makineleri

18-23 Eylül 2017 @Tahran

HİNDİSTAN

INDIA-ITME



Tekstil Makineleri

3-8 Aralık 2016 @Bombay

BANGLADEŞ

DTG 2017

Tekstil Makineleri

16-19 Şubat 2017 @Dhaka

ÇİN

BAUMA CHINA 2016



İş ve İnşaat Makineleri

22-25 Kasım 2016 @Şangay

IFAT CHINA

Su ve Arıtma Teknolojileri Fuarı

24-28 Nisan 2017 @Şangay

ENDONEZYA

MACHINETOOL INDONESIA



Metal İşleme

30 Kasım - 3 Aralık 2016 @Jakarta

INDO INTERTEX

Tekstil Makineleri

20-22 Nisan 2017 @Jakarta



Makine İhracatçıları Birliği (MAİB)	0312 447 27 40	www.makinebirlik.com
Türkiye'nin Makinecileri	0312 447 27 40	www.makinetanitimgrubu.com.tr
Makine İmalat Sanayi Dernekleri Federasyonu (MAKFED)	0312 447 85 23	www.makfed.org
Makine Sanayi Sektör Platformu (MSSP)	0312 447 27 40	www.turkmakinesanayi.com
TURQUM	0312 447 27 40	www.turqum.com

RESMİ KURUMLAR

Ekonomi Bakanlığı	0312 204 75 00	www.ekonomi.gov.tr
Maliye Bakanlığı	0312 415 29 00	www.maliye.gov.tr
Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı	0312 201 50 00	www.sanayi.gov.tr
Gümrük ve Ticaret Bakanlığı	0312 306 80 00	www.gumrukticaret.gov.tr
Kalkınma Bakanlığı	0312 294 50 00	www.dpt.gov.tr
İhracat Bilgi Platformu	0312 417 22 23	www.igeme.org.tr
Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği	0312 218 20 00	www.tobb.org.tr
Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu	0212 339 50 00	www.deik.org.tr
Türk İşbirliği ve Kalkınma İdaresi Başkanlığı	0312 508 10 00	www.tika.gov.tr
Türkiye İstatistik Kurumu	0312 410 04 10	www.tuik.gov.tr
Hazine Müsteşarlığı	0312 204 60 00	www.hazine.gov.tr
TÜBİTAK	0312 468 53 00	www.tubitak.gov.tr

SEKTÖREL ÖRGÜTLER

Ağaç İşleme Makine ve Yan Sanayisi İş Adamları Derneği (AİMSAD)	0216 511 56 12	www.aimsad.org
Akışkan Gücü Derneği (AKDER)	0212 210 34 23	www.akder.org
Ambalaj Makinecileri Derneği (AMD)	0216 545 49 48	www.amd.org.tr
Anadolu Asansörcüler Derneği (ANASDER)	0312 232 06 40	www.anasder.org.tr
Anadolu Un Sanayicileri Derneği (AUSD)	0312 281 04 68	www.ausd.org.tr
Araç ve Araç Üstü Ekipman ve İş Mak. Üreticileri Birliği Der. (ARÜSDER)	0212 440 18 43	www.arusder.org
Asansör ve Yürüyen Merdiven Sanayicileri Derneği (AYSAD)	0216 326 49 51	www.aysad.org.tr
Bağlantı Elemanları Sanayici ve İşadamları Derneği (BESİAD)	0212 609 06 35	www.besiadturkey.com
Elektrikli Vinç İmalatçıları Birliği Derneği (TEVİD)	0216 548 11 67	www.tevid.org
Endüstriyel Otomasyon Sanayicileri Derneği (ENOSAD)	0216 469 46 96	www.enosad.org
İklimlendirme, Soğutma, Klima İmalatçıları Derneği (İSKİD)	0216 469 44 96	www.iskid.org.tr
İMES Sanayi Sitesi (İMES)	0 216 364 33 47	www.imes.org
İstif Makinaları Distribütörleri ve İmalatçıları Derneği (İSDER)	0216 467 09 46	www.isder.org.tr
İş Makinaları Mühendisleri Birliği (İMMB)	0312 385 78 94	www.ismakinalari.org.tr
Kazan ve Basınçlı Kap Sanayicileri Birliği (KBSB)	0212 222 81 93	www.kbsb.org
Makine İmalatçıları Birliği (MİB)	0312 468 37 49	www.mib.org.tr
OSTİM Organize Sanayi Bölgesi (OSTİM)	0312 385 50 90	www.ostim.org.tr
Öncü Sanayici İşadamları Derneği (ÖNCÜDER)	0312 395 73 90	www.oncuder.com
Plastik Sanayicileri Derneği (PAGDER)	0212 444 20 85	www.pagder.org
Sağlık Gereçleri Üreticileri ve Temsilcileri Derneği (SADER)	0312 433 77 88	www.sader.org.tr
Sakarya İli 2. Organize Sanayii Bölgesi Müteşebbisleri Derneği (S2OSB)	0264 654 58 33	www.s2osb.org.tr
Tekstil Makine ve Aksesuarları Sanayicileri Derneği (TEMSAD)	0212 552 76 60	www.temsad.com
Tıbbi Cihaz Üretici ve Tedarikçi Dernekleri Federasyonu (TÜMDEF)	0312 468 69 84	www.tumdef.org
Tüm Asansör Sanayici ve İşadamları Derneği (TASİAD)	0216 324 94 36	www.tasiad.org.tr
Türk Pompa ve Vana Sanayicileri Derneği (POMSAD)	0312 255 10 73	www.pomsad.org.tr
Türkiye Döküm Sanayicileri Derneği (TÜDOKSAD)	0216 324 94 36	www.tudoksad.org.tr
Türkiye İş Makineleri Distribütörleri ve İmalatçıları Birliği (İMDER)	0216 477 70 77	www.imder.org.tr
Türkiye Mermer Doğaltaş ve Makineleri Üreticileri Birliği (TÜMMER)	0312 440 83 63	www.tummer.org.tr
Türk Tarım Alet ve Makineleri İmalatçıları Birliği (TARMAKBİR)	0312 419 37 94	www.tarmakbir.org
Unlu Mamül Makineleri Üreticileri Birliği (TUMMAB)	0216 634 36 52	www.tummab.org

OCTOBER 2016 ISSUE: 101

moment **EXPO**



Machinery Exporters Union Monthly Magazine



**TURKISH
MACHINERY
MAKES A NAME
AT EIMA**

**PATENT
SECURES
YOUR IDEA**

**TURKISH
MACHINERY
TAKES THE PLACE
IN K 2016**

THE TURKISH MACHINERY MAKES A NAME AT EIMA

TAKMABİR, POMSAD, and ARÜSDER as members of the Turkish Machinery Federation (MAKFED) have attended EIMA, which held in Bologna, Italy on November 9-13. The Turkish machinery has pointed out the production power of Turkish machinery industry with notice and advertisement, which placed in center point of Bologna and exhibition area.



The brochures and the books, which have taken information of Turkish machinery companies and its location, Turkish machinery export in, have presented to the visitors. Turkish companies' booths were visited and the visitor registers were distributed on the first day of the fair. Attaché of Milan Trade, Emre Orhan Öztelli also visited the Turkish machinery booth and has kept in touch with actions.

The Turkish machinery has made a good job on strengthening image of the Turkish machinery sector by attending The International Agricultural And Gardening Machinery Exhibition (EIMA), which is one of the most prestigious organizations of the world on agricultural machinery field. Turkish companies have promoted new products and the latest technology to visitors that have come from various countries. The 42nd edition of EIMA takes place every two years. EIMA hosted 1.900 companies from 43 countries and received 285.000 visitors from 140 countries. Turkey has become the second country to attend the fair with 82 firms. A number of conferences and meetings were organized on mechanization, agricultural technology and farm policy during the fair.

MEMBERS OF MAKFED TAKE A PLACE IN EIMA

Deputy Chairman of The Machinery and Accessories Exporters' Association (MAİB) Kutlu Karavelioğlu, member of the board Zeynep Erkunt Armağan, Chief of the Machinery Branch Erinç Tarhan, and Expert of the Machinery Branch have attended the fair in order to represent the Turkish machinery. Turkish Machinery Federation (MAKFED) members The Turkish Associations of Agriculture Machinery and Equipment Manufacturers (TAKMABİR), The Turkish Pump and Valve Manufacturers' Association (POMSAD), The Association of Vehicle and On-Vehicle Equipment and Work Machines (ARÜSDER) have kept the visitors posted on Turkish machinery industry at Turkish machinery booth in EIMA.

BOLOGNA STREETS BECOME MORE INTERESTING WITH TURKISH ADS

By taking place in the city center Piazza Galvani, on buses, in exhibition area, on exhibition official website, in exhibition catalog Notices and advertisements were of service to visitors and participants in order to raise awareness for the Turkish machinery. The notices and the advertisements highlighted advantage of diverse climate in Turkey in order to produce agricultural machinery that can be used in various climates. The Turkish machinery has kept informed the visitors and the participants about Turkish machinery production, economic situation and investment opportunities during bilateral talks and visits.

THE TURKISH MACHINERY TAKES THE PLACE IN K 2016

The Turkish machinery attended K 2016 trade fair, which is the world's premier fair for the plastics and rubber industry, in Dusseldorf, Germany on October 19-26.

The Turkish machinery has taken part at K 2016 trade fair for the plastics and rubber industry for the first time. 3.285 participant companies have exhibited new products and the latest technology at K 2016 trade fair that held in Dusseldorf, Germany. The world's premier fair for the plastics and rubber industry had followed by 230.000 visitors over 160 countries. In cooperation of Istanbul Chemicals and Chemical Products Exporters' Association (IKMIB), Turkish Plastics Industrialists' Association (PAGDER), 234 Turkish companies have taken a part in the exhibition, 24 of the Turkish participants were member of İKMİB. The Turkish machinery has highlighted the power of the Turkish machinery industry with the ads that included the Turkish machinery sign, were in the trade fair official catalog, and on bridges, towers and taxis in trade fair field. The brochures, which contained the information about member and Turkish machinery export figures, were passed to visitors at the Turkish machinery boost. The booklets, which showed the location of Turkish companies in the trade fair and information about their products, were handed out to visitors for free of charge. Before the trade fair, the Turkish machinery has shared with press the announcement of the Turkish companies' participa-



tion. Plus the visitor register book shared with the Turkish participant companies in the first day of the trade fair.

POINTING TO TURKISH AND GERMAN COOPERATION IN MACHINERY INDUSTRY

The Machinery and Accessories Exporters' Association (MAİB) members of the board Sevda Kayhan Yılmaz and Tamer Güven, the adviser for Germany of Turkish machinery Ahmet Yılmaz, chief of Machinery Branch Erinc Tarhan, and deputy expert of Machinery Branch Aybüke Tuğçe Karabörk have attended K 2016 trade fair in order to represent the Turkish machinery industry. Turkish Plastics Industrialists' Association (PAGDER), which is member of The Turkish Machin-

ery Federation, has kept informed visitors about the activities of association. The Turkish machinery has organized cocktail party with NRW Invest that takes part in economic incentive fields in North Rhine-Westphalia (NRW) state government. Turkey's Dusseldorf Consul General Şule Gürel, Trade Consultant Mustafa Hilmi Aşkın and over 100 runners of the German and Turkish companies have attended the cocktail party. Sevda Kayhan Yılmaz, Şule Gürel and executive director of NRW Invest Rainer Hornig have highlighted the importance of cooperation between the Turkish and German companies in machinery industry. The catalogs and CDs that contained the contact information of the members were shared with visitors during eight days.

CONSTRUCTION EQUIPMENT BUILDS THE FUTURE

2. International Construction Equipment Congress with the theme of “Be Sustainable, Build the Future” was organized and brought the sector runners together in Istanbul on October, 20-21.



The Turkish Construction Equipment Distributors and Manufacturers Association (İMDER) has been the initiator of

2. International Construction Equipment Congress that has brought the sector runners together. The construction equipment market space has reached 3.5 billion dollars in Turkey. İMDER Chairman of the board, Halil Tamer Öztöygar has made opening speech at the congress, which has expanded the circle of trade with B2B negotiations during two days.

“Our export figures that has made up of 240 thousands employees and over 120 countries, will reach 10 billion dollars export revenue and 30 billion dollars trade volume according to the 2023 strategy, The annual export revenue of the construction equipment sector is 1.2 billion dollars. Turkey must possess 13.5 bil-

lions dollars of production capacity in order to reach the 2023 strategy targets.” Halil Tamer Öztöygar said.

PUT GIANT INVESTMENTS TO PRACTICE

The recent condition of the Turkish economy and the sector’s economy have been under debate that held at the beginning of the sessions. Prof. Asaf Savaş Akat has anchored ‘The Construction Equipment and Economic Sustainability Session’. Merih Özgen adviser of Hidromek, David Philips CEO of Off Highway Research, Cevat Alemdar İMDER member of the board, and Recep Çimen Vice Chairman of STFA Construction Group have delivered their opinions about sector.

THINGS TO DO TO RAISE COMPETENT PERSON

CEO of The Machinery and Accessories Exporters’ Association

(MAİB) Adnan Dalgakıran has anchored ‘The Society, Human Resource and Education Session’ Osman Nuri Gülay Director of Vocational and Technical Education, Hasan Basri Bozkurt General Manager of Hidromek, Prof. Nafiye Güneç Kıyak General Manager of Fevziye Mektepleri Vakfı Osman Demir Human Resources Director of Türk Traktör have shared their opinions about the education of the qualified technical human resources in Turkey.

“If we do not educate analytical youth who search, read, doubt, and wonder, we will have arrogant, self-confident, brave, and vision-free human.

We have problem of quality and quantity... If we want to achieve our future target, we must prioritize quality of education.” Adnan Dalgakıran stressed.

PATENT FAIR CATCH THE TREND OF NEW TECHNOLOGY

The University-Industry Cooperation Center Platform National Patent trade fair was held in Harbiye Military Museum, Istanbul on November 8-9, aiming to bring industrialists and patent holders together.



The University-Industry Cooperation Center Platform (ÜSİMP) National Patent trade fair was organized in Istanbul for the second time in order to give opportunity Technology Transfer Offices to hand their technology portfolio to industrialist and investors. Chairman of ÜSİMP the Executive Board Prof. Dr. A. Hamit Serbest, CEO of The Turkish Electronics Manufacturers Association (TESİD) Prof. Dr. Siddik Yarman, member of ÜSİMP the Executive Board-member of Istanbul Chamber of Industry (İSO) Mehmet Ali Eren made opening speeches.

Chairman of ÜSİMP the Executive Board Prof. Dr. A. Hamit Serbest highlighted that ÜSİMP has held National Patent trade fair in order to transmit knowledge of universities and to collaborate universities with industry. "19 technology transfer offices are here. Numbers of the exhibited patents have reached 124 in 2016. We see a significant upsurge here. The rise of the participants and demand for bilateral discussion cheered us all." Prof. Dr. A. Hamit Serbest said.

PATENT APPLICATION STILL RISE

"Significant factor of the modern economy is not capital anymore

in this period. It is knowledge and know-how. Turkish economy that has been growing steadily, struggling with all power not to miss the technology revolution. Incentives provide substantial support to entrepreneurs and science projects. The university-industry cooperation and strategic partnership will lead to compete against EU countries. Increases in the budget of innovation, innovative product sale, and patent application are the number indicators of the progress. Mission of the university-industry cooperation needs to be protected in order to transform it into commercial mission information. Domestic patent applications were about 900 and foreign patent applications were 2.500 in 2005. But in 2015, Domestic patent applications increased to 5.500 and foreigner patent applications went up to 8.500 according to Turkish Patent Institute (TPE). Our goal for 2023 is to get 50.000 domestic patent applications. Although it seems like very high target, we increased the application 10 times more in last 10 years. The productivity of our human resource and the incentives are advantage to achieve this target in following years." Member of ÜSİMP the Executive Board-member of Istanbul Chamber of Industry (İSO) Mehmet Ali Eren stressed.

THE MAIN TOPIC OF MAKTEK IS INDUSTRY 4.0

MAKTEK Eurasia 2016 trade fair, which is the largest in the machinery manufacturing and machine tools industries, was held at TÜYAP Fair and Congress Center, Istanbul on October 11-16.

MAKTEK Eurasia 2016 trade fair with the theme of "Be Sustainable, Build the Future" was organized and welcome people of worth in sector. Deputy Minister of Economy Fatih Metin, CEO of The Machinery and Accessories Exporters' Association (MAİB) Adnan Dalgakıran, Manager of TÜYAP Fair and Fair Services İlhan Ersözlü, CEO of The Association of Turkish Machines Manufacturers (MIB) Ahmet Özkayan, CEO of The Machine Tools Industrialists and Businessmen's Association (TİAD) Hakan Aydoğdu, Deputy chairman of the Istanbul Chamber of Commerce Dursun Topçu, Deputy Chairman of The Assembly of Istanbul Chamber of Industry (İSO) Hakan Büyükdede have attended the trade fair in addition many industry professionals and bureaucrats.

CALL FOR CULTURAL TRANSFORMATION

Adnan Dalgakıran has highlighted the necessity of serious consolidation of the machinery industry at opening speech.

"There are 6.000 machinery manufacturers in Germany and 11.000 in Turkey. The quality always should be our priority. At this point it is vital to prevent black economy and to focus on market control and surveillance. It is always a strategic approach to produce the means of production. If the machinery has 50 years of life, the technology is developing so fast and that is completing the means life in three to five years. You have to buy a new machine every three to five year in order to compete. When you are not able to produce

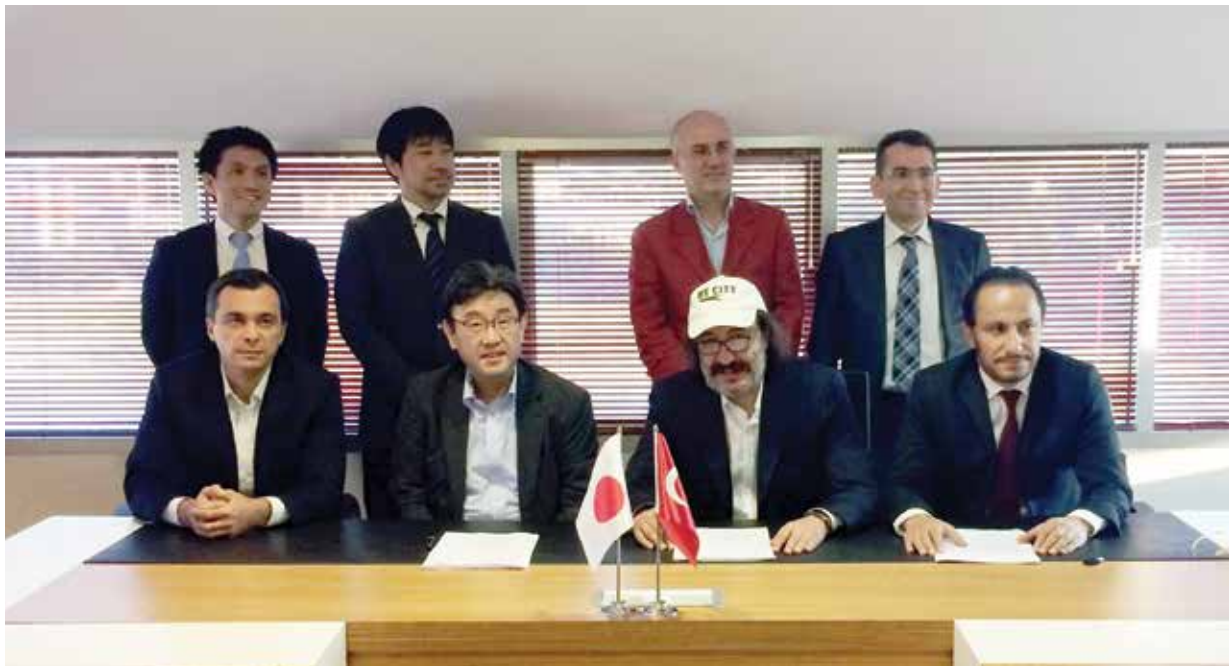
these machines, you have to buy them abroad. We have missed the first three industrial revolutions. We will also miss the industry 4.0 if we do not negotiate our needs and priorities. We need a serious cultural transformation." Adnan Dalgakıran said.

Over 3.000 companies from 30 countries have exhibited their new products and the latest technology and kept the visitors informed at 14 halls that welcomed over 60.000 visitors from 65 countries. The visitors and the participants have attended in various meeting in order to open up new markets and negotiate diverse business opportunities within the scope of fair special visitor program. The Panels and meetings, which have touched off the topics of Industry 4.0 and machinery sector, were organized by cooperation of The Association of Turkish Machines Manufacturers (MIB) and The Machine Tools Industrialists and Businessmen's Association (TİAD). CNC and universal chip machining tools, sheet metal working machines, cutting tools, tool holders, CAD/CAM, PLM software, 3D printers, measuring instruments, quality control equipment, welding and cutting equipment, welding machines, spare parts, heat treatment equipment, transport systems, lubrication and cooling systems were exhibited at MAKTEK Eurasia 2016 trade fair that has reached 1 billion Turkish Liras business volume.



DALGAKIRAN AND IHI HOLDING BECOME COMMON

Dalgakiran has signed a joint venture contract with IHI Holding, the Japanese giant on heavy industry and technology. According to the agreement IHI Dalgakiran production facility that put turbo compressors out will be built in Kocaeli, Turkey and the initial investment of the project will cost approximately 50 million Turkish Lira.



Dalgakiran that provides service in compressor sector over 50 years has incorporated one more strong reference on its international performance. Compressor manufacturer and exporter Dalgakiran will put turbo compressors out together with IHI Holding, which is known for the construction of Osmangazi and Fatih Sultan Mehmet bridges in Turkey. IHI Holding is one of the leading technology companies in the world, producing construction and infrastructure systems, power plants, aerospace and aviation equipment,

shipbuilding, compressors and vehicle turbocharges.

SERVING AS A MODEL

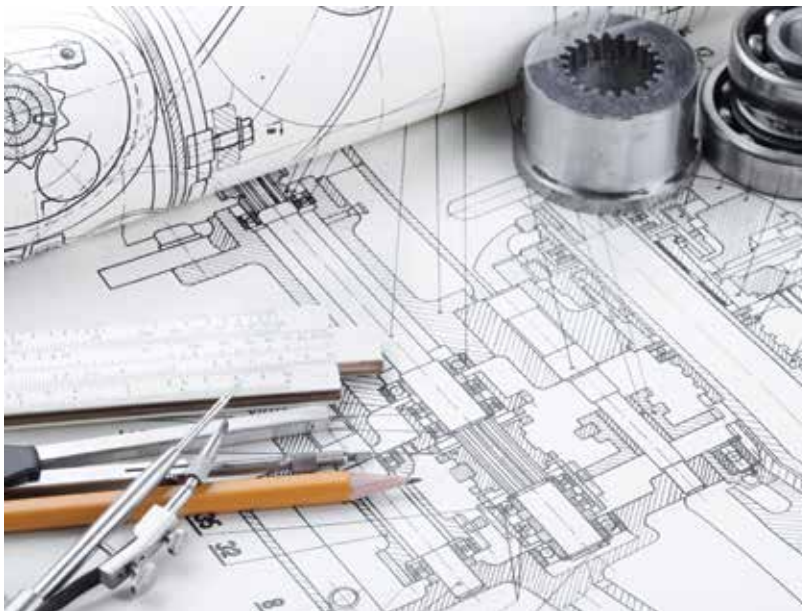
"Turbo-compressors, which will be manufactured utilizing the latest technology with Turkish-Japanese in common enterprise, will be used as the most advanced compressor technology in a wide range of automobile, food, chemical and textile industries," CEO of Dalgakiran, Adnan Dalgakiran said.

"The global warning comes first among the environmental debates. This makes energy efficiency the most important parameter on the compressor field. Turbo compres-

or is gotten attention in developed markets because it offers very efficient and economical solutions for the requirements for high amounts of pressurized air in large capacities. Our investment on this field will be a significant return. IHI Dalgakiran Compressor will transport its products to Turkey, Europe, Middle East, Turkic Republics and Africa markets. I hope that the joint venture, which has showed a reflection of our power and reputation, will serve as a model for companies in terms of foreign direct investment." Adnan Dalgakiran highlighted.

“THE PATENT SECURES YOUR IDEA”

The patent and utility model is your influential legal basis for protecting the property rights of the inventions and techniques that you will obtain over R&D. The prospect of patent and utility model is even better realized as we are on the eve of Industry 4.0.



SUPPORT TO INVENTORS

Thereby, Chairman of The Turkish Patent Institute, Prof. Dr. Habip Asan have highlighted that most of the legal regulations in international scene are as part of intellectual and industry property rights.

“The most significant development that marked the 21st century is the transition of industrial society to information society as economy has become global. Implementing technological development to the commercial field in this process is developing new goods and services. On the other hand the unauthorized use of new goods and services that have come in sight as a result of intellectual activities, are also higher than ever.” Prof. Dr. Hasip Asan said.

THE MACHINERY SECTOR LEADER IN PATENTS

At the patent increase rate, Turkey ranks the 8th in domestic patent applications, the first in trademark applications, and the second in design applications all over Europe. The patent leader of Turkey that has been competing with Europe, has become the machinery sector in recent years. The machinery sector has made 38.7 percent of total the applications in 2014 and kept leadership going in 2015 as well. It is certainly glad news that especially SMEs have been able to increase patents and inventions 18 times in five years. However, we must to be in a higher position in the global pat-

Industry 4.0 is being mentioned on various platforms. Global producers are struggling hard in order to adapt to the new production techniques and economic parameters that will take part through this concept. The R&D units of the companies are prominent than ever. The budgets of R&D and Product Development (P&D) are getting huge share. R&D approaches of the states are getting stronger. By reasons of new knowledge, new invention, and developed technique obtained over R&D have become an indispensable state want for value-added production. Today's conventional production technique will evolve into more compact, faster, more comprehensive,

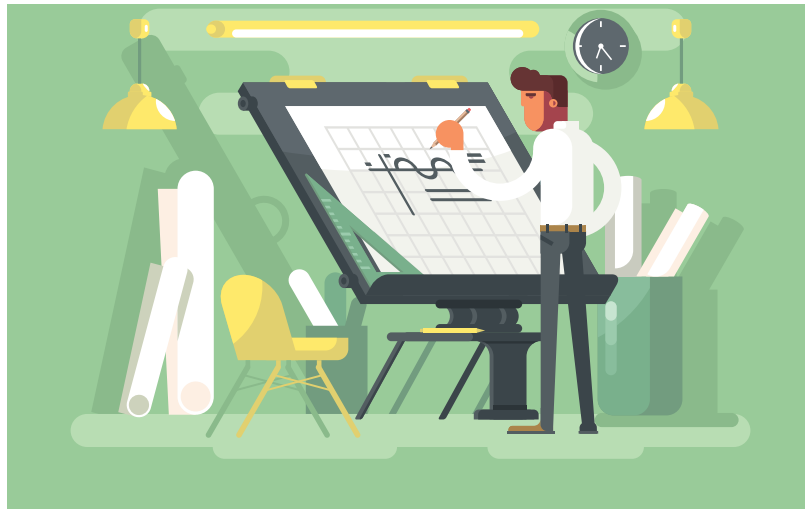
more eco-friendly technique in the near future. Within this context, It is essential for the companies to be open and creative, to found structures that will bring innovation to the forefront, and to take advantage of them with great support. Naturally you do not want this system to the budget to be spent for its operations, and to new and highly valuable knowledge to be acquired easily passed to your competitor, right? The patent and utility model is your influential legal basis for protecting the property rights of the inventions and techniques that you will obtain over R&D. The prospect of patent and utility model is even better realized as we are on the eve of Industry 4.0.

ent competition in order to be ready for 2023 export targets and to take heavier position in the changing global economy. This chart does not comfor us, but it is crucial for Turkish economy according to CEO of The Machinery and Accessories Exporters' Association (MAİB) Adnan Dalgakıran.

"The machinery sector has been performing above the Turkish average rate in export and growth. Our sector is at the forefront at the speed of invention. High-tech production also raises the qualitative value of patent application. R&D incentives have a huge impact on that. With the incentives numerous companies have set up their R&D centers, and started to transfer the investements to R&D." Adnan Dalgakıran said.

TURKEY TAKES 15TH PLACE IN WORLD PATENT LEAGUE

Turkish Patent Institute (TPE) has received 17.541 patent and utility model applications in 2015. 15.943 applications had ben received in 2014. Domestic patent application increased by 13.4 percent compared to 2014, and received 5.512 applications. TPE has received 3.223 patent applications and has given 2.225 right to patent certificate in the first quarter of 2016. 1.226 of the patent applications was by domestic firms, and 1.997 of them was foreigners firms. The average numbers of patent applications per day were 35.



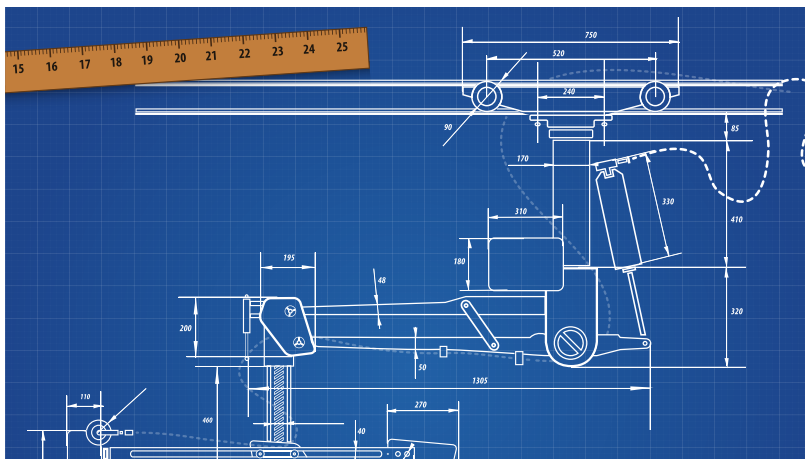
Comparing to the same period of 2016, domestic patent applications increased by 24.1 percent and foreign patent applications by 4.8 percent. The increase in the total patent application was 11.4 percent. TPE has received 963 domestic and 20 foreigner utility registrations in the first quarter of year. In industrial design, 11.377 applications were received in the same period.

Turkey ranks 15th, 6th in brand application, and 4th in design application according to The World Intellectual Property Organization (WIPO). Turkey has made only 0.2 percent of applications, as over 2 million patent applications have been received in over the world. However according to experts Turkey must increase numbers of the applications from 5.000 to 50.000 per year in order to

come to 2023 targets. Up to date, patent system with legal requirements should be founded in order to increase ten-times patent applications, to that end the draft law on industrial property right, which was referred to the Turkish Parliament, is expected to be under debate in 2017. The law will make the process of application, registration, and protection related to brand, design, and patent both faster and more effective. There will be law sanction, not criminal in case of violation of industrial property right. Innovation examination will be bring in designs and remove the patent system without examination.

YOU GET WHAT YOU PAY FOR

"Prior condition of creating innovative tools is learning the given information very well. You need to know what competitors have been doing in order to have innovative idea whether in scientific study or technological field. You know it is impossible to invent tool that can ben patented, without knowing the given information. As it is also impossible to come up with unique invention without accessing and internalizing the knowledge, and without working out creatively and systematically." Chairman of the Executive Committee of the University-Industry Cooperation Center Platform, Hamit Serbest said.



EXPORT FIGURES IN RESPECT TO THE ACTIVITY FIELD OF THE MACHINERY AND ACCESSORIES

Source: All Exporter Unions Database

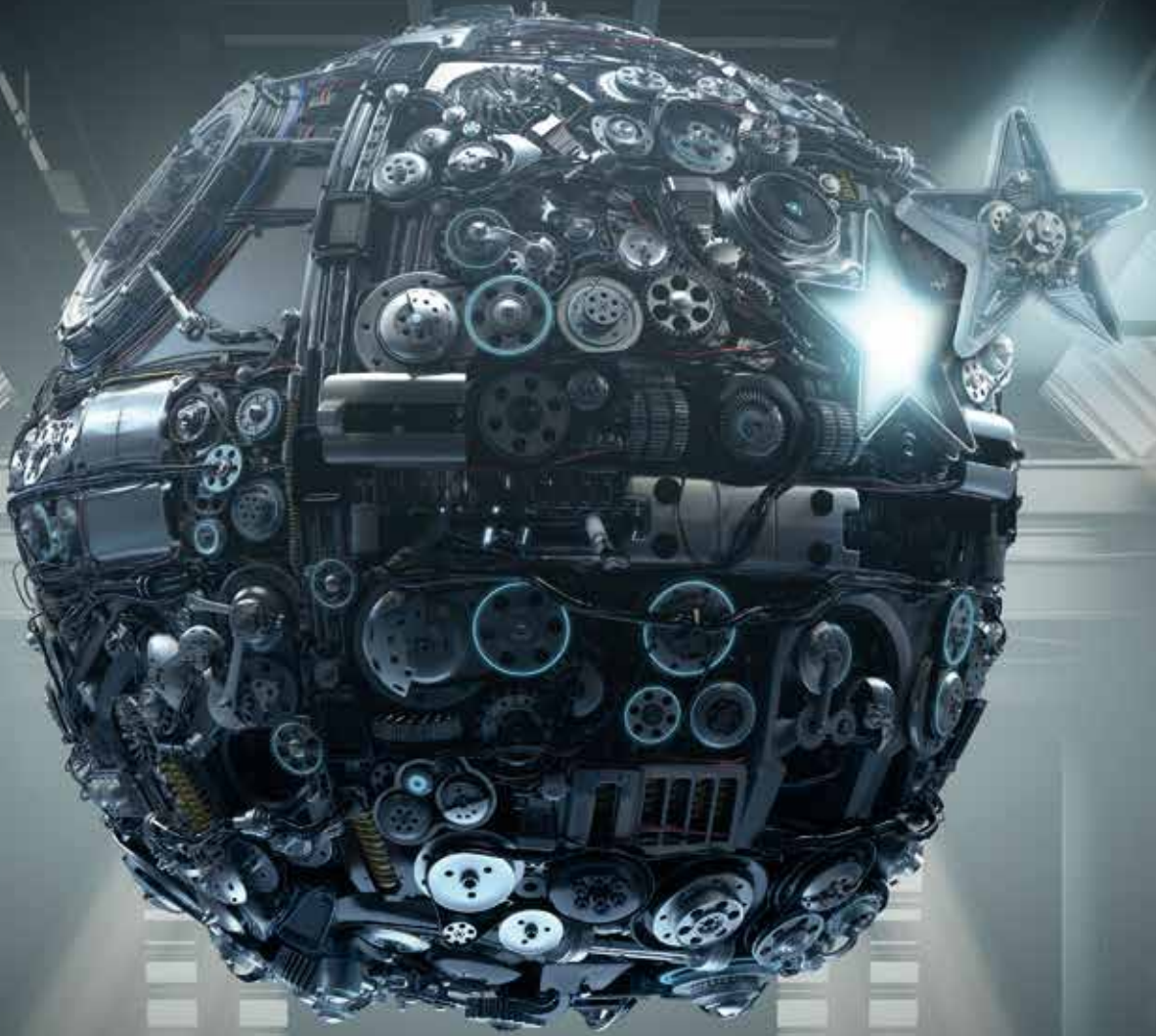
PRODUCT GROUP	JANUARY 1 - SEPTEMBER 30, 2015			JANUARY 1 - SEPTEMBER 30, 2016			[%] CHANGE	
	QUANTITY [1000 Tonnes]	VALUE [Mil \$]	\$/kg	QUANTITY [1000 Tonnes]	VALUE [Mil \$]	\$/kg	QUANTITY	VALUE
ENGINES, ACCESSORIES AND SPARE PARTS	81,6	1,3	16,2	92,7	1,4	16,1	13,6	13,1
INDUSTRIAL AIR CONDITIONERS AND COOLING MACHINES	344,5	1,4	4,2	363,8	1,4	4,1	5,6	3,7
OTHER INDUSTRIAL WASHING AND DRYING MACHINES	325,1	925,6	2,8	344,9	967,6	2,8	6,1	4,5
OTHER MACHINES	115,6	826,7	7,1	117,6	802,2	6,8	1,8	-3,0
CONSTRUCTION AND MINING MACHINES	180,7	719,9	4,0	164,5	630,3	3,8	-9,0	-12,4
PUMPS AND COMPRESSORS	68,7	520,7	7,6	73,4	509,2	6,9	6,9	-2,2
MACHINE TOOLS	72,9	486,9	6,7	69,6	481,3	6,9	-4,6	-1,1
WEAPONS AND AMMUNITION FOR THE DEFENSE INDUSTRY	21,8	394,2	18,0	29,3	473	16,1	34,2	20,0
AGRICULTURE AND FORESTRY MACHINES	99,4	481,1	4,8	96,1	451,9	4,7	-3,3	-6,1
TEXTILE AND CLOTHING MACHINES AND ACCESSORIES	52,5	281,7	5,4	64,1	349,5	5,5	22,1	24,1
VALVES	41,2	370,8	9,0	38	319,5	8,4	-7,8	-13,8
REACTORS AND BOILERS	44,8	317,6	7,1	42,6	310,5	7,3	-5,0	-2,2
FOOD INDUSTRY MACHINES, ACCESSORIES AND SPARE PARTS	60	352,9	5,9	52	303	5,8	-13,3	-14,1
TURBIN, TURBOJETS, TURBO PROPELLERS	9,4	246,3	26,1	10,1	296,7	29,3	7,3	20,5
ROLLER AND FOUNDRY MACHINES, MOULDS	30,7	204,7	6,7	28,3	209,7	7,4	-7,6	2,4
INDUSTRIAL HEATERS AND COOKERS	28,4	197,3	6,9	26,4	191,9	7,2	-6,9	-2,8
LOAD LIFTING, CARRYING AND STOWING MACHINES	39,4	181,8	4,6	37,7	174,5	4,6	-4,4	-4,0
GUM, PLASTIC, RUBBER PROCESSING MACHINES	8,5	93,9	10,9	10,2	110,8	10,8	19,3	18,0
PACKAGING MACHINES, ACCESSORIES AND SPARE PARTS	5,3	106,3	20,1	5,5	103,8	18,8	4,3	-2,4
OFFICE MACHINES	2,4	124,9	52,0	2,4	103,2	42,9	0,1	-17,4
BEARINGS	8,6	94,5	10,9	8,3	92,8	11,2	-4,4	-1,9
PAPER MANUFACTURING AND TYPOGRAPHY MACHINES	6,9	52,2	7,5	6,9	49,1	7,0	0,3	-6,0
LEATHER PROCESSING AND MANUFACTURING MACHINES AND ACCESSORIES	1,6	7,6	4,8	1,4	9,2	6,3	-8,7	21,2
TOTAL	1.6	9.7	5,9	1.6	9.9	5,9	2,2	1,8

ÜRETİMDE PERFORMANS İÇİN

Güçlü nefes



TÜRKİYE'NİN BÜYÜME MAKİNESİ



Bizim işimiz makineler üretmek. Teknolojiyi yaşamla buluşturan, çalıştıkça değer yaratan, dünyanın 200 ülkesinde kullanılan ve ihracatı milyarlarca doları bulan makineler...

Hepimiz ayrı ayrı, bambaşka işler yapan makineler üretsek de bir araya geldiğimizde büyük bir makineye dönüşüyoruz. Ülkemizin refahı için tıkr tıkr çalışan bir büyüme makinesine.



TÜRKİYE'NİN
MAKİNECİLERİ

Biz üretiyoruz,
Türkiye büyüyor.

www.turkiyeninmakinecileri.org