

Haziran 2009 >> SAYI:13

moment expo

OAİB

Orta Anadolu Makine ve Aksamları İhracatçıları Birliği Aylık Makine İhracatı ve Ticareti Dergisi

Haziran 2009 >> SAYI: 13

Orta Anadolu Makine ve Aksamları İhracatçıları Birliği Aylık Makine İhracatı ve Ticareti Dergisi

moment

SAVUNMA SANAYİİ İHRACATI HIZLI ARTIYOR

Nereden Nereye

Kusursuz detaylarımız ve mükemmel sonuçlarımızla, ileri teknolojilerimiz ve yarım asrı aşan tecrübemizle Bursa'dan dünyanın dört bir yanına Durma makineleri ihraç ediyoruz...

Dünyanın daha iyilere ihtiyacı var...



DURMA



Durmazlar Makina San. ve Tic. A.Ş.

OSB 75.Yıl Bulvarı Bursa

0 224 219 18 00

www.durmazlar.com.tr

durma@durmazlar.com.tr

KÜNYE

ORTA ANADOLU MAKİNE VE AKSAMLARI
İHRACATÇILARI BİRLİĞİ ADINA SAHİBİ
Mahmut AKILLI

YAYIN KURULU BAŞKANI

Adnan DALGAKIRAN

YAYIN KURULU

Adnan DALGAKIRAN, Merih ESKİN
Mustafa BOZKURT, Kutlu KARAVELİOĞLU
Sevda Kayhan YILMAZ, Mahmut AKILLI,
Serol ACARKAN, Nami Kemal MEMİŞ, Ali
Rıza OKTAY, Dr. İsmet YALÇIN S. Tansel
KÜNBİ, Mehtap ÖNAL, Ebru ATAMER

YAYINA HAZIRLAYANLAR

Free Birds Yayın Çözümleri

YAYIN DİREKTÖRÜ

Can ERÇAKICA

SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Tugay SOYKAN (tugay@freebirdsyayin.com)

MUHABİR

Handan Kazancı (handan@freebirdsyayin.com)
Bora Erdin (bora@freebirdsyayin.com)

KATKIDA BULUNANLAR

Victor Barreira,
Kemal Cenk SARIOĞLU

SANAT YÖNETMENİ

Ersin KARATAĞ (ersin@freebirdsyayin.com)

FOTOĞRAF

Candan YAŞARTAŞ

YAYIN ADRESİ

Sanayi Mahallesi Turan Caddesi No: 14
Kat.1 Daire.1 4.Levent / İSTANBUL
Tel: 0212 269 25 23 - 24
Faks: 0212 269 25 27

YAYIN TÜRÜ

Sürelî Yerel Dergi

REKLAM VE PAZARLAMA

Freebirds Yayın Çözümleri

REKLAM YÖNETMENİ

Adem TAVUKCU
(adem@freebirdsyayin.com)

ADRES

Sanayi Mahallesi Turan Caddesi No: 14
Kat.1 Daire.1 4.Levent / İSTANBUL
Tel: 0212 269 25 23 - 24
Faks: 0212 269 25 27

BASKI VE CİLT

Gizben Matbaacılık Ltd. Şti.
Yeşilce Mah. Diken Sok. No: 3
Seyrantepe / İSTANBUL
Tel: 0212 270 40 78
Faks: 0212 270 40 89

OAİB GENEL SEKRETERLİĞİ

Mahatma Gandhi Cad. No:103 G.O.P 06700
Çankaya Ankara
Tel: 0312 447 27 40
Faks: 0312 446 96 05

OAİB MOMENT EXPO Dergisi, Freebirds
Yayın Çözümleri tarafından T.C. yasalarına
uygun olarak yayımlanmaktadır. "Moment
Expo Dergisi" ibaresi kullanılarak alınıp
yapılması izne bağlıdır.

OAİB Moment Expo Dergisi Orta Anadolu
Makine ve Aksamları İhracatçıları Birliği'nin
7.500 adet basılan ücretsiz sürelî yayınıdır.

ŞAVUNMA SANAYİİ İHRACATI ARTIYOR

Türkiye'nin 2008 yılı silah ve mühimmat ihracatı incelendiğinde, sektör ihracatının bir önceki yıla kıyasla yüzde 49,4 oranında artış göstererek 308,9 milyon dolar seviyesinde gerçekleştiği görülüyor. 2009 yılı Ocak-Mart döneminde ise Türkiye'nin sektör ihracatı, 91,1 milyon dolara ulaşmış durumda.

Savunma sanayi tek başına kendine özel bir sektör gibi görünse de aslında kimyadan tekstile plastikten bilişime kadar pek çok alanı kapsıyor. Bu nedenle de hem savunma sanayine özel hem de başka alanlarda çalışmaları olan şirketlerin savunma sektörüne yatırım yapmaları ayrıca önemli. Özellikle KOBİ'lerin belli alanlarda uzmanlaşarak sadece Türkiye'deki savunma sanayine değil dünya sanayine iş yapabilecek atılımlara girmesi gerekiyor. Bunu yapabilmek için pazar şartlarını iyi görebilmek ve belli bir alana odaklanmak yeterli. KOBİ'ler ayrıca TAI, Aselsan, Roketsan, Havelsan ve Otokar gibi Türkiye savunma sanayindeki ana oyuncularla birlikte çalışarak veya çalışma yollarını arayarak da fırsatları değerlendirebilirler. Gelişimde en önemli dinamo olan KOBİ'ler, böylece sanayi alt yapısını geniş bir alana yaymış olurlar.

Ayrıca 1998'de Bakanlar Kurulu'nun onayladığı 'Türk Savunma Sanayii Politikası ve Stratejisi Esasları' ve Savunma Sanayi Müsteşarlığı'nın 2007 - 2011 Stratejik Plan'ının savunma sanayinin gelişiminde yeni bir dönem açması bekleniyor.

Türkiye'nin 2008 yılı silah ve mühimmat ihracatı in-

celendiğinde, sektör ihracatının bir önceki yıla kıyasla yüzde 49,4 oranında artış göstererek 308,9 milyon dolar seviyesinde gerçekleştiği görülmüştür. 2009 yılı Ocak-Mart döneminde Türkiye'nin sektör ihracatı, 91,1 milyon dolara ulaşmıştır. 2008 yılında Türkiye'nin sektör ihracatı ürün bazında ele alındığında, 66,3 milyon dolar ile birinci sırada 'tanklar ve diğer zırhlı savaş taşıtları'nın yer aldığı görülmektedir. Sektör ihracatındaki ikinci kalem ise 50,6 milyon dolar ile 'tanklar ve diğer zırhlı savaş taşıtlarının diğer aksam; parçaları' olmuştur. En fazla ihracat artışı, sırayla 'tanklar ve diğer zırhlı savaş taşıtlarının diğer aksam; parçaları'nda ve 'revolver ve tabancalara ait fişekler, aksam; parçaları'da kaydedilmiştir. 2008 yılı Türkiye'nin ülkeler bazında sektör ihracatı incelendiğinde, 45 milyon \$ ile Suudi Arabistan'ın ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Türkiye'nin sektör ihracatında diğer önemli pazarları ise sırasıyla Nijerya (40,5 milyon dolar), ABD (28,1 milyon dolar), Hollanda (26,5 milyon dolar) ve Gürcistan (24,7 milyon dolar) olmuştur. Diğer taraftan, Türkiye'nin sektör ihracatındaki ilk 10 ülke arasında en fazla ihracat artışı gerçekleşen ülke Suudi Arabistan olurken, onu Nijerya takip etmiştir. İhracatında düşüş yaşanan ülkeler sırasıyla ise Birleşik Arap Emirlikleri ve ABD olmuştur. Dünya sektör ithalatında ilk sırada yer alan ABD, Türkiye'nin sektör ihracatında ilk 3 ülke arasında yer almıştır.

“ Kimyadan tekstile bilişimden makineye pek çok alanı kapsayan savunma sanayii hızla gelişiyor. Özellikle savunma Sanayii Müsteşarlığı'nın 2007 - 2011 stratejik plan'ının sektörün gelişiminde yeni bir dönem açması bekleniyor. ”

Tugay SOYKAN

BONUS BUSINESS CARD'DAN ÖNCE

BONUS BUSINESS CARD'DAN SONRA



İŞ MASRAFLARINI BONUS BUSINESS CARD'LA YAPIN, RAHATLAYIN.

Şirket harcamalarından bonus kazandıran, taksit ve kredi
imkanı sunan şirket kredi kartı Bonus Business Card. Garanti'den.



KOBİLERİN
BANKASI

Garanti
KOBİ

Başvuru ve bilgi için en yakın Garanti Şubelerini ziyaret edin.
www.garantiticankartlar.com

Garanti
+bonus
business

- 6 Başkandan
- 7 Genel Sekreterden
- 8 Kısa kısa
- 12 Türk makinecileri tanıtım atağında
- 20 Metal geridönüşümünde Ar-Ge ile lider oldu
- 24 Güçlü bağlantılar Mitoş'tan
- 28 **Kapak:** Savunma sanayii ihracatı hızlı artıyor
- 38 Makine sektörünün planı var
- 44 Kalitenin adı: Nace Makine
- 48 Araç üstü ekipmanları Avrupa'yla yarışıyor
- 52 Çeki listesi
- 54 Uzakların komşu ülkesi Tunus
- 60 Hangi ülkede nasıl davranmak lazım (5)?
- 68 Sanayicinin kurduğu üniversite: TOBB ETÜ
- 73 Göstergeler
- 84 İhracat rakamları



“Savunma sanayii ihracatı hızlı artıyor”





38

“ Makine sektörünün planı var ”



54

“ Uzakların komşu ülkesi Tunus ”



20

Ürünler 88

Bilgi hotli 90

Makinenin cesur yüreği: Ali Dumaz 92

Fuarlar 94

İletişim 96



>>ADNAN DALGAKIRAN

Orta Anadolu Makine ve Aksamları İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı

Neden “Tıkır Tıkır”?

SERBEST TİCARETİN ALTIN ÇAĞINDA YAŞIYORUZ. BİZİM ANLATMAK İSTEDİĞİMİZ, YURT İÇİNDE DAHA KALİTELİ MAKİNELERİN DAHA UCUZA TEMİN EDİLEBİLECEĞİNİ HALKIMIZA ANLATABİLMEKTİR. BU NEDENLE “TİKİR TİKİR” OLARAK BELİRLEDİĞİMİZ TANITIM MATERYALLERİ BASIN VE YAYIN ORGANLARINDA YAYINLANMAYA BAŞLADI.

Orta Anadolu Makine ve Aksamları İhracatçıları Birliği bünyesinde kurduğumuz Makine Tanıtım Grubu (MTG) uzun süreden beri sürdürdüğü hazırlık çalışmalarını tamamladı. 23 milyar dolardan fazla ithalat yaptığımız bu sektörümüz ithalatımızın yarısından fazlasını yurt içinden karşılayabilecek bir durumdadır. Bu durumu sektörün temsilcileri olarak bizler iyi biliyoruz. Avrupa markaları olarak bilinen birçok makinenin de üretimini bizler yapıyoruz. Fakat makine satın alan ve kullananlar maalesef bu bilgiden yoksunlar.

Diğer yandan MTG’yi kurduktan sonra ilk yaptığımız iş Türk makinesine ilişkin kamuoyu algısını ölçmek üzere yaptığımız “Algı Anketi” oldu. Bu çalışma sonucuna göre

makine kullanıcılarının dikkatini yurt içinde üretilen kaliteli makineye çekmemiz gerekiyordu. Bunun için de yurt dışı tanıtım atağına önce yurt içinden başladık. Çünkü ithalatın yarısını Türk makine kullanıcıları yurt içinden temin ederse bu bizim için bir cins ihracat diye düşünülebilir.

Serbest ticaretin altın çağında yaşıyoruz. Bizim anlatmak istediğimiz, yurt içinde daha kaliteli makinelerin daha ucuza temin edilebileceğini halkımıza anlatabilmektir. Bu nedenle “Tıkır Tıkır” olarak belirlediğimiz tanıtım materyalleri basın ve yayın organlarında yayınlanmaya başladı.

Türk makinesinin yurt dışında 200’den fazla ülkede “Tıkır Tıkır” çalıştığını, ülkemizde de aynı şekilde çalışmakta olduğunu kamuoyunun dikkatine sunuyoruz.



>> MAHMUT AKILLI

Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreteri

OAİB sanayii ve üniversiteler arasında köprü kuruyor

MAKİNE SEKTÖRÜ TEKNOLOJİ ALANINDAKİ REKABET GÜCÜNÜ, ÜNİVERSİTELER İLE YAPACAĞI ORTAK ÇALIŞMA VE İŞBİRLİKLERİ İLE ARTIRACAKTIR.

Değerli Makine İmalatçıları, Makine İmalat sanayimizin dünya pazarlarındaki rekabet gücünü arttırması için daha fazla araştırmaya ve geliştirmeye ihtiyaç duyulmaktadır. Üniversitelerin bilim ve teknolojinin kaynağı olduğu herkes tarafından kabul görmüş bir gerçektir. Teknoloji transferi, üniversite ile sanayiye birbirine bağlayan halkadır. Bu durum özellikle makine imalat sanayi için hayati önem taşımaktadır.

İki yönlü etkiye sahip üniversite sanayi işbirliği, üniversitelerde araştırma-geliştirme faaliyetlerinin artırılmasına olanak sağlarken, sanayide de araştırma-geliştirme faaliyetleri sonucu ortaya çıkan teknolojik bilgiler ile artan katma değer sonucu kalite, standart ve verimliliği uluslararası seviyelere taşır. Üniversite-Sanayi İşbirliğinin örneklerinden biri olarak, Ostim-ODTÜ Teknopark'ında faaliyet gösteren "ODAGEM OSTİM Ortak Araştırma ve Geliştirme Merkezi A.Ş." öncelikle OSTİM Sanayicilerine, AR-GE'nin ve üniversite ile işbirliğinin önemini göstermek üzere yola çıkmıştır. OSTİM içinde yürütülen kümelenme çalışmalarına destek vermiş, yeni teknolojiler geliştirmeye yönelik araştırmaların önemini vurgulamıştır.

ODAGEM'in yürütücülüğünü üstlendiği "İleri İmalat Sistemleri ve Teknolojileri Ulusal İşbirliği Ağı ve Platformu"nun 22 Mayıs 2009 tarihinde ODTÜ'de yapılan ve OAİB'nin de katıldığı Genel Kurul toplantısında; platformu genişletmek ve çok ortaklı ulusal tematik projeler ile AR-GE programları başlatmak üzere sanayici ve akademisyenlerin katılımı ile çalışmalar başlatılmıştır.

Bu proje kapsamında oluşturulacak teknoloji platformu; başta makine imalat, otomotiv ve savunma sanayi olmak üzere sanayimizin yüksek teknoloji ürünleri ile rekabet edebilir düzeyde gelebilmesi için üniversite-sanayi-devlet üçgeninde ülke çapında yapılması gerekenleri bir yol haritası şeklinde belirleyecektir. Bu üçgende OAİB, sanayi ve üniversiteler arasında bir köprü görevini üstlenerek üzerine düşeni yapacaktır. Ancak, bu platformun başarıya ulaşması sanayicilerimizin aktif katılımı ile doğrudan ilintilidir. Bu bağlamda söz konusu platform çalışmalarını yakından takip etmeniz ve işbirliklerinin artması dileğiyle...

Saygılarımla.

CVS Makine'den anahtar teslim çelikhane

CVS MAKİNA, ÜRDÜN AL-ZARQA BÖLGESİNDE KURDUĞU ÇELİKHANEDEN SONRA OSMANİYE'DE 1 MİLYON 300 BİN TON KAPASİTELİ ÇELİKHANE PROJESİNİ HAYATA GEÇİRMEK ÜZERE.



CVS Makina, dünyanın anahtar teslimi demir-çelik tesisi kuran sayılı firmalarından biri olan, bünyesinde çalışan Türk mühendislerin yanı sıra Avusturya, İtalya, Rus, Ortadoğulu mühendisler ile tasarladığı tesisleri birer birer devreye alıyor. Ürdün Al-Zarqa bölgesinde kurduğu çelikhanedен sonra firma yatırımlarına devam ediyor. Osmaniye'deki 1 milyon 300 bin ton kapasiteli çelikhane CVS Makina'nın hayata geçirmek üzere olduğu bir diğer fabrika oldu. Firmanın Ukrayna, Balkanlar ve Mısır'daki anahtar teslimi komple çelikhane projeleri de devam ediyor. Türkiye dışında İtalya, Rusya ve Mısır'da mühendislik ve satış ofislerinin olduğunu söyleyen CVS Makina Yönetim Kurulu Üyesi Cengiz Saygın, başarı ile gerçekleştirilen projeler sonucunda oluşan bilgi birikimini gerek projelerin çizimi, gerek imalat, gerekse montaj aşamasında kullanarak global standartlar dahilinde ürün ve hizmet kalitelerini yukarı taşıdıklarını söyledi. Demir çelik sektörüne 1998 yılından beri hizmet verdiklerine değinen Saygın, "Çelikhaneler ve haddaneler için ürettiğimiz yedek parçaların yanı sıra anahtar teslimi fabrika kuran bir fabrika haline geldik. Hem yurt dışı hem yurt içi müşterilerimiz için artan ürün ve hizmet kalitesi ile hızlı ve doğru çözümler üreten bir dünya firması olmanın heyecanı içerisindeyiz. 2009 yılının ilk dört aylık döneminde ihracatımız global ekonomik krize rağmen yüzde 87,5 oranında arttı" dedi. Osmaniye'de Tosçelik Profil ve Sac Endüstrisi AŞ için inşa edilen yıllık 1 milyon 300 bin ton kapasiteli anahtar teslimi komple çelikhanelenin önümüzdeki haziran ayında devreye alınacağını aktaran Saygın, "500 bin metrekarelik alan içerisinde 320 bin metrekare kapalı alana sahip tesis, Türkiye'nin en büyük çelikhanelerden birisi olacak. Tasarımı, üretimi, montajı ile işletmeye alınması dahil tesisin tamamı CVS Makina mühendis ve işçilerinin eseri olup 18 ay gibi çok kısa sürede tamamlanarak erişilmesi güç bir rekora da sahip oldu" dedi.

Polonya'ya Türk traktörü

1973 YILINDA KURULAN HATTAT HOLDİNG'E BAĞI HEMA TRAKTÖR, POLONYALI POL-MOT S.A İLE 110 MİLYON EURO'LUK İHRACAT ANLAŞMASI İMZALADI. İHRACAT EYLÜL AYINDA İLK 50 ADETLİK PARTİNİN SEVKİ İLE BAŞLAYACAK.

1996 yılında kurulan Hattat Holding bünyesinde 17 şirket bulunuyor. Holdingin önde gelen şirketi olan Hema Endüstri Anonim Şirketi 1973 yılında kuruldu. 1982 yılında tüm hisseleri Mehmet Hattat tarafından alınarak Hema Endüstri'nin tek sahibi olan Hattat Holding, enerji, otomotiv, turizm ve inşaat sektöründe yatırımları bulunuyor. Otomotiv bölümü 11 fabrikadan oluşan ve Çerkezköy'de faaliyetlerini sürdüren firma ayrıca enerji alanında da faaliyet gösteriyor. Enerji bölümü, Batı Karadeniz Enerji projesi adı altında Zonguldak, Amasra ve Kandilli'de Elektrik santralleri, kömür madenciliği, metan gazı, petrol ve doğalgaz üretimi yapıyor. Turizm ve inşaat yatırımlarında İstanbul'un en yüksek çelik binası olan "Diamond of Istanbul" yapmakta olan firma Polonya'ya traktör ihracatı için kolları sıvadı. Hattat Holding bünyesinde faaliyet gösteren Hattat Tarım AŞ, Polonyalı Pol-Mot S.A ile 110 milyon Euro'luk ihracat anlaşması imzaladı. Hattat Tarım tarafından tasarlanan ve üretilen traktörlerin Polonya pazarındaki satışını Pol-Mot yapacak. İhracat eylül ayında ilk 50 adetlik parti'nin sevki ile başlayacak. Hattat Tarım yıllık bin 500 adet olan traktör üretimini beş yılda 6 bin adede yükseltmeyi planlıyor. Hema Endüstri Genel Müdürü Çetin Çıtakoğlu ve Hattat Tarım Genel Müdürü Atadan Çubukçu'nun verdiği bilgilere göre 3 yıl içinde dizel motor üretmeyi planlayan fabrikadan toplam traktör ihracatının 30 bin rakamına ulaşması planlanıyor. Fabrikada ayrıca ticari araç üretimi konusunu da düşündüklerini belirten Çıtakoğlu, "Dizel motor ürettikten sonra traktörlerdeki yerlilik oranımız yüzde 100'e ulaşacak. Böylece Devrim arabasının traktör halini üretmiş olacağız" diye konuştu. Dizel motor üretimi için 3 - 4 farklı büyük firma ile görüştiklerini dile getiren Çıtakoğlu, "Lisansını alıp Türkiye'de üretim yapacağız. Ancak bir süre sonra tamamen kendi üretimimiz olan motorları kullanmayı planlıyoruz" dedi.



İş makineleri sektöründe düzelme başladı



Türkiye İş makineleri sektörünün ilk dört ayını değerlendiren İM-DER Başkanı Rızanur Meral, bütün dünyada yaşanan durgunluğun Türkiye İş makineleri sektörünü de derinden sarstığını buna karşılık sektörün düzelme beklentileriyle hareket ettiğini kaydetti. Kriz öncesi ayda 1000 makine satarken krizle birlikte bu sayının 150'ye kadar düştüğüne işaret eden Meral, şu sıralar satışların tekrar 250'ye yükseldiğini belirterek düzelme işaretlerini sevindiri bulduğunu aktardı. En son 05-10 Mayıs tarihlerinde Ankara'da düzenlenen KOMATEK fuarına sektörün katılımının oldukça yüksek olduğuna dikkat çeken Meral, 22 bin yerli ve yabancı ziyaretçinin katıldığı fuarda 200 firma ve 400 markanın yer aldığı bilgisini verdi. Fuarı katılan firmaların beklenenin üstünde bir ilgiyle karşılaştığını aktaran Meral, "KDV indirimi ve krizin tüm dünyada gerileme eğilimine girmesi alıcıları harekete geçirdi.

Çok sayıda firma yeni sipariş alırken bazıları da iş birliği, yatırım gibi alanlarda önemli görüşmeler yaptı. KDV indirimiyle tetiklenen bu talebin devam etmesi için 3 aylık sürenin uzatılmasını ve İş makinelerinde yüzde 18 olan KDV oranını yüzde 8'de sabitlemesini talep ediyoruz. Bu gerçekleşirse yatırım ve istihdam alanında büyük kazanımlar elde edilir" diye konuştu.

Küresel ekonomik krizle birlikte zor günler geçiren iş ve istif makineleri sektörünün Ocak-Nisan dönemi satış raporları açıklandı. Buna göre İş makineleri sektörü dört aylık dönemde yüzde 54 oranında daraldı. 2008'in aynı döneminde 357,7 milyon dolarlık ihracata imza atan sektör, 2009 yılında 192,9 milyon dolarda kaldı. İstif makinelerinde ise daralma yüzde 59 olurken 49 milyon dolar olan 2008 ihracatı 2009 ilk dört ayında 55,7 milyon dolara geriledi. Türkiye İş makineleri İmalatçıları ve Distribütörleri Derneği Başkanı Rızanur Meral, "Tamamen yatırım ve imara yönelik sektörümüz ilk dört ayda kötü bir dönem geçirdi. Buna rağmen KDV indirimi ve KOMATEK fuarı sektörümüze büyük moral verdi. Mayıs ayıyla birlikte başlayan iyileşme işaretlerinin 2009 son çeyreğinde kendini daha fazla hissettirmesini ve sektörün yeniden toparlanmasını bekliyoruz. Kriz sonrası Türkiye'ye iş makinesi yatırımı için çeşitli illerde araştırma yapan ve bizzat bizimle görüşen 50 firma var" dedi.

ODTÜ'den insansız uçak

ODTÜ HAVACILIK VE UZAY MÜHENDİSLİĞİ BÖLÜMÜ, ODTÜ TEKNOPARKINDA FAALİYET GÖSTEREN BAZI FİRMALAR VE İLE BAZI ÜNİVERSİTELERİN İŞBİRLİĞİ İLE TAMAMI YERLİ TASARIM HAVA ARACI GELİŞTİRDİ.



ODTÜ, yerli tasarım iki ayrı insansız hava aracı geliştirdi. Söz konusu uçaklar üzerlerine yerleştirilen ısıya duyarlı sensörler ve kameralar aracılığı ile askeriyede bilgi toplamadan, sınır güvenliğinin sağlanması, gümrük kontrolleri, enkaz altında kalanların tespit edilmesine kadar çok çeşitli alanlarda kullanılabilir. ODTÜ Rektörü Ural Akbulut, ODTÜ Havacılık ve Uzay Mühendisliği Bölümü, ODTÜ teknoparkında faaliyet gösteren bazı firmalar ve ile bazı üniversitelerin işbirliği ile tamamı yerli tasarım insansız hava aracı geliştirdiklerini bildirdi. Üç yıl önce Devlet Planlama Teşkilatı'na (DPT) sundukları projeye ekonomik destek sağladıklarını belirten Akbulut, üç yıllık projenin, 1 milyon doların biraz altında rakama mal olduğunu anlattı. Söz konusu proje kapsamında iki ayrı insansız hava aracı geliştirdiklerini ifade eden Akbulut, bunlardan birincisinin kanat açıklığının 2,2 metreden oluştuğunu bildirdi. Söz konusu uçağın teknik özellikleri konusunda da bilgi veren Akbulut, bu uçağın 4,5 kilo ağırlığında bir metre 35 santimetre uzunluğunda, elektrik motorlu ve lityum polimer pil güç kaynağı bulunan, elden atılan bir insansız hava aracı olduğunu açıkladı. ODTÜ, yerli tasarım iki ayrı insansız hava aracı geliştirdi. Söz konusu uçaklar üzerlerine yerleştirilen ısıya duyarlı sensörler ve kameralar aracılığı ile askeriyede bilgi toplamadan, sınır güvenliğinin sağlanması, gümrük kontrolleri, enkaz altında kalanların tespit edilmesine kadar çok çeşitli alanlarda kullanılabilir. Söz konusu proje kapsamında iki ayrı insansız hava aracı birincisinin kanat açıklığının 2.2 metreden oluştuğunu bildirildi. Uçağın teknik özellikleri ise şu şekilde açıklandı: "Uçağın 4.5 kilo ağırlığında bir metre 35 santimetre uzunluğunda, elektrik motorlu ve lityum polimer pil güç kaynağı bulunan, elden atılan bir insansız hava aracı. ODTÜ Havacılık ve Uzay Mühendisliği Bölümü, ODTÜ teknoparkında faaliyet gösteren bazı firmalar ve ile bazı üniversitelerin işbirliği ile tamamı yerli tasarım insansız hava aracı geliştirildi.

Askeri uçakların ömrünü 10 yıl uzatan proje



TAMAMEN MİLİ SAVUNMA SANAYİ KURULUŞLARI DESTEĞİ VE HAVA KUVVETLERİ'NİN İMKÂNLARIYLA GERÇEKLEŞTİRİLEN IŞIK PROJESİ İLE ASKERİ UÇAKLARIN ÖMRÜ 10 YIL UZADI.

Hava Kuvvetleri Komutanı Orgeneral Aydoğan Babaoğlu, "Işık Projesi tamamen mili savunma sanayi kuruluşlarımızın desteği ile Hava Kuvvetleri'nin imkânlarıyla gerçekleştirilen ilk proje olması nedeniyle ayrı bir önem taşıyor" dedi. Orgeneral Babaoğlu, Eskişehir'deki 1. Hava İkmal Bakım Merkezi Komutanlığı'nda düzenlenen RF-4E uçakları modernizasyonu kapsamındaki Işık Projesi ilk prototip uçak teslimi töreninde yaptığı konuşmada, Türk Hava Kuvvetleri'nin kuvvet yapısı ve planı çerçevesinde 2020'li yıllara kadar envanterinde kalması gereken 18 adet RF-4 uçağının daha emniyetli ve daha etkin görev yapabilmesi amacıyla yapısal yenileme ve kısmi aviyonik modernizasyona tabi tutulması için Işık Projesi'ni başlattığını kaydetti. Projenin F4-2020 Modernizasyonu projesinden kazanılan teknolojik altyapı ve bilgi birikimi kullanılarak milli savunma sanayi kuruluşlarının desteğiyle 1. Hava İkmal Bakım Merkez Komutanlığı'nda yapılmasının herkes için gurur vesilesi olduğunu ifade eden Orgeneral Babaoğlu, şöyle konuştu: "Bu süreçte özellikle basit bir aviyonik mimariye sahip RF-4E uçaklarının günümüz askeri havacılık teknolojisine paralel olarak geliştirilen yazılım tabanlı yeni aviyonik tasarımında projede görevli pilotlarımızın savunma sanayi firmalarımızın ve 1. Hava İkmal Bakım Merkez Komutanlığı'nın tecrübe ve teknik potansiyelinin bir sinerjiyle birleştirilmesini ve böylelikle ortaya konan tasarımdaki başarıyı memnuniyetle karşılıyorum. Modernizasyon projelerinin doğasında her zaman öngörülemeyen riskler mevcuttur. Işık Proje'sinin ihtiyaçlarının karşılanmasında yaşanan küçük çaplı sorunlara rağmen modernizasyon faaliyetlerinin aksaksız ve koordineli bir şekilde yürütülmesinde, proje faaliyetlerinin yönetiminde, kontrolünde, takibinde, koordinasyon ve uygulama alanlarında görev almış tüm Hava Kuvvetleri personeli ile ilgili diğer kurum ve kuruluşları gönülden kutluyorum."

Otomotiv sanayi konferansı Bursa'da gerçekleştirildi

Konferansa katılan Sanayi ve Ticaret Bakanı Zafer Çağlayan, TÜSİAD Yönetim Kurulu Başkanı Arzuhan Doğan Yalçındağ, UİB Başkanlar Kurulu Başkanı Ferit Süneli, TAYSAD Yönetim Kurulu Başkanı Ömer Burhanoğlu, TOFAŞ CEO'su Ali Pandır ve Oyak Renault CEO'su Tanık Tunalıoğlu ekonomi gündemini ve sektörü değerlendirdiler. Sanayi ve Ticaret Bakanı Zafer Çağlayan; Türkiye dünyayı sarsan finansman krizinin ardından stratejik bir yol belirleyerek bu yolu izleyecek. Türkiye de bir sanayi envanterinin olmayışını ciddi şekilde eleştirildiğine dikkat çeken Sanayi ve Ticaret Bakanı Zafer Çağlayan, Türkiye'nin artık bir yol haritası çizerek nasıl bir strateji ve yol izleyeceğini belirleyeceğini söyledi. Çağlayan, Türkiye ve dünyada herkesi etkileyen, batmaz denilen şirketleri batıran bir krizle karşı karşıyayız. Türkiye'nin sektörel bazda strateji geliştirdiğini ve bunun önemini kavrar hale geldi" dedi. Uludağ İhracatçıları Birliği'nde TÜSİAD ve Sektörel Dernekler Federasyonu tarafından düzenlenen Türkiye Sanayisine Sektörel Bakış: Otomotiv Sektörü konulu seminere katılan Bakan Çağlayan, ekonomi gündemini değerlendirdi. Ankara da çok yoğun işleri olmasına rağmen toplantıya katıldığını anlatan Bakan Çağlayan, artık Türkiye'nin sektörel bazda strateji geliştirdiğini ve bunun önemini kavrar hale geldiğini söyledi. Türkiye de bir sanayi envanterinin olmayışını ciddi şekilde eleştirildiğine dikkat çeken Çağlayan, Bundan şikâyetçi olurdum. Şikâyet etmek kolaydı. Ama öneri geliştirmek de çok önemli. Türkiye'nin otomotiv sektöründe strateji olması için önce kendi gelen stratejisi olmalı. Türkiye artık bir yol haritası çizerek nasıl bir strateji ve yol izleyeceğini belirleyecek. Bunları babadan kalma metotlarla mı yapacağız ki yapamadığımızı gördük. Yoksa dünya ile aynı yolu izleyeceğiz. Bir yol ayırındayız. Aslında küresel kriz önemli, bu kriz kimsenin tecrübesini olmadığı küresel finansal krizdir" dedi. Hiç kimsenin bir tecrübe ve deneyiminin olmadığı, son yüz yılın en büyük krizlerinden birinin yaşandığını belirten Çağlayan, "Türk sanayisinin çok büyük bir krizi yaşadığı bir ortamda" diye konuştu.





Cumhurbaşkanı Gül ve sektör temsilcileri Suriye'de temaslarda bulundu

CUMHURBAŞKANI ABDULLAH GÜL VE SEKTÖR TEMSİLCİLERİNDEN OLUŞAN BİR HEYET TÜRKİYE'NİN İHRAÇ ÜRÜNLERİNİN TANITIMI, İHRACATÇI FİRMALARIN DIŞ PAZARDAKİ PAYLARINDA ARTIŞ SAĞLANMASI VE İKİ ÜLKE İŞ ÇEVRELERİ ARASINDAKİ İŞBİRLİĞİ İMKÂNLARINI ARTTIRABİLMEK AMACIYLA, SURIYE'YE BİR ZİYARET GERÇEKLEŞTİRDİ

Cumhurbaşkanı Abdullah GÜL beraberinde resmi ve özel sektör temsilcilerinden oluşan bir heyet 15-17 Mayıs 2009 tarihleri arasında Suriye'ye bir ziyaret gerçekleştirdiği ziyarette eşzamanlı olarak Dış Ticaret Müsteşarlığı koordinatörlüğü, Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği organizasyonunda Türkiye'nin ihraç ürünlerinin tanıtımı, ihracatçı firmaların dış pazardaki paylarında artış sağlanması ve iki ülke iş çevreleri arasındaki işbirliği imkanlarını arttırabilmek amacıyla, bir Ticaret Heyeti programı gerçekleştirdi. Cumhurbaşkanı GÜL başkanlığındaki Heyete; Dışişleri Bakanı Prof. Dr. Ahmet DAVUTOĞLU, Devlet Bakanı M. Zafer ÇAĞLAYAN, Tarım ve Köyüşleri Bakanını M. Mehdi EKER, Kültür ve Turizm Bakanı Ertuğrul GÜNAY, Türkiye-Suriye Parlamentolararası Dostluk Grubu Başkanı Mehmet ŞANDIR, Hatay Milletvekili Fevzi ŞANVERDİ, Şanlıurfa Milletvekili Seyit EYÜBOĞLU, Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı Mehmet BÜYÜKEKŞİ, Dış Ticaret Müsteşarlığı'ndan Müsteşar Yardımcısı Şevket ILGAÇ, İhracat Genel Müdür Vekili Ziya ALTUNYALDIZ ve diğer DTM yetkilileri, bazı İhracatçı Bir-

liklerinin Yönetim Kurulları ve Genel Sekreterlik temsilcileri, basın mensupları, 83 firmadan 92 kişi olmak üzere toplam 120 kişi katıldı. Ticaret Heyeti programı, resmi ve özel sektör temsilcilerinin katılımıyla, Türkiye'nin dış ticareti, ekonomik yapısı ve yatırım olanaklarının Suriye iş çevrelerine tanıtımı ile iş adamlarının Suriye'nin iş çevreleriyle gerek ticaret gerekse yatırım konularını görüşebilecekleri ikili görüşmelerini de kapsadı. Heyete, makine, otomotiv, tekstil, çimento ve toprak ürünleri, kimya, elektrik ve elektronik ürünler, ağaç ve ahşap ürünler, plastik malzemeler inşaat malzemeleri, gıda, demir-çelik, metalik ekipmanlar, doğal taş ve madencilik, mobilyalar ve diğer muhtelif sektörlerde faaliyet gösteren firmalar da katıldı. Ticaret Heyeti Programı kapsamında, 15 Mayıs 2009 Cuma günü Şam Sheraton Otel'de işadamları için Suriye pazarı hakkında bir bilgilendirme toplantısı yapıldı. Toplantı öncesinde ise Şam Ticaret Müşaviri Tayfun KILIÇ tarafından söz konusu pazara ilişkin bilgiler verildi. 16 Mayıs 2009 Cumartesi günü Şam-Sheraton Otel'de Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı Abdullah GÜL ve Suriye Arap Cumhuriyeti Devlet Başkanı Bashar Al ASAD başkanlığında gerçekleştirilen "Türkiye-Suriye İş Forumu"nda Sayın Bashar Al ASAD; Suriye ve Türkiye arasındaki gelişen ilişkilerin atılacak yeni adımlarla daha da gelişeceğini, özellikle vize konusunda kolaylık sağlanması gerektiğini söyleyerek, Suriye ve Türkiye arasındaki ticaretin 2 milyar dolara ulaştığını, bu gelişmenin Türkiye ve Suriye iş adamları arasındaki ticaretin gelişmesiyle sağlandığını dile getirdi. Bu gelişmede başka adımlar da atılması gerektiğini sözlerine ekleyen Sayın Bashar Al ASAD, ulaştırma olanakları ve karayollarının geliştirilmesinin ve vize konusunda kolaylık sağlamanın gerektiğinden bahsetmiştir. Suriye Devlet Başkanı Bashar Al ASAD'ın ardından konuşan Cumhurbaşkanı GÜL, Türkiye ve Suriye arasında artan yatırım ve ticaret imkânlarından bahsederek, sınırsız olmayan bir işbirliği gerçekleştirilebileceğini vurgulamış, pek çok kişinin rüya olarak gördüğü ekonomik çalışmanın sürdürülebileceğini sözlerine eklemiştir. Siyasi irade ortaya net bir şekilde konulursa onun üzerinde ekonomik işbirliğinin çok daha kolay inşa edileceğini belirten GÜL, Serbest Ticaret Anlaşması'nın imzalanmasının ve sık ziyaretlerin iş hayatına olumlu olarak yansıtacağını dile getirdi. Forumun ardından Türk firmaları ile Suriye firmaları arasında ikili görüşmeler gerçekleştirildi. Söz konusu görüşmeler 200'ün üzerinde Suriyeli firmanın katılımı ile yapıldı. Yoğun geçen ikili görüşmelerden firmalar oldukça memnun ayrıldı. Aynı gün; Türk-Suriye firmaları arasındaki ikili görüşmelerin ardından Şam Ticaret Odası tarafından Türk ve Suriyeli işadamlarına bir öğle yemeği verilmiş ve havayolu ile Halep'e hareket edildi. Halep-Dedeman Otel'de "Türkiye-Suriye İş Forumu"nun açılış konuşmaları yapıldı. Forum kapsamında sırasıyla Halep Sanayi Odası Başkanı Mohamed Sabbagh SHARABATİ, DEİK/Türkiye Suriye İş Konseyi Başkanı Ruhsar PEKCAN ve Türkiye Sanayici ve İşadamları Konfederasyonu Başkanı Sayın Rızanur MERAL'in ardından Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı Sayın Mehmet BÜYÜKEKŞİ ve Halep Ticaret Odası Başkanı ve Suriye Ticaret Odaları Federasyonu Başkan Yardımcısı Dr. Hasan Ahmad tarafından birer konuşma yapıldı. Ardından Devlet Bakanı Zafer ÇAĞLAYAN başkanlığında Türk firmaları ile Suriye firmaları arasında ikili görüşmeler gerçekleştirildi. Görüşmelere 150'nin üzerinde Suriyeli firmanın katılımı ile yapıldı. Heyet, programın hedeflerine ulaşması, Türk ve Suriyeli firmalarca gösterilen ilgi, yapılan anketlerden alınan sonuçlar göz önüne alındığında başarılı olarak değerlendirildi.



Türk makinecileri tanıtım atağında

TOPLAM MAKİNE İMALAT DEĞERİ BAKIMINDAN AVRUPA'DA 6'NCI SIRADA YER ALAN TÜRKİYE, AVRUPA ÜLKELERİNDEKİ TOPLAM İMALATIN YÜZDE 5'İNİ GERÇEKLEŞTİRİYOR. ORTA ANADOLU MAKİNE VE AKSAMLARI İHRACATÇILARI BİRLİĞİ BÜNYESİNDE KURULAN MAKİNE TANITIM GRUBU, TÜRK MAKİNESİNİ İÇ VE DIŞ PAZARLARDA TANITMAK, SEKTÖRÜN PAZAR VE İHRACAT POTANSİYELİNİ YÜKSELTMEK İÇİN TANITIM ATAĞI BAŞLATTI.

Türk makinesini iç ve dış pazarlarda tanıtmak, sektörün pazar ve ihracat potansiyelini yükseltmek için Orta Anadolu Makine ve Aksamları İhracatçıları Birliği bünyesinde kurulan Makine Tanıtım Grubu, Türk makinesinin iç ve dış pazarlardaki algılamasını güçlendirmek amacı ile tanıtım atağı başlattı.

Makine Tanıtım Grubu Eş Başkanı Adnan Dalgakıran, "Dünyada Türkiye denince akla makine ve teknoloji geliyor. Türk makine sanayicileri olarak hem dünyada hem Türkiye'de bu algılamayı kuvvetlendirmek için yola çıktık" dedi. Makine Tanıtım Grubu (MTG), Türk makinesi ile ilgili algılamayı güçlendirmek ve sektörün pazar payını yükseltmek amacıyla başlattığı tanıtım ve iletişim kampanyasının startını, Makine Tanıtım Grubu Başkanı Ali Rıza Oktay ile Makine Tanıtım Grubu Eş Başkanı Adnan Dalgakıran'ın ev sahipliğinde Çırağan Sarayı'nda düzenlenen törenle verdi. Makine Tanıtım Grubu Eş Başkanı Adnan Dalgakıran, "Şunu gururla ifade edebilirim ki Türk Makine Sanayi; kalitesi, teknolojisi, insan kaynağı ve rekabetçi fiyatıyla dünya makine sektörüne yön vermektedir" dedi.

İKİ AŞAMALI TANITIM KAMPANYASI

Nitelikli makine işçiliği yapılan Türkiye'de Makine Tanıtım Grubu'nun, Türk malını teşvik eden ve sektörün yönünü belirleyen kuruluş olduğunun altını çizen Dalgakıran, "MTG'nin etkili iletişim projelerini kapsayan, çok sayıda kanaldan yüksek frekanslı reklam ve tanıtım çalışmalarını içeren kampanyamız iki aşamadan oluşuyor. 2009 sonuna kadar sürecek ilk aşamasında yerli yatırımcıların Türk makinelerini tercih etmelerini sağlamak için etkili bir iletişim kampanyası yürüteceğiz. Yılbaşından sonra başlayacak ikinci aşamada ise yurt dışında Türk makineleri ile ilgili algılamayı güçlendirmeye yönelik çalışmalar devreye girecek" diye konuştu.

İHRACATTAN DAHA FAZLA MAKİNE İTHAL EDİLİYOR

Dalgakıran şöyle devam etti: "Ancak



hedeflediğimiz çalışma bu kadarla sınırlı değil. Hedefimize ulaşmak için entegre bir strateji dahilinde hareket edilmesi gerektiğinin bilinciyle markalaşma, Ar-Ge ve tanıtım çalışmalarının organize

edilmesi noktasında gerekli finansmanın sağlanması da yine MTG tarafından gerçekleştirilecektir. Sadece yabancılar değil, yerli yatırımcıların da Türk Makine Sektörü ile ilgili yeterli bilgi oluştu-



rulması gerekiyor. Sektörde üst düzey kaliteye ulaşıldı ve bugün Türk Makine Sektörü 200 ülkeye kendi markası ile ihracat gerçekleştiriyor. Türk Makine Sektörü, imalatının önemli bir bölümünü ihraç ediyor. Ancak bundan daha fazla makine ithal ediliyor. Türk Makine Sektörü ürünler, ithal makinelerle kıyaslandığında ülkemizde aynı kalite, aynı fayda ve maliyet dengesi, daha uygun servis ve lojistik hizmetiyle satın alınabiliyor.”

MAKİNE SANAYİ TÜM SEKTÖRLERİN TEMELİ

Makine sanayinin Türkiye'nin lokomotifi olarak kabul edilen tüm sektörlerin temelini oluşturduğunu ve her biri için vazgeçilmez olduğunun altı çizilen toplantıda, 2008 yılında makine sektörünün tamamına ait ihracat rakamlarının bir önceki yıla göre yüzde 18,2 oranında artarak 10,9 milyar dolara, ithalat rakamlarının ise yüzde 0,2 oranında artarak

23,3 milyar dolara yükseldiği dile getirildi. Ayrıca toplam makine imalat değeri bakımından Türkiye'nin Avrupa'da 6'ncı sıradayken Avrupa ülkelerindeki toplam imalat da yüzde 5'inin gerçekleştirdiği, önümüzdeki 5 yıl içerisinde makine imalatındaki yıllık artışımızın ortalama yüzde 12-15 düzeyinde olmasının beklendiği açıklandı. Gerçekleştirilecek kampanya ile Türk sanayicilerinin dikkatinin Türk Makine



Sanayi'ne çekilmesi hedeflenirken bu kampanya, Türk makine sanayicileri tarafından milli bir dava olarak görüldüğü ifade edilerek kampanyanın önemi-ne dikkat çekildi.

AKADEMİ İLE İŞBİRLİĞİ

MTG'nin önümüzdeki dönemde gerçekleştireceği projeler arasında akademik camia ile işbirliğine gidilmesi, Makine Sektörü'nde standardizasyon konusun-



da yaşanan sıkıntıların önüne geçilebilmesi için bir makine reyting-güven endeksi oluşturulması, sektör üyelerine eğitim ve danışmanlık veren MTG Teşvik Kurulu adında bir alt birim kurulması, yerli üreticilerin en büyük dezavantajı olarak ortaya çıkan teknoloji tabisindeki sıkıntıları aşmak adına bir Ar-Ge üssü kurulması gibi planlar yer alıyor. Ayrıca MTG'nin Anadolu'ya bir çıkarma yaparak yerli üretici ile ilgili bilgilendirmeler yapmayı, lokal yatırımcılar ile bir araya gelecek seminerler gerçekleştirmeyi, üreticilerin ürünlerinin pazarlanması konusunda destek vermesi için MTG Pazarlama Grubu oluşturmayı ve geleceğin sektör çalışanlarını keşfetmek amacı ile üniversitelerin makine ve endüstriyel tasarım bölümü öğrencilerinin katılımı ile Makine Tasarım Yarışması düzenlenmeyi planladıkları da bahsedilen konular arasındaydı.

“TÜRK MAKİNELERİ DÜNYA İLE REKABET EDİYOR”

Türk Makine Sanayicileri olarak yıllardır ihracat, üretim ve Ar-Ge konularında sayısız başarıya imza atmalarına rağmen,

makinenin Türk İmalat Sanayi'nde öncelikli tercih nedeni olmadığını fark ettiklerini söyleyen Dalgakıran, “Kendi ülkesinde ihtiyacı olan makine üretilmesine rağmen, bizim de bugüne kadar kendimizi ifade edemememizden ötürü, imalat sanayimizde doğru ve tercih edilebilirliği sağlayacak bir algıya sahip değiliz” dedi. Dalgakıran şöyle devam etti: “Bunda elbette ülkemizi ve ürünlerimizi dünyaya tanıtmak amacıyla ağırlıklı olarak ihracata odaklanmamızın da payı var. Nitekim bugün Türk Makine Sanayi'nin geldiği noktaya baktığımızda, dünya ile rekabet ediyor olmamıza rağmen, kendi imalat sanayimiz bizi, kalitemizi ve de Ar-Ge'deki başarılarımızı yeterince bilmiyor. Buna bağlı olarak Orta Anadolu İhracatçılar Birliği'nin 11 Nisan 2007 tarihinde gerçekleştirilen Olağan Genel Kurulu'nda Makine Tanıtım Grubu'nun kurulmasına karar verilmiştir. Kısaca MTG olarak adlandırdığımız Makine Tanıtım Grubu'nun amacı orta ve uzun vadede Türk Makine Sanayi'nin hem yurtiçi hem de yurtdışındaki algısının geliştirilmesine yönelik faaliyetler gerçekleştirmektir.”



“AVRUPA’DA 6. SIRADAYIZ”

Türkiye’nin Avrupa’nın 6. büyük makine üreticisi olduğunu ifade eden Dalgakıran, 4. ve 5. ile aramızda olan farkı da hızla kapattığımızı belirtti. Türk makinelerinin, kalitesi, teknolojisi, insan kaynağı ve rekabetçi fiyatıyla dünya makine sektörüne yön vermekte olduğunu aktaran Dalgakıran, “Nitelikli makine işçiliği yapılan Türkiye’de Makine Tanıtım Grubu, Türk malını teşvik eden ve sektörün yönünü belirleyen kuruluştur” diye konuştu. Dalgakıran hedefledikleri çalışmanın bu kadarla sınırlı olmadığını belirterek şöyle devam etti: “Hedefimize ulaşmak için entegre bir strateji dahilinde hareket edilmesi gerektiğinin bilinciyle markalaşma, Ar-Ge ve tanıtım çalışmalarının organize edilmesi noktasında gerekli finansmanın sağlanması da yine MTG tarafından gerçekleştirilecektir.

Sektörün bugün ulaştığı üst düzey kalite dikkate alındığında, özellikle yabancı makinelerle göre Türk makinelerinin

faýda/maliyet dengesi açısından daha avantajlı olduğu görülmektedir.”

“MAKİNE KALKINMA FONU İÇİN ÖNCÜ ROL”

Kampanyanın iki aşamalı olarak planlandığının altını çizen Dalgakıran, MTG olarak tanıtım kampanyasının ilk aşaması kapsamında önümüzdeki dönemde gerçekleştirecekleri projeleri ise şöyle sıraladı: “Akademik camia ile işbirliğine gidilecek, Makine Kalkınma Fonu’nun kurulmasında öncü rol oynanacak, makine sektöründe standardizasyon konusunda yaşanan sıkıntıların önüne geçilebilmesi için (TURQUM ile bağlantılı çalışacak) bir makine reyting, güven endeksi oluşturulacak. Ayrıca sektör üyelerine yararlanılabilecekleri teşvikler konusunda eğitim ve danışmanlık veren MTG Teşvik Kurulu adında bir alt birim kurulacak. Yerli üreticilerin en büyük dezavantajı olarak ortaya çıkan teknoloji takibindeki sıkıntılarını aşmak adına bir Ar-Ge üssü kurulacak.

Ar-Ge Üssü; Aylık düzenli bilgilendirme raporları hazırlayacak, küçük işletmeler için ücretli geliştirme desteği verecek, kaliteli bir laboratuara sahip olacak, sürekli veri üretecek bir yapıda konumlandırılacak.”

“YERLİ ÜRETİCİ BİLGİLENDİRİLMELİ”

MTG’nin ayrıca, Anadolu’ya bir çıkarma yapacağına değinen Dalgakıran, “Yerli üretici ile ilgili bilgilendirmeler yapacak, lokal yatırımcılar ile bir araya gelecek, seminerler gerçekleştirecek, üreticilerin ürünlerinin pazarlanması konusunda destek vermesi için MTG Pazarlama Grubu oluşturulacak. Geleceğin sektör çalışanlarını keşfetmek amacı ile üniversitelerin makine ve endüstriyel tasarım bölümü öğrencilerinin katılımını içeren farklı etkinlik ve projeler gerçekleştirilecek.” Dalgakıran tanıtım çalışmalarının neden dış pazar için değil de iç pazar için yapıldığını ise şu sözlerle açıkladı: “Bir sektörün dünya ölçeğinin



de var olabilmesi için hem ihracata hem iç piyasaya ihtiyacının var olduğuna inanıyoruz. İkinci aşama yurtdışına yönelik olacak ve amacımız Türk Makine Sanayi'nin dünyanın farklı ülkelerinde öncelikli tercih olmasını sağlamak olacaktır.”

“TÜRK MAKİNE SANAYİNE İNANIYORUZ”

Ekonominin yavaşladığı şu dönemde her yatırımcının yapacağı en önemli şeyin Türk makinelerini kullanmak olduğunu söyleyen Dalgakıran, “Türkiye'nin kendi teknolojisini üreten bir ülke olmaktan başka şansı olmadığına inanıyoruz. Önümüzdeki yıllarda dünyanın en önemli ülkeleri arasına girmeyi düşünen bir Türkiye'nin mühendislik sektöründe çok daha ileriye gitmesi gerekiyor” dedi.

“İnsan inandığı bir şey için yola çıkar” diyen Dalgakıran şöyle devam etti: “Biz





Makine Tanıtım Grubu

www.makinetanitimgrubu.org

**DÜNYANIN
MAKİNESİ
TÜRKİYE'NİN
KALİTESİ**

de Türk Makine Sanayi'nin dünyada önemli bir yeri olduğuna inanıyoruz. Bütün amacımız; Türk makinelerinin değerini hem içeride hem de yurtdışında daha da artırmak. Bunu başarabilirsek, Türk makinelerinin dünya genelinde tercih edilebilirliğini artırmış olacağız. Bütün bu çalışmalar sadece makine sektörünün gelişimine hizmet etmeyecek. Aynı zamanda; Türkiye'nin diğer lokomotif sanayilerinin de güçlenmesine önemli katkıda bulunacak."

"İHRACATIN ARTMASI VERİMLİLİĞİ YÜKSELTİR"

MTG Başkanı Ali Rıza Oktay ise konuşmasının başında Makine Tanıtım Grubu'nun kurulmasında birleştirici rol oynayan Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği hakkında bilgi verdi. Oktay şöyle devam etti: "Bilindiği gibi ülkelerin gelişmelerinde büyük öneme sahip olan dış ticaretin en önemli ayağı ihracattır. İhracatın artması, ülkede yaratılan zenginliği artırmakta ve üretim verimliliğinin yükselmesine yardımcı olmaktadır. Bu sebeple, Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği de,

1989 yılında Ankara'da kurulmuştur. Başlangıcında bünyesinde sadece çimento ve toprak ürünleri ihracatçıları olarak kurulan Birlik, son olarak 2002 yılında Orta Anadolu Makine ve Aksamları Birliği'ni bünyesine katmıştır."

"OAİB ÜYE SAYISIYLA ÖNE ÇIKIYOR"

Türkiye'nin dört bir yanından sanayi kuruluşunun faaliyetlerine destek olan, gerekli istatistik verileri hazırlayan Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği'nin, kapsam olarak Türkiye'nin en geniş üyesine sahip olmasıyla öne çıktığına vurgu yapan Oktay şöyle devam etti: "Ben burada, Birliğimize son katılan Orta Anadolu Makine ve Aksamları Birliği bünyesindeki verilere kısaca değinmek istiyorum; Türkiye'nin lokomotif olarak kabul edilen tüm sektörlerin temelini oluşturan ve her biri için vazgeçilmez olan makine sanayinde TUİK'e göre 23 bin küçük, orta ve büyük çaplı işletme bulunmaktadır.

Bunların büyük bir çoğunluğu tamirat, bakım ve yedek parça konularında faaliyet gösterirken yaklaşık 9 bini ihracata yönelik üretim gerçekleştirmektedir. Birliğimiz tarafından 6 bin üyemizi kapsayan envantere firma başına ortalama çalışan sayısı 38 olarak belirlenmiştir. Toplam işletme sayısının 23 bin ve nispeten küçük firmalardaki istihdamın da az olduğu dikkate alındığında, Türk Makine Sanayi bugün 500 bine yakın insana istihdam sağlıyor."



"SON 10 YILDA İHRACATTA YÜKSELEN İVME"

Türk makine sanayinin, son 10 yılda yükselen bir ivmeyle özellikle ihracat alanında büyük gelişme kaydettiğini aktaran Oktay, "2008 yılında sektör ihracatının en fazla yapıldığı ilk üç ülke Almanya, Rusya Federasyonu ve ABD iken 2009 Ocak-Mayıs döneminde Almanya, ABD ve Irak olmuştur. Irak'a gerçekleştirilen ihracat söz konusu dönemde yüzde 56 artış göstermiştir" dedi. Oktay şöyle devam etti: "En fazla ihracat yapılan mal grupları sırasıyla İnşaat ve Madencilikte Kullanılan Maki-



neler, Endüstriyel Klimalar ve Soğutma Makineleri ve Takım Tezgahlarıdır. 2008 yılında ihracatında en fazla artış ise; yüzde 84,9 ile Ambalaj Makineleri, yüzde 55,7 ile Savunma Sanayi İçin Silah ve Mühimmat, yüzde 46,3 ile Gıda Sanayii Makineleri mal gruplarında yaşanmıştır. 2008 yılında makine sektörünün tamamına ait ihracat rakamları bir önceki yıla göre yüzde 18,2 oranında artarak 10,9 milyar dolara, ithalat rakamları ise yüzde 0,2 oranında artarak 23,3 milyar dolara yükselmiştir.”

MAKİNE SANAYİİ TÜRKİYE EKONOMİSİ İÇİN ÖNEMLİDİR

Toplam makine imalat değeri bakımından Türkiye'nin Avrupa'da 6'ncı sırada yer aldığına ifade eden Oktay, “Avrupa ülkelerindeki toplam imalatın yüzde 5'ini gerçekleştirmektedir. Oktay şöyle devam etti: “İhracatçı Birlikleri kayıtlarına göre, 2009 yılının Ocak-Mayıs döneminde ise ihracat yüzde 29,8 gerileyerek 3,3 milyar dolar değerinde gerçekleşmiştir. Tüm bu veriler ışığında, Türk Makine Sanayi'nin Türkiye ekonomisi için önemli role sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Toplam makine imalat değeri bakımından Türkiye halen Avrupa ülkeleri arasında 6'ncı sırada yer alsa da, ülke menfaatleri gözetildiğinde, imalat değerinin 30 milyar dolar olduğu tahmin edilen iç pazarda önemli adımların atılabileceği görülmüştür. Türk Makine Sektörü, imalatının yüzde 80'ini ihraç ediyor. Ancak bundan daha fazla makine ithal ediliyor. İşte bu nedenle kurulan Makine Tanıtım Grubu, birliğimiz üyelerinin de katkılarıyla bugün önemli bir adım atmaktadır.”



Metal geridönüşümünde Ar-Ge ile lider oldu

METAL GERİDÖNÜŞÜMÜ SEKTÖRÜNDE FAALİYET GÖSTEREN BİRİM MAKİNA HER YIL GELİRİNİN YÜZDE 3'ÜNÜ AR-GE ÇALIŞMALARINA AYIRIYOR. BİRİM MAKİNA SATIŞ MÜDÜRÜ AYKUT KARAHAAN, KENDİ MARKALARIYLA BUGÜN İNGİLTERE'DEN FİLİPİNLER'E KADAR AVRUPA, ORTADOĞU, AFRIKA VE ASYA KITALARINDA 32 ÜLKEYE METAL GERİDÖNÜŞÜMÜ MAKİNELERİ İHRACATI YAPTIKLARINI SÖYLÜYOR.

Metal geridönüşümü sektöründe çalışan ve bu anlamda Türkiye'de sektörde lider firmalardan biri olan Birim Makina

Avrupa, Ortadoğu, Afrika, Amerika ve Asya kıtalarında yaklaşık 32 ülkeye ihracat gerçekleştiriyor. Birim Makina Satış Müdürü Aykut Karahan, Türkiye'de sadece Erdemir'de bulunan Japon yapımı yüksek kesme kuvvetine sahip hurda kesme makasının ikincisini yerli imalat olarak kendilerinin yaptığını aktararak, bu hurda kesme makasının bir benzerini daha önce Hollanda'ya gönderdiklerini ve bunun ihalede kendilerine iyi bir referans oluşturduğunu söylüyor.

Birim Makina'nın 1988 yılında demir-çelik sektörüne yönelik ekipman imalatı yaparak işe başladığını aktaran Karahan, "Geri dönüşüm sektörüne yönelik ilk imalatımızı demir-çelik sektöründeki taleplerden yola çıkarak hurda balyalama presleriyle başlattık. Zamanla ürün gamımız genişledi. Şu anda hurda balyalama presleri, hurda kesme makasları, kırıcılar, timsah makasları, polipler, konveyörler, manyetik ayırıcılar imal ediyoruz. Günümüze kadar Birim Makine markasıyla 140'ı yurtiçi, 160'ı yurtdışı olmak üzere 300'ü hurda balyalama presi, 20'si hurda kesme makası olmak üzere toplam 400'e yakın Makine imalatı gerçekleştirdik" diye konuşuyor.

Karahan ayrıca metal geridönüşümünün ekonomik olarak cevherden üretime göre yüzde 70 daha düşük maliyetli

olduğunu söyleyerek, "Ayrıca emisyon olarak da çevreye verdiği zarar malzeme cinsine göre yüzde 70-90 arasında değişiyor" diye konuşuyor.

32 ÜLKEYE İHRACAT

Birim Makina Satış Müdürü Aykut Karahan, kendi markalarıyla Avrupa Birliği ve Ortadoğu ülkeleri başta olmak üzere 32 ülkeye ihracat yaptıklarını söylüyor. Türkiye'de de pazar lideri konumlarının güçlenerek sürdüğünü belirten Karahan, yeni hedeflerinin Türk Demir Çelik tesislerinin ihtiyaç duyduğu Hurda Makaslarını sağlamak olduğunu aktarıyor.

Demir-çelik sektörüne yönelik ekipman imalatına 1988 yılında başlayan Birim Makina, daha sonra geri dönüşüm sektörüne yönelik hurda işleme makineleri konusunda uzmanlaştı ve Türkiye pazar lideri olarak, ihracatta da liderliği eline aldı 1995 yılından itibaren hurda metal işleme makinelerinin her türünü üreten şirket 2002 yılında da 5. Türkiye Teknoloji Ödüllerinde jüri özel ödülü aldı. Birim Makina günümüzde ise sadece hurda metal işleme makineleri üretiyor. Firmanın ürün yelpazesinde Hurda Makasları, Hurda Balyalama Presleri, Talaş Briketleme Presleri, Kırıcılar ve Polipler bulunuyor.

Birim Makina'nın dünyada çalışan 300'ün üzerinde hurda balyalama presi, toplamda ise 500'ün üzerinde hurda işleme makinesi bulunuyor. Makinelerin yarısından çoğu ise Türkiye dışında ça-



Aykut Karahan

Birim Makina Satış Müdürü

Sektörde pek çok lider firmayla çalışıyoruz. Rekabet halinde olduğumuz ülkeler Almanya ve İtalya.

ışıyor. Birim Makina bugün Türkiye'deki hurda metal işleme makineleri üretiminin ve ihracatının yarısından fazlasını gerçekleştirerek pazarda rakipsiz lider olarak yer alıyor.

1,250 TONLUK KESİM MAKASI İLE SEKTÖRDE DEVRİM

2006 Haziran ayında Kardemir'in hurda kesme makası ihalesinde Alman, Fransız ve İtalyan rakiplerini geçen Birim Makina, 1.5 milyon Euro değerinde 1.250 ton kesme kuvvetine sahip 300 ton ağırlığındaki hurda kesme makasını teslim etti.

Birim Makina'nın Birer Endüstriyel Geridönüşüm firması için ürettiği 1.250 tonluk sürekli kesim makası ile ise sektörde devrim yapacaklarını belirten Karahan, "Kullanması klasik hurda makaslarına göre çok daha kolay olan ve kapasitesi de yüzde 25 daha yüksek olan bu makas ile yurt dışından hurda makası ithalatının önüne geçmeyi hedefliyoruz" diyor.

Türkiye'de ilk kez üretilen yüksek kapasiteli metal talaşı briketleme presini de tamamladıklarını belirten Karahan, "Sektördeki diğer bir önemli açık olan metal talaşının briketlenmesi konusunda sağlıklı ve ekonomik çözümü son ürettiğimiz ürünümüz sağlamaktadır. Briketleme Presi Aydın'da Şabablı Hurdacılık'a teslim edilmiştir ve başarılı bir şekilde çalışmasını sürdürmektedir. İkinci siparişimizi de İstanbul'da uzun

yıllardır beraber çalıştığımız Yaşarlar Demir firmasına teslim ediliyor" diye konuşuyor.

Şu anda Kemalpaşa Organize Sanayi Bölgesi'nde 4 bin metrekare kapalı olmak üzere toplam 6 bin metrekare alan üzerinde kurulu iki fabrikada faaliyetlerini sürdürdüklerini anlatan Karahan, "Bunun yanı sıra Birleşik Arap Emirlikleri, İngiltere, Yunanistan'da servis ve satış bayilerimiz bulunuyor. Firmamızda İzmir'de bulunan en gelişmiş ve yüksek kapasiteli talaşlı imalat hatlarından biri kurulu" diye konuşuyor.

GERİ DÖNÜŞÜMÜN KALBI ABD'YE MAKİNE İHRACATI

Birim Makina'nın geri dönüşüm sektörünün kalbi niteliğinde olan ABD'ye de ilk Hurda Balyalama Presi ihracatını gerçekleştirdiğini aktaran Karahan, daha önce de Bulgaristan'a ilk Hurda Metal Balyalama Presi ihracatını gerçekleştirdiklerini ve ürünlerini 32 ülkeye ihraç ettiklerini söylüyor.

2008 yılı içerisinde gerçekleştirdikleri Ar-Ge çalışmaları neticesinde ortaya çıkan Talaş Briketleme Presine gelen talepten de hayli memnun olduklarını belirten Karahan "40 tonluk bir makine olan briketleme presi metal işlemede çıkan talaşları sıkıştırıp briket haline getiriyor. Bu pres demir çelik sektöründe düşük değerli talaş, katma değeri yüksek girdi haline getiriyor. Üstelik yüzde 40 verimlilik artışı sağlıyor" diyor.

Birim Makina'nın 1988 yılında demir çelik sektörüne yönelik ekipman imalatı yaparak işe başladığını hatırlatan Karahan, "Birim Makina geri dönüşüm sektörüne yönelik ilk makinelerini demir çelik sektöründeki taleplerden yola çıkarak hurda balyalama presleri imalatı yaparak başladı. Zamanla ürün gamımız genişledi. Şu anda hurda balyalama presleri, hurda kesme makasları, kırıcılar, timsah makasları, polipler, konveyörler, manyetik ayırıcılar imal ediyoruz" diyor.

Birim Makina'nın kurulduğu günden bu yana Ar-Ge'ye büyük önem verdiğini vurgulayan Karahan, bunun da en somut kanıtının TÜSİAD-TÜBİTAK-TTGV tarafından düzenlenen 5. Türkiye Teknoloji Ödülleri Töreni'nde aldıkları jüri özel ödülü olduğunu belirtiyor. Ka-



rahan, Türkiye’de hurda metal işlemede ilkleri yaptıklarını, bu ürünleri Almanya, Hollanda, İtalya, İngiltere gibi Avrupa ülkelerine de satarak alanında bir ilki başardıklarını aktarıyor.

Avrupa firmaları ile yaşadıkları rekabette öğrendikleri tüm teknik gelişmeleri tüm müşterilerinin hizmetine sunduklarını vurgulayan Karahan, felsefelerinin yüksek kaliteyi, ileri teknoloji ile güvenilir bir şekilde uygun fiyatla sunmak olduğunu ifade ediyor.

Krizle siparişle girdiklerini belirten Karahan, sözlerine şöyle devam ediyor: “2008 gibi ilk yarısı çok parlak geçen bir yılın sonuna doğru meydana gelen dramatik düşüş herkes gibi bizi de etkiledi. Bizim avantajımız makinelerimizin uzun bir sürede imal ediliyor olması. Ekonomik koşullar düzeline kadar eldeki siparişlerimizle bu krizi atlatacağımıza inanıyoruz.”

ERDEMİR’E YERLİ YAPIM HURDA KESME MAKASI

Birim Makina Satış Müdürü Aykut Karahan, Türkiye’de sadece Erdemir’de bulunan Japon yapımı yüksek kesme kuvvetine sahip hurda kesme makasının ikincisini yerli imalat olarak kendilerinin yaptığını söylüyor. Bu hurda kesme makasının bir benzerini daha önce Hollanda’ya gönderdiklerini hatırlatan Karahan, bunun ihalede kendilerine iyi bir referans oluşturduğunu aktarıyor.

Birim Makina’nın 1988 yılında demir-çelik sektörüne yönelik ekipman imalatı yaparak işe başladığını hatırlatan Karahan, “Geri dönüşüm sektörüne yönelik ilk imalatımızı demir-çelik sektöründeki taleplerden yola çıkarak hurda balyalama presleriyle başlattık. Zamanla ürün gamımız genişledi. Şu anda hurda balyalama presleri, hurda kesme makasları, kırıcılar, timsah makasları, polipler, konveyörler, manyetik ayırıcılar imal ediyoruz. Günümüze kadar Birim Makine markasıyla 140’ı yurtiçi, 160’ı yurtdışı olmak üzere 300’ü hurda balyalama presleri, 20’si hurda kesme makası olmak üzere toplam 400’e yakın Makine imalatı gerçekleştirdik” diye konuşuyor.

Avrupa firmaları ile yaşadıkları rekabette öğrendikleri tüm teknik gelişmeleri tüm müşterilerin hizmetine sunduklarını vurgulayan Karahan, felsefelerinin



yüksek kaliteyi, ileri teknoloji ile güvenilir bir şekilde uygun fiyatla sunmak olduğunu belirtti.

CEVHERDEN ÜRETİME GÖRE YÜZDE 70 DÜŞÜK MALİYET

Metal geridönüşümünün ekonomik olarak cevherden üretime göre yüzde 70 daha düşük maliyetli olduğunu belirten Karahan, ayrıca emisyon olarak da çevreye verdiği zararın malzeme cinsine göre yüzde 70-90 arasında değiştiğini söylüyor.

Karahan ayrıca Avrupalı rakiplerinin sunduğu tüm teknolojik yenilikleri ürünlerinde uygulamakta olduklarını aktararak, “Son olarak Metal talaşlarının geridönüşümü için Talaş Briketleme Presi imalatımızı tamamdık. Şu anda Türkiye’de iki firmada çalışır haldediler. Bir adet de üretimde bulunmaktadır. Ayrıca yıllık ciromuzun yüzde 3’ü

kadar bir kaynağı Ar-Ge çalışmalarına ayırmaktayız” diye konuşuyor.

Sektörde pek çok lider firmayla çalıştıklarını da belirten Karahan, özellikle Almanya ve İtalya gibi ülkelerle rekabet halinde olduklarını söylüyor.

Karahan son olarak, 2008 yılında 2007 yılına göre büyük cirosal artış yaşamamıza rağmen 2009 için henüz bir tahminde bulunamıyoruz. Zira ekonomik durum her an değişmektedir.

Ara Spot: Hurda balyalama presleri, hurda kesme makasları, kırıcılar, timsah makasları, polipler, konveyörler, manyetik ayırıcılar imal ediyoruz. Günümüze kadar Birim Makine markasıyla 140’ı yurtiçi, 160’ı yurtdışı olmak üzere 300’ü hurda balyalama presleri, 20’si hurda kesme makası olmak üzere toplam 400’e yakın Makine imalatı gerçekleştirdik

Güçlü bağlantılar Mitaş'tan

YARIM ASRI GEÇEN DENEYİMİ İLE 114 ÜLKEYE CIVATA İHRACATI YAPAN MİTAŞ, 2009 YILI HEDEFLERİNİ İŞE KRİZE RAĞMEN YÜKSEK TUTUYOR.

MİTAŞCIVATA

Mitaş Enerji Grubu bünyesinde 1955 yılında kurulan Mitaş Cıvata, enerji ve telekomünikasyon sektörleri için çelik yapıların tasarım, imalat, montaj ve taahhüt konularında faaliyet gösteriyor. 1997 yılında 6 bin metrekarelik kapalı alanda, yurt içi ve yurt dışındaki firmaların bağlantı elemanları ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla Ankara'da kurulan firma 114 ülkeye yaptığı ihracatla göz dolduruyor. Firmanın gelişim sürecinde cesur adımların yattığını belirten Mitaş Cıvata Genel Müdürü Serdar İskender, "Mitaş Cıvata, müşteri isteklerini dikkate alarak, kalite standartlarını titizlikle uygulayarak hizmet etmeyi amaçlamıştır. Bu amaçla, çalışanlarının tam katılımıyla sürekli iyileştirme, zamanında üretim, sıfır hata, takım çalışması gibi anlayışlarıyla, Toplam Kalite Yönetimi'ne giden yolda hızla ilerlemektedir. Mitaş Cıvata tarafından kurulan kalite sistemi, TÜV tarafından verilen ISO 9001:2000 ve ISO 14001:2004 belgeleriyle tescillenmişti" dedi.

M24X205 MM SOĞUK DÖVME CİVATA ÜRETEBİLEN TEK MAKİNA

Makine parkı ve teknolojik yatırımları, uluslararası pazarlarda, tanınmış bağlantı elemanları üreticileriyle rekabet edebilecek büyüklüğe ulaşan Mitaş son yıllarda yaptığı atılımlarla sektörde bir adım öne çıkmayı başardı. İhracatta yakaladığı ivmeyi kendini geliştirerek başaran firma bazı alanlarda ise Türkiye'de tek. Firmanın üç grup CNC kontrollü, hızlı kalıp değiştirme özelliğine sahip (quick-tool-change-version), Nedschroef/Belçika menşeli, dört istasyonlu soğuk dövme makineleriyle saatte 30 bin adet cıvata üretimi yapılabildiğini söyleyen İskender, "Türkiye'de, M24x205 mm soğuk dövme cıvata üretebilen tek makine Mitaş Cıvata makine parkında bulunmaktadır" dedi. Saatte bin 500 kilogram kapasiteli, ağırlık ve zaman ayarlı, otomatik beslemeli, giriş ve çıkışlarda yıkama sistemine sahip, atmosfer kontrollü, iki adet kontinyu ısıtma işlem hattımızda, yağda sertleştirme ve menevişleme işlemleri yapabildiklerini dile getiren İskender, ilk numune, sert-



Serdar İskender

Mitaş Cıvata Genel Müdürü

Uzak Doğu'dan kontrolsüz olarak çok düşük fiyatlara, yüksek tonajlarda ithalat yapılması, yerli üreticilerin rekabet şansını ortadan kaldırıyor.

lik kontrol ve onayla başlayan ısıtma işlem prosesi, operatörler tarafından yapılan ara kontrollerle, sürekli kontrol altında tutuklarını aktardı. Genel Müdür Serdar İskender, ısıtma işlem prosesi sonunda, mekanik laboratuvarlarımızda, malzemelerin mikro yapısının incelenmesi, darbe testi, sertlik, sertlik derinliği, karbürizasyon, dekarbürizasyon, çatlak kontrolü gibi metalografik testler yapıldığını belirtti. İskender sözlerine şöyle devam etti: "Mitaş bünyesinde bulunan Mekanik Atölye'de, mevcut CNC torna ve dik işlem tezgâhları, revolverler, ovalama makineleri ve diğer ekipmanlar kullanılarak, 75 mm çapına kadar çeşitli saplama, sonsuz dişli, U-cıvata, V-cıvata ve ankraj cıvataları imalatı yanında, her türlü talaşlı imalat yapılabilmektedir."

DÜNYA'NIN İHRACATINI YAPIYOR

Mitaş Cıvata şu an 114 ülkeye ihracat yapıyor. İhraç ettiği enerji nakil hattı direkleri, poligon direkleri, GSM direkleri,

aydınlatma direkleri ve diğer çelik yapılara ait bağlantı elemanlarını sağlıyor. Firma, dolaylı ihracatının yanında, Almanya, Fransa, İngiltere, İspanya, Yunanistan, Bulgaristan, Ukrayna, Nijerya, Birleşik Arap Emirlikleri, Mısır, Fas, Cezayir, Libya, Irak, İran, Suudi Arabistan, İsrail, Suriye, Türkmenistan, Azerbaycan ve Kazakistan'a doğrudan cıvata ihracatı gerçekleştiriyor. Mısır'da bulunan, uluslararası çelik konstrüksiyon sektöründe dünyaca tanınan Orascom ve NSF şirketlerinin onaylı tedarikçisi olduklarını belirten İskender, "Elektrik ve trafo sektörlerinde, ELTEL, ABB, AREVA, Schneider Elektrik'in farklı ülkelerdeki fabrika ve şantiyelerinin ihtiyaç duyduğu bağlantı elemanlarını tedarik etmiştir. Merkezleri ülkemizde bulunan ancak yaptıkları işlerle sınırlarımızı aşan, inşaat ve çelik konstrüksiyon sektörlerinde faaliyet gösteren, TEKFEN, ENKA, GAMA, GÜRİŞ, METİŞ, MESA, TEMSAN şirketlerinin yurt içi ve yurt dışı projelerinde ihtiyaç duydukları bağlantı elemanları ihtiyaçlarını karşılamıştır" dedi.

HAMMADDE İTHALATI BÜYÜK SORUN

Bağlantı elemanları sektörünün, en büyük sorununun, ithal edilmek zorunda kalınan hammadde olduğunu, bağlantı elemanları üretiminde kullanılacak orta ve yüksek karbonlu, nitelikli, soğuk dövmeğe uygun çeliklerin ithal edilmesinin bağlantı elemanları sektörü için oldukça büyük bir problem yarattığının altını çizen İskender, "Hammaddenin ithal edilmesi, girdi maliyetlerinin yükselmesine neden olmaktadır. İthalat nedeniyle, genel maliyet içerisindeki payı yüzde 55'i bulan hammadde maliyetleri, bağlantı elemanları sektörünün uluslararası piyasalarda rekabet şansını da azaltmaktadır" dedi. Ayrıca, hammadde tedarik süresinin uzunluğu, ithalatta yaşanan problemler, en az üç ay yetecek kadar stokta hammadde bulundurma zorunluluğu ve stokların getirmiş olduğu finans yükünün sıkıntısının en büyük kaynağı olduğunun altını çizdi. Öte yandan ihracat yapmaya çalışan bağlantı elemanları üreticilerini zor durumda kaldığını ifade eden İskender, "Hammadde fiyatlarının ithalat nedeniyle

“ Ülkemizde bağlantı elemanları sektörünün problemlerinin çözümü için öncelikli olarak ithal hammadde probleminin çözülmesi gerekiyor. Sıcak ve soğuk dövmeğe uygun, vakumlu ortamlarda üretilen nitelikli çeliklerin, yerli çelik üreticileri tarafından üretilmesi teşvik edilmeli. Bağlantı elemanlarının üretiminde kullanılacak hammaddelerin yerli üreticiler tarafından üretilmesi, maliyetlerin düşmesini sağlayarak, ihracatı artıracak diğer önemli etkenler arasında. ”

yüksek olması, iç piyasada Uzak Doğu'dan gelen ithal ürünlerle rekabet edilmek zorunda kalınması, üreticiyi düşük fiyatlarda malzeme almaya itmekte,

bu durum da kalitesiz bağlantı elemanlarının üretilmesine ve pazarlanmasına neden olmaktadır” şeklinde konuştu. Bağlantı elemanları sektöründeki iç pi-

yasadaki en önemli problem, satın alma sorumlularının bağlantı elemanlarının satın almalarını yaparken, proje uygun olarak, bağlantı elemanlarının kullanılacağı yere ve istenilen mukavemet değerine dikkat etmeden, sadece fiyat bazında değerlendirme yaparak malzeme talebi bulunmalarından kaynaklandığını söyleyen İskender, bu durumun sektörde haksız rekabetin doğmasına, ucuz ve kalitesiz üretim yapan firmaların rağbet görmesine neden olduğunu belirtti. İskender, satın alma sorumlularının bilgi eksikliklerinden kaynaklanan ve hayati derecede önemli olan bu durum düzeltilmediği sürece, kalitesiz bağlantı elemanlarını iç piyasada kullanılmaya devam edileceğinin altını çizdi.

ÜRETİME STANDART GETİRİLMELİ

İskender, “Çelik konstrüksiyon ve inşaat sektörlerinde, bağlantı elemanları standartlarında yüksek mukavemetli olarak tanımlanan kalite bağlantı elemanları kullanıldığını dile getiren İskender, çelik konstrüksiyon ve binalarda, bağlantı elemanlarının ağırlığı toplam çelik miktarının, yüzde 1-1,5 oranında değiştiğini söyledi. Ancak, fiyatsal olarak değerlendirme yapıldığında seçilen bağlantı elemanlarının büyük çaplı, yüksek kaliteli ve özel olması nedeniyle, bağlantı elemanlarının fiyatı çelik fiyatlarının, proje özelliğine göre iki ya da üç katına çıkabildiğini anlatan İskender, “Bu nedenle çelik taşeronları, maliyetleri aşağıya çekmek amacıyla toplam maliyet içindeki payı çok düşük olmasına rağmen, çelik yapılar için kritik olan bağlantı elemanlarını, ucuz ve düşük kaliteli Uzak Doğu'dan ithal edilen ürünlerden seçmektedirler. Bazı durumlarda ise çelik taşeronunun, ucuz bağlantı elemanı almak istemesini istismar eden bağlantı elemanları üretici ve tedarikçileri çelik taşeronunun bilgisi dışında, kalitesiz bağlantı elemanlarının satışını gerçekleştirmektedirler” dedi. İskender, çelik konstrüksiyon ve inşaat sektörlerinde kalitesiz bağlantı elemanlarının alımının önüne geçilebilmesi için civata, somun ve rondelalarda uluslararası standartlara uygun üretim yapan bağlantı elemanlarının tercih edilmesi gerektiğini vurguladı.



2009 İHRACAT HEDEFİ: 15 MİLYON DOLAR

Kriz ortamında şirketler yıllık hedeflerini yeniden şekillendirirken Mitaş, iç pazarda daralan talep sıkıntısını, dünya pazarlarına açılarak katma değeri yüksek, özel cıvata ve bağlantı elemanlarının üretimini yaparak çözdü. Kaynak Cıvatası, Uzay Çatı Cıvataları, Oto Korkuluk Cıvataları, Kasa Cıvataları, Şapkalı Cıvatalar, Hırsızlığa Karşı Emniyetli Cıvata ve Somun Seti (Anti Vandal Bolt and Nut), Domuz Kuyruğu, Deve Boyunu, Yük Kaldırma Halkaları, Teleskopik Dikme Cıvata ve Halkası, firma tarafından yapılabilen özel bağlantı elemanları olduğunu aktaran İskender 2009 yılı için kısa vadeli ciro hedeflerinden bahsetti. İskender, bir önceki yıla göre ciro hedeflerini yükselttiklerini söyledi. 2008 yılında Mitaş Enerji Grubu üzerinden 8 milyon Dolar, doğrudan ihracat olarak da 3,5 milyon Dolar olmak üzere toplam 11,5 milyon dolar bağlantı elemanı ihracatı gerçekleştirdiklerini dile getiren İskender, Mitaş Cıvata, 2009 yılı ihracat hedefi ise toplamda 15 milyon Dolar olarak belirlediklerini ifade etti.

“İTHALATTA YERLİ ÜRETİCİLERİ KORUYACAK TEDBİRLER ALMASI GEREKİYOR”

Kaçak ithalatın önüne geçilememesi gerektiğini ve bu problemin sektörün imajını zedelediğinin belirten İskender, özellikle Uzak Doğu'dan kontrolsüz olarak çok düşük fiyatlara, yüksek tonajlarda ithalat yapılması, yerli üreticilerin rekabet şansını ortadan kaldırdığını ifade etti. İthal malzemelerin yurt içine girişlerinde kalite kontrollerinin yapılmayışı, ucuz olmasına rağmen, kalitesiz bağlantı elemanlarının girişine neden olduğunun altını çizen İskender, “Ülkemizde bağlantı elemanları sektörünün problemlerinin çözümü için öncelikli olarak ithal hammadde probleminin çözülmesi gerekmektedir.

Sıcak ve soğuk dövmeğe uygun, vakumlu ortamlarda üretilen nitelikli çeliklerin, yerli çelik üreticileri tarafından üretilmesi teşvik edilmelidir. Bağlantı elemanlarının üretiminde kullanılacak hammaddelerin yerli üreticiler tarafından üretilmesi, maliyetlerin düşmesini sağlayarak, ihracatı artıracaktır” şeklin-



de konuştu. İthalatta yerli üreticileri koruyacak tedbirler alması gerektiğini ve bu amaçla, kaçak ithalatın engellenmesi ve ithalata düzenleme getirilmesi, sektö-

rün dünya ile rekabetteki gelişimini artıracak olduğunu söyleyen İskender, bu tedbirlerle, sektördeki atıl kapasitenin değerlendirilebileceğini aktardı.

Savunma sanayi



ihracatı hızlı artıyor

TÜRKİYE'NİN 2008 YILI SİLAH VE MÜHİMMAT İHRACATI İNCELENDİĞİNDE, SEKTÖR İHRACATININ BİR ÖNCEKİ YILA KIYASLA YÜZDE 49,4 ORANINDA ARTIŞ GÖSTEREREK 308,9 MİLYON DOLAR SEVİYESİNDE GERÇEKLEŞTİĞİ GÖRÜLÜYOR. 2009 YILI OCAK-MART DÖNEMİNDE TÜRKİYE'NİN SEKTÖR İHRACATI, 91,1 MİLYON DOLARA ULAŞTI.

Savunma sanayi tek başına kendine özel bir sektör gibi görünse de aslında kimyadan tekstile plastikten bilişime kadar pek çok alanı kapsıyor. Bu nedenle de hem savunma sanayine özel hem de başka alanlarda çalışmaları olan şirketlerin savunma sektörüne yatırım yapmaları ayrıca önemli. Özellikle KOBİ'lerin belli alanlarda uzmanlaşarak sadece Türkiye'deki savunma sanayine değil dünya sanayine iş yapabilecek atımlara girmesi gerekiyor. Bunu yapabilmek için pazar şartlarını iyi görebilmek ve belli bir alana odaklanmak yeterli. KOBİ'ler ayrıca TAI, Aselsan, Roketsan, Havelsan ve Otokar gibi Türkiye savunma sanayindeki ana oyuncularla birlikte çalışarak veya çalışma yollarını arayarak da fırsatları değerlendirebilirler. Gelişimde en önemli dinamo olan KOBİ'ler, böylece sanayi alt yapısını geniş bir alana yaymış olurlar.

Ayrıca 1998'de Bakanlar Kurulu'nun onayladığı 'Türk

Savunma Sanayii Politikası ve Stratejisi Esasları' ve Savunma Sanayi Müsteşarlığı'nın 2007 - 2011 Stratejik Plan'ının savunma sanayinin gelişiminde yeni bir dönem açması bekleniyor. Savunma Sanayii İmalatçılar Derneği (SaSad) Genel Sekreteri M. Kaya Yazgan, TUSAŞ Türk Havacılık ve Uzay Sanayii A.Ş. Pazarlama ve Strateji Şefi Aykut Alpberk ve Otokar Genel Müdürü Serdar Görgüç Moment Expo'nun sektörle ilgili sorularını yanıtladı.

SEKTÖRÜN TÜRKİYE'DEKİ DURUMU

Türkiye'nin 2008 yılı silah ve mühimmat ihracatı incelendiğinde, sektör ihracatının bir önceki yıla kıyasla yüzde 49,4 oranında artış göstererek 308,9 milyon dolar seviyesinde gerçekleştiği görülmüştür. 2009 yılı Ocak-Mart döneminde Türkiye'nin sektör ihracatı, 91,1 milyon dolara ulaşmıştır.

2008 yılında Türkiye'nin sektör ihracatı ürün bazında ele alındığında, 66,3 milyon dolar ile birinci sırada 'tanklar ve

diğer zırhlı savaş taşıtlarının yer aldığı görülmektedir. Sektör ihracatındaki ikinci kalem ise 50,6 milyon dolar ile 'tanklar ve diğer zırhlı savaş taşıtlarının diğer aksam; parçaları' olmuştur. En fazla ihracat artışı, sırayla 'tanklar ve diğer zırhlı savaş taşıtlarının diğer aksam; parçaları'nda ve 'revolver ve tabancalara ait fişekler, aksam; parçalar'da kaydedilmiştir.

2008 yılı Türkiye'nin ülkeler bazında sektör ihracatı incelendiğinde, 45 milyon dolar ile Suudi Arabistan'ın ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Türkiye'nin sektör ihracatında diğer önemli pazarları ise sırasıyla Nijerya (40,5 milyon dolar), ABD (28,1 milyon dolar), Hollanda (26,5 milyon dolar) ve Gürcistan (24,7 milyon dolar) olmuştur. Diğer taraftan, Türkiye'nin sektör ihracatındaki ilk 10 ülke arasında en fazla ihracat artışı gerçekleşen ülke Suudi Arabistan olurken, onu Nijerya takip etmiştir. İhracatında düşüş yaşanan ülkeler sırasıyla ise Birleşik Arap Emirlikleri ve ABD olmuştur. Dünya sektör ithalatında ilk sırada yer alan ABD, Türkiye'nin sektör ihracatında ilk 3 ülke arasında yer almıştır.

TÜRKİYE'NİN SİLAH VE MÜHİMMAT İTHALATI

Türkiye'nin 2007 yılında 251,1 milyon dolar

olarak gerçekleşen silah ve mühimmat ithalatı, 2008 yılında yüzde 20,5 artarak 302,6 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. 2009 yılı Ocak-Mart döneminde ise Türkiye'nin sektör ithalatı, 81,6 milyon dolara ulaşmıştır.

Türkiye'nin sektör ihracatındaki ikinci önemli kalem olan 'tanklar ve diğer zırhlı savaş taşıtlarının diğer aksam; parçaları', sektör ithalatında 239,5 milyon dolar ile ilk sırada yer almakta ve ülkenin toplam sektör ithalatının yüzde 79,2'sini teşkil etmiştir. 'Av tüfeği için fişekler', sektör ithalatında 12,6 milyon dolarlık ithalat değeri ile en önemli ikinci ithalat kalemi olmuştur. Diğer taraftan, 'diğer fişeklerin aksam, parçaları'



ithalatında en fazla düşüş görülen kalemdir. 2008 yılında silah ve mühimmat sektöründe, Türkiye'nin başlıca tedarikçisi, bir önceki senede olduğu gibi İsrail olmuştur. 2007 yılında yaklaşık 142,7 milyon dolar değerinde silah ve mühimmat ithal edilen İsrail'den, 2008 yılında yaklaşık 150,6 milyon dolar değerinde sektör ithalatı gerçekleşmiştir. 2008 yılında sektör ithalatımızda ilk sırada yer alan İsrail'i, 88,9 milyon dolar ile Almanya, 18,2 milyon dolar ile İtalya takip etmiştir. Türkiye'nin sektör ithalatındaki ilk 10 ülke arasında en fazla ithalat artışı gözlenen ülke Avusturya olup, onu Slovakya takip etmiştir.

“100'Ü AŞKIN ÜYEMİZ VAR”

Savunma Sanayii İmalatçılar Derneği (SaSad) Genel Sekreteri M. Kaya Yazgan savunma sanayii sektörünün öne çıkan sorunlarını şöyle açıklıyor: 'Savunma Sanayii İmalatçılar Derneği – SaSaD olarak 100'ü aşkın üyemizle bu konuda sürekli bir iletişim içinde olmaya çalışıyoruz. Sektörün sorunlarını 2008 sonbaharında Milli Savunma Bakanlığı ile yaptığımız kapsamlı bir toplantıda ele aldık. 2009 başında yaptığımız bir anketle de üyelerimizin küresel krizden ne kadar etkilendiklerini belirlemeye çalıştık.

Elde ettiğimiz verilere göre savunma

sektörümüz Türk Silahlı Kuvvetlerinden aldığı projeler açısından günümüzde önemli bir zorlukla karşı karşıya değil. Sektörümüzdeki projeler daha uzun vadeli bir yapılanma içinde. Sektördeki ciro, ihracat ve Ar-Ge çalışmaları için kuruluşlarımızın öz kaynaklarından yaptıkları harcamaların artışına baktığımızda, düzenli bir gelişim görüyoruz: Bunları söylerken küresel krizden hiç etkilenmedik demek istemiyorum. Sektörün alt

SİLAH VE MÜHİMMAT İHRACATI

Birleşmiş Milletler (BM) İstatistik Bölümü verilerine göre 2007 yılında savunma sanayii için silah ve mühimmat ihracatı, bir önceki yıla göre yaklaşık yüzde 17 artış göstererek 9,7 milyar dolar değerini aşmıştır.

Dünya sektör ihracatında ilk sırada ABD yer almakta, bu ülkeyi Kanada ve İtalya takip etmektedir. Türkiye, 2007 yılında, silah ve mühimmat ihraç eden ülkeler arasında 15. sırada yer almıştır. Sektör ihracatı yapan ilk 10 ülke arasında en fazla ihracat artışı yüzde 50,6 ile Brezilya'da gözlenmiştir. Söz konusu ülkenin dünya sektör ihracatındaki içerisindeki payı yüzde 2,06'dır.

yüklenicilerinin sivil üretimleri vardı. Örneğin savunma alanında çalışan bir üretici otomotiv, makine imalatı gibi sektörler için de önemli boyutta iş yapıyordu. Sivil piyasalardaki daralma ile bu sanayicilerin zorlukla karşılaştıklarını gözlemliyoruz. Düzenlediğimiz ankette üyelerimizin yüzde 53'ünün sivil sektördeki daralmadan etkilendikleri yanıtını aldık. Uzun süre sektörümüze başarı ile ürün vermiş alt yüklenicilerin düştüğü bu zorluk kuşkusuz hepimizi etkiliyor. İkinci sorun alanı ise bankalarla ilgili. Sektörümüzdeki nispeten küçük şirketlerin kredi ve teminat mektubu almakta zorlandıklarını görüyoruz. Faizlerin ve banka masraflarının yüksekliği en belirgin şikâyetler. Yine topladığımız verilere başvurursak üyelerimizin yüzde 32'si banka faizlerinin yüksek olduğunu, yüz-

DÜNYA SAVUNMA SANAYİİ İÇİN SİLAH VE MÜHİMMAT İHRACATI (BİN \$)

	Ülke Adı	2006	2007	% Değişim
1	ABD	3.790.973	4.240.217	11,85
2	Kanada	547.106	708.535	29,51
3	İtalya	506.804	612.854	20,93
4	Almanya	378.266	457.777	21,02
5	Fransa	396.455	441.317	11,32
6	Norveç	285.105	370.070	29,80
7	Fildişi Sahilleri	352.108	319.176	-9,35
8	İsviçre	245.613	294.750	20,01
9	İspanya	142.122	209.203	47,20
10	Brezilya	132.545	199.688	50,66
	Diğer Ülkeler	1.525.959	1.849.348	21,19
	TOPLAM	8.303.056	9.702.935	16,86

Kaynak: BM İstatistik Bölümü
Not: "Savunma Sanayii için Silah ve Mühimmat" mal grubu sınıflandırması, Orta Anadolu Makine ve Aksamları İhracatçıları Birliği iştiğal alanına göre yapılmıştır.



de 26'sı teminat mektubu giderlerinin yüksek olduğunu belirtti.”

“DEVLETTEN DEVLETE KREDİ SİSTEMİ YARARLI OLUR”

SaSad Genel Sekreteri Yazgan sektörün gelişimi için yapılması gerekenleri ise

şöyle sıralıyor: “Sektörün düzenli bir gelişim içinde olduğunu, Savunma Sanayii Müsteşarlığı'mızın stratejik planında yer aldığı gibi 'savunma sanayiini özgün yurt içi çözümler sunabilecek ve uluslar arası alanda rekabet edebilecek şekilde yapılanması' doğrultusunda iler-

lediğimizi düşünüyorum. Milli Savunma Bakanı Vecdi Gönül geçenlerde “Türk Silahlı Kuvvetlerinin savunma sanayii ürünlerinin yurt içi kaynaklardan karşılanma oranının 2008'de yüzde 44'ü aştığını” belirtti. Bu önemli bir gelişim işareti. Gelişimin hiçbir zaman yeterli olmadığını da biliyoruz. Özellikle silahlı kuvvetlerimizdeki kullanıcı - satın alma makamı - sanayici üçgeninin daha yakın bir güç birliği içinde çalışmasının daha başarılı sonuçlar almamızı sağlayacağına inanıyor ve SaSaD olarak çalışmalarımızı bu amaca yönlendiriyoruz. Sektörümüz ihracat potansiyeli açısından da ilginçtir. Birçok büyük ülkede olduğu gibi satış potansiyeline sahip olduğumuz ülkeler için uygun koşullu devletten - devlete kredi sisteminin kurulması çok yararlı olacaktır. Bu konu yalnızca savunma ürünlerinin ihracı açısından değil Türkiye'nin stratejik önemi açısından da değerlendirilmesi gereken bir konudur.”

Sanayinin küresel bir kriz içinde olduğunu ve çok ivedi sorunlarının bulunduğu söyleyen Kaya, “Ama biraz da-



ha uzun vadeli bir değerlendirme yapmamız gerektiğine de inanıyorum” diye konuşuyor. Kaya şöyle devam ediyor: “İlk olarak son yıllarda üretime yeterince önem verilmediğini; daha çok ticaretin, hizmetlerin, finansmanın öne çıktığını gözledik. Unutmayalım ki gayri safi yurtiçi hasıla artışının yavaşlaması, sanayi üretim indekslerinin, kapasite kullanımının, verimliliğin azalması veya işsizliğin artması kriz öncesinde de olumsuz gidişe ilişkin işaretler veriyordu. Küresel kriz bir yana bu konuda daha uzun vadeli düşünmeli ve bir ‘üretim kültürü’ geliştirmeliyiz. Yine stratejik açıdan ele almamız gereken bir konu da Ar-Ge ve yenilikçilik konusu. Kendi

markalarımızı oluşturamadığımız, ürettiğimiz üründe yenilik yapıp beyin gücümüzü, yerli katkımızı arttıramadığımız bir ortamda küresel dalgalanmalar ülkemizdeki üretimi çok daha derinden etkiliyor. Örneğin otomotivde yurt dışı firmaların siparişlerini kısıttığı ortamda onlardan aldığı siparişlerle üretim yapan sanayici zor duruma düşüyor. Örnek verdiğim otomotiv alanında bir marka yaratmanın zorluğunu düşünabiliyorum. Uluslararası sert rekabet ortamında yan sanayiciye bırakılan küçük kâr paylarıyla Ar-Ge yapmanın zorluklarını da anlıyorum. Yine de ulusal boyutta öncelik vereceğimiz yatırım alanları, teknolojiler ve özendirmelerle; ama

her şeyden önemlisi bir ‘yenilikçi kültür’ geliştirerek bir şeyler yapabileceğimize inanıyorum.”

“SAVUNMAYA AYRILAN KAYNAKLAR KATMA DEĞER YARATMALI”

Otokar Genel Müdürü Serdar Görgüç’a göre ise savunma sanayinin sorunları şöyle: “Türkiye’nin savunma sanayiini genel olarak değerlendirdiğimizde, maalesef henüz sanayileşmesini tamamlayamadığını ve bazı özel mamuller dışında, yaygın olarak rekabet edebilir üretici ülkeler kategorisine giremediğini görüyoruz. Dünyanın en büyük ordularından birine sahip olan Türkiye, orta gelir



ğı'nın (SSM) öncülüğünde 'millileştirme - yerli katkı' vizyonu çerçevesinde konulan 2010 yılı sonuna kadar savunma sistem ihtiyaçlarının yurtiçinden karşılanması oranının yüzde 50'lere çıkartılması hedefi sektörümüz adına umut veren gelişmelerdir. Öncelikli olarak savunma sanayii alanında faaliyet gösteren şirketler, milli imkanlarla hizmet verebilmek için araştırma geliştirme çalışmalarına ağırlık vermek, kullanıcı beklenti ve ihtiyaçlarına uygun ürünleri maliyet etkin olarak ortaya çıkarmak ve özgün çalışmalar ile sektörde varlığını sürdürmek zorundadır. Devlet ise varlığını sürdüren sektörün geliştirilmesi konusuna odaklanarak, sektörün büyümesi ve rekabetçi yapılara kavuşması için yön verici olmalı; 'millileştirme' çalışmalarına ek olarak bazı destekleme çalışmalarını da gündeme getirmelidir. Yerli katkı vizyonu ile hareket ederken, dikkat edilmesi gözden kaçırılmaması gereken en önemli nokta; stratejik olduğu kadar maliyet etkin hareket edilerek sektörün sağlıklı büyümesinin sağlanması ve sektörün varlığının sürdürülebilirliği için gerekli alt yapıların hazırlanmasıdır."

"İÇ PAZAR ODAKLI OLMAMALIZ"

Savunma sanayiinde bir diğer önemli konunun da ihracat olduğunu vurgula-

SİLAH VE MÜHİMMAT İTHALATI

2007 yılında sektör ithalatı, bir önceki seneye kıyasla yaklaşık yüzde 6,7 oranında artarak 9,4 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

3 milyar dolar ithalatı ile ABD, dünya genelinde silah ve mühimmat ithalatı yapan ülkeler arasında lider konumunda yer almıştır. ABD'yi Kanada, Suudi Arabistan, Avustralya ve Mısır takip etmiştir. Türkiye, 2007 yılında dünya sektör ithalatında 36. ülke konumunda yer almıştır.

yan Görgüç şöyle devam ediyor: "Savunma sanayiinin iç pazar talebi odaklı olarak tek müşteri için çalışmasıyla varlığını sürdürmesi günümüz koşullarında ekonomik olarak mümkün değildir. Savunma sanayii şirketleri varlığını idame ettirebilmek için devlete muhtaç olmamalı, devlet de şirketlerin devletin üzerinde yük olacak yapılara dönüşmelerine izin vermemelidir. Kârlı ve kredibilitesi yüksek şirketler sektörün gelişimine her zaman pozitif katkı sağlayacaktır. Bu nedenle sektördeki şirketlerin, tek kullanıcı veya kaynağa bağlı olmadan, kendi ayakları üzerinde durabilen, dünya çapında rekabetçi yapılar olma hedefine odaklanması gerekmektedir. Şirketlerin, varlıklarını idame ettirebilmesi için teknolojiye hakim ve sahip olması; yıllık ve dönemsel ekonomik dalgalanmalara karşı durabilecek, tek ürüne ve tek kullanıcıya dayalı olmayan, sivil / ti-

düzeyinde gelişme halindeki bir ülke olması sebebiyle savunma sanayiinin ön- de gelen ülkelerinden biri haline gelemiyor. Bu nedenle, savunmaya ayrılan kaynakların; daha büyük katma değer yaratabilmesi gerekiyor. Bu kaynaklar ile ülkenin genel teknolojik altyapısı ve endüstriyel üretim ve rekabet potansiyeli daha kuvvetli bir şekilde geliştirilmelidir. Bu durumda da karşımıza çıkan gerçek; savunma sistemlerinin mümkün olan en uygun ve katlanılabilir ömür devri (ekonomik) maliyetleriyle tedarik edilmesi zorunluluğudur.

Bugün gerek etkin kaynak kullanımı ve gerekse teknolojiye hâkim olma anlamında, Savunma Sanayii Müsteşarlı-

DÜNYA SAVUNMA SANAYİİ İÇİN SİLAH VE MÜHİMMAT İTHALATI (BİN \$)

	Ülke Adı	2006	2007	% Değişim
1	ABD	2.290.776	3.060.208	33,59
2	Kanada	505.660	587.949	16,27
3	Suudi Arabistan	329.615	487.069	47,77
4	Avustralya	378.390	465.087	22,91
5	Mısır	374.476	424.516	13,36
6	Güney Kore	309.689	416.680	34,55
7	Fildişi Sahilleri	293.038	259.477	-11,45
8	İngiltere	164.001	258.641	57,71
9	Polonya	147.378	218.465	48,23
10	İsviçre	258.886	198.797	-23,21
	Diğer Ülkeler	3.704.556	2.971.776	-19,78
	TOPLAM	8.756.465	9.348.665	6,76

Kaynak: BM İstatistik Bölümü

Not: "Savunma Sanayii için Silah ve Mühimmat" mal grubu sınıflandırması, Orta Anadolu Makine ve Aksamları İhracatçıları Birliği iştirak alanına göre yapılmıştır.



ve çekişmeye sürüklenmeden desteklenmesi ve yönlendirilmesi gereklidir. Sektör kendi içinde rekabet yerine, global ölçekte rekabete özendirilmelidir.”

“BÜYÜK PROJELERDE DESTEKLENMELİYİZ”

Kendi ayakları üzerinde duran şirketlerin daha büyük projelerde görev alabilmek için desteklenmeleri gerektiğini aktaran Görgüç şöyle devam ediyor: “İç rekabetten uzak bir ortamda uzmanlık alanlarında gelişimi ve büyümesi için korunmalıdır. Şirketlerin üstlendikleri görevlerde daha etkin ve başarılı olabilmeleri için şirket büyüklüklerinin üstlendikleri proje büyüklüğü ile uyumlu olması gereklidir. Sektörde teşvik edilen ve desteklenen uzmanlaşma ile bu mümkün olabilecektir. Şirketler, bu sayede gelişerek sürdürülebilir büyümeyi yakalayacaktır. Teknolojiye sahip olarak

cari ve askeri mamuller üretebilen yapılar kurması önemlidir.

Bu alanda devlete düşen sorumluluk dünya çapında rekabet gücü olmayan ürün ve projelerle sektörün varlığını sağlamak değil; kendi çalışmaları ile ayakta duran şirketlerin gelişimine destek olmaktır. Bu anlamda en rasyonel desteklerden biri, ülke savunma sanayiinin yurtdışında da tanıtılması ve ihracatının desteklenmesi olacaktır. Bir ikinci destek ise kuşkusuz maliyet etkin ve kullanıcının isteklerini karşılayan yerli ürünlerin ülke içinde kullanımının teşvihi olacaktır.”

Otokar Genel Müdürü Görgüç ayrıca savunma sanayiinin büyük emek, kaynak gerektiren ve uzmanlık alanları yaratılması gereken bir alan olduğuna değinerek, “Dünyadaki savunma sanayiinde aynı alanda faaliyet gösteren şirketlerin konsolidasyon trendini göz önüne alarak, sektörün ulusal kalabilmesi için uzmanlaşmanın stratejik öneme sahip olduğunu söyleyebiliriz” diyor. Görgüç şöyle devam ediyor: “Sektörün sağlıklı gelişimi açısından, devleti savunma sanayiini bir bütün olarak değerlendirilmeli, her alanda bir uzman yaratılması ve şirketlerin kendi aralarında rekabet



SAVUNMADA YENİ DÖNEM

Daha önce sivil ürünler için kurulan Otokar, Mercedes, BMC ve Nurol Makina gibi şirketlerin 1985 sonrasında savunma ürünlerine yöneldiğini ve Roketsan (1988) örneğinde olduğu gibi özel girişim öncülüğünde yeni şirketler kurulduğu görülüyor.

Ayrıca bu dönemde bir Avrupa ortak üretim projesi olarak örgütlenen Stinger hava savunma füzelerinin ortak üretimine Türkiye'nin de katılması, hem Milli Savunma Bakanlığı, hem de savunma sanayinin yetenekleri açısından önemli kazanımlar sağladı.

1998'de Bakanlar Kurulu'nun onayladığı 'Türk Savunma Sanayii Politikası ve Stratejisi Esasları' ve Savunma Sanayi Müsteşarlığı'nın 2007 - 2011 Stratejik Plan'ının savunma sanayinin gelişiminde yeni bir dönem açması bekleniyor.

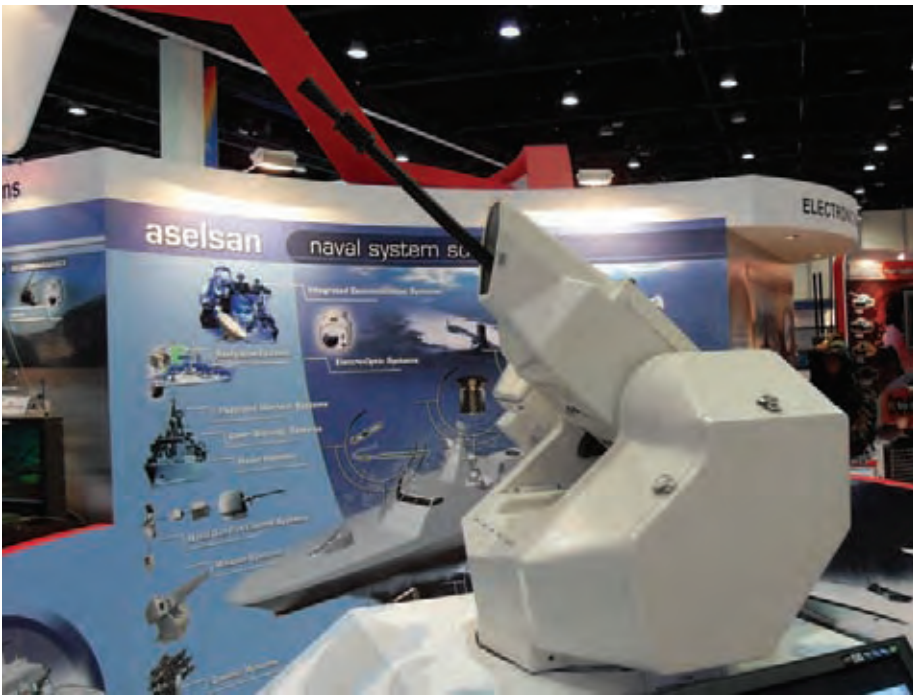
fikri ve sanayii mülkiyet hakları kendisine ait ürünlerle yurtiçinde en iyi hizmeti verirken; yurtdışında da başarıya ulaşan şirketler yeni ve farklı müşteriler ile kendini geliştirerek ulusal savunmaya daha farklı bakış açıları ve daha yeni ürünler getirebilecektir.

Millileşen savunma sanayii, ihracat potansiyeli yüksek bir alan olarak ülke ekonomisine de pozitif katkı sağlayacaktır. Uzmanlığı artan ve gelişen şirketler, maliyet etkin projelerle sektöre daha iyi hizmet verebilecek; özellikle kullanıcıyla ve kendi alanlarında ihtisas sahibi alt yüklenicilerle işbirliği içinde olanlar sektörün gelişimine de olumlu katkı sağlayacaktır."

"İNSAN KAYNAĞI ÖNEMLİ BİR SORUN"

TUSAŞ Türk Havacılık ve Uzay Sanayii A.Ş. (TAI Turkish Aerospace Industries INC.) Pazarlama ve Strateji Şefi Aykut Alpberk, savunma sanayinin sorunlarının TOBB Savunma Sanayi Sektör Meclisi tarafından ele alındığını aktararak, aynı zamanda Savunma Sanayi İmalatçıları Derneği'nin de bu konuda sektör adına çalışmalarını bulunduğunu ve TAI olarak bu çalışmalara katıldıklarını söylüyor.

TAI Pazarlama ve Strateji Şefi Alpberk sektörün önüne çıkan sorunları şöyle sıralıyor: "Şu anda savunma sanayinin genelinde en önemli sorunun insan kaynağı olduğunu düşünüyorum. Savunma projeleri kabuk değiştirdi. 2000'li yılların başından itibaren artık sanayinin rolü hem teknolojik katkısı açısından





dan hem de projelerin ortaya koyduğu iddialar açısından farklılaştı. Projeler ciddi bir nitelik değişimine uğradı ve bu durumda bu nitelik değişimini karşılayacak insan kaynağının kısa zaman içinde hazırlanması ciddi bir sorun haline geldi. Ancak bugün tabii bu sorun önemli bir anlamda aşılmış durumda.

Bundan sonra da sektör yine büyüme dinamiğini sürdürecektir. Bu büyüme temposuna ayak uydurmak üzere değişik çalışmalarımız devam ediyor. Bunun dışında bir diğer öne çıkan sorun olarak da, bunlara sorun derken aslında sektörün büyümesinden kaynaklandıklarını vurgulamak isterim. Aslında

da içinde sorun ama kendi içinde de pozitifliği olan şeyler bunlar. Dünyada savunma sanayindeki değişim giderek daha hızlı olmaya başladı. Bu hız tabii ki bizim silahlı kuvvetlerimizin tedarik planlarını da etkiliyor doğal olarak. Onların planlarına ayak uydurabilecek bir hızla erişmemiz gerekiyor. Çünkü bugün dünyada uygulanan bir sistemi, 3-5 yıl içinde Türkiye’de geliştirmek teknik olarak mümkün değil. Daha uzun vadeli planlamalara ihtiyaç var. Bu da bir sorun değildir. Düzeltilmeye çalışılan bir konu olarak söyleyebilirim.”

“ODTÜ İLE İŞBİRLİĞİ YAPIYORUZ”

Ayberk çözüm önerilerini ise şöyle sıralıyor: “İnsan kaynağını çözmek üzere biz TAI şirketi olarak ODTÜ (Orta Doğu Teknik Üniversitesi) ile bir anlaşmamız var. Cooperation (işbirliği) programı adı altında seçilen buradaki öğrencileri ikinci sınıftan itibaren havacılığa ısındırıyoruz. ODTÜ Teknokent’te tasarım çalışmalarına, yine Akıncı’daki tasarım çalışmalarına part-time olarak katılıyorlar.

4. sınıfa kadar bu arkadaşlarımız stajlarını da burada yapmış oluyorlar. Diğer taraftan da belli bir ödeme yapıyoruz. Bu arkadaşlarımız mezun olduklarında artık yeni mezun değil de, tasarım yapabilecek hale gelerek mezun oluyorlar. Havacılıkta kariyerlerine diğer emsallerine göre 3-4 yıl gibi önden başlama şansını yakalıyorlar. Bizler de tabii öğrencilik dönemlerinden itibaren kendi kültürümüze ve tasarımlarımıza uygun olarak yetiştirdiğimiz bu arkadaşlarımızla doğrudan tasarım yapabileme şansını yakalıyoruz.

Bu bir çözüm yolu. Yine tekniksel anlamda kompozit gelişen bir alan. Sosyal sorumluluklarımızı yerine getirmek üzere ciddi bağışlarda bulunuyoruz. Şirketimizin de yer aldığı Kazan bölgesinde bulunan Anadolu Endüstri Meslek lisesindeki müfredat bizim kompozit alanındaki ihtiyaçlarımıza göre şekilleniyor. Oradaki teknik lisedeki öğrenci arkadaşlarımızda havacılıkta çalışabilecek yeterlilikte bir eğitim alt yapısına kavuşmuş oluyorlar. Stajlarını şirketimizde yapıyorlar ve mezun olduklarında doğrudan iş bulma garantisi yakalıyorlar ya da işe alınma potansiyeli en yüksek kişiler arasına girmiş oluyorlar.

Diğer konuda uzun vadeli planlama. Bu konuda da çözüm önerileri olarak birlikte çalışma söylenebilir. Bu çok önemli. Özgün projelerin bize getirdiği avantajlar var. Kullanıcı yani Türk Silahlı Kuvvetleri ile onların ihtiyaçlarını karşılamak için bu şirketler kuruldu. Özgün projelerde onlarla doğrudan çalışma ve ihtiyaçları birlikte tanımlayabilme şansını yakaladık.

Birlikte çalışabilme örnekleri arttıkça birbirimizi anlama ve gelecek planları birlikte sanayinin de kabiliyetini geliştirme yönünde önemli adımlar atıyoruz.

Bu çözüm önerisi kısaca birlikte çalışma tabanının genişletilmesi diye söyleyebiliriz.”

Ayberk sektörün gelişimi için yapılması gerekenleri ise şöyle sıralıyor: “Savunma sektörü tek başına kendine özel bir alanı olan bir sektör gibi algılanabiliyor ancak bildiğiniz diğer tüm sektörlerle kimyasından plastiğe ve tekstile kadar her alanla ilgili olan bir sektör. Bu alanda savunmaya özel veya hali hazırda başka alanlarda yatırım yapan şirketle-



rin yatırım yapmaları çok önem kazanıyor. KOBİ'lerin de belli alanlarda uzmanlaşarak sadece Türkiye'deki savunma sanayine değil dünya sanayine iş yapabilecek atılımlara girmesi gerekiyor. Bunlar çok çok büyük şeyler değil. Pazar şartlarını iyi görebilmek ve belli bir alana odaklanmak yeterli. Türkiye savunma sanayindeki ana oyuncularla

TAI, Aselsan, Roketsan, Havelsan, Otokar ve buna benzer şirketlerle birlikte çalışarak onlarla çalışma yollarını arayarak o fırsatları da görebileceklerini düşünüyorum. Gelişimde en önemli dinamikonun KOBİ'lerde olacağına inanıyorum. Sanayi alt yapısı da oldukça genişlemiş bir tabana yayılmış olacak. Bu da önemli bir gelişim sağlayacaktır.”

TÜRKİYE'NİN ÜLKELERE GÖRE SAVUNMA SANAYİİ İÇİN SİLAH VE MÜHİMMAT İHRACATI (\$)

	ÜLKE ADI	2007	2008	2009 (Ocak-Mart)	% DEĞİŞİM 2007/2008
1	SUUDİ ARABİSTAN	8.006.879	45.044.148	8.282.648	462,57
2	NİJERYA	14.330.000	40.469.398	9.724	182,41
3	ABD	47.930.802	28.156.108	7.610.370	-41,26
4	HOLLANDA	1.535.428	26.477.837	19.643	-
5	GÜRCİSTAN	14.484.546	24.741.859	49.819.610	70,82
6	KOLOMBİA	786.452	16.049.877	1.144.864	-
7	İTALYA	14.295.409	16.020.506	3.012.676	12,07
8	BİRLEŞİK ARAP EMİR.	22.820.120	11.100.521	400.000	-51,36
9	ALMANYA	7.263.388	8.396.692	3.638.973	15,60
10	SLOVENYA	27.060	6.677.382	0	-
	DIĞER ÜLKELER	75.295.045	85.833.816	17.171.554	14,00
	TOPLAM	206.775.129	308.968.144	91.110.062	49,42

Kaynak: TÜİK Verileri

Not: "Savunma Sanayii için Silah ve Mühimmat" mal grubu sınıflandırması, Orta Anadolu Makine ve Aksamları İhracatçıları Birliği istigal alanına göre yapılmıştır.

Makine sanayinin planı var



**SANAYİ VE TİCARET BAKANLIĞI SANAYİ GENEL MÜDÜRLÜĞÜ
İLE SEKTÖR TEMSİLCİLERİ MAKİNE SEKTÖRÜNÜN KRİZDEN
ETKİLENMEMESİ İÇİN ÇALIŞMALARA KRİZİN ADI
DUYULDUĞUNDA BAŞLADI. PEKİ ALINAN ÖNLEMLER NELERDİ?**

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Sanayi Genel Müdürü Mesut Gülcüler ile Sanayi Politikası ve Sektörel Stratejiler üzerine yaptığımız haber çalışmasında Gülcüler sektör için önemli çalışmalar yapıldığını ve bu çalışmaların meyvelerinin toplanmaya başladığını aktardı. Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Makina Mühendisliği bölümünden 1980 yılında mezun olan Mesut Gülcüler çalışma hayatına 1977 yılında başlamış. Kontrol Mühendisliği, Şube Müdürlüğü, Daire Başkanlığı, Sanayi Genel Müdür Yardımcılığı ve eş zamanlı olarak Küçük Sanatlar ve Sanayi Bölgeleri ve Siteleri Genel Müdürlüğü'nde Genel Müdür Yardımcılığı da yapam gülcüler TASKO Birlik Denetleme Elemanlığı ve TSE Makina Standart Hazırlama Komitesi üyeliği görevlerinde bulunmuş. Makine sektörünün içinden gelen Gülcüler 3 yıla yakın bir süredir Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Sanayi Genel Müdürü olarak görev yapıyor. "Sanayi Politikası ve Sektörel Stratejiler" hakkında verdiği bilgiler ise ne denli yoğun bir gündeme sahip olduklarını gösteriyor.

SANAYİ POLİTİKASI VE SEKTÖREL STRATEJİLER

Türkiye'de Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) organizasyonlarında ilgili kurum ve kuruluşlar ile özel sektörden katılımcılarla oluşturulan komisyonlar marifetiyle kalkınma planları ve Özel İhtisas Komisyonu Raporları oluşturuluyor. Bu çerçevede en son hazırlanan ve 2007-2013 dönemini kapsayan 9'uncu "Kalkınma Planı" 1 Temmuz 2006 tarihli ve 26215 sayılı Mükerrer Resmî Gazete'de yayımlandı. Bununla birlikte aynı dönemde, 2005/18 sayılı Başbakanlık Genelgesiyle başlatılan çalışmalar çerçevesinde geniş bir konu yelpazesini kapsayacak biçimde oluşturulan 57 Özel İhtisas Komisyonu çeşitli sektörlerle ilgili Özel İhtisas Komisyonu Raporları hazırlandığını söyleyen Mesut Gülcüler, "Bu raporlardan birisi de "Makina ve Metal Eşya Sanayi Özel İhtisas Komisyonu Raporu"dur. Bununla birlikte yine DPT organizasyonunda organizasyonlarında ilgili kurum ve kuruluşların destekleriyle 2003 yılında Sanayi Politikası



Mesut Gülcüler

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Sanayi Genel Müdürü

Sanayi Strateji Planı ile ilgili çalışmanın bazı başlıklar altında topladıklarını aktaran Mesut Gülcüler, Genel hedeflerinin makine sektörünün rekabet gücünün artırılmak olduğunu söyledi.

Belgesi hazırlanmıştır" dedi. AB'ye tam üyelik yolunda 2006 yılında 32 başlık altında yürütülen taramalar sonrasında müzakere edilmek üzere açılan ilk başlıklar arasında yer alan ve koordinasyonu ile eş başkanlığını yürüttüklerini dile getiren Gülcüler, "Bakanlığımız tarafından yürütülen "İşletmeler ve Sanayi Politikası" faslı görüşmeleri neticesinde; "İşletme ve Sanayi Politikası Fası"nın geçici olarak kapatılabilmesini teminen, 2003 Sanayi Politikası Belgesinin söz konusu Belgede atıfta bulunulan sektörlerde hazırlanacak stratejiler derc edilerek revize edilmesi gerektiği sonucuna varılmıştır. Bu görev ise Sanayi ve Ticaret Bakanlığı verilmiştir" şeklinde konuştu. Bu doğrultuda yürütülen çalışmalar sonrasında 2003 yılı Sanayi Politikası Belgesi güncellenerek Avrupa Komisyonu'na sunuldu. Komisyon belgeyi oldukça olumlu bulmakla birlikte söz konusu bir takım görüşleri de değerlendirilmeye alındı.

KRİZ İÇİN HEMEN EYLEM PLANLARI OLUŞTURULDU

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı olarak ölçü-

lebilir hedefleri olan ve eylem planları içeren sektörel stratejilerinin oluşturulması hedefi konulduğunu ifade eden Mesut Gülcüler, bu doğrultuda sektörel temelde başta, Tekstil, Demir ve Çelik, Elektronik Sanayi ve Yazılım Sektörü, Otomotiv ve Makina Sanayi Stratejileri olmak üzere hemen hemen her sektörde sanayi stratejisi oluşturulması ve etkin bir şekilde uygulanması çalışmalarına başladıklarını belirtti. Gülcüler, "Çalışmalarımızın sürdürülürken, sektörlerden bir takım taleplerin Ekonomi Koordinasyon Kurulu'na (EKK) getirilmesi ve küresel ekonomik krizin etkilerini ülkemizde de göstermeye başlamasıyla, EKK'dan bakanlığımıza, söz konusu taleplerin yürütülmekte olan strateji çalışmalarında ele alınması talimatı gelmiştir. Böylelikle ilgili sektör her yönü ile ele alınacak ve ilgili taraflarca oluşturulan eylem planları etkin bir şekilde uygulanacaktır. Bu doğrultuda Tekstil Sanayi Strateji Belgesi 2008 yılı içerisinde hazırlanarak EKK'ya sunulmuş ve uygulamaya alınmıştır. Aynı şekilde Otomotiv Sanayi ve Demir-Çelik ve Demir dışı Metaller Sanayi Stratejileri çalışmaları tamamlanmak üzeredir" şeklinde konuştu.

"SANAYİNİN İTİCİ GÜCÜ MAKİNE"

Makine sanayinin Türkiye'deki durum hakkında değerlendirmelerde bulunan



Mesut Gülcüler Makine imalat sanayi, sanayi sektörleri içinde yatırım mali üreten temel sektör olduğunu, imalat sanayi içinde özel ve önemli bir konum-

da bulunduğunu aktardı. Makine ekipman ve yedek parçalarının imal edildiği, “mühendislik sanayileri” denilen alt sektörlerin tamamını kapsadığını dile getir-

di. Tüm gelişmiş ülkelerde büyük önem verilen ve öncelikli sektör olarak tanımlanan bir sanayi dalı olarak makinenin öne çıktığının altını çizen Gülcüler, mühendislik ve araştırmanın yoğun ve vazgeçilmez olduğu Makine Sektörünün ekonomide üstlendiği lokomotif rolün öneminin şu şekilde özetlenebileceğini söyledi: “İmalat sanayinin hemen bütün sektörlerine girdi sağlaması, sektörlerin itici gücü olması, imalat sanayinin gelişmesiyle iç içelik sağlaması, mühendislik disiplininin harekete geçirilmesi ve yeni ihtiyaç ve taleplere göre gelişme hızının ve üretim kompozisyonlarının belirlenmesi”. Makine imalat sanayi bütün dünyada olduğu gibi Türkiye sanayileşmesinin de itici gücü olduğunu ve gelecekte de Türkiye'nin gelişiminin temel taşı olacağını aktaran Gülcüler, Türk Makine İmalat Sanayi, dünya makine imalat sanayindeki konumunu sağlamlaştırmaya devam ettiğini, Türk makine sanayi 1990 yılından bu yana yaklaşık yüzde 20 oranında yıllık büyüme oranı gösterdiğini söyledi.

MAKİNE SEKTÖRÜNE YENİ FİRMALAR GİRİYOR

Türkiye’de toplam makine imalatı 20 milyar dolar düzeyinde. Avrupa ülkelerindeki toplam imalatın yüzde 5’i oranını imalat yapan Türkiye’nin toplam makine imalat değeri bakımından Avrupa ülkeleri arasında 6 sırada yer alıyor. Türkiye’den daha fazla imalatı olan ülkeler sırasıyla Almanya yüzde 40 (140 milyar Euro), İtalya yüzde 19, İngiltere yüzde 9, Fransa yüzde 10, İspanya yüzde 5,5. Küresel ekonomik krizin etkileri nedeniyle, 2009 yılında imalatla bir azalma beklendiğini ve sıralamanın değişeceğini aktaran Gülcüler, “2010, 2011 yıllarında % 4-6 aralığında bir artışın gerçekleşmesinin mümkün olacağı düşünülmektedir. 15 AB ülkesinde makine imalat sanayinde 21 bin 315 firma faaliyet gösterirken, ülkemizde 11 bin kadar makine imalatçısı bulunmaktadır. Bunların önemli bir kısmı atölye niteliğinde, basit bazı donanımları imal etmekte, bir kısmı yenileme ve onarım yapmaktadır. İstihdamı 20 kişiden fazla istihdamı olan ve gerçek anlamda makine imalatçısı olan firma sayısının 3 bin civarında olduğunu göstermektedir” dedi. Bununla birlikte; 2008 yılı itibarıyla bu firmalara yenilerinin de katıldığı bilgisini paylaşan Mesut Gülcüler, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Sanayi Sicil Belgesi sahibi olan makine üretimi ile iştigal eden 7795 firmanın daha katıldığını söyledi

“EMEK YOĞUN BİR SEKTÖR”

Makine sektörü, birçok imalat konusunda seri imalata uygun olmayıp emek yoğun bir sektör. Çok ileri teknolojili sınırlı sayıda makine hariç, ithal girdisi yüzde 30’u buluyor. Hammaddelerin önemli bir kısmı yurt içinden sağlanabiliyor. Bu bakımdan istihdama katkısı kadar, ülke içi katma değer üretme bakımından da önemli bir sektör. Bugün ihracatta başarılı olan diğer bazı sektörlerde ithalat girdisi yüzde 70’ler, 80’ler düzeyinde olduğunu belirten Gülcüler, “Ülkemizde 2008 yılında 20 milyar dolar değerinde yatırım malı makine imalatı yapıldığı hesaplanmaktadır. Bu imalatın 9,4 milyar dolarlık kısmı, başta Avrupa Birliği, Rusya ve ABD gibi gelişmiş ülkeler olmak üzere çeşitli ülkelere ihraç edilmiş, 10,9 milyar USD’lik kısmı ise



yurt içinde satılmıştır. OAİB verilerine göre 2006 yılında makine ihracatımız miktar bazında yüzde 17,4 artarken, değer bazında yüzde 24,9 artmıştır 2007 yılında miktar olarak artış yüzde 18, değer bazında artış yüzde 34 olarak gerçekleşmiş ve bu değerler 2008 yılında da miktar bazında yüzde 4,2 ve değer bazında yüzde 18 olmuştur. Bu rakamlar, Türk makine sektörünün teknolojik bakımdan daha gelişmiş ve buna bağlı olarak daha pahalı makine imalat ve ihracatına yöneldiğini göstermektedir” dedi.

“HEDEF REKABET GÜCÜNÜ ARTTIRMAK”

Sanayi Strateji Planı ile ilgili çalışmanın

bazı başlıklar altında topladıklarını aktaran Gülcüler öncelikle sektör ile işbirliğinin sağlanması çalışmalarını yürüttüklerini ifade etti. Sanayi Politikası çalışmaları ile birlikte Makine Sanayi Stratejisi Çalışmalarına da 2007 yılının sonuna doğru başladığını ve bütün çalışmalarda kamu kurum ve kuruluşları ile özel sektör temsilcileri büyük bir işbirliği gösterdiklerini belirten Gülcüler, “İşbirliği platformlarında aşağıdaki üç yapılanma dikkate alınmış, böylelikle sektörün tamamını çalışmalara dahil edilmesi sağlanmıştır” dedi. Gülcüler bu kapsamda yaptıkları çalışmalardan bahsetti.

MAKİNE TEKNİK KOMİTESİ (MAKTEK)



4703 sayılı Kanuna dayanılarak 5/6/2002 tarihli ve 24776 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan 98/37/AT sayılı Makine Emniyeti Yönetmeliği kapsamında yer alan konularda ve makineler ile ilgili olabilecek diğer teknik mevzuat ve uygulamalarda karşılaşılabilecek sorunların çözümlenmesi için ilgili kamu kurum ve kuruluşlarından ve makina sanayi temsilcilerinin katılımıyla, Makine Teknik Komitesi Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nca 30.09.2003 tarihinde oluşturulmuştur. Bu güne kadar 17 kez toplandı.

MAKİNE SANAYİ SEKTÖR PLATFORMU

Türkiye'de makina ihracatçılarının temsil edildiği İhracatçı Birliği olan ve 9.000'in üzerinde üyesi bulunan Orta Anadolu Makina ve Aksamları İhracatçıları Birliği'nce, makina sektörünü ve ihracatı daha iyiye götürmek için yürüttüğü faaliyetler kapsamında, makina sektöründe ortak akılla stratejik kararların alınmasını ve bu kararlar doğrultusunda çalışmaların daha verimli yapılmasını sağlamak amacıyla, sektörde faaliyet gösteren 27 Dernek, Birlik, Oda ve OSB'ler ile iletişimin güçlendirilme-

sine ve bu amaç doğrultusunda bir araya gelinmesi kararına varılarak "Makina Sanayi Sektör Platformu" oluşturuldu.

TOBB MAKİNA SEKTÖR MECLİSİ

Sektör Meclisleri, 18/5/2004 tarihli ve 5174 sayılı Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Odalar ve Borsalar Kanununun 57'nci maddesine dayanılarak hazırlanan ve 12/2/2005 tarih ve 25725 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren "Türkiye Sektör Meclislerinin Kuruluş, Görev ve Çalışma Yönetmeliği" ile TOBB bünyesinde Yönetim Kurulu tarafından uygun görülecek sektörler ile ilgili olarak Türkiye Sektör Meclislerinin (TSM) kurulması; kurulacak olan Türkiye Sektör Meclislerine, sektörlerde faaliyet gösteren işadamlarının kurduğu dernek ya da benzeri kuruluşların ve firmaların temsilcileri ve sektörlerle ilgili kamu kurum ve kuruluşların üst düzey yöneticilerinin katılımının sağlanması ve Sektör Meclislerinde en fazla kırk üyenin bulunması hükmü ile hayat buldu.

TÜRK MAKİNA SANAYİ SWOT ANALİZİ

Türk Makina Sanayinin son gelişmeler ışığında mevcut durumunun fotoğrafını ortaya koymak üzere; 3 Nisan 2008 tarihinde geniş katılımlı olarak düzenlenen 16. Makina Teknik Komitesi toplantısı katılımcıları tarafından ve Türk Makina Sanayinin Güçlü ve Zayıf yönleri ile Fırsatlar ve Tehditleri içeren SWOT analizi gerçekleştirildi. SWOT Analizi ile elde edilen Türk Makine Sanayi Zayıf Yönleri, analizi oluşturan katılımcılar tarafından önceliğe alındı.

Bu noktada, tespit edilen zayıf yönlerin sektörün rekabet edebilirliği üzerine önem derecesi ve güçlü yönleri ve fırsatları kullanarak bunları bertaraf etmeyi gerçekleştirme kolaylığı çarpımlarının puanlaması yöntemi kullanılarak, ele alınması gereken ilk 15 husus ortaya çıkarıldı.

TÜRK MAKİNA SANAYİ RAPORU

Türk Makina Sanayi Sektör Raporu, yürütülmekte olan sanayi stratejisi çalışmalarına temel teşkil etmesi amacıyla MAKTEK Üyesi olan Makina İmalatçıları Birliği, Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri – Makina ve Aksamları İhracatçıları Birliği, Takım Tezgâhları Sanayici ve İş Adamları Derneği, Türk Tarım Alet ve Makinaları İmalatçıları Birliği, Türkiye İş Makinaları Distribütörleri ve İmalatçıları Birliği ile Türk Pompa ve Vana Sanayicileri Derneği gibi sektörel derneklerinde katkılarıyla Ağustos-2008 tarihli olarak oluşturuldu.

EYLEM PLANININ HAZIRLANMASI

Makina Sektör kuruluşları olan ve yukarıda ifade edilen paydaşlarla, Makina Sanayi Stratejisi uygulaması ayağını oluşturan Eylem Planı 17 Şubat 2009 ve 19 Mart 2009 tarihlerinde gerçekleştirilen toplantılarla oluşturuldu. Eylemler, 1 ay 6 ay gibi kısa süreli faaliyetleri de içerebilirken, genel anlamda 2-3 yıllık bir periyodu öngörmüştür. Yaşanmakta olan küresel ekonomik krizin ülkemiz makine sanayine etkilerini bertaraf etmek amacıyla "Acil Tedbirler" ortaya konulurken, yapısal dönüşüm ve üretim alt yapısını destekleyerek sektörün rekabet edebilirliğini arttırmayı hedefleyen "Orta Vadeli Tedbirler" hayata geçirildi.



Kalitenin adı: Nace Makine

TÜRKİYE'NİN MADENCİLİK, İNŞAAT, ENDÜSTRİYEL TESİS VE MAKİNE ÜRETİMİ KONUSUNDA ÖNCÜ KURULUŞU OLAN NACE MAKİNE, 1950'DE KÜÇÜK BİR TEZGAH İLE ÇALIŞMAYA BAŞLADI VE ADETA TARİH YAZARAK GÜNÜMÜZDE HEM YURT İÇİNDE HEM DÜNYADA KIRMA ELEME TESİSLERİNDE VE BETON SANTRALLERİNDE KALİTENİN ADI HALİNE GELDİ.

İnşaat ve madencilikte kullanılan makinelerin üretim ve pazarlaması konusunda Türkiye'nin öncü kuruluşlarından biri olan Nace Makine, sabit veya seyyar kırma eleme tesisleri, kırma yıkama eleme tesisleri, stoklama tesisleri, nakil tesisleri, mineral işleme tesisleri, beton santralleri, transmikserler, özel tartım ve dozajlama tesisleri, asfalt plantleri ile anahtar teslim endüstriyel tesisler üreterek, bunların montajını müşteri şantiyesinde yapıyor.

TÜRKİYE'NİN ÖNCÜ KURULUŞU

Türkiye'nin madencilik, inşaat, endüstriyel tesis ve makine üretimi konusunda öncü kuruluşu olan Nace Makine'nin 1950 yılında faaliyete başladığını söyleyen Fabrika ve İşletmeler Genel Müdür Yardımcısı Mehmet Özen, "Nace, şirketler topluluğu şeklinde faaliyetlerini sürdürmekte olup, üretim faaliyetleri Nace Makina Sanayi A.Ş., pazarlama ve satış faaliyetleri ile yurtdışı temsilcilik hizmetleri ise Nace Pazarlama ve Ticaret A.Ş. tarafından yürütülmektedir" diyor. Nace'nin standart üretim programını, inşaat, yol ve madencilik sektörlerini ilgilendiren makine ve tesislerinin kapsadığını da sözlerine ekleyen Özen şöyle devam ediyor; "Nace'nin üretim programında, tüm dizaynları kendisine ait yüzlerce makine çeşidi vardır. Bunları şöyle sıralayabilirim; Komple (Sabit ve Seyyar) Kırma – Eleme – Yıkama – Stoklama Tesisleri, Her Türlü Malzeme Nakil ve Stoklama Tesisleri, Yeraltı ve Yerüstü Dökme Malzeme Konveyörleri, Montaj Hatları için Özel Konveyörler, Havaalanı Bagaj Konveyörleri, Paket ve Birim Yük Taşıma Konveyörleri, Boru konveyörleri, Komple Modern Beton Üretim Tesisleri, Transmikserler, Özel Tartım ve Dozajlama Tesisleri, Komple Modern Asfalt Üretim ve Sıcak Asfalt Stoklama Tesisleri." Ayrıca çeşitli endüstriyel sektörler için mühendislik hizmetleri dahil komple veya kısmi anahtar teslimi üretim tesislerinin yapımının, taahhüt konularının kapsamı içerisinde olduğunu söyleyen Özen, "Çağdaş teknolojik gelişmelere uygun, TSE ve ISO 9001 Kalite Güvence Belgeli makine üretimi yapan kuruluşumuzun dinamik, tecrübeli, uzman teknik kadroya ve modern, geniş makine parkına sahiptir" diyor.



Mehmet Özen

Nace Makine Fabrika ve İşletmeler Genel Müdür Yardımcısı

Nace bugün dünyada Kuzey Afrika Ülkeleri'nden Rusya'ya, Afganistan'dan Sırbistan'a kadar dünyanın dört bir yanına ürünlerini ulaştırıyor.

SATIŞ SONRASI SERVİS HİZMETİ

Nace'nin bugüne kadar kazandığı güvenin oluşmasında kaliteli ürünlerinin yanında sağladığı satış sonrası servis ve sürekli yedek parça hizmetinin de büyük payı olduğuna vurgu yapan Özen, "Yurtiçi satışlarımız dışında, yürütülen yoğun ihracat faaliyetleri sonucu, Orta Doğu, Kuzey Afrika Ülkeleri, Rusya, Türki Cumhuriyetleri ve İsviçre gibi birçok dış ülkeye yaklaşık 100 tesis ihraç edilmiştir" diye konuşuyor.

Nace'nin üretim konusuyla ilgili karşılaşılabilecek her türlü sorunu çözebilecek uzman, teknik kadro ve bilgi birikimine sahip olduğunu aktaran Özen, bu kadronun çağın teknolojik yeniliklerine uygun olarak etüd, proje, üretim, ve işletmeye alım safhalarında müşterilere yardımcı olmaya hazır olduğunu söylüyor. Özen şöyle devam ediyor: "Nace isminin iş hayatına girişinden, günümüze kadar geçen süre, yarım asrı geçmiş bulunmaktadır. Vizyonumuz, ürünlerimizin ve verdiğimiz hizmetin kalitesiyle Türkiye'de ve dünyada kırma eleme te-

sisi ve beton santrali alanlarında akla ilk gelen marka olmak. Misyonumuz ise, 52 yıllık gelenek olan "kaliteli ürün ve kaliteli hizmet" anlayışıyla, müşterilerimizin yatırımlarının değerini arttırmak için hep daha fazla çalışmak ve Türkiye'nin kalkınmasında temel olan inşaat sektörünün vazgeçilmez tedarikçisi olmayı sürdürmektir."

NACE İSMİNİN HİKAYESİ

1950 yılında kurulan Nace'nin isminin hikayesini ise şöyle özetliyor Özen: "Firmamızın isminde yer alan, 'Na' Nazmi Engin'i, 'Ce' ise Cevdet Zoral'ı ifade etmektedir. Eğitimleri itibarı ile Nazmi Engin Kimya Mühendisi, Cevdet Zoral Makine Teknikeridir. Kendileri iş hayatlarına kamu sektöründe çalışmakla başlamışlardır."

Nazmi Engin ve Cevdet Zoral'ın edindikleri deneyimler sonucu serbest piyasada çalışmaya karar verdiklerini aktaran Özen şöyle devam ediyor: "Nazmi Engin'in şahsen kurduğu Pik, Bronz ve benzeri dökümleri yapan dökümhaneye Cevdet Zoral'ın iştiraki ile 08 Eylül 1952 yılında ortaklık sözleşmesini imzalayarak, Ankara'nın Yeni Sanayi Çarşısı 2.Caddesi'nde "NACE Demir ve Döküm Atölyesi" ismi ile bir atölye kurmuşlar ve işe başlamışlardır. Bu dönemde; piyasanın ihtiyacı olan muhtelif demir işleri, çeşitli maden dökümleri taleplerini karşılamışlar; işleme tezgahı, kaynak makineleri ve çeşitli alet-edevat takviyesi ile, üretim faaliyetlerini gerçekleştirmişler; özellikle kamu sektörünün döküm taleplerini, tarım kesiminde ihtiyaç duyulan ziraat römorklarını imal ederek Ziraat Bankası'nın romörk alması için ziraatçıye verdiği kredi karşılığında üretim yaparak ihtiyaç sahiplerine ulaşmışlardır. Bu arada inşa edilmekte olan Sarıyar Barajı'nın ankraj civatalarının imalatını, kendilerine has bir usulle gerçekleştiren, ihale makamına teslim ederek atölyeyi fabrika haline getirecek faaliyetlerin temellerini atmışlardır.?"

TÜRKİYE'NİN İLK BETONİYER ÜRETİCİSİ

İşlerin bu şekilde gelişmesi ile, 1957'de ortaklığın Limited Şirket haline dönüştürüldüğünü ifade eden özen, "Bu statü değişikliği, kuruluşun ikinci evresini



“Dönemler halinde büyüyen ve gelişen Nace Makine Sanayi A.Ş. ve Nace Pazarlama ve Tic. A.Ş.’nin, bu gelişmeyle beraber kalitesini kanıtladığını aktaran Özen, “Nace, sermayesinin artması, zamanın zorunlu kıldığı modern tezgahlarla donatılması ve konusunda uzman kadrosu ile yurdun dört bir yanında olduğu gibi dünyada da Nace kalitesinden ve adından söz ettiriyor” diyor. ”

oluşturmaktadır. Yurt içinde ise özellikle inşaat sektöründe piyasanın canlı olduğu bir dönemdir. Nace bu sektörün ihtiyaçlarının geçen süreler içinde artmakta olduğunu görerek, beton hazırlama tesislerinin üretimi projelendirilmiş, ilk etapta Betoniyer, yerden kumandalı ve yukarıdan askılı vinçlerin seri olarak üretimine geçilmiş, inşaat müteahhillerinin hizmetine sunmuş, bu konuda

yurtiçinde üretim yapan ilk firma olmuştur” diyor. Özen şöyle devam ediyor: “Bu üretimi gerçekleştirmek için, gereksinimi olan tezgah, alet ve edevat temin edilerek, üretim personeli sayısı artırılmış ve personele eğitim verilmiştir. İşlerin bu şekilde gelişmesi üzerine; yine inşaat konusu dahilinde olan, yol inşaatı ve buna ek olarak maden sektörünün gereksinimi olan maden cevheri-

nin zenginleştirilmesinde kullanılan makine ve tesislerin üretimlerinin projelendirilmesi, üretimine önem verilmiş, bu konuda da lider firma olmayı başarmıştır. 24 Temmuz 1969’ da ise ilk konkasör imalatını gerçekleştirerek, gelecek 30 yılda Türkiye’de en iyi konkasörleri yapan firma olma yolunda temeller atılmıştır.”

1973’DE YENİ FABRİKAYA TAŞINDI

İşlerinin her yıl gelişmesi karşısında Nace Makine’nin, üçüncü evre olarak Yeni Sanayi Çarşısı’nda yer alan ve zaman içinde büyütülen atölyenin, bu kez İstanbul Yolu 10. kilometrede, 1970 yılında satın alınan, 19 bin metrekarelik araziye inşa edildiğini aktaran özen şöyle devam ediyor: “Fabrika Tesisleri konusuna karar verilerek, inşaat başlanmış ve 1973 yılında yeni tesislerine taşınmış, makine ve ekipmanlar yenilenmiş, üretim kadroları, idari ve mali kadrolar artırılmış, daha modern bir tesiste üretime geçilmiştir. İstihgal konusunda ge-



lişmelerin devamı yurt içinde taleplerin artması üzerine, üretimin yurt dışına da pazarlanması konusuna önem verilerek, ihracata başlamıştır.”

Şirketin konusunda yurt içinde lider firma haline gelmesinin ve ciro açısından 500 büyük firma arasına girmesininin 1980’li yılların sonunda gerçekleştiğini belirten Özen, “Bu döneme kadar üretim ve satış faaliyetleri şirkette mevcut kadrolar tarafından yürütülmekte iken Nace Makine Sanayi Ltd.Şti.’nin işteğal konusunun dışında, NACE imalatı ürünlerin yurt içinde ve dışında pazarlanması, imalatta ihtiyaç

duyulan, yurt dışından temin edilmesi gereken parçaların ithalatının yapılması ve özellikle diğer ticari faaliyetlere geçilerek, kar temini için Nace Pazarlama ve Ticaret A.Ş. unvanlı pazarlama şirketi kurulmuş ve 1986’da fiilen faaliyete geçmiştir” diyor. Özen ayrıca bu değişiklikteki asıl amanın, Limited Şirketin tüm faaliyetlerini, araştırma, ürün geliştirme, çeşitleme ve kalite üzerine yoğunlaştırılması, pazarlama işlerinde yeni kurulan Anonim Şirkete bırakılması olduğunu söylüyor. Üçüncü evrede gerçekleştirilen bu faaliyetlerin ardından 1989 yılında şirketin anonim şirket olarak tescil



ve ilan edildiğini ifade eden Özen şöyle devam ediyor: “Anonim Şirketin dördüncü evresi olan bu dönemde en önemli gelişme Ankara Sincan Sanayi Bölgesi’nde talep edilen ve Nace’ye tahsis olunan 29 dönümden oluşan arsada yapılacak olan Fabrika Atölyesi, İdari ve Sosyal Binaların yapılan proje çerçevesinde 1989 yılında başlanılmış olması. İnşaatı 1987’de tarihinde tamamlanan ve bu tarihten sonra İstanbul Yolu 10. kilometrede bulunan atölyelerin yeni fabrikaya taşınmasına karar verilerek 1997’de Anonim Şirket yeni fabrikasında çalışmaya başlamıştır.”

DÜNYA DEVI NACE

Dönemler halinde büyüyen ve gelişen Nace Makine Sanayi A.Ş. ve Nace Pazarlama ve Tic. A.Ş.’nin, bu gelişmeyle beraber kalitesini kanıtladığını aktaran Özen, “Nace, sermayesinin artması, zamanın zorunlu kıldığı modern tezgahlarla donatılması ve konusunda uzman kadrosu ile yurdun dört bir yanında olduğu gibi dünyada da Nace kalitesinden ve adından söz ettiriyor” diyor. Özen ayrıca, bugün Nace Türkiye’nin dünyada Kuzey Afrika Ülkeleri’nden Rusya’ya, Afganistan’dan Sırbistan’a kadar dünyanın dört bir yanına ürünlerini ulaştırdığını söylüyor. Özen, “1952 yılında küçük bir tezgah ile çalışmaya başlayan NACE adeta tarih yazarak günümüzde de hem yurt içinde hem dünyada kırma eleme tesislerinde ve beton santrallerinde kalitenin adı haline gelmiştir” diyor.

Nace’nin standart üretim programı ile Türkiye’nin önde gelen kuruluşları arasında yer aldığını söyleyen Özen şöyle devam ediyor: “Türk İnşaat Sektörü tarafından kabul görmüş kaliteli, yüksek performanslı üretimi ve güvenilir satış servisi ile Nace Makine’nin kırıcılar ve beton santrali üretiminde pazar payı büyüktür.

Buna ilaveten, Nace’nin 100 den fazla kurulu tesisi de, Orta doğu ülkeleri ve Güney Afrika’da halen üretimdedir. Ürünlerimizin sunulduğu Pazar ise yüzde 65 yurt içi, yüzde 35 yurt dışıdır. Yurtdışı satışların yüzdesini ise şöyle verebilirim; Sınır komşusu ülkeler 17, Avrupa 4, Ortadoğu 26, Afrika 30, Orta Asya Ülkeleri (Rusya dahil) 23.”

PLATFORMDAN



moment
4 expo

Araç üstü ekipmanları Avrupa'yla yarışıyor

ARAÇ ÜSTÜ EKİPMAN ÜRETİCİLERİ DERNEĞİ (ARÜSDER) BAŞKANI AHMET ERSİN BAZMANOĞLU, 2009 YILINDA FİRMALARIN DAHA ÇOK İHRACATA YÖNELECEĞİNİ AKTARARAK, "AVRUPA ÜLKELERİ İLE KIYASLANDIĞINDA İŞÇİLİK ÜCRET VE MALİYETLERİNİN DÜŞÜK OLMASI NEDENİYLE YURT DIŞI FİRMALAR TÜRKİYE'YE YÖNELECEKTİR" DİYOR.



Türkiye araç üstü ekipman sektöründe çalışan firma sayısı 400'ü buluyor. Damper, sıkıştırılmalı çöp kasası, yakıt tankı, transmiksör, yol süpürme makinesi, itfaiye aracı gibi yaklaşık 30 çeşidi bulan araç üstü ekipmanlarının imalatını yine bu 400 iş yeri yapıyor. Araç üstü ekipman yapan firmalar beklenen aksine büyük fabrikalardan ziyade küçük firmalardan oluşuyor. Yine sektörde yaklaşık 10 bin kişinin istihdam edildiği düşünülüyor. Araç üstü ekipman imalatı Türkiye'nin yapmış olduğu en düşük ithalat kalemlerini oluşturuyor. Dolayısı ile sektör yalnızca iç piyasaya satış yapsa dahi ithalat girdisinin azalması dolayısı ile ülke ekonomisine birçok katkı sağlıyor. Sektör yaklaşık

35-40 ülkeye 30 çeşit imalatın ihracatını gerçekleştiriyor. Araç Üstü Ekipman Üreticileri Derneği'nin (ARÜSDER) Başkanı Ahmet Ersin Bazmanoğlu Moment Expo'un sorularını yanıtladı. Bazmanoğlu, Türkiye'de 10-15 yıl öncesine kadar bir çoğu ithal edilen üst yapıların bugün hemen hemen tamamının yerli üreticilerimiz tarafından üretildiğini söyleyerek, "Gün geçtikçe azalan ithalata karşılık her geçen gün biraz daha artan ihracatlarımızla milli gelire olan katkılarımız ele alındığında önem ve özelliğimizin çok daha dikkat çekeceği malumunuzdur" diyor. Bazmanoğlu, Türk ürünlerinin, kalite, fiyat ve satış sonrası hizmetleri bakımından kendi branşlarında birçok Avrupa ülke ve markasını geride bıraktığını aktarıyor.

"ÜRETİCİLERİ BİR ARAYA GETİRMEK İÇİN KURULDUK"

Araç Üstü Ekipman Üreticileri Derneği'nin (ARÜSDER) Başkanı Ahmet Ersin Bazmanoğlu, derneğin kuruluş amacını şöyle açıklıyor: "ARÜSDER Araç Üstü Ekipman Üreticileri Derneği çıplak şase araçlar üzerine monte edilen ekipmanların üreticilerini bir araya getirmek üzere kurulmuş bir dernektir. Bütün dünyada olduğu gibi ülkemizde de şase araçlar üzerine otuz çeşide yakın üst yapı imalatı yapılmaktadır. (Damper, ahşap kasa, çöp kasası, itfaiye, kapalı kasa, hidrolik platform, yol süpürme, oto kurtarıcısı vs.) Bugüne kadar yapmış olduğumuz tespitlerde yaklaşık 400 - 450 adet küçük orta ve büyük işletmelerin bu sektörde faaliyet gösterdikleri bilinmektedir."

Yapılmakta olan üst yapıların hemen hemen tamamının ağırlıklı olarak iş gücüne dayalı olduğunu vurgulayan ARÜSDER Başkanı Bazmanoğlu, "Dernek üyelerimiz ve bu konularda faaliyetlerini sürdüren meslektaşlarımızın gerek istihdam yaratma ve gerekse gerçek anlamda katma değer yaratma konusunda çok önemli rol oynadığı bir gerçektir" diyor. Bazmanoğlu şöyle devam ediyor: "Ülkemizde 10-15 yıl öncesine kadar bir çoğu ithal edilen üst yapıların bugün hemen hemen tamamı yerli üreticilerimiz tarafından üretilmektedir. Tahminlerimize göre fiili on bine yakın çalışanı olan sektörümüzün gün geçtik-



Ahmet Ersin Bazmanoğlu

Araç Üstü Ekipman Üreticileri Derneği'nin (ARÜSDER) Başkanı

2009 yılı sektörde iç piyasada fazla bir değişiklik olmayacağını bu sebeple firmalarımızın daha çok ihracata yöneleceğini tahmin ediyoruz.

çe azalan ithalata karşılık her geçen gün biraz daha artan ihracatlarımızla milli gelire olan katkılarımız ele alındığında önem ve özelliğimizin çok daha dikkat çekeceği malumunuzdur. Bugün kalite, fiyat ve satış sonrası hizmetlerimiz bakımından kendi branşlarında birçok Avrupa ülke ve markasını geride bırakan ve gerçekten marka olmayı başarabilen üst yapı kuruluşlarına sahip bulunmaktayız. Özellikle Orta Doğu ve yeni yeni başlayan Afrika ülkelerine yapılan dış satımlarla bahis konusu ülkelerdeki pazar payımızın her geçen gün arttığı da umut dolu bir gerçektir."

"DERNEKLEŞME FAALİYETLERİMİZ ÇOK YENİ"

Bu konuda faaliyet gösteren firmaların gerek tüm Türkiye'ye dağılmış olması ve gerekse ağırlıklı olarak küçük atölye ve işletmelerden oluşmasının derneğin

“ Düşük kur ithalatın bir miktar artmasına ve dolayısıyla ile bir takım ünitelerde üretimin azalmasına neden olmakla birlikte esas olarak ihracatçıyı zor duruma düşürmüştür. Büyük heveslerle ihracat yapan firmalar uygulanan düşük kur nedeniyle hemen hemen maliyet ve maliyet altı fiyatlara mal satmak zorunda kalmışlardır. ”

toplanmasına ve tam bir birlik oluşturmasına mani olabildiğini aktaran ARÜSDER Başkanı Bazmanoğlu, “Ayrıca kuruluşlarımızın çok eski olmalarına

karşılık dernekleşme faaliyetlerimizin yeni sayılabilecek olması ve özellikle son dönemlerde yaşanan ekonomik sıkıntılar dernek üye ve faaliyetlerimizin



gelişmesine engel olmaktadır” diyor. ARÜSDER Başkanı Bazmanoğlu, dernek olarak temel hedeflerinin sektörde faaliyet gösteren tüm firma ve çalışanların yaşam kalitelerini yükseltmek ve kalitenin bir yaşam biçimi olarak uygulanmasını esas almak olduğunu söylüyor. ARÜSDER Başkanı Bazmanoğlu şöyle devam ediyor: “Bu konuda gerek mesleki eğitim gerek iş yeri düzeni ve gerekse günlük yaşam biçimlerimizin iyileştirilmesi ve geliştirilmeleri ile ilgili olarak meslek ve teknik okulları ile ilgili kuruluşlardan yardım ve destek alarak tüm ülkeleri kapsayan bir ciddi eğitim öğretim programı başlatmak üzere çalışmalar yapılmaktadır.”



“İŞÇİLİK ÜCRET VE MALİYETLERİMİZ DÜŞÜK”

Dernek üyelerinin bir kısmının yurtdışı firmalar ile ortaklık yaptığına de değinen ARÜSDER Başkanı Bazmanoğlu, “Bir kısmı proje konusunda, bir kısmı ise hem distribütör hem de imalatçı konumunda faaliyet göstermektedirler” diye konuşuyor. ARÜSDER Başkanı Bazmanoğlu şöyle devam ediyor: “Esas itibarı ile bakıldığında halen özellikle Avrupa ülkeleri ile karşılaştırıldığında işçilik ücret ve maliyetlerimizin düşük olması halen yaşanan uzun süreceği beklenen krizde bu sektörde faaliyet gösteren yurtdışı firmaların firmalarımıza yöneleceği ve beraberliklerimizin ar-

tacağını düşünmekteyiz.” ARÜSDER Başkanı Bazmanoğlu, sektörün büyüklüğünü ise şöyle açıklıyor: “Türkiye’de araç üstü ekipman sektöründe çalışan firma sayısı 350-400 civarındadır. Araç üstü ekipmanları yaklaşık 30 çeşit kadardır (Damper, Sıkıştırılmalı Çöp Kasası, Yakıt tankı, Transmikser, Yol süpürme makinası, itfaiye aracı,v.b.). Bahsi geçen 30 çeşit imalatın tamamı 350-400 civarında iş yerinde yapılmaktadır. Araç üstü ekipman yapan firmalar beklenen aksine büyük fabrikalardan ziyade küçük firmalardan oluşmaktadır. Bu iş yerlerinde çalışan elaman sayısını ortalama 25 personel kabul edersek bu sektörde fili çalışan sayısı 9 bin 500-10 bin

kişi kadardır. Araç üstü ekipman imalatı Türkiye’nin yapmış olduğu en düşük ithalat kalemlerini oluşturmaktadır. Dolayısı ile sektör yalnızca iç piyasaya satış yapsa dahi ithalat girdisinin azalması dolayısı ile ülke ekonomisine birçok katkılar sağlamaktadır. Ancak bir çok tespitlemeye göre sektör yaklaşık 35-40 ülkeye 30 çeşit imalatın ihracatını gerçekleştirmeyi başarmış ve devam etmektedir.”

2008 KÖTÜ GEÇTİ

Bazmanoğlu sektör olarak 2008 yılını kötü kapattıklarını da ekleyerek, “2008 yılı genel anlamda beklenenden de kötü geçmiş olarak görülmektedir. Birçok firma açısından üretim, ciro ve özellikle iç satışlarda beklenenin çok altında kalmıştır” diye konuşuyor. ARÜSDER Başkanı Bazmanoğlu 2009 yılı hedeflerini ise şöyle açıklıyor: “2009 yılı sektörde iç piyasada fazla bir değişiklik olmayacağını bu sebeple firmalarımızın daha çok ihracata yöneleceğini tahmin ediyoruz.” ARÜSDER Başkanı Bazmanoğlu şöyle devam ediyor: “Düşük kur ithalatın bir miktar artmasına ve dolayısıyla ile bir takım ünitelerde üretimin azalmasına neden olmakla birlikte esas olarak ihracatçıyı zor duruma düşürmüştür. Büyük heveslerle ihracat yapan firmalar uygulanan düşük kur nedeniyle hemen hemen maliyet ve maliyet altı fiyatlara mal satmak zorunda kalmışlardır.”

“FİRMALAR KÜÇÜLÜYOR”

Diğer tüm sektörlerde olduğu gibi araç üstü ekipmanları sektöründe de firmaların küçülmeye ve elaman çıkarmaya zorunlu kaldığına değinen ARÜSDER Başkanı Bazmanoğlu, sektörün sıkıntılarını ise şöyle sıralıyor: “Sektöre hâkim olan imalatçıların çok küçük atölyelerden oluşmuş olması dolayısıyla bir araya gelememesi. Birçok imalatta çok fazla Ar-Ge ve araştırmaya gerek görülmeden kopyalama metodu ile çalışılması dolayısıyla rekabetin haksız ve çok aşırı olması. Özellikle ihracatta kamyonlu ekipman satışında kamyon teminindeki güçlükler yaşanması. Yeni yeni piyasaya giren yurt dışı firmaların çok uzun vadeli kredi imkanları ile satışa çıkabilmeleri.”

ÇEKİ LİSTESİ

Çeki listesi, ticari fatura kapsamı eşyanın çeşitli cins ve türde ve çeşitli ağırlıktaki kaplara konulması halinde, her kapta hangi miktarda eşya bulunduğu göstermek amacıyla düzenlenen bir belgedir.

Çeki listesi satıcı veya gönderici tarafından fatura ile birlikte hazırlanabileceği gibi, beyan sahibi tarafından da hazırlanabilir.

Ağırlıkları üzerinden vergiye tabi eşya ile ilişkin çeki listesinin; beyan edilen eşyanın, tarife cetvelinde gösterilen vergiye esas olan, daralı ve net ağırlık, adet, baş ve hacim gibi ölçüler üzerinden hazırlanması gerekir. Çeki listesindeki değerler, fatura ve konşimentoda yazılı değerlerle farklılık göstermemelidir. Gümrük idarelerine beyanname ekinde sunulması gereken belgelerden biri olan çeki listesi, ayrıca hasar halinde sigorta şirketlerince istenebilmektedir. Çeki listesi, alıcı ülke gümrüğü için de yabancı dilde düzenlenerek (Packing List) alıcıya gönderilir.

Bu belge yabancı gümrüklerde malın gümrük makamları tarafından örnekleme yöntemi ile kontrol edilmesini sağlamaktadır. Ayrıca yabancı alıcılar, ihracatçı tarafından kendilerine gönderilecek ambalaj listesine göre malları çeşitli perakende veya toptan satış yerlerine gönderebilmektedir. Ambalaj listeleri alıcının kendi iç dağıtımında bu açıdan yardımcı olmaktadır.

1. Çeki Listesi Hangi Bilgileri İçerir?

[1] Çeki listesi ayrı bir belge olarak hazırlanıyorsa hangi faturaya karşılık geldiğinin bilinmesi açısından, faturanın referans numarası ve tarihi belirtilmelidir.

[2] Her bir tip ürün için kaç paket oldu-

ğu (paket sayısı) belirtilmelidir.

[3] Paketlerin her birisi numaralandırılır. Çeki listesinde de her bir ürün için kaç kutu varsa bunların numaraları da ayrı bir sütunda belirtilmelidir.

[4] Her bir paketin içinde ne olduğu açıkça ifade edilmelidir.

[5] Her bir paketin dıştan dışa ölçüleri çeki listesinde yer almalıdır.

[6] Her bir paketin brüt ağırlığı belirtilmelidir.

[7] Malların nasıl paklendiği belirtilmelidir. Eğer mallar palete yerleştirilmişse bu belirtilmeli, eğer özel taşıma koşulları gerekli ise bu gösterilmelidir.

[8] Paket üzerinde adres ve numaralar mutlaka bulunmalıdır.

[9] Yükleme konusu toplam paket sayısı,

[10] Metre küp olarak yüklemenin toplam hacmi,

[11] Yükün ambalaj hariç net ağırlığı,

[12] İhraç konusu yüklemenin toplam brüt ağırlığı, belirtilmelidir.

2. Karşılaşılan Temel Sorunlar ve Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar:

[1] Faturaya ilişkin referans numarası paket listesinde belirtilmediği takdirde, ayrı ayrı düzenlenen belgelerin hangi birine karşılık geldiğini belirlemek zor olabilir. Bu nedenle paket listesinde, ilgili faturanın numarası ve tarihi mutlaka belirtilmelidir.

[2] Aynı tip ürünleri içeren paketlerin sayısı belirtilmezse, yüklemenin kontrolü daha zor olacaktır. Bu nedenle her bir tip ürün için paket

miktarı listede gösterilmelidir.

[3] Paketler numaralandırılmazsa veya yanlış numaralandırılırsa, gümrük yetkililerince ve alıcı tarafından itiraz olabilir. Bu nedenle her bir paketin açıkça numaralandırılmış olduğundan ve bu numaralandırmada sayıların birbirini takip ediyor olmasına bakılarak arada sayı atlanmamış olduğundan emin olunmalıdır. Bu işlemde hangi sayıların kullanılacağı ihracatçı ve ithalatçı arasında anlaşılacak bir konudur, ancak mümkün olduğunca basit bir sistemin oluşturulması ve hatayı mümkün olduğunca önleyecek kısalıkta olması önerilmektedir.

[4] Her bir paketin içinde ne olduğu doğru olarak belirtilmezse, ürünlerin tek tek tespiti zor olacaktır. Paket listesinde belirtilen ürün tanımlarının, faturada yer alan tanımlarla uyumlu olmasına dikkat edilmelidir. Bu, birtakım belirsizliklerin ve itirazların doğmasını önleyecektir.

[5] Paket boyutları ve ölçü birimi listede yer almazsa sorunlar doğabilir. Bu nedenle paketlerin dıştan dışa boyutları ve ölçü birimleri mutlaka belirtilmelidir.

[6] Paket ağırlıkları ve ağırlık birimleri listede yer almadığı takdirde gecikmeler meydana gelebilir.

[7] Paketlemenin nasıl yapıldığı, palet sisteminin kullanılıp kullanılmadığı gibi hususlar belirtilmiyorsa gecikmeler olabilir. Paketleme tipinin açıkça belirtilmesinde fayda vardır. Bazı ülkeler, hasır, saman veya tahta (odun) kullanılan paket tiplerine kısıtlamalar getirmektedir. Diğer taraf-

Uzakların komşu ülkesi Tunus



**TÜRKİYE MAKİNE SEKTÖRÜNDE TUNUS'A DIŞ
TİCARET FAZLASI VERİYOR ÇEVRE ÜLKELER DE
DÜŞÜNÜLDÜĞÜNDE PAZAR POTANSİYELİ YÜKSEK
OLAN TUNUS'A MAKİNE İHRACATIMIZ DAHA DA
ARTABİLİR.**

Kuzey Afrika ile Akdeniz'in ortasında bulunan Tunus, komşuları, bölge ülkeleri ve Batı ile iyi ve sorunsuz ilişkiler kurmaya yönelik politikasıyla istikrara önem veren bir ülke olarak göz dolduruyor. 10,3 milyon nüfusu barındıran ve 162 bin kilometrekare yüz ölçüme sahip olan ülkenin doğusu ve kuzeyinde Akdeniz, güneydoğusunda Libya, batı ve güney batısında Ceza-yir bulunuyor. Tunus ayrıca kara komşularının yanı sıra Avrupa Birliği ülkeleriyle de sıkı ilişkiler içerisinde. Tunus ekonomisinin genel performansı doğal kaynakları daha zengin olan diğer bölge ülkelerin üzerinde olduğu görülüyor. Tunus, genelde Afrika'nın istikrarlı, güvenli ve en yüksek rekabet gücüne sahip olan ekonomilerinden biri olarak kabul ediliyor. Gelir dağılımındaki eşitliği sağlamak ve işsizlikle mücadele etmek hükümetin ana hedeflerinin başında yer alıyor.

SERBEST PİYASA YERLEŞMEMİŞ

Ülke ekonomisinin kendini bulma sürecinin 80'li yıllara dayanması global piyasada yerini almak isteyen genç bir ülke olduğunu gösteriyor. Tunus'ta, 1987 yılından bu yana uygulanmakta olan serbest piyasa ekonomisi tüm yönleriyle henüz yerleşmedi. Ülkede, turizm



başta olmak üzere hizmet sektörü, tarım, tekstil ve hafif sanayiler ile fosfat üretimine dayanan gelişmekte olan ülke ekonomisi mevcut. Tarımın önünde

dış korumacılık ve zaman zaman kuraklık, sanayinin önünde hammadde kaynaklarının yetersizliği ve iç pazarın darlığı engelleri bulunuyor. Tunus, 2007 yılı

TÜRKİYE'NİN TUNUS'A İHRAÇ ETTİĞİ BAŞLICA MALLAR (\$)

GTİP	MADDE ADI	2007	2008	% Değişim 2008/2007 (%)
27	MİNERAL YAKITLAR, MİNERAL YAĞLAR VE MÜSTAHZARLARI, MUMLAR	136.428.535	220.578.316	61,7
72	DEMİR VE ÇELİK	97.428.792	131.126.223	34,6
87	MOTORLU KARA TAŞITLARI, TRAKTÖR, BİSİKLET, MOTOSİKLET VE DİĞERLERİ (DEMİRYOLU, TRAMVAY hariç)	73.400.227	91.472.005	24,6
52	PAMUK	52.489.202	71.166.095	35,6
84	MAKİNE VE AKSAMLARI	42.872.055	58.787.238	37,1
73	DEMİR VEYA ÇELİKTEN EŞYA	26.448.722	58.384.350	120,7
85	ELEKTRİKLİ MAKİNE VE CİHAZLAR, AKS. VE PARÇ.	11.511.345	24.453.367	112,4
24	TÜTÜN VE TÜTÜN YERİNE GEÇEN İŞLENMİŞ MADDELER	1.147.173	15.957.309	-
39	PLASTİK VE PLASTİKTEN MAMUL EŞYA	9.304.936	12.590.583	35,3
62	ÖRÜLMEMİŞ GİYİM EŞYASI VE AKSESUARLARI	7.237.977	8.852.271	22,3
	DİĞERLERİ	72.007.928	84.746.154	17,7
	TOPLAM	530.276.892	778.113.911	46,7

Kaynak: TÜİK verileri



ında piyasa fiyatlarıyla 36,8 milyar dolar düzeyindeki GSYİH rakamı (2008 yılında 41 milyar dolar civarında) ve yüzde 6,3 oranındaki reel GSYİH artışı (2008 yılında yaklaşık yüzde 5,1) ile gelişen bir ülke konumundadır. 2007 yılında 15 milyar dolar ihracata karşılık 19 milyar dolar ithalatı bulunan ülkenin dış ticaret hacmi son yıllarda artış sergilemekte, mevcut dış ticaret açığına rağmen ihracatın ithalatı karşılama oranında (2003 yılı: %72, 2007 yılı: %79) ar-

tış izlenmektedir. 2008 yılında ülkenin ihracatı yaklaşık 19,7 milyar dolar, ithalatı ise yaklaşık 24,5 milyar dolar olarak gerçekleşmiş, ihracatın ithalatı karşılama oranı da yüzde 78,4 olmuştur.

AB İLE İLİŞKİLER OLDUKÇA İYİ

Tunus, Osmanlı Devleti'nin bölgeden ayrılmasının ardından Cezayir ve diğer komşu ülkeleri ile aynı kaderi paylaştı ve uzun süre Fransa'nın kontrolü altında kaldı. Bu tarihsel süreç içerisinde AB ülkeleri ile ekonomik temasları hızla artan ülke bağımsız olmasına rağmen hala ekonomisini AB ülkelerine dayalı şekillendiriyor. Tunus'un dış ekonomik ilişkilerinde AB önemli bir yer tutuyor. Bu bağlamda Tunus, Arap dünyasında AB ile Ortaklık Anlaşması imzalayan ilk ülke olma özelliğine sahip. Tunus, dış ticaretinin ağırlıklı bölümünü AB ülkeleri ile gerçekleştiriyor. En yoğun ticari ve ekonomik ilişkilere sahip olduğu AB ülkeleri ise; Fransa, İtalya ve Almanya olarak öne çıkıyor. Tunus'un toplam ihracatının yaklaşık dörtte üçü AB ülkelere yapılırken, toplam ithalatının yüzde 60'a yakını da AB'den yapılıyor

TÜKETİM MALLARI İTHALATI YÜZDE 30

Tunus ithalatında tüketim mallarının payı yaklaşık yüzde 30 gibi yüksek bir oranda tutuyor. Bu durum endüstri açısından ülkenin kendine yeterli bir ülke olmadığını göstergesi olarak algılanabilir. Hammadde ve yarı mamuller ithalatı başta pamuk ve kumaş olmak üzere, tekstil hammaddeleri, endüstri alet ve makineleri, mineral yakıtlar gibi enerji hammaddeleri, oto yan sanayi, plastik maddeleri ve türevleri, hububat

ve demir çelik gibi hammaddelerden oluşturuyor. 2007 yılında Tunus'un başlıca beş ihraç ürünü sırasıyla; örülmemiş giyim eşyası (62. fasıl), mineral yakıtlar (27. fasıl), elektrikli makineler (85. fasıl), örme giyim eşyası (61. fasıl) ve hayvansal-bitkisel yağlar (15. fasıl)'dır. 2007 yılında Tunus'un başlıca beş ithal ürünü ise sırasıyla; mineral yakıtlar (27. fasıl), makine ve aksamları (84. fasıl), elektrikli makineler (85. fasıl), motorlu kara taşıtları (87. fasıl) ve pamuk (52. fasıl)'dır. Makine ve aksamları ürün grubu Tunus'un özellikle ithalatında önemli yer tutuyor. Makine ve aksamları ürün grubunun ülkenin toplam ihracatından aldığı pay yüzde 2,9 iken, ithalatından aldığı pay yüzde 11,4 oldu.

TÜRKİYE-TUNUS TİCARETİ POTANSİYELİN ALTINDA

Türkiye ile Tunus arasındaki ekonomik ve ticari ilişkiler 2004 yılına kadar, Temmuz 1992'de imzalanan "Ticaret, Ekonomik ve Teknik İşbirliği Anlaşması" çerçevesinde yürütüldü. Ancak, 25 Kasım 2004 tarihinde imza edilen Türkiye ile Tunus arasında bir Serbest Ticaret Alanı kurulmasını öngören Ortaklık Anlaşması'nın Temmuz 2005'te yürürlüğe girmesiyle birlikte Temmuz 1992'de imzalanan Anlaşma geçerliliğini yitirdi. Bu tarihten sonra iki ülke arasında tarihi, siyasi ve askeri alanda köklü ve gelişmiş ilişkilerin varlığına rağmen, Türkiye-Tunus ekonomik ve ticari ilişkilerinin düzeyinin gerçek potansiyelin altında kaldı. Bununla birlikte, Türkiye ile Tunus arasında 2002 yılında 192 milyon dolar olan toplam dış ticaret hacmi 7 yılda 6 katına çıkarak 2008 yılında 1 milyar 143 milyon doları aştı.

TÜRKİYE İLE TUNUS ARASINDAKİ MAKİNE VE AKSAMLARI DIŞ TİCARETİ (\$ -84. FASIL)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Tunus'a İhracatımız	24.628.606	19.607.030	25.705.927	32.639.026	36.003.891	42.872.055	58.787.238
Tunus'tan İthalatımız	953.135	94.149	198.863	347.688	2.113.720	5.476.742	11.451.649
Dış Ticaret Hacmi	25.581.741	19.701.179	25.904.790	32.986.714	38.117.611	48.348.797	70.238.887
Dış Ticaret Dengesi	23.675.471	19.512.881	25.507.064	32.291.338	33.890.171	37.395.313	47.335.589
İhracat Değişim (%)		-20,4	31,1	27,0	10,3	19,1	37,1
İthalat Değişim (%)		-90,1	111,2	74,8	507,9	159,1	109,1

Kaynak: TÜİK verileri



2008 yılında 778 milyon dolar ihracata karşılık, söz konusu ülkeden 365 milyon dolar ithalat bulunuyor. Tunus ile dış Türkiye'nin ticareti lehine fazla veriyor. Bu fazla 2008 yılında 412 milyon doları aştı. Diğer taraftan, 2008 yılında Tunus'a olan ihracat yüzde 47 artarken, Tunus'tan ithalat yüzde 59 oranında yükseldi.

İTHALAT İHRACAT DENGESİ DEĞİŞİYOR

Tunus, 2008 yılında Türkiye'nin 84'üncü fasıl itibariyle makine ve aksamaları sektörü ihracatında 39'uncu sırada yer aldı. Aynı yıl Tunus'a sektör ihracatı yüzde 37, ithalat ise yüzde 109 arttı. 2002-2008 yılları arasında ise; Tunus ile Türkiye arasındaki makine ve aksamaları dış ticaret hacmi ve aynı zamanda Türkiye lehine dış ticaret fazlası, 2003 yılı hariç olmak üzere, artış gösterdi. 2002-2008 döneminde, Tunus'a makine ihracatı yaklaşık 2,5 katına çıkarken, Tunus'tan makine ithalatı ise 12 kat artış gösterdi. Yine bu dönemde, Tunus'a en fazla ma-

TUNUS'UN ÜLKELERE GÖRE MAKİNE VE AKSAMLARI İHRACATI (BİN \$) - 84. FASIL

	ÜLKE	2003	2004	2005	2006	2007	2007/2006 %Değişim
1	Fransa	40.172	66.743	95.033	120.833	179.555	48,6
2	İtalya	22.631	15.091	18.875	23.035	88.823	285,6
3	Cezayir	8.678	8.617	10.905	13.000	47.805	267,7
4	Libya	36.843	30.341	34.767	43.776	38.272	-12,6
5	Hollanda	4.071	8.685	12.482	11.110	13.711	23,4
6	İngiltere	4.351	6.225	3.942	13.424	13.497	0,5
7	Fas	2.701	1.891	5.994	3.866	6.540	69,2
8	İspanya	561	1.572	2.361	1.743	5.783	231,8
9	Almanya	6.107	3.208	3.888	3.735	3.921	5,0
10	Etiyopya	0	40	263	506	2.413	376,9
11	Belçika	340	361	284	1.117	2.361	111,4
12	ABD	418	315	197	791	2.012	154,4
13	Türkiye	92	47	274	184	1.634	788,0
14	Çek Cum.	1.033	916	783	772	1.127	46,0
15	Mısır	1.075	0	59	215	1.120	420,9
	Diğer	19.913	27.839	34.519	27.136	32.376	19,3
	TOPLAM	148.986	171.891	224.626	265.243	440.950	66,2

Kaynak: BM İstatistik Bölümü

TÜRKİYE-TUNUS DIŞ TİCARETİ (\$)

	İhracatımız	İhracatımız % Değişim	İthalatımız	İthalatımız % Değişim	Toplam Ticaret Hacmi	Dış Ticaret Dengesi
2002	121.141.720		71.800.648		192.942.368	49.341.072
2003	220.015.179	81,6	98.139.778	36,7	318.154.957	121.875.401
2004	256.162.186	16,4	100.409.572	2,3	356.571.758	155.752.614
2005	294.785.234	15,1	117.372.416	16,9	412.157.650	177.412.818
2006	324.892.895	10,2	150.094.226	27,9	474.987.121	174.798.669
2007	530.276.892	63,2	229.788.257	53,1	760.065.149	300.488.635
2008	778.113.911	46,7	365.381.316	59,0	1.143.495.227	412.732.595

Kaynak: TÜİK verileri

kine ihracat artışı 2008 yılında, bu ülkeden en fazla makine ithalat artışı da 2006 yılında kaydedildi. Her ne kadar Türkiye makine sektöründe bu ülkeye dış ticaret fazlası veriyor olsa da, bu ülkeden makine ithalatı son yıllarda ihracat artış oranlarının çok üzerinde gerçekleşti. Nitekim 2002 yılında Tunus'tan makine ithalatı bu ülkeye makine ihracatının değer bazında yüzde 3,8'i kadar iken, 2008 yılına gelindiğinde bu oran yüzde 20'ye yaklaştı.

REKABETTE 1'İNCİ SIRADA

Siyasi istikrara ve dinamik bir ekonomiye sahip Tunus'ta gerçekleştirilen yapısal reformlar işadamları için cazip bir yatırım ortamı sunuyor. Yüzde 56'sı özel sektör tarafından gerçekleştirilen ülkedeki yatırımların yüzde 12'si yabancı yatırımcılara ait. Dünya Ekonomik Forumu Küresel Rekabet Raporuna göre Tunus, Afrika ülkeleri arasında rekabet sıralamasında 1'inci sırada yer alıyor. Üç bine yakın yabancı şirketin faaliyet gösterdiği Tunus'ta, 11'inci beş yıllık kalkınma planı uyarınca büyümeyi artırma hedefi çerçevesinde bilgiye dayalı sektörler ve hizmet sektörlerine ağırlık veriliyor. Rekabetçiliği teşvik etmek için çeşitli önlemler öngörülüyor. Birçok alt yapı projesinin özel sektöre verildiği ülkede deniz ve hava limanları, otoyollar, turizm yatırımları, kongre turizmi, arıtma tesisleri ve enerji üretim merkezleri alanları özel sektöre açıldı. Tunus'un ithalatında 84'üncü fasıl itibarıyla makine ve aksamları kalemi ikinci sırada yer alıyor. Ülkenin ithalatında önem arz eden makine sektörü açısından Türkiye önemli tedarikçi ülkeler arasında yer al-

makla birlikte, hâlihazırda 9'uncu sıradaki konumunu daha üst seviyelere çıkarabilecek potansiyele sahip.

TUNUS'UN MAKİNE İTHALATI ARTIYOR

Birleşmiş Milletler verilerine göre; Tunus'un 2007 yılı itibarıyla makine ihracatı yüzde 66,2 artışla 441 milyon dolar seviyesinde gerçekleşti. Tunus'un makine ihracatında en önemli alıcı Fransa'dır. Türkiye ise 2007 yılında Tunus'un makine ihraç ettiği ülkeler arasında 13'üncü sırada yer aldı. Tunus'un makine ve aksamları ihracatında ilk sırayı yüzde 21 pay ve 92 milyon dolar ile "otomatik bilgi işlem makineleri, üniteleri" kalemi alıyor. Dörtlü GTİP bazında ilk beş kalem Tunus'un makine ihracatının yarısından fazlasını oluşturuyor. Tunus'un 84'üncü fasıl bazında makine ithalatı 2007 yılında bir önceki seneye göre yüzde 26,5 oranında artış göstererek 2,2 milyar dolara yükseldi. İtalya, Fransa, Almanya, Çin ve ABD Tunus'un makine ithal ettiği başlıca ülkeler. Türkiye ise 2007 yılında Tunus'un makine ithalatında 9'uncu sırada bulunuyor. Tunus'un makine ve aksamları ithalatındaki başlıca kalemler arasında ilk sırayı 8473 nolu GTİP'de bulunan "büro makinelerinin aksamları" alıyor. Ülkenin diğer önemli makine sektörü ithal kalemleri arasında ise; "otomatik bilgi işlem makineleri, üniteleri", "kompresörler", "vanalar" gibi alt ürün grupları yer var. Dörtlü GTİP bazında makine ithalatındaki ilk beş kalem Tunus'un toplam makine ithalatının yüzde 37'sini oluşturuyor.

TUNUS'A MAKİNE VE AKSAMLARI İHRACATININ YARISI GTİP'DEN

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre Tunus'a yönelik olarak OAİB iştiğal alanına; 84'üncü fasılda olup, OAİB iştiğal alanında bulunmayan GTİP'lerin eklenmesiyle oluşturulan makine sektörü toplamı ihracatı, 2008 yılında bir önceki yıla göre yaklaşık yüzde 37 artarak 62 milyon dolara ulaştı. 2008 yılında Tunus'a yönelik makine sektörü toplamı ihracatında, yaklaşık 22 milyon dolarlık ihracatı ile "klima ve soğutma makineleri" mal grubunun ilk sıradadır, 13 milyon dolar ile de "pomplar ve kompresörler" in ikinci sırada yer aldığı görülüyor. 84'üncü fasıl itibarıyla sektör ihracatında önemli yer tutan kalemler ise dörtlü GTİP bazında incelendiğinde; 8418 nolu GTİP'de yer alan "buzdolapları, dondurucular, soğutucular, ısı pompaları" ile 8414 nolu GTİP'de yer alan "kompresörler" kalemlerinin bu ülkeye Türkiye'nin makine ihracatının yaklaşık yarısını oluşturduğu görülüyor. Makine sektörü toplamı itibarıyla Türkiye'nin Tunus'tan ithalatı, 2008 yılında bir önceki yıla göre yüzde 109'luk artışla 11,5 milyon dolar olarak gerçekleşti. Tunus'tan en fazla ithal edilen mal grubu, 6,8 milyon dolar ile "büro makineleri" oldu. 2008 yılında Türkiye'nin Tunus'tan 84'üncü fasıl itibarıyla en fazla ithal ettiği ürün grubu, yüzde 57 pay ile 8470 nolu GTİP'de yer alan "hesap, muhasebe, kaydedici kasa, damga basan makineler" "santrifüjle çalışan kurutma, filtre, arıtma cihazları" ile "rulmanlar" diğer önemli ithal kalemleri arasında yer aldı.

* Bu haberde kullanılan veriler İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi'nden (İGEME) alınmıştır



Hangi ÷lkede nasıl davranmak lazım (5)?

DÜNYA PAZARLARINA ÜRÜNLERİNİ GÖNDEREN TÜRK İŐ ADAMLARI İÇİN HAZIRLADIĐIMIZ ÜLKELER REHBERİNİN SON BÖLÜMÜNDE ARJANTİN, PERU, ŞİLİ VE MEKSİKA GİBİ GÜNEY AMERİKA'NIN ÖNEMLİ ÜLKELERİ YANINDA UZAK DOĞU'NUN BAŞ AKTÖRÜ JAPONYA, KUZEY AMERİKA'DAN KANADA'YI VE AVUSTRALYA'YI MERCEK ALTINA ALDIK.



ARJANTİN

>> Arjantin'de iş görüşmesi yaparken diğer ülkelerin aksine, kartvizitlerin değişimi konusunda karışık bir davranış biçimi yoktur. Sadece kartviziti aldığınızda, bir an için kartı inceleyip, teşekkürlerinizi ifade etmeniz beklenir. İngilizce iş dili olarak yaygındır, ancak kartvizitinin diğer yüzünü İspanyolca bastırmanız artı değer getirebilir.

>> Kısa konuşma ve sık sık gülümseme karşılıklı güveni sağlamak açısından hayati önem taşımaktadır. Arjantinlilerle ilk tanışmanızdan hemen sonra şaka yapmanız yanlış bir davranış biçimi olur. Birisini veya herhangi bir olayı ciddiye almamak bu kültürde hoş karşılanmamaktadır. Bir toplantı odasına girdiğinizde nereye oturacağınız gösterilinceye kadar bekleyin.

>> Geleneksel olarak en yüksek seviyedeki katılımcılar birbirlerinin karşısına gelecek şekilde otururlar. Hiyerarşi, Arjantin kültürünün önemli bir parçası olup, kıdemli yöneticiler ve yüksek statüdeki kişilere daha fazla saygı gösterilmektedir. Ayrıca, üst yöneticiler son karar verme sürecinde anahtar rolünü üstlenmektedirler. Kıdemli kesime daha fazla saygı gösterildiği için, ziyaretçi olarak sizinde aynı saygıyı göstermeniz beklenmektedir.

>> Her koşulda iş göreceli olarak yavaş adımlarla ilerlemektedir. Arjantin aşırı derecede bürokratik ve iş ile ilgili tartışmalara müsait bir ülkedir. Her kararın birçok kişi tarafından onaylanması gerekebilir. İşlemlerinizin sonuçlarına ulaşabilmeniz için birçok defa seyahat etmeniz gerekebilir.

>> Ürününüzü aşırı derecede övmekten kaçınınız. Sabırlı olunuz ve işinizle ilgili olarak daha detaylı çalışma yapmaya çalışınız. Alınan neticeler alışılmadık biçimde olumlu olsa da, aklınızdan Arjantinlilerin sevdiklerine karşı açık olamadıklarını çıkarmayınız.

>> Karar verme sürecinde en son sözü kıdemli yönetici söyler. Arzu edilen, sizlerin iyi ilişkilerinizdir, ürününüzün kalitesi veya sunulan hizmet ise ikinci plandadır. Sonuçta Arjantinli ortağınızın, yüksek pozisyonlardaki yöneticinizle iyi ilişkiler oluşturması büyük önem taşımaktadır.

>> Her seferinde şirket temsilcinizin değiştirilmesi kötü bir durum oluşturabilir. Çünkü işe başlamadan önce yeni bir ilişkinin tekrar oluşturulması gerekebilir. Kontratın tamamı imzalanmadıkça, her bölüm yeniden görüşmelere tabi tutulabilir.

PERU

>> Perulular kişisel ilişkilere çok değer verdikleri için iş görüşmelerinde üçüncü bir taraf aracılığına ihtiyaç duymaktadırlar. Bir iş görüşiminde bulunmadan önce "enchufado" diye adlandırılan bir aracıya ulaşmanızda fayda vardır. Kartvizitinizin üzerindeki yazıların İspanyolcaya çevirmiş olması gerekmektedir. Bu davranış karşı tarafı memnun edecektir. "Doctor", "Engineer" veya "Professor" gibi unvanlarınız var ise bunları mutlaka kartvizitinizde belirtiniz. Unvanınız Perulular tarafından saygı ile karşılanacaktır.

>> Ayrıca kartvizitlerinize ve sunuş malzemelerinize de bunları ilave etmenizde fayda vardır. Her ne kadar Perulu muhataplarınız İngilizce bilse de, sunuş malzemelerinizi ana dilinde hazırlamanızda fayda vardır. Perulular yabancı yatırım konusunda çok heveslidirler. Bu yüzden oldukça sıcak bir ortamla karşılaşabilirsiniz.

>> Organizasyon içerisinde diğer kişilerle tanıştığınızda unvanlarına göre nasıl bir hiyerarşi içerisinde olduklarını tespit etmenizde fayda vardır. Eğer bir şüpheye düşerseniz, insanların birbirlerine nasıl saygı gösterdiklerini gözlemleyebilirsiniz.

>> Peru'da nazik ve diplomatik bir tavır takının. Eğer her şeyi doğrudan söylerseniz, Perulular söylediğiniz şeylere fazla değer vermeyecektir. Görüşmeler süresince temsilcilerinizde herhangi bir değişiklik yapmayınız. Bu karşı tarafta bir güvensizliğin oluşmasına neden olabilir.

>> Perulular organizasyondan ziyade tanıştığı kişilerle iş ilişkilerini yürütmek isterler. Görüşmeler sırasında anlaşma içerisinde olan tüm konuları tartışmanızda fayda vardır. Ayrıca ilgisiz olabilecek konuların da bolca görüşüleceğini de hesaba katabilirsiniz.

>> Soru sorarken mümkün olduğunca nazik olmanız önerilmekte ve tartışmalardan uzak durmanız tavsiye edilmektedir. Toplantılarınıza birçok kişi katılsa da, karar verecek olan kişi en kıdemli olanıdır. Bu yüzden bu kişi ile özel olarak bir ilişki kurmanız ve saygı göstermeniz gerekmektedir.

>> En iyi hizmet ve ürünü sunan kişiden ziyade, karar verici kişi ile kurulacak olan ilişki önem arz etmektedir. Sunuşlarınızda çok değişik görsel malzemelere yer vermenizde fayda vardır. Bunlar çekici grafikler ve bilgisayar gösterileri olabilir.



ŞİLİ

>> İlk görüşmelerinizi banka, danışmanlık firmaları veya ticaret organizasyonları tarafından düzenlenecek organizasyonlar vasıtası ile gerçekleştirmenizde fayda bulunmaktadır. Kartvizitinizin arka tarafını İspanyolca'ya çevirtiniz ve yanınızda bol miktarda kartvizit bulundurunuz. Kartviziti alırken gülümseme ve göz kontağı önemlidir. Aldığınız kartviziti yerine koymadan önce bir müddet incelemeniz gerekmektedir.

>> Bu toplum çok resmidir. Almış olduğunuz kartviziti özenli bir şekilde kartvizit muhafaza kutusuna koyduğunuzun da karşı tarafa belli edilmesinde fayda vardır. Şili iş kültüründe karşılıklı içten ilişkilerin oluşturulması profesyonel rekabetten ve deneyimlerden daha fazla önem taşımaktadır.

>> Problem çözmede ve işlerin yürütülmesinde karşılıklı güven ve arkadaşlık oluşturmaya özen gösterilmelidir. Güney Amerikalılar genellikle aralarında çok daha yakın bir mesafe bırakmaya alışkındırlar. Bu alışkanlığa mümkün olduğunca uymaya çabalayın. Geriye doğru yapacağınız bir hareket aranızda bir soğukluğun oluşmasına neden olabilir.

>> İş görüşmeleri ilk olarak kısa bir konuşma ile başlar. İlk ziyaretlerinizi orta seviyedeki ve üst seviyede yöneticilerle yapmanız tavsiye edilmektedir. Daha sonraki toplantılara orta seviyedeki yöneticilerin katılması ve devam ettirmesi uygun düşmektedir.

>> İlk toplantıda Şilili ortağınız size çok fazla resmi görünebilir. Daha sonraki toplantılarda daha sıcak bir ilişki kurulacaktır. Politika, ekonomi ve sosyal davranışlar konusunda muhafazakâr bir tutum sergilerler.

>> Şili toplumunda dürüstlük ve içtenlik yüksek değerler arasında kabul görmektedir. Toplantı süresince şakalar kabul edilebilir, ancak toplantının büyük bir çoğunluğu ciddiyetle yürütülmektedir.

>> Kişisel onur Latin Amerika iş kültüründe çok önemlidir. Açıkça birilerini eleştirmekten ve patron gibi davranmaktan kaçınınız. Ayrıca onların utanmalarını sağlayacak herhangi bir hareket yapmamaya özen gösteriniz. Başka kişilere karşı nazik davranışlara ve saygı gösterilmesine değer verilmektedir. Bu yüzden saldırgan tavırlı hareketlerden kaçınmanız önerilmektedir. Görüşmelerde bazen hisler gerçeklerin önüne geçer. Şilililer arasında gerçekler, subjektif ve kişisel olarak algılanmaktadır.

MEKSİKA

>> Meksikalılar çok iyi tanıdıkları kişilerle iş yapmayı tercih etmektedirler. Meksika'ya giderken bir tanıdık vasıtası ile gidilmesi ilave bir değer taşır. Ayrıca kişisel ilişki kurulması da iş ilişkilerinizde önem taşıyacaktır.

>> Aile yapısı Meksika toplumunda önemli bir rol oynamaktadır. Meksikalı firmaların büyük bir çoğunluğu aile şirkettir. İyi ilişkilerin kurulması, güven ve destek iş ilişkilerinin geliştirilmesinde rol oynayan önemli faktörlerdir. Bu yüzden bu ilişkileri oluşturmak için ülkeyi sık sık ziyaret etmeniz gerekebilir. Meksika iş kültürü sıcak, arkadaşlığa önem veren ve yavaş ilerleyen bir tarzda gelişmektedir.

>> Tartışmalarda Meksikalılar yeni fikirlere ve kavramlara ulaşmak için arzu duyacaklardır. Ancak fikirlerinde çok az bir değişikliği tespit edebilirsiniz.

>> Meksikalılar problemin çözümünü sağlamak için kural ve yasalara pek başvurmazlar. Problemlerin çözümünde kendi kişilikleriyle ve durumun özelliklerine göre çözüm bulmaya çalışırlar.

>> Sübjektif hisler Meksika iş kültüründe gerçeğin temelini oluşturur. Hislerle hareket etmek çok fazla başvurulan bir yöntemdir. Ayrıca teklifinizin karşı tarafı daha da güçlendireceğinden bahsedebilirsiniz.

>> Teorik olaylar ve diğer objektif gerçekler yüksek eğitim almış Meksikalılarca kabul görmektedir. Sunuşlarınızda mümkün olduğunca güzel görsel malzemeler kullanmaya çalışayın. Görüşmeler genellikle uzun ve sizi bitkin bırakacak şekilde sürdürülebilir.

>> Meksikalılar doğrudan "hayır" demekten çekinirler ve bu yüzden "maybe" veya "we'll see" gibi genel cevapları vermeyi daha uygun görürler. Bu yüzden bu dolaylı yaklaşımı daima aklınızda tutunuz. Aksi takdirde sizi kaba ve itici birisi olarak düşünebilirler.

>> Meksika işadamlarının rakipleri ile ilgili olarak çok iyi bilgilendirilmiş olduğunun farkında olunuz. Görüşmeler sırasında sizin ekibinizin iş ile ilgili olarak çok bilgili olduğunu hissettirmenizde fayda vardır. Ayrıca bir otorite havasını ve görüşme süresince kararlı olduğunuzu göstermeniz gerekebilir.

>> Meksika iş adamı statü bilincine sahiptir. En azından ekibinizden bir kişinin en üst yönetimden olmasına özen gösteriniz. Bazen sahip olduğunuz üniversite derecesinden ve bölümünüzden bahsetmeniz ilave bir değer taşıyabilir.



KANADA

- >> Kanada'da resmi olarak iki dil geçerlidir. Federal Hükümet İngilizce ve Fransızca dillerini kullanmaktadır. Quebec bölgesi tüm ticari işlerinde Fransızca dilinin kullanılması konusunda çok katıdır. Bu yüzden tanıtım malzemelerinizin ve diğer dokümanlarınızın Fransızca diline tercüme edilmesine özen gösteriniz. Fransızca denkliliğini bulamadığımız bazı cümlelerin İngilizce kullanılmasına izin verilir. Diğer Kanadalı organizasyonlar tanıtım malzemelerinin iki dilde de hazırlanmasını isteyebilirler, bu yüzden hazırlıklarınızı önceden yapınız.
- >> Kartvizitlerinizin hem Fransızca hem de İngilizce olarak hazırlanması ilave bir değerdir. Eğer Quebec bölgesini ziyaret edecekseniz, kartlarınızın Fransızca olduğundan emin olunuz. Dil orijini Fransızca olan Kanadalılara "Francophones." İngilizce konuşanlarına ise "Anglophones." diye hitap edilmektedir.
- >> İngilizce konuşan Kanadalılara "Anglophones" denilse dahi İngiltere'den Kanada'ya göç eden göçmenlere "İngiliz Kanadalıları" denmektedir.
- >> İngilizce konuşan Kanadalılar toplantılara resmi olmayan bir tarzda (hava ve ulaşım gibi günlük konularla) başlamaktadırlar.
- >> Kanadalılarla iş yapmak zevkli olabilir, özellikle diğer ülkelere içten ilgi duyan nazik ev sahipleri olduğu zaman. Bu tür nitelikleri Kanada'nın uluslararası özelliklerindedir.
- >> Tolerans, sakinlik ve akla uygunluk Kanadalıların önem verdiği değerler arasındadır. Yararcılık Kanada iş kültüründe hakim olan bir değerdir. Bazı durumlarda yeteneğin ve rekabetçi yapının vurgulanması beklenmektedir. Geleneksel cinsiyet rolleri zamanla değişmektedir. Ancak kadınlar arasında hala otorite ve eşit gelir elde edilmesi konularında mücadeleye devam edilmektedir.
- >> Kanada iş kültüründe, unvan ve statüye önem verilmektedir. İş zamanında duruşunuza dikkat ediniz ve resmi bir havada olunuz.
- >> Birçok durumda, toplantılar demokratik ve tüm katılımcıların fikirlerinin açıklanmasına müsaade edilen bir ortamda yürütülmektedir. Anlaşmaları zorla kabul ettirmekten ziyade araştırmaya yönelik olmasına önem verilmektedir.
- >> Görüşmelerde ilerleme biraz yavaş da olsa görüşme stilleri ABD'deki gibi yürütülmektedir. Kanadalı iş adamı genellikle iyi bilgilendirilmektedir ve bu yüzden yeni fikirlere ve tartışmalara daima açıktır.

AVUSTURALYA

>> Tanışma esnasında yanınızda bol miktarda kartvizitinizin olması uygun bir davranış olur. Toplantı başlangıcında "kısa bir konuşma" yapılmaktadır. Avustralya iş kültüründe dostça ilişkilerin oluşturulması önemlidir. Söylemek istediğiniz şeyi açık ve net bir şekilde ifade ediniz. Benzer doğrudan hareket tarzını da Avustralyalıdan bekleyiniz.

>> Başlangıçta, Avustralyalılar genellikle karşısındaki kişilere güvenirlere ve eşit olduklarını kabul ederler. Bu tavır şüphe uyandıracak bir şey ortaya çıktığında hemen değişecektir.

>> Otoriteye ve kendilerini başkalarından daha üstte gören kişilere güvenmemektedirler. Her zaman alçakgönüllü olunuz. Konuşmalarınızda ilginin eğitiminize, profesyonel deneyiminize, iş başarınıza ve benzer atılımlara çekilmemesine özen gösteriniz.

>> Tartışmaktan ve saldırgan satış tekniklerinden hoşlanmamaktadırlar. Her şeyi doğrudan konuşmaya alışık oldukları için konuyu doğrudan sonuçlandırmak isterler.

>> Sunuşlarınızı basit ve konuya odaklı yapınız çünkü konu dışı veya aşırı detaylı sunuşlar Avustralyalı dinleyiciler tarafından iyi karşılanmamaktadır. Sade, olağan ve kayıtsız davranışlar, Avustralya iş kültürünün özelliklerindedir. Avustralyalılar yeni görüşlere açıktır. - Genellikle, analitik ve kavramsal düşünceye sahiptirler.

>> Verleştirilmiş kurallar ve yasalar kişilerin hislerinin önünde yerini alır. Görüşmeler süresince şirket politikası her zaman takip edilmektedir. Her türlü his ve duygular şüphe ile karşılanmaktadır, özellikle karar verme sürecinde.

>> Etnik merkezîyetçilik burada çok kuvvetlidir. Bu yüzden milli bildiriler Avustralya'nın tartışmalarıyla ilgili sunuşlarında yer almaktadır. Avustralyalı iş adamı için pazar payındaki karlılık önemlidir. İş görüşmelerinizde kişisel yaşamınızla ilgili tartışmalardan uzak durunuz.

>> Aşırı derecede övgü yapan kişilere güvenmezler ve sevmezler. Aşırı övgü, konunun yanlış algılanmasına ve sizin hakkınızda şüphe oluşmasına neden olabilir. İlaveten kendilerine baskı yapılmasından da hoşlanmazlar. Avustralya iş kültüründe çevre ile ilgili çalışmalar işbirliği ile gerçekleştirilir.

>> Karar vermeden önce en üstteki yöneticiler yardımcılara danışırlar ve onların verdikleri bilgileri dikkatlice değerlendirirler.

JAPONYA

>> Bu ülkede karşılıklı ilişkiler çok büyük önem taşımaktadır, ayrıca işinize aracılık eden kişilerin çok iyi seçilmesinde fayda vardır. Japonlar aracılar sadık kalmaya kendilerini mecbur hissetmektedir. İş ilişkilerinizi yürütmek için aynı pozisyondaki kişileri seçiniz. İlaveten, kullanacağınız aracının iş yapacağınız firmayla daha önceden herhangi bir ilişkisinin olmaması daha uygun olur.

>> Japonya'da saygınlığına inandığınız bir kişiyi tanıyorsanız, bu kişiyi sizi desteklemesi ve bağlantılarınızı başlatması amacı ile kullanabilirsiniz. Görüşmelere geçmeden önce sizin için danışmanlık yapması ricasında da bulunabilirsiniz. Ayrıca size daha sonraki iş ilişkilerinizde yardımcı olup, olamayacağını da sorabilirsiniz. Bu tür bir iş pratiği Japon İş Kültüründe ilişkileri başlatmak açısından çok yaygın olarak uygulanmaktadır.

>> Kartvizit "meshi" Japon iş hayatının temel faktörlerinden birisidir. Görüşmeye giderken bolca kartvizit götürünüz. Japonların kartvizit değiştirmek konusunda çok istekli olduklarını göreceksiniz. Kartvizitinizin bir yüzünün İngilizce, diğer yüzünün de Japonca olmasında fayda vardır. Profesyonel organizasyonlara üyelik gibi bilgiler bu kartvizitlere daha fazla değer katmaktadır. Kartvizitinizi hazırlarken, profesyonel niteliklerinize ilaveten özgeçmişinizle ilgili de bazı bilgilerin ilave edilmesinde fayda vardır. Kartvizit değiştirme işlemini başınızı öne eğerek veya el sıkışmasından sonra yapabilirsiniz. Japonca yazılı kısmını önde tutmanızda da fayda vardır. Bir kişinin kartvizitini elinize aldığımızda kartı çok iyi incelediğinizi ve önem verdiğinizi karşı tarafa hissettirin.

>> Bu olay aynı zamanda kartı iyice incelemenize ve anlayamadığımız veya telaffuzunda güçlük çektiğiniz bazı soruları da sormanız için size uygun bir fırsat sağlayacaktır. Kartviziti aldıktan, inceledikten ve değer verdiğinizi gösterdikten sonra muhafaza cüzdanınıza yerleştirin veya masanın üzerine düzgün bir şekilde koyunuz. Bir kartviziti kabul edip, cüzdanınıza öylesine atmak saygısızlık olarak düşünülebilir. Bir kartvizit üzerine yazı yazmak da olumsuz bir davranış olarak kabul edilmektedir.

>> İlk toplantıların temel amacı her iki tarafın da birbirlerini tanımalarına fırsat vermektir. Ancak bu ilk görüşmelerde de tekliflerinizi kısaca tanıtabilirsiniz.

ÜNİVERSİTELERDEN

TOBB EKONOMİ VE TEKNOLOJİ ÜNİVERSİTESİ

moment & expo

Sanayicinin kurduğu üniversite: TOBB ETÜ

TOBB TARAFINDAN KURULAN TOBB ETÜ ÜNİVERSİTESİ 2004 YILINDA KURULMASINA RAĞMEN KENDİSİNE TÜRKİYE'NİN ÖNEMLİ ÜNİVERSİTELERİ ARASINDA YER BULDU. TOBB ETÜ ÖĞRENCİLERİ EĞİTİMLERİ BOYUNCA 11 AYLIK STAJ GÖRÜYOR VE SANAYİDE ÇALIŞMA FIRSATI BULUYOR.



Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) tarafından kurulan TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi (ETÜ) öğrencilerine öğrenimleri boyunca 11 ay boyunca sanayide çalışma imkanı sağlayarak, sektöre daha donanımlı girmelerine imkan tanıyor. Moment Expo'nun sorularını yanıtlayan üniversitenin Makine Mühendisliği Bölüm Başkanı Prof. Dr. Ünver Kaynak, dünya pazarlarıyla yarış halinde olan Türk sanayisinin Ar-Ge'ye daha fazla yatırım yaparak katma değeri yüksek ürünlere odaklanması gerektiğini söylüyor.

AR-GE'YE DAYALI ÜRÜN GELİŞTİRME

TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi Makina Mühendisliği Bölüm Başkanı Prof. Dr. Ünver Kaynak, "TOBB ETÜ Makine Mühendisliği olarak Türk makine sektörünü çok dinamik ve yüksek kazanma arzulu, ancak teknolojisini hala yeterli seviyeye çıkaramamış olarak görüyoruz" diyor. Prof. Dr. Kaynak şöyle devam ediyor: "Daha geniş bir bakışla, yerel ölçekli imalattan küresel ölçekli imalata geçen, dünya pazarlarına açılmaya başlayan, süratli bir biçimde emek yoğun-ucuz işçilik ve kopya üründen değil, Ar-Ge'ye dayalı ürün geliştirmeden daha çok kazanabileceğini gören, bu konuda TÜBİTAK, TTGV gibi kuruluşların ve Sanayi Bakanlığı'nın sunduğu Ar-Ge desteklerinden faydalanma yollarını görebilen bir sektörden bahsediyoruz."

"AR-GE YATIRIMLARI ÇİFTÇİLİĞE BENZER"

Teknoloji Üreten ABD ve AB ülkelerinin iyi analiz edilmeleri gerektiğine de değinen Prof. Dr. Kaynak, "Bu ülkelerin Ar-Ge için ayırdıkları bütçe çok ciddi boyutlardadır. Ar-Ge yatırımları çiftçiliğe benzer, yazın sıcağında kan ter içinde çalışarak tohum toprağa bırakılır ve beklenmeye başlanır. Eğer şartlar olgunlaşır ve yağışlar da güzel giderse sabredip beklenen tohumların mahsulleri görülür" diye konuşuyor. Ar-Ge çalışmalarının da böyle sancılı bir bekleyişi barındırdığını aktaran Prof. Dr. Kaynak, "Ama mahsul ele alındığında toprağa gömülen 1'den 40 kazanılmıştır. Bu bakımdan en önemli adım araştırma geliştirme çalışmalarına gerekli ekonomik ve psikolojik desteği sağlamaktır" diyor. Prof. Dr. Kaynak şöyle devam ediyor: "İçinde bulunduğu ekonomik gerçeklikler neticesinde ülkemizde Ar-Ge yatırımlarının hızlı sonuç vermesi beklenmektedir. Zaten kısıtlı olan Ar-Ge bütçelerinin hızlı sonuç vermesi mümkün olmamaktadır. Bu bakımdan sanayicilerimiz kendi araştırma merkezlerini kuramayacaklarına göre Üniversitelerin teknoparklarında kurdukları şirketlerde Ar-Ge'yi yapabilirler. Üniversitemiz Makine Mühendisliği Bölümü Ar-Ge desteğine ihtiyaç duyan sanayicilerimize bu desteği memnuniyetle sunmaktadır. Sektörün eğilmesi gereken en



Prof. Dr. Ünver Kaynak
TOBB ETÜ Makina Mühendisliği Bölüm Başkanı

Türkiye olarak, Çin ve Hindistan gibi ülkelerle ucuzluk konusunda yarışmaya girmek yerine G-7 ülkeleri ve çok süratle yükselen Güney Kore, Brezilya gibi ülkelerle teknoloji yarışına girmemiz gerekiyor.

önemli konu araştırma geliştirme giderlerine ayrılan bütçeyi iyi planlayıp yatırımlarını bu yönde yapmaktır. Bu konuda tüm desteklerden faydalanılmalıdır. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından desteklenen Sanayi Tezleri (SANTEZ) projeleri iyi birer fırsat olabilir. Sanayi problemlerinin lisansüstü tez konuları olarak sunulması ve çözülmesini temel alan bu proje kapsamında hem üniversite hem de sanayi kuruluşu bakanlık tarafından desteklenmektedir." Araştırma ve Geliştirme'ye yatırım yapmadan ürün ya da üretim yöntemi geliştirmek ve ekonomik çözümler üretmenin çok zaman alacağını da ifade eden Prof. Dr. Kaynak, "Bunun en kolay yolu üniversiteleri de içine alan ortak araştırma alanları kurmaktır. Üniversitelerdeki akademisyenlerin teknik alt yapısı ile sanayi ihtiyaç ve tecrübelerinin birleştirilmesi çok olumlu sonuçlar verecektir. Bu noktada sanayici, üniversiteler ile akademisyenler de, sanayi ile içli dışlı olmalıdır" diyor.

"KATMA DEĞERİ YÜKSEK ÜRÜNE ODAKLANILMALI"

Dünya piyasalarında son on yıldır hızla yükselen Çin ve Hindistan gibi rekabet gücü yüksek teknoloji üreticilerinin de

“ Fakültemiz kurucu dekanı rahmetli Prof. Dr. Süleyman Sarıtaş fakültemiz mezunlarının sanayiye yatkın mühendisler olarak yetişmesi açısından gerekli alt yapının kurulmasına çok önem vermiş ve müfredat değişiklikleri ile de bunu desteklemiştir. Laboratuvar alt yapısı kurulurken seçilen alet ve cihazlar sadece eğitim amaçlı olarak değil, gereken maddi külfetten kaçınmayarak gereğinde sanayiye hizmet verecek şekilde profesyonel düzeyde seçilmişlerdir. ”



varlığı göz önüne alınması gerektiğine de vurgu yapan Prof. Dr. Kaynak, “Türk makine sektörünün katma değeri yüksek ve aynı zamanda fiyat ve kalite avantajı olan ürünlerin üretimine yoğunlaşması gerekliliği gözden kaçırılmamalıdır” diyor. Makine sektöründe katma değeri yüksek ürünleri geliştirmek için birden çok mühendislik disiplininin (makine, elektrik, bilgisayar, sistem vb. mühendislikler) ortak çalışmasının gerekli olduğuna da değinen Prof. Dr. Kaynak şöyle devam ediyor: “Fiyat avantajını ve kaliteyi arttırmak için ise yine farklı disiplinlerin (makine, endüstri, üretim vb. mühendislikler) üretim inovasyonu için el ele çalışması şarttır. Bu disiplinler arası ortak çalışmayı sağ-

layabilecek, sanayicinin sorunlarını hızlı ve etkili biçimde çözebilecek ve uluslararası rekabet gücünü artıracak, teknopark gibi, nitelikli beyin gücünü ve sanayinin sorunlarını bir araya getiren dinamik inovasyon ortamlarının kurulmasında hem üniversiteye hem de sanayiye görev düşmektedir. Yüksek teknoloji geliştirmek için, Teknopark modeli ABD (Örnek: Silikon Vadisi, Kaliforniya, Bioteknoloji Vadisi, Massachusetts), AB ve Uzak Doğu’da başarıyla uygulanmaktadır.?”

“5 SANTEZ PROJESİNE DEVAM EDİYORUZ”

Bölüm olarak yaklaşık 5 SANTEZ projelerinin devam ettiğini söyleyen Prof. Dr.

Kaynak, “Bu, 5 yüksek lisans öğrencimizi ve aynı projelerde görev verdiğimiz ilave sayıda lisans seviyesinde öğrencimizi sanayiden gelen problemlerin çözümü ile ilgili akademik olarak çalıştırdığımız ve ürün ya da üretim yöntemi geliştirmeye çalışan 5 firmanın problemlerini çözmeye çalıştığımız anlamına gelir” diyor. Prof. Dr. Kaynak buna ek olarak, “Laboratuvarlarımızın kapısı tüm sanayicilerimize açıktır. Laboratuvarlarımız kullanılarak yapılabilecek tüm deneyleri yapmaya gayret ediyoruz. Yalnızca standart deneyleri değil sektörün ihtiyaç duyduğu özel deneyleri de gerçekleştirmek için çalışıyoruz. Tahrifatlı ve tahrifatsız muayene yöntemleri ile hizmet veriyoruz” diyor. Prof. Dr. Kaynak ayrıca, “Öte yandan, bilgisayar alt yapısı ile sonlu elemanlar yöntemi kullanılarak yapılan analizleri yapabilecek, tasarım, modelleme ve simülasyon konularında proje ve araştırmalar yapan, hem ısı-akışkan grubunda hem de malzeme-mekanik grubunda çalışabilecek akademisyenlerimiz mevcut. Onların bilgi ve birikimlerinden sanayicilerimizin yararlanmasını sağlıyoruz” diye konuşuyor.

SANAYİNİN KURDUĞU ÜNİVERSİTE

Prof. Dr. Kaynak, sanayinin kurmuş olduğu bir üniversitenin en çok verim beklenen birimi olarak ihtiyaç duyulan çalışmaları kuruluşundan itibaren gerçekleştirdiklerini söylüyor. Prof. Dr. Kaynak şöyle devam ediyor: “Fakültemiz kurucu dekanı rahmetli Prof. Dr. Süleyman Sarıtaş fakültemiz mezunlarının sanayiye yatkın mühendisler olarak yetişmesi açısından gerekli alt yapının kurulmasına çok önem vermiş ve müfredat değişiklikleri ile de bunu desteklemiştir. Laboratuvar alt yapısı kurulurken seçilen alet ve cihazlar sadece eğitim amaçlı olarak değil, gereken maddi külfetten kaçınmayarak gereğinde sanayiye hizmet verecek şekilde profesyonel düzeyde seçilmişlerdir. Gereken müfredat değişiminin en önemli örneği fakültemizde verilen tüm derslerin laboratuvarlarının ayrı ve kredili bir ders olarak verilmesidir. Makine Mühendisliği Bölümü’nü ele alacak olursak, birinci sınıftan itibaren verilen Fizik ve Kimya gibi



derslerin laboratuvarları ayrı dersler olarak, ikinci sınıfta verilen derslerden Malzeme, İmal Usülleri derslerinin ve üçüncü sınıf derslerinden Isı Transferi, Akışkanlar Mekaniği, Makine Teorisi ve Sistem Dinamiği ve Kontrol derslerinin laboratuvarları bağımsız dersler olarak verilmektedir. Dördüncü sınıfta da Makine Laboratuvarı ismiyle tüm disiplinlerden deneyler içeren bir laboratuvar dersi verilmektedir. Tüm bu laboratuvar dersleri için ihtiyaç duyulan laboratuvarlar kurulmuştur ve ilk yıldan beri bu dersler verilmektedir. Prof. Dr. Kaynak, bunlara ek olarak bölüm laboratuvarlarının ayrı bir binada olduğunu ve çalışmak isteyen öğrencilerin proje çalışmalarını için 24 saat hizmet verdiğini aktarıyor. Laboratuvar dersleri haricindeki teorik derslerin proje çalışmalarının yine bölümü laboratuvarlarında gerçekleştirildiğini belirten Prof. Dr. Kay-

nak, "Bu kapsamda öğrencilerimiz birçok tasarıma imza atmış ve bunların üretimlerini gerçekleştirmiştir" diyor. Prof. Dr. Kaynak bu çalışmalarını şöyle örneklendiriyor: "30 tonluk bir sıcak pres üretilmiş, yüksek sıcaklıklarda çekme deneyleri yapabilen bir çekme aparatı, eşit kanallı açılı presleme deney düzeneği, basınçlı kaplar ve ölçümleri ile ilgili düzenekler, uzay kafes sistemleri, kanat profilleri ve deneyleri, Formula arabası modelinde rüzgar tüneli ile kanat profil deneyleri, insansız hava aracı çalışmaları sıralanabilir." Laboratuvarların sektöre de hizmet vermekte olduğunu aktaran Prof. Dr. Kaynak şöyle devam ediyor: "Malzeme Test Laboratuvarımızda çekme, eğme, çentik-darbe, burma, yolulma deneyleri yapılabilir ve bu konuda sektöre hizmet verilmektedir. Yine Metalografi Laboratuvarımızda içyapı incelemeleri kaynak mik-

royapısı incelemeleri ve tahribatsız muayeneler yapılabilir. Malzemeler için ultrasonik çatlak muayenesi, X-ışınları analizi, polariskop ile gerilme analizleri yapılmaktadır. Ayrıca sektörden gelen özel amaçlı standart dışı deneylerde de danışmanlık hizmetleri verilmekte ve özel deney düzenekleri tasarlanıp üretilmektedir. Bu konuda sektörden en büyük beklentimiz problemlerini bize çekinmeden getirmeleridir. Üniversitemiz sanayimizin ve sanayicimizin kurduğu bir eğitim kurumu olarak bu problemlerin çözümünde aktif rol almaktan gurur duyuyor."

11 AY BOYUNCA SANAYİDE ÇALIŞIYORLAR

Prof. Dr. Kaynak, TOBB ETÜ Makine Mühendisliği Bölümü olarak öğrencileri yılda 3.5 aydan, öğrenimleri boyunca toplam 3 kere yaklaşık 11 ay Ortak Eğitim programı dahilinde sanayide çalıştırmakta ve iş ortamını bizzat çalışarak daha okurken öğrenmelerini sağlamakta olduklarını söylüyor ve ekliyor: "TOBB ETÜ mezunu bir Makine Mühendisi 1 yıllık bir iş tecrübesiyle gerekli donanımları kazanmış olarak mezun olur."

Sürdürdükleri Ortak Eğitim programının da Türkiye'de gerek süre gerekse sistem olarak bir ilk olduğuna vurgu yapan Prof. Dr. Kaynak, "Halen 500'den fazla şirketle işbirliği anlaşması imzalanmış durumdayız. Ortak Eğitime giden öğrencilerimize yaptığımız yatırım, son 1-2 yıl içinde bize ve çalıştığı firmaya patent olarak dönmeye başlamıştır. Sanayideki mühendislik problemlerini gördükten sonra bunlara çözüm bulan ve çözümlerini ticarileştirmek için daha mezun olmadan kendi şirketlerini kuran öğrencilerimiz bulunuyor" diyor. Ar-Ge gerektiren ve gerektirmeyen işlerin ayrılması gerektiğini belirten Prof. Dr. Kaynak, "Ölçüm, kalibrasyon ve kısa fizibilite gibi işler kendi yerinde, örneğin sanayi sitelerinde varsa KOSGEB ve benzeri kurumların bünyelerinde çözülmelidir. Ar-Ge gereken projelerde ise öncelikle bu konuda hangi teknoparkta hangi hizmetler veriliyor ve bu konuda hangi üniversitede hangi öğretim üyesi bulunuyorsa bunlar araştırılmalıdır" diye konuşuyor. Daha sonra, eldeki proje-



ye en uygun hangi TÜBİTAK, TTGV, veya SANTEZ proje desteği bulunuyorsa o desteğin kullanılması gerektiğini söyleyen Prof. Dr. Kaynak, "Bu sırada, üniversiteden alınacak destek konusunda, "danışman"- "çalışman" farkı gözden kaçırılmamalıdır. Üniversite bir bilim yuvası olduğu ve sonuçta işi yeni bilgi üretmek olduğu için ve üniversite elemanlarının akademik düzeyde sonuç almak istemelerini de göz önünde bulundurarak, projelerde ihtiyaç duyulan "çalışman" tipi işlerde genç mühendisler istihdam edilmeli, üniversitelerden ise "danışman"lık talep edilmelidir" diyor. Prof. Dr. Kaynak ayrıca, bu sırada her iki tarafın da birbirini küçümsemeden ve menfaatlerin değişik olabileceğini baştan kabul ettikten sonra birbirlerine güvenerek, her iki tarafın da menfaatine olabilecek bir işbirliğine odaklanmaları gerektiğini söylüyor.

"AR-GE'YE BÜYÜK BÜTÇELER AYIRMALIZ"

Prof. Dr. Kaynak TOBB ETÜ Makine Mühendisliği Bölümü'nün vizyonunu şöyle açıklıyor: "Dünyada imalat sanayinde sarf edilen Ar-Ge bütçesinin, tüm sektörler içinde en büyük Ar-Ge bütçesi olduğu yorumundan yola çıkarak, bu konuda Türkiye'nin de ileride büyük bütçeler ayırmak zorunda kalacağı şeklinde olduğu söylenebilir. Bu vizyon dahilinde Ar-Ge bütçesi içinde "özgün tasarım" boyutunun en önemli boyut olacağını, daha da önemlisi bunun tasarımdan-imalat ve satışa kadar tüm zinciri içine alacağını düşünüyoruz. Özgün-



tasarımdan imalata kadar giden zincirin halkalarının tümünde kaliteli insan gücü bulunmaktadır. Bu insan gücü veya insan tipi, bir yandan teorik konularda çok iyi eğitilmiş, diğer yandan teoriyi pratiğe dökülebilmek için mevcut tüm bilgi teknolojileri ürünlerini kullanabilen bir insan tipidir."

Türkiye olarak, Çin ve Hindistan gibi ülkelerle ucuzluk konusunda yarışmaya girmek yerine G-7 ülkeleri ve çok süratle yükselen Güney Kore, Brezilya gibi ülkelerle teknoloji yarışına girmemiz gerektiğini söyleyen Prof. Dr. Kaynak, "Bunu yaparken mevcut turizm-inşaat-

tekstil üçlüsünden kazanılabilecek gelirlerden taviz vermemekle birlikte, bunun bir yandan da içine düştüğümüz bir tuzak olarak da değerlendirilebileceğini unutmadan, ülkemizin asıl geleceğinin yüksek teknolojilerde ve en sonunda uzay teknolojilerinde ve uzaya açılmakta olduğunu görmemiz gerekmektedir" diyor. Prof. Dr. Kaynak şöyle devam ediyor: "Üst düzeyde teknolojik imkanlarla donatılmış bir makine imalat sanayi altyapısı, geleceğimiz için burada değindiğimiz yüksek teknoloji üreten Türkiye için vazgeçilmez bir öneme sahiptir."



göstergeler

Silah ve Mühimmat sanayii yükselişini sürdürüyor

2009 YILI OCAK-MAYIS DÖNEMİ İHRACATINDA EN YÜKSEK ARTIŞ 43,6 İLE SAVUNMA SANAYİ İÇİN SİLAH VE MÜHİMMAT SEKTÖRÜNDE GERÇEKLEŞTİ. OCAK-MAYIS 2008 DÖNEMİNDE 104.8 MİLYON DOLAR OLAN SİLAH VE MÜHİMMAT SEKTÖRÜNÜN İHRACAT ORANI 2009 YILININ AYNI DÖNEMİNDE 150.4 MİLYON DOLARA ULAŞTI.



Orta Anadolu Makine Ve Aksamları İhracatçıları Birliği iştiğal alanına giren GTİP'ler kapsamında belirlenen Türkiye geneli ihracat kayıtlarına göre; 2008 yılı Ocak-Mayıs döneminde ihracat kayıt rakamı 2,9 milyar dolar iken, bu rakam 2009 yılı aynı dönemde yüzde 26,2 oranında azalarak 2.21 dolara düştü.

Makine sektörü toplamı 84'üncü fasıl tamamı ve 84'üncü fasıl dışı OAİB iştiğal alanında 2009 yılı Ocak-Mayıs dönemi ihracatı ise bir önceki yıl eş dönemine kıyasla yüzde 29,8 azalarak 3 milyar 332 milyon dolar seviyesinde kaydedildi. Mal grupları bazında incelendiğinde; 2009 yılı Ocak-Mayıs döneminde, ihracatında en yüksek artış 43,6 ile Savunma Sanayi için Silah ve Mühimmat'da sektöründe gerçekleşti. Ocak-Mayıs 2008 döneminde 104.8 milyon dolar olan Silah ve Mühimmat sektörünün ihracat oranı bir sonraki dönemde ise 150.4 milyon dolara ulaşmıştı. Silah ve Mühimmat sanayini ise yüzde 8,8 artış ile Hadde ve Döküm Makineleri, yüzde 2,6 ile Yük Kaldırma, Taşıma ve İstifleme Makineleri takip etti. 2009 yılı Ocak-Mayıs dönemi ihracatında en fazla gerile-

me görülen mal grupları ise; Rulmanlar, Büro Makineleri, İnşaat ve Madencilik Makineleri oldu. OAİB iştiğal alanına giren ürünler itibariyle, mal gruplarının sektör ihracatından aldıkları paylar incelendiğinde; 2009 yılı Ocak-Mayıs döneminde; yüzde 12,4 pay ile Endüstriyel Klimalar ve Soğutma Makineleri birinci, yüzde 11,4 pay ile İnşaat ve Madencilikte Kullanılan Makineler ikinci, yüzde 8,6 pay ile Takım Tezgahları üçüncü sırada yer aldı.

GÜRCİSTAN BAŞARISI GÖZ DOLDURUYOR

Ülkeler itibariyle ihracat kayıt rakamları incelendiğinde ise; 2009 yılı Ocak-Mayıs döneminde en fazla ihracat yapılan ilk üç ülke Almanya, ABD ve Irak oldu. Söz konusu dönemde ilk on ülke arasında en büyük ihracat artışı yüzde 142 ile Gürcistan'a yönelik oldu. Gürcistan'a ihracat 90 milyon dolar seviyesine ulaştı. 2009 yılı Ocak-Mayıs döneminde mal grupları bazında en fazla ihracat yapılan ülkeler ise

ORTA ANADOLU MAKİNE VE AKSAMLARI İHRACATÇILARI BİRLİĞİ İŞTİĞAL ALANI İTİBARIYLA İHRACAT GERÇEKLEŞTİRİLEN İLK ON ÜLKE (2008-2009 YILLARI OCAK-MAYIS DÖNEMİ)

ÜLKE	2008 YILI		2009 YILI		(% DEĞİŞİM)	
	Miktar	Değer	Miktar	Değer	Miktar	Değer
ALMANYA	42,130,552	285,041,404	29,790,729	192,990,046	-29	-32
ABD	19,253,555	182,784,372	13,385,041	148,393,114	-30	-19
IRAK	14,494,533	70,784,546	23,091,191	110,444,642	59	56
İRAN	18,402,291	106,720,066	16,907,815	104,126,493	-8	-2
GÜRCİSTAN	6,055,252	37,265,061	5,044,990	90,000,774	-17	142
İNGİLTERE	37,554,191	153,019,049	19,019,946	83,118,159	-49	-46
İTALYA	27,954,455	133,161,484	15,543,209	82,340,901	-44	-38
RUSYA FED.	26,848,661	195,517,432	10,917,377	76,268,380	-59	-61
FRANSA	19,207,543	122,231,321	12,654,882	72,384,798	-34	-41
MISIR	8,474,622	53,649,444	12,577,055	60,252,006	48	12
DİĞER	260,120,744	1,657,692,465	198,495,816	1,192,787,075	-24	-28
T O P L A M	480,496,398	2,997,866,644	357,428,051	2,213,106,389	-25.6	-26.2

Kaynak: Tüm İhracatçı Birlikleri Kayıtları



Endüstriyel Klimalar ve Soğutucularda; İngiltere, Irak, Fransa, İnşaat ve Madencilik Makinelerinde; Almanya, Cezayir, Libya yer aldı. Takım Tezgahlarında'nda ise Irak, Almanya, İran, Pompa ve Kompresörlerde; Almanya, Romanya, İtalya, Tarım ve Ormanlık Makinelerinde; ABD, Fas, Irak, Gıda İşleme Makinelerinde; Kazakistan, Irak, Almanya, Hadde ve Döküm Makinelerinde; İran, İtalya, Mısır, Vanalarda; Almanya, Irak, Rusya Federasyonu yerlerini korudular. Hemen her sektörde ülke bazında öne çıkan Almanya dikkat çekti. Öte yandan elde edilen yüzde 142'lik ihracat artışı ile Gürcistan'a yapılan ihracat başarısı öne çıktı.

MİKTAR VE DEĞER BAZINDA DÜŞÜŞLER DEVAM EDİYOR

Ocak- Mayıs 2008 dönemi ile Ocak- Mayıs 2009 ihracat döneminde toplamda yüzde 26.2 değer bazında kayıp yaşayan makine ihracatında ki can alıcı düşüş devam ediyor. Son dönem verilerinde ise Ocak-Mayıs ihracat sezonunda ihracat kaybı miktar bazında yüzde 25.6 olurken değer bazındaki kayıp yüzde 26.2'ye yükseldi. Ülkeler bazında ise

MAKİNE VE AKSAMLARI SEKTÖRÜNÜN TAMAMINA İLİŞKİN İHRACAT KAYIT RAKAMLARI						
	OCAK-MAYIS 2008		OCAK-MAYIS 2009		(%) Değişim	
	Miktar Kg	Değer (\$)	Miktar Kg	Değer (\$)	Miktar kg	Değer (\$)
REAKTÖRLER VE KAZANLAR	14,575,802	107,267,890	15,693,331	92,315,184	7.7	-13.9
TÜRBİN-TURBOJET, TURBOPROPPELLERLER, AKS, PARÇ.	3,956,945	91,292,171	4,806,710	88,757,215	21.5	-2.8
POMPA VE KOMPRESÖRLER	30,709,809	260,744,880	22,084,902	162,814,820	-28.1	-37.6
MOTORLAR	37,313,670	764,934,463	22,441,235	380,135,665	-39.9	-50.3
VANALAR	16,428,570	138,012,487	12,228,913	96,881,106	-25.6	-29.8
KLİMALAR, SOĞUTUCU VE DONDURUCULAR	165,571,083	862,044,831	134,534,560	620,730,331	-18.7	-28.0
ISITICILAR VE FIRINLAR	13,367,488	98,319,428	11,740,525	88,301,615	-12.2	-10.2
HADDE VE DÖKÜM MAK., KALIPLAR, AKS. VE PARÇ.	14,248,502	110,916,235	17,211,984	120,622,699	20.8	8.8
GIDA SAN. MAKİNELERİ, AKS. VE PARÇ.	23,284,966	145,844,757	21,984,431	142,109,400	-5.6	-2.6
TARIM VE ORMANCIKLIKTA KULLANILAN MAK., AKS, PARÇ.	36,056,902	178,657,653	32,811,902	138,436,356	-9.0	-22.5
YÜK KALDIRMA, TAŞIMA VE İSTİFLEME MAK., AKS, PARÇ.	11,603,304	67,063,280	11,893,710	68,795,629	2.5	2.6
İNŞAAT VE MADENCİLİK MAK. AKS. PARÇ.	119,955,328	458,667,164	64,710,768	251,760,794	-46.1	-45.1
KAĞIT İMALİ VE MATBAACILIK MAK.	2,373,259	25,182,493	2,092,546	18,800,154	-11.8	-25.3
DİĞER YIKAMA, KURUTMA MAK., AKS. PARÇ.	110,261,300	425,030,062	100,272,207	325,486,488	-9.1	-23.4
AMBALAJ MAKİNELERİ	1,519,319	31,288,189	1,358,259	27,656,604	-10.6	-11.6
TEKSTİL VE KONFEKSİYON MAKİNELERİ	16,929,930	123,617,061	17,125,044	84,358,912	1.2	-31.8
DERİ İŞLEME VE İMALAT MAKİNELERİ	561,568	3,181,535	541,421	2,076,681	-3.6	-34.7
KAUÇUK, PLASTİK, LASTİK İŞL. VE İMALİ MAK.	4,155,665	44,113,003	3,042,132	27,986,060	-26.8	-36.6
TAKIM TEZGAHLARI	52,018,237	332,161,784	29,826,216	190,489,085	-42.7	-42.7
BÜRO MAKİNELERİ	1,364,326	55,777,868	1,225,535	33,721,759	-10.2	-39.5
RULMANLAR	4,377,645	41,506,552	2,678,271	21,626,107	-38.8	-47.9
SAVUNMA SAN.İÇİN SİLAH VE MÜHİM MAT	5,143,429	104,754,620	5,561,639	150,410,875	8.1	43.6
DİĞER MAKİNELER, AKSAM VE PARÇALAR	39,811,246	275,883,490	28,307,049	198,057,146	-28.9	-28.2
TOPLAM	725,588,293	4,746,261,896	564,173,290	3,332,330,686	-22.2	-29.8

Kaynak: Tüm İhracatçı Birlikleri Kayıtları

Not: 12'li GTİP bazında ihracat kayıt rakamlarına "www.makinebirlik.com" web sitesinin "İstatistik" bölümünden ulaşabilirsiniz.

Amerika Birleşik Devletleri'ne yapılan ihracat bir önceki Ocak- Mayıs 2009'a göre düşüş gösterdi. Değer bazında A.B.D'ye yapılan ihracat 182.8 milyon dolardan 148.3 milyona geriledi. Makine ihracatının düşüş gösterdiği İngiltere'ye ise Ocak- Mayıs 2009 döneminde bir önceki yıla oranla yüzde 46

ihracat düşüş oldu. Ocak-Mayıs 2009'a göre ise yine düşüş kaydedildi. İngiltere'ye bu dönemde 83 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirildi ve söz konusu sezon için bir ihracat düşüşü yüzde 46 oldu. En büyük ihracat kaybı ise sırasıyla Rusya, İngiltere ve Fransa'da oldu. Bir önceki döneme oranla ihracat artışı ya-

ORTA ANADOLU MAKİNE VE AKSAMLARI İHRACATÇILARI BİRLİĞİ İŞTİĞAL ALANI İTİBARIYLA İHRACAT KAYIT RAKAMLARI

MAL GRUBU ADI	OCAK-MAYIS 2008			OCAK-MAYIS 2009			(% Değişim)	
	Miktar (Kg)	Değer (\$)	\$/KG	Miktar (Kg)	Değer (\$)	\$/KG	Miktar	Değer
REAKTÖRLER VE KAZANLAR	14,575,802	107,267,890	7.4	15,693,331	92,315,184	5.9	7.7	-13.9
TÜRBİNLER, TURBOJETLER, AKS. VE PARÇ.	3,956,945	91,292,171	23.1	4,806,710	88,757,215	18.5	21.5	-2.8
POMPALAR VE KOMPRESÖRLER	30,709,809	260,744,880	8.5	22,084,902	162,814,820	7.4	-28.1	-37.6
VANALAR	16,428,570	138,012,487	8.4	12,228,913	96,881,106	7.9	-25.6	-29.8
ENDÜSTRİYEL KLİMALAR VE SOĞUTMA MAK.	75,582,046	400,425,952	5.3	56,972,386	274,074,353	4.8	-24.6	-31.6
ENDÜSTRİYEL ISITICILAR VE FIRINLAR	11,054,176	82,997,318	7.5	9,796,014	77,734,727	7.9	-11.4	-6.3
HADDE VE DÖKÜM MAK., KALIPLAR, AKS. VE PARÇ.	14,248,502	110,916,235	7.8	17,211,984	120,622,699	7.0	20.8	8.8
GIDA SANAYİİ MAKİNELERİ, AKS. VE PARÇ.	23,284,966	145,844,757	6.3	21,984,431	142,109,400	6.5	-5.6	-2.6
TARIM VE ORMANCILIK MAKİNELERİ	36,056,902	178,657,653	5.0	32,811,902	138,436,356	4.2	-9.0	-22.5
YÜK KALDIRMA, TAŞIMA VE İSTİFLEME MAK.	11,603,304	67,063,280	5.8	11,893,710	68,795,629	5.8	2.5	2.6
İNŞAAT VE MADENCİLİK MAKİNELERİ	119,955,328	458,667,164	3.8	64,710,768	251,760,794	3.9	-46.1	-45.1
KAĞIT İMALİNE VE MATBAACILIĞA MAHSUS MAK.	2,373,259	25,182,493	10.6	2,092,546	18,800,154	9.0	-11.8	-25.3
DİĞER ENDÜSTRİYEL YIKAMA, KURUTMA MAK.	436,960	5,241,021	12.0	266,426	3,306,501	12.4	-39.0	-36.9
AMBALAJ MAKİNELERİ, AKSAM VE PARÇALARI	1,519,319	31,288,189	20.6	1,358,259	27,656,604	20.4	-10.6	-11.6
TEKSTİL VE KONFEKSİYON MAKİNELERİ	16,929,930	123,617,061	7.3	17,125,044	84,358,912	4.9	1.2	-31.8
DERİ İŞLEME VE İMALAT MAKİNELERİ	561,568	3,181,535	5.7	541,421	2,076,681	3.8	-3.6	-34.7
KAUÇUK, PLASTİK, LASTİK İŞLEME MAKİNELERİ	4,155,665	44,113,003	10.6	3,042,132	27,986,060	9.2	-26.8	-36.6
TAKIM TEZGAHLARI	52,018,237	332,161,784	6.4	29,826,216	190,489,085	6.4	-42.7	-42.7
MOTORLAR	11,037	143,806	13.0	69,693	135,736	1.9	531.4	-5.6
BÜRO MAKİNELERİ	329,238	3,086,851	9.4	131,830	1,650,860	12.5	-60.0	-46.5
RULMANLAR	4,377,645	41,506,552	9.5	2,678,271	21,626,107	8.1	-38.8	-47.9
SAVUNMA SAN.İÇİN SİLAH VE MÜHİM MAT	5,143,429	104,754,620	20.4	5,561,639	150,410,875	27.0	8.1	43.6
DİĞER MAKİNELER, AKSAM VE PARÇALAR	35,183,760	241,699,943	6.9	24,539,523	170,306,529	6.9	-30.3	-29.5
TOPLAM	480,496,398	2,997,866,644	6.2	357,428,051	2,213,106,389	6.2	-25.6	-26.2

Kaynak: Tüm İhracatçı Birlikleri Kayıtları

şanan Irak'ta ise miktar bazında yüzde 59 artış yaşanırken değer bazında yüzde 56 yükselme görüldü. Ocak- Mayıs 2008 ve Ocak- Mayıs 2009 dönemi karşılaştırmasında miktar bazında yüzde 59'luk bir artış yaşandı.

MAL GRUPLARINA GÖRE EN FAZLA İHRACAT YAPILAN ÜLKELER

2009 yılı Ocak-Mayıs döneminde mal grupları bazında en fazla ihracat yapılan ülkeler ise Endüstriyel Klimalar ve Soğutucularda; İngiltere, Irak, Fransa İnşa-

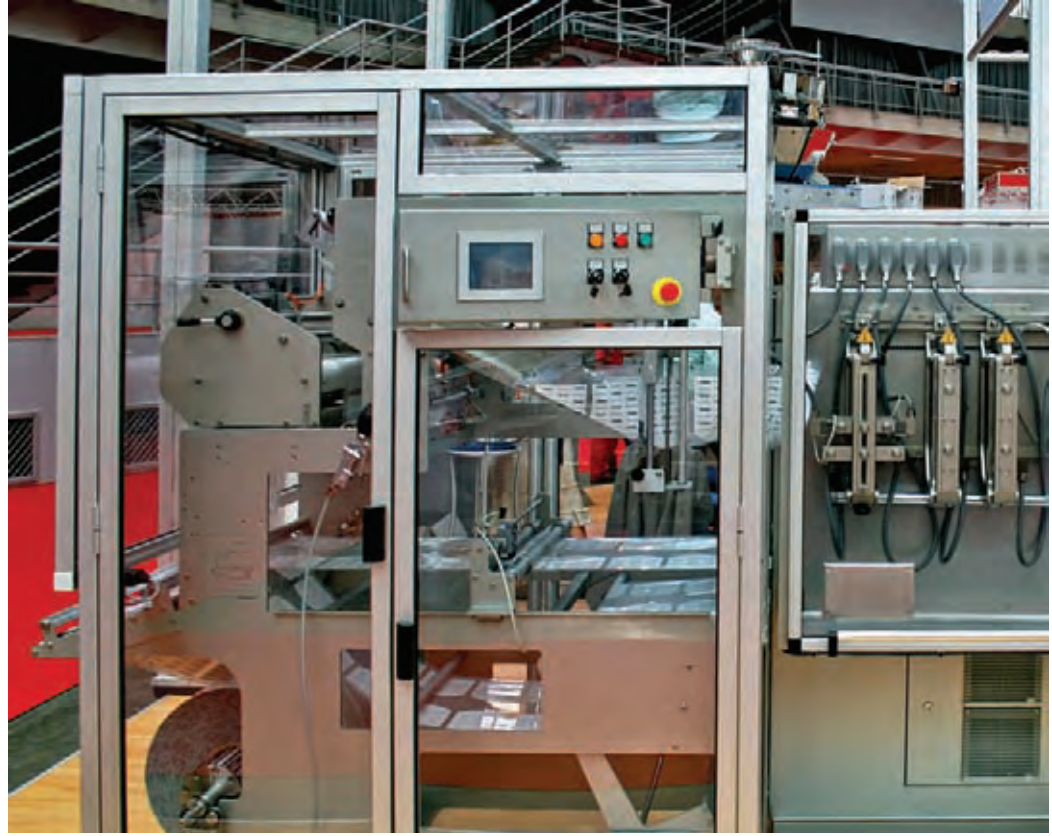
at ve Madencilik Makinelerinde; Almanya, Cezayir, Libya, Takım Tezgahlarında; Irak, Almanya, İran oldu. Mal grupları bazında bu ülkeleri sırasıyla Pompa ve Kompresörlerde; Almanya, Romanya, İtalya, Tarım ve Ormancılık Makinelerinde; ABD, Fas, Irak, Gıda İşleme Makinelerinde; Kazakistan, Irak, Almanya, Hadde ve Döküm Makinelerinde; İran, İtalya, Mısır, Vanalarda; Almanya, Irak, Rusya Federasyonu, Reaktör ve Kazanlarda; İstanbul Deri Serbest Bölgesi, İngiltere, Almanya, Türbin, Turbojet

ve Hidrolik Silindirlere; ABD, Avusturya, Fransa, Endüstriyel Isıtıcı ve Fırınlarda; Almanya, Fransa, İran, Tekstil ve Konfeksiyon Makinelerinde; Sudan, Hindistan, Mısır, Yük Kaldırma, Taşıma ve İstifleme Makinelerinde; Fas, Cezayir, Rusya Federasyonu, Ambalaj Makinelerinde; İtalya, Güney Afrika Cumhuriyeti, Irak, Kauçuk, Plastik, Lastik İşleme Makinelerinde; Kazakistan, İran, Rusya Federasyonu, Rulmanlarda; Almanya, Fransa, İtalya yer aldı.



AMBALAJ MAKİNELERİ

Ülkemiz ambalaj makineleri ihracatı 2009 yılı Ocak-Mayıs döneminde geçtiğimiz yılın aynı zaman dilimine göre yüzde 11,6 oranında düşüş göstererek 31 milyon 288 bin dolardan 27 milyon 656 bin dolara geriledi. Ambalaj makineleri ihracatımız ülkeler bazında incelendiğinde ise İtalya'nın ilk sırada yer aldığı görülüyor. Söz konusu ülkeye 2009 yılının Ocak-Mayıs döneminde 3 milyon 961 bin dolarlık ambalaj makineleri ihracatı yapıldı. İtalya'nın ardından ambalaj makineleri en fazla ihracat yaptığımız ikinci ülke ise Güney Afrika Cumhuriyeti olmuş. Bu ülkeye 2008 yılının Ocak-Mayıs ayları arasında 19 bin dolarlık ambalaj makineleri ihracatı yapılmışken 2009 yılının aynı dönemine gelindiğinde büyük bir artışla 2 milyon 241 bin dolarlık ihracat gerçekleştirilmiş. Ambalaj makineleri ihracatımızın en fazla olduğu üçüncü ülkenin ise Irak olduğu görülüyor. Irak'a 2008 yılının Ocak-Mayıs döneminde 485 bin dolarlık ambalaj makineleri ihracatı varken 2009 yılının eş zaman dilimine gelindiğinde yüzde 360,5 oranında artarak 2



milyon 234 bin dolar olmuştur. Irak'ı takip eden Suriye'ye ise Ocak-Mayıs 2008 döneminde 1 milyon 328 bin dolarlık ihracat gerçekleştirilmişken bu rakam Ocak-Mayıs 2009 döneminde yüzde 21,4 oranında artarak 1 milyon 612 bin dolara ulaşmıştır. Ambalaj makineleri ihracatımızın artış hızı oranları ülkeler bazında incelendiğinde ise ilk sırada Güney Afrika Cumhuriyeti ardından Irak ardın-

dan Almanya'nın geldiği görülüyor.



Nuriye Şener
Yazıcı Makine Satış ve İhracat Müdürü

"Türkiye'de çok kaliteli makine ihracatçıları var"

2009 Mayıs ayı ihracatımız tabminimizden oldukça düşük. Yurt dışı pazarlardaki durgunluk, bunun yanında yaz sezonunun gelmesi, yatırımların düşmesi ihracatımızı da düşürdü. Genellikle Mayıs ayından Temmuz ayına kadar sektör ihracatında bir düşüş yaşanır bu normaldir. Ama genel olarak 2009'un çok da parlak geçmediğini söyleyebilirim. Ne kadar şartları zorlasak da elimizden geleni yaparsak da ister istemez

yüzde 40'lık bir düşüş yaşadık. Avrupa Birliği ülkeleri bitmiş vaziyette, rotamızı geliştirmekte olan ülkelere çevirdik. Makedonya, Arnavutluk gibi Balkan ülkeleri, Orta Doğu ve Afrika ülkelerinde şansımızı deniyoruz. Sektörün en önemli sorunlarına gelince yurt dışından yapılan ithalatın tamamen serbest olmasını söyleyebilirim. Yurt dışından yapılan makine ithalatı özellikle de ikinci el de bu kadar serbest bırakılmamalı. Daha çok bizim pazarımızın oluşturulması gerekiyor. Tanıtımımızın olması çok önemli. Sıfır vergiyle ikinci el makineler satılıyor. Bu bizim için çok büyük bir dezavantaj. Biz tanıtımlarla ihracatımızı yükseltirken, bazı vergilerle özellikle ikinci el makinelerin ihracatına sınırlama getirilmeli. 10 yıldır sektörün içindeyim. Hükümetimizden ve Birlikten destek bekliyoruz. Vergiler yükseltinsin ve bu tarz ithalat engellesin. İhracat yüksek gösteriliyor. Yurt dışından ithal ediyorlar, sonra da ihrac ediyorlar. Türkiye'de çok kaliteli makine ihracatçıları var.

AMBALAJ MAKİNELERİ TÜRKİYE GENELİ İHRACATINDAKİ İLK 5 ÜKE (2008 ve 2009 Yılları Ocak-Mayıs Dönemi)

ÜLKE	2008 YILI			2009 YILI			(% DEĞİŞİM)	
	Miktar (Kg)	Değer (\$)	S/kg	Miktar (Kg)	Değer (\$)	S/kg	Miktar	Değer
İTALYA	241.635	4.279.486	17,71	188.797	3.961.411	20,98	-21,9	-7,4
GÜNEY AFRIKA CUM.	1.240	19.451	15,68	19.139	2.241.167	117,10	-	-
IRAK	26.424	485.264	18,36	150.665	2.234.685	14,83	470,2	360,5
SURİYE	82.662	1.328.014	16,07	159.657	1.612.518	10,10	93,1	21,4
AZERBAIJAN	95.165	1.222.428	12,85	75.040	1.520.009	20,26	-21,1	24,3

OAİB İŞTİGAL ALANI İTİBARIYLA AMBALAJ MAKİNELERİ İHRACATI (2008 ve 2009 Yılları Ocak-Mayıs)

OCAK-MAYIS 2008		OCAK-MAYIS 2009		DEĞİŞİM (%)	
MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)	MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)	MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)
1.519.31	31.288.189	1.358.259	27.656.604	-10,6	-11,6

ENDÜSTRİYEL KLİMALAR VE SOĞUTMA MAKİNELERİ

Ülkemiz endüstriyel klimalar ve soğutma makinelerinin ihracatı 2008 yılının Ocak-Mayıs döneminde 400 milyon 425 bin dolar iken 2009 yılının aynı zaman dilimine gelindiğinde yüzde 31,6 oranında değer kaybı gerçekleşti. Ancak endüstriyel klimalar ve soğutma makinele-
rinin ihracatta yaşanan düşüşe rağmen toplam ihracat değeri bakımından diğer sektörlerin önüne geçti. En yüksek ihracat değerine ulaşan sektörde, Ocak-Mayıs 2009 döneminde toplam 274 milyon 74 bin dolarlık ihracat gerçekleştirildi. Endüstriyel klimalar ve soğutma makineleri ihracatı miktar bakımında incelendiğinde ise diğer alanların gerisinde kaldı. Ocak-Mayıs 2008 ihracat dönemine oranla yüzde 24,6 oranında miktar bazında ihracat kaybı yaşanan endüstriyel klimalar ve soğutma makineleri ihracatı ülkeler bazında incelendiğinde ise İngiltere'nin fazla ihracat yaptığımız ülke olduğu görülüyor. İngiltere'ye 2008 yılının Ocak-Mayıs döneminde 49 milyon 516 bin dolarlık endüstriyel klimalar ve soğutma makineleri ihracatımız söz konusu



iken 2009 yılının Ocak-Mayıs ayları arasında ise yüzde 30,8'lik düşüş ile 34 milyon 267 bin dolarlık ihracat yapılmış.

İngiltere'nin ardında ise en fazla endüstriyel klimalar ve soğutma makineleri ihracatı gerçekleştirdiğimiz ikinci ülke ise Irak olmuş. Bu ülkeye 2008 yılının Ocak-Mayıs döneminde 27 milyon 997 bin dolarlık endüstriyel klimalar ve soğutma makineleri ihracatı yapan firmalarımız 2009 yılının aynı zaman dilimine gelindiğinde ise yüzde 2,9 oranında değer artışı sağlayarak 28 milyon 821 bin dolarlık ihracat yapmışlar. En fazla endüstriyel klimalar ve soğutma makineleri ihracatı gerçekleştirdiğimiz üçüncü ülkenin ise Fransa olduğu görülüyor. Söz konusu ülkeye 2008 yılının

Ocak-Mayıs döneminde 24 milyon 37 bin dolarlık klimalar ve soğutma makineleri ihracatı yapılmışken 2009 yılının Ocak-Mayıs dönemine gelindiğinde ise yüzde 18 değer kaybı ile 19 milyon 685 bin dolarlık ihracat gerçekleştirilmiş. Endüstriyel klima ve soğutma makineleri ihracatımızın en hızlı şekilde arttığı ülkenin ise Mısır olduğu görülüyor. Mısır'ın 2008 yılının Ocak-Mayıs döneminde 1 Milyon 596 bin dolarlık klimalar ve soğutma makineleri ihracatı yapılmışken 2009 yılının aynı zaman dilimine gelindiğinde yüzde 454,7 değer artışı ile 8 milyon 856 bin dolarlık ihracat kaydedilmiş.

ENDÜSTRİYEL KLİMALAR VE SOĞUTMA MAKİNELERİ TÜRKİYE GENELİ İHRACATI (2008 ve 2009 Yılları Ocak-Mayıs Dönemi)

ÜLKE	2008 YILI			2009 YILI			(%) DEĞİŞİM	
	Miktar (Kg)	Değer (\$)	\$/kg	Miktar (Kg)	Değer (\$)	\$/kg	Miktar	Değer
İNGİLTERE	8.830.038	49.516.730	5,61	9.003.968	34.267.119	3,81	2,0	-30,8
İRAK	7.182.120	27.997.112	3,90	7.195.566	28.821.144	4,01	0,2	2,9
FRANSA	4.634.075	24.037.289	5,19	4.563.631	19.685.137	4,31	-1,5	-18,1
ALMANYA	2.374.932	18.159.982	7,65	1.859.903	12.124.697	6,52	-21,7	-33,2
ROMANYA	4.502.409	24.025.176	5,34	2.559.994	11.410.758	4,46	-43,1	-52,5

OAİB İŞTİGAL ALANI İTİBARIYLA ENDÜSTRİYEL KLİMALAR VE SOĞUTMAMAKİNELERİ İHRACATI (2008 ve 2009 Yılları Ocak-Mayıs)

OCAK-MAYIS 2008		OCAK-MAYIS 2009		DEĞİŞİM (%)	
MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)	MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)	MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)
75.582.046	400.425.952	56.972.386	274.074.353	-24,6	-31,6

GIDA SANAYİİ MAKİNELERİ

Ülkemiz gıda sanayii makineleri ihracatı 2009 yılı Ocak-Mayıs döneminde geçtiğimiz yılın aynı zaman dilimine göre yüzde 2.6 oranında düşüş göstererek 145 milyon 844 bin dolardan 142 milyon 109 bin dolara yükselen Gıda Sanayi Makinelerinde düşüş yaşandı. Ocak-Mayıs 2009 verilerine göre bir önceki yıla oranla ihracat değeri bazında yüzde 2,6 düştü. Gıda sanayii makineleri ihracatımız ülkeler bazında incelendiğinde ise Kazakistan'ın ilk sırada yer aldığı görülüyor. Söz konusu ülkeye 2008 yılının Ocak-Mayıs döneminde 7 milyon 146 bin dolar gıda sanayii makineleri ihracatı söz konusu iken 2009 yılının Ocak-Mayıs döneminde ise yüzde 36.1 oranında ihracat artış oranı ile 9 milyon 724 bin dolarlık ihracat rakamı yakalanmış durumda. Kazakistan'ın ardından gıda sanayii makinelerinde en fazla ihracat yaptığımız ikinci ülke ise Irak olmuş. Bu ülkeye 2008 yılının Ocak-Mayıs ayları arasında 8 milyon 664 bin dolarlık gıda sanayii makineleri ihracatı yapılmışken 2009 yılının aynı dönemine geldiğinde yüzde



10.8 oranında artışla 9 milyon 597 bin dolarlık ihracat gerçekleştirilmiş. Gıda Sanayi makineleri ihracatımızın en fazla

olduğu üçüncü ülkenin ise Almanya olduğu görülüyor. Almanya'ya 2008 yılının Ocak-Mayıs döneminde 10 milyon 218 bin dolarlık gıda sanayii makineleri ihracatı varken 2009 yılının eş zaman dilimine geldiğinde yüzde 14.9 oranında düşüş yaşanmış ve ihracat rakamı 8 milyon 693 bin dolar olmuş. Gıda sanayii makineleri ihracatımızın artış hızı oranları ülkeler bazında incelendiğinde ise Sudan yüzde 186 oranında ihracat artışı ile ilk sırada yer aldığı görülüyor. Söz konusu ülkeye 2008 yılının Ocak-Mayıs döneminde 1 milyon 611 bin dolarlık gıda sanayii makine-

neleri ihracatımız varken 2009 yılının aynı zaman dilimine geldiğinde 4 milyon 687 bin dolarlık ihracat gerçekleştirilmiş. B.A.E' bu dönem içerisinde ihracatı miktar bazında yükselen ülkeler arasında 1'inci oldu. Ülkeye yapılan ihracat Ocak-Mayıs 2008 verilerine oranla Ocak-Mayıs 2009 döneminde yüzde 234 oranında miktar artışı yakalandı. Miktar bazında en çok ihracat artışı yaşanan diğer ülke ise Sudan oldu. Söz konusu ülkeye yapılan ihracattan miktar bazında Ocak-Mayıs 2008 dönemine oranla yüzde 136,3 artış yaşanmış.

GIDA SANAYİİ MAKİNELERİ TÜRKİYE GENELİ İHRACATINDAKİ İLK 5 ÜLKE (2008 ve 2009 Yılları Ocak-Mayıs Dönemi)

ÜLKE	2008 YILI			2009 YILI			(%) DEĞİŞİM	
	Miktar (Kg)	Değer (\$)	S/kg	Miktar (Kg)	Değer (\$)	S/kg	Miktar	Değer
KAZAKİSTAN	1.163.161	7.146.027	6,14	2.023.041	9.724.665	4,81	73,9	36,1
IRAK	2.409.693	8.664.014	3,60	2.051.241	9.597.548	4,68	-14,9	10,8
ALMANYA	741.452	10.218.828	13,78	628.644	8.693.592	13,83	-15,2	-14,9
SURİYE	1.460.477	6.742.399	4,62	1.185.467	8.594.605	7,25	-18,8	27,5
MİSİR	1.118.053	5.701.982	5,10	981.317	6.895.984	7,03	-12,2	20,9

OAİB İŞTİĞAL ALANI İTİBARIYLA GIDA SANAYİİ MAKİNELERİ İHRACATI (2008 ve 2009 Yılları Ocak-Mayıs)

OCAK-MAYIS 2008		OCAK-MAYIS 2009		DEĞİŞİM (%)	
MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)	MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)	MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)
23.284.966	145.844.757	21.984.431	142.109.400	-5,6	-2,6

İNŞAAT VE MADENCİLİK MAKİNELERİ

İnşaat ve madencilik makineleri ihracatı 2009 yılının Ocak-Mayıs ayları arasında 251 milyon 760 bin dolar olarak gerçekleşmiş.

İnşaat ve madencilik makineleri ihracatımız ülkeler bazında incelendiğinde ise Almanya'nın ilk sırada yer aldığı görülüyor. Almanya'ya 2009 yılının ilk 5 aylık döneminde 36 milyon 246 bin dolarlık İnşaat ve madencilik makineleri ihracatı yapılmış durumda. Almanya'nın ardından en fazla İnşaat ve madencilik makineleri ihracatı yaptığımı ülke ise Cezayir olmuş. Söz konusu ülkeye 2009 yılının Ocak-Mayıs ayları arasında 26 milyon 379 bin dolarlık İnşaat ve madencilik makineleri ihracatı yapıldığı kaydedilmiş. 2009 Ocak- Mayıs dönemi içerisinde en fazla İnşaat ve madencilik makineleri ihracatı gerçekleştirdiğimiz bir diğer ülke ise Libya olmuş. Ocak-Mayıs 2008 verilerine oranla yüzde 13'lük bir ihracat atışı yaşanan Libya'ya 2009 döneminde toplam 1.8 milyon 287 bin dolarlık İnşaat ve madencilik makineleri ihracatı gerçekleşti. Libya'nın ardından İnşaat ve madencilik



makineleri sektöründe en çok ihracatın yapıldığı ülke olan Suudi Arabistan'da Ocak-Mayıs 2008'e oranla yüzde 59,7'lik bir ihracat artışı yaşanmış. Bu dönemde söz konusu ülkeye toplam 11 milyon 574 bin dolarlık İnşaat ve madencilik makineleri ihracatı gerçekleşmiş. Miktar bazında incelendiğinde Ocak Mayıs 2008'e oranla yüzde 177,9 oranında artış yaşanan ülke ise Irak olmuş. İnşaat Ma-

dencilik Makineleri'nde yaşanan düşüşe rağmen Irak'a yapılan ihracatta yüzde 62,2 oranında artış yaşanmış.



"Sektör teşvik ve yatırımlarla desteklenmeli"

Mayıs ayında ihracatımız olmadı. Nisan ayında ise yaklaşık 81 bin 330 dolarlık ihracat gerçekleştirdik. Mayıs ayında ihracatımızın olmamasının nedeni tabii ki tüm dünyayı etkisi altına alan global ekonomik kriz. Firmalar kendilerini sağlama almak istiyorlar. Biz de peşim öde-me yapabilirse işi alıyorlar.

Yoksa eskisi gibi önce yüzde 20'si kalamı sonra yapılan işlere girmiyoruz. Leasing vadeli satışlara girmeye çalışıyoruz daba çok. Bütün bu sıkıntılardan sıyrılmak için maliyetleri daba aza indirmek, daba verimli işgücü sağlamak, teşvik ve yatırımlarla firmaların yönlendirilmesi, ayrıca bankaların kredi faizlerini düşürmeleri gerekiyor. Çünkü pek çok firma bizim gibi vadeli satıştan ziyade leasingli satış tercih ediyor. İhracatımızı daba çok Azerbaycan, Libya ve Cezayir gibi ülkelere yapıyoruz. Genel olarak bakıldığında ise inşaat ve madencilik makineleri sektörü olarak 2009 yılı Ocak-Mayıs döneminde 251 milyon 760 bin civarında ihracat gerçekleştirildi. Bu rakam 2008 yılının aynı döneminde 458 milyon 667 bin olarak gerçekleşmişti. Bu da geçtiğimiz yıldan bu yıla kadar olan sürede inşaat ve madencilik makineleri sektöründe yüzde 45,1'lik bir düşüş olduğunu gösteriyor.

İNŞAAT VE MADENCİLİKTE KULLANILAN MAKİNELERİ TÜRKİYE GENELİ İHRACATINDAKİ İLK 5 ÜLKE (2008 ve 2009 Yılları Ocak-Mayıs Dönemi)

ÜLKE	2008 YILI			2009 YILI			(%) DEĞİŞİM	
	Miktar (Kg)	Değer (\$)	\$/kg	Miktar (Kg)	Değer (\$)	\$/kg	Miktar	Değer
ALMANYA	12.411.070	53.967.996	4,35	8.953.130	36.246.720	4,05	-27,9	-32,8
CEZAYİR	2.381.241	11.998.701	5,04	5.491.813	26.379.451	4,80	130,6	119,9
LIBYA	5.293.581	16.126.379	3,05	4.270.492	18.227.011	4,27	-19,3	13,0
SUUDI ARABİSTAN	2.766.260	7.249.989	2,62	4.264.781	11.574.994	2,71	54,2	59,7
İTALYA	13.521.877	32.942.702	2,44	3.549.287	10.642.688	3,00	-73,8	-67,7

OAİB İŞTİGAL ALANI İTİBARIYLA İNŞAAT VE MADENCİLİKTE KULLANILAN MAKİNELERİ İHRACATI (2008 ve 2009 Yılları Ocak-Mayıs)

OCAK-MAYIS 2008		OCAK-MAYIS 2009		DEĞİŞİM (%)	
MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)	MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)	MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)
119.955.328	458.667.164	64.710.768	251.760.794	-46,1	-45,1

KAUÇUK, PLASTİK, LASTİK İŞLEME MAKİNELERİ

Ülkemiz kauçuk, plastik, lastik işleme makineleri ihracatı 2009 yılının Ocak-Mayıs ayları arasında 27 milyon 986 bin dolar olarak kaydedilmiş durumda. Kauçuk, plastik, lastik işleme makineleri ihracatımız 2009 yılının Ocak-Mayıs ayları arasında ülkeler bazında incelendiğinde ise Kazakistan'ın ilk sırada yer aldığı görülüyor. Söz konusu ülkeye 2009 yılının Ocak-Mayıs döneminde 1 milyon 959 bin dolarlık kauçuk, plastik, lastik işleme makineleri ihracatı yapılmış. Kazakistan'ın ardından en fazla kauçuk, plastik, lastik işleme makineleri ihracatı gerçekleştirdiğimiz ikinci ülke ise İran olmuş. Bu ülkeye 2009 yılının Ocak-Mayıs döneminde 1 milyon 663 bin dolarlık kauçuk, plastik, lastik işleme makineleri ihracatı gerçekleştirilmiş. Aynı zaman diliminde kauçuk, plastik, lastik işleme makineleri ihracatımızın en fazla olduğu üçüncü ülke ise Rusya olmuş. Rusya'ya 2009 yılının ilk 5 aylık döneminde 1 milyon 629 bin dolarlık kauçuk, plastik, lastik işleme makineleri ihracatı yapılmış. Rusya'nın ardından en fazla

kauçuk, plastik, lastik işleme makineleri ihracatı gerçekleştirdiğimiz ülke Romanya olmuş. Romanya'ya 2009 yılının ilk 5 aylık ihracat döneminde 1 milyon 308 bin dolarlık kauçuk, plastik, lastik işleme makineleri ihracatı yapılmış. Romanya'nın ardından ise en fazla kauçuk, plastik, lastik işleme makineleri ihracatı yaptığımız beşinci ülke Bulgaristan olmuş. Bulgaristan'a 2008 yılının Ocak-Mayıs döneminde 1 milyon 435 bin dolarlık kauçuk, plastik, lastik işleme makineleri ihracatımız söz konusu iken 2009 yılının aynı zaman dilimine gelindiğinde 1 milyon 290 bin dolarlık ihracat gerçekleştirilmiş. Öte yandan değer bazında ihracatın en çok yükseldiği ülke olarak Brezilya'nın

olduğu görülüyor. Brezilya'ya ihracat bir önceki döneme oranla yüzde 88 oranında artış göstermiş.



"Yurt dışı teşvikleri artırılmalı"

Mayıs ayı içinde hiç ihracatımız olmadı. Bu 3 ay içinde ihracat yaşanmaz bizim sektörde genellikle. Geçen sene yıllık ihracatımız 1 milyon dolar civarındaydı. Bu sene ise böyle giderse 500 bin civarında kalırsak, fena değil deriz. Sektörün sorunlarına gelirsek, en önemli sorunlardan biri Uzak Doğu'dan şuursuzca getirilen makineleri söyleyebilirim. Onlarla rekabet şansımız zor demiyorum, onlarla rekabet şansımız yok. Kalitemizle bizi tanıyan müşterilerimiz bypass

ediyor. Bizim en büyük pazarlarımız Rusya ve Afrika ülkeleri ancak bunların hepsi bugün can çekişiyor. Ürettiğimiz makineler yatırım makineleri. Kriz nedeniyle ilk olarak yatırımlardan vazgeçiliyor. Özellikle Çin ve Uzak Doğu'dan bir takım kalitesiz ürünlerin Türkiye'ye giriş yapması nedeniyle bizim alanlarımız kısıtlı. Ancak bu ülkelerden ürün girmesini engelleyemezsiniz, zaten böyle de bir derdimiz yok. Ancak çantalarını alıp başka bir ülkeden makine getiriyorlar, birkaç yıl sonra da ortadan kayboluyorlar. Yani o makineyi alan müşteri bir şekilde ortada bırakılmış oluyor. Son 5 sene içinde orta ölçekli firmaları neredeyse yüzde 50'si yok oldu gitti. 3-5 firma kaldık ve mücadele ediyoruz. Bence devlet kimseye para vermesin sadece bizim ufkumuzu açsın. Eskiden yurt dışı fuarlarına yüzde 80 teşvik verirdiler. Artık bunu kaldırdılar. Şimdi yüzde 50'ye düşürdüler. Bu teşvik yüzde 100 yapılmalı. Tabi ki bütün fuarlar için değil ama örneğin Avrupa'da 3 önemli fuar için yüzde 100 teşvik verebilmeli devlet. Böylece kendimizi tanıtabiliriz. Bizim sektörümüz çok önemli.

KAUÇUK, PLASTİK, LASTİK İŞLEME MAKİNELERİ TÜRKİYE GENELİ İHRACATINDAKİ İLK 5 ÜLKE (2008 ve 2009 Yılları Ocak-Mayıs Dönemi)

ÜLKE	2008 YILI			2009 YILI			(%) DEĞİŞİM	
	Miktar (Kg)	Değer (\$)	S/kg	Miktar (Kg)	Değer (\$)	S/kg	Miktar	Değer
KAZAKİSTAN	91.350	430.419	4,71	108.538	1.959.768	18,06	18,8	355,3
İRAN	262.385	6.118.550	23,32	236.078	1.663.902	7,05	-10,0	-72,8
RUSYA FED.	544.538	5.891.044	10,82	251.437	1.629.445	6,48	-53,8	-72,3
ROMANYA	184.536	2.694.632	14,60	149.729	1.308.759	8,74	-18,9	-51,4
BULGARİSTAN	122.934	1.435.226	11,67	128.253	1.290.837	10,06	4,3	-10,1

OAİB İŞTİĞAL ALANI İTİBARIYLA KAUÇUK, PLASTİK, LASTİK İŞLEME MAKİNELERİ İHRACATI (2008 ve 2009 Yılları Ocak-Mayıs)

OCAK-MAYIS 2008		OCAK-MAYIS 2009		DEĞİŞİM (%)	
MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)	MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)	MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)
4.155.665	44.113.003	3.042.132	27.986.060	-26,8	-36,6

POMPA VE KOMPRESÖR

Ülkemiz pompa ve kompresörler ihracatı 2009 yılının Ocak-Mayıs ayları arasında 162 milyon 814 bin dolar olarak kaydedilmiş durumda. Pompa ve kompresörler ihracatımız 2009 yılının Ocak-Mayıs ayları arasında ülkeler bazında incelendiğinde ise Almanya'nın diğer yakın dönemlerde olduğu üzere yine ilk sırada yer aldığı görülüyor. Söz konusu ülkeye 2009 yılının Ocak-Mayıs döneminde 31 milyon 451 bin dolarlık pompa ve kompresörler ihracatı yapılmış. Almanya'nın ardından en fazla pompa ve kompresörler ihracatı gerçekleştirdiğimiz ikinci ülke geçtiğimiz dönemde İtalya iken Ocak-Mayıs 2009 döneminde bu ülkenin yerini Romanya almış durumda. Romanya'ya 2009 yılının Ocak-Mayıs döneminde 10 milyon 835 bin dolarlık pompa ve kompresörler ihracatı gerçekleştirilmiş. Aynı zaman diliminde pompa ve kompresörler ihracatımızın en fazla olduğu üçüncü ülke ise bir sıra gerileyen İtalya olmuş. İtalya'ya 2009 yılının ilk 5 aylık döneminde 10 milyon 828 bin dolarlık pompa ve kompresörler ihra-



catı yapılmış. İtalya'nın ardından en fazla pompa ve kompresörler ihracatı gerçekleştirdiğimiz ülke ise Irak olmuş.

Irak'a 2009 yılının ilk 5 aylık ihracat döneminde 7 milyon 932 bin dolarlık pompa ve kompresörler ihracatı yapılmış. Irak'ın gerisine düşen ve en fazla pompa ve kompresörler ihracatı yaptığımız beşinci ülke ABD oldu. ABD'ye 2008 yılının Ocak-Mayıs döneminde 14 milyon 66 bin dolarlık pompa ve kompresörler ihracatımız söz konusu iken 2009 yılının aynı zaman dilimine gelindiğinde yüzde 44,1 oranında düşüş ile 7 milyon 867 bin dolarlık ihracat gerçekleştirilmiş. ABD'nin ardından ise en fazla pompa ve kompresörler ihracatımız Rusya Federasyonu'na olmuş. Rusya Federasyonu'na 2009 yılının

Ocak-Mayıs döneminde 6 milyon 56 bin dolarlık pompa ve kompresörler ihracatı gerçekleştirilmiş. Değer bazında ihracat yapılan ülkeler arasında onuncu ülke olan İran'a Ocak-Mayıs 2008 döneminde toplam 4 milyon 414 bin dolar ihracat yapılmıştı. Aynı dönem için 2009 yılına bakıldığında ise İran'a ihracatın yüzde 3,1 oranında arttığını ve değer bazında ihracatın 4 milyon 549 bin dolara ulaştığı görüldü. Öte yandan pompa ve kompresörler ihracatında miktar bazında incelendiğinde Ocak-Mayıs 2008 dönemine oranla sektörde yüzde 28,1 oranında düşüş yaşandı.

POMPA VE KOMPRESÖR TÜRKİYE GENELİ İHRACATINDAKİ İLK 5 ÜLKE (2008 ve 2009 Yılları Ocak-Mayıs Dönemi)

ÜLKE	2008 YILI			2009 YILI			(%) DEĞİŞİM	
	Miktar (Kg)	Değer (\$)	S/kg	Miktar (Kg)	Değer (\$)	S/kg	Miktar	Değer
ALMANYA	6.345.922	55.784.669	8,79	3.289.129	31.451.897	9,56	-48,2	-43,6
ROMANYA	2.316.128	15.117.856	6,53	1.999.958	10.835.230	5,42	-13,7	-28,3
İTALYA	2.077.550	17.012.701	8,19	1.684.315	10.828.215	6,43	-18,9	-36,4
IRAK	560.940	7.759.397	13,83	2.035.994	7.932.918	3,90	263,0	2,2
ABD	1.914.523	14.066.513	7,35	1.058.626	7.867.612	7,43	-44,7	-44,1

OAİB İŞTİGAL ALANI İTİBARIYLA POMPA VE KOMPRESÖR İHRACATI (2008 ve 2009 Yılları Ocak-Mayıs)

OCAK-MAYIS 2008		OCAK-MAYIS 2009		DEĞİŞİM (%)	
MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)	MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)	MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)
30.709.809	260.744.880	22.084.902	162.814.820	-28,1	-37,6

YÜK KALDIRMA MAKİNELERİ

Ülkemiz yük kaldırma makineleri makineleri ihracatı 2009 yılı Ocak-Mayıs döneminde geçtiğimiz yılın aynı zaman dilimine göre yüzde 2,6 oranında artış göstererek 67 milyon 63 bin dolardan 68 milyon 795 bin dolara yükseldi.

Yük kaldırma makineleri ihracatımız ülkeler bazında incelendiğinde ise Fas'ın ilk sırada yer aldığı görülüyor. Söz konusu ülkeye 2009 yılının Ocak-Mayıs döneminde 5 milyon 307 bin dolarlık yük kaldırma makineleri ihracatı yapıldı. Fas'ın ardından Yük kaldırma makineleri en fazla ihracat yaptığımız ikinci ülke ise Cezayir olmuş. Bu ülkeye 2008 yılının Ocak-Mayıs ayları arasında 1 milyon 949 bin dolarlık yük kaldırma makineleri ihracatı yapılmışken 2009 yılının aynı dönemine gelindiğinde yüzde 131,6 oranında artışla 4 milyon 513 bin dolarlık ihracat gerçekleştirilmiş. Yük kaldırma makineleri ihracatımızın en fazla olduğu üçüncü ülkenin ise Rusya Federasyonu olduğu

görülmüyor. Rusya'nın 2008 yılının Ocak-Mayıs döneminde 6 milyon 614 bin dolarlık yük kaldırma makineleri ihracatı varken 2009 yılının eş zaman dilimine gelindiğinde yüzde 35,4 oranında düşüş yaşandı. Değer kaybına rağmen yük kaldırma makineleri ihracatımızda 3'ncü sırada olan Rusya'ya Ocak-Mayıs 2009 ihracat döneminde 4 milyon 247 bin dolarlık ihracat gerçekleşmiş. Yük kaldırma makineleri ihracatımızın artış hızı oranları ülkeler bazında incelendiğinde ise Fas ve Hollanda ardından Cezayir'in geldiği görülüyor. Söz konusu ülkeye Ocak-Mayıs 2008 dönemine oranla ihracat yüzde 131,6 oranında artış göstermiş.



"Merdiven altı üretim denetlenmeli"

Özarar Kaldırma Makinaları Sanayi olarak Mayıs ayı ihracat rakamlarımız 400 bin TL civarındadır. Bize göre sektördeki en büyük sorun merdiven altı olarak tabir edilen üretimin denetlenmemesidir. Standartlara uymayan, üretim maliyetini düşürmek adına projelendirilmeden inşa edilen ve besapsız kitapsız üretilen vinçler hem çalışanlar için hem de işveren için sağlıksız bir çalışma ortamı yaratmakta, iş ve işçi sağlığını tehlikeye atmaktadır. Bunun dışında sektörü küresel kriz ve bükümet politikalarıdır. Türk makine sektörünün yıllık ihracat artış oranı, son yıllarda ülkemizin toplam ihracat artış oranının üzerinde kaydedilmektedir, ancak yine de potansiyelinin çok altındadır. Türk makine ihracatının dünya makine

ticaretinden aldığı pay sadece yüzde 0,4'dür. Bu oranı yükseltmek bükümetimizin yapacağı ticari anlaşmalar ile büyüyeceği kanaatindeyim. Türkiye'nin üretim süreçleri kalitesi, uluslararası piyasalarda yer alma ve pazarlamada yetkinlik gibi diğer ülkelere göre avantajları olmakla birlikte, ürün tasarımı ve inovasyon kapasitesi gibi dezavantajları da bulunmaktadır. Sonuç olarak, Türk makine sektörünün geldiği noktada dezavantajlarını avantaja çevirerek önünde duran ihracat eşğini aşması gerekmektedir. Tüm sektörlerde olduğu gibi makine imalatı sektöründe de, mevcut imalat düzeyinin korunması ve istihdam kayıplarının önlenmesi gereklidir. Yürürlüğe giren yeni teşvik paketlerinin işlevselliği takip edilerek, eksik ya da yetersiz kalan uygulamalar revize edilerek istihdam oranı yükseltilmeli, milli gelirimizin artmasını sağlayacak yeni yatırımların yapılması için de uygun bir ortamın sağlanması gerekmektedir. Kısa vadede alınması yararlı olan önlemler: Geçici olarak düşürülen KDV ve ÖTV oranlarının 6 ya da 10 ay daha uzatılması. Yürürlüğe giren teşvik paketlerinin işlevselliği takibi. Vergi ve sigorta prim oranlarının düşürülmesi. İhracatın artırılması ve baksız rekabetin önlenmesi.

YÜK KALDIRMA, TAŞIMA VE İSTİFLEME MAK. TÜRKİYE GENELİ İHRACATINDAKİ İLK 5 ÜLKE (2008 ve 2009 Yılları Ocak-Mayıs Dönemi)

ÜLKE	2008 YILI			2009 YILI			(%) DEĞİŞİM	
	Miktar (Kg)	Değer (\$)	S/kg	Miktar (Kg)	Değer (\$)	S/kg	Miktar	Değer
FAS	35.995	82.522	2,29	416.000	5.307.897	12,76	-	-
CEZAYİR	397.852	1.949.141	4,90	735.910	4.513.437	6,13	85,0	131,6
RUSYA FED.	1.089.833	6.614.969	6,07	665.238	4.247.220	6,38	-39,0	-35,8
SUUDI ARABİSTAN	312.451	2.501.172	8,00	553.109	3.771.055	6,82	77,0	50,8
ALMANYA	360.839	2.055.164	5,70	675.606	3.620.431	5,36	87,2	76,2

OAİB İŞTİGAL ALANI İTİBARIYLA YÜK KALDIRMA, TAŞIMA VE İSTİFLEME MAKİNELERİ İHRACATI (2008 ve 2009 Yılları Ocak-Mayıs)

OCAK-MAYIS 2008		OCAK-MAYIS 2009		DEĞİŞİM (%)	
MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)	MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)	MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)
11.603.304	67.063.280	11.893.710	68.795.629	2,5	2,6

İHRACAT RAKAMLARI

OAİB İŞTİGAL ALANINA GİREN MAKİNE İHR. BRL. ÜLKE DAĞILIMI

ÜLKE ADI	01 OCAK -30 HAZİRAN 2008	01 OCAK - 08 HAZİRAN 2009	Değişim %
	Değer (\$)	Değer (\$)	
ALMANYA	342,511,872.71	203,721,106.28	-40.52
BİR.DEVLETLER(ABD)	217,121,122.34	154,057,789.14	-29.05
IRAK	85,256,661.80	116,121,277.23	36.20
İRAN (İSLAM CUM.)	123,762,689.62	110,474,901.00	-10.74
GÜRCİSTAN	56,863,325.06	95,870,126.05	68.60
BR.KRALLIK(İNGİLTERE)	179,585,346.50	89,150,728.04	-50.36
İTALYA	160,664,321.53	85,755,082.97	-46.62
RUSYA FEDERASYONU	241,844,537.84	78,843,142.48	-67.40
FRANSA	147,097,274.98	75,937,589.01	-48.38
SUUDI ARABİSTAN	54,944,866.89	67,491,214.99	22.83
MISIR	63,063,381.10	64,830,806.49	2.80
CEZAYİR	45,633,131.67	62,266,719.13	36.45
AZERBAJCAN-NAHCIVAN	97,953,452.88	59,039,491.09	-39.73
LİBYA	64,685,666.55	57,337,704.63	-11.36
ROMANYA	118,619,372.53	49,961,530.82	-57.88
SURİYE ARAP CUM.(SUR)	47,337,925.94	47,289,557.12	-0.10
İST.DERİ SERB.BÖLGE	62,319,054.66	40,029,159.09	-35.77
BULGARİSTAN	83,031,720.83	36,739,219.21	-55.75
İSPANYA	72,187,576.94	36,519,769.69	-49.41
FAS	55,353,845.89	36,424,411.45	-34.20
HOLLANDA	69,313,887.28	31,498,077.09	-54.56
KAZAKİSTAN	55,917,268.10	29,953,546.56	-46.43
TÜRKMENİSTAN	23,729,874.23	29,777,391.68	25.48
BELÇİKA	57,589,773.78	27,955,447.55	-51.46
YUNANİSTAN	61,833,702.79	26,374,478.97	-57.35
BİRLESİK ARAP EMİRLİ	42,358,105.76	25,467,787.05	-39.88
AVUSTURYA	43,189,549.52	24,595,912.52	-43.05
ÖZBEKİSTAN	36,894,654.01	24,114,163.06	-34.64
SUDAN	20,216,437.09	24,024,517.31	18.84
POLONYA	44,634,632.68	22,892,301.98	-48.71
HİNDİSTAN	22,737,905.71	21,013,926.40	-7.58
UKRAYNA	80,941,857.85	19,593,284.06	-75.79
İSRAIL	32,757,069.35	17,553,593.98	-46.41
EGE SERBEST BÖLGE	44,781,577.12	17,493,675.36	-60.94
URDUN	16,715,169.89	14,931,009.93	-10.67
MALEZYA	4,802,920.65	14,561,078.20	203.17
TUNUS	19,470,616.55	14,486,473.36	-25.60
MACARİSTAN	19,562,545.16	12,768,271.67	-34.73
K.KIBRIS TÜRK CUMH.	23,597,758.71	12,509,332.77	-46.99
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	22,566,061.37	11,276,560.49	-50.03
İSVEÇ	16,367,005.03	11,205,730.34	-31.53
KATAR	8,944,196.44	11,041,943.93	23.45
DANİMARKA	13,021,362.31	10,997,517.27	-15.54
PAKİSTAN	10,385,248.07	10,540,091.53	1.49
BREZİLYA	25,967,090.73	10,346,560.02	-60.16
İSVİÇRE	7,780,598.75	9,886,281.88	27.06
LÜBNAN	8,089,000.58	9,624,399.54	18.98
MEKSİKA	13,132,752.11	9,368,052.39	-28.67
AVUSTRALYA	12,917,441.89	9,354,393.50	-27.58
GÜNEY AFRIKA CUMHURİ	18,810,046.36	9,064,705.22	-51.81
KOSOVA	7,575,268.53	8,986,034.82	18.62
NİJERYA	27,505,485.93	8,288,468.37	-69.87

TÜRKİYE GENELİ KARŞILAŞTIRMALI ÜLKE RAPORU (01 OCAK - 31 HİZARAN 2008 / 01 OCAK - 08 HAZİRAN 2009)

ÜLKE ADI	TÜRKİYE GENELİ ÜLKE		TÜRKİYE GENELİ MAKİNE SEK.		TÜRKİYE DEĞ.%	MAKİNE DEĞ. %
	01 OCAK - 30 HAZİRAN 2008	01 OCAK - 08 HAZİRAN 2009	01 OCAK-30 HAZİRAN 2008	01 OCAK - 08 HAZİRAN 2009		
ALMANYA	6,931,647,849.13	3,865,301,220.04	342,511,872.71	203,721,106.28	-44.24	-40.52
BİR.DEVLETLER(ABD)	1,993,126,225.36	1,167,667,587.69	217,121,122.34	154,057,789.14	-41.42	-29.05
IRAK	1,585,686,845.59	2,224,416,709.75	85,256,661.80	116,121,277.23	40.28	36.20
İRAN (İSLAM CUM.)	1,003,585,615.12	748,529,538.63	123,762,689.62	110,474,901.00	-25.41	-10.74
GÜRCİSTAN	474,443,434.13	324,835,704.74	56,863,325.06	95,870,126.05	-31.53	68.60
BR.KRALLIK(İNGİLTERE)	4,325,785,442.79	2,101,475,390.72	179,585,346.50	89,150,728.04	-51.42	-50.36
İTALYA	4,586,625,345.62	2,229,289,597.54	160,664,321.53	85,755,082.97	-51.40	-46.62
RUSYA FEDERASYONU	3,567,606,804.71	1,318,409,775.48	241,844,537.84	78,843,142.48	-63.04	-67.40
FRANSA	3,698,791,815.34	2,376,062,698.19	147,097,274.98	75,937,589.01	-35.76	-48.38
SUUDİ ARABİSTAN	1,001,905,567.64	696,132,993.02	54,944,866.89	67,491,214.99	-30.52	22.83
MİSİR	652,042,486.82	1,421,675,842.98	63,063,381.10	64,830,806.49	118.03	2.80
CEZAYİR	692,534,844.24	893,968,283.44	45,633,131.67	62,266,719.13	29.09	36.45
AZERBAJCAN-NAHCIVAN	777,011,234.03	544,540,073.60	97,953,452.88	59,039,491.09	-29.92	-39.73
LİBYA	545,569,036.18	729,412,213.51	64,685,666.55	57,337,704.63	33.70	-11.36
ROMANYA	2,221,573,758.31	869,325,528.57	118,619,372.53	49,961,530.82	-60.87	-57.88
SURİYE ARAP CUM.(SUR)	535,846,086.59	531,487,954.52	47,337,925.94	47,289,557.12	-0.81	-0.10
İST.DERİ SERB.BÖLGE	200,355,843.01	100,901,972.95	62,319,054.66	40,029,159.09	-49.64	-35.77
BULGARİSTAN	1,135,867,782.24	570,407,841.76	83,031,720.83	36,739,219.21	-49.78	-55.75
İSPANYA	2,452,560,451.09	1,026,872,470.62	72,187,576.94	36,519,769.69	-58.13	-49.41
FAS	560,413,145.87	241,649,098.07	55,353,845.89	36,424,411.45	-56.88	-34.20
HOLLANDA	1,721,985,509.68	856,209,314.06	69,313,887.28	31,498,077.09	-50.28	-54.56
KAZAKİSTAN	464,116,865.36	256,323,963.28	55,917,268.10	29,953,546.56	-44.77	-46.43
TÜRKMENİSTAN	259,294,794.78	328,473,207.14	23,729,874.23	29,777,391.68	26.68	25.48
BELÇİKA	1,094,331,796.18	717,944,169.24	57,589,773.78	27,955,447.55	-34.39	-51.46
YUNANİSTAN	1,334,686,091.42	691,607,996.89	61,833,702.79	26,374,478.97	-48.18	-57.35
BİRLİK ARAP EMİRLİ	3,741,951,431.60	912,881,751.20	42,358,105.76	25,467,787.05	-75.60	-39.88
AVUSTURYA	534,904,772.62	311,795,201.71	43,189,549.52	24,595,912.52	-41.71	-43.05
ÖZBEKİSTAN	159,568,264.33	103,740,606.41	36,894,654.01	24,114,163.06	-34.99	-34.64
SUDAN	131,704,055.91	121,219,174.93	20,216,437.09	24,024,517.31	-7.96	18.84
POLONYA	907,902,703.39	483,740,154.60	44,634,632.68	22,892,301.98	-46.72	-48.71
HİNDİSTAN	254,427,713.61	170,802,736.81	22,737,905.71	21,013,926.40	-32.87	-7.58
UKRAYNA	1,132,083,401.07	356,514,960.10	80,941,857.85	19,593,284.06	-68.51	-75.79
İSRAİL	1,034,188,938.54	592,777,097.33	32,757,069.35	17,553,593.98	-42.68	-46.41
EGE SERBEST BÖLGE	225,481,136.11	110,886,562.27	44,781,577.12	17,493,675.36	-50.82	-60.94
URDUN	216,114,547.13	158,424,846.25	16,715,169.89	14,931,009.93	-26.69	-10.67
MALEZYA	51,882,290.43	34,578,103.83	4,802,920.65	14,561,078.20	-33.35	203.17
TUNUS	378,700,672.95	189,900,191.81	19,470,616.55	14,486,473.36	-49.85	-25.60
MACARİSTAN	388,900,307.43	164,647,448.75	19,562,545.16	12,768,271.67	-57.66	-34.73
K.KİBRİS TÜRK CUMH.	581,511,382.73	285,498,263.29	23,597,758.71	12,509,332.77	-50.90	-46.99
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	727,071,568.70	441,887,976.43	22,566,061.37	11,276,560.49	-39.22	-50.03
İSVEÇ	486,091,372.82	269,399,499.65	16,367,005.03	11,205,730.34	-44.58	-31.53
KATAR	591,210,156.41	163,667,694.92	8,944,196.44	11,041,943.93	-72.32	23.45
DANİMARKA	514,529,326.83	259,263,227.48	13,021,362.31	10,997,517.27	-49.61	-15.54
PAKİSTAN	87,771,513.63	62,269,250.43	10,385,248.07	10,540,091.53	-29.06	1.49
BREZİLYA	164,051,673.07	113,693,153.52	25,967,090.73	10,346,560.02	-30.70	-60.16
İSVİÇRE	329,041,599.08	209,696,931.75	7,780,598.75	9,886,281.88	-36.27	27.06
LÜBNAN	290,721,957.28	301,583,798.31	8,089,000.58	9,624,399.54	3.74	18.98
MEKSİKA	78,961,929.07	31,974,595.94	13,132,752.11	9,368,052.39	-59.51	-28.67
AVUSTRALYA	181,121,219.26	117,898,011.00	12,917,441.89	9,354,393.50	-34.91	-27.58
GÜNEY AFRIKA CUMHURİ	468,028,313.32	92,957,397.95	18,810,046.36	9,064,705.22	-80.14	-51.81
KOSOVA	121,432,484.81	97,983,471.66	7,575,268.53	8,986,034.82	-19.31	18.62
NİJERYA	116,298,450.89	88,866,630.82	27,505,485.93	8,288,468.37	-23.59	-69.87

İHRACAT RAKAMLARI

NİSAN 2009 İHRACAT RAKAMLARI SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI -1000 \$

SEKTÖR	MAYIS				OCAK-MAYIS			
	2008	2009	Değişim (09/08)	Pay(09) (%)	2008	2009	Değişim (09/08)	Pay(09) (%)
I. TARIM	1,035,518	920,151	-11.14	12.51	5,276,744	5,014,847	-4.96	13.99
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	757,482	678,661	-10.41	9.23	3,883,486	3,773,527	-2.83	10.53
Hububat,Bakliyat,Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	283,724	261,550	-7.82	3.56	1,481,003	1,482,016	0.07	4.13
Yaş Meyve ve Sebze	184,448	161,255	-12.57	2.19	730,447	815,502	11.64	2.27
Meyve Sebze Mamulleri	78,232	73,881	-5.56	1.00	383,269	367,943	-4.00	1.03
Kuru Meyve ve Mamulleri	58,757	73,541	25.16	1.00	377,962	393,428	4.09	1.10
Fındık ve Mamulleri	90,159	59,934	-33.52	0.81	560,056	321,764	-42.55	0.90
Zeytin ve Zeytinyağı	16,934	13,109	-22.59	0.18	81,022	86,906	7.26	0.24
Tütün	40,539	30,752	-24.14	0.42	245,022	280,829	14.61	0.78
Kesme Çiçek	4,690	4,639	-1.09	0.06	24,708	25,138	1.74	0.07
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	59,606	59,817	0.35	0.81	330,955	337,575	2.00	0.94
Canlı Hayvan,Su Ürünleri ve Mamulleri	59,606	59,817	0.35	0.81	330,955	337,575	2.00	0.94
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	218,429	181,673	-16.83	2.47	1,062,301	903,745	-14.93	2.52
Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri	218,429	181,673	-16.83	2.47	1,062,301	903,745	-14.93	2.52
II. SANAYİ	10,904,186	6,253,832	-42.65	85.04	48,372,723	30,063,588	-37.85	83.86
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	846,553	577,121	-31.83	7.85	4,070,729	2,806,186	-31.06	7.83
Tekstil ve Hammaddeleri	639,313	426,580	-33.28	5.80	3,125,328	2,066,343	-33.88	5.76
Deri ve Deri Mamulleri	103,499	68,655	-33.67	0.93	494,064	364,004	-26.32	1.02
Halı	103,741	81,887	-21.07	1.11	451,337	375,839	-16.73	1.05
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAMULLERİ	1,492,348	823,394	-44.83	11.20	5,930,230	3,317,385	-44.06	9.25
Kimyevi maddeler ve Mamulleri	1,492,348	823,394	-44.83	11.20	5,930,230	3,317,385	-44.06	9.25
C. SANAYİ MAMULLERİ	8,565,286	4,853,317	-43.34	65.99	38,371,765	23,940,017	-37.61	66.78
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1,367,277	995,807	-27.17	13.54	6,978,891	5,072,422	-27.32	14.15
Taşıt Araçları ve Yan Sanayi	2,539,175	1,331,902	-47.55	18.11	12,182,900	5,928,776	-51.34	16.54
Elektrik-Elektronik	917,464	602,274	-34.35	8.19	4,064,519	2,935,119	-27.79	8.19
Makine ve Aksamları	668,458	453,978	-32.09	6.17	2,997,867	2,213,106	-26.18	6.17
Demir ve Demir Dışı Metaller	600,414	331,158	-44.85	4.50	2,735,969	1,586,080	-42.03	4.42
Demir Çelik Ürünleri	1,954,857	813,710	-58.37	11.06	7,261,664	4,644,143	-36.05	12.95
Çimento ve Toprak Ürünleri	378,430	245,007	-35.26	3.33	1,469,378	1,158,069	-21.19	3.23
Değerli Maden ve Mücevherat	130,023	75,022	-42.30	1.02	639,910	382,703	-40.19	1.07
Diğer Sanayi Ürünleri	9,188	4,459	-51.47	0.06	40,665	19,598	-51.81	0.05
III. MADENCİLİK	311,608	180,104	-42.20	2.45	1,291,335	771,208	-40.28	2.15
Madencilik Ürünleri	311,608	180,104	-42.20	2.45	1,291,335	771,208	-40.28	2.15
TOPLAM	12,251,311	7,354,087	-39.97	100	54,940,801	35,849,643	-34.75	100

TÜRKİYE GENELİ ÜLKE RAPORU

ÜLKE ADI	01 Ocak - 30 Haziran 2008	01 Ocak - 08 Haziran 2009	Değişim %
	Değer (\$)	Değer (\$)	
ALMANYA	6,931,647,849.13	3,865,301,220.04	-44.24
FRANSA	3,698,791,815.34	2,376,062,698.19	-35.76
İTALYA	4,586,625,345.62	2,229,289,597.54	-51.40
IRAK	1,585,686,845.59	2,224,416,709.75	40.28
BR.KRALLIK(İNGİLTERE)	4,325,785,442.79	2,101,475,390.72	-51.42
MISIR	652,042,486.82	1,421,675,842.98	118.03
RUSYA FEDERASYONU	3,567,606,804.71	1,318,409,775.48	-63.04
BİR.DEVLETLER(ABD)	1,993,126,225.36	1,167,667,587.69	-41.42
İSPANYA	2,452,560,451.09	1,026,872,470.62	-58.13
BİRLESİK ARAP EMİRLİ	3,741,951,431.60	912,881,751.20	-75.60
CEZAYİR	692,534,844.24	893,968,283.44	29.09
ROMANYA	2,221,573,758.31	869,325,528.57	-60.87
HOLLANDA	1,721,985,509.68	856,209,314.06	-50.28
İRAN (İSLAM CUM.)	1,003,585,615.12	748,529,538.63	-25.41
LİBYA	545,569,036.18	729,412,213.51	33.70
BELÇİKA	1,094,331,796.18	717,944,169.24	-34.39
SUUDİ ARABİSTAN	1,001,905,567.64	696,132,993.02	-30.52
YUNANİSTAN	1,334,686,091.42	691,607,996.89	-48.18
İSRAİL	1,034,188,938.54	592,777,097.33	-42.68
BULGARİSTAN	1,135,867,782.24	570,407,841.76	-49.78
AZERBAYCAN-NAHCIVAN	777,011,234.03	544,540,073.60	-29.92
SURİYE ARAP CUM.(SUR)	535,846,086.59	531,487,954.52	-0.81
POLONYA	907,902,703.39	483,740,154.60	-46.72
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	727,071,568.70	441,887,976.43	-39.22
UKRAYNA	1,132,083,401.07	356,514,960.10	-68.51
TÜRKMENİSTAN	259,294,794.78	328,473,207.14	26.68
GÜRCİSTAN	474,443,434.13	324,835,704.74	-31.53
AVUSTURYA	534,904,772.62	311,795,201.71	-41.71
LÜBNAN	290,721,957.28	301,583,798.31	3.74
K.KIBRIS TÜRK CUMH.	581,511,382.73	285,498,263.29	-50.90
İSVEÇ	486,091,372.82	269,399,499.65	-44.58
DANİMARKA	514,529,326.83	259,263,227.48	-49.61
KAZAKİSTAN	464,116,865.36	256,323,963.28	-44.77
FAS	560,413,145.87	241,649,098.07	-56.88
SLOVENYA	377,414,771.35	233,178,108.92	-38.22
MALTA	533,205,731.19	220,865,796.49	-58.58
İSVİÇRE	329,041,599.08	209,696,931.75	-36.27
YEMEN	153,986,290.86	200,088,564.37	29.94
TUNUS	378,700,672.95	189,900,191.81	-49.85
ÇEK CUMHURİYETİ	379,983,098.11	172,996,606.65	-54.47
HİNDİSTAN	254,427,713.61	170,802,736.81	-32.87
MACARİSTAN	388,900,307.43	164,647,448.75	-57.66
KATAR	591,210,156.41	163,667,694.92	-72.32
URDUN	216,114,547.13	158,424,846.25	-26.69
NORVEÇ	190,153,622.31	152,343,613.60	-19.88
PORTEKİZ	318,266,733.51	134,746,207.49	-57.66
KANADA	173,642,847.65	126,705,840.05	-27.03
SUDAN	131,704,055.91	121,219,174.93	-7.96
AVUSTRALYA	181,121,219.26	117,898,011.00	-34.91
SİRBİSTAN	255,569,579.75	116,518,082.79	-54.41
ARNAVUTLUK	158,268,065.84	116,165,680.46	-26.60
AHL SERBEST BÖLGE	211,373,010.47	115,668,997.52	-45.28

Doğuş Vana'dan yerli vanalar



Doğuş Vana, akış kontrol ve dağıtım sistemlerinde kullanılan vanalar üzerine üretim yaparak, süreklilik kazandırdığı araştırma ve geliştirme çalışmaları sonucu sektöre yeni teknolojiler sunuyor. Türkiye'de yerli olarak üretimi bulunmayan bu vanaların tamamı yurtdışından ithal edilmekte. Firma, geçtiğimiz aylarda bu vanaların ilk defa yerli üretimini gerçekleştirdi.

Tamamen Türkiye'deki Doğuş Vana Üretim Tesislerinde tasarlanıp üretilen Doğuş Dinamik Balans Vana gövdelerine ihtiyaç doğrultusunda, arzu edilen paslanmaz çelik yay ve orifise sahip kartuşlar takılarak sistemde dengelenme sağlanabiliyor. Doğuş Vana, DN 20 – 450 ve PN16, PN25 seçeneklerinde, İzmir'de üretim yapıyor. Balans vanaları, HVAC sistemlerinde debinin dengelenmesi için kullanılıyor. Belirli bir basınç aralığındaki değişimleri gözetmeksizin debiyi istenilen değere sabitlemek için kullanılan balans vanaları, ısıtma/soğutma sistemlerinin düzgün çalışması için en önemli ekipmanlardan biri. Dinamik balans vanaları ise statik balans vanalarına göre kullanıcıya birçok avantaj getirir. Dinamik balans vanaları sürekli olarak çıkış orifisini, yani kv değerini regüle eder ve manüel ayarlama gerektirmez. Ayrıca dinamik balans vanaları sayesinde, statik balans vanalarına oranla çok daha az vanaya ihtiyaç duyulur ve sistemdeki basınç kaybı azaltılır. Böylelikle ürün, düşük maliyetli montaja, daha etkili ve verimli bir sisteme, daha fazla esnekliğe ve daha ekonomik bir çalışmaya yol açar.

Baymak'tan enerji tasarrufu sağlayan kombi

Baymak, Türkiye'nin Alman DIN 4702-T8 normu standartlarına göre en verimli kombisini pazara sundu. Yüzde 109,8 verimli Luna 3 Duo TEC Baymak'ın en prestijli kombi modeli. Tüm Avrupa ile aynı anda pazara sunulan yoğuşmalı kombi, tüketicinin tasarruf beklentilerini en üst seviyede karşılayacak yoğuşma teknolojisine sahip olarak, müşteri memnuniyeti çitasını daha da yükseltiyor. Saatte 1080 lt sıcak su üretebilen (Duo Tec 330) kombiler hermetik olarak 10 mt baca mesafesi ile villalar için de kolayca tercih edilecek. Kombin teknik özellikleri: Arıza tespit sistemi, ısıtma ve kullanım suyu modunla yoğuşma, kontrol panosunda kazanın genel arızaları gösterilir, Premix yanma teknolojisine sahip Luna 3 Duo Tec yoğuşmalı kombiler yüzde 109,8 (DIN 4702-T8) verimliliktedir. Ayrıca yüzde 30 kısmi yükte yüzde 107,5 verimlilikte çalışmaktadır. Geleneksel ısıtma sistemlerine göre enerji tasarrufu sağlar. Yıllık CO2 emisyon değerleri standart verime sahip olan kombilere göre yüzde 20 daha az. İlave olarak yoğuşmalı kombideki modülasyonlu fan ile serinin tüm çıktıları sabit verimlilikte. Baca sıcaklığının düşük olması sebebiyle yanma esnasında ve kalorifer tesisatında oluşan düşük ısı kayıpları. Bu yoğuşmalı kombi sınıfı hava ve gazın ön karışımı ve özel paslanmaz çelik brülörü sayesinde düşük emisyon değerleri. Dijital göstergede, arıza lambaları ve ayar düğmeleri sayesinde kazanın parametreleri ile kolaylıkla ayarlanabilme ve kontrol edilebilme.



Türkiye'nin ilk yerli pamuk hasat makinesi



Burdur'da faaliyet gösteren Ertuğrullar Tarım Makineleri, Türkiye'nin ilk yerli biçerdöverinden sonra pamuk hasat makinesini de üretti. Krizi, yeni ürettiği makine ile aşmayı planlayan şirket, bu sayede yeni pazarları da keşfetmek istiyor. Bu yıl cirosunu yüzde 20 büyütmeyi planlayan şirketin ilk hedefi ise Orta Asya

ve Türki Cumhuriyetler. Burdur'da 58 yıl önce Teknik-İş ve

Torna Atölyesi adı altında kurularak küçük çapta tarım aracı imal eden Ertuğrullar büyümesini sürdürüyor. Türkiye'nin makineli tarıma geçişinde öncü şirketler arasında yer alan Ertuğrullar, yeni imal ettiği pamuk hasat makinesi için şimdiden Kazakistan, Türkmenistan, Azerbaycan ve Rusya'ya ürün hazırlamaya başlamış.

Pamuk toplama makinelerinin yüzde 100 kendi imalatları olduğunu ve dünya pazarına çıkarmayı amaçladıklarını belirten şirketin icradan sorumlu başkanı Osman Ertuğrul, krizi, ihracat pazarlarını çeşitlendirerek atlatmayı planladıklarını dile getirdi. Bu yıl pamuk hasat makinesinden hariç iki makine daha piyasaya sürdüklerini belirten Ertuğrul, şunları söyledi: "Küresel ekonomik kriz dünyayı etkisi altına aldı. Belki bu belirsiz ortamda üretim rakamlarımız çok büyümeyecek ama ciromuzun yüzde 25'ini ihracat kanalıyla gerçekleştireceğiz. Araştırma ve geliştirme çalışmalarımıza ara vermeden devam edeceğiz. Devletten bu konuda destek almaya çalışıyoruz."

Kaan Makine'den beton santralleri için ekipmanlar

Denizli merkezli makine üreticisi Kaan Makine, beton santralleri için ekipman üretimine de başladı. Geniş ürün yelpazesi ile müşterilerine hizmet sunan firmalarının inşaat sektörüne yönelik yeni bir üretime başladıklarına dikkat çeken Kaan Makine Pazarlama Müdürü Ali Karcılı, "Farklı sektörlerle yönelik üretim gerçekleştirebilmek için devamlı olarak Ar-Ge yapıyoruz. Beton santralleri için ekipman üretimine başladık. Karıştırıcı mikser, gergi tahrik tamburları ile inşaat sektörüne yönelik çalışıyoruz. Bu makinemize yönelik çok iyi talepler alıyoruz. Bu yılbaşı itibarıyla de boru bükme, sac kesme, sac kıvrıma makinesi aldık. Böylelikle makine imalatlarımızda gerekli olan işlemleri kendi bünyemizde görmeye başladık" diyor. Ağırlıklı tekstil sektörü olmak üzere talebe göre her türlü imalat gerçekleştirebildiklerini söyleyen Ali Karcılı, "Havlu



ve dokuma tesislerine kalite kontrol makineleri ve havlu boy kesme makineleri ürettiyoruz. Endüstriyel soğutma santralleri, havalandırma, toz toplama, malzeme transferleri, talebe göre özel makine, yedek parça imalatları ve klima salt malzemeleri satışı yapıyoruz. Satış sonrası servis olanağı ile müşteri memnuniyetine önem veriyoruz" şeklinde konuşuyor. Beton mikserinin teknik özellikleri ise şöyle: Kapasite: 2 metreküp hacim. Gövde: St 37 çelik sac. Gömlek: St 52 Çelik

Sac. Tahrik: MR 702 (Yılmaz) 37 KW Helisel Redüktörlü. Hareket. Aktarma: 1 ? X 2 sıralı zincirlidir. Boşaltma sistemi: Pnömatik pistonlu, otomatiğe bağlanabilir. Karıştırma kolları: Özel sert dökm. Boya: (Epoksi) Astar ve Sonkat. Yataklama: (SKF) Markalı rulmanlar kullanılır.

ULUSLARARASI PAZARLAMADA BAŞARILI OLMANIN SIRLARI NELERDİR?

Uluslararası pazarda doğru stratejiyi kurabilmek ve başarıyı yakalayabilmek için, öncelikle birçok şirketin neden başarısız olduğunu bilmek gerekir. Hedef bir pazara girmeden önce, uygulanmış modelleri incelemek, size fikirsel bir deneyim sağlayabilir.

İyi Planlama ve Gerçekçi Hedefler

İhracatta başarılı olabilmek için gerçekçi hedefler oluşturulmalıdır. Örneğin yeni şirketlerin, 3-4 ayda yüksek ihracat yapması mümkün olamaz. Hatta bu aşamaya gelene kadar, yıllar bile geçebilir.

Yabancı Kültürlere ve Pazar Uygulamalarına Uyum Gösterme

Yabancı kültürlere ve pazarlama taktiklerine uyum göstermek, sizi hatalardan korur. Kültür hiç bir zaman daha iyi ya da kötü olamaz, yalnızca farklıdır. Bazen ihracat yapan ülkelerin taktikleri ithalat yapan ülkeler tarafından kabul edilmez.

Geçerlilik, Sabır, Azim ve Emek

Alıcının güveni olmadan başarı imkânsızlaşır. Bu, uygun fiyat sunmaktan çok daha önemlidir. Verilen sözlerden çıkılmamalıdır. Yapılan anlaşmaların geçerliliği ve kalitesi sizi adım adım başarıya götürür. İhracatın değeri, şirketin ayakta kalabilmesi için çok önemlidir. Ne kadar sabır ve azim gösterirseniz, satış anlaşmalarınızda da o kadar çok artış elde edersiniz.

Ambalaj

Her ülkenin kendine özgü bir ambalaj taktiği ve zevki vardır, tıpkı farklı pazarlama taktikleri gibi. Kendi ülkenizde yok satan ürünler, yurtdışında belki de hiç satılmaz. Her ülkeye has, farklı istekleri yerine getirebilmek için, her şeyi rahat ve hazırlıklı karşılamamız gerekir. Aksi takdirde harcamalarınız çoğalır ve anlaşmanızı geri çekmek mecburiyetinde kalırsınız.

İhtiyaçları Keşfedin

Dünya pazarlarının ve tüketicilerinin ihtiyaçları hiç durmadan değişiyor. İhracatınızın başarısı için, bu ihtiyaçları ne kadar çabuk keşfeder, ürün ve serviste yenilik sunabilirseniz, o kadar iyi olur. Yeni eğilimler yaratıp, devamını getirmek de bir o kadar önemlidir.

Devamlı Finans Kaynakları

İhracatın ön harcamaları genellikle yüksek olur. İhracat ortamı yaratmak için çok zaman ve kaynak gereklidir. Paranızı alabilmeniz, yabancı pazara girmeye ve finans anlaşmanıza göre çok daha uzun sürebilir. Bu nedenle, ihracat geliri elde edebilmek için, sağlam finans kaynaklarına sahip olmanız gerekiyor.

Pozitif Bakış

Pozitif düşünce ile girişimlerde bulunursanız, başarıya doğru kesin adımlarla ilerlersiniz. Ama kazanma amacıyla da aşırı derecede iyimser davranışlardan kaçınınız. Bu bir yanlış anlama

oluşturabilir ve yanlış anlamalar da, yanlış bir yol çizmenize neden olur. Pozitif bakış açınız, düşüncenizi ve hareketlerinizi olumlu bir şekilde etkiler. Alıcıların ihracatçılara karşı güvenlerinin artmasında yardımcı olur.



İHRACATÇI, HEDEF PAZARDA BAŞARILI OLUP OLAMAYACAĞINI NASIL SAPTAR?

Doğru ihracat ürününün seçimi ihracatta başarı için çok önemlidir ve aşağıda kısaca değinilen bir seri etkene bağlıdır:

İhracat/İthalat Eğilimleri: İhracatçı, bir ürünün uluslararası ticaretindeki eğilimleri analiz etmek için bu konuda hazırlanmış yayınlardan faydalanmalı ve ilgili kuruluşlar ile temasa geçerek analiz için gerekli istatistikî bilgilere ulaşmalıdır. Böylece pazarlama stratejisini tasarlamak için gerekli bilgilere sahip olacaktır.

Hedef Pazarlar: Ürün hedef pazarda sadece istikrarlı değil, aynı zamanda yükselen bir talebe de sahip olmalıdır. Bu talep demografik araştırmalar ve pazar araştırması yolu ile belirlenmelidir.

Tedarikçi Tabanı: İhracatçının müşterilerinin isteklerini kesintisiz karşılayabilmesi için, sürekli ve düzenli olarak hammadde alabileceği üreticilerle ilişkide olması zorunludur.

Üretim Kapasitesi: Kısıtlı üretim kapasitesinden dolayı, ürün teslimatında ortaya çıkacak sorunlar, ihracatçının imajını zedeleyebilir.

Ürün Adaptasyonu (konumlandırma): Bir ürünün iç ve dış pazarlardaki başarısını garanti altına almak için, ihracat pazarının ihtiyaçlarını karşılamak üzere, ürünün hedef pazara uyarlanması gereklidir. Ürünün renginde, boyutunda, tadında, ambalajlamasında ve buna benzer konularda değişiklik gerekirken gerekmediğini saptamak önemlidir.

Satış Sonrası Hizmetleri: Eğer ihracat edilen ürün satış sonrası hizmet gerektiriyorsa, ihracatçı ya o ülkede bir servis merkezi açmalı ya da bu hizmetleri sağlayabilecek bir dağıtımçı/acente bulmalıdır. Eğer ihracatçı bu

hizmeti sağlamak için gerekli mali ya da teknik olanaklara sahip değilse, ürün ihracat için uygun olmayabilir.

Ticaret Kısıtlamaları: İhracat için seçilen ürünler, Türkiye'nin ihracat mevzuatı kapsamında ihraç edilebilir, ithal eden ülkenin ithalat mevzuatında da ithal edilebilir, olmalıdır.

Uluslararası rekabet gücü, bir başka deyişle ihraç pazarlarında rakiplere nasıl üstünlük sağlanabileceği konusunda firmayı uluslararası pazarlarda başarılı kılacak, çağdaş bir yönetim modeli uygulanmalıdır.

İşletme Yönetiminde çağdaş yaklaşıma göre, işletmenin ihracata veya kısaca satışa yönelik işleri, işletmenin bütünsel yönetiminden ayrı değerlendirilmemelidir. Bir işletmenin hem iç hem de dış pazarlardaki başarısı, doğru işin doğru şekilde yapılmasına, yani yöneticinin bilgi ve becerilerine bağlıdır.

İHRACATÇI ÜRÜNÜNÜ HANGİ PAZARLARA SATABİLİR?

Pazar araştırması, firmaların, ürünleri için hangi yabancı pazarların en fazla potansiyele sahip olduğunu belirlemesine olanak tanır. Yeni ihracata başlayan firmalar, demografik ve fiziki çevreye, politik ortama, ekonomik faktörlere, sosyal ve kültürel çevreye, pazara giriş imkânlarına ve ürün potansiyeline dayalı birkaç hedef pazar araştırmalıdır.

İyi bir pazar araştırması, firmanın ürünleri veya hizmetleri için talebi ve hedef pazarda ürünlerinin ne kadar iyi bir performans göstereceğini tahmin etmesine yardım eder. İki ya da üç hedef pazar belirlemek üzere, potansiyel, en fazla on ülke için aşağıdaki konular teker teker incelenmelidir:

- Büyüme ve yoğunluk eğilimlerini göz önüne alarak, her ülkenin toplam nüfusu belirlenmelidir.
- Hedef alınan yaş grubunun, nüfusun içinde yeterli payı olup olmadığı saptanmalıdır.
- Nüfusun ne kadarının kent, banliyö ya da kırsal kesimde yaşadığı belirlenmelidir.
- Pazara girecek olan ürün ya da hizmeti etkileyebilecek olan iklim ve hava değişiklikleri olup olmadığı tespit edilmelidir.
- İhracat noktasından çeşitli hedef ülkelere taşıma mesafeleri öğrenilmelidir.
- Pazarda ulaşım ve haberleşme altyapılarının düzeyi ve kalitesi göz önüne alınmalıdır.
- Pazarda yeterli nakliye, ambalajlama, boşaltma ve diğer yerel dağıtım ağlarının olup olmadığı kontrol edilmelidir.
- Devletin özel sektöre destek olup olmadığı araştırılmalıdır.
- Devlet, özel sektör iş bağlantılarına ne derecede karışmaktadır?
- Yabancı ürünlerin ithalatına karşı devletin tutumu nedir?
- Politik sistem istikrarlı mı yoksa sık sık değişiyor mu?
- Devlet, kotaları, gümrük vergilerini ve diğer ticaret engellerini kaldırmaya çalışıyor mu?
- Dünya Ticaret Örgütü'ne (DTÖ-WTO) üye mi? Gümrük duvarlarını istediği zaman yükseltebilir veya ithalatına yasaklama koyabilir mi?
- İthalatın ve ihracatın daha yüksek seviyelere çıkarılmasını teşvik etmek konusunda ülkenin tavrı nedir?

- Pazarda ithal ürünler ne ölçüde kabul görmektedir?
- Serbest ve açık görünmesine rağmen, pazar yabancılara kapalı mı?
- Hedef ülke için tahmin edilen ekonomik büyüme nedir?
- Hedef pazarın Gayri Safi Milli Hâsılası ve ödemeler dengesi nedir?
- Genel ekonomi içinde ithalat ve ihracatın yüzdeleri nelerdir?
- Hedef ülkenin ithalat/ihracat oranı nedir?
- Hedef ülkede enflasyon oranı nedir? Pazar ve kambiyo mevzuatı nasıl çalışmaktadır?
- Hedef ülkenin kişi başına milli geliri nedir? Gelir düzeyleri artıyor mu?
- Gelirin yüzde kaçını tüketim maddelerine harcanıyor?
- Nüfusun yüzde kaçını okuma yazma bilmiyor? Ulaşılan ortalama eğitim seviyesi nedir?
- Nüfusun yüzde kaçını orta sınıf olarak belirlenmiştir?
- Hedef pazar ne derecede iç pazara benziyor?
- Ürün ya da hizmete ilişkin tercüme ya da adaptasyona ihtiyaç var mı?
- Hedef ülkede dağıtım sözleşmelerinin yasal yönleri nelerdir?
- Ticaret için gerekli dokümanlar, teknik ve çevreye ilişkin ithalat düzenlemeleri nelerdir?
- Ürün ya da hizmeti etkileyen fikri mülkiyet koruma yasaları nelerdir?
- Eğer ticari bir anlaşmazlık çıkarsa, hukuki sistem adil ve tarafsız bir inceleme olanağı sağlıyor mu?
- Vergi yasaları yabancılara için adil mi? Yurt dışına çıkacak olan ihracat gelirleri için vergi oranı nedir?
- Hedef pazarda ürün için belli bir talep var mı?
- Hedef pazarda ürünün yüzde kaçını üretiliyor, yüzde kaçını ithal ediliyor?
- Ürün ya da hizmet hedef pazarda anlaşılabilir ve kabul edilmiş midir?
- Pazarda şu anda kaç yabancı rakip var? Hangi ülkelerden?



MAKİNEİNİN CESUR YÜREĞİ: ALİ DURMAZ



BURSA'DA KÜÇÜK BİR ATÖLYEDE BAŞLADIĞI SERÜVENİNİ DÜNYANIN PEK ÇOK YERİNE İHRACAT YAPARAK TAÇLANDIRAN ALİ DURMAZ, HER ZAMAN TÜRKİYE MAKİNE SEKTÖRÜNÜN CESUR YÜREĞİ OLARAK HATIRLANACAK.

Durmazlar Makine'nin kurucusu Ali Durmaz, 2004 yılında 69 yaşında aramızdan ayrıldığında arkasında çok önemli işler bıraktı. Tecrübesi ve deneyimini her fırsatta gençlerle paylaşmak istedi ve hayatını anlatan kitabı kızı Fatma Durmaz Yılbirlik tarafından 2005 yılında kaleme alındı.

BULGARİSTAN'DAN TÜRKİYE'YE YOLCULUK

Rodop Dağları'nın çam ormanlarıyla süslü yamaçlarında kurulu olan Işıklar köyünde dünyaya gelen Ali Durmaz, hayatı boyunca elinde tutacağı demirlerle işte daha bu yıllarda dedesi sayesinde tanışıyor. Durmaz ve ailesi İkinci

Dünya Savaşı'nda her şeylerini Bulgaristan'da bırakarak Türkiye'ye gelirler ve Mudanya'da yaşamaya başlarlar. Hayatı boyunca iş disiplininin asla ödün vermeyecek olan Durmaz'ın çalışmaya azmi, Türkiye'de başlayan iş yaşamının ilk yıllarında ona Alman Ali lakabını kazandırır.

1956 yılına gelindiğinde ise Durmaz'ın Okçular Çarşısı'nda bulunan dükkânı çıkan yangında yok olur. Dükkânını 6 ay önce sigortalattığı için zararının bir kısmını karşılamayı başaran Durmaz hiç ara vermeden yeni bir dükkân tutar ve çalışmalarına burada devam eder.

İşini ilk kurduğunda tekstil makineleri üreten Durmaz, bu makinelerin üretimini 37 yıl boyunca sürdürdü. 1960'lı yılların ekonomik durgunluğunda bir çok esnaf kapısına kilit vururken Durmaz ziyaretine gelen 'sobacılar'ın dört tane saç kesme makinesi siparişi vermesiyle saç işleme makineleri üretimine de adım atar. Bu makaslar yıllar sonra Ali Durmaz'ın kendi değımiyle 'göz bebeğı' olurlar. Ali Durmaz çok çalışmayı seçti. O'nun yaşamı çalışmak ve ülkesine hizmet etmek üzere kurulmuştu. Çok fazla çalışır ve tembel insanlara çok kızardı. O'nun için eğlenmek bile çalışmanın arasında gerçekleşirdi. Durmaz, "Hiç tatil yapmadım, hatta Pazar günlerimin neden tatil olduğunu da anlamış değılim. Ben fabrikaya Pazar günleri de gelirim. Benim için hafta 7 gün, iş günü de 7 gün" derdi.

EN ÖNEMLİ UNSUR KALİTE

Durmaz'ın yaşamının en önemli unsurlarından biri kaliteydi. Kaliteyi sadece üretilen ürünle sınırlamak onun için asla geçerli değildi. 1970'li yıllara kadar üç yüz metrekarelik dükkânda çalışmaya devam eden Durmaz'a artık bu dükkân da dar gelmeye başlar. Yalova Yolu üzerinde 6 bin metrekarelik bir yer alan Duran, 1976 yılında da orada fabrika inşasına başlar. Sorunlar ve inşaat bitip

üretim başladıklarında ise işler de hızlanır. Şartlar değışir. Bir de 'tavel' denilen bobin makineleri işini de yaparlar makasçılığın yanı sıra. Durmaz özveri ile çalışarak makasçılığı da büyütür. O günlerde kullandığı takım tezgâhları parkı yetmeyince, yenisini almaya karar verir. Ancak memleketin o günkü döviz yokluğu ve kendi imkânlarının yetersizliği nedeniyle, ikinci el makineler almak zorunda kalır. Bunun için yanına bir de tercüman olarak Almanya'ya gider. Bu makineleri satın aldığı üretici Klaus Gödicke, "Bu makinelerle ne iş yapıyorsunuz?" diye sorduğunda, Ali Durmaz, "Saç kesme makasları, caka kenetleri, saç kıvrırma makineleri yapıyoruz" deyince Gödicke'nin ilgisini çeker. Gödicke çok geçmeden bir arkadaşı ile birlikte Bursa'daki fabrikayı ziyaret eder ve "Bize de makine yapar mısınız?" teklifinde bulunur. Bu istek üzerine de 2 adet makine yapılır. Bu, Durmaz'ın ilk ihracatı olur. O günleri Ali Durmaz şöyle anlatıyor: "Benimki biraz cesaret, biraz şans işidir. Alman tüccarın buraya gelmesi, bizi ziyaret edip imalatımızı görmesi, meraklı ve hevesli olduğumuza anlaması şans işidir. Biz satmaya cesaret ettik, o da almaya cesaret etti." 1970'li yıllar zor ama bir o kadar da hareketli geçer. Makinelerin daha büyükleri üretilmeye başlanır. Almanya'ya 2 makine ile başlayan ihracat, giderek artar ve diğer ülkeleri de kapsar. Durmaz daha o dönemlerde Avrupa'daki teknolojiyi çok yakından takip ederek her yeni gelişmeyi hiç vakit kaybetmeden fabrikasında eksiksiz uygular. Daha sonra da nümerik kontrollü ve bilgisayar kontrollü makineler yapılmaya başlanır. Bu gelişim Almanların da dikkatini çeker.

HANNOVER'DE DÜNYA TANIDI

1984 yılında Hannover'de Türk Ürünleri Sergisi Fuarı düzenlenir. Fuar açık sahada yapılır ve çok ziyaretçisi olur. Ali Durmaz dünyanın Durmazlar'ı bu kadar



iyi tanınmasının bu fuarda başladığını söyler.

Artık Durmazlar dünyanın 67 ülkesinde tanınan ve güvenilen bir markadır. Bu süre içinde yeni bir marka daha aileye katılır 'Durma'. Ali Durmaz markanın öyküsünü ise şöyle anlatıyor: "Soyadım Durmaz. İleride çocuklarım olacağı ve onların bu işe gireceklerini düşündüm. Bir amblem yaptırıp Durmazlar diye yazdırdım. Durmazları yabancıların telaffuz etmeleri zor, söylemiyorlar. Çalıştığımız bir yabancı firma tuttu bizim makinelerimize Durma ismini koydu. Biz de Durma markası ile satışa başladık. Bunun çok yararını gördük. Yunan ordusuna bile makine satıyoruz. Yunanlılar bu makineleri Alman etiketiyle aldılar ama biz servise gittik buradan dolayısıyla anladılar. Ama bu hiçbir şeyi değıştirmede. Yunanistan'da 28 tane satıcımız var."

MAKİNE SEKTÖRÜNDE BELİRLENEN BAZI FUARLAR (2009 YILI HAZİRAN - TEMMUZ - EYLÜL VE EKİM DÖNEMİ)

AYLAR	FUAR ADI	TARİHİ	YERİ	KONUSU	WEB	ORGANİZATÖR
HAZİRAN	PACKAGING AND LABEL - Belarusian Agroindustrial Week International Specialised Exhibition for Packaging Materials and Equipment	2-5 Haziran 2009	Minsk, Belarus	GIDA İŞLEME TEKNOLOJİSİ, AMBALAJ, PLASTİK VE KAUÇUK TEKNOLOJİSİ	www.minskepo.com www.turkel.com.tr	Türkel Fuarcılık A.Ş.
	Aquatech China - International Trade Fair for Process, Drinking and Waste Water	3-5 Haziran 2009	Shanghai, Çin	İÇME SUYU-ATIK SU	mail@rai.nl	Amsterdam Rai
	ITM International Textile Machinery Exhibition	6-10 Haziran 2009	İstanbul, Türkiye	TEKSTİL MAKİNELERİ	www.tuyap.com.tr	TÜYAP Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş.
	ASME TURBO EXPO - Land, Sea & Air International Gas Turbine and Aeroengine Congress and Exhibition	08-12 Haziran 2009	Orlando, ABD Glasgow, İngiltere	GAZ TÜRBİNLERİ VS.	www.asme.org/igti	ASME International Gas Turbine Institute
	ITM POLAND 2009	16-19 Haziran 2009	Poznan, Polonya	TAKIM TEZGAHLARI, METAL SANAYİ, KAYNAK, HİDROLİK VE PNÖMATİK, DÜKÜM, OTOMASYON SANAYİİ	www.mtp.pl www.itm-polska.pl www.oaib.gov.tr	Poznan International Fair Ltd. Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Milli Katılımı
	JIMEX Uluslararası Endüstri Makineleri, Elektrik ve Otomasyon Fuarı	15-18 Haziran 2009	Amman, Ürdün	ENDÜSTRİYEL MAKİNELER, ELEKTRİK, OTOMASYON	www.tuyap.com.tr	TÜYAP Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş.
	ProPak Asia International Processing, Filling and Packaging Technology Exhibition and Conference for the Asian Region	17-20 Haziran 2009	Bangkok, TAYLAND	GIDA ÜRÜNLERİ İŞLEME, PAKETLEME TEKNOLOJİLERİ	www.propakasia.com	Bangkok Exhibition Services Ltd.
	REW İSTANBUL-Uluslararası Geri Dönüşüm, Çevre Teknolojileri ve Atık Yönetimi Fuarı	18-21 Haziran 2009	İstanbul, Türkiye	ÇEVRE KORUMA TEKN., YENİLENEBİLİR ENERJİ, SU TEKN.	www.tuyap.com.tr	İFO İSTANBUL FUAR HİZM. SAN. TİC. A.Ş.
	NPE The International Plastics Showcase	22-26 Haziran 2009	Şikago, ABD	PLASTİK ENDÜSTRİSİ VE MAKİNELERİ FUARI	www.npe.org	SPI - The Society of the Plastics Industry Inc. (Makine Tanıtım Grubu katılımı)
TEMMUZ	AGRICULTURAL MACHINERY EXHIBITION	10-13 Temmuz 2009	Tarmstedt, Almanya	TARIM MAKİNELERİ VE EKİPMANLARI	www.tarmstedteraustellung.de	Ausstellungs-GmbH Tarmstedt
	SAHARA International Agricultural Exhibition for Africa and Middle East	26-29 Temmuz 2009	Kahire, Mısır	TARIM, TARIM MAKİNELERİ VS.	www.saharaexpo.com	ANCOM GROUP / EXPO
	WATERTECH CENTRAL ASIA- Central Asian International Water Technology Exhibition and Conference	Sep-09	Almatı, Kazakistan	SU SİSTEMLERİ	www.iteca.kz	ITECA LLP
EYLÜL	EXPOFIL Textile Yarns and Fibres Exhibition World Food Moscow	15-18 Eylül 2009	Moskova, Rusya	GIDA SANAYİİ	www.world-food.ru/eng www.akib.org.tr	GiMA International Exhibition Group GmbH & Co. KG ITE Moscow, Akdeniz İhracatçı Birlikleri
	World Food Moscow	15-18 Eylül 2009	Moskova, Rusya	GIDA SANAYİİ	www.world-food.ru/eng www.akib.org.tr	GiMA International Exhibition Group GmbH & Co. KG ITE Moscow, Akdeniz İhracatçı Birlikleri
	AĞAÇ İŞLEME MAKİNESİ FUARI-Uluslararası Ağaç İşleme Makineleri, Kesici Takımlar, El Aletleri Fuarı	25-29 Eylül 2009	İstanbul, Türkiye	AĞAÇ İŞLEME TEKN., ORMAN ÜRÜNLERİ	www.tuyap.com.tr	TÜYAP Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş.
	AQUATECH AMSTERDAM - International Trade Fair for Process, Drinking and Waste Water	28 Eylül-01 Ekim 2009	Amsterdam, Hollanda	SU TEKNOLOJİSİ VE SU YÖNETİMİ	www.rai.nl	RAI Group / Amsterdam RAI International Exhibition and Congress Centre
	AQUATECH International Exhibition for Water Management and Technologies	28 Eylül-03 Ekim 2009	Plovdiv, Bulgaristan	SU TEKNOLOJİSİ VE SU YÖNETİMİ	www.fair.bg	International Fair Plovdiv
	ITM INTERNATIONAL TECHNICAL FAIR	28 Eylül-3 Ekim 2009	Plovdiv, Bulgaristan	MAKİNE VE AKSAMLARI	www.fair.bg www.oaib.gov.tr	International Fair Plovdiv Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Milli Katılımı
	PPMA SHOW-Processing and Packaging Machinery Exhibition	29 Eylül-01 Ekim 2009	Birmingham, İngiltere	AMBALAJLAMA MAKİNELERİ	www.reedexpo.co.uk	Reed Exhibitions
	PROCESS EXPO International Exposition for Food Processors	05-07 Ekim 2009	Las Vegas, ABD	GIDA İŞLEME VE PAKETLEME MAKİNELERİ	www.fpsa.org	FPSA-Food Proces. Suppliers association
	EMO Milan The World of Machine Tools	05-10 Ekim 2009	Milano, İtalya	TAKIM TEZGAHLARI	www.emo-milan.com	Ucimu (Associazione Costruttori Italiani Macchine, Utensili, Robot e Automazione), Fiera Milano International S.p.A.
EKİM	T.I.I.E. Tehran International Industry Exhibition	06-09 Ekim 2009	Tahran, İran	SANAYİ ÜRÜNLERİ VE MAKİNE	www.forumfuar.com	Iran International Exhibitions Co. (I.I.E.C.), Orient Exhibitions, IDRO International Trading Co. FORUM FUARCILIK
	İRAN HVAC 2009	0ct-09	Tahran, İRAN	İSITMA, SOĞUTMA, HAVALANDIRMA	www.forumfuar.com	Forum Fuarcılık Geliştirme AŞ
	SUDAN ZIRAI 2009	8-12 Ekim 2009	Hartum, SUDAN	TARIM VE HAYVANCILIK	www.forumfuar.com.tr	Forum Fuarcılık Geliştirme AŞ
	EF Endüstri Fuarı	21-25 Ekim 2009	İstanbul, Türkiye	MAKİNE, OTOMASYON, ENDÜSTRİ FUARI	www.endustrifuari.com	Sine Fuarcılık A.Ş.
	SAIE International Building Exhibition	28-31 Ekim 2009	Bologna, İtalya	YAPI ELEMANLARI ÜRETEN MAKİNE VE EKİPMANLAR, ÖZEL İNŞAAT MAKİNELERİ, KONTROL VE ÖLÇÜM CİHAZLARI, KLİMALAR, İSITMA SİSTEMLERİ, SOĞUTUCULAR, SU ARTITMA EKİPMANLARI	www.bolognafiere.it	BolognaFiere

MAKİNE SEKTÖRÜNDE BELİRLENEN BAZI FUARLAR (2009 YILI EKİM - KASIM - ARALIK VE OCAK AYLARI)

AYLAR	FUAR ADI	TARİHİ	YERİ	KONUSU	WEB	ORGANİZATÖR
EKİM	CANTON FAIR Çin Uluslar arası İthal ve İhraç Ürünleri Fuarı	Oct-09	Guangzhou, Çin	GENEL TİCARET,İHTİSAS FUARI	www.forumfuvar.com www.icecf.com	FORUM Fuarçılık Geliştirme A.Ş.
	Sudan Build International Construction Technologies, Building Materials and machinery Fair	21-25 Ekim 2009	Hartum, Sudan	İNŞAAT, İNŞAAT MAKİNELERİ	www.forumfuvar.com	IMAG - Internationaler Messe- und Ausstellungsdiensdt GmbH FORUM FUARCILIK
	İSTANBUL AMBALAJ FUARI-Uluslar arası Ambalaj Endüstrisi Fuarı	22-25 Ekim 2009	İstanbul, Türkiye	GIDA İŞLEME TEKN., AMBALAJ, PLASTİK VE KAUCUK TEKN.	www.tuyap.com.tr	TÜYAP Tüm Fuarçılık Yapım A.Ş.
	MACTECH International Exhibition for Machine Tools, Industrial Tools, Welding and Cutting Equipment	22-25 Ekim 2009	Kahire, Mısır	MONTAJ,OTOMOTİV,YAPIL, TESİSAT CAD/CAM, CIM VS.	ifg@access.com.eg www.forumfuvar.com	International Fairs Group Forum Fuarçılık Geliştirme AŞ
	ACLİMA International Exhibition for Air-Conditioning, Heating, Refrigerating and Ventilation	27-29 Ekim 2009	Tel-Aviv, İsrail	İSITMA, SOĞUTMA, HAVALANDIRMA VS.	www.stier.co.il	Stier Group International
	BIG 4 SHOW 2009	28-31 Ekim 2009	Şam, SURİYE	ÜRETİM TEKNOLOJİLERİ, PLASTİK, KAUCUK, ENERJİ VE MATBAA TEKNOLOJİLERİ	www.forumfuvar.com	FORUM Fuarçılık Geliştirme A.Ş.
	IPACK Uluslar arası Ambalaj, Paketleme ve Gıda İşleme Sistemleri Fuarı	28-31 Ekim 2009	İstanbul, Türkiye	GIDA İŞLEME TEKN., GIDA, YİVEÇEK İÇECEK, AMBALAJ, PLASTİK VE KAUCUK TEKN	www.itf-ipack.com www.itf-gida.com	ITF İSTANBUL FUARCILIK A.Ş.
KASIM	SODEX Antalya International Sanitary, Heating, Ventilation and Air Conditioning Exhibition and Bathroom Equipment	5-8 Kasım 2009	Antalya, Türkiye	İSITMA, SOĞUTMA, HAVALANDIRMA	info@anfas.com.tr	Hannover Messe SODEX Bileşim Fuarçılık AŞ
	Bursa Metal İşleme Teknolojileri Fuarı	5-8 Kasım 2009	Bursa, Türkiye	FABRİKA OTOM., KALİTE KONT. VE TEST ENS., YÜZEY İŞLEME, METALÜRJİ, DÖKÜMCÜLÜK, DEMİR DIŞI MADENLER, METAL İŞLEME, KAYNAK, ÜRETİM TEKN.,	www.tuyap.com.tr	TÜYAP BURSA Fuarçılık A.Ş.
	AGRO+FOOD+DRINK+TECH Uluslararası Ambalaj, Gıda, İçecek, Gıda İşleme Fuarı	11-14 Kasım 2009	Tiflis, Gürcistan	AMBALAJ, GIDA, İÇECEK, GIDA İŞLEME VE EKİPMANLARI	www.tuyap.com.tr	TÜYAP BURSA Fuarçılık A.Ş.
	The BIG "5" Show-Trade Fair for the Construction Industry in the Middle East	14-18 Kasım 2009	Dubai, BAE	İNŞAAT SANAYİ VE MAKİNE-EKİPMANLARI	www.dmgdubai.com	dmg world media Dubai Ltd.
	MACHINERY CENTRAL ASIA International Machinery and Automation Exhibition	18-20 Kasım 2009	Almatı, Kazakistan	METAL İŞL., KAYNAK, ÜRETİM TEKNOLOJİSİ	www.expocentralasia.com www.ipek yolu.info	CENTRAL ASIA INTERN. EXB. LTD.-İPEKYOLU ULUSLAR ARASI FUARCILIK A.Ş.
	MIDEST International Industrial Subcontracting Exhibition	17-20 Kasım 2009	Paris, Fransa	METAL İŞLEME, PLASTİK VE KAUCUK, ELEKTRİK-ELEKTRONİK	www.midest.com	Reed Expositions France
	TIME International Production Technologies Exhibition	19-22 Kasım 2009	İstanbul, Türkiye	METAL İŞLEME, KAYNAK, ÜRETİM TEKN., FABRİKA OTOM., KALİTE KONT, VE TEST ENST., MODAHAZIR GİYİM	www.itf-exhibitions.com www.itf-time.com	İTF İSTANBUL FUARCILIK A.Ş.
	PLAST EURASIA İstanbul	19-22 Kasım 2009	İstanbul, Türkiye	AMBALAJ, PLASTİK VE KAUCUK TEKN., KİMYA, PETRO KİMYA	www.tuyap.com.tr	TÜYAP Tüm Fuarçılık Yapım A.Ş.
ARALIK	LABELXPO ASIA Labelling and Supplies Equipment Exhibition	1-4 Aralık 2009	Şangay, Çin	KAĞIT, ETİKETLEME VE ÜRETİM TEKNOLOJİLERİ	sales@labelexpo.com	Tarsus Exhibitions & Publishing Ltd.
	Bursa Tekstil Makineleri Fuarı	2-6 Aralık 2009	Bursa, Türkiye	TEKSTİL MAKİNELERİ VE AKSAMLARI	www.tuyap.com.tr	TÜYAP Tüm Fuarçılık Yapım A.Ş.
	EuroMold World Fair for Moldmaking and Tooling, Design and Application Development	2-5 Aralık 2009	Frankfurt/Main, Almanya	KALIP, KALIP TEKNOLOJİLERİ, TAKIM TEZGAHLARI	euromold@demat.com	Demat GmbH
OCAK	HEIMTEXTIL International Trade Fair for Home Textiles and Commercially Used Textiles	13-16 Ocak 2010	Frankfurt/Main, Almanya	TEKSTİL, HALI VB. VE MAKİNELERİ	www.heimtextil.de www.expotim.com	Messe Frankfurt Exhibition GmbH Expotim
	MACHITECH Machinery and Equipment	Jan-10	Şam, Suriye	MAKİNE VE MAKİNE EKİPMANLARI	www.expotim.com	EXPOTİM
	LAMMA-Agricultural Machinery Exhibition	20-21 Ocak 2010	Nework, İngiltere	TARIM MAKİNELERİ	www.lammashow.co.uk	Lincolnshire Agricultural Machinery Manufacturing Association Ltd.
	AHR EXPO	25-27 Ocak 2010	Orlando, ABD	İSITMA, SOĞUTMA, HAVALANDIRMA, TESİSAT	www.ahrexpo.com	International Exposition Co.
	INTERPLASTICA International Trade Fair Plastics and Rubber	26-29 Ocak 2010	Moskova, Rusya Fed.	KAUCUK, PLASTİK VE MAKİNE-EKİPMANLARI	www.interplastica.de	Messe Düsseldorf GmbH

Detaylı fuar araması için www.expodatabase.com ve www.fuarplus.com web siteleri ziyaret edilebilir.

Orta Anadolu Makine ve Aksamları İhracatçıları Birliği
0312 447 27 40
www.makinebirlik.com

Makine Sanayii Sektör Platformu
www.makinesektorplatformu.org

TURQUM
312 447 27 40
www.turqum.com

RESMİ KURUMLAR

Maliye Bakanlığı
0312 425 78 16
www.maliye.gov.tr

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı
0312 231 95 46
www.sanayi.gov.tr

Dış Ticaret Müsteşarlığı
0312 204 75 00
www.dtm.gov.tr

Başbakanlık Gümrük Müsteşarlığı
0312 306 80 00
www.gumruk.gov.tr

Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı
0312 294 50 00
www.dpt.gov.tr

İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi
0312 417 22 23
www.igeme.org.tr

Makina Mühendisleri Odası (TMMOB)
0312 231 31 59
www.mmo.org.tr

Makine Sektör Meclisi Başkanlığı (TOBB)
0312 413 83 81
www.tobb.org.tr

Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu
0212 339 50 00
www.deik.org.tr

Türk İşbirliği ve Kalkınma Dairesi 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

DERNEKLER

Akışkan Gücü Derneği
0212 222 19 71
www.akder.org.tr

Ambalaj Makinecileri Derneği
0216 545 49 48
www.ambalaj.org.tr

Anadolu Un Sanayicileri Derneği
0312 281 04 68-69
www.ausd.org.tr
Anadolu Asansörcüler Derneği
0312 232 06 40
www.anasder.org.tr

Araç Üstü Ekipman İmalatçıları Derneği
0212-771 44 88
www.arusder.org.tr

Bağlantı Elemanları Sanayici ve İşadamları Derneği
0212 613 79 00
www.besiadturkey.com

Endüstriyel Otomasyon Sanayicileri Derneği
0216 469 46 96
www.enosad.org.tr

İklimlendirme, Soğutma, Klima İmalatçıları Derneği
0216 469 44 96
www.iskid.org.tr

İş Makineleri Mühendisleri Birliği
0312 385 78 94
www.ismakinalari.org

Kazan ve Basınçlı Kap Sanayicileri Birliği
0212 222 81 93
www.kbsb.org

Makine İmalatçıları Birliği
0312 468 37 49
www.mib.org.tr

Ostim Organize Sanayi Bölgesi
0312 385 50 90
www.ostim.org.tr

Öncü Sanayici ve İşadamları Derneği
0312 395 73 90
www.kilavuz.biz

Plastik Sanayicileri Derneği
0212 425 13 13
www.pagev.org.tr/pagder/main.asp

Sağlık Gereçleri Üreticileri ve Temsilcileri Derneği
0 312 433 77 88
www.sader.org.tr

Tekstil Makine ve Aksesuarları Sanayicileri Derneği
0212 552 76 60
www.temsad.com

Tüm Asansör Sanayici ve İşadamları Derneği
0216 383 09 22
www.tasiad.org.tr

Türk Tarım Alet ve Makineleri İmalatçıları Birliği
0312 419 37 94
www.tarmakbir.org

Türkiye Mermer Doğaltaş ve Makinaları Üreticileri Birliği
0312 440 83 63
www.tummer.org.tr

Türkiye İş Makineleri Distribütörleri ve İmalatçıları Birliği
0216 477 70 77
www.imder.org.tr

Türk Pompa ve Vana Sanayicileri Derneği
0312 255 10 73
www.pomsad.org.tr

Tüm Tıbbi Cihaz Üretici ve Tedarikçi Dernekleri Federasyonu
0312 468 69 84
www.tumdef.org