

Nisan 2010 >> SAYI: 23

# moment expo

OAİB

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

**MAKİNE SEKTÖRÜ  
SEÇİMİNİ YAPTI**

**MAKİNE SANAYİ STRATEJİ  
PLANI İÇİN BÜYÜK BİR ADIM**

**TÜRK SAVUNMA SANAYİ  
DÜNYA DEVLERİYLE YARIŞIYOR**

**ÜRETİMİ YÜKSEĞE  
TAŞIYAN VİNÇLER**

## KÜNYE

ORTA ANADOLU MAKİNE VE AKSAMLARI İHRACATÇILARI BİRLİĞİ ADINA SAHİBİ  
Özkan AYDIN

### YAYIN KURULU BAŞKANI

Adnan DALGAKIRAN

### YAYIN KURULU

Adnan DALGAKIRAN, Merih ESKİN,  
Kutlu KARAVELİOĞLU  
Sevda Kayhan YILMAZ, Serol ACARKAN,  
Hasan BÜYÜKDEDE, Hüseyin DURMAZ, Ali  
EREN, Tamer GÜVEN, Ferdi Murat GÜL, Ali  
Rıza OKTAY, Özkan AYDIN, Dr. İsmet YALÇIN  
S. Tansel KÜNBE, Mehtap ÖNAL, Sevgin  
UTLUĞİL

### YAYINA HAZIRLAYANLAR

Free Birds Yayın Çözümleri

### YAYIN DİREKTÖRÜ

Can ERÇAKICA

### SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Tugay SOYKAN (tugay@freebirdsyayin.com)

### MUHABİR

Handan KAZANCI (handan@freebirdsyayin.com)  
Emel ALTAY (emel@freebirdsyayin.com)

### KATKIDA BULUNANLAR

Selçuk OKTAY  
Yasemin DAŞAR

### SANAT YÖNETMENİ

Ersin KARATAĞ (ersin@freebirdsyayin.com)

### FOTOĞRAF

Condan 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

OAİB Genel Sekreterliği

### 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

DİASAN

Tel: 0212 858 21 41 (pbx)  
www.diasan.com.tr

### 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. yasalarna uygun  
olarak yayınlanmaktadır. "Moment Expo  
Dergisi" ibaresi kullanılarak alımı yapılmaması  
izne bağlıdır.

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

# Türkiye'nin dördüncü büyüğü: Bursa

2009 yılında Türkiye'nin ihracatının yüzde 9,2'sini gerçekleştiren bursa ili; 2009 yılında Orta Anadolu Makine ve Aksamları İhracatçıları Birliği iştiğal alanı itibarıyla makine ihracatının 4. büyüğü olarak dikkat çekiyor.

Güçlü sanayisine bağlı olarak yaratmış olduğu katma değer ve istihdam açısından ülke ekonomisinin demirbaşlarından olan Bursa, yarattığı katma değer açısından İstanbul, Kocaeli ve İzmir'den sonra dördüncü sırada yer alıyor. 2,55 milyon kişilik nüfusu ile Türkiye'nin nüfus sıralamasına göre dördüncü büyük ili olan Bursa, ülke nüfusunun yüzde 3,5'ini barındırıyor.

İlin ihracatında AB ülkeleri önem arz ederken, 2009 yılında Fransa yüzde 25 pay ile ilk sırada yer alarak en önemli pazar oldu. İtalya, Almanya, Belçika, Romanya, İngiltere ise ihracatta önde gelen ülkeler arasında sayılıyor.

İhracatçı Birlikleri kayıt rakamlarına göre Bursa'nın ihracatı, 2008 yılında 2007 yılına göre yüzde 19 artarak 11,6

milyar dolar, 2009 yılında da küresel krizin de etkisiyle 2008 yılına kıyasla yüzde 20 gerileyerek 9,3 milyar dolar oldu.

2008 yılında 2007 yılına göre Bursa'dan kaydedilen makine ihracatı yüzde 10 artış gösterirken, 2009 yılında 2008 yılına kıyasla yüzde 45 geriledi. İlin makine ihracatında ilk iki sırada bulunan "Takım Tezgahları" ile "İnşaat ve Madencilik Makineleri" ihracatında büyük düşüşler meydana geldi.

Bursa'nın sektörel ihracat rakamlarına bakıldığında, 2009 yılında "sanayi" ihracatının 8,8 milyar dolar ve yüzde 95'lik

oran ile en büyük paya sahip olduğu görülüyor. "Sanayi" ihracatından aldığı yüzde 72 pay ile "Taşıt Araçları ve Yan Sanayi" en önemli kalemi oluştururken, "Tekstil ve Hammaddeleri" ile "Hazır Giyim ve Konfeksiyon" onu takip ediyor. Makine ve aksamları sektörü ise ilin ihracatında 400 milyon dolara yakın bir değer ile dördüncü önemli sektör konumundadır.

Bursa'da, 1940'lı yıllara doğru, karoseri, metal eşya ve makine imalat sanayilerinin, fabrika niteliği taşıyan öncü kuruluşlarının yer almaya başlıyor. Aslında bu üç sektör, birbirleri için tamamlayıcı özellik taşımaktadır. Ayrıca Türkiye'de ilk kez çamaşır makinesi üretimi de Bursa'da gerçekleştirilmiştir.

Sektörün istihdamına baktığımızda, 2010 yılı Ocak sonu itibarıyla SGK Bursa İl Müdürlüğü'nün Bursa'da özel sektörde zorunlu sigortalı olarak çalışan toplam 420 bin 40

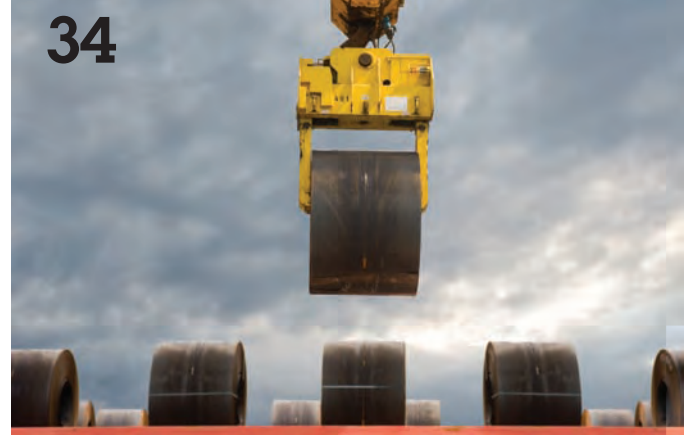
çalışanının 60 bin 555'i makine ve metal sektöründe faaliyet gösteriyor. Bu rakamlara göre makine sektörünün tekstilden sonra en fazla istihdam sağlayan sektör olduğunu söyleyebiliriz.

1997 yılından bu yana Bursa Ticaret ve Sanayi Odası tarafından yaptırılan 250 büyük firma araştırması sonuçlarına bakıldığında ise, listede 30 firma ile yer alan makine ve metal sektörü; otomotiv, tekstil ve gıdadan sonra dördüncü sektör konumundadır.

Tugay SOYKAN

“ Bursa'da, 1940'lı yıllara doğru, karoseri, metal eşya ve makine imalat sanayilerinin, fabrika niteliği taşıyan öncü kuruluşlarının yer almaya başlıyor. Aslında bu üç sektör, birbirleri için tamamlayıcı özellik taşımaktadır. Ayrıca Türkiye'de ilk kez çamaşır makinesi üretimi de Bursa'da gerçekleştirilmiştir. ”

- 4** Başkandan
- 8** Kısa kısa
- 10** Makine sektörü seçimini yaptı
- 16** Makine sanayi strateji planı için büyük bir adım
- 26** Değirmen sektörünün yenilikçi firması: İmaş Makine
- 30** Kesintisiz enerjinin değişmeyen adresi: Genpower
- 34** **Kapak:** Üretimi yükseğe taşıyan vinçler
- 44** Türk savunma sanayi dünya devleriyle yarışıyor
- 48** Türkiye’de patent koruması ve makine sektörü açısından bir değerlendirme
- 52** Acentelik/Distribütörlük Sözleşmeleri
- 54** Lübnan
- 60** Türkiye’nin dördüncü büyüğü: Bursa
- 68** Türkiye’de makine sektörü denilince ne anlaşılıyor?
- 73** Göstergeler
- 84** İhracat rakamları



34

“ Üretimi yükseğe taşıyan vinçler ”





54

“ Lübnan ”



60

“ Türkiye'nin dördüncü büyüğü: Bursa ”



48

Ürünler / Sık kullanılanlar **88**

Bilgi hattı **90**

M.Ö'den günümüze robot tarihi **92**

Fuarlar **94**

İletişim **96**



## >>ADNAN DALGAKIRAN

Orta Anadolu Makine ve Aksamları İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı

# Türkiye dalgalı bir denizin ortasında

**TÜRKİYE KÜRESEL BİR GÜÇ OLACAKSA, YÜKSEK MİLLİ GELİR İÇİN İLERİ TEKNOLOJİ ÜRETİMİ VE KENDİ ÜRETTİĞİ TEKNOLOJİ İLE ÜRETİM YAPAN BİRÜLKE KONUMUNA YÜKSELMELİDİR.**

Küreselleşme, ekonomik kriz, A.B.D ve AB'de ekonomilerindeki yavaşlama ve dünyadaki çok ciddi ekonomik kaymaların bir araya geldiği bir dönemi yaşıyoruz. Artık Türkiye ucuz emekten dolayı yatırım yapılan bir ülke olma konumundan çıktı. 1980'li yılların başında 2 milyar dolar olan ihracatımız günümüzde 135 milyar dolara yükseldi. Eğer Türkiye ihracatta ilk 10 ülke arasına girecekse başarması gereken çok şey var. Bu çerçevede içerisinde nasıl bir ekonomimiz olacak? Bunları tartışmanın zamanı geldi. İleri teknoloji ve bilgi yoğun sektörler ihtiyacı var. Eğer Türkiye küresel bir güç olacaksa, bu tabloda olmamız gereken yer çok açık. Yüksek milli gelir için ileri teknoloji üretmemiz gerekiyor. Türkiye teknolojiye sınıf atlamalıdır. Türkiye kendi ürettiği teknoloji ile üretim yapan bir konuma gelmelidir. Gelecekte Türkiye Avrupa'nın 3. dünyanın 9. büyük ekonomisi olacak. Dünyada güç dengelerine hâkim ülkelerin gelişmişliği ile sektörler arasında bağ kurulduğunda, makine üretenlerin gelişmiş ülkeler olduğu görülür. Örneğin Çin'in 1992'de makine ihracatı 3 milyar dolardı. 2008'de ise 269 milyar dolar oldu. 16 senede 90 kat artmış. Çin devleti ucuz emekli üretim görevini üstlendi, kendi projelerini de geliştirdi. Makine sektörünün arkasında durdu. Hammaddeden daha ucuza işlenmiş ürün sattılar. Tüm bu destekler Çin'in makine sektörünü dünyada çok önemli bir noktaya taşıdı. Dünyada küresel güç olmanın yolu makine sanayinde güçlü olmaktan geçiyor.

2023'te ülke olarak 500 milyar dolar ihracat hedefliyoruz. Gelişmiş ülkelerin ihracat oranlarına baktığımızda makinenin ortalama yüzde 20 oranında olduğunu görüyoruz. 110-150 milyar dolar civarında makine ihraç edebilme olanağına sahibiz. Avrasya bölgesi önümüzdeki dönemde ticaretin ve tüketimin en yoğun olacağı bölge. Rusya, Ukrayna, Türk Cumhuriyetler, Arap Yarım-

dası tüketicinin en fazla gelişeceği yerler. AB'deki üretim başka yerlere kayacak. Ama bizim üstümüzden geçip Çin ve Hindistan'a gidiyorlar. Ara mal ithalatında Türkiye çok ciddi açıklar vermekte. Uzak Doğu'nun ise bölgeye ve Avrupa'ya girebilmesi için en stratejik bölge yine Türkiye. Türkiye de bir ölçek problemi var. Türk Patent Enstitüsü başvurularında makine yüzde 27 ile 1. sırada. Ancak dünya ile kıyaslandığında bu oran çok düşük. Bu aşamada 'Türkiye neler yapmalı?' diye sormalıyız. Öncelikle kaynaklarımız çok sınırlı. Makineciler çalışıyor ancak yüzde 80-90'ı gelişmiş bölgelerde yer alan bu firmalar kaynaklarının önemli bir bölümünü araziye harcıyor. Bu noktada TOKİ'yle anlaşmalar yapılabilir. Bu kaynakları arazilere ayırmayalım. Teknoparklar geliyor ancak bizdeki teknoparklar bilişim sektörüne yönelik. Biz makineciyiz fabrikanın içinde gelişme yapabiliriz. Eğer teknoparklara makine sektörüne uygun düzenleme yapılırsa bundan en fazla makine sektörü yararlanır. Ar-Ge'ye son 7 yılda çok ciddi kaynaklar ayrıldı ancak daha da gelişmeli. Aynı zamanda makine sektöründe kayıt dışını önlemeli ve optimal ölçeği geliştirecek bir teşvik mekanizması olmalı. Eximbank kendi kaynaklarıyla bize kredi bulmaya çalışıyor. Makinecilerin kaynak sıkıntısı çözülmeli.

Türkiye'nin kendi standartlarını geliştirmesi de çok önemli. Savunma sanayi, makine sektörü için çok önemlidir. Türkiye için bu kadar önemli olan ve dünyada en önemli ordulardan biri olan Türk ordusunun iç piyasaya daha çok yönelmesi gerekiyor. Türkiye'nin her anlamda üzerindeki kompleksleri atması gerekiyor. Türkiye bölgesel bir güç. Sadece kişi başına milli gelir seviyesi sizi küresel bir güç haline getirmez. 2023'te dünyada ilk 5 makine ihracatçısı ülke arasına girmeliyiz. Bu da devletin verdiği kesin destek ve kararlılıkla gerçekleşecektir.

**MADE IN GARANTİ**

**İhracat  
Destek Paketi**



**KOBİLERİN  
BANKASI**

**Garanti  
KOBİ**

## “Made in Turkey” ihracatçılara “Made in Garanti” kredisini!

- İhracata Hazır Kredi (YP) • Yurtdışı Fuar Katılım Destek Kredisi (TL/YP)
- Sertifika Alım Destek Kredisi (TL/YP) • Hazır Hesap
- KOBİ İhtiyaç Kredileri (TL/YP) • Teminat Mektubu (TL/YP)
- Akreditif (YP) • Döviz ve YP Çek İşlemleri • İhracat Alacakları Sigortası
- İşyeri Sigortası • KOBİ Emeklilik Planı (KEP) • Leasing • Factoring • Şirket Kredi Kartı

Garanti Şubeleri  
444 KOBİ-444 5624  
[www.kobigaranti.com](http://www.kobigaranti.com)

# Sizce Neden Lasermak ?

Türkiye'nin ilk linear motorlu uçan optik gerçek lazer kesim tezgahı. ÇALIŞAN onlarca referans

Bol ve hesaplı yedek parça bedelsiz eğitimler

En iyi fiyat +  
En iyi performans

3 yıl garanti, 7/24 teknik servis desteği



Düşük kesim maliyeti ile rakiplerinize karşı maliyet = kar üstünlüğü.

Teknoloji tablosu ile otomatik kesim parametreleri kontrolü.

Kesime kaldığı yerden başlama/ kesimi geri alma otomasyonu.

**Yatırımınızı en iyi fiyata yapın, alırken kazanın...**

Dünyanın en büyük rezanatör üreticisi olan Fanuc marka CO<sub>2</sub> RF rezanatör, Linear Motor, CNC Controlör

Precitec marka kesici kafa 5 inch ve 7,5 inch kolay değiştirilebilir kartuş sistemi.

Rijit eksenler; 0.01 konumlama 0.005 tekraralama hassasiyeti.

Otomatik yükleme boşaltma ünitesi.



Daha bir çok neden ve üstün Ermaksan üretim teknolojisini yerinde görmek için bizi arayın.

**ERMAKSAN**  
SAC İŞLEME MAKİNELERİ

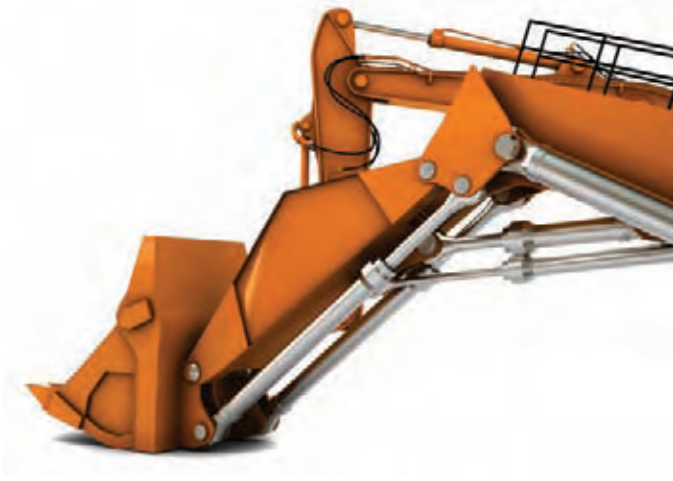
ERMAKSAN MAKİNE SAN. ve TİC. A.Ş  
Organize Sanayi Bölgesi  
Lacivert Cadde No. 6 BURSA  
Tel: (0224) 294 75 00 Faks: (0224) 294 75 44  
web: [www.ermaksan.com.tr](http://www.ermaksan.com.tr)

**Çünkü sizin için üretiyoruz...**



## Ulusal Akışkan Gücü Eğitim Merkezi açılıyor

UZUNCA BİR SÜREDİR KURULUŞ ÇALIŞMALARI YÜRÜTÜLEN UAGEM ULUSAL AKIŞKAN GÜCÜ EĞİTİM MERKEZİ; İSTANBUL/AKATLAR, İSOV İSTANBUL SANAYİ ODASI VAKFI MESLEKİ EĞİTİM KOMPLEKSİ TESİSLERİNDE FAALİYETLERİNE BAŞLIYOR.



Kuruluşundan beri eğitim konusuna önem veren AKDER yüksek teknoloji ürünü olan Hidrolik ve Pnömatik ürünler yanlış kullanılması halinde birçok iş kazalarına sebebiyet verebileceği gibi, istenilen ekonomik çalışmayı da sağlayamayacaktır. Bu noktada eğitim; hem sağlıklı, hem ekonomik kullanım, hem de daha kapsamlı kullanılarak sektöre ticari fayda da getirecek bir faaliyet olarak hep ön planda oldu.

Uzunca bir süredir kuruluş çalışmaları yürütülen UAGEM Ulusal Akışkan Gücü Eğitim Merkezi; İstanbul/Akatlar, İsov İstanbul Sanayi Odası Vakfı Mesleki Eğitim Kompleksi tesislerinde faaliyetlerine başlıyor.

Eğitim malzemelerinin tamamı AKDER üyeleri tarafından başlatılan bu eğitim merkezinde öncelikle CETOP tavsiyelerine uygun olarak HİDROLİK SEVİYE 1 eğitimi 13-14-15 NİSAN 2010 tarihlerinde yapılacaktır. İkincisi de aynı konuda 11-12-13 MAYIS tarihlerinde tekrarlanacaktır. Daha sonraki eğitim programları AKDER'in www.akder.org sitesinde ilan edilecek, e-mail yoluyla ve başkaca duyuru yöntemleriyle de, gerek AKDER üyelerine gerekse tüm sanayicilere duyurulacaktır.

## Tarmakbir 25. Olağan Genel Kurulu yapıldı

TÜRK TARIM ALET VE MAKİNALARI İMALATÇILARI BİRLİĞİ 25. OLAĞAN GENEL KURULUNU 10 NİSAN'DA ANKARA RAMADA HOTEL'DE YAPILDI. SON YILLARIN EN YOĞUN KATILIMINA SAHNE OLAN KONGREDE DİVAN BAŞKANLIĞI'NI FEHİMİ ALTAYOĞLU (ALTAYOĞLU LTD.-HAYRABOLU), DİVAN ÜYELİKLERİNİ AHMET ÖZER (KÖYLÜ LTD.-KONYA) VE ŞENER ÖZTÜRK (DEĞİRMENCİOĞLU-POLATLI) YAPTI.



Türk Tarım Alet ve Makinaları İmalatçıları Birliği 25. Olağan Genel Kurulunu 10 Nisan'da Ankara Ramada Hotel'de yaptı. Son yılların en yoğun katılımına sahne olan kongrede Divan Başkanlığı'nı Fehmi Altayoğlu (Altayoğlu Ltd.-Hayrabolu), Divan Üyeliklerini Ahmet Özer (Köylü Ltd.-Konya) ve Şener Öztürk (Değirmencioğlu-Polatlı) yaptı. Kongreye misafir olarak Tarım ve Köyişleri Bakanlığı TÜGEM Şube Müdürü M. Ali Olgun, TEDGEM Daire Başkanı Mahmut Durmuş ve Uzman İbrahim Kalkan, Orta Anadolu Makina ve Aksamları İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkan Vekili Kutlu Karavelioğlu, Orta Anadolu İhracatçıları Birliği Genel Sekreter Yardımcısı İsmet Yalçın, Tarım Kredi Kooperatifleri Merkez Birliği Şube Müdürü Aydın Şenol ve Muhterem Köse, Tüyap Genel Müdürü İlhan Ersözlü ve Ankara Bölge Müdürü Muzaffer Gündüz, katıldı. Toplantıda oy birliği ile 'İktisadi İşletme' kurulması kararı ile birlikte federasyonlarda Derneği temsil edecek Asil ve Yedek Üyeler seçildi. Genel Kurulda seçilen Yönetim Kurulu'nun yaptığı ilk toplantıya göre Başkanlığa Mustafa Ayar (Altınörs Ltd.-Polatlı), Başkan Vekilliğine Fazlı Özaltın (Tümosan-Alçelik A.Ş.), Sayman Üyeliğe Cahit Tekbaş (Ekermak-Polatlı), Sekreter Üyeliğe Şenol Önal (Önallar Ltd.-Konya) seçildi. İcra Kuruluna ise Mustafa Ayar, Cahit Tekbaş, Tümosan-Alçelik (Fazlı Özaltın), Türk Traktör A.Ş. (Sedat Tezerişener) ve Halil Uğur (Uğurtar-Bursa) seçildi.

TÜRKİYE'DE BİR İLK

# MODİFİYE KNUCKLE JOINT PRES



**En komplike parçaları  
artık tek preste, tek vuruşla  
%50 daha hızlı üretin...**

Geleneksel presleme sistemleri size ancak tekli üretim imkanı sağlamaktadır. Bu da sizin için zaman ve işgücü kaybına yol açar. Dirinler Modifiye Knuckle Joint Pres malzeme, zaman ve işçilikten tasarruf edebilmeyi sağlamak amacıyla üretilmiş, birbirinden farklı tip işleri tek bir preste üretmenizi sağlayan üstün bir teknolojidir.

## Hidrolik kalitesinde, eksantrik kadar hızlı

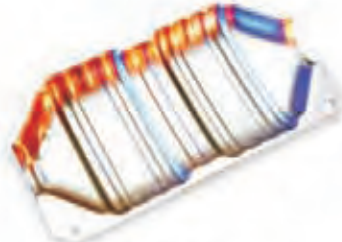
Dirinler Modifiye Knuckle Joint Pres'in özel mekanizması, koçun alt ölüye yaklaşırken yavaşlayıp, alt ölü noktayı geçtikten sonra geri dönüşte oldukça hızlanmasını sağlar. Normal eksantrik preslerde olmayan bu özellik, başka hiçbir sistemde elde edilemeyecek hassaslıkta, en hassas kalibre operasyonları en yüksek pres hızlarında gerçekleştirmenize imkan sağlar.

Başka deyişle Dirinler Modifiye Knuckle Joint Pres, parçalarınıza hidrolik pres kalitesinde form verebilir ve eksantrik pres kadar hızlı çalışabilmektedir. Normal eksantrik preslere göre hızın %50 oranında arttığı bu sistemde en yüksek hassasiyette seri üretim yapılabilir.

Dişli Kutusu  
Aksiyel Hareket Parçası

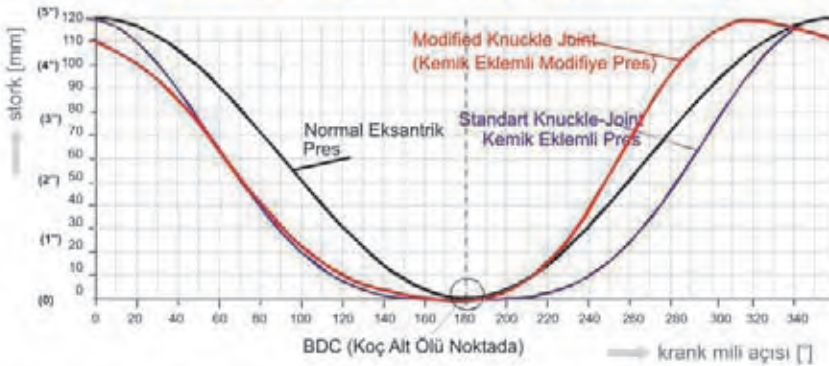


Suspansiyon  
Parçası



Egzoz Susturucu  
Parçası

## Zaman - Mesafe - Karşılaştırma Diagramı



- Yüksek pres hızında dahi, kompleks/formlu parçaların üretilebilirliğinin devam ettirilebilmesi.
- Alt ölüdeki azaltılmış hızdan dolayı vuruş darbesinin etkisinin azaltılması, dolayısıyla kalıp ömrünün artması
- Parça basımı sırasındaki sesin azalması
- Koç tarafından gelen yükün, dikine kollarla direkt olarak gövdeye aktarılması ve dolayısıyla çok rijit bir sistemin elde edilmesi
- Sistemin rijitliğinden dolayı, başka hiçbir sistemde elde edilemeyecek hassaslıkta, hassas kalibre (sizing) operasyonlarının yapılabilmesi
- Sistem rijitliğinden dolayı kalıp ömrünün artması



1952'den beri

# dirinler

"kazandıran teknolojiler sunar"



www.dirinler.com.tr

### İZMİR FABRİKA

A.O.S.B. 10036 Sokak No:7 Çiğli İZMİR / TÜRKİYE  
Telefon: 0232 376 72 00 • Faks: 0232 376 72 06

### İSTANBUL OFİS

İkitelli Organize Sanayi Bölgesi Demirciler Sanayi Sitesi  
G1 Blok No. 480 İkitelli / İstanbul  
Telefon: 0212 549 83 27 • 0212 549 72 91 • Faks : 0212 671 65 02



# Makine sektörü seçimini yaptı

**O**rta Anadolu Makine ve Aksamları İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanlığına Adnan Dalgakıran, yeniden seçildi. Tek listenin yer aldığı seçimlerde Dalgakıran 151 oyun tamamını alarak yeniden başkanlığa getirildi. Dalgakıran'ın listesi şu isimlerden oluştu: Kutlu Karavelioğlu, Serol Acarkan, Merih Eskin, Sevda Kayhan Yılmaz, Mehmet Şanal, Hasan Büyükdede, Hüseyin Durmaz, Ali Eren, Tamer Güven ve Murat Gül. Genel Kurulda Dış Ticaret Müsteşar

Yardımcısı Ziya Altunyaldız, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Müsteşarı Ali Boğa ve Orta Anadolu Makine ve Aksamları İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Adnan Dalgakıran konuşma yaptılar. Aynı zamanda Orta Anadolu Makine ve Aksamları İhracatçıları Birliği 2009 yılı faaliyet raporu ve 2010 çalışma programı hakkında bilgi verildi.

## **“MAKİNE SEKTÖRÜ EŞKİ KÖYE YENİ ADET GETİRMELİ”**

Genel Kurulda bir konuşma yapan Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Müsteşarı Ali

Boğa, makine ihracatçılarının geleceğin yıldız sektörünün temsilcileri olduğunu belirterek, bundan önce hizmet yapan Yönetim Kurulu üyelerine teşekkür ederek konuşmasına başladı. Yeni seçilecek Yönetim Kurulu üyelerine de büyük görevler düşeceğini hatırlatan Ali Boğa sözlerine şöyle devam etti: “Makine sektörü başta Başbakanımız olmak üzere hepimiz tarafından önemle üzerinde durulan bir sektördür. Bu önemi sadece biz vermiyoruz, bu önemi siz hak ediyorsunuz. Makine sektörüne bakışımız Türkiye'nin geleceği ile ilgilidir. Türki-

**ORTA ANADOLU MAKİNE VE AKSAMLARI İHRACATÇILARI BİRLİĞİ'NİN 6 NİSAN 2010 TARİHİNDE ANKARA'DA YAPILAN 2009 YILI SEÇİMLİ OLAĞAN GENEL KURULU'NDA ADNAN DALGAKIRAN BİR KEZ DAHA YÖNETİM KURULU BAŞKANLIĞINA SEÇİLİRKEN YENİ YÖNETİM KURULU DA BELİRLENDİ.**



ye'de son yıllarda makine sektörünün kat ettiği mesafe çok fazladır. Makine sektörünün gelişiminin ülkemizin gelişimi

mini birebir etkileyeceğinin bilinci ile hareket etmekteyiz. Bu nedenle ihracatçılarımızın daha rekabetçi olmalarını

sağlayacak tedbirler üzerinde duruyoruz. Çünkü kimsenin kendi toprakları kendi pazarı değildir artık. Dünya ölçeğinde yatırım yapmalıyız. Makine sektörü bunu yapıyor.”

AB'ye uyum sürecinin önemi üzerinde de duran Ali Boğa, Türkiye makine sanayisinin yenilikçi ve bilinçli bir konidyon içerisinde olması gerektiğini söyledi. Son zamanlarda makine sektörünün yaptığı atağı hayranlıkla izliyoruz diyen Ali Boğa, korumacılık duvarlarıyla artık sektörlerin korunamayacağını açık olduğunu belirterek, sektörleri koruyacak olan olguların teknolojik yatırım, zihinsel değişim ve inovasyondan geçtiğini sözlerine ekledi.

Biz geleneksel olarak alıştığımız üretim kalıplarını kırmak zorundayız diyen Ali Boğa sözlerine şöyle devam etti: “hem tasarımda hem üretim metodolojisinde yeni şeyler yapmak zorundayız. Buna öncülük edecek sektör makine sektörüdür. Makine sektörü eski köye yeni adet getirmelidir. Bunu sağladığında Türkiye daha da ileri gidecek. 2023'e geldiğimiz-



de Türkiye dünyanın en büyük 10 ekonomik gücünden biri olacak. Bunun lokomotifini de makine sektörü olacaktır dedi.

### **KAYITDIŞINA KARŞI TEK YUMRUK**

Artık emekleme dönemini bitirdik, ma-

kine sektörü artık kendi ayakları üzerinde yürümenin keyfine varmıştır diyor Ali Boğa, bu başarının daha da büyümesi için Sanayi ve Ticaret Bakanlığı olarak üzerlerine düşen sorumlulukları yerine getireceklerinin altını çizdi. 2010 yılında Bakanlık olarak iki önemli

## **SEÇİM SONUCU BELİRLENEN YÖNETİM KURULU ASİL VE YEDEK ÜYELERİ**

### **Yönetim Kurulu Başkanı;**

Dalgakıran Basınçlı Hava Mak. Tic. Ve San.AŞ

### **Yönetim Kurulu Asil Üyeleri;**

Samsun Mak. San. AŞ  
 Net Mak.Metal Makine San. Ve Tic. Ltd.Şti.  
 Kayahan İç ve Dış Tic. AŞ  
 Üntes Isıtma Klima ve Soğutma San. Ve Tic. AŞ  
 Hidromode Hidrolik Mak. San. Ve Tic. AŞ  
 Durmazlar Mak. San. Ve Tic. AŞ  
 Erensan Isı Cih. Paz. Servis AŞ  
 İnan Plastik Mak. San. Ve Tic. Ltd.Şti.  
 Darka Plastik Mak. San. Ve Tic. Ltd. Şti.  
 HFMG İnş. Müh. Proje Müh. İç ve Dış Tic.Ltd. Şti.

### **Yönetim Kurulu Yedek Üyelikleri**

Dizayn Mak. Gıda İnş.Kuy. San. Ve Tic. AŞ  
 Aymaksan Ayla Mak. San.AŞ  
 Net Mak. San. Ve Tic. AŞ  
 Şahinler Metal Mak. Endüstri AŞ  
 Alapala Mak. Gıda San. AŞ  
 Erkekoğlu Pres Mak. San. Ve Paz. Ltd. Şti  
 Akyapak Mak. San. Tic. AŞ  
 Kromel Mak. San. AŞ  
 Batı Makine Kalıp San. Tic. AŞ  
 Tempa Sis. Ele.Oto. San. Ve Tic. A.Ş

hedefleri olduğunu duyuran Ali Boğa, ilk olarak dışarıdan gelen kalitesiz ürünleri kesme gayretlerinin süreceğini ikinci olarak ise merdiven altı üretimi önleyeceklerini söyledi. Ancak bunun için makine sektörünün de üzerine düşeni yapması gerektiğini söyleyen Ali Boğa kayıt dışına karşı sektörün tek yumruk olması gerektiğini belirtti.

### **“TÜRKİYE EKONOMİSİNİN İŞİĞİ MAKİNE SEKTÖRÜDÜR”**

Genel Kurulda yeniden Yönetim Kurulu Başkanlığına seçilen Adnan Dalgakıran, Türkiye'nin ithalat ve ihracat dengesizliğinin makine sektörü ile aşılabileceğini belirtti. Petrol ve doğalgaz bulabilirsek bu açığı kapatmamız belki daha kolay olabilir ama ülkemiz bu nokta da pek şanslı gözüküyor. Ama başka bir şansımız var o ise makine sektörüdür diyor Adnan Dalgakıran sözlerine şöyle devam etti: “Petrolü veya doğalgazı sentetik olarak üretemezsiniz ama makineyi üretebiliriz. Dünyada fosil yakıtların ar-



dından en fazla ticareti yapılan ürün makinedir. Bu da demek oluyor ki makine üretmek Türkiye ekonomisinin ışığı olabilir. 25 milyar ithalata karşın 11 milyar

dolar ihracat yaptığımız bu sektörde ithalatını yaptığımız makinelerin yüzde 70'ini aynı kalitede ülkemizde zaten üretiyoruz. Yani dış ticaret açığımızı kapata-

bilmemiz için makine sektörü biçilmiş kaftandır. Ancak Türkiye makine sektörünü geliştirirken aynı zamanda teknolojisinin de buna paralel olarak ülke içinde gelişmesi gerekiyor. Yani Türkiye kendi teknolojisi ile üretim yapan bir ülke konumuna yükselmeli. Aksi durumda teknolojisini dışarıdan alan bir ülke rekabetçiliğini kaybedecek ve bu sarmal içerisinde krizlere karşı dayanıklı olamayacaktır.”

### “MAKİNELERİN MATERYAL ÖMÜRLERİ DEĞİL TEKNOLOJİ ÖMÜRLERİ ÖNEMLİ”

Genel Kurul'daki konuşmasında ürünlerin materyal ömürlerinin artık önemini yitirdiğini ve teknoloji ömürlerinin daha önemli olduğuna değinen Adnan Dalgakıran yeni dönemi şu örnekle açıkladı: “Eskiden ürünlerin kullanım süreleri önemliydi. Şimdi o dönemler bitti. Örneğin bir pres makinesi 20 yıl çalışıyorsa iyi bir makine demek-



ti. Ancak günümüzde komşunuz dakikada bin yerine 3 bin vuruş yapabilen bir pres makinesi getirdiğinde siz rekabetçilik şansınızı yitiriyorsunuz. Presinizin 20 yıl dayanıklı olması artık bir şey ifade etmiyor. Önemli olan teknoloji ömrünün uzun olmasıdır.

Bu ömrü ise teknoloji geliştirip bizim belirleyebilmemiz gerekiyor. İşte o zaman makine sektörü büyük bir gelişim içine girecektir.”

Konuşmasında Çin örneğine de değinen Adnan Dalgakıran, 1992 yılında sadece 3 milyar dolarlık makine ihracatı yapan Çin’in 2002 yılında bu rakamı 270 milyar dolara çıkardığını ve bunun Çin işadamlarının çok başarılı olmasından değil devletinde makine sektörünü stratejik sektör seçerek desteklemesinden dolayı olduğunu belirtti. Türkiye’nin de kendi teknolojisiyle üretim yapan ve ihraç eden bir ülke olabilmesi için makine sektörünün stratejik sektör ilan edilerek buna göre değerlendirilmesi ve politikalar üretilmesi gerektiğini söyledi.

### “STANDARTLARI BELİRLEMEMİZ ÇOK ÖNEMLİ”

Adnan Dalgakıran aynı zamanda Makine Tanıtım Grubu’nun çalışmaları hakkında da bilgiler verdi. MTG’nin amacının Türkiye makine sektörünü yurtdışında tanıtmak olduğunu söyleyen Adnan Dalgakıran aynı zamanda 25 milyar dolarlık makine ithalatımızın 17 milyar dolarlık kısmının yurtiçinde üretildiğini gördüğümüz için yurtiçinde de tanıtım yapmamızın doğru olacağına karar vererek uzun soluklu bir reklam kampanyası düzenledik dedi.

Standartlar konusunun da çok önemli olduğuna değinen Adnan Dalgakıran, TURQUM işareti hakkında da şu bilgileri verdi: “Standardizasyon meselesi çok önemli. İçeride müşteri mal alacağı zaman ikisi de yerli üretim deyip, çok daha kalitesiz bir şeyi alabiliyor. İşte TURQUM işaretini bunun için çıkarıyoruz. Belli standartlara uygun kaliteli, vizyonu olan işler yapan yerleri belirliyoruz. TURQUM işareti belli standartlara uygun üretim yapanlara verilen bir işaret. TURQUM’u marka haline getirmek istiyoruz. Hiç makineden anlamayan biri bile TURQUM belgesi var de-



yip, gönül rahatlığıyla alışverişini yapsın istiyoruz. TURQUM’un bir diğer önemli hedefi, firmaların çitayı yükseltmeye zorlayan bir unsur haline getirmek. Aynı zamanda TURQUM işareti almaya hak kazananlara maddi destek de vereceğiz. Bunu devlet de yapmalı. “Şu standartlara geldiğiniz zaman ben size şu desteği veririm” diye bir uygulama yapsa, firmalar o standardı yakalamak için yarışmaya başlar. Ama popülist bir yaklaşımla fuara katılan herkese aynı desteği verirsen, o fuar içerisinde en kaliteli üretim yapanla, merdiven altı bir atölye yan yana dizildiği zaman, bunun Türkiye’ye bir faydası olmuyor. Kaliteliyi de kalitelisizi de aynı şekilde ödüllendiren bir sistemin faydası olmaz. İnsanı iyiye doğru zorlayacak bir sistemin varlığı gerekli her zaman. Biz bu sistemi kurmaya çalışıyoruz.”

Adnan Dalgakıran Makine Sanayii Sektör Platformu, MAYSİM ve OSO çalışmaları konusunda da bilgi vererek konuşmasını tamamladı. Ardından 2009 yılı bütçe harcamaları ve denetimi konularında görüşmeler ve açıklamalar yapıldıktan sonra seçimlere geçildi. Adnan Dalgakıran seçimde oyların tamamını alarak yeniden Yönetim Kurulu Başkanlığına seçildi. 15 Nisan 2010’da yapılan ilk Yönetim Kurulu toplantısında Yönetim Kurulu Başkanı Adnan Dalgakıran, Yönetim Kurulu Başkan Yardımcıları Kutlu Karavelioğlu ve M. Serol Acarkan olurken, Yönetim Kurulu Üyeleri ise Sevda Kayhan Yılmaz, Merih Eskin, Hasan Büyükdede, Mehmet Şanal, Hüseyin Durmaz, Ali Eren, Tamer Güven ve Ferdi Murat Gül’den oluştu.





Değirmen sektörünün yenilikçi firması:

# İmaş Makine

**TEKNİK KADROSU VE 160 DENEYİMLİ ÇALIŞANI İLE KÜRESEL ÖLÇEKTE ÜRETİM YAPAN İMAŞ MAKİNE, ORTA ASYA'DAN AFRIKA ÜLKELERİNE 4 KITADA 40'A YAKIN ÜLKEYE MILLERAL VE CUTERAL MARKALARI İLE TEKNOLOJİSİNİ TAŞIYOR.**

**1** 989 yılında İttifak Holding bünyesinde Konya’da kurulan İmaş Makine 6 bin metrekaresi kapalı olmak üzere 13 bin 323 metrekarelik bir alanda faaliyetlerini sürdürüyor.

İmaş Makine; Milleral markası altında un, irmik ve mısır unu fabrikaları kuruyor. Firma; değirmen bina projesi, un ve irmik diyagram projelendirmesi, servo-pnömatik vals, kare elek, elek kasaları, elektronik torbalama ve randıman kantarlarının üretimi başta olmak üzere tüm değirmen makinelerinin üretim, montaj ve devreye alınması dahil her türlü ihtiyaca cevap veren bir yapıyla çalışıyor.

Anahtar teslimi değirmen sistemleri üretimi amacıyla faaliyetlerine başlayan İmaş, üretim bandına şeritli testere tezgâhları üretimini de ekleyerek makine sektöründe uluslararası arenada tercih edilen Milleral ve Cuteral markalarını geliştirdi.

İmaş Makine; Cuteral marka altında 280, 350, 550, 1050, 1200 milimetre çapında kesim yapabilen yarı ve tam otomatik şeritli testere tezgâhlarının yanı sıra, mikro kontrollü testere tezgâhlarını üretiyor.

## KENDİ TEKNOLOJİSİNİ ÜRETEN FİRMA

Moment Expo Dergisi’nin sorularını yanıtlayan İmaş Makine Genel Müdürü Tahir Atıla; sektörde firmalarının imzası bulunan yenilikleri şöyle anlatıyor: “İttifak Holding’in kendi teknolojisini üreten güçlü temsilcilerinden olan İmaş; Milleral markası ile yeni dizayn servo-pnömatik valsleri kendi patentleriyle üretim bandına eklemiştir. Ayrıca Türkiye’de ilk defa “Otomatik Nem ve Akış Kontrol Sistemi” ile kül oranı düşürerek randımanı yüzde 1 oranında artıran “Hava Stabilizasyon Sistemi”ni üreterek değirmen randımanı alanında çok önemli adımlar atmış ve sektörünün gelişimine öncü olmuştur. Klasik kauçuk lastikli modellere göre daha uzun ömürlü ve sorunsuz çalışan pistonlu jet filtresi de İmaş patenti altında üretilmektedir.”

## “BAŞARININ YOLU AR-GE’DEN GEÇİYOR”

İmaş Makine’nin Ar-Ge çalışmaları hak-



### Tahir Atıla

İmaş Makine Genel Müdürü

*İmaş Makine, Milleral markasıyla üretim dünya pazarlarına sunduğu ürünlerinin aynı zamanda bölgemizi ve ülkemizi temsil ettiği bilinci ve sorumluluğuyla hareket etmektedir. Gerek makine gerekse komple tesis bazında ihrac ettiğimiz ürünler Türkiye’nin tüm dünyadaki imajına olumlu yönde katkılar sağlamaktadır.*

kinda bilgi veren İmaş Makine Genel Müdürü Tahir Atıla; gelişmiş ülkelerle rekabet edebilmenin yolunun Ar-Ge faaliyetlerinden geçtiğini söylüyor. Atıla: “Ülkemizin küresel rekabette ve gelişmiş ülkeler sınıfında yer alabilmesi için teknoloji geliştirmeye ve yenilikçi ürünler üretmeye ihtiyacı vardır. Bu anlamda gelişmiş ülkelerle rekabet edebilmenin yolu Ar-Ge faaliyetlerinden de geçmektedir. Kurulduğu günden bu yana farklılaşmasını Ar-Ge’ye dayalı üretimleriyle gerçekleştiren İmaş Makine, endüstriyel tasarım, faydalı model patenti gibi tescil belgelerini de alarak bu başarılarını kanıtlamıştır.”

## “GÜNEY AMERİKA PAZARINA GİRMEYİ HEDEFLİYORUZ”

Teknik kadrosu ve 160 deneyimli çalışanı ile küresel ölçekte üretim yapan İmaş, Orta Asya’dan Orta Doğu’ya, Afrika ülkelerinden Türkiye Cumhuriyetlere kadar 4 kıtada 40’a yakın ülkeye Milleral ve Cuteral markaları ile teknolojisini taşımaya devam ediyor. İmaş Genel Mü-

dürü Atıla; firmalarının Güney Amerika pazarına girme çabasında olduğunu söylüyor. Atıla: “Ülkemiz firmalarının gerek mesafeden gerekse kültürel ilişkiler açısından çok uzak kaldıkları bu pazara girerek köklü bir faaliyet gerçekleştirmeye çalışan İmaş, bu çalışmalarının sonucunda Amerika kıtasına değirmen makinesi ihrac edebilen sayılı üreticilerden birisi olmuştur.”

## “İMAŞ, MAKİNE KOPYALAYAN DEĞİL TEKNOLOJİ ÜRETEN BİR FİRMA”

İmaş’ın üretimindeki teknolojik yatırımların dış pazarda büyük firmalarla rekabet edebilecek düzeyde olup olmadığını değerlendirmesini istediğimiz Tahir Atıla; İmaş Makine’nin, kurulduğu günden bu yana sektöründe hep yenilikleri hedefleyen, makinelerin kopyalanması yerine kendi teknolojisini geliştiren ve geliştirmeye devam eden bir firma olduğunu söylüyor. Atilla sözlerine şöyle devam ediyor: “Küreselleşen dünyada, rekabet gücünü artırmak isteyen firmaların, mutlaka yeni teknolojilere uyum sağlamasını kolaylaştıracak tedbirleri alması gerekmektedir. Uluslararası piyasalarda rekabet gücünü artırmak isteyen firmaların, mevcut teknolojik yapısını değiştirmesi ve geliştirmesi kaçınılmaz hale gelmiştir. Gelişen pazarlarda tutunmak ve etkili olabilmek öncelikle, müşteri ihtiyaçlarına etkin çözümler sunabilen bir teknolojiden geçmektedir.



Bugün dünyanın çeşitli ülkelerinde İmaş Makine'nin teknolojisini kullanan pek çok firma, aynı zamanda kendi alanlarında üstün bir rekabet gücüne sahip firmalardır. Dolayısıyla müşterilerimizin kendi alanlarındaki gücü aynı zamanda bizim de küresel arenadaki gücümüzü yansıtmaktadır."

### **"ÖZEL SEKTÖR, MAKİNE İHRACAT RAKAMLARINI ARTTIRDI"**

Türkiye makine sektörünün ihracat rakamlarının son 10 yıl içerisinde artış gösterdiğini söyleyen İmaş Genel Müdürü Tahir Atıla; bu yükselişin, Türk makine üreticilerinin dünya piyasalarında kabul gördüğünü göstermesi açısından önemli olduğunu altını çiziyor. Atıla: "Bugün, tüm kıtalara makinelerimiz satılmakta ve büyüyen bir Türk makine ihracat piyasası oluşmaktadır. Bilindiği

üzere, bu başarının temelinde özel sektörün son yirmi senede Türkiye’de oluşturduğu ihracata yönelik çalışma tarzı yatmaktadır. Ancak, bugün ulaşılan makine ihracat rakamı, Türkiye’nin potansiyeline oranla yeterli seviyede değildir. Üretim potansiyelimizin alt yapısına baktığımız zaman, yeterinden daha fazla makine parkı ve bize rekabet yapan eski doğu blok ülkelerine nazaran daha fazla sermaye gücü mevcuttur.”

Tahir Atıla; Türkiye’deki makine sektörünün potansiyelinin çok daha yüksek seviyelerde olduğunu söylüyor ve firma olarak ihracat rakamlarının gereken seviyeye çekilmesi için yapılması gerekenleri şu sözlerle anlatıyor: “İhracatımızın artırılması yönündeki en temel faaliyetlerimiz ise, yeni teknolojilerin üretilen makinelere entegre edilmesi ve yurt dışı satış kadrolarının üreticiler ile müşteriler arasında köprü görevi üstlenecek şekilde koordine edilmesi olmalıdır.”

### “FİRMA ENFLASYONUNUN ÖNÜNE GEÇİLMELİ”

Sektörün sorunlarına da değinen İmaş Genel Müdürü Tahir Atıla; en büyük sorunun Türkiye genelinde gereğinden

“ İmaş Makine ilk ihracatını 1997 yılında Mısır’a komple un fabrikası kurarak gerçekleştirdi. İmaş bu projeye Mısır’a ihracat yapan ilk Türk değirmen üreticisi oldu. ”

fazla imalatçı ve satıcı firmanın olması olduğunu belirtiyor. Atıla:

“ Firmaların günü kurtarma mücadelesi vermesi nedeniyle, gerçek anlamda bir rekabet ortadan kalkmakta, teknolojik ilerlemeyi ve kaliteyi yok eden haksız bir rekabet ortamı yaşanmaktadır. Bu konuda yapılması gereken şey, öncelikle sektördeki “firma enflasyonunun” önüne geçilmesidir. Bu konular etrafında aktif bir birlikte oluşturulması ve sektördeki durumu daha iyi olan firmaların bu probleme çözüm senaryoları üretmesi gerekmektedir.

Bu çabalar, hem sektöre hem de firmalara dünya ölçeğinde saygın bir kimlik kazandıracaktır. Böylece ihracatın önü de açılacaktır.”

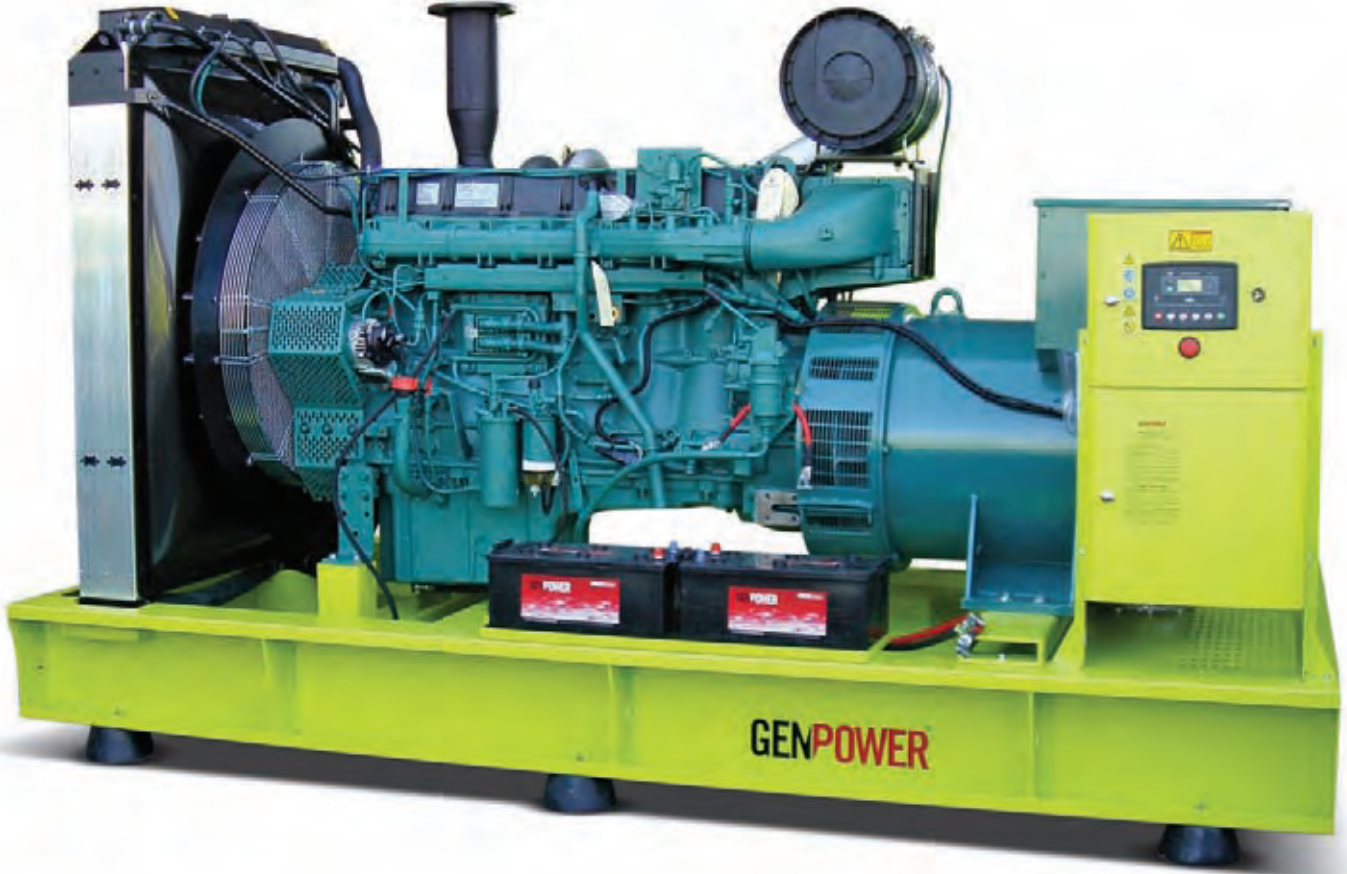
### ÜNİVERSİTELERDE DEĞİRMENCİLİK BÖLÜMÜ AÇILMALI

Tahir Atıla işsizlik ve nitelikli eleman bulma sıkıntısına da değiniyor: “Türkiye ekonomisinin en önemli sorunlarından biri olan işsizlik; yine sorun olarak durmaya devam ediyor.

Buna karşın “nitelikli eleman” açığı hem sektörümüz ve hem Türk sanayisinin önünde aşılması gereken ciddi bir engel olarak duruyor Bu bağlamda üniversitelerimizin işin içerisine dahil edilerek projenin bir bütün olarak ele alınması gerekmektedir.

Bu alanda özellikle üniversitelerin değirmencilik bölümlerinin açılması, sektöre yetişmiş ve nitelikli insan kaynağı temin edecektir.”





**Kesintisiz enerjinin  
değişmeyen adresi:**

**Genpower**

**2000 YILINDA KURULAN GENPOWER JENERATÖR; BUGÜN, OLUŞTURDUĞU YAYGIN SATIŞ VE HİZMET AĞIYLA; ÜRETİMİNİN YÜZDE 75'İNİ, BAŞTA ORTADOĞU, AFRIKA VE TÜRKİ CUMHURİYETLER OLMAK ÜZERE; 7 KİTADA 71 ÜLKEYE İHRAÇ EDEN VE KESİNTİSİZ ENERJİSİYLE HİZMET VEREN ULUSLARARASI BİR FİRMA.**

**H**ızla değişen ve gelişen dünya düzeninde; bilim adamları başta olmak üzere sosyologların, ekonomistlerin ve akademisyenlerin hemfikir oldu-

ğu hâkim bir görüş var ki; o da enerji sektörünün dünyanın en önemli sektörü olma yolunda hızlı adımlarla ilerlediği. Enerji hayat ve üretim için öncelikli kaynak; dünya üzerinde gerçekleştirilen her tür üretimin ana girdisi, güç kaynağı. Günümüzde enerji sektöründe alternatif enerji, yenilenebilir enerji ve kesintisiz enerji gibi kavramlar giderek önem kazanıyor. Enerji verimliliğini sağlamaya yönelik kampanyalar yürütülüyor. Artık dünya da şiddetini giderek arttıracak bir enerji krizinin kapsama alanına girdiğinin farkında.

Genpower Yönetim Kurulu Üyesi Murat Uslu, küresel ekonomik krizin yarattığı tüm dalgalanmalara, şüphelere ve belirsizliklere rağmen; 2009 yılının Genpower Jeneratör için oldukça başarılı bir yıl olduğunu söylüyor. "Ekonomi listelerinin en hızlı yükseliş gösteren, en fazla yabancı iş ortaklığı teklifi alan, en fazla vergi veren, en çok kar eden ilk 10 firması arasındaydı."

## KOŞULSUZ MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ

Cirosu, karlılığı, değerleri ve üretim hacmi geçmiş yıllara oranla ciddi bir sıçrama kaydeden Genpower'ın bu



### Murat Uslu

Genpower Yönetim Kurulu Üyesi

*Türkiye enerji ihtiyacının önemli bir kısmını karşılayabilecek potansiyele sahip.*

melinde de ticari kaygıların ötesinde 'koşulsuz müşteri memnuniyeti'nin gizli olduğunu söyleyen Uslu, Genpower bünyesinde yürüttükleri faaliyetleri şöyle sıralıyor: "Şu an Ankara 1. Organize Sanayi Bölgesi'ndeki modern tesislerinde; 1 kVA'dan 3500 kVA'ya kadar dizel, benzinli ve doğalgazlı jeneratörler; kaynak jeneratörleri; aydınlatma kuleleri (ışıldaklar); tarım ürünleri (çim biçme makinesi, çapa makinesi, su pompası); alternatörler; basit ve PLC'li senkronize

sınırlarının da ötesine, dünyanın dört bir yanına taşıyarak büyük bir hayali gerçeğe dönüştürdü. 'Ancak Güç'lü yatırımlar zirveye ulaştırır' ilkesinden hareketle Türkiye'nin ya da Avrupa'nın değil; 'Dünya'nın En Büyük Jeneratör Fabrikası'nı inşa etti. Genpower; üretim hacmini arttıracak, sektöre canlılık katacak fabrikayla; ülkeye daha fazla katma değer yaratmanın ve binlerce aileye yeni istihdam alanları açıyor.

Uslu, ürünlerinde yüksek yanma verimi hedefleyen motor teknolojisi, görsel izlenebilirlik ve uzaktan müdahale de sağlayabilen kumanda sistemleri, üstün jeneratör tasarım ergonomisi sunduklarını söylüyor.

Uslu firmanın Ar-Ge politikasını şöyle açıklıyor: "İlk olarak Ar-Ge çalışmaları kapsamındaki standart jeneratör maliyetleri göz önüne bulundurulur üzerine teknolojik yenilikler, opsiyonel eklentiler ve iyileştirmeler dâhilinde işçilik ve Ar-Ge harcamaları dâhil edilir."

## "ENERJİDE İÇ PAZARDA LİDER"

Genpower'ın enerji sektöründe iç pazarda lider durumda, global pazarda ise dünyanın en büyükleri arasında olduğunu aktaran Uslu, Genpower'ın tüm dünyanın tanıdığı dev bir firma olduğunu söylüyor. "Önümüzdeki süreçte iç pazardaki payını yüzde 50'den yüzde 65'e çıkarmayı hedefleyen Genpower; ana pazarı olan diğer dünya ülkelerinde ise, daha büyük bir hızla çalışmalarını sürdürüyor."

Toplam 71 ülkeye ihracat yapan firmanın, en büyük pazarları; Orta Doğu, Türkî Cumhuriyetler, Afrika. Firma ihracat politikasını markanın gücü ve enerjisi ekseninde belirliyor.

Genpower'ın teknoloji etkinliğinin tüm süreçlerini kapsayan yenilenme çalışmalarını, inovasyonu da önemsiyor. Yönetim Kurulu Üyesi Uslu'ya göre bu basit anlamda bir yenilenme değil; kurumsal süreçlerin tümünü kapsayan; teknolojinin, endüstrinin, ürünün ve pazarlanabilme niteliğinin de dâhil olduğu geniş kapsamlı bir yenilenme stratejisi. Uslu, yenilenme stratejisini 'biz gelişimi hiçbir zaman yeterli görmüyoruz. Hedefleri aştıkça yenilerini planlıyor, farklı projeleri hayata geçiriyoruz' sözleriyle özetliyor.

**"Dünyanın en büyük jeneratör fabrikasının açılışını gerçekleştirecek olan Genpower; bu fabrikayla birlikte üretim hacmini 5 yıl içerisinde 30 bin adet/yıl dizel jeneratöre çıkaracaktır."**

önemli başarısında; öncelikle, çalışanlarının, iş ortaklarının ve bayilerinin gösterdiği özverinin büyük payı olduğuna değinen Uslu, müşterilerinin Genpower markasını tercih etmesinin ve markaya olan güvenin firmanın krizi zarar görmeden aşmasını sağlayan temel faktör olduğunu söylüyor. Genpower Jeneratör'ün bu göz alıcı başarı hikâyesinin te-

sistemler üreten Genpower; yüksek standartlara sahip üretim gücüyle; kesintisiz enerji sektörünün farklı segmentlerinde de üretime başlamayı planlıyor."

Genpower; adını dünyaya duyurmayı başarmış bir Türk markası. Gerek Uslu gerekse alanında uzman ekibi; benzersiz bir çabayla 'Genpower markası'nı ülke



Uslu ayrıca, Genpower'ın tüm rakiplerinin önüne geçerek bu kadar yükselebilmemesinin temelinde de ileri teknoloji ve yüksek performans sunan müşteri memnuniyeti odaklı üretim sürecinin yattığını söylüyor.

### 71 ÜLKEYE İHRACAT

Firma olarak Türkiye'ye katma değer yaratacak projeleri hayata geçirmek ve dünya genelinde 71 olan pazar sayısını daha da yukarıya taşımak için çalıştıklarını aktaran Uslu, "Ürün kalitesiyle fark yaratan Genpower Jeneratör; dünya devlerinin de güvenini kazanarak 'kesintisiz enerjinin değişmeyen adresi' olmaya devam ediyor. Bu anlamda hiçbir sorun yaşamayan Genpower'ın; dünyaca ünlü alternatör ve motor üreticileriyle kurduğu sarsılmaz işbirliği ve

güvene dayalı çözüm ortaklığı da sürüyor" diyor.

Genpower, en kaliteli ürünleri ve en güçlü enerjisiyle dünyanın devlerinin güvenini kazanmayı sürdürüyor. Dünya enerji sektörünün önemli oyuncularından biri olarak görülen Genpower Jeneratör'e; Avrupa'nın en prestijli firmalarından Genpower bayiliği ve distribütörlüğünü alabilmek için talepler geliyor.

Uslu, küresel kriz nedeniyle beklentileri tam olarak karşılamayan ihracat rakamlarının ilerleyen süreçte yeni yatırımların ve teknolojilerin ışığında iyileşme göstereceğini ve mesafe kat edeceğini söyleyerek, "Sektörün kalkınmasının sağlanmasının koşulunun ihracatı arttırmaktan geçtiğine inanıyoruz. Hedeflerimizi her geçen yıl daha da büyüterek

ülkeye katma değer sağlayacak şekilde hizmet sunmaya devam ediyoruz" diyor. Hedeflerini gerçekleştirirken, büyük yatırımları başlatırken en önemli prensiplerinin 'çevreye saygı' olduğuna da değinen Uslu şöyle devam ediyor: "Dünyanın da ciddiylet üzerinde durduğu minimum yakıt sarfiyatı, düşük gürültü ve emisyon ilkelerinden taviz vermeden üretimine devam eden Genpower Jeneratör, şimdiye dek yürüttüğü ve önümüzdeki süreçte de daha etkin bir şekilde yürüteceği sosyal sorumluluk projeleriyle de gerek küresel ısınmaya gerekse çevreye duyarlılığını sürdürmeyi planlıyor."

### "ENERJİ KAYNAKLARI ETKİN KULLANILMALI"

Türkiye'nin enerji ihtiyacının önemli bir

kısmını karşılayabilecek potansiyele sahip bir ülke olduğuna da vurgu yapan Uslu şöyle devam ediyor: “Ancak yerli, yeni ve yenilenebilir enerji kaynaklarının ya hiç kullanılmadığını ya da potansiyelin çok altında kullanıldığını görüyoruz. Oysa enerji kaynaklarımızı yerinde ve etkin kullanmak ülkemizi dünya çapında daha güçlü kılacak, üst sıralara taşıyacak önemli bir unsur. Jeneratör sektöründeki en önemli sorunlar; kalitesiz ürünler, bilinçli olmayan satıcılar ve alıcılar ve haksız rekabet. Ürünlerin özellikleri, hedef kitlenin ihtiyaçları analiz edilerek şekilleniyor. Bilinçli bir üretici firma olarak, tüketiciyi satış sırasında doğru ürüne yönlendirmeye ve ürün hakkında bilgilendirmeye özen gösteriyoruz.” Pek çok sektörde olduğu gibi enerji sektöründe de yetkin insan kaynağı anlamında sıkıntı yaşandığına vurgu yapan Uslu, bunu aşmak için başarılarıyla orantılı bir İK stratejisi iz-

leyen firmanın genel tercihinin; deneyimsiz ancak eğitilmiş kişileri işe alarak kendi kurumsal kültürüne, dokusuna uygun olarak yetiştirmek olduğunu belirtiyor. Uslu ayrıca; sosyal sorumluluk projelerinin büyük bir bölümünü de eğitim üzerine planladıklarını aktarıyor.

### **DÜNYANIN EN BÜYÜK JENERATÖR FABRİKASI**

Genpower’ın 2010 yılına büyük hedeflerle başladığını belirten Uslu, “Öncelikle dünyanın en büyük jeneratör fabrikasının açılışını gerçekleştirecek olan Genpower; bu fabrikayla birlikte üretim hacmini 5 yıl içerisinde 30 bin adet/yıl dizel jeneratöre diyor. 10 yıl içerisinde ise 60 bin adet dizel jeneratöre yükseltme odaklı planlamalar yapıldığını aktaran Uslu, “Bunun yanı sıra tarım ürünleri segmentini de geliştirerek üretim kapasitesini daha da arttırmayı hedefliyoruz” diyor. 2010 yılında tamamen üretime geçmesi planlanan Ankara Sa-

nayi Odası’nın 2. Organize Sanayi Bölgesi’nde yer alan fabrika; brüt 216 bin metrekare üzerinde en son teknoloji kullanılarak inşa ediliyor. Fabrika, modern görünümü ve üst düzeyde konfor sunan geniş üretim alanıyla da dikkat çekerken; projelendirme safhasından inşaat safhasına, iç mekân tasarımından son teknoloji kullanımına dek hemen her sürecinde; öncelikle enerji verimliliğini, üretimde kaliteyi ve çalışanların iş motivasyonu tam anlamıyla sağlayabilmeyi amaçlıyor.

Bayilik sistemini ‘tüketiciye bir adım mesafede olma’ düşüncesi üzerine kurduklarını belirten Uslu, “Genpower Jeneratör; ailesine katılan her yeni bayiyle yalnızca müşterilerine değil; hedeflerine de giderek yaklaşıyor. İş ortaklarımızla oluşturduğumuz sinerjiyi daha fazla hizmet noktasında sürdürmek için yurt dışı bayi ve jeneratör kiralama bayi sistemini yeniden yapılandırıyoruz” diye konuşuyor.





# KAPAK



# Üretimi yükseğe taşıyan vinçler

**2007 YILINDA 2 MİLYAR DOLARLIK CİROYA ULAŞAN VİNÇ SEKTÖRÜ, TÜRKİYE'DE 250 FİRMA İLE 5 BİN KİŞİLİK İSTİHDAM SAĞLIYOR. GLOBALLEŞME İLE KÜÇÜK BİR KÖY HALİNE GELEN DÜNYADA, SINIR, MESAFE VE BOYUT TANIMAYAN TİCARETİN GELİŞİM HIZINA PARALEL OLARAK, ÜRETİM VE LOJİSTİK SEKTÖRÜNÜN EN ÖNEMLİ İHTİYAÇLARINDAN BİRİ OLAN KALDIRMA EKİPMANLARINI ÜRETEBİLİR SEKTÖRÜN DE TRENDE UYGUN OLARAK BÜYÜYECEĞİ AŞIKÂR.**

**T**ürkiye vinç sektörü 2007 yılında 2 milyar dolarlık ciroya ulaştı. Ancak küresel krizin etkisiyle hızla kan kaybetmeye başladı. 2008'de yüzde 25 küçülen sektör 500 milyon dolarlık ciro kaybı yaşadı. Geçmiş yıllarda hızlı bir büyüme ivmesi kazanan sektör 250 firma ile 5 bin kişilik bir istihdam sağlıyor. Vinç sektörünün gerilemesinin ardındaki başlıca sebepler, satışlarda yüzde 1'den 18'e çıkan KDV oranı, azalan yatırımlar, altyapı çalışmaları ve inşaat sektöründeki durgunluk olarak sıralanabilir.

Globalleşme ile küçük bir köy haline gelen dünyada, sınır, mesafe ve boyut tanımayan ticaretin gelişim hızına bakıldığında, üretim ve lojistik sektörünün en önemli ihtiyaçlarından biri olan kaldırma ekipmanlarını üreten sektörün bu trende uygun olarak büyüyeceği aşikârdır.

Türkiye'de sektörün çok çeşitli sorunlara rağmen Ar-Ge ve yeniliğe önem verdiği görülür. Vinç üreticisi firmalar kamu tarafından sağlanan Ar-Ge desteklerinin de yardımıyla tasarladıkları yeni ürünler sayesinde pazar paylarını artırmaktadır. Bunlar arasında TÜBİTAK tarafından ödüle layık görülenlerin olması ayrıca ümit vericidir. Moment Expo'nun vinç sektörü ile ilgili sorularını Vinçsan A.Ş. Satış Pazarlama Koordinatörü Hakan Tekel, Guralp Vinç Pazarlama Müdürü Tamer Demirci ve Çakmak Vinç (CMAK) Yönetim Kurulu Üyesi Ali Çakmak yanıtladı.

## **İMALAT SANAYİNİN VAZGEÇİLMEZİ VİNÇLER**

Ulaşım, enerji, iletişim ve altyapı yatırımları ile bu alanlarda ulaşılan seviye ülkelerin ekonomik ve sosyal gelişimini gösteren en önemli faktörler arasında yer alıyor. Bu faktörlerin bir araya gelmesi ile oluşan alanlar içinde bulunan eğitim, sosyal hizmet ve sanayi kuruluşları ise sürdürülebilir kalkınmanın temeli olan insan ve teknoloji üretimi için katalizör görevi görüyor. Sürdürülebilir kalkınma döngüsü içinde yukarıda bahsi geçen bileşenlerin, birinin eksikliğinde veya başarısızlığında diğeri ile ikame edilme ihtimali olmadığından, özel önemi vardır. Bu döngü için-



“ Vinçlerin doğru seçilmesi yalnızca işlerin yüksek performanslı biçimde yapılmasını ve yatırımın kendisini geri ödemesini sağlamakla kalmaz, aynı zamanda kazaların da önlenmesini sağlar. Her çalışma alanının kendine özgü koşulları vardır. Bu koşulları dikkate almamak sağlıklı seçim yapmanın önündeki en büyük engeldir. ”

de öncelikle sanayi kuruluşları olmak üzere tamamına yakınının hızlı gelişiminin temelinde ise makine sektörü bulunuyor. Ulaşım alanında, enerji

santrallerinin inşasında, altyapı yatırımlarının gerçekleştirilmesinde ilk ihtiyaç şüphesiz makineler. Tüm bu bileşenler için kaldırma ma-

nelerinin önemi büyüktür. İmalat sanayi içinde çok küçük kapasitelerde olsa dahi kaldırma makinesi kullanmayan işletme sayısı yok denecek kadar az. Seri üretim uygulayan firmaların üretim süreçlerinde, hammadde giriş ve ürün çıkış hattı boyunca büyük miktarlarda transfer gerektiğinden çeşitli vinçlere ihtiyaç duyulmaktadır. Limanlar, gemiler, inşaat sektörü, ağır sanayi işletmeleri ve benzerlerinin büyük kapasiteli vinçler olmadan yaşamlarını devam ettiremeyecekleri ortadadır. Sektör ürünleri genellikle ayrı tasarım ve benzer üretim teknikleri gerektiriyor. Ucuz işgücü ve hammaddenin önemli olduğu düşük katma değerli standart ürünlere nispetle, mühendislik ve tasarım gerektiren ürünlerde ülkemizin rekabet gücü daha yüksektir.

Diğer taraftan, uzun yıllar boyunca aynı alanda istikrarlı çalışmanın sağladığı uzmanlık ile firmalarımız daha büyük hedefler belirlemektedir.

Teknolojiyi yakından takip eden sektör, bilgisayar teknolojisinin geldiği nokta ve bunun üretim süreçlerine olan etkisi ile daha hızlı gelişme kaydetmektedir. Kullanılan tezgâhlar ile ölçme tekniklerinin gelişmesi ve bunların bilgisayarlar ile kontrol edilebilmesi sektörün özellikle standart dışı ürünlerinde esnekliğini artırmıştır. CAD ve CAM sistemlerinin desteği neticesinde minimum maliyet ile ilk seferde hatasız ürünler imal edilebilmektedir. Diğer taraftan Ar-Ge faaliyetleri için devlet destekleri motivasyonu artırmaktadır.

## SEKTÖRÜN DÜNYADAKİ DURUMU

Birleşmiş Milletler (BM) İstatistik Bölümü verilerine göre, 2007 yılında yaklaşık 20 milyar dolar olan sektör ihracatı yüzde 29,3 oranında artış göstererek 2008 yılında 25,8 milyar dolar değerine ulaşmıştır. Türkiye 2008 yılında gerçekleştirdiği 66,9 milyon dolar ihracat ile sektörün dünya ihracatından yüzde 0,26 pay aldı ve sıralamada 35. konuma yerleşti.

2008 yılında, G.T.İ.P bazında dünya ihracatında, 'diğer kendinden hareketli makine ve cihazlar' grubu ilk sırayı almış, bunu 'gantri, köprü ve raylı vinçler' ve daha sonra 'kule vinçler' grubu takip etti. 2007 yılında 19,7 milyar dolar olan toplam sektör ithalatı yüzde 31,1 oranında artış göstererek 2008 yılında 25,8 milyar dolar değerine ulaştı. 2008 yılında vinç ithalatı yüzde 13,8 artarak 2,2 milyar doları aşan ABD dünya sıralamasında lider konumunu korudu. ABD'yi 1,3 milyar dolar ile Rusya ve 1,2 milyar dolar ile B.A.E. izledi. 2008 yılında, G.T.İ.P bazında dünya ihracatında, 'diğer kendinden hareketli makine ve cihazlar' grubu ilk sırayı almış, bunu 'kule vinçler' ve daha sonra 'gantri, köprü ve raylı vinçler' grubu takip etmiştir. 2008 yılında, ithalat değeri yüzde 229,9 artarak 46,5 milyon dolara yaklaşan 'yer altında çalışması için tasarlanmış vinçler' ithalat artışı bakımından ilk sıraya yerleşti.

## SEKTÖRÜN TÜRKİYE'DEKİ DURUMU

2008 yılında 66,9 milyon dolar ihracat gerçekleştiren sektör, 2009 yılında genel makine ve aksamı ihracatı azalırken ihracatını yüzde 14,8 oranında artırdı ve 76,8 milyon dolar değerinde ürün ihraç etti.

Türkiye'nin 2009 yılındaki sektör ihracatı ürün bazında incelendiğinde, 28,3 milyon dolar ile birinci sırada 'gantri, köprü ve raylı vinçler' kaleminin yer aldığı, bu ürünü 9,8 milyon dolar ile 'sabitle bir mesnet üzerine tespit edilmiş gezer köprü vinçler' ve 8,4 milyon dolar ile 'elektrik motorlu diğer bocurgatlar ve ırgatlar' grubunun izlediği görülüyor.

2008-2009 yılları Ocak-Aralık döneminde ihracat artış oranı açısından, ilk sırayı yüzde 79,1 ile 'gantri, köprü ve raylı vinçler' kalemi yer aldı. Aynı dönemde ihracatında en çok düşüş kay-

## EN FAZLA İHRACAT ÇİN'DEN

2007 yılında tüm ülkelere yapılan ihracat değeri bazında, en fazla paya sahip olan Çin, 2008 yılında ihracatını yüzde 54,4 artırarak 5,2 milyar dolar seviyesine yükseltti ve ilk sıradaki konumunu korudu. Bu ülkeyi 3,9 milyar dolar ile Almanya ve 2,4 milyar dolar ile Japonya takip etti. Vinç ihraç eden ilk 20 ülke arasında 2008 yılında en fazla ihracat artışını yüzde 84,8 ile Finlandiya gösterdi, düşüş yaşayan tek ülke ise Birleşik Arap Emirlikleri (yüzde 15,6) olmuştur.

dedilen kalemler ise 'kule vinçler' (yüzde 66,4) ile 'elektrik motorlu palanga vinçler' (yüzde 55,8) oldu. 2008 yılında 319,3 milyon dolar değerinde sektör ürünü ithal eden ülkemiz, 2009 yılında yüzde 29,8 düşüşle bu rakamı 224,2 milyon dolar seviyesine gerilettiler. Türkiye'nin 2009 yılında ithal ettiği vinçler, G.T.İ.P. bazında incelendiğinde; 42,8 milyon dolar ile birinci sırada 'lastik tekerlekli kendinden hareketli

## VİNÇ İHRACATINDA BAŞLICA ÜLKELER (1.000 \$)

SIRA	ÜLKE	2006	2007	2008	Değişim 07-08
1	ÇİN HALK. CUM.	2.434.258	3.350.496	5.171.760	54,4
2	ALMANYA	2.473.410	3.108.353	3.886.708	25,0
3	JAPONYA	1.101.396	1.604.110	2.351.408	46,6
4	İTALYA	1.374.658	1.962.846	2.244.564	14,4
5	A.B.D.	1.089.831	1.443.266	1.956.707	35,6
6	FRANSA	668.335	921.845	1.080.439	17,2
7	AVUSTURYA	630.634	902.399	950.037	5,3
8	HOLLANDA	635.694	694.673	809.661	16,6
9	İSPANYA	341.261	509.258	655.429	28,7
10	FİNLANDİYA	331.803	335.086	619.292	84,8
11	SİNGAPUR	322.052	396.115	605.117	52,8
12	BELÇİKA	344.672	408.640	496.544	21,5
13	İSVEÇ	407.206	467.291	481.536	3,0
14	GÜNEY KORE	216.325	285.234	425.322	49,1
15	KANADA	301.207	387.566	415.565	7,2
16	İNGİLTERE	301.153	351.481	362.734	3,2
17	NORVEÇ	214.849	248.368	339.853	36,8
18	POLONYA	162.321	258.627	275.046	6,3
19	DANİMARKA	156.018	201.433	225.373	11,9
20	B.A.E.	116.689	244.985	206.750	-15,6
	DIĞER	1.391.206	1.909.488	2.285.461	19,7
	TOPLAM	15.014.978	19.991.560	25.845.306	29,3

Kaynak: BM İstatistik Bölümü



makine ve cihazlar' kaleminin yer aldığı, bu ürünü 36,6 milyon dolar ile 'gantri, köprü ve raylı vinçler' ve 32,6 milyon dolar ile 'diğer kendinden hareketli makine ve cihazlar' grubunun izlediği görülmektedir.

2009 yılı Ocak-Aralık döneminde ithalat artış oranı açısından, ilk sırada yüzde 14,7 ile 'hareketli kaldırma çerçeveleri ve şasisi straddle tipi olan ayaklı lastik tekerlekli taşıyıcılar' yer almış ve yüzde 2,2 ile 'kara taşıtlarına monte edilecek kaldırıncılar' ise 2. sırada kaydedilmiştir. Diğer kalemlerin tamamının ithalatında düşüş göz-

lenmiştir. 2009 yılında sektör ürünleri ithalatımızda önemli yer tutan ülkeler arasında ilk üç sırayı Almanya (109,8 milyon dolar), Çin (37,8 milyon dolar) ve Finlandiya(14,7 milyon dolar) aldı.

2009 yılı ithalatımızda artış oranları esas alındığında; yüzde 150,9 ile Danimarka'nın ilk sırada yer aldığı görülüyor.

Danimarka'yı yüzde 112,9 artış oranı ile Fransa ve yüzde 44 ile Çin Halk Cumhuriyeti takip ediyor. En büyük düşüş ise yüzde 94,9 ile Japonya'da kaydedildi.

## YÜZDE 25'LİK KÜÇÜLME

2007 yılında 2 milyar dolarlık ciroya ulaşan vinç sektörü, küresel krizin etkisiyle hızla kan kaybetmeye başladı. 2008'de yüzde 25 küçülerek 500 milyon dolarlık ciro kaybı yaşadı. Geçmiş yıllarda hızlı bir büyüme ivmesi kazanan sektörün 250 firma ile 5 bin kişilik bir istihdam sağladığı tahmin ediliyor. Vinç sektörünün gerilemesinin ardındaki başlıca sebepler, satışlarda yüzde 1'den 18'e çıkan KDV oranı, azalan yatırımlar, altyapı çalışmaları ve inşaat sektöründeki durgunluktur. Özellikle toplu konut ve belediye projelerinin



yatırımını daha düşük kapasiteli vinçlere yönlendirmesiyle sektörün gelişimi yavaşlamıştır.

AB ülkeleri ve ABD'ye baktığımızda, özellikle vinçlerin dünya devi sayılabilecek firmalar tarafından üretildiği, hatta güç birliği yapmak ve rekabeti azaltmak adına firma evliliklerinin yapıldığı görülür. Bu evlilikler yapılırken hedef ülkelerdeki distribütör gücü, satış rakamları, teknik servis yeterliliği gibi konular da ön planda tutulur.

Türkiye'de sektörün yapısı incelendiğinde ise ağırlıklı olarak orta ölçekli ve atölye-fabrika arası yapılanmalar oldu-

ğu görülür. Güç birliği bir yana, firma içindeki ortaklıkların zamanla bitmesi ve yeni bir imalatçı doğması ise sık yaşanan durumlardandır. Çok sayıda firmanın faaliyet göstermesi ise büyük bir sorun olarak karşımıza çıkar. Merdiven altı veya kayıt dışı olarak tanımlanan bazı firmalar sadece maliyete dayalı rekabet nedeniyle sektöre büyük zarar vermekte ve hem yurt içinde hem de yurtdışında imaj sorunu doğurmaktadır. Bu tür makinelerin sadece bir şekilde üretilebilmesi ihracat için yeterli olmamakta. Yurt dışında makine ihraç etmek için, ihalelere girmek, büyük projelerde yer almak gerekir. İhalelere girebilmek için ise hedef ülkeden banka teminat mektubu alınması gerekmekte, söz konusu ülkelerde ticari bir organizasyon yoksa herhangi bir bankadan teminat mektubu almakta mümkün olmamaktadır. Özellikle kule vinç gibi özellikli ürünlerde, sadece temsil-

## İTHALAT ARTIŞINDA BİRİNCİ ENDONEZYA

2008 yılında, dünya ithalatında önemli ülkelerde yaşanan değişimler incelendiğinde; yüzde 340,4 artış ile Endonezya'nın en fazla artış kaydeden ülkeler arasında ilk sırada yer aldığı ve bu ülkeyi Brezilya (yüzde 107,8) ile Rusya'nın (yüzde 74,1) takip ettiği görülüyor. Bu ülkeler arasında ithalatında en çok düşüş kaydedilen ülke ise Suudi Arabistan (yüzde 25,8) oldu.

2008 yılı sektör ithalatında ülkelere göre yapılan sıralamasında 26. konumda bulunan Türkiye, 319,3 milyon dolar değerinde ithalat gerçekleştirerek, dünya geneli ithalatından yüzde 1,2 pay aldı.

cilik, şube gibi ticari yapılanma da yeterli gelmemekte, alıcı yedek parça temininde geçecek süreye ve teknik servis desteğine yani marka gücüne bakarak ürün satın almaya karar vermektedir. Türkiye'den kaldırma makinelerinde marka çıkması için, çeliği işlemek ve gelişmiş ülkelerden motor aksami

## VİNÇ İTHALATINDA BAŞLICA ÜLKELER (1.000 \$)

SIRA	ÜLKE	2006	2007	2008	Değişim 07-08
1	A.B.D.	1.734.163	1.963.537	2.234.589	13,8
2	RUSYA FED.	429.763	724.759	1.261.873	74,1
3	B.A.E.	481.010	751.978	1.242.661	65,3
4	ÇİN HALK CUM.	792.552	831.290	1.235.872	48,7
5	SİNGAPUR	569.832	792.197	1.098.209	38,6
6	FRANSA	736.553	888.937	978.605	10,1
7	ALMANYA	557.891	767.476	958.299	24,9
8	GÜNEY KORE	353.776	486.709	818.074	68,1
9	BELÇİKA	453.144	466.932	742.829	59,1
10	KANADA	590.624	732.971	729.766	-0,4
11	HİNDİSTAN	278.405	401.024	694.011	73,1
12	İNGİLTERE	470.124	581.328	693.136	19,2
13	İSPANYA	569.588	751.458	626.532	-16,6
14	HOLLANDA	382.973	440.674	591.009	34,1
15	BREZİLYA	120.881	222.191	461.609	107,8
16	S. ARABİSTAN	445.447	620.226	460.370	-25,8
17	ENDONEZYA	78.428	104.284	459.275	340,4
18	KATAR	222.708	309.855	429.943	38,8
19	GÜNEY AFRİKA	213.978	310.412	427.664	37,8
20	AVUSTRALYA	253.875	341.414	397.304	16,4
	DİĞER	4.714.356	7.180.903	9.236.826	28,6
	TOPLAM	14.450.071	19.670.555	25.778.456	31,1

Kaynak: BM İstatistik Bölümü

ithal etmekten öte, tasarıma, kapasite ve boyut oranına, nakliye maliyetine, ticari organizasyon, yedek parça ve teknik servis altyapısına dikkat edilmeli, güvenlik ve güvenilirlik konularında ileri derecede hassas olunmalı, diğer bir ifade ile gerçek girişimcilerin Türkiye’de bu alanı fark etmeleri ve güçlü- dengeli yatırımlarla sektöre girmeleri için ciddi hükümet politikalarına ve desteğine de ihtiyaç olduğu göz ardı edilmemelidir.

### “İNŞAATIN LOKOMOTİFİ KULE VİNÇLER”

Avrupa ve ABD’de büyük üreticilerin küçük vinç ve makine gruplarının üretimini geliştirmekte olan ülkelere bırakıp, asıl gelirin ve devamlılığın olduğu kule vinç gibi spesifik ürünlerden geliştirmekte olan ülkeleri uzak tutmaya çalıştıkları fark edilmeli, geliştirmekte olan ülkelerde inşaat sektörünün önemi bilinmeli, inşaatın lokomotifinin de kule vinçler olduğunu görümlere pazarın büyüklüğü tüm strateji belirleyicileri tarafından takdir edilmelidir.

Globalleşme ile küçük bir köy haline gelen dünyamızda, sınır, mesafe ve boyut tanımayan ticaretin gelişim hızına bakıldığında, üretim ve lojistik sektörünün en önemli ihtiyaçlarından biri olan kaldırma ekipmanlarını üreten sektörün bu trende uygun olarak büyüyeceği aşikârdır.

Ülkemizde sektörün çok çeşitli sorunlara rağmen Ar-Ge ve yeniliğe önem verdiği görülür. Vinç üreticisi firmalar kamu tarafından sağlanan Ar-Ge desteklerinin de yardımıyla tasarladıkları yeni ürünler sayesinde pazar paylarını artırmaktadır. Bunlar arasında TÜBİTAK tarafından ödüle layık görülenlerin olması ayrıca ümit vericidir.

Avrupa Birliği’nde 13 ülkenin vinç üreticileri kar amacı gütmeyen bir kuruluş olan FEM (European Federation of materials handling) çatısı altında örgütlenmişlerdir. 160 binden fazla çalışanı istihdam eden binden fazla FEM üyesi firma dünya toplam üretiminin yarısından fazlasını kapsıyor. Türkiye’yi İSDER’in temsil ettiği FEM’in 2010 yılı buluşmasının ise İstanbul’da gerçekleştirilmesi öngörülmüyor.



## “TÜRKİYE ELEKTRİKLİ VİNÇ İMALATÇILARI DERNEĞİ’Nİ KURDUK”

Vinçsan A.Ş. Satış Pazarlama Koordinatörü Hakan Tekel vinç sektörünün yatırıma dayalı bir sektör olması nedeniyle, son 2 yıldır yaşanan global mali krizden oldukça etkilendiğini söylüyor. Müşterilerin artık alacakları vincin teknik özellikleri yerine yatırım maliyetine baktıklarını söyleyen Tekel, bunun da yanlış seçimlere sebep olduğunu söylüyor. Tekel şöyle devam ediyor: “Bir vincin alım maliyetinden ziyade, aldıktan sonra işletme maliyeti hakkında araştırma yapmak firmalar için daha efektif kullanım olanağı sağlayacaktır. Sektörümüzün en büyük problemlerinden biri de, denetim mekanizmasının olmamasıdır. Merdiven altı tabir ettiğimiz, herhangi bir standarda uymadan, sigortasız işçi çalıştırarak, lisanssız yazılım kullanarak imalat yapan firmalar yüzünden, Türkiye’deki vinç pazarının kalitesi düşmekte ve maalesef bu firmalar zaman zaman yurt dışına da satış yaptıklarından, yurt dışında Türk mallarına karşı tepki oluşmasına, bizler gibi firmaların zarar görmesine sebep olmaktadır.”

Yaklaşık bir senedir yürüttükleri çalışmalar neticesinde ‘Türkiye Elektrikli Vinç İmalatçıları Derneğini’ kurduklarını söyleyen Tekel, tanıtım ve üye alım faaliyetlerine ise önümüzdeki dönemde başlayacaklarını söylüyor. Tekel, dernek olarak öncelikli amaçlarını ise şöyle sıralıyor: “Sektörde yaşanan olumsuzlukları gidermek ve halen daha tam olarak belli olmayan test ve bakım prosedürleri ile ilgili çalışmalar yaparak, Türkiye’de de bu çalışmaların standartizasyonunu sağlamak olacaktır.”

## “İHTİYAÇA UYGUN VİNÇ SEÇİLMELİ”

Güralp Vinç Pazarlama Müdürü Tamer Demirci ise vinçlerin atölyeden fabrikaya hemen her sektör için vazgeçilmez olduğunu söyleyerek, “Firmaların yatırımlarının en başında daha binalarını tasarlarken veya seçerken göz önünde bulundurmaları gerektirdiği, üretimlerinin verimini etkileyen, iş güvenliğini ve iş gücünü arttıran ekipmanların başında vinçler özellikle de kapalı alan vinçleri gelmektedir” diyor. Yatırımcıların henüz

## ÜLKELERE GÖRE SEKTÖR İHRACATI - \$

SIRA	ÜLKE	2007	2008	2009	Değişim % 08-09
1	ÇİN HALK CUMH.	7.734.883	5.743.025	8.052.918	40,2
2	SUUDİ ARABİSTAN	1.014.137	3.853.326	6.223.358	61,5
3	FAS	256.405	1.602.255	5.558.902	246,9
4	CEZAYİR	2.787.487	3.600.931	4.837.501	34,3
5	İRAN	1.367.897	1.732.551	4.643.242	168,0
6	RUSYA FEDERASYONU	1.462.451	4.510.503	4.494.749	-0,3
7	LİBYA	693.895	2.989.679	4.151.330	38,9
8	MISIR	1.049.345	2.268.579	3.416.569	50,6
9	IRAK	2.976.986	1.838.369	3.257.443	77,2
10	HOLLANDA	1.839.233	1.113.493	2.879.074	158,6
11	KATAR	1.076.376	431.660	2.566.904	494,7
12	AZERBAJCAN-NAHÇ.	1.636.342	2.902.900	2.507.453	-13,6
13	ROMANYA	1.416.250	3.497.829	1.902.488	-45,6
14	KOCAELİ SER. BÖL.	2.334.927	3.037.656	1.732.273	-43,0
15	BİR.ARAP EMİRLİK.	1.197.719	3.200.704	1.656.677	-48,2
16	HİNDİSTAN	907	122.386	1.560.331	1174,9
17	TÜRKMENİSTAN	195.221	916.664	1.477.016	61,1
18	BELÇİKA	172.752	1.239.943	1.474.192	18,9
19	FRANSA	1.794.235	597.861	1.066.175	78,3
20	SURİYE	1.734.076	198.842	862.666	333,8
	DİĞER	20.500.993	21.541.776	12.503.603	-42,0
	TOPLAM	53.242.517	66.940.932	76.824.864	14,8

Kaynak: TÜİK

işin başında ihtiyaçlarına uygun bir vinç seçimi yapmalarının ve binalarını özellikle buna uygun tasarımları gerektiğini sözlerine ekleyen Demirci, “Vincin çalışacağı alanlar başlangıçta oluşturulmaz ise ileride daha özel vinç çözümleri gerektirir ki; bu hem kullanım alanını kısıtlayacağı hem de üretim verimini etkileyeceği gibi ekstra maliyetlere de yol açabilecektir” diyor. Güralp Vinç, yatırımcı firmalara gerekli danışmanlık hizmeti vermekle birlikte, yapı firmalarına binayı tasarlarken vinçlerin ölçülerini ve sisteme gelecek yükleri göz önünde tutmalarını sağlayacak ‘Vinç Sistemi Kurulacak Çelik ve Prefabrik Yapılarda Dikkat Edilmesi Gereken Kriterler’ adında bir kitapçık da yayınladı.

Vinçlerin doğru seçilmesi yalnızca işlerin yüksek performanslı biçimde yapılmasını ve yatırımın kendisini geri ödemesini sağlamakla kalmaz, aynı zamanda kazaların da önlenmesini sağlar. Her

çalışma alanının kendine özgü koşulları vardır. Bu koşulları dikkate almamak sağlıklı seçim yapmanın önündeki en büyük engeldir.

Öncelikle çalışma koşullarına göre vinç tipinin belirlenmesi gerektiğine vurgu yapan Demirci şöyle devam ediyor: “Vincin yapacağı işler ve hangi alanlarda kullanılacağı önemli bir konudur. Sadece çalışacağı alanın fiziksel ebatları değil çalışacağı ortam şartları (sıcaklık, rutubet, toz, asit buharı, patlayıcı gaz) da dikkate alınmalıdır. İkinci önemli konu ise kaldırılacak yüke, yükün taşıma şartlarına ve çalışma sıklığına göre doğru kapasitenin ve çalışma sınıfının seçilmesidir. Vincin teknik özellikleri ve hızları ihtiyacı tam olarak karşılamalıdır. Bu kriterlere göre yapılmayan seçimler yanlış bir vinç sisteminin kurulmasına neden olacak ve ekstra maliyetlere ve iş kazalarına yol açabilecektir. Yatırımcıların siparişlerinin nasıl bir işyerinde üre-





tildiğini görmesi, vinç üreticisinin çalışma sistemini, kadrolarını tanınması ve ürünlerinin ne tür testlerden geçmekte olduğunu bilmesi önemlidir. Tavsiyemiz seçim ve değerlendirme aşamasında vinç üreticilerinin mutlaka ziyaret edilmesidir.”

### “REKABET ÇOK, STANDART YOK”

Gelişen teknolojiye ve ihtiyaçlara bağlı olarak müşteri isteklerinin de değişmekte ve üretici firmaların kadrolarını, tecrübesini, proje ve Ar-Ge faaliyetlerini aynı doğrultuda şekillendirmesi gerekti-

ğini aktaran Denirci, “Günümüzde Türkiye’de vinç sektöründe faaliyet gösteren çok sayıda firma ve bunun getirdiği çok büyük rekabet vardır. Rekabetin olduğu yerde kalite olması gerekirken ülkemizde vinç üreticilerini denetleyecek bir yapının olmaması ve standartlarının oluşturulmaması maalesef düşük fiyat ve kalitesizlik getirmektedir” diyor. Bu rekabet ortamında altyapısını doğru oluşturmuş, üretim yeteneğini proje ve Ar-Ge bölümleri ile desteklemiş, sermayesini iyi yönetmiş ve doğru pazarlama stratejileri uygulamış firmaların ayakta kalacağını söyleyen Demirci, diğerleri-

nin ise doğanın kanununda olduğu gibi eleneceğini aktarıyor.

Eskiden sadece yükün kaldırılması ve aktarılmasının yeterliyken günümüzde gelişen teknolojinin ışığında yükün taşınmasındaki zaman, hareket, hız hassasiyeti ve hareket konforu önem kazanmıştır. Yüklerin tonajlarında ve kaldırma yüksekliklerinde ciddi artışlar olmuş ve standart vinçlerin yanında proses vinçlerine ve otomasyona yönelik vinçlere rağbet artmıştır. Demirci, firma olarak sürekli inovasyon fikri doğrultusunda Ar-Ge faaliyetlerine hızlı bir şekilde devam ettiklerini söylüyor ve ekliyor:



“Müşteri istek ve beklentileri ön planda tutularak kalitemizin artırılması amacıyla, gelişen teknolojinin ışığında Güralp olarak tasarlamış olduğumuz GMD serisi kaldırma makinalarımız da buna en iyi örnektir.” Demirci sektörün yaşadığı sorunları ise şöyle sıralıyor: “Ne yazık ki her sektörde olduğu gibi vinç sektöründe de merdiven altı denilebilecek şekilde kurulmuş ve konvansiyonel yöntemlerle üretim yapan firmaların var olması serbest rekabeti etkilemektedir. Yatırımcıların aradıkları; düşük sermayeler ve emekler ile kurdukları işletmelerin de düşük maliyetli ama kısa süreli geçici

çözümler değil, sürekli destek alabileceklerini bildikleri bir çözüm ortağıdır. Bu bağlamda çıkarılabilecek yeni yasalar ve yapılacak sıkı denetimler ile üretim şartlarına uygun olmayan işyerlerinde ve yetkisi olmayan kişilerce üretim yapan firmalar irdelenerek haksız rekabeti kısmen de olsa engelleyebilirler. Bu noktada yatırımcıların üzerine düşen vinç alımı sırasında görüştükları firmalardan TSE, Kalite, Kaynaklı İmalat, CE, uzmanlık gibi tüm uygunluk ve yeterlilik belgelerini kontrol etmeleri ve mümkün ise imalatçı firma üretim şartlarını yerinde gözlemlenmelidir.”

### “İHRACATIMIZI YÜZDE 50'YE ÇIKARMAYI HEDEFLİYORUZ”

Çakmak Vinç (CMAK) Yönetim Kurulu Üyesi Ali Çakmak, kaldırma imalatı üretimi yapan firmaların çoğunun aynı yerden motor ve redüktör gurubu satın aldıklarını söylüyor. Kalite ve fiyatların birbirine yakın olmasının rekabeti arttırdığını aktaran Çakmak, bunun da karlılığı düşürdüğünü sözlerine ekliyor. Çakmak şöyle devam ediyor: “CMAK firması olarak yıllar önce bu sıkıntıları gördük ve faydalı modeli alınmış yeni CMK ürünümüzün imalatlarına geçmiş bulunmaktayız. Geliştirdiğimiz CMK serisi ürünümüz ülkemizde ve Avrupa’da iyi yönde eleştiriler almış ve kalitesiyle sektörde ilk sıralara yükselmiştir. Kolaylıktan kaçıp eski mevcut ürünü geliştirmek yerine, riske girip yepyeni bir kaldırma gurubunu müşterilerimizin hizmetine sunduk. Bundan dolayı CMAK ailesi olarak gurur duyuyoruz. Yine bir ilki gerçekleştirmenin gururunu yaşıyoruz. Ar-Ge olarak geliştirdiğimiz ve patente sahip otoblokaçlı redüktör ve vinç tahrik gurupları en kısa zamanda Türkiye ve dünyada satışa sunulacaktır. Bu üründe dünyada bir ilk olacaktır.” Kaldırma guruplarının Türk Standart Enstitüsü’nde belirli bir standardı olmadığına değinen Çakmak, pek çok firmasının birbirini taklit ederek vinç pazarına adım atıklarını söylüyor. Kaliteden ve standartlardan yoksun bu ürünlerin bilinçsiz firmalar tarafından satın alındığına da değinen Çakmak, “Bu tür firmalara dur demezsek sektörümüzü daha zor günler beklemektedir. Derneğimiz bu başlangıcı yapmış olup mücadeleye baş-

## 8,1 MİLYON DOLAR İLE ÇİN İLK SIRADA

Vinç sektörü 2009 yılı ihracatımızda Çin Halk Cumhuriyeti’nin 8,1 milyon dolar ile birinci konumda yer aldığı, bu ülkeyi 6,2 milyon dolar ile Suudi Arabistan ve 5,5 milyon dolar ile Fas’ın takip ettiği görülüyor. Sektörde en büyük ithalatçı konumunda olan ABD’nin ise Türkiye’nin sektör ihracatında 58. sırada yer alması dikkat çekici. 2009 yılında sektör ihracatımızda en büyük payı alan ilk 20 ülke arasında ihracat artışı esas alındığında; yaklaşık 13 kat artış ile Hindistan’ın ilk sırada yer aldığı görülüyor. Bu ülkeyi yüzde 494,7 artış oranı ile Katar ve yüzde 333,8 artış oranı ile Suriye takip ediyor. Söz konusu dönemde ihracatımızda en büyük düşüş ise Birleşik Arap Emirlikleri’nde (yüzde 48,2) gerçekleşti.

lamıştır” diyor. Avrupa’da tanınmış ve standartlara uygun üretim yapan vinç firmalarının sayılı olduğunu belirten Çakmak şöyle devam ediyor: “Ülkemizde ise bu kontrolsüzlükten dolayı vinç imalatçısı enflasyonu yaşamaktadır. Buna lider firmalar olarak dur demeliyiz. Tüketicilere, belirli markaların dışında alım yapmamaları konusunda uyarılarda bulunmalıyız. Devamlı seminerler vermeliyiz. Bilinçli tüketiciler oluşturmalı, kaliteden yoksun bu firmaları piyasada yaşatmamalıyız. FEM normlarında olmayan sonsuz dişlilerden vinç imalatı yapılamayacağı tüketicilere seminerlerle anlatılmalıdır. Bu tür imalat yapan firmalar teşhir edilmelidir.” “2010 yılında ihracat oranımızı yüzde 50’lere yükseltme gayreti içinde olacağız” diye konuşan Çakmak, talep artışı düşünüldüğünden dolayı fabrikalarının gelişme bölümünü 2010 sonuna kadar devreye alınacağını söylüyor. Çakmak ayrıca, kalitesiz Çin mallarının İngiliz malı diye Türkiye’ye sokulmakta ve işletmelere ucuz bir şekilde satılmakta olduğunu söyleyerek, “İşletmesini, işçilerini ve malını düşünen firma sahipleri kaliteden yoksun bu çıkma ürünlerini işletmelerine sokmamalıdır. Bu ürünlerin Türkiye ye sokulması sanayimizi hançerlemektir” diye konuşuyor.

### Kaynaklar:

- Türkiye İstatistik Kurumu
- International Trade Center(ITC) [www.trademap.org](http://www.trademap.org)
- European Federation of Material Handling ([www.fem-eur.com](http://www.fem-eur.com))
- Kule Vinç Sektör Raporu 2009



# Türk savunma sanayi dünya devleriyle yarışıyor

**SAVUNMA SANAYİİ MALİ BOYUT AÇISINDAN HENÜZ TÜRKİYE'NİN EN BÜYÜK SEKTÖRLERİ ARASINDA DEĞİL ANCAK TÜRK SİLAHLI KUVVETLERİ'NİN GEREKSİNİMİNİ YÜZDE 50'YE YAKLAŞAN BİR ORANDA KARŞILADIĞI GİBİ ULUSLARARASI PAZARDA DÜNYANIN TEKNOLOJİ DEVLERİYLE BAŞARIYLA YARIŞIYOR.**

**S**avunma sanayii her ülkede kendi silahlı kuvvetlerine hizmet etmek için yola çıkan; ama gelişimi paralelinde yurt dışına yönelen bir sektör. NATO gibi dünyanın en modern ordularının yer aldığı bir örgüt içindeki Türk Silahlı Kuvvetleri'nin yeterince iyi olmayan bir biçimde donatılması da düşünülemez. Bu nedenle Türk savunma sanayi de ileri teknolojiye özgün ürünler geliştirmeyi, üretmeyi ve hem yurt içinde hem de uluslararası pazarda rekabet ortamında satmayı temel strateji olarak benimsiyor. Savunma sanayii mali boyut açısından henüz Türkiye'nin en büyük sektörleri arasında değil ancak, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin gereksinimini yüzde 50'ye yaklaşan bir oranda karşıladığı gibi uluslararası pazarda dünyanın teknoloji devleriyle başarıyla yarışıyor. Moment Expo'nun sorularını yanıtlayan SASAD (Savunma Sanayii İmalatçılar Derneği) Genel Sekreteri M. Kaya Yazgan da sektör olarak uluslar arası pazarlarda dünya devleriyle yarıştıklarını söylüyor.

## “SEKTÖRÜN GELİŞMESİNE KATKIDA BULUNUYORUZ”

SASAD (Savunma Sanayii İmalatçılar Derneği) Genel Sekreteri M. Kaya Yazgan SASAD'ın çalışmalarını iki grupta topluyor: “Birincisi Silahlı Kuvvetler, Milli Savunma Bakanlığı, NATO ve Savunma Sanayii Müsteşarlığı'ndan gelen duyuruları, toplantı çağrılarını, istekleri



**M. Kaya Yazgan**  
SASAD Genel Sekreteri

*Son yıllarda sektörde gördüğümüz gelişmeyi de özellikle Savunma Sanayii Müsteşarlığı'nın araştırma / geliştirme / sanayileşme hedefleri açısından bu uzun soluklu ve tutarlı yaklaşımı sürdürmesine borçluyuz.*

di inisiyatifleriyle gelişen çalışmalar olduğunu söylüyor. SASAD, sektörün durumunu belirleyen anketler düzenlemekten, sorunları belirlemeye ve çözüm önerileri oluşturmaya, bu önerileri ilgililerin dikkatine sunmaya kadar bir dizi

“Birçok üyemiz makine sektöründe üretim yaptığı gibi kendisi bu dalda üretim yapmayan üyelerimiz de makine üreticileri ile yakın bir işbirliği içinde çalışıyor, yatırımlarını makine üreticilerinden temin ediyor, kendi ürettiği sistemler için makine üreticilerinden malzeme ve parça alıyor.”

üyelerimize dağıtmaktır. Bu konuda bilginin üyelerimizin kolayca ulaşabilecekleri biçimde, doğru ve ivedi dağılımına özen gösteriyoruz.” Yazgan ikinci grupta ise ‘sektörün gelişmesine katkıda bulunmak’ diye özetlenebilecek daha çok ken-

konuda çalışıyor. Bu çerçevede özel toplantılar, sempozyumlar düzenleyerek, raporlar yazdıklarını sözlerine ekleyen Yazgan, “Günümüzde Genel Sekreterliğimize danışman olarak görev yapan 7 adet kurumumuz özellikle bu gibi konular

üzerinde çalışıyor. Örneğin sektörümüzü ilgilendiren bir kararname çıkıyor ve bu konuda bir eğitim programı düzenliyoruz. ‘Tek Er Modernizasyonu’ veya ‘Sayısal Ortamda Savaş’ gibi konuların önem kazandığını görüyor ve farkındalığı arttırmak için sempozyumlar düzenliyoruz. Üyelerimizin uluslararası fuarlara katılımı, kalite veya Ar-Ge için yatırım yapmaları için teşvik almalarına yardım etmeğe çalışıyoruz” diye konuşuyor.

## “ULUSLARARASI PAZARDA DEVLERLE YARIŞIYORUZ”

Savunma sanayiinin her ülkede kendi silahlı kuvvetlerine hizmet etmek için yola çıkan; ama gelişimi paralelinde yurt dışına yönelen bir sektör olduğuna vurgu yapan Yazgan, “NATO gibi dünyanın en modern ordularının yer aldığı bir örgüt içindeki Türk Silahlı Kuvvetleri'nin yeterince iyi olmayan bir biçimde donatılması düşünülemez” diyor. Bu nedenle Türk savunma sanayiinin de ileri teknolojiye özgün ürünler geliştirmeyi, üretmeyi ve hem yurt içinde hem de uluslararası pazarda rekabet ortamında satmayı temel strateji olarak benimsediğini aktaran Yazgan, “Belki mali boyut açısından yurdumuzun en büyük sektörleri arasında değiliz. Ama görevimizi doğru biçimde yaptığımızı, Silahlı Kuvvetleri'nin gereksinimini yüzde 50'ye yaklaşan bir oranda karşıladığımızı, uluslararası pa-



zarda dünyanın teknoloji devleriyle başarıyla yarıştığımızı söyleyebilirim” diyor.

### “KRİZİN DOLAYLI ETKİLERİNİ YAŞADIK”

Savunma sanayi sektörünün kendine özgü bazı özellikleri olmakla birlikte Türkiye sanayiinin yaşadığı genel sorunları –farklı boyutta da olsa- yaşadıklarının altını çizen Yazgan şöyle devam ediyor: “Bildiğiniz gibi Gayri Safi Yurt İçi Hasıla artışı 2004’den beri azalma eğilimindedir. Sanayi endeksi 2007’den beri azalıyor, işsizlik ve gelir dağılımındaki adaletsizlik, bölgesel dengesizlik gibi sorunlar kronik niteliklerini koruyordu. 2008 yılı sonbaharında başlayan küresel ekonomik kriz olumsuz gelişmeleri hızlandırdı ve ekonomi küçülmeye başladı. Bizim sektörümüzde satın almalarda veya kamu ödemelerinde bir aksama olmadı. Ama özellikle küçük boyutlu firmalar için kredi almak, teminat mektubu vermek zorlaştı. Ayrıca savunma sektöründe çalışan birçok kuruluşun sivil ürünleri de vardır. Sivil satışlarda ve ihracatta yaşanan daralma üyelerimizi bu açıdan doğrudan etkiledi. Krizin dolaylı

etkilerini de acı bir biçimde yaşadık. Savunma sanayicisinin alt yüklenicileri zorluk yaşayınca zorluk kuşkusuz bizim sektörümüze de yansıdı.”

## DEVLETEN DEVLETE İHRACAT KREDİSİ

Öncelikle Türkiye'nin geneli için üretme, istihdama yönelik politikaların uygulanmasının çok önemli bir boyut olarak öne çıktığını aktaran Yazgan, bu genel konuda çözümler geliştirilmesi için sanayi odaları ve TOBB çerçevesinde çalıştıklarını söylüyor. Yazgan ayrıca, savunma sektörünün özelinde ise daralan pazarda özgün ürünlerin ihracatının, teslim edilmiş ürünler için bakım – onarım desteğinin ve yatırımcı kamu kurumlarının aldıkları ürün ve hizmetlerde yurt içi üreticiye yönelik çalışmaların öne çıkması için çalıştıklarını belirtiyor. Türkiye'nin savunma programları açısından bakılırsa savunma sektörünün, her şey bir yana, uzun soluklu bir planlamaya dayandığını ifade eden Yazgan, “Son yıllarda sektörde gördüğümüz gelişmeyi de özellikle Savunma Sanayii Müsteşarlığı'nın araştırma / geliştirme / sanayileşme hedefleri açısından bu uzun soluklu ve tutarlı yaklaşımı sürdürmesine borçluyuz. Daha büyük hedeflerle yönelmemiz bu uygulamanın sürdürülmesine bağlı olacaktır” diyor. İhracat açısından bakıldığında rakiplerin devletten devlete ihracat kredisi olanaklarını başarıyla uyguladıklarının görüldüğüne de vurgu yapan Yazgan, sektör ihracatının artması için Türkiye'nin de benzer bir mekanizma oluşturmasının çok yararlı olacağını söylüyor.

## “SAVUNMA SANAYİ SANAYİCİMİZE ÖRNEK OLUYOR”

Savunma sanayiinin genel sanayileşme çabalarına özellikle iki boyutu ile katkıda bulunması gerektiğine inandıklarını aktaran Yazgan, şöyle devam ediyor: “İlk göze çarpan boyut bizim sektörümüzde uygulanan ileri teknolojidir. Gerek ürünlerin içerdiği, gerekse üretimde kullanılan teknolojiler dünyanın en gelişmiş ülkeleri ile karşılaştırılabilir. Sektörün içinde olduğu teknik rekabet bunu zorunlu kılmaktadır. Yurdumuzda birçok sanayi dalında öz kaynaklardan araştırma geliştirme harcamalarına ayrılan pay cironun



yüzde 1 veya 2'si boyutunda iken, bu oran birçok üyemizde yüzde 5- 10 dolayındadır. Bu yaklaşım bir özenti gereksiz bir masraf da değil. Gerek Türk Silahlı Kuvvetleri'ne hizmet etmenin gerekse ihracat yapmanın tek yolunun özgün ve üstün nitelikli ürünler geliştirmek olduğunu biliyoruz. Bu özellik ve niteliğimizle yurdumuz sanayiine örnek olabileceğimize inanıyoruz.” İlk bakışta görülmesi zor da olsa savunma sektöründe uygulanan yönetim yöntemlerinin de sektörün ikinci özel boyutumuzu oluşturduğunu aktaran Yazgan, “Proje, kalite, konfigürasyon, risk yönetimi gibi bir dizi kavramın uygulandığı; kurumsal yapıların, planlama ve yazılı belgelerin çok önemli olduğu savunma sektörünün bu gibi yönleri ile de sanayicimize, işletmecimize önemli örnekler oluşturduğuna inanıyoruz” diye konuşuyor.

## “MAKİNE SEKTÖRÜYLE İŞBİRLİĞİNDEYİZ”

Yazgan savunma ve makine sektörü arasındaki ilişkiden de bahsediyor: “Kuşkusuz bu iki sektör arasında çok büyük bir yakınlık var. Birçok üyemiz makine sektöründe üretim yaptığı gibi kendisi bu dalda üretim yapmayan üyelerimiz de makine üreticileri yakın bir işbirliği içinde çalışıyor. Yatırımlarını makine üreticilerinden temin ediyor, kendi ürettiği sistemler için makine üreticilerinden malzeme ve parça alıyor. Zaten daha önce de değindiğim gibi savunma sektörü kendine özgü nitelikleri yanında yurdumuzun genel sanayileşmesi kapsamında yer alıyor; bağımsız, kopuk, özel bir vaha gibi algılanması, düşünülmesi yanlış olacaktır.”

# TÜRKİYE'DE PATENT KORUMASI VE MAKİNE SEKTÖRÜ AÇISINDAN BİR DEĞERLENDİRME

**U**luslararası platformda sayısal açıdan en çok yasal düzenleme yapılan konular arasında fikri ve sınai mülkiyet hakları yer almaktadır. 21 yüzyıla damgasını vuran önemli gelişmeler arasında ekonominin küreselleşmesi, bilgi teknolojilerinin gelişmesi ve sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş süreci sayılabilir. Bu süreç içinde, teknolojik gelişmelerin ticari alanda uygulamaya konulması yeni mal ve hizmetlerin geliştirilmesine yol açmanın yanı sıra büyük zihinsel faaliyetler sonucunda ortaya çıkan bu yeni mal ve hizmetlerin izinsiz kullanımına da olanak tanımaktadır. İşte bu konuyla ilgili en önemli yasal düzenlemelerden biri patent sistemine ilişkindir. Yapılan yatırımların ve çalışmaların sonucu olarak katma değer yaratacak bir buluş ortaya çıkarıldığında ve piyasaya sürüldüğünde, rakiplerin aynı zahmeti çekmeden ve aynı maliyetlere katlanmadan buluş konusu ürünü veya üretim yönetimini taklit etmemesi için bir önlem alınmalıdır. Patent sistemi, buluşların korunmasında kullanılan en önemli yasal araçların başında yer almaktadır. Patent hakkı, buluş sahibine buluşu üzerinde belirli bir süre için



**PROF. DR. HABİP ASAN**

mutlak ve inhisarı yetki sağlar. Bu hak buluş sahibine, izinsiz kullanmalara engel olmak yetkisi ile beraber, hakkını üçüncü kişilere devretmek ya da belirli bir süre için üçüncü kişilerin buluştan yararlanmasına izin vermeyi de kapsar. Patent sisteminin temel amacı teknik, ekonomik ve sosyal gelişmenin sağlanmasıdır. Bu gelişmelerin sağlanabilmesi için toplumun teknolojik gelişmişlik düzeyinin yükseltilmesi, teknolojik seviyenin yükseltilebilmesi için de teknik alana buluşların ve yeniliklerin ilave edilmesi, yani teknik alanın zenginleşti-

rilmesi gerekir. Ancak teknik alanın zenginleştirilmesi kolay değildir. Bunun yapılabilmesi için gerçekten yeni buluşlar ortaya çıkartılmış olmalıdır. Yeni buluşların ortaya çıkartılabilmesi ve böylece teknolojik gelişmenin sağlanabilmesi için, yenilik üretenlerin teşvik edilmeleri gerekir. Çünkü yeni buluşların ortaya çıkartılabilmesi için emek, zaman ve sermayeye ihtiyaç vardır. Buluş yapmak için çaba harcayan kimse bu çabasının karşılığını alamadığı takdirde, bir daha buluşlar ortaya çıkarmak için uğraşmayacaktır. Bu nedenle, ortaya buluş çıkartan kimselerin desteklenmesi teşvik edilmesi gerekir.

Hukuki anlamda buluş yapanlar için en büyük teşvik, buluş yapanların etkili bir korumaya sahip olmasıdır. Etkili bir koruma sağlandığı takdirde kişi veya firmalar, ortaya çıkardığı yenilikler kendilerinde sır olarak saklanmayacak ve toplumla paylaşılacaktır. Açıklanan bu yeni bilgilerin kullanılması suretiyle daha başka yenilikler gerçekleştirileceği düşünüldüğünde, toplumun teknolojik gelişmişlik düzeyi de yükselecektir. O halde, patent sistemi bir yandan yeni şeyler ortaya çıkartan buluşçuları teşvik ederken, diğer yandan toplumun

**TÜRKİYE'DE PATENT KORUMASININ TARİHİ GELİŞİMİNİ İNCELEDİĞİMİZDE, BU ALANDAKİ İLK YASAL DÜZENLEMELERİN OSMANLI DÖNEMİNDE YAPILDIĞINI GÖRMEKTEYİZ. İLK OLARAK 1879 TARİHLİ İHTİRA BERATI KANUNU İLE PATENT KORUMASI ALANINDA DÜNYADA PEK ÇOK ÜLKEDEN ÖNCE HAREKET EDİLMİŞTİR.**

## **Prof. Dr. Habip ASAN - Türk Patent Enstitüsü ve Yönetim Kurulu Başkanı**

Prof. Dr. Habip ASAN 1964 yılında Trabzon'da doğdu. 1979 yılında İstanbul Kabataş Erkek Lisesi'ni bitirdi. 1985 Yılında Karadeniz Teknik Üniversitesi, Makine Mühendisliği Bölümünden mezun oldu. 1988-1990 yılları arasında ABD'nde Texas Tech University'de yüksek lisans çalışmalarını, 1990-1994 yılları arasında da aynı üniversitede doktora çalışmalarını tamamladı. ABD'de bulunduğu süre içinde Amerikan Ulusal Bilim Vakfı (NSF) ve Chrysler Firmasının projelerinde çalıştı. 1994 yılında Türkiye'ye dönerek Karadeniz Teknik Üniversitesi, Makine Mühendisliği bölümünde akademik çalışmalarını sürdürdü. 2000 yılında Doçent, 2005 yılında Profesör oldu.

Üniversite bünyesinde bir çok idari görevlerde bulunan Prof. Dr. Habip ASAN'ın çoğu uluslararası olmak üzere 30'un üzerinde bilimsel makalesi bulunmaktadır.

7 Aralık 2007 tarihinde Türk Patent Enstitüsü Başkan Yardımcısı olarak görevlendirilen Prof.Dr. Habip ASAN, 15 Ekim 2008 tarihinde Enstitü Başkanı ve Yönetim Kurulu Başkanı olarak atandı.

İngilizce bilen Prof. Dr. Habip ASAN, evli ve üç çocuk babasıdır.

menfaatlerini gözetmek durumundadır. Yani patent sistemi ile hedeflenen, kamunun menfaatleri ile bireyin menfaatleri arasında bir denge kurmaktır. Kamunun ulaşılabilir nitelikteki bilgilerden kayıtsız ve şartsız yararlanabilme konusundaki haklı çıkarıyla, buluşu ortaya çıkartmak için emek, zaman ve sermaye harcayan veya yatırımda bulunan kişi ve kurumların ödüllendirilmelerini istemeye yönelik çıkarları arasında paralellik sağlamak patent sisteminin temel amacını oluşturmaktadır. Değişik sanayi altyapısı, teknolojik gelişmişlik düzeyi ve ekonomik özelliklere sahip ülkelerin var olduğu dünyamızda, ekonomik ve teknolojik gelişme ile sınaî mülkiyet haklarının, özellikle "patentlerin" ilişkisi pek çok araştırmacı tarafından sürekli tartışılmaktadır. Özellikle 1995 yılında yürürlüğe giren ve bugün 150'den fazla ülkenin taraf olduğu Dünya Ticaret Örgütü Kuruluşu (DTÖ) Anlaşması ve bu Anlaşmanın eklerinden biri olan Ticaretle Bağlantılı Fikri ve Sınaî Mülkiyet Hakları Anlaşması (TRIPS) kapsamında fikri ve sınaî mülkiyet haklarının tüm ülkelerde etkin ve eşit biçimde korunması zorunluluğu doğmuştur. Bu zorunluluk kapsamında ülkeler mevzuatlarını TRIPS An-

laşmasına uygun hale getirme ve etkin koruma sistemlerini kurma yolunda çalışmalar yürütmeye başlamışlardır. Bir ülkede korumanın olmaması halinde başka ülkelerde korunan ürünlerin, bu ülkede üretilip, koruma kapsamındaki diğer ülkelere pazarlanması da mümkün değildir. Günümüzde özellikle 1995 yılında yürürlüğe giren TRIPS Anlaşmasının yürürlüğe girmesi sonrasında korumanın olmadığı ülkelerin sayısının çok azaldığı ve bunların da sadece sanayisi hiç gelişmemiş ülkeler olduğu göz önüne alındığında patent hakkı ile korumamanın hiçbir avantajı kalmamaktadır.

Sanayi ve teknolojik faaliyetlerin göstergesi olarak buluşların ekonomik büyümeye etkisi üzerine pek çok araştırma yapılmıştır. Ulaşılan sonuçlar bilimsel ve teknolojik faaliyetlerin buluşlara ve yeniliklere yol açarak ülkelerin ekonomik büyüme ve gelişmesine katkıda bulunduğu yönündedir. O halde gelişmiş ülkelerin ekonomik bakımdan gelişmesinde en önemli etken yeni teknolojilerin üretilmesi, teknolojik gelişmelerin sanayiye uygulanması ve bu gelişmelerin diğer ülkelere pazarlanmasıdır. Bu teknolojik gelişimin göstergesi olarak kullanılacak en önemli gös-

tergelerin başında patentler gelmektedir. Ülkelerin patent sayıları ile Gayri Safi Milli Hâsılları (GSMH) arasındaki ilişkiyi ortaya koymaya yönelik çalışmalarda bu iki değişken arasında istatistiksel anlamda önemli bir ilişki olduğu ve bu ilişkinin çift yönlü bir etkiye sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Başka bir ifade ile, günümüzde yaygın olarak benimsenen ve araştırmalarla da desteklenen görüşe göre ülkelerin zenginliği arttıkça patent koruması önem kazanır ve patent korumasına verilen önem arttıkça da ülkelerin zenginliği artar. Amerika ve Japonya gibi günümüzün güçlü ekonomileri ile Çin ve Güney Kore gibi günümüzün yıldızı parlayan ekonomilerinin patent istatistikleri bu görüşü doğrulamaktadır. Söz konusu ülkelerde patent başvuruları yıllık birkaç yüzbinle ifade edilen sayılara ulaşmıştır. Ancak Türkiye'de tüm sektörlerde ihmal edilen bir konu, üretim ve kaliteye önem verildiği kadar, inovasyon, Ar-Ge ve başta patent olmak üzere sınaî mülkiyet haklarının sanayicilerimiz tarafından tam olarak anlaşılabilmesi ve buna paralel olarak kullanılmaması sonucunda rekabet gücünün istenen seviyeye getirilememesidir.



Türkiye’de patent korumasının tarihi gelişimini incelediğimizde, bu alandaki ilk yasal düzenlemelerin Osmanlı Döneminde yapıldığını görmekteyiz. İlk olarak 1879 tarihli İhtira Beratı Kanunu ile patent koruması alanında dünyada pek çok ülkeden önce hareket edilmiştir. 1990’lı yılların başlarında Türkiye bir yandan Avrupa ile Gümrük Birliği müzakerelerini diğer taraftan da DTÖ görüşmelerini sürdürürken, gelecekte uluslararası ticaretin patent ve diğer sınai mülkiyet haklarının etkin ve uluslararası standartlarda korunması temeline dayandığı ve bu hakları etkin biçimde korumayan ülkelerin ekonomik güçlükler ve belki de çok önemli yaptırımlara maruz kalacağı gerçeğini dikkate almış ve Türkiye’de etkin bir patent ve sınai mülkiyet koruması için gerekli tüm sistemi uluslararası anlaşmalarla uyumlu ve gelişmiş ülkelerde olduğu gibi eşdeğer biçimde kurmayı hedeflemiştir. Bu hedefe ulaşmanın ilk adımı, Türk Patent Enstitüsü’nün (TPE) 24 Haziran 1994 tarihinde kurulmasıyla atılmıştır. Bu adımı, 27 Haziran 1995 tarihinde aralarında 551 Sayılı Patent Haklarının Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname (KHK) olmak üzere diğer sınai mülkiyet haklarına ilişkin KHK’ların yürürlüğe girmesi izlemiştir. Ancak, etkin bir patent sisteminin varlığı için bu yeterli değildir ve bu kez geçmişte yapılan hatalar tekrar edilmeyerek, Enstitü’nün kurulmasından sonra da tüm dünya ile uyumlu bir sisteme sahip olmak adına gerekli çalışmalar devam etmiştir.

Ülkemiz açısından patent korumasına ilişkin daha detaylı bir değerlendirme yapıldığında, gelişmiş olan ülkelere nazaran patent başvuru sayılarının ülkemiz potansiyelini yansıtmadığı görülmektedir. Ancak son yıllarda Türkiye’de yapılan toplam patent başvurularını ve yerli patent başvurularını değerlendirdiğimizde, sayıların önemli bir artış trendi içinde olduğunu görebiliriz. Aşağıdaki tablodan 2000 – 2009 yılları arasında Türkiye’de yapılan yerli ve toplam patent başvurusu sayılarını görmek mümkündür. Daha önce de belirtildiği gibi, gerek yerli gerekse toplam başvuru sayılarında yıllar itibarıyla önemli bir artış gözükmemektedir. 2000 yılında sadece 256 olan yerli patent başvuru sayısının 2009 yılında 2588’e ulaşması bu alandaki artışları daha da anlamlı kılmaktadır. Gelinen bu nokta, TPE’nin yürütmüş olduğu bilinçlendirme faaliyetlerinin de katkısıyla, toplumda patent bilincinin arttığının önemli bir göstergesi olarak düşünülebilir. Diğer taraftan 2009 yılında yaşanan küresel ekonomik krizin etkisiyle dünyanın pek çok ülkesinde başvuru sayıları %8-10 oranında azalırken ülkemizde yerli patent başvuruları %14 art-

mıştır. Faydalı model başvuruları ile birlikte değerlendirildiğinde 2008 yılından itibaren 10 binin üzerinde buluş için TPE’ye başvuru yapılmaktadır. Sevindirici olan bu başvurular içinde yerli başvuruların oranının %54’e ulaşmasıdır. Ülkemizde patent mevzuatının yenilediği 1995 yılında bu oran sadece % 12’dir. Sektör olarak ele alındığında, dünyada hızla gelişen sektörler arasında yer alan makine sektörü, tüm ülkeler için sadece sanayileşmenin değil, Türkiye gibi geçmişinde tarıma dayalı ülkelerde toplumun, tarım toplumundan bilgi toplumuna geçişi için bir tetikleyici mekanizma görevini de görmektedir.



**MAKİNE SEKTÖRÜNDEN YAPILAN BAŞVURULARIN ORANINI BELİRLEMeye YÖNELİK IPC SINIFLARI İLE NACE KODLARI ARASINDA İLİŞKİ KURULARAK YAPILAN 2000-2008 YILLARINI KAPSAYAN ÇALIŞMADA İSE YÜZDE 27,03 İLE EN FAZLA BAŞVURUNUN BAŞKA YERDE SINIFLANDIRILMAMIŞ MAKİNE VE TEÇHİZAT İMALATI SEKTÖRÜNDEN YAPILDIĞI GÖRÜLMEKTEDİR.**



Çünkü makine sektörünün gelişmesi için mühendislik bilimi ile birlikte, kalite, yönetim, bilişim teknolojilerinin de kullanılması gereklidir. Dolayısı ile makine sektöründe Türkiye'nin iyi olması demek toplumun klasik iş gücüne dayalı rekabette, fikri sermayeye dayalı rekabete, dolayısı ile toplumun gelir seviyesinin artmasına, yaşam kalitesini iyileştirmeye ve refahının yükselmesine imkân vermektedir.

Patent başvuru istatistikleri ekonomik refah düzeyinin bir göstergesi olmanın yanı sıra sektörel gelişimin bir göstergesi olarak da kullanılabilir. 1971 yılında Strazburg Anlaşmasıyla yürürlüğe

giren Uluslararası Patent Sınıflandırması (IPC) ile buluş konularını ait oldukları farklı teknolojik alanlara göre sınıflandırmak mümkündür. Sekiz ana sınıftan oluşan bu sistem içinde "F sınıfı" Makine mühendisliği alanında buluşların yer aldığı bir sınıf olarak tanımlanmıştır. Bu bağlamda, Türkiye'de makine sektörü ile ilgili buluşların, toplam içindeki payını belirlemek mümkün olmaktadır. Ancak, toplam içinde yaklaşık %10'luk bir paya sahip olan bu sınıfta yer alan buluşların yanı sıra diğer sınıflarda da makine sektörüne ilişkin buluşların var olduğu düşünülürse, makine sektöründeki buluşların tamamının toplam patent başvuruları içindeki payı daha yüksektir. Diğer taraftan sektörden yapılan başvuruların oranını belirlemeye yönelik IPC sınıfları ile NACE kodları arasında ilişki ku-

ru olarak yapılan 2000-2008 yıllarını kapsayan çalışmada ise %27,03 ile en fazla başvurunun (29) Başka Yerde Sınıflandırılmamış Makine ve Teçhizat İmalatı sektöründen yapıldığı görülmektedir. Her ne kadar en fazla başvuru bu sektörden geliyor olsa da sektöre ilişkin başvuruların toplam içindeki oranının düşük olması şaşırtıcıdır. Oysa ülkemizde, günümüz şartlarında günlük ev aletlerinden otomotive, endüstriden medikal makine ve malzemelere, birçok alanda makine veya makine parçaları tasarlanabilmekte ve üretilmektedir. Dolayısıyla makine sektöründe yer alan patent başvurularının toplam içinde daha fazla bir paya sahip olması gerekir.

Patent sisteminin, bir ülkenin teknolojik ve ekonomik gelişmesini ve her şeyden önemlisi dünya üzerinde politik gücünü etkileyen çok önemli bir faktör olduğunu söylemek mümkündür. Patent sayılarını arttırmak için de Ar-Ge çalışmalarının artmasının yanı sıra Ar-Ge'ye harcanan yatırımların verimli kullanılmasının gerekli olduğu tartışılmaz bir gerçektir. Çünkü bir ülkede bilim ve teknolojinin gelişmesinin ön şartlarından biri bunun için gerekli alt yapının mevcut olmasıdır. İyi işleyen bir Ar-Ge sistemi ile teknolojik birikim, üretim ve yeni yatırımların uygulanması ile ilgili öğrenme, insan sermayesine ayrılan kaynaklar ülkeler arasında oluşan farklılık, kendini teknolojik fark olarak gösterecek ve bu nedenle ülkeler de farklı ekonomik gelişme gösterecektir. Ekonomik gelişmenin bu en önemli unsuru olan buluşların korunmasını sağlayacak etkin bir patent sistemi; etkin bir patent hukukunun varlığı, yürütücü organ olan TPE'nin hızlı ve düşük maliyetli bir politika izlemesi ve yargı organlarının bu hakların korunmasında yeterli ve etkili olabilmesiyle oluşturulabilecektir.

# ACENTELİK/DİSTRİBÜTÖRLÜK SÖZLEŞMELERİ

**Distribütörlük Anlaşması:** Üretici/İhracatçı firma (tedarikçi) ile bu firmanın ürünlerinin yurtdışında dağıtımını veya pazarlamasını sağlayacak firma arasında yapılan bir anlaşma türüdür. Esası, tedarikçiden alınan malların anlaşma kuralları çerçevesinde tekrar satılmasıdır.

**Acentelik Anlaşması:** İhracatçı firmanın ticari işlerinin bir kazanç karşılığı firma adına yürütülmesi olarak özetlenebilir. Esası, ihracatçı firmayla yapılan anlaşma çerçevesinde bir hizmet verilmesine dayanır.

Genel uygulama çerçevesinde, acente, tedarikçi firmayı bağlayacak anlaşmaları imzalama yetkisine sahiptir. Buna karşın distribütörün yaptığı anlaşmalar tedarikçi firmayı bir yükümlülük altına sokmamaktadır. Bu kapsamda, acentelikte ürün satışı için yapılan sözleşmeler tedarikçi ile müşteri arasında olurken, distribütörler ürün satış anlaşmalarını kendi adlarına yapmaktadır. Genellikle acente, tedarikçi adına yaptığı satış anlaşması kapsamında bir yükümlülük altına girmemektedir. Örneğin; tahsil edilemeyen alacaklara ilişkin riski satıcı, yani tedarikçi firma yüklenmektedir. İhracatçı, satış üzerinden acenteye komisyon ödeme yükümlülüğündedir. Distribütör ise satışı tedarikçiden bağımsız (kendi adına) yapar. Acente kanalıyla yapılan satışlarda fiyat üzerinde kontrol yetkisi varken, distribütör satışlarında tedarikçinin fiyat kontrolü sınırlanabilir. Tedarikçi firma, ülkeye yönelik mevcut/planlanan iş hacmi, fiyat politikası, pazar bilgisi, risk tercihleri ve personel yapısına bağlı olarak kendisine uygun anlaşma türünü belirlemektedir.

Acente/distribütörlük sözleşmesinin amacı temel olarak; iki kuruluş arasındaki ilişkiyi tanımlamak, bu ilişkiyi hukuki temellere oturtmak, ticari hedefleri ve çalışma şekillerini belirlemek, çıkabilecek anlaşmazlıkların nasıl çözümlenebileceğini göstermektir.

Firmaların taraf olacakları bu türden anlaşmalarda, anlaşmanın tanımı yani yapılan anlaşmanın bir distribütörlük/ acentelik anlaşması olduğu belirtilmelidir. Bu anlaşmalar, amaç ve kapsam bakımından, konusu alım-satım olan diğer anlaşmalardan daha detaylı bir düzenleme gerektirdiğinden, anlaşma koşullarının taraflarca titizlikle incelenerek belirlenmesi önerilir. Doğabilecek anlaşmazlıkları önlemek için anlaşmanın mümkün olduğunca detaylı şekilde yazılı hale getirilmesi önem arz etmektedir.

Anlaşma sağlandıktan sonra bağlayıcı bir sözleşme imzalanmadan önce aracının performansını test etmek iyi bir fikir olabilir. Aracının performansından

memnun kalınmaması halinde ilişkiyi sona erdirmek daha kolay olacaktır. Bir aracılık sözleşmesi imzalarken aracının ülkesinde yürürlükte olan kanunlar hakkında bilgi edinmek ve bir avukata danışmak faydalı olacaktır. İptal maddelerine karşı özellikle dikkatli olmakta fayda bulunmaktadır. İptalın otuz gün önceden uyarısına ilişkin bir metin yeterlidir. Hiç kimse uyarıdan sonra hasmane olması olası bir distribütör veya acenteye uzun bir dönem yasal olarak bağlı kalmak istemez. Bazı ülkelerde mevzuat gereği sadece siz istediğiniz için dağıtım sözleşmesini iptal edemezsiniz. Yerel yasalar satılmamış malları geri almanızı ve nakliye de geri ödemenizi zorunlu kılabilir. Bir iptal halinde distribütöre yönelik tazminat hükümlerini düzenleyen yerel yasaların önceden gözden geçirilmesi gerekir. Birçok ülkeye dağıtım için tek bir distribütör kullanılıyor ise dağıtım ilişkilerini firmaya en uygun düzenleyen yasalara sahip ülke seçilmelidir. Sözleşmenin bir avukat ya da bir uzman tarafından onaylandıktan sonra imzalanması yararlı olacaktır.

Bir sözleşmede bulunması gereken bazı detaylar şöyle sıralanabilir:

## ANLAŞMA TARAFLARI

Anlaşmada tarafların kimlik ve adres bilgileri açık olarak yazılmalıdır. Bu türden anlaşmayı imzalayan tarafların çoğunlukla farklı uyruklu firmalar olduğu göz önünde bulundurulmalı ve anlaşmada tarafların isim, adres ve unvanlarına, farklı ülkelerdeki firmaların buldukları ülkelerin ticaret sicillerinden doğrulanmak suretiyle yer verilmelidir.

## ÜRÜN TANIMI

Kapsamına giren ürünler, tanımları ve markaları ile anlaşmaya sokulmalı, gerekirse kullanılışı ve satış biçimleri anlatılmalıdır. İhracatçı, ürünlerinin tümü için aynı kuruluşa distribütörlük vermek istemeyebilir. O durumda distribütörlüğün ihracatçının tüm ürünlerine değil, belirli ürünlere özgü olduğu belirtilmelidir.

İhracatçının çıkaracağı yeni ürünleri pazarlamaya distribütörün hakkı olup olmadığı, onun benzeri ürünleri pazarlamakta serbest mi olduğu da açıklanmalıdır.

İhracatçı, satıcı/aracısına makul bir gerekçe suna-

rak imalatı kesme hakkını elinde tutmalıdır. Rakip ürünlerin temsilciliği ancak bazı şartlar altında serbest bırakılabilir veya tamamen iptal edilebilir. Bu nedenle rakip, rakip olmayan ürün kavramı açıkça belirtilmelidir.

## KAPSANAN BÖLGE

Her bölge açıkça tanımlanmalıdır. Bu tanım tek bir kasaba sınırlarından ibaret olabileceği gibi, herhangi bir ülkenin veya eyaletin bir bölgesi veya sınırları içindeki tüm alanlar da olabilir. Bunlar enlem ve boylamlarla da tanımlanabilir.

## KAPSAM SINIRLARI

Distribütörün bölgesinde tek yetkili olup olmayacağı, anlaşmada gösterilmelidir. İhracatçı gerektiğinde o bölgede kendisi de bazı müşterilere doğrudan satış yapmak istiyorsa veya aynı bölgede birden fazla kişiye distribütörlük verecekse anlaşmayı "tek satıcılık" ilkesine göre yapmamalı, distribütör kendisinin tüm satışlar için tek yetkili merci olmadığını bilmelidir. Ayrıca, kendi kanalından geçmeyen, ancak bölgesinde yapılan satışlardan distribütörün komisyon alıp almayaacağı da belirtilmeli, distribütörün satış yapmakla yükümlü olduğu müşteri kategorileri de saptanmalıdır. Örneğin, sadece toptancılara mı yoksa perakende noktalarına mı gidelecektir? Süpermarket zincirleri hangi kategoriye girer? Bu tür sorular anlaşmada yanıtlanmalıdır.

## ANLAŞMA SÜRESİ, YENİLEME, FESİH

Dış ticaret ilişkilerinde firmaların başka ülkelerde bulunması, çoğunlukla anlaşmanın aynı zaman ve mekânda imzalanmasına imkân vermez. Bu sebeple anlaşmanın imzaların tamamlandığı tarihte mi yoksa tarafların belirleyeceği ileri bir tarihte mi yürürlüğe gireceği ve hangi şartlar altında sona ereceği açıkça belirtilmelidir.

Anlaşmanın hangi şartlar altında normal olarak yenilenmiş sayılacağı, hangi şartların bağlayıcılığının sözleşmenin süresinden önce (fesihten önce) sona ereceği ya da fesihten

önce ne kadar sürelik zaman verilmesi gerektiği açıkça belirlenmelidir. Bazı durumlarda, ulaşılmaması beklenen en düşük hedef (satış tutarı) gibi hedefler de anlaşmaya konabilmekte, anlaşmanın devamı bu şarta bağlanabilmektedir.

Distribütörlük anlaşmasının, uygulamada sıkça karşılaşılan sorunlar nedeniyle süreli olarak yapılması önerilir. Süresiz yapılan bu tür anlaşmaların, taraflar bakımından da süresiz bağlayıcı olacağı unutulmamalı ve anlaşmadan kaynaklanan hukuki sorumluluklarının da süresiz devam ettiği bilinmelidir.

## DENEME SÜRESİ

Bir sözleşme yapılırken taraflar iyi niyetli olsalar dahi, iyi niyet yeterli olmamaktadır. Bu amaçla, bir yıl gibi bir deneme süresinin konulmasında yarar vardır.

## FESHİN SONUÇLARI

Fesih durumunda komisyon ödemesi, stokta kalan malın satışı veya geri alınması, örneklerin geri gönderilmesi gibi hususlar anlaşmada açıkça düzenlenmelidir.

## SATIŞ KOŞULLARI

Olabilecek anlaşmazlıkların önüne geçebilmek için, tedarikçinin satış koşullarının anlaşmada yer alması faydalı olacaktır. Bu kapsamda, teslim şartları (ex-works, CIF, FOB gibi), ödeme koşulları, fiyat politikası, ürün garantileri, distribütörün üründe yapabileceği değişiklikler (paketlenme gibi), tedarikçinin siparişi yerine getirme süresi gibi hususlar anlaşmada bulunmalıdır. Komisyoncu acente olması durumunda, acentenin teslim şeklini çok iyi bilmesi, alıcıyla bunu dikkate alarak görüşme yapmasını sağlar.

## YÜKÜMLÜLÜKLER

Hem ürünlerin etkin biçimde pazarlanabilmesi ve hem de pazar konumlandırılmasının uygun olarak yapılabilmesi için, distribütörün yükümlülükleri anlaşmada açıkça sıralanmalıdır. Örneğin, ürün tanıtımı, tanıtımın ne şekilde yapılması gerektiği, reklam kotası, uygun ofis ve eleman bulundurulması, yeterli stok tutulması, ülke kanunlarına göre suç olacak işlemlerden kaçınılması, verilecek bayiliklerin koşulları, tedarikçiye pazar ve satış bilgilerinin düzenli olarak verilmesi gibi hususların açıkça belirtilmesi gerekmektedir.

## YEREL REKLAM SORUMLULUĞU

Bu, ihracatçının yetkisi dâhilinde bölgede yapılacak tanıtımın mahiyetini ve maliyetini düzenlemektedir.

## PERİYODİK RAPORLAR

Acente veya distribütörün düzenli olarak önceden belirlenmiş aralıklarla bölgedeki faaliyetleri hakkında rapor vermesi, ihracatçının da sevkiyatta meydana

gelen bir değişim hakkında sıkça iletişime geçmesi gerekmektedir.

## KOMİSYON

Acentenin alacağı komisyonun hesaplanış şekli ve oranı açıkça belirtilmelidir. Komisyon, acenteye çıkarılan faturanın brütü veya neti üzerinden olabilir. Eğer net esas alınacaksa brüt toplamdan çıkarılacak sigorta, taşıma, gümrük gibi kalemler sıralanmalıdır. Anlaşmada, kendisinden geçmeden doğrudan firmaya verilen siparişlerden acente/distribütörün komisyon alıp almayacağı belirtilmelidir.

Aynı şekilde, kendi organize ettiği ama bölgesi dışındaki gerçekleşen satışlardan acentenin alacağı komisyon ne olacaktır? Fiyat indirimini, siparişin iptali, malın gümrükten çekilmemesi veya yolda yitirilmesi gibi durumlarda acente komisyonu nasıl değişecektir?

Bu gibi sorular ile birlikte komisyonun hangi para biriminde, nereye, ne zaman ve nasıl ödeneceği sözleşmede yanıtlanmalıdır.

## TEKNİK DESTEK VE GİZLİLİK

Tedarikçinin know-how aktarımı, teknik destek ve eğitim vermesi gibi yükümlülükleri, distribütörün ise aktarılan bilgilerin gizliliğini koruması ve bu gizliliğin anlaşmanın sonrasında da devam edeceği yükümlülüklerinin anlaşmada yer almasında fayda bulunmaktadır.

## FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI

Tescil edilmiş markaların haklarının tedarikçi firmada kalacağı belirtilmelidir.

## DEVİR

Günümüzde distribütörlük hakkının diğer tarafın rızası olmadan başkasına devriyle firmalar arasındaki ticari ilişkilerin zedelenmesi ve hatta yasal yollara başvurulmak suretiyle çözüm bekleyen birçok uyuşmazlığın doğması söz konusu olmaktadır. Karşılaşılması muhtemel bu türden ticari sorunlara engel olmak amacıyla tarafların imzalayacakları distribütörlük anlaşmasına, distribütörlüğün başka kişi veya firmaya devir edilip edilemeyeceği ya da devre olumlu bakılması halinde bunun şartlarının neler olacağına dair hükümler koymalarında yarar bulunmaktadır.

## MÜCBİR SEBEP (FORCE MAJEURE)

Taraflardan birinin sözleşme yükümlülüklerini yerine getirmesini engelleyen ve tarafların kontrolü dışında olan, tarafların ya da taşımacıların, çalışanların hata veya ihmeline bağlanamayan, bütün çabalara rağmen aşılabilen ve öngörülmesi mümkün olmayan, deprem, sel, siyasi kargaşa v.b. istisnai durum ya da olaylardır.

## UYUŞMAZLIKLAR

Anlaşmanın taraflarının farklı ülkelerde bulunması sebebiyle, doğması muhtemel herhangi bir uyuşmazlık

halinde hangi ülke hukukunun uygulanacağı belirlenmeli ve bu belirleme uyarınca hangi ülke mahkemelerinin yetkili kılınacağına dair hüküm, tedarikçi ve distribütör tarafından kararlaştırılıp anlaşmaya hüküm olarak konmalıdır. Uyuşmazlığın giderilmesine yönelik, ödemelerin gecikmesine ilişkin ilave maddelerin de sözleşmede yer alması mümkündür. Ayrıca, karşılaşılan herhangi bir uyuşmazlık halinde mahkeme yoluna başvurmak yerine 'tahkim kurumu'na başvurmak, dış ticaret ilişkilerinde oldukça sık uygulama alanı bulan ve gerek hız gerek maliyet bakımından fayda sağlayan bir yol olarak bilinmektedir. Hakem kararları daha sonra mahkeme kararı ile yasalık kazanmaktadır.

## GENEL MADDE

Taraflar kontrata, aralarında gizli veya açık başka bir anlaşma olmadığını ve ilişkilerinin tümünün mevcut anlaşma kapsamına girdiğini belirten bir 'genel madde' koymalıdır. Bu ilerde taraflardan birinden kaynaklanabilecek anlaşma dışı isteklere engel olacaktır.

## İSTİSNAİ HALLER

Anlaşmanın akibetinin, ölüm, iflas, şirket birleşme ya da devralma gibi istisnai hallerde ne olacağı da hükümler arasında yer almalıdır.

## DiĞER

Tedarikçi firma ile distribütörün teslimat, pazarlama politikası ve anlaşma konusunu oluşturan ticari ilişkiden doğan tüm hak ve yükümlülükleri, anlaşmada detaylı olarak gösterilmelidir.

Yukarıda belirtilen şartlar acentelik anlaşmaları kapsamında da büyük ölçüde benzerdir. Ancak, acentelik anlaşmalarının önemli farkı, distribütöre satış gibi acenteye satış şeklinde bir uygulama olmamasıdır. Bunun yerine, acentenin verdiği hizmet için alacağı bir komisyon söz konusudur.

Acentelik anlaşmalarında, komisyon esaslı (satış miktarı, sözleşme sayısı gibi), komisyona hak kazanma şartları (satış gerçekleşmesi, ödemenin alınması gibi), komisyonun ödeneceği para birimi, ödeme süresi gibi noktalar açıklığa kavuşturulmalıdır.

Acentelik/distribütörlük sözleşmesi örnekleri ve detaylı bilgi, Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Bilgi Danışma Servisinden temin edilebilir.

www.oaib.gov.tr

### KAYNAK:

1- Acentelik ve Distribütörlük Anlaşmaları, Londra Ticaret Müşavirliği

2- Uluslararası Pazarlama, Cem Kozlu, İş Bankası Kültür Yayınları

3- 100 Soruda Dış Ticaret, İhracatı Geliştirme Etiüd Merkezi

# ÜLKELERDEN

moment 54 expo



# Lübnan

**LÜBNAN PAZARINDA ÜLKEMİZ MALLARINA KARŞI BİR MERAK VE İLGİNİN YANI SIRA KALİTE İMAJI DA YERLEŞMİŞ DURUMDA. PAZARA YÖNELİK SİSTEMATİK PAZARLAMA, TANITIM VE MARKALAŞMA FAALİYETLERİNE İHTİYAÇ BULUNMAKLA BİRLİKTE LÜBNANIN İHRACAT VE İTHALATINDA 6. SIRADA BULUNAN TÜRKİYE, 2009 YILINDA LÜBNAN'A 686 MİLYON DOLAR DEĞERİNDE İHRACAT VE 108 MİLYON DOLAR DEĞERİNDE İTHALAT GERÇEKLEŞTİRMIŞTİR.**

55

**L**übnan, coğrafi büyüklük ve nüfus olarak küçük bir ülke görünümünde bulunmasına karşın, ekonomik ve ticari açıdan, tarih boyunca olduğu gibi bugün de büyük bir öneme sahiptir. Ülke, ekonomik ticari açıdan genel olarak stratejik bir konumda bulunmakta, aynı zamanda sahip olduğu kalifiye insan gücü, dünya ölçeğinde, başta ABD, Kanada, Latin Amerika, Avustralya, Afrika ve Avrupa Birliği ülkeleri olmak üzere, sahip olduğu ekonomik ve ticari ilişkiler ve iş bağlantıları nedeniyle ülkemiz açısından, Orta Doğu'ya ekonomik açılım ve nüfuz etme bakımından büyük öneme sahip bulunmaktadır.

Lübnan pazarında ülkemiz mallarına karşı bir merak ve ilginin yanı sıra kalite imajının bulunduğu tespit edilmekle birlikte, pazara yönelik sistematik pazarlama, tanıtım ve markalaşma faaliyetlerine ihtiyaç bulunduğu tespit edilmekte-

dir. Öte yandan, iç savaştan çıkmış olması nedeniyle, Lübnan'da halen çok büyük miktarlarda yapılması gereken altyapı ve imar faaliyetleri bulunmaktadır. Türk firmalarının bu alanlardaki deneyimleri dikkate alındığında, müteahhitlik alanında yapılarak çok sayıda işbirliği imkânı bulunduğu tespit edilmektedir. Lübnan Kalkınma ve İmar Konseyi (CDR) tarafından 2006 yılında hazırlanan bir plan, 12 yıllık sürede ülkede 9,6 milyar dolarlık kamu yatırımı yapılmasını öngörmektedir.

## **SERBEST PİYASA EKONOMİSİNİN HAKİM OLDUĞU BİR ÜLKE**

Lübnan pratik olarak bütün ekonomik etkinliklerde dünya ile yoğun bağlara sahip, kısıtlamasız parasal ve ticaret sistemi, hemen hemen bütün ürünler ve hizmetlerde serbest piyasa fiyatlaması ve serbest iç ticaret ve yatırım politika-

larında uzun geçmişi olan bir ülkedir. Hükümet genel olarak özel yatırım karşısında müdahaleci olmayan bir tutum sergilemektedir. Lübnan vatandaşları ve vatandaş olmayanlar için sermaye ve mal hareketlerinde firmaların ve sermayenin giriş çıkışı dâhil herhangi bir kısıtlama yoktur; bu da Lübnan'ı özel sektörün gelişmesi için destekleyici bir sistem haline getirmektedir. Hükümet özel sektör için liberal bir politika çevresinde güçlü bir rol oynamaya devam etmektedir. Yabancı yatırımı memnuniyetle karşılamaktadır. Lübnan'da özel iş kurma ve işletme önünde, sınırlı istisnalar dışında hukuki bir kısıtlama bulunmamaktadır.

Döviz kontrolünün olmayışı yabancı yatırımcıları istedikleri biçimde sermaye ithali ve ihracı yapma konusunda serbest bırakmaktadır.

Döviz ve transfer özgürlüğü ile karakterize olan Lübnan ekonomisi özel girişime dayanmaktadır. Özel sektör ortalama talebin yüzde 80'ine katkıda bulunmakta ve tarım, sanayi, inşaat, ticaret ve turizmin yanı sıra bankacılık ve finans, otelcilik ve lokantacılık, medya ve reklamcılık, danışmanlık ve mühendislik sektörlerini ihtiva etmektedir. İmalat ve sanayi sektörleri milli gelirin beşte birine katkıda bulunmaktadır. Bu sektörler için uluslararası rekabetten sadece sınırlı düzeyde koruma vardır.

## LÜBNAN EKONOMİSİ HIZLA GELİŞİYOR

2006 Temmuz savaşını takiben gelen enflasyona yönelik baskılardan sonra 2006'da enflasyon yüzde 5,6 olmuştur. 2007'de enflasyon ortalama dönem bazında yüzde 4,1 olarak gerçekleşmiştir. 2007'deki enflasyon artışı Euro'nun Lübnan Lirası karşısında değer kazanması ve petrol ile diğer ürün fiyatlarındaki global artış yüzündendir. 2008 enflasyon için IMF'nin dönem sonu tahmini yüzde 6,4, dönem ortalaması bazında tahmini ise yüzde 10,8'dir. 2008'deki enflasyon artışı 2007'deki nedenlere ilaveten global mali kriz tarafından da tetiklenmiştir. 2009'un ilk 11 ayında Lübnan ekonomisi Arap ülkelerindeki ve dünya genelindeki zor ekonomik koşullara rağmen

men şaşırtıcı yabancı sermaye akışından yararlanmaya devam etmiştir. Bu dönemdeki yabancı sermaye akışı önceki yılların aynı dönemine oranla rekor seviyede yüksek olmuştur (18.028 milyon dolar, yıl bazında yüzde 26,3 artış). 2009'un ilk 11 ayında ülkeye gerçekleşen yabancı sermaye akışı 6.289 milyon dolarlık bir kümülâtif ödemeler dengesi fazlasına yol açmıştır. 2008'in ilk 11 ayında bu fazla 2.747 milyon dolardır. Hemen hemen iki kat olan bu artışın Lübnan ekonomisi için bir rekor olduğu ifade edilebilir.

“mineral yakıtlar ve yağlar”, “motorlu kara taşıtları, traktör, bisiklet, motosiklet ve diğer”, “makine ve aksamları”dır. 2009 yılı verileri bir önceki yıl ile kıyaslandığında Lübnan'a ihracatımızda %3,2 oranında bir artış, Lübnan'dan ithalatımızda ise yüzde 39,6 seviyesinde bir azalış gerçekleştiği görülmektedir. Ülkemiz ile Lübnan arasındaki ticaret hacmi 2009 yılında yüzde 5,9 gerilemiş ve 794,4 milyon dolar seviyesinde gerçekleşmiştir. İki ülke arasında son yıllarda Türkiye lehine ortalama olarak yüzde 100 civarında olan dış ticaret

“2009 yılında Türkiye'nin Lübnan'a yönelik makine ihracatı incelendiğinde; ilk sırada buzdolapları, dondurucular, soğutucular, ısı pompaları, ikinci sırada çamaşır yıkama makineleri, üçüncü sırada ise yıkama, temizleme, kurutma, doldurma vb. işler için makine, cihazların yer aldığı görülmektedir.”

## TÜRKİYE'NİN LÜBNAN'LA TİCARİ İLİŞKİLERİ ÜST DÜZEYDE

BM verilerine göre; bir önceki yıla kıyasla Lübnan'ın ihracatı yüzde 23,5 artarak 2008 yılında 3,5 milyar dolara yükselmiştir. Ülkenin genel ihracatında en çok payı alan ilk üç ülke sırasıyla Birleşik Arap Emirlikleri, İsviçre ve Irak olmuştur.

Lübnan'ın ihracatında en büyük payı alan ilk 20 ülke arasında en çok artış kaydedilen ülkeler ise sırasıyla; Brezilya, İran ve Türkiye'dir.

2008 yılında Lübnan'ın önemli ihraç ürünleri incelendiğinde ilk üç sırayı “inciler, kıymetli taş ve mamulleri”, “elektrikli makine ve cihazlar” ve “makine ve aksamları” kalemlerinin aldığı görülmektedir.

Lübnan'ın ithalatı ise yüzde 36,6 artarak 2008 yılında 16,1 milyar dolara ulaşmıştır. Aynı yılda ülkenin genel ithalatında en çok payı alan ilk üç ülke sırasıyla ABD, Çin ve Fransa olmuştur. Lübnan'ın ithalatında en büyük payı alan ilk 20 ülke arasında en çok artış kaydedilen ülkeler ise sırasıyla; Ukrayna, Romanya ve Kuveyt'dir. Önemli ithal kalemleri ise

dengesindeki değişim oranı ise 2009 yılında yüzde 19'da kalmıştır. 2009 yılı ihracatımızda yüzde 0,67 pay ile 33. sırada bulunan Lübnan, aynı yıl ithalatımızda yüzde 0,08 pay alarak 69. sırada konumlanmıştır.

2008 yılında Türkiye'nin makine ve aksamları ürün grubu Lübnan'ın toplam ihracatından yüzde 7,1 pay almıştır.

Lübnan'ın 2008 yılında makine ihracatı ise yüzde 10,1 artmış ve 247,1 milyon dolar seviyesinde gerçekleşmiştir. Makine ihracatında ilk sırada yer alan ülkeler Irak, Birleşik Arap Emirlikleri, Suudi Arabistan, Hong Kong ve Mısır'dır. Değer bazında ilk 20 içinde yer alan ülkeler arasında ihracat artışına göre sıralama yapıldığında, Hong Kong, Mısır ve Fildişi Sahili'nin ilk üçte yer aldığı görülmektedir. 2008 yılında Lübnan'ın makine ve aksamları ihracatında ilk sırayı 58,6 milyon dolar ile “buzdolapları, dondurucular, soğutucular, ısı pompaları”, 21,1 milyon dolar ile “alternatif-rotatif kıvılcım ateşlemeli, içten yanmalı motorlar”, 14 milyon dolar ile “Kâğıt hamuru, kâğıt işleme, kesme makine ve cihazları” almıştır. Lübnan'ın 2008 yılında

gerçekleştirdiği makine ve aksamaları ihracatında en çok pay alan ilk 20 pozisyon arasında ihracatı en çok artan alt gruplar sırasıyla; yüzde 146,9 ile ısı değişikliği yöntemi ile maddeleri işlemek için cihazlar, yüzde 100,8 hava-vakum pompası, hava/gaz kompresörü, vantilatör, aspiratör ve yüzde 76,7 ile dizel, yarı dizel motorlar (hava basıncı ile ateşlenen, pistonlu) olmuştur.

2008 yılında Lübnan'ın genel ithalatında ise makine ve aksamalarının payı yüzde 5,8 seviyesinde kaydedilmiştir. Lübnan'ın 84. fasıl bazında makine ithalatı 2008 yılında bir önceki seneye göre yüzde 11,5 oranında artış göstererek 942,4 milyon dolara çıkmıştır. Çin, Almanya, İtalya, ABD ve İngiltere, Lübnan'ın makine ithal ettiği başlıca ülkelerdir. Lübnan'ın makine ithal ettiği başlıca ülkeler arasında değer bazında artışa göre yapılan sıralamada Ürdün, Malezya ve İsveç ilk üçte yer almaktadır.

2008 yılında, Lübnan'ın makine ve aksamaları ithalatındaki başlıca kalemler arasında ilk sırayı "Otomatik bilgi işlem makineleri, üniteleri" almaktadır. Bu kalem; "Klima cihazları-vantilatörlü, ısı, nem değiştirme tertibatlı", "Buzdolapları, dondurucular, soğutucular, ısı pompaları" takip etmektedir.

Lübnan'ın 2008 yılında gerçekleştirdiği makine ve aksamaları ithalatında en çok pay alan ilk 20 pozisyon arasında, ithalatı en çok artan alt gruplar sırasıyla; yüzde 251,1 ile toprak, taş, metal cevhe-

## LÜBNAN'IN ÜLKELER BAZINDA İTHALATI (BİN \$)

SIRA	ÜLKE	2004	2005	2006	2007	2008	2007/08 Değişim %
1	ABD	554.268	548.532	1.038.611	1.140.911	1.848.558	62,0
2	Çin	717.614	734.421	750.557	1.017.977	1.390.922	36,6
3	Fransa	730.731	789.196	760.904	883.418	1.336.729	51,3
4	İtalya	927.202	971.487	709.839	1.060.108	1.111.303	4,8
5	Almanya	728.848	656.894	659.874	749.932	1.027.191	37,0
6	Türkiye	258.147	199.620	257.805	405.096	698.484	72,4
7	Japonya	349.212	306.925	285.022	394.530	619.756	57,1
8	İsviçre	395.673	422.283	212.005	347.898	615.742	77,0
9	Rusya	542.540	509.074	260.655	352.347	503.485	42,9
10	Kuveyt	19.204	104.161	185.723	269.937	488.330	80,9
11	Mısır	294.822	303.341	379.127	523.701	458.056	-12,5
12	İngiltere	385.473	322.868	406.648	449.830	456.517	1,5
13	B. A. E.	150.943	136.807	132.080	218.270	326.449	49,6
14	Brezilya	95.727	159.553	227.050	287.606	318.520	10,7
15	Suudi Arabistan	413.452	328.953	296.382	282.380	289.828	2,6
16	İspanya	186.545	164.804	148.844	213.889	276.876	29,4
17	Suriye	239.607	196.104	177.904	206.480	270.889	31,2
18	Romanya	103.134	175.037	160.900	128.802	268.486	108,4
19	Belçika	169.868	175.071	153.568	182.223	264.057	44,9
20	Ukrayna	145.907	132.687	76.251	120.048	258.013	114,9
	<b>DIĞER</b>	<b>1.976.122</b>	<b>1.989.170</b>	<b>2.115.336</b>	<b>2.579.174</b>	<b>3.308.275</b>	<b>28,3</b>
	<b>TOPLAM</b>	<b>9.385.039</b>	<b>9.326.988</b>	<b>9.395.085</b>	<b>11.814.557</b>	<b>16.136.466</b>	<b>36,6</b>

Kaynak: www.trademap.org (BM istatistik bölümü verileri)

ri vb. ayıklama, eleme vb. için makineler, yüzde 62,8 ile dozerler, greyder, skreyper, ekskavatör, küreyici, yükleyici vb. ve yüzde 58 ile matbaacılığa mah-

sus baskı makineleri, yardımcı makinelerdir. İthalatında en çok düşüş görülenler ise sırasıyla; yüzde 58,6 ile alternatif-rotatif kıvılcım ateşlemeli, içten

## LÜBNAN'IN BAŞLICA FASILLAR BAZINDA İTHALATI (BİN \$)

SIRA	G.T.İ.P.	G.T.İ.P. TANIMI	2006	2007	2008	2007/08 Değişim %
1	27	Mineral yakıtlar, mineral yağlar ve müstahsalları, mumlar	2.348.029	2.615.234	4.077.140	55,9
2	87	Motorlu kara taşıtları, traktör, bisiklet, motosiklet ve diğer	733.890	957.674	1.686.597	76,1
3	84	Makine ve aksamaları	683.511	845.104	942.379	11,5
4	71	İnciler, kıymetli taş ve metal mamulleri, madeni paralar	290.092	481.900	851.371	76,7
5	72	Demir ve çelik	329.993	526.320	793.253	50,7
6	85	Elektrikli makine ve cihazlar, aksam ve parçaları	439.757	579.694	745.567	28,6
7	30	Eczacılık ürünleri	511.075	608.341	691.657	13,7
8	39	Plastik ve plastikten mamul eşya	296.682	391.165	471.947	20,7
9	10	Hububat	127.188	223.328	314.937	41,0
10	48	Kâğıt ve karton; kâğıt hamurundan kâğıt ve kartondan eşya	181.760	253.708	277.285	9,3
		<b>DIĞER</b>	<b>3.453.108</b>	<b>4.332.089</b>	<b>5.284.333</b>	<b>22,0</b>
		<b>TOPLAM</b>	<b>9.395.085</b>	<b>11.814.557</b>	<b>16.136.466</b>	<b>36,6</b>

Kaynak: www.trademap.org (BM istatistik bölümü verileri)





yanmalı motorlar, yüzde 24,4 ile kendine özgü fonksiyonlu makine ve cihazlar ve yüzde 1 ile dizel, yarı dizel motorlar olmuştur.

### TÜRKİYE – LÜBNAN MAKİNE VE AKSAMLARI SEKTÖRÜ DIŞ TİCARETİ

BM verilerine göre 2008 yılında Lüb-

nan'ın makine ihraç ettiği ülkeler arasında 52. sırada yer alan Türkiye, Lübnan'ın makine ithal ettiği ülkeler arasında ise 10. sırada bulunmaktadır.

TÜİK verilerine göre; 2009 yılında ülkemizin 84. fasıl itibariyle makine ve aksamları sektörü ihracatında 53. sırada bulunan Lübnan, sektör ihracatımızdan yüzde 0,3 pay almıştır. Anılan yılda

Lübnan'a makine ve aksamları ihracatımız yüzde 13,8 azalarak 24,1 milyon dolara gerilemiş; Lübnan'dan ithalatımız da yüzde 89,8 oranında azalarak 23,7 bin dolara düşmüştür.

Lübnan ile Türkiye arasındaki makine ve aksamları dış ticaret hacmi 2009 yılında yüzde 14,5 gerilemiş, dış ticaret farkı da yüzde 13,2 azalmış ve ülkemiz lehine 24,1 milyon dolar fazla vermiştir. 84. fasıl itibariyle sektör ihracatında önemli yer tutan kalemler pozisyon bazında incelendiğinde 2009 yılında; ilk sırada "buzdolapları, dondurucular, soğutucular, ısı pompaları", ikinci sırada "çamaşır yıkama makineleri", üçüncü sırada ise "yıkama, temizleme, kurutma, doldurma vb. işler için makine, cihaz"ların yer aldığı görülmektedir.

2009 yılında pozisyon bazında Türkiye'nin Lübnan'dan 84. fasıl itibariyle en fazla ithal ettiği ürün grupları sırasıyla, "otomatik bilgi işlem makineleri, üniteleri", "metal dökümü için kasalar, plaka-

### LÜBNAN'A MAKİNE VE AKSAMLARI İHRACATIMIZDA BAŞLICA KALEMLER (84.FASIL-Ş)

SIRA	G.T.İ.P.	G.T.İ.P. TANIMI	2007	2008	2009	2008/09 Değişim %
1	8418	Buzdolapları, dondurucular, soğutucular, ısı pompaları	3.392.025	4.428.612	4.985.541	12,6
2	8450	Çamaşır yıkama makineleri	2.077.051	3.616.179	3.070.751	-15,1
3	8422	Yıkama, temizleme, kurutma, doldurma vb. işler için makine, cihaz	354.463	1.396.537	1.676.345	20,0
4	8462	Metalleri dövme, işleme, kesme, şataflama presleri, makineleri	613.452	1.811.577	1.540.608	-15,0
5	8431	Ağır iş makine ve cihazlarının aksamı, parçaları	947.056	1.577.871	1.271.482	-19,4
6	8419	Isı değişikliği yöntemi ile maddeleri işlemek için cihazlar	651.365	1.504.883	1.061.350	-29,5
7	8421	Santrifüjle çalışan kurutma, filtre, arıtma cihazları	660.941	724.125	922.501	27,4
8	8409	İçten yanmalı, pistonlu motorların aksam-parçaları	892.608	962.239	893.481	-7,1
9	8474	Toprak, taş, metal cevheri vb. Ayıklama, eleme vb. için makineler	227.785	996.659	716.251	-28,1
10	8451	Dokuma maddelerini yıkama, kurutma, ütöleme makine ve cihazları	353.901	924.240	669.997	-27,5
11	8479	Kendine özgü fonksiyonlu makine ve cihazlar	313.930	304.993	573.976	88,2
12	8428	Kaldırma, istifleme, yükleme, boşaltma makine ve cihazları	280.668	299.066	538.981	80,2
13	8415	Klima cihazları-vantilatörlü, ısı, nem değiştirme tertibatlı	2.598.649	3.139.248	469.884	-85,0
14	8481	Muslukçu, borucu eşyası-basınç düşürücü, termostatik valf dâhil	435.779	402.338	446.678	11,0
15	8413	Sıvılar için pompalar, sıvı elevatörleri	207.706	288.652	445.988	54,5
16	8426	Gemi vinçleri, maçunalar, halatlı vinçler, döner köprüler	177.500	859.475	421.212	-51,0
17	8437	Tohumları temizleme, ayırma, öğütme, işleme makine ve cihazları	177.115	117.617	403.924	243,4
18	8480	Metal dökümü için kasalar, plakalar, kalıp modelleri	79.700	385.145	391.960	1,8
19	8430	Toprak, maden, cevheri taşıma, ayırma, seçme vb. İş makineleri	24.092	269.097	369.433	37,3
20	8414	Hava-vakum pompası, hava/gaz kompresörü, vantilatör, aspiratör	191.609	247.997	327.695	32,1
	DİĞER		2.913.773	3.754.145	2.934.516	-21,8
	TOPLAM		17.571.168	28.010.695	24.132.554	-13,8

Kaynak: TÜİK Verileri

## TÜRKİYE – LÜBNAN MAKİNE VE AKSAMLARI DIŞ TİCARETİ (\$ - 84. FASIL)

		2005	2006	2007	2008	2009
İhracat	Değer	13.435.613	13.512.828	17.571.168	28.010.695	24.132.554
	Değişim %	-22,8	0,6	30,0	59,4	-13,8
İthalat	Değer	188.672	182.649	249.709	232.178	23.702
	Değişim %	17,7	-3,2	36,7	-7,0	-89,8
Hacim	Değer	13.624.285	13.695.477	17.820.877	28.242.873	24.156.256
	Değişim %	-22,4	0,5	30,1	58,5	-14,5
Fark	Değer	13.246.941	13.330.179	17.321.459	27.778.517	24.108.852
	Değişim %	-23,2	0,6	29,9	60,4	-13,2

Kaynak: TÜİK verileri

lar, kalıp modelleri”, “el ile kullanılan pnömatik/motorlu aletler” ve “yıkama, temizleme, kurutma, doldurma vb. işler için makine, cihaz” olmuştur.

### LÜBNAN’LA TİCARİ ANLAŞMALAR İHRACATI OLUMLU ETKİLEDİ

Türkiye ile Lübnan arasındaki ekonomik ve ticari ilişkilerin henüz istenen düzeye ulaşmadığı görülmektedir. Ancak son yıllarda gerek iki ülke arasındaki ticareti kolaylaştırıcı anlaşmaların imzalanması, gerekse karşılıklı ziyaretlerle ticari ilişkilerde canlanma imkânları ortaya çıktığı görülmektedir. İki ülke arasındaki ticari ve ekonomik ilişkilerin yasal çerçevesini ve altyapısını oluşturan başlıca protokoller şunlardır: Ticari, Ekonomik, Sınai, Teknik ve Bilimsel İşbirliği Anlaşması (10 Ekim 1991), Hava Ulaştırma Anlaşması (16 Eylül 1947), Turizm İşbirliği Anlaşması (18 Eylül 1968), Uluslararası Karayolu Taşımacılığı Anlaşması (19 Aralık 1994), Denizcilik

Anlaşması (19 Aralık 1994), Tarım Alanında İşbirliği Protokolü (12 Mayıs 2004), Bayındırlık İşleri ve Doğal Afet Zararlarının Azaltılması Konusunda Bilimsel ve Teknolojik İşbirliği Protokolü (12 Mayıs 2004), Çifte Vergilendirmenin Önlenmesi Anlaşması (12 Mayıs 2004), Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması Anlaşması (12 Mayıs 2004). 2004 yılında imzalanan söz konusu belgelerden “Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması Anlaşması” her iki ülkede de onaylanarak 4 Ocak 2006 tarihi itibarıyla yürürlüğe girmiştir. “Çifte Vergilendirmenin Önlenmesi Anlaşması”nın onay süreci de tamamlanarak, Ağustos 2006 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Lübnan’ın Avrupa Birliği ile Ocak 2002’de “Euro-Med” Ortaklık Anlaşması’nı parafe etmesinin ardından, AB ile Gümrük Birliği kapsamındaki yükümlülüklerimiz de dikkate alınarak, Lübnan’a bir Serbest Ticaret Anlaşması (STA) imzalanması önerilmiştir. Bu amaçla, ilk tur STA müzakereleri 14-15 2003 Tem-

muz tarihleri arasında Beyrut’ta, ikinci tur müzakereler ise 20 Ocak 2004 tarihinde Ankara’da yapılmıştır. Üçüncü tur müzakereler 2006 Mart ayında Beyrut’ta, dördüncü tur müzakereler ise, 3-4 Haziran 2006 tarihlerinde Ankara’da yapılmıştır. Ancak dördüncü tur müzakerelerden hemen yaklaşık bir ay sonra İsrail-Lübnan savaşı yaşanması ve ardından Lübnan’da ortaya çıkan siyasal kriz nedeniyle, beşinci tur müzakerelere geçilmesi gecikmiş ancak söz konusu müzakereler Ocak 12-13, 2009 tarihlerinde Beyrut’ta gerçekleşmiştir. Türkiye, Lübnan’a 2001 yılında bir “Gümrük İşbirliği Anlaşması” taslağı sunmuştur. Lübnan tarafı, ilke olarak anlaşma metnini uygun bulunmakla birlikte, Gümrük Yüksek Konseyi’nin personel ve donanım eksiklikleri giderilinceye kadar anlaşmanın imzalanmasının ertelenmesini önermiştir. Lübnan, makine ithalatında yoğunlukla yüzde 0 ila yüzde 5 arasında gümrük vergisi uygulamakta olup bu durum bazı GTİP’lerde yüzde 10- yüzde 20 ila yüzde 30’ları bulabilmektedir. Lübnan pazarı ile ilgilenen firmalarımızın ihraç etmeyi düşündükleri ürünün gümrük vergilerini <http://madb.europa.eu> WEB adresinden “Applied Tariffs Database” bölümüne girerek öğrenmelerinde fayda görülmektedir.

#### KAYNAKLAR:

- BM İstatistik Bölümü Verileri
- TÜİK Verileri
- DTM Verileri
- Müşavirlik Raporları
- CIA, The World Factbook



SANAYİ ŞEHİRLERİ

Türkiye'nin dördüncü büyüğü:

BURSA

moment 6 expo



**2009 YILINDA TÜRKİYE'NİN İHRACATININ YÜZDE 9,2'SİNİ GERÇEKLEŞTİREN BURSA İLİ; 2009 YILINDA ORTA ANADOLU MAKİNE VE AKSAMLARI İHRACATÇILARI BİRLİĞİ İŞTİĞAL ALANI İTİBARIYLA MAKİNE İHRACATININ 4. BÜYÜĞÜ OLARAK DİKKAT ÇEKİYOR.**

**G**üçlü sanayisine bağlı olarak yaratmış olduğu katma değer ve istihdam açısından ülke ekonomisinin demirbaşlarından olan Bursa, yarattığı katma değer açısından İstanbul, Kocaeli ve İzmir'den sonra dördüncü sırada yer alıyor. 2,55 milyon kişilik nüfusu ile Türkiye'nin nüfus sıralamasına göre dördüncü büyük ili olan Bursa, ülke nüfusunun yüzde 3,5'ini barındırıyor. İlin ihracatında AB ülkeleri önem arz ederken, 2009 yılında Fransa yüzde 25 pay ile ilk sırada yer alarak en önemli pazar oldu. İtalya, Almanya, Belçika, Romanya, İngiltere ise ihracatta önde gelen ülkeler arasında sayılıyor.

### MAKİNE VE AKSAMLARI, İLİN İHRACAT SİRALAMASINDA DÖRDÜNCÜ SIRADA

İhracatçı Birlikleri kayıt rakamlarına göre Bursa'nın ihracatı, 2008 yılında 2007 yılına göre yüzde 19 artarak 11,6 milyar dolar, 2009 yılında da küresel krizin de etkisiyle 2008 yılına kıyasla yüzde 20 gerileyerek 9,3 milyar dolar oldu.

2008 yılında 2007 yılına göre Bursa'dan kaydedilen makine ihracatı yüzde 10 artış gösterirken, 2009 yılında 2008 yılına kıyasla yüzde 45 geriledi. İlin makine ihracatında ilk iki sırada bulunan



“Takım Tezgahları” ile “İnşaat ve Madencilik Makineleri” ihracatında büyük düşüşler meydana geldi.

Bursa'nın sektörel ihracat rakamlarına bakıldığında, 2009 yılında “Sanayi” ihracatının 8,8 milyar dolar ve yüzde 95'lik oran ile en büyük paya sahip olduğu görülüyor. “Sanayi” ihracatından aldığı yüzde 72 pay ile “Taşıt Araçları ve Yan Sanayi” en önemli kalemi oluştururken, “Tekstil ve Hammaddeleri” ile “Hazır Giyim ve Konfeksiyon” onu takip ediyor. Makine ve aksesuarları sektörü ise ilin ihracatında 400 milyon do-

lara yakın bir değer ile dördüncü önemli sektör konumundadır.

### EN FAZLA İSTİHDAM SAĞLAYAN İKİNCİ SEKTÖR MAKİNE

Bursa'da, 1940'lı yıllara doğru, karoseri, metal eşya ve makine imalat sanayilerinin, fabrika niteliği taşıyan öncü kuruluşlarının yer almaya başlıyor. Aslında bu üç sektör, birbirleri için tamamlayıcı özellik taşımaktadır. Ayrıca Türkiye'de ilk kez çamaşır makinesi üretimi de Bursa'da gerçekleştirilmiştir.

Bursa Ticaret ve Sanayi Odası'na kayıtlı 34.059 üyenin 2.820 adedi makine ve metal sektöründe faaliyet gösteriyor. Makine ve metal sektörü, bu üye sayısı ile üyelerin sektörel dağılımında tekstil, inşaat ve gıda sektörünün ardından dördüncü sırada yer alıyor.

Sektörün ihracat rakamlarına bakıldığında, TİM verilerine göre Bursa makine ve aksesuarları ihracatı 2010 yılı ilk iki ayda, bir önceki yılın aynı dönemine göre yaklaşık yüzde 12 artış gösterdi. Sektörün istihdamına baktığımızda, 2010 yılı Ocak sonu itibarıyla SGK Bursa İl Müdürlüğü'nün Bursa'da özel sektörde zorunlu sigortalı olarak çalışan toplam 420 bin 40

çalışanının 60 bin 555'i makine ve metal sektöründe faaliyet gösteriyor. Bu rakamlara göre makine sektörünün tekstilden sonra en fazla istihdam sağlayan sektör olduğunu söyleyebiliriz. 1997 yılından bu yana Bursa Ticaret ve Sanayi Odası tarafından yaptırılan 250

“ 1997 yılından bu yana Bursa Ticaret ve Sanayi Odası tarafından yaptırılan 250 büyük firma araştırması sonuçlarına bakıldığında, listede 30 firma ile yer alan makine ve metal sektörü; otomotiv, tekstil ve gıdadan sonra dördüncü sektör olarak yer alıyor. Bursa Ticaret ve Sanayi Odası'na kayıtlı 34 bin 59 üyenin 2 bin 820 adedi makine ve metal sektöründe faaliyet gösteriyor. Bu rakamlara göre makine sektörü, tekstilden sonra en fazla istihdam sağlayan sektör olarak kayıtlara geçiyor. ”

büyük firma araştırması sonuçlarına bakıldığında ise, listede 30 firma ile yer alan makine ve metal sektörü; otomotiv, tekstil ve gıdadan sonra dördüncü sektör konumundadır.

### **“MAKİNE SANAYİ; BURSA EKONOMİSİ AÇISINDAN GELENEKSEL BİR ÖZELLİK TAŞIMAKTADIR”**

Bursa makine sektörü ile ilgili konuşan Bursa Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Celal Sönmez; makine imalat sanayinin şehirleri için önemine değindi. Başkan Sönmez: “Makine imalat sanayi, bir ülkenin sanayileşme derecesini gösteren en önemli yatırım malı sanayileri arasında yer almakta ve yatırım malı üreten sanayiler içerisinde irdelenmektedir.

Bu nedenle ülke ekonomisi ve kalkınması için son derece önemli bir sektördür. Sektörün karşı karşıya olduğu sorunlar, sektörün genelinin kayıt içi olması nedeniyle devlette yarattığı katma değer büyüklüğü göz önüne alınarak çözümlenmelidir.”

Bursa’da makine sektörünün endüstriyel yapının temelini oluşturduğunu



**Celal Sönmez**

Bursa Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı

*“Makine sanayi, Bursa ekonomisi açısından geleneksel bir özellik taşımaktadır. Bursa’da makine sanayinin geçmişinin, dokumaya yönelik faaliyetler itibarıyla gelişme gösterdiğini söylemek yanıltıcı olmayacaktır.”*

söyleyen Başkan Sönmez; şöyle devam ediyor: “Makine sektörü; gerek üretim değeri, gerekse ihracat açısından, Bursa ve bölge ekonomisi itibarıyla büyük bir değere sahiptir. Makine sanayi, Bursa ekonomisi açısından geleneksel

bir özellik taşımaktadır. Bursa’da makine sanayinin geçmişinin, dokumaya yönelik faaliyetler itibarıyla gelişme gösterdiğini söylemek yanıltıcı olmayacaktır.”

### **İLK ÇAMAŞIR MAKİNESİ ÜRETİMİ BURSA’DA**

Başkan Sönmez, Bursa’daki makine sektörünün tarihine de kısaca değindi: “Bursa’da, 1940’lı yıllara doğru, karoseri, metal eşya ve makine imalat sanayilerinin, fabrika niteliği taşıyan öncü kuruluşlarının yer almaya başladığı görülmektedir. Aslında bu üç sektör, birbirleri için tamamlayıcı özellik taşımaktadır. Ayrıca Türkiye’de ilk çamaşır makinesi üretimi de Bursa’da gerçekleştirilmiştir. Halen Bursa makine sanayi, yurt içinden ve yurt dışından gelen, her çeşit ve miktardaki talebe cevap verebilecek bir yapıda bulunmaktadır.”

### **“BUTGEM İLE SEKTÖRE ARA ELEMAN YETİŞTİRİYORUZ.”**

Başkan Celal Sönmez; makine sektörünün sorunları ve yapılması gerekenler hakkında şunları söyledi: “Enerji sektö-





rünün pahalılığı, SSK primlerinin yüksek olması, AR-GE yatırımlarına yeterli kaynak ayırlanamaması, yetişmiş ara eleman sıkıntısı gibi sorunlar ivedilikle çözümlenmeli, sektörün uluslararası arenada rekabet gücünü artırıcı çalışmalar yapılmalıdır.”

Başkan Celal Sönmez, Bursa Ticaret ve Sanayi Odası'nın geleceğe dönük faaliyetleri hakkında da bilgi verdi: “Sektörün en önemli sorunlarından birisi olan ara eleman sıkıntısına yönelik çalışmalar yürütüyoruz. BTSO Eğitim Vakfı'nı kurarak BUTGEM (Bursa Tasarım Geliştirme Merkezi) ile ara eleman yetiştirilmesi hususunda ciddi gayret sarf ediyoruz. Bursa Ticaret ve Sanayi Odası olarak, ücretsiz yapılan eğitimlerle mesleki ve teknik eğitim alanında önemli bir fark yaratabilmek ve istihdam sorununa ve firmalarımızın ara eleman sıkıntısına na çözüm getirebilme amacındayız.”

## DÜNYA'NIN ÖNDE GELEN SAC İŞLEME MAKİNELERİ ÜRETİCİLERİNDEN: ERMAKSAN

1965 yılında küçük bir torna atölyesi ile iş hayatına başlayan Ermaksan; o

yıllarda tekstil makineleri, hidrolik deri makineleri, jeneratör grupları, elektrik motorları, mobilya ahşap sıcak presleri, oksijenli alevli kesim tezgâhları, oto servis lifleri üretti. Son 20 yıldır Sac İşleme Makinelerine odaklanan Ermaksan, edindiği üretim tecrübesi ve kabiliyetini modern işletim sistemi ve güçlü yatırımlarıyla destekleyerek bugün dünyanın önde gelen Sac İşleme Makineleri üreticilerinin arasına girmeyi başardı.

Ermaksan Genel Müdürü Ahmet Özkayan; Bursa Organize Sanayi Bölgesi'nin, Türkiye'nin ilk organize sanayi bölgesi olmasının ayrıcalıklarından bahsetti. Özkayan: “1970'li yıllar ile beraber, öncesinde çoğunluğu atelye şeklinde kurulan Bursa sanayisi bu yepyeni anlayışla beraber fabrikalaşmaya, büyümeye, tecrübelenmeye ve hacimli üretim yapmaya başlıyor. Özellikle 1980'li yıllarda başlayan ihracat hamlesi, sermayenin büyümesine de olanak sağlıyor. Bu bağlamda Bursa için öncül sektörler otomobil ve tekstil gibi görünse de makine sektörü kendi büyüklüğü içerisinde ilerlemeye devam ediyor. Bugün bu sektör Türkiye ve



**Halil Akgül**

Coşkunöz Holding Temel Yetkinlikler Koordinatörü

“Ekonomik durgunluk döneminden sonra yeni yatırımlar için daha dikkatli davranıyoruz. Kalite, verimlilik ve iş güvenliğine dönük yatırımlarımızda bir kısıtlamamız yok. Yeni yatırımlar için enerji konusunda araştırmalarımız ve Ar-Ge merkezi kurma çalışmalarımız devam ediyor.”

dünyada kendi devlerini yaratmış durumda.”

## ÜRETİMİN YÜZDE 70'İ YURTDIŞI PAZARINA

Ahmet Özkayan; dünya genelinde 70'den fazla ülkeye ihracat yaptıklarını söylüyor. Özkayan:

“Biz, Ermaksan olarak, tüm dünyayı hedef pazarımız ilan ettik. Dünyada mevcut satış ağımızın bulunduğu ülkeleri saymak yerine, hiç olmadığımız ülkeleri saymak daha doğru olacaktır. Çünkü tüm dünyada 70 ülkede varız. Ermaksan'ın bayileri ile kurduğu bu iletişim ağı, gün geçtikçe güçlenmekte ve gelişmektedir. Bu konudaki hassasiyetimizi de yıldan yıla artırmaktayız. Müşterilerimize dünyadaki en yakın bayimizle, en kısa sürede, iletişime geçmek, ihtiyaçlarına en kısa sürede cevap vermek konusunda iddialıyız.”



Ermaksan üretiminin yüzde 80'ini yurt dışına, yüzde 20'sini ise Türkiye pazarına satıyor. Genel Müdür Özkayan: “Satış sonrası servis hizmet noktaları ve bayilik sistemleri ile Türkiye pazarındaki varlığını gün geçtikçe artıran firmamız sektörel fuarlara TATEV, WIN, TUYAP gibi sektörel fuarlara gerekli önemi vermektedir. Kalifiye satış mühendisleriyle beraber müşterilerimize üretimi için en uygun ürünün secimi için gereken teknik dokümanların hazırlanması profesyonelce yapılmaktadır. Türkiye pazarındaki varlığını gün geçtikçe artırmaktadır. Sektörel fuarlara verdiği önemle ve yetişmiş kalifiye satış mühendisleriyle beraber “Ermak” Türkiye

pazarı değerlendirildiğinde, sac işleme makineleri arasında en çok tercih edilen markalardan biridir.”

## “BURSA MAKİNE ÜRETİCİLERİ İÇİN ÇOK AVANTAJLI BİR ŞEHİR”

Bursa ilinin makine sanayine hizmet veren firmalar açısından artı ve eksiline de değinen Özkayan, Bursa'nın makine üretimi yapan firmalar için çok uygun bir şehir olduğu konusunda herkesin hem fikir olması gerektiğini söyledi. Özkayan: “ Bir kere İzmir ve İstanbul arasında kalması itibariyle Bursa nitelikli işgücü temin etmek dahil, her konuda avantajlı konumdur. Ayrıca liman şehridir ve bu ihracatta büyük kolaylıklar sağlamaktadır. Kısacası jeopolitik açıdan son derece avantajlı bir konumdur. Hava dışında tüm nakliye şekillerinde ihracat kolaylıkla

yaşanabilir. Hava kargoda yaşanan açmazlar ise uluslararası kurye servisleriyle aşılmaktadır. Gümrükleme hizmetleri son derece gelişkindir. Burada yaşanan tek dezavantaj müşterilerin Bursa'ya ulaşmalarının sağlanması konusundadır. Bursa'da uluslararası bir havaalanının bulunmaması bu konuda maliyetleri de artırmaktadır. Özet olarak Bursa sanayi bilinci ve geleceği oluşmuş bir şehirdir. Bu konudaki tüm gerekli altyapı çalışmaları da tamamlanmıştır.”

Özkayan; Üretim ve ihracat rakamlarının artırılması konusunda ne gibi çalışmalar yapılması gerektiğini ise şu sözlerle ifade ediyor: “Üretim sorunu-



**Ahmet Özkayan**  
Ermaksan Genel Müdürü

*“Sektörel fuarlara verdiği önemle ve yetişmiş kalifiye satış mühendisleriyle beraber Ermak; Türkiye pazarı değerlendirildiğinde, sac işleme makineleri arasında en çok tercih edilen markalardan biridir.”*

muz, 80 bin metrekairelik kapalı alanda kurulmuş, ürünlerimizin imalatına odaklı makine yerleşimi anlayışıyla tesisleşmiş fabrikamızla beraber çözülmüş bulunmaktadır. Bu bağlamda Ermaksan konusunda dünyada sayılı fabrikalar arasındadır.

İhracatı artırmak üzere 2 farklı politika izliyoruz. Bu politikanın ilki sürekli yeni ürün geliştirerek katma değer yaratan nitelikli ürünlere yönelmek. Ermaksan olarak Inovasyon ve Ar-Ge çalışmalarını son derece önemsiyoruz. Ermaksan sadece 20 mühendisini bu amaçlı kullanmaktadır. Biz bütçemizin yüzde 15'ini bu konulara tahsis ettik. İkincisi ise, yeni pazar arayışlarımıza süreklilik kazandırmak.

Olmadığımız ülkelerde devamlı nabız tutarak en fazla bir iki sene içinde burada varlığımızı hissettirmek. Bu bağlamda her türlü ülke organizasyonlarına katılmak, fuarları takip etmek, sektörün ana fuarlarında söz konusu ülkeye yönelik yeni bayi bağlantıları kurmak. Burada esas olan, gösterilen davranışın ve arayışın devamlılığı ve tutarlılığı. Biz Ermaksan olarak bu konuda çok yol kat ettik.”



### “2010, 2009 YILIYLA MUKAYESE EDİLEMİYECER KADAR İYİ OLACAK”

2009 yılının tüm dünyada kriz yılı olarak anılacağını söyleyen Özkayan; eski ve köklü bir kuruluş olan Ermaksan'ın bu krizden gereken dersleri aldığını söylüyor. Özkayan: “Ermaksan'ın bu krizi; krizden geçişte pazar arayışlarımızı hızlandırıp olumsuz pazar koşullarına rağmen yatırım yaparak bugün satışlarımızı ciddi oranda arttırmayı başardık.. Sektörümüzdeki inanılmaz fiyat düşüşünü artacak taleple beraber ciro hedefleriyle dengelemeyi düşünüyoruz. 2010 yılı Ermaksan için 2009 yılı ile mukayese edilmeyecek ölçüde başarılı bir yıl olacaktır.”

### ÇOŞKUNÖZ HOLDİNG: TÜRKİYE'NİN EN BÜYÜK 500 SANAYİ KURULUŞUNDAN BİRİ

Coşkunöz Metal Form A.Ş. Türk otomotiv sanayi, beyaz eşya ve savunma sanayine yönelik sac parça ve kompleleri, kalıplar, presler, kaynak makineleri, özel makine ve aparatlar üretiyor. Türkiye'nin en büyük 500 sanayi kuruluşu içinde alan Coşkunöz Holding, 1999 yılında Busiad Kalder Kalite Ödülünü aldı. 2002 yılında ise İtalyan Magnetto ortaklığı ile kurulan Coşkunöz Magnetto çok büyük preslerde otomobil dış görünüm parçaları üretimi yapıyor. Coşkunöz Holding Temel Yetkinlikler Koordinatörü Halil Akgül, geçtiğimiz

yılı makine sektörü açısından değerlendirirken, 2010 yılı beklentilerini de açıkladı: “Coşkunöz Holding olarak bir çok iş alanında yer almamıza rağmen 2009 yılında Dünya'daki ekonomik durgunluk neticesinde siparişlerimiz azaldı. Bu dönemde nakit yönetimine önem vererek yeni yatırımlardan kaçındık. Kriz sonrası bir çıkış dönemi olacağını hepimiz biliyorduk bu nedenle bütün işletmelerimizde yalın dönüşüm projemizi devam ettirerek operasyonel verimliliğimizi iyileştirmeyi hedefledik. Her seviyedeki çalışanlarımızın eğitimlerini sürdürürken, mavi yakadaki takım liderlerine özel programlar uyguladık. Stratejilerimizi gözden geçirmeyi sürdürüyoruz. Coşkunöz şir-





ketleri belirlenen strateji ve hedeflere göre çalışmayı kurumsal hale getirmiş-tir, ekonominin tekrar canlanması ile kapasitemizi devreye sokacağız. 2008 yılı rakamlarına 2011 yılında ulaşılacağını tahmin ediyoruz.”

### **“ÜRETİMİMİZİN YÜZDE 40’I DOĞRUDAN İHRAC EDİLİYOR”**

Şirketinin ihracat rakamlarını da değerlendiren Coşkunöz Holding Temel Yetkinlikler Koordinatörü Halil Akgül; 2009 yılında Coşkunöz Holding şirketlerinin üretiminin yüzde 40’ının yurt dışına doğrudan satıldığını söylüyor. Akgül, sözlerine şöyle devam ediyor: “2010 yılında da benzer bir tablo oluşacaktır. Coşkunöz Holding; radyatör ürünlerinin yüzde 70’ini ihraç etmektedir. Kauçuk grubumuz Freudenberg ve Vibracoustic ortakları ile Betasealsde yüzde 100, Beltan Vibracousticte yüzde 85 ihracat için çalışmaktadır. Biz firma olarak kalıp ihracatı ve bazı sac parçaların ihracatını yapmakla birlikte ağır-

lıklı olarak Türkiye’deki OEM’lere çalışmaktayız. Eskişehir’deki havacılık firmamızda ihracatımızı artırmak için yabancı ortaklık görüşmelerimiz devam ediyor.”

Coşkunöz Holding Temel Yetkinlikler Koordinatörü Halil Akgül; üretim ve ihracatın artırılması için yapılması gerekenler hakkında şunları söylüyor: “Ekonomik durgunluk döneminden sonra yeni yatırımlar için daha dikkatli davranıyoruz. Kalite, verimlilik ve iş güvenliğine dönük yatırımlarımızda bir kısıtlamamız yok. Yeni yatırımlar için enerji konusunda araştırmalarımız ve Ar-Ge merkezi kurma çalışmalarımız devam ediyor.”

### **“COŞKUNÖZ EĞİTİM VAKFI, SANAYİYE YETİŞKİN ELEMAN KAZANDIRIYOR.”**

Halil Akgül; 1988 yılında kurulan Coşkunöz Eğitim Vakfı’ndan ve diğer eğitim faaliyetlerinden bahsetti: “Sanayiye yetişkin işgücü, özellikle kalıpcı ka-

zandırmak amacıyla 1988 yılında kurulan Coşkunöz Eğitim Vakfı düz lise mezunlarına meslek edindirmeye aralıksız devam etmektedir. Bu yıl alınan sertifikasyon ile verdiği diploma meslek lisesi eşdeğerindedir. Vakıf bünyesinde 1997 yılında 800 öğrenci kapasiteli Coşkunöz Anadolu Teknik Lisesini kurduk. Coşkunöz Eğitim Vakfı’nın 2000 yılında Uludağ Üniversitesi bünyesinde Gastroentoloji kliniğinin kurulmasında ve yine aynı yıl 300 yatak kapasiteli öğrenci yurdunun hizmete girmesinde büyük katkısı oldu.”

Halil Akgül, son olarak makine sektörünün gerek Bursa, gerekse ülke ekonomisi için önemine de değiniyor: “Makine sektörü, ülkemiz için çok önemli bir sektördür. Şu anki sorunları gözden geçirerek, uzun dönem stratejileri için çalışılmalıdır. Ar-Ge, verimlilik, yeni teknolojiler, hafif malzemeler, küresel sanayici olmak, gelişen pazarlara yönelmek üzerinde çalışılması gereken kavramlar olarak görüyorum.”



# Türkiye’de makine sektörü denilince ne anlaşılıyor?

**ERCİYES ÜNİVERSİTESİ MAKİNE MÜHENDİSLİĞİ BÖLÜM BAŞKANI PROF. DR. İBRAHİM UZMAY, ‘TÜRKİYE’DE MAKİNE SEKTÖRÜ DENİLİNCE NE ANLAŞILYOR?’ SORUSUNUN CEVABININ TÜRKİYE GERÇEKLERİNE GÖRE AÇIKLIĞA KAVUŞTURULMASI GEREKTİĞİNİ SÖYLÜYOR.**

**E**rciyes Üniversitesi Makine Mühendisliği Bölüm Başkanı Prof. Dr. İbrahim Uzman, öncelikle ‘Türkiye’de makine sektörü denilince ne anlaşılıyor?’ sorusunun cevabının Türkiye gerçeklerine göre açıklığa kavuşturulması gerektiğini söylüyor. Prof. Dr. Uzman şöyle devam ediyor: ‘‘Kara, deniz taşıtları ve elektronik cihaz imalatı gibi yabancı lisansa bağlı makine imalat sektörü mü, yoksa bilgi yoğun olmayan katma değeri düşük tekstil, tarım, taşıma, paketleme ve mobilya imalat makineleri sektörü mü makine sektörü olarak anlaşılmalıdır? Diğer bir bakış açısıyla, bu iki temel grubun sektör içindeki payları nedir? Ülkemiz makine sektörü açıklanan bu yaklaşım tarzı esas alındığında, Ar-Ge katkısı zayıf, dolayısıyla özgün bilgi ve teknoloji katkı payı etkin olmayan metal eşya ve yedek parça imalat sanayi gibi sektörlerden oluşmuş bir görüntü sergilemektedir.’’

### EN ÇARPICI ÖRNEK GÜNEY KORE

Türkiye’nin özgün teknolojiye sahip gelişmiş sanayi ülkelerine göre yabancı lisansa dayalı genellikle ileri teknoloji ürünü olmayan makine imalat sektörüne sahip bir ülke konumunda olduğunu aktaran Prof. Dr. Uzman, ‘‘Makine sektörü, sanayileşme ve dolayısıyla gelişmişlik derecesini belirleyici bir özelliğe sahiptir’’ diyor. Bu doğrultuda, sanayileşmede yerel imkânları ve ihtiyaçları dikkate alarak, bilim ve teknolojideki gelişmelere uygun yapılanmaya gidilmesi gerektiğine vurgu yapan Prof. Dr. Uzman, bu yapılanmadan kastın, bilgi ve yeni teknolojilere dayalı katma değeri yüksek ileri teknoloji ürünü olarak nitelenebilecek makinelerin tasarım ve imalatına yönelmek olduğunu söylüyor. Özellikle, otomotiv ve nükleer santral gibi belirli alanlarda dünya genelinde ihracat potansiyeline sahip Güney Kore gibi ülkeler çarpıcı örneklerden biri. ‘‘Makine sektöründe uluslararası rekabet gücüne sahip teknolojiler geliştirme ve uygulamaya dönüştürme yeteneğindeki gelişmeler, bir ülkenin ekonomik ve sosyal standartlarını yükseltirken, siyasal gücünü de belirleyici ana faktörler arasındadır’’ diye konuşan Prof. Dr. Uz-



#### Prof. Dr. İbrahim Uzman

Erciyes Üniversitesi Makine Mühendisliği Bölüm Başkanı

*Sanayi sektörü, üniversite ve araştırma kurumlarıyla ülkemizin bilgi çağını yakalaması için işbirliği yaparak, katma değeri yüksek ileri teknoloji ürünlerinin tasarım ve imalatını gerçekleştiren, ekonomik ve sosyal standartları yüksek kalkanmış bir ülke olmasını diliyoruz.*

man, amaçlanan gelişmelerin sağlanmasında başlıca unsurun ise araştırma ve geliştirme etkinlikleri olduğunu belirtiyor. Bu tür çalışmaların verimi ve hedefe ulaşması, fiziksel altyapı ve insan kaynakları gibi araştırma alt yapısının yeterliliğine ve motivasyon şartlarına bağlı olduğunu da sözlerine eklen Prof. Dr. Uzman, ‘‘Açıklanan amaçların ger-

çekleştirilmesinde üniversiteler, özellikle araştırmanın temel ögesi olan araştırma personelinin yetiştirilmesi ve yönlendirilmesinin yanı sıra bilgi üretimi gibi görevleri gerçekleştirirler’’ diyor. Prof. Dr. Uzman şöyle devam ediyor: ‘‘Bununla birlikte, anılan görevin beklenen düzeyde gerçekleştirildiğini söylemek mümkün değildir. Üniversite öğretim elemanlarının araştırma imkânları ve özlük hakları bakımından yeterli desteği görmemesine ek olarak aşırı ders yükü nedeniyle araştırmaya yeterince zaman ayıramaması, başlıca araştırma kurumları olan üniversitelerin önündeki engeldir. Bilimsel araştırma sonuçlarının uygulanabilir yeni teknolojiye dönüştürülmesinde önemli görevi ve payı olan sanayi sektörünün Ar-Ge faaliyetlerine gereken katkıyı sağlaması şarttır. Tasarım ve imalatla yenilik ön plana çıkarılarak rekabet gücü yüksek makine ve sanayi ürünler geliştirmek, sektörün temel felsefesi olmalıdır. Sektör genelinde gözlenen ise günlük planlarla yürütülen içe dönük, uluslararası rekabeti dikkate almayan tasarım ve imalat anlayışıdır. Sektörden beklenen ise Ar-Ge’ye yönelik eleman istihdamını gerçekleştirerek, yeterli kaynak tahsisatını sağlamak suretiyle kendi bünyesinde veya üniversite gibi araştırma kurumları ile ortak araştırmalar yapmaktır.’’



### “ERCİYES TEKNOPARK BÜNYESİNDE DANIŞMANLIK YAPIYORUZ”

Erciyes Üniversitesi Makine Mühendisliği Bölümü olarak 35 öğretim üyesi ve diğer akademik personeli, lisans öğretimine yönelik laboratuvarlarının yanı sıra araştırma imkânları ve yeteneği ile endüstriyel sorunlara çözüm üretme ve akademik amaçlı çalışmaların sonuçlarıyla ülke makine sektörüne yenilikçi girişimler ve ileri teknoloji yolunda rehberlik ediyor. Bölümün öğretim elemanları; malzemelerde aşınma ve kaplama, kompozit malzeme ve yapıştırma mekaniği, eklem boşluklu mekanizma kinematiği ve dinamiği, taşıt titreşimleri, robotlar ve kontrolü, güneş enerjisi, nükleer ve hidrojen esaslı diğer yenilebilir enerji kaynaklarına yönelik uygulamalara ilişkin çalışmalarını uluslararası bilim ve teknolojiye önemli katkılar sağlamaktadır. DPT, Tubitak, Santez ve Üniversite Araştırma Fonu destekleriyle geliştirilen

araştırma projelerinde yerel ve ulusal düzeyde de makine sektörünün ilgi alanı kapsamındaki değişik sorunlarına çözüm geliştirmeye çalışılıyor. Ayrıca, bölümün öğretim elemanları Erciyes Tek-

nopark bünyesinde çeşitli şirketlerin yöneticisi ya da danışmanı olarak Ar-Ge etkinliğinde önemli görevler üstlenerek, yenilikçi tasarım ve ürün geliştirme çalışmalarına dolaysız katkı sağlıyor.

“ Lisans düzeyinde özellikle öğrenci stajlarının amaca uygun olarak gerçekleştirilmesini sağlayacak bir anlayışın sergilenmesi, mühendislik öğretiminin dünya standartlarına uygun ve rekabet edebilir düzeye getirilmesine yönelik olarak karşılıklı bilgi akışı ve paylaşımını amaç edinmeleridir. Dolayısıyla, sektörel beklentilerin gerçekleşmesinde temel unsur olan nitelikli insan kaynağının üniversiteler olduğunu unutmamalıdır. ”





### “ÖĞRENCİ STAJLARI AMACA UYGUN OLMALI”

Prof. Dr. Uzman Erciyes Üniversitesi Makine Mühendisliği Bölümü'nün 30 yılı aşkın mazisi, özellikle uluslararası bilime katkısıyla öne çıkan akademik kadrosuna ek olarak, lisans eğitimi ve araştırma-uygulamaya yönelik laboratuvarları ve diğer fiziksel altyapısı ile mühendislik eğitim-öğretimi alanında uluslararası standartları yakalama gayretinde olduğunu söylüyor. Yaklaşık olarak 15 yıldır İngilizce Hazırlık Sınıfı'na dayalı normal ve ikinci öğretim programlarıyla nitelikli makine mühendisi

yetiştirilmesine önemli katkı sağlandığına da vurgu yapan Prof. Dr. Uzman şöyle devam ediyor: “Tasarım ve İmalat ile Isı Tekniği dalı olmak üzere iki dalda uzmanlaşmayı amaçlayan makine mühendisliği eğitimi verilirken; Uygulamalı Mekanik, Makine Teorisi ve Kontrol Sistemleri, Malzeme Bilimleri ve İmalat Teknolojileri, Isıl Bilimler ve Enerji Teknolojileri alanlarında yüksek lisans ve doktora programlarıyla araştırma ve uygulamada uzmanlaşmış mühendisler ile bilim adamı yetiştirme amacını gerçekleştirmede de önemli bir konuma sahiptir.” Makine Mühendisliği Bölümün-

de normal ve ikinci öğretim programlarında toplam 1150 öğrenci, yüksek lisans düzeyinde 84 ve doktora düzeyinde ise 22 öğrenci öğrenim görüyor. Erciyes Üniversitesi Makine Mühendisliği Bölümü'nden günümüze kadar 2 bin 300 mühendis, 225 yüksek lisans ve 68 doktora derecesine sahip araştırmacı mühendis mezun oldu. Prof. Dr. Uzman, bölümün mezunlarının kamu ve özel sektördeki konumları, ayrıca çeşitli üniversitelerin akademik kadrolarında yer alan mezunların hızla artan sayısının, yürütülmekte olan öğretimin başarısına yönelik bir kriter olarak değerlendirileceğini söylüyor. Prof. Dr. Uzman, üniversite olarak sektörden beklentilerini ise şöyle açıklıyor: “Lisans düzeyinde özellikle öğrenci stajlarının amaca uygun olarak gerçekleştirilmesini sağlayacak bir anlayışı sergilemeleri, mühendislik öğretiminin dünya standartlarına uygun ve rekabet edebilir düzeye getirilmesine yönelik olarak karşılıklı bilgi akışı ve paylaşımını amaç edinmeleridir. Dolayısıyla, sektörel beklentilerin gerçekleşmesinde temel unsur olan nitelikli insan kaynağının üniversiteler olduğunu unutmamalarıdır.”

### “ÖĞRENCİLER STAJ YERİ BULMAKTA ZORLANIYOR”

Makine sanayi temsilcilerinin yetmişmiş eleman bulmakta güçlük yaşadıklarını



kaynakların yetersizliği olduğuna vurgu yapan Prof. Dr. Uzman, “Açıklanan bazı engelleri ortadan kaldırmada her iki taraf için uygun kurumsal yapılaşma, üniversite ve sanayi kesiminin temel unsur olduğu buluşma zemini Teknopark’lardır. Bunun yanı sıra DPT, Tubitak ve Sanayi Bakanlığı kaynakları ile desteklenen ortak araştırma projeleri ile ortak çalışma sistemi esaslı bir yaklaşımla gerçekleştirilmeli ve profesyonel bir anlayış yerleşmelidir” diyor.

## DERS MATERYALLERİ ELEKTRONİK ORTAMDA

Erciyes Üniversitesi Makine Mühendisliği Bölümü olarak lisans ve lisansüstü eğitim-öğretimin yürütülmesinin yanı sıra birçok araştırma konularında da çalışmalar sürdürüldüğünü sözlerine ekleyen Prof. Dr. Uzman, öğretim kalitesini geliştirmek amacıyla akreditasyon faaliyetlerine hız verildiğini ve bu doğrultuda eğitim-öğretim planlarında gerekli düzenlemelerin yapıldığını söylüyor.

Ders araç-gereçlerinin teknolojik gelişmelere uyumlu hale getirilmesi, ders materyallerinin elektronik ortama taşınması, bilgiye erişimin kolaylaştırılması ve bilgi kaynaklarının zenginleştirilmesi suretiyle araştırma odaklı öğretimin kökleşmesinin, bölümün temel ilkesi olarak belirlendiğini belirten Prof. Dr. Uzman şöyle devam ediyor: “Çağın gerektirdiği bilgi ve teknolojik düzeyle uyumlu mesleki bilgiye sahip, yabancı dil donanımlı ve etik değerleri rehber edinmiş mühendis ve araştırmacıların yetiştirilmesi, dolayısıyla ülkemiz ve tüm insanlığın geleceğine yönelik en değerli yatırım olan nitelikli insan kaynağının oluşumuna gereken katkıyı sağlamak başlıca ilkemizdir.”

Ülkelerin gelişmişlik düzeylerinin, ekonomik ve sosyal yapıları, küresel bazdaki konumları, sahibi oldukları özgün bilgi ve teknoloji düzeyi ile uyumluluk gösterdiğini aktaran Prof. Dr. Uzman, “Sonuç olarak; sanayi sektörü, üniversite ve araştırma kurumlarıyla ülkemizin bilgi çağını yakalaması için işbirliği yaparak, katma değeri yüksek ileri teknoloji ürünlerinin tasarım ve imalatını gerçekleştiren, ekonomik ve sosyal standartları yüksek kalkınmış bir ülke olmasını diliyoruz” diye konuşuyor.

ifade ederken kendilerinin de bu uğurda ne denli katkıda bulduklarını sorgulamaları gerektiğini aktaran Prof. Dr. Uzman, “Somut bir örnek olarak öğrencilerin staj yeri bulmakta nasıl zorlandıkları bilinen bir gerçektir. Sanayicilerimiz bu ve benzeri konularda yeterli desteği ve işbirliği ortamını oluşturacak bir niyeti göstermemektedirler” diyor. Prof. Dr. Uzman ekliyor: “Ayrıca, bilgi ve dolayısıyla niteliği yüksek insan gücünün başarının temel unsuru olduğuna inanmaları ve bu doğrultuda anılan nitelikteki personel istihdamına yönelik yeterli finansmanı sağlamalıdır. Sonuç

olarak vermeden almak mümkün değildir.”

Prof. Dr. Uzman, üniversite-sanayi işbirliğinde beklenen düzeyin yakalanabilmesi için sanayicinin Ar-Ge’ye gereken önemi vermesi, yeterli kaynağı ayırması, kısa ve uzun vadeli ortak araştırma faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinin önemli bir husus olduğunu söylüyor. Prof. Dr. Uzman ayrıca bu konuda üniversitelerin önündeki en önemli engellerden birinin, öğretim elemanlarının farklı nedenlerden kaynaklanan aşırı ders yükü, dolayısıyla da sanayi ile ortak araştırmalara yeterli zamanı ayıramamaları olduğunu aktarıyor. Diğer önemli engelin ise araştırmaya ayrılan



# göstergeler



# İlk 3 ayda 2,3 milyar dolarlık makine ihracatı

**MAKİNE SEKTÖRÜ TOPLAMI 84. FASLIN TAMAMI VE 84. FASIL DIŞI ORTA ANADOLU MAKİNE VE AKSAMLARI İHRACATÇILARI BİRLİĞİ İŞTİĞAL ALANI 2009 YILI OCAK-MART DÖNEMİ İHRACATI BİR ÖNCEKİ YIL EŞ DÖNEMİNE KIYASLA YÜZDE 17,3 ARTARAK 1 MİLYAR 917 MİLYON DOLARDAN 2 MİLYAR 249 MİLYON DOLARA YÜKSELDİ.**

**O**rta Anadolu Makine ve Aksamları İhracatçıları Birliği iştiğal alanına giren GTİP'ler kapsamında belirlenen Türkiye geneli ihracat kayıtlarına göre; 2009 yılı Ocak-Mart dönemi ihracat kayıt rakamı 1 milyar 293 milyon dolar iken, bu rakam 2010 yılının eş zaman diliminde yüzde 7,9 oranında yükselerek 1 milyar 396 milyon dolar olarak gerçekleşti.

Makine sektörü toplamı, 84. faslin tamamı ve 84. fasıl dışı Orta Anadolu Makine ve Aksamları İhracatçıları Birliği iştiğal alanı itibariyle 2010 yılının ilk 3 ayında önceki yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 17,3 oranında artış göstererek 1 milyar 917 milyon dolardan 2 milyar 249 milyon dolara ulaştı.

Mal grupları bazında incelendiğinde ise; 2009 yılı Ocak-Mart döneminde, ihracatında en yüksek artış gerçekleşen kalemler ise yüzde 592,9 ile motorlar, aksam ve parçaları, yüzde 66 ile tekstil ve konfeksiyon makineleri, yüzde 57,4 ile rulmanlar, yüzde 46,7 ile pompalar ve kompresörler, yüzde 44 ile kağıt imaliner ve matbaacılığa mahsus makineler olarak sıralanıyor.

İhracatında en fazla gerileme görülen ilk beş mal grubu ise; yüzde 56,6 ile savunma sanayi için silah ve mühimmat, yüzde 28,6 ile deri işleme ve imalat makineleri, yüzde 22,7 ile hadde ve döküm makineleri, kalıplar, aksam ve parçaları, yüzde 22,1 ile yük kaldırma, taşıma ve istifleme makineleri ve yüzde 9,9 ile endüstriyel ısıtıcılar ve fırınlar olmuş. OAİB iştiğal alanına giren ürünler itibariyle, mal gruplarının sektör ihracatın-



dan aldıkları paylar incelendiğinde ise; 2010 yılı Ocak-Mart döneminde; yüzde 14,0 pay ile Endüstriyel Klimalar ve Soğutma Makineleri birinci, yüzde 11,6 pay ile İnşaat ve Madencilikte Kullanılan Makineler ikinci, yüzde 9,8 pay ile Pompa ve Kompresörler üçüncü sırada yer alıyor.

## İHRACAT ARTIŞIMIZDA İRAN ŞAMPİYON PAZAR

Ülkeler itibariyle ihracat kayıt rakamları

ÜLKE	2009 YILI		2010 YILI		(% DEĞİŞİM)	
	Miktar	Değer	Miktar	Değer	Miktar	Değer
ALMANYA	18,718,625	118,924,902	17,516,117	123,033,261	-6	3
İRAN	9,751,899	57,358,183	16,498,472	94,559,269	69	65
A.B.D.	9,153,623	93,528,792	8,257,325	90,543,327	-10	-3
İRAK	14,344,358	58,460,774	17,699,527	90,169,576	23	54
İNGİLTERE	10,144,514	47,216,388	15,346,800	66,894,946	51	42
İTALYA	9,332,871	48,078,240	8,534,817	48,941,234	-9	2
FRANSA	7,537,154	42,286,716	8,156,113	47,528,847	8	12
RUSYA FED.	5,383,724	41,705,467	6,618,568	44,415,704	23	6
LİBYA	5,908,403	30,390,501	7,084,066	39,409,321	20	30
MİSİR	7,145,144	37,119,786	6,887,559	34,951,647	-4	-6
DİĞER	111,603,748	718,633,780	120,037,344	715,855,380	8	0
<b>T O P L A M</b>	<b>209,024,064</b>	<b>1,293,703,531</b>	<b>232,636,708</b>	<b>1,396,302,515</b>	<b>11.3</b>	<b>7.9</b>

Kaynak: Tüm İhracatçı Birlikleri Kayıtları



incelendiğinde; 2010 yılı Ocak-Mart döneminde en fazla ihracat yapılan ilk üç ülke sırasıyla Almanya, İran ve ABD olmuştur. Söz konusu dönemde ilk on ülke arasında en büyük ihracat artışı yüzde 65 ile İran'a yönelik gerçekleşmiştir. Anılan ülkeye ihracatımız 94,6 milyon dolar düzeyinde.

İran'ın arıdan makine ihracatımızın en fazla artış gösterdiği ülke Irak olmuştur. Irak'a yönelik olan makine ihracatımız geçtiğimiz yılın ilk 3 aylık döneminde 58 milyon 460 bin dolar iken 2010 yılının aynı dönemine gelindiğinde yüzde 54 artış göstererek 90 milyon 169 bin dolar olmuştur. Makine ihracatımızın artış gösterdiği bir diğer ülke ise İngiltere olmuştur. Söz konusu ülkeye 2009 yılının Ocak-Mart döneminde 47 milyon 216 bin dolarlık makine ihracatı gerçekleştiren firmalarımız 2010 yılının Ocak-Mart aylarında ise bu değeri yüzde 42 oranında yükselterek 66 milyon 894 bin dolar seviyesine çıkarmışlardır.

Libya pazarı da makine ihracatımızın yükseldiği ülkelerden biri olmuştur. Libya'ya yönelik makine ihracatımız 2009 yılının Ocak-Mart döneminde 30 milyon 390 bin dolar iken 2010 yılının aynı dönemi-

MAKİNE VE AKSAMLARI SEKTÖRÜNÜN TAMAMINA İLİŞKİN İHRACAT KAVIT RAKAMLARI						
	OCAK-MART 2009		OCAK-MART 2010		(% Değişim)	
	Miktar Kg	Değer (\$)	Miktar Kg	Değer (\$)	Miktar kg	Değer (\$)
REAKTÖRLER VE KAZANLAR	9,645,388	57,337,951	8,319,905	58,565,123	-13.7	2.1
TÜRBİN, TURBOJET, HİDR.SİLİNDİR AKS. PRÇ.	3,105,038	54,770,405	3,741,385	53,096,712	20.5	-3.1
POMPALAR VE KOMPRESÖRLER	13,096,637	93,607,334	16,258,363	137,331,190	24.1	46.7
VANALAR	7,455,835	57,722,811	7,880,084	70,720,631	5.7	22.5
KLİMALAR, SOĞUTUCU VE DONDURUCULAR	70,925,246	328,950,029	85,604,014	409,600,102	20.7	24.5
ISITICILAR VE FIRINLAR	7,096,536	54,638,574	6,457,025	49,773,002	-9.0	-8.9
HADDE VE DÖKÜM MAK., KALIPLAR,AKS. VE PRÇ.	8,996,642	64,301,759	7,940,583	49,709,740	-11.7	-22.7
GIDA SANAYİİ MAKİNELERİ, AKS. VE PARÇ.	13,064,835	83,809,989	12,191,347	77,789,309	-6.7	-7.2
TARIM VE ORMANCILIK MAKİNELERİ	20,347,619	88,469,893	22,055,220	98,564,548	8.4	11.4
YÜK KALDIRMA, TAŞIMA VE İSTİFLEME MAK.	7,168,089	42,682,458	6,288,370	33,238,221	-12.3	-22.1
İNŞAAT VE MADENCİLİK MAKİNELERİ	37,804,877	144,052,442	42,793,560	161,437,140	13.2	12.1
KAĞIT İMALINE VE MATBAACILIĞA MAHSUS MAK.	1,112,548	9,431,846	2,320,570	13,585,893	108.6	44.0
DİĞER YIKAMA, KURUTMA MAKİNELERİ	56,772,777	185,208,002	70,848,901	235,587,776	24.8	27.2
TEKSTİL VE KONFEKSİYON MAKİNELERİ	9,442,589	43,943,934	14,265,082	72,929,938	51.1	66.0
DERİ İŞLEME VE İMALAT MAKİNELERİ	384,282	1,527,338	339,829	1,090,302	-11.6	-28.6
KAUÇUK, PLASTİK, LASTİK İŞLEME MAKİNELERİ	1,858,798	17,017,332	1,766,595	17,064,270	-5.0	0.3
TAKIM TEZGAHLARI	18,140,922	112,612,391	17,363,373	116,725,181	-4.3	3.7
DİĞER MAKİNELER , AKSAM VE PARÇALARI	17,126,534	117,868,887	21,383,550	133,280,339	24.9	13.1
MOTORLAR, AKSAM VE PARÇALARI	13,966,258	218,278,759	18,785,782	350,314,609	34.5	60.5
BÜRO MAKİNELERİ	632,339	19,841,219	744,776	28,968,361	17.8	46.0
RULMANLAR	1,798,999	12,586,252	1,832,138	19,808,736	1.8	57.4
SAVUNMA SAN.İÇİN SİLAH VE MÜHİMMAT	3,179,695	92,048,920	2,125,251	39,945,936	-33.2	-56.6
AMBALAJ MAKİNELERİ, AKSAM VE PARÇALARI	757,575	16,801,147	930,542	20,188,754	22.8	20.2
<b>TOPLAM</b>	<b>323,880,060</b>	<b>1,917,509,673</b>	<b>372,236,244</b>	<b>2,249,315,812</b>	<b>14.9</b>	<b>17.3</b>

Kaynak: Tüm İhracatçı Birlikleri Kayıtları

mine gelindiğinde ise yüzde 30 artışla 39 milyon 409 bin dolar olmuştur. Türkiye makine ihracatının yükseliş kaydettiği önemli pazarlardan bir diğeri ise Rusya Federasyonu. Söz konusu ülkeye 2009 yılının Ocak-Mart döneminde 41 milyon 705 bin dolarlık makine ihracatı yapılmışken 2010 yılının aynı dönemine

gelindiğinde bu değer yüzde 6 oranında yükselerek 44 milyon 415 bin dolar olmuştur.

Fransa'da Avrupa pazarında ihracatımızın arttığı ülkeler arasında yer alıyor. Fransa'ya yönelik makine ihracatımız 2009 yılının Ocak-Mart döneminde 42 milyon 286 bin dolar iken 2010 yılına ge-

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

MAL GRUBU ADI	OCAK -MART 2009			OCAK -MART 2010			(% Değişim)		
	Miktar (Kg)	Değer (\$)	\$/KG	Miktar (Kg)	Değer (\$)	\$/KG	Miktar	Değer	
REAKTÖRLER VE KAZANLAR	9,645,388	57,337,951	5.9	8,319,905	58,565,123	7.0	-13.7	2.1	
TÜRBİN, TURBOJET, HİDR.SİLİNDİR AKS. PRÇ.	3,105,038	54,770,405	17.6	3,741,385	53,096,712	14.2	20.5	-3.1	
POMPALAR VE KOMPRESÖRLER	13,096,637	93,607,334	7.1	16,258,363	137,331,190	8.4	24.1	46.7	
VANALAR	7,455,835	57,722,811	7.7	7,880,084	70,720,631	9.0	5.7	22.5	
ENDÜSTRİYEL KLİMALAR VE SOĞUTMA MAK.	30,452,548	147,388,214	4.8	40,490,520	196,019,486	4.8	33.0	33.0	
ENDÜSTRİYEL ISITICILAR VE FIRINLAR	6,019,312	48,792,138	8.1	5,281,819	43,982,913	8.3	-12.3	-9.9	
HADDE VE DÖKÜM MAK., KALIPLAR,AKS. VE PRÇ.	8,996,642	64,301,759	7.1	7,940,583	49,709,740	6.3	-11.7	-22.7	
GIDA SANAYİİ MAKİNELERİ, AKS. VE PARÇ.	13,064,835	83,809,989	6.4	12,191,347	77,789,309	6.4	-6.7	-7.2	
TARIM VE ORMANCILIK MAKİNELERİ	20,347,619	88,469,893	4.3	22,055,220	98,564,548	4.5	8.4	11.4	
YÜK KALDIRMA, TAŞIMA VE İSTİFLEME MAK.	7,168,089	42,682,458	6.0	6,288,370	33,238,221	5.3	-12.3	-22.1	
İNŞAAT VE MADENCİLİK MAKİNELERİ	37,804,877	144,052,442	3.8	42,793,560	161,437,140	3.8	13.2	12.1	
KAĞIT İMALINE VE MATBAACILIĞA MAHSUS MAK.	1,112,548	9,431,846	8.5	2,320,570	13,585,893	5.9	108.6	44.0	
DİĞER ENDÜSTRİYEL YIKAMA, KURUTMA MAK.	158,797	1,957,782	12.3	154,457	2,138,497	13.8	-2.7	9.2	
TEKSTİL VE KONFEKSİYON MAKİNELERİ	9,442,589	43,943,934	4.7	14,265,082	72,929,938	5.1	51.1	66.0	
DERİ İŞLEME VE İMALAT MAKİNELERİ	384,282	1,527,338	4.0	339,829	1,090,302	3.2	-11.6	-28.6	
KAUÇUK, PLASTİK, LASTİK İŞLEME MAKİNELERİ	1,858,798	17,017,332	9.2	1,766,595	17,064,270	9.7	-5.0	0.3	
TAKIM TEZGAHLARI	18,140,922	112,612,391	6.2	17,363,373	116,725,181	6.7	-4.3	3.7	
DİĞER MAKİNELER , AKSAM VE PARÇALAR	14,940,671	101,699,606	6.8	18,114,715	111,033,427	6.1	21.2	9.2	
MOTORLAR, AKSAM VE PARÇALARI	15,466	43,424	2.8	110,177	300,877	2.7	612.4	592.9	
BÜRO MAKİNELERİ	76,900	1,098,162	14.3	72,825	1,035,691	14.2	-5.3	-5.7	
RULMANLAR	1,798,999	12,586,252	7.0	1,832,138	19,808,736	10.8	1.8	57.4	
SAVUNMA SAN.İÇİN SİLAH VE MÜHİM MAT	3,179,695	92,048,920	28.9	2,125,251	39,945,936	18.8	-33.2	-56.6	
AMBALAJ MAKİNELERİ, AKSAM VE PARÇALARI	757,575	16,801,147	22.2	930,542	20,188,754	21.7	22.8	20.2	
<b>TOPLAM</b>	<b>209,024,064</b>	<b>1,293,703,531</b>	<b>6.2</b>	<b>232,636,708</b>	<b>1,396,302,515</b>	<b>6.0</b>	<b>11.3</b>	<b>7.9</b>	

Kaynak: Tüm İhracatçı Birlikleri Kayıtları

lindiğinde yüzde 12 değer yükselişi yaşanarak ihracatımız 47 milyon 528 bin dolar olmuş. İtalya'da Fransa gibi makine ihracatımızın yükseldiği ülkeler arasında yer alıyor. İtalya'ya 2009 yılının ilk 3 ayında 48 milyon 78 bin dolarlık makine ihracatımız söz konusu iken 2010 yılının ilk 3 ayına gelindiğinde ise yüzde 2 oranında artışla 48 milyon 941 bin dolarlık ihracat kaydedilmiş.

### MAL GRUPLARINA GÖRE EN FAZLA İHRACAT YAPILAN ÜLKELER

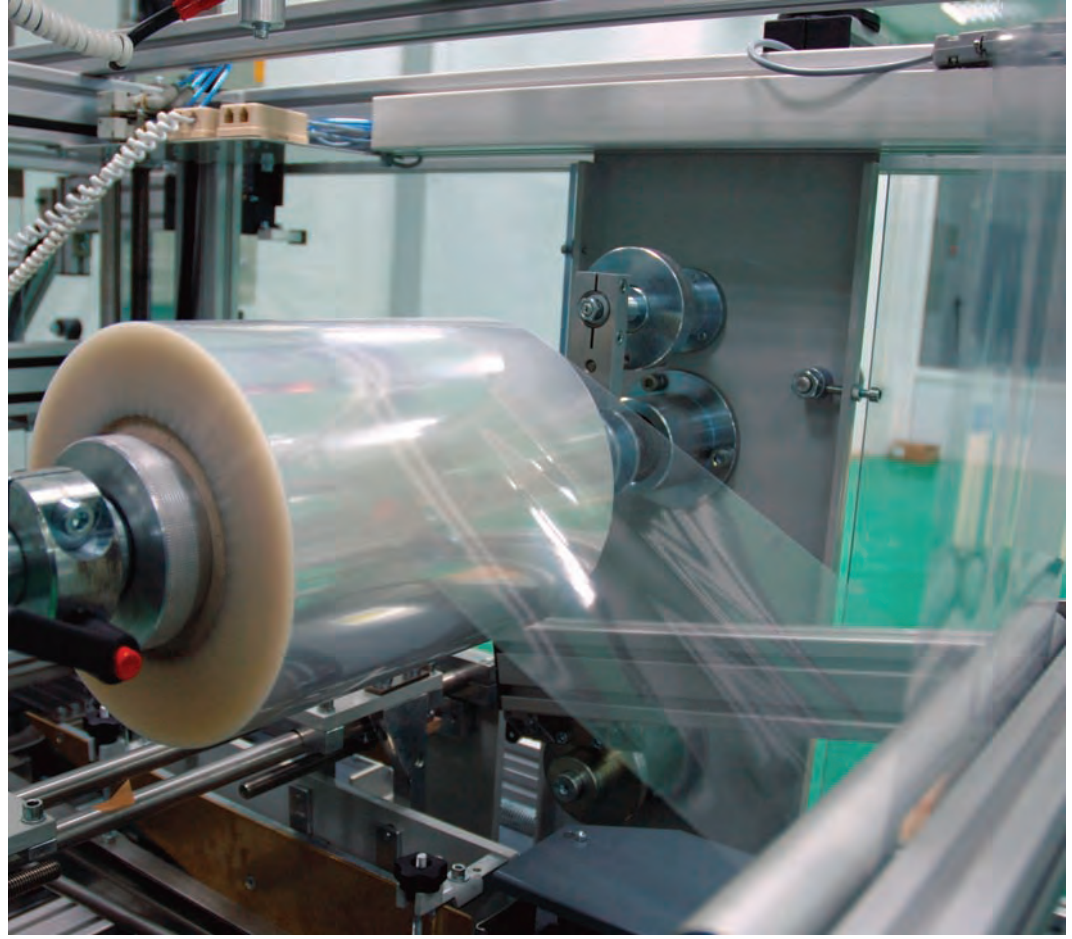
2010 yılı Ocak-Mart döneminde mal grupları bazında en fazla ihracat yapılan ülkeler ise, İnşaat ve Madencilik Makinelerinde; Almanya, Libya ve Cezayir; Endüstriyel Klimalar ve Soğutucular; İngiltere, Irak ve Fransa, Takım Tezgâhlarında; Irak, İran ve Almanya, Pompa ve Kompresörlerde; Almanya, ABD ve Romanya, Tarım ve Ormancılık Makinelerinde; ABD, Fas ve Irak, Gıda İşleme Makinelerinde; İran, Almanya, Irak, Vanalarda; Almanya, Irak ve Libya, Tekstil ve Konfeksiyon Makinelerinde; İran, Hindistan, Etiyopya, Hadde ve Döküm Makinelerinde; İran, Rusya, Almanya, Reaktör ve Kazanlarda; İstanbul Deri Serbest Bölgesi, İngiltere ve İspanya, Türbin, Turbojet ve Hidrolik Silindirlerde; ABD, Belçika, Ege Serbest Bölgesi, Yük Kaldırma, Taşıma ve İstifleme Makinelerinde; Azerbaycan, ABD ve Libya, Kauçuk, Plastik, Lastik İşleme Makinelerinde; Rusya, İran ve Özbekistan, Rulmanlarda; Almanya, Fransa ve İtalya, Ambalaj Makinelerinde ise; İtalya, Mısır ve Irak olmuş.



## AMBALAJ MAKİNELERİ

Ülkemiz ambalaj makineleri ihracatı 2009 yılının Ocak-Mart dönemine göre 2010 yılının aynı zaman dilimi ile karşılaştırıldığından yüzde 20,2 oranında yükseliş göstermiş. 2009 yılının Ocak-Mart ayları arasında 16 milyon 801 bin dolar olan ambalaj makineleri ihracatımız 2010 yılının aynı dönemine gelindiğinde 20 milyon 188 bin dolar olmuş.

Ambalaj makineleri ihracatımız ülkeler bazında incelendiğinde ise ilk sırada İtalya'nın yer aldığı görülüyor. İtalya'ya 2009 yılının ilk 3 ayında makine ihracatımız 2 milyon 47 bin dolar iken 2010 yılının aynı dönemine gelindiğinde ise yüzde 116,4 oranında değer atışı ile 4 milyon 430 bin dolar rakamına ulaşmış. İtalya'nın ardından en fazla ambalaj makineleri ihracatı gerçekleştirdiğimiz ikinci ülke ise Mısır olmuş. Söz konusu ülkeye 2009 yılının ilk 3 aylık döneminde 706 bin dolarlık ambalaj makineleri ihracatı gerçekleştirilmişken 2010 yılının eş zaman dilimine gelindiğinde yüzde 262,8 yükselişle 2 milyon 562 bin dolarlık ihracat rakamına ulaşılmış. Irak ise ambalaj



makineleri ihracatımızın üçüncü en büyük pazarı olmuş. Irak'a yönelik olan ambalaj makineleri ihracatımız 2010 yılının ilk 3 aylık döneminde 2 milyon 104 bin dolar olarak kaydedilmiş.

Ambalaj makineleri ihracatımız ülkeler bazında ihracat artış hızı oranlarına göre değerlendirildiğinde ise Makedonya ve ABD'nin ardından Özbekistan'ın yüzde 758,4 oranında artış hızı oranıyla üçüncü sırada yer aldığı görülüyor. Söz konusu ülkeye 2009 yılının Ocak-Mart döneminde 129 bin dolarlık ambalaj makineleri ihracatı varken 2010 yılının aynı dönemine gelindiğinde ise 1 milyon 110 bin dolarlık ihracat rakamı yakalanmış. Romanya'da ambalaj makineleri ihracat artış oranımızın yüksek olduğu pazarlardan biri konumuna yükselmiş. Romanya'ya 2009 yılının Ocak-Mart döneminde 192 bin dolarlık ambalaj makineleri ihracatı gerçekleştiren firmalarımız 2010 yılının Ocak-Mart döneminde ise yüzde 425,2 oranında değer artışı ile 1 milyon 13 bin dolar seviyesini yakalamışlar.

**Mart ayında ihracatımız olmadı**  
2010 yılı Mart ayında ihracat gerçekleştirilemedi. Bunun en önemli sebebi olarak yabancı dil bilen personelimizin olmamasını gösterebilirim. İhracatımızı daha çok Bulgaristan, Kosova, Makedonya gibi ülkelere gerçekleştiriyoruz. Yaşanan kriz nedeniyle de talepte daralma olduğunu söyleyebilirim. Geçtiğimiz ay İngilizce bilen elemanımız işten ayrıldı. Yabancı dil bilen elemanımızın olmaması ihracat yarışında çok önemli bir dezavantaj bizim için. Sektörel bazda bakarsak ambalaj makineleri sektörü bu yıl ocak-mart döneminde yaklaşık 20 milyon dolarlık bir ihracat rakamına ulaştı. Bu rakam 2009 ocak-mart döneminde yaklaşık 17 milyon dolar civarındaydı. Bu da genel olarak sektörde krizin etkilerinin yavaş yavaş azalmaya başladığını ve sektörün yüzde 20'lik bir artış yaşadığını gösteriyor.

**Hülya Sağlım**  
Ser-Ma Makine İhracat Sorumlusu

### AMBALAJ MAKİNELERİ TÜRKİYE GENELİ İHRACATINDAKİ İLK 5 ÜLKE (2009 ve 2010 Yılları Ocak - Mart Dönemi)

ÜLKE	2009 YILI			2010 YILI			(% DEĞİŞİM)	
	Miktar (Kg)	Değer (\$)	\$/kg	Miktar (Kg)	Değer (\$)	\$/kg	Miktar	Değer
İTALYA	101.807	2.047.957	20,1	144.078	4.430.991	30,8	41,5	116,4
MISIR	18.163	706.383	38,9	50.007	2.562.631	51,2	175,3	262,8
IRAK	93.995	1.402.701	14,9	103.379	2.104.792	20,4	10,0	50,1
ÖZBEKİSTAN	11.918	129.386	10,9	52.773	1.110.656	21,0	342,8	758,4
ROMANYA	4.816	192.991	40,1	28.027	1.013.511	36,2	481,9	425,2

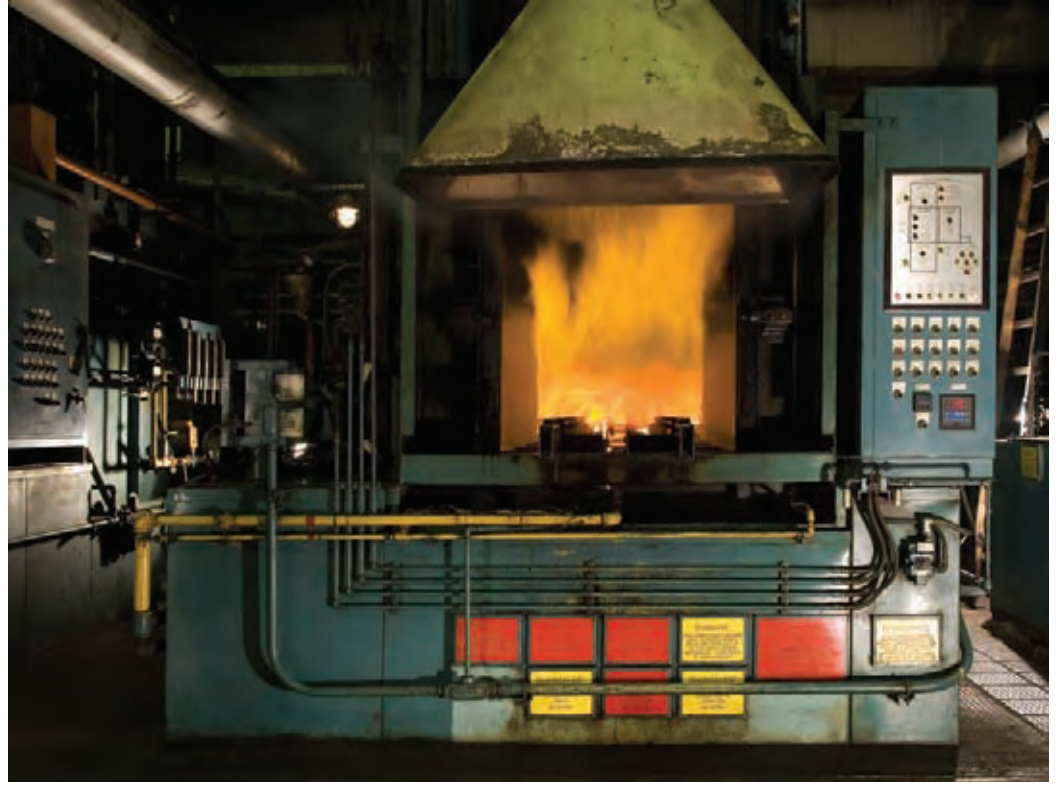
### OAİB İŞTİGAL ALANI İTİBARIYLA AMBALAJ MAKİNELERİ İHRACATI (2009 ve 2010 Yılları Ocak-Mart)

OCAK-MART 2009		OCAK-MART 2010		DEĞİŞİM (%)	
MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)	MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)	MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)
757.575	16.801.147	930.542	20.188.754	22,8	20,2

## ENDÜSTRİYEL ISITICILAR VE FIRINLAR

Orta Anadolu Makine ve Aksamaları İhracatçıları Birliği iştiğal alanına giren ihracat kayıt rakamlarına göre endüstriyel ısıtıcılar ve fırınlar ihracatımız 2009 yılının Ocak-Mart döneminde 48 milyon 792 bin dolar iken 2010 yılının aynı zaman dilimine gelindiğinde bu değer yüzde 9,9 oranında gerileme göstererek 43 milyon 982 bin dolar olmuş.

Ülkemiz endüstriyel ısıtıcılar ve fırınlar ihracatı ülkeler bazında incelendiğinde ise bu mal grubunda Irak'ın en fazla ihracat gerçekleştirdiğimiz ülke olduğu görülüyor. Söz konusu ülkeye 2009 yılının ilk 3 aylık döneminde 1 milyon 217 bin dolarlık endüstriyel ısıtıcılar ve fırınlar ihracatı yapılmışken 2010 yılının eş zaman dilimine gelindiğinde bu değer yüzde 388 oranında yükselerek 5 milyon 943 bin dolar olmuş. Irak'ın ardından en fazla endüstriyel ısıtıcılar ve fırınlar ihracatı yaptığımız ikinci ülke ise Almanya. Bu ülkeye 2009 yılının Ocak-Mart döneminde Türkiye'den 4 mil-



yon 797 bin dolarlık endüstriyel ısıtıcılar ve fırınlar ihracatı gerçekleştirilmiş. Fransa ise endüstriyel ısıtıcılar ve fırınlar ihracatımızın hızlı gelişen ve üçüncü sıraya yükselen pazarı konumunda. Söz konusu ülkeye geçtiğimiz yılın ilk 3 aylık döneminde 4 milyon 790 bin dolarlık ihracat yapan endüstriyel ısıtıcılar ve fırınlar üreten firmalarımız 2010 yılının ilk 3 aylık dönemine gelindiğinde yüzde 9 oranında gerileme ile 4 milyon 359 bin dolar-

lık ihracat gerçekleştirmişler. Endüstriyel ısıtıcılar ve fırınlar ihracatımızın, ülkeler bazında ihracat artış oranı hızlarına göre değerlendirildiğinde Irak'ın ilk sırada yer aldığı görülüyor. Irak'ın ardından ihracatımızın en hızlı şekilde artış gösterdiği yer ise İstanbul Deri Serbest Bölgesi olmuş. İstanbul Deri Serbest Bölgesi'nden 2009 yılının ilk 3 ayında 2 milyon 256 bin dolarlık endüstriyel ısıtıcılar ve fırınlar ihracatı söz konusu iken 2010 yılının ilk 3 aylık döneminde ise yüzde 68,5 oranında yükselişle 3 milyon 803 bin dolarlık endüstriyel ısıtıcılar ve fırınlar ihracatı yapılmış.

*iyi olduğunu söyleyebilirim. İhracat gerçekleştirdiğimiz ülkeler olarak ise İran, Azerbaycan, Nijerya, Kıbrıs, Gürcistan, Kıbrıs, Polonya ve Umman gibi ülkeleri sayabilirim. Sektör olarak yaşadığımız sorunların başında teknolojiye bağlı olarak maliyetlerimizin yüksek olması ve bu nedenle de AB ülkeleriyle rekabet düzeyimizin düşük olmasını aktarabilirim. Ayrıca eğitimli kadro sayımız AB ülkeleriyle kıyaslandığında çok az. Kalifiye elemana yatırım yapılması gerekiyor.*

*Firma bilinci ve firma isminin tanıtılması anlamında bazı maliyetlerin ayrılması gerekiyor. İhracatçı birlikleri tarafından imalatçı firmalara destekler artırılmalı. Bize yol gösterilmeli. Fuarlar artırılmalı. Özel olarak makine sektörüne yönelik fuarlar konusunda yol gösterilmeli.*

*Bunun dışında genel olarak Ocak-Mart döneminde 494 milyon dolar civarında ihracat gerçekleştirildi. Bu rakam 2009 yılında ise 54 milyon dolardı. Bu da sektörde yüzde 8,9'luk bir düşüş yaşandığı anlamına geliyor.*

**Ahmet Karaçam**  
Fimak Makina İhracat Müdürü

### "Kalifiye elemana yatırım şart"

*Bu sene mart ayında henüz ihracat gerçekleştirmedik. Genel olarak 2010 yılının şimdiye kadarki döneminin 2009 yılından daha*

#### ENDÜSTRİYEL ISITICILAR VE FIRINLAR TÜRKİYE GENELİ İHRACATINDAKİ İLK 5 ÜLKE (2009 ve 2010 Yılları Ocak - Mart Dönemi)

ÜLKE	2009 YILI			2010 YILI			(%) DEĞİŞİM	
	Miktar (Kg)	Değer (\$)	S/kg	Miktar (Kg)	Değer (\$)	S/kg	Miktar	Değer
IRAK	201.521	1.217.983	6,0	921.545	5.943.986	6,5	357,3	388,0
ALMANYA	866.913	8.200.590	9,5	584.058	4.797.361	8,2	-32,6	-41,5
FRANSA	338.089	4.790.615	14,2	376.740	4.359.352	11,6	11,4	-9,0
İST.DERİ SER.BÖL.	150.314	2.256.523	15,0	444.859	3.803.165	8,5	196,0	68,5
POLONYA	157.736	1.180.045	7,5	188.559	1.473.730	7,8	19,5	24,9

#### OAİB İŞTİĞAL ALANI İTİBARIYLA ENDÜSTRİYEL ISITICILAR VE FIRINLAR İHRACATI (2009 ve 2010 Yılları Ocak-Mart)

OCAK-MART 2009		OCAK-MART 2010		DEĞİŞİM (%)	
MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)	MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)	MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)
6.019.312	48.792.138	5.281.819	43.982.913	-12,3	-9,9

## ENDÜSTRİYEL KLİMALAR VE SOĞUTMA MAKİNELERİ

Orta Anadolu Makine ve Aksamları İhracatçıları Birliği iştiğal alanına giren ihracat kayıt rakamlarına göre endüstriyel klimalar ve soğutma makineleri ihracatımız 2009 yılının Ocak-Mart döneminde 147 milyon 388 bin dolar iken 2010 yılının aynı zaman dilimine gelindiğinde bu değer yüzde 33 oranında yükselerek 196 milyon 19 bin dolar oldu. Endüstriyel klimalar ve soğutma makineleri ihracatımız ülkeler bazında incelendiğinde ise İngiltere'nin en fazla ihracat gerçekleştirdiğimiz pazar olduğu görülüyor. Söz konusu ülkeye 2009 yılının Ocak-Mart döneminde 17 milyon 153 bin dolar endüstriyel klimalar ve soğutma makineleri ihracatı yapılmışken 2010 yılının Ocak-Mart döneminde ise yüzde 51.1 oranında değer artışı ile 25 milyon 915 bin dolar seviyesi yakalanmış. İngiltere'nin ardından endüstriyel klimalar ve soğutma makineleri ihracatımızın en fazla olduğu ikinci ülkenin ise Irak olduğu görülüyor.



Fransa olmuş. Bu ülkeye 2010 yılının ilk 3 aylık döneminde 18 milyon 792 bin dolarlık endüstriyel klimalar ve soğutma makineleri ihracatı gerçekleştirilmiş. Irak'ın ardından endüstriyel klimalar ve soğutma makineleri ihracatımızın üçüncü en büyük pazarı ise

Fransa olmuş. Bu ülkeye 2010 yılının ilk 3 aylık döneminde 13 milyon 552 bin dolarlık endüstriyel klimalar ve soğutma makineleri ihracatı yapılmış. Endüstriyel klimalar ve soğutma makineleri ihracatımız, ihracat artış oranı hızlarına göre değerlendirildiğinde ise Türkmenistan'ın ilk sırada yer aldığı görülüyor. Türkmenistan'a geçtiğimiz yılın Ocak-Mart ayları arasında 1 milyon 605 bin dolarlık endüstriyel klimalar ve soğutma makineleri ihracatı yapan firmalarımız 2010 yılının aynı zaman dilimine gelindiğinde ise yüzde 182,8 oranında değer artışı ile 4 milyon 541 bin dolar düzeyini yakalamışlar.

### "2010, 2009'u andırıyor"

*Bu sene özellikle Mar ayındaki ihracatımızın Şubat ayına kıyasla daha iyi olduğunu söyleyebilirim. Ocak ayına göre de daha iyiydi. Normalde müşterilerimiz sabit olduğu için bizim sektörümüzde çok fazla değişiklik olmaz.*

*2008 bizim için çok iyi bir yıldır. 2009 yılını yüzde 10-15'lik bir düşüşle kapatmış. 2010'un şu anda 2009'u andırıldığını söyleyebilirim. Henüz çok fazla bir hareketlenme yok. Sadece Polonya'ya olan ihracatımızı yükselttik. Sektörel bazda ise 2010 yılının Mart ayında 409 milyon dolarlık ihracat rakamına ulaşıldı.*

*Bu rakam geçtiğimiz yılın aynı döneminde yaklaşık 328 milyon dolar civarındaydı. Sektörel olarak ihracatta yaklaşık yüzde 24,5'lik bir yükselme yaşandı.*

### Hüseyin Demir

Gemak Soğutma Makinaları Muhasebe Müdürü

### ENDÜSTRİYEL KLİMALAR VE SOĞUTMA MAKİNELERİ TÜRKİYE GENELİ İHRACATINDAKİ İLK 5 ÜLKE (2009 ve 2010 Yılları Ocak - Mart Dönemi)

ÜLKE	2009 YILI			2010 YILI			(%) DEĞİŞİM	
	Miktar (Kg)	Değer (\$)	S/kg	Miktar (Kg)	Değer (\$)	S/kg	Miktar	Değer
İNGİLTERE	4.471.383	17.153.925	3,8	6.452.748	25.915.046	4,0	44,3	51,1
İRAK	4.225.421	17.191.542	4,1	4.634.670	18.792.759	4,1	9,7	9,3
FRANSA	2.006.672	8.461.197	4,2	3.193.254	13.552.318	4,2	59,1	60,2
İRAN	1.138.669	5.969.863	5,2	2.288.758	11.467.492	5,0	101,0	92,1
ALMANYA	1.032.702	6.777.543	6,6	1.218.519	8.365.619	6,9	18,0	23,4

### OAİB İŞTİĞAL ALANI İTİBARIYLA ENDÜSTRİYEL KLİMALAR VE SOĞUTMA MAKİNELERİ İHRACATI (2009 ve 2010 Yılları Ocak-Mart)

OCAK-MART 2009			OCAK-MART 2010			DEĞİŞİM (%)	
MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)		MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)		MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)
30.452.548	147.388.214		40.490.520	196.019.486		33,0	33,0

## HADDE VE DÖKÜM MAKİNELERİ

Ülkemiz hadde ve döküm makineleri ihracatı geçtiğimiz seneye göre düşüş kaydetmiş durumda. 2009 yılının Ocak-Mart döneminde 64 milyon 301 bin dolar olan hadde ve döküm makineleri ihracatımız 2010 yılının aynı zaman dilimine gelindiğinde yüzde 22,7 oranında gerileme göstererek 49 milyon 709 bin dolar olmuştur.

Hadde ve döküm makineleri ihracatımız ülkeler bazında incelendiğinde ise İran'ın en fazla ihracat gerçekleştirdiğimiz pazar olduğu görülüyor. Söz konusu ülkeye 2009 yılının Ocak-Mart döneminde 8 milyon 921 bin dolarlık hadde ve döküm makineleri ihracatı yapılmışken 2010 yılının Ocak-Mart aylarına gelindiğinde ise yüzde 41,2 oranında artış yakalanarak 12 milyon 595 bin dolar seviyesine ulaşılmış. İran'ın ardından en fazla hadde ve döküm makineleri ihracatı gerçekleştirdiğimiz ikinci ülke ise Rusya Federasyonu olmuş. Rusya Federasyonu'na 2009 yılının ilk 3 ayında 4 milyon 296 bin dolarlık hadde ve döküm ma-



neleri ihracatımız varken 2010 yılının eş zaman diliminde bu rakam yüzde 25,6 artarak 5 milyon 394 bin dolar olmuş. Hadde ve döküm makineleri ihra-

catımızın en fazla olduğu üçüncü pazarın ise Almanya olduğu görülüyor. Bu ülkeye 2010 yılının Ocak-Mart döneminde 5 milyon 246 bin dolar hadde ve döküm makineleri ihracatı gerçekleştirilmiş. Almanya'nın ardından ise en fazla hadde ve döküm makineleri ihracatı gerçekleştirdiğimiz dördüncü ülke Mısır olmuş. Söz konusu ülkeye 2010 yılının ilk 3 aylık döneminde 1 milyon 841 bin dolarlık hadde ve döküm makineleri ihracatı gerçekleştirilmiş. Hadde ve döküm makineleri ihracatımızın en fazla olduğu beşinci ülke ise Arnavutluk olmuş. Arnavutluk'a 2009 yılının Ocak-Mart döneminde 390 bin do-

larlık hadde ve döküm makineleri ihracatı yapılmışken 2010 yılının Ocak-Mart dönemine gelindiğinde ise yüzde 360,2 oranında değer artışı ile 1 milyon 796 bin dolar seviyesine ulaşılmış. Türkiye'nin hadde ve döküm makineleri ihracatının en hızlı şekilde artış gösterdiği pazarlar incelendiğinde ise Arnavutluk ardından Ukrayna yüksek ihracat artışı oranı ile dikkat çekiyor. Ukrayna'ya yönelik olarak gerçekleştirdiğimiz hadde ve döküm makineleri ihracatımız 2009 yılının Ocak-Mart döneminde 368 bin dolar iken 2010 yılının aynı zaman dilimine gelindiğinde yüzde 351,9 oranında değer artışı ile 1 milyon 664 bin dolar seviyesine ulaşılmış.

### HADDE VE DÖKÜM MAKİNELERİ TÜRKİYE GENELİ İHRACATINDAKİ İLK 5 ÜLKE (2009 ve 2010 Yılları Ocak - Mart Dönemi)

ÜLKE	2009 YILI			2010 YILI			(%) DEĞİŞİM	
	Miktar (Kg)	Değer (\$)	\$/kg	Miktar (Kg)	Değer (\$)	\$/kg	Miktar	Değer
İRAN	1.188.375	8.921.740	7,5	3.270.598	12.595.968	3,9	175,2	41,2
RUSYA FED.	296.663	4.296.406	14,5	356.360	5.394.673	15,1	20,1	25,6
ALMANYA	470.412	3.822.094	8,1	440.660	5.246.536	11,9	-6,3	37,3
MISIR	1.001.502	8.579.548	8,6	284.776	1.841.479	6,5	-71,6	-78,5
ARNAVUTLUK	69.598	390.339	5,6	463.819	1.796.362	3,9	566,4	360,2

### OAİB İŞTİGAL ALANI İTİBARIYLA HADDE VE DÖKÜM MAKİNELERİ İHRACATI (2009 ve 2010 Yılları Ocak-Mart)

OCAK-MART 2009 YILI		OCAK-MART 2010 YILI		DEĞİŞİM (%)	
MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)	MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)	MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)
8.996.642	64.301.759	7.940.583	49.709.740	-11,7	-22,7

## İNŞAAT VE MADCİLİK MAKİNELERİ

Türkiye inşaat ve madencilik makineleri ihracatı geçtiğimiz yılın Ocak-Mart dönemine göre 2010 yılının aynı zaman dilimi ile kıyaslandığında yüzde 12,1 oranında artış göstermiş durumda. 2009 yılının ilk 3 ayında 144 milyon 52 bin dolar olan inşaat ve madencilik makineleri ihracatımız 2010 yılının ilk 3 ayında ise 161 milyon 437 bin dolar olmuş.

İnşaat ve madencilik makineleri ihracatımız ülkeler bazında incelendiğinde ise Almanya'nın en fazla ihracat gerçekleştirdiğimiz ülke olduğu görülüyor. Almanya'ya 2010 yılının Ocak-Mart ayları arasında 18 milyon 53 bin dolarlık inşaat ve madencilik makineleri ihracatı yapılmış. Almanya'nın ardından en fazla inşaat ve madencilik makineleri ihracatımız olan ikinci ülke ise Libya. Bu ülkeye geçtiğimiz yılın ilk üç aylık döneminde 10 milyon 205 bin dolarlık inşaat ve madencilik makineleri ihracatı söz konusu iken 2010 yılının aynı dönemine gelindiğinde yüzde 16,8 oranında değer artışı yakalanarak 11 milyon 923 bin dolarlık ihracat yapılmış. Cezayir ise in-



şaat ve madencilik makineleri ihracatımızın en fazla olduğu üçüncü pazar konumunda. Cezayir'e geçtiğimiz yılın ilk 3 aylık döneminde 13 milyon 233 bin dolarlık inşaat ve madencilik makineleri ihracatı gerçekleştirilmişken 2010 yılının aynı dönemine gelindiğinde ise yüzde 15,9 oranında değer düşüşü ile 11 milyon 135 bin dolarlık ihracat kaydedilmiş.

İnşaat ve madencilik makineleri

ri ihracatımız, ülkeler bazında, ihracat artış hızı oranlarına göre değerlendirildiğinde ise Ege Serbest Bölgesi'nin yüzde 936,8 oranında artış ile ilk sırada yer aldığı görülüyor.

### Nurettin Alsaç

Remas Redüktör ve Makine AŞ Ticaret Müdürü

### "İbracatta yüzde 45 artış bekliyoruz"

2010 yılı ilk üç ayında gerçekleşen ihracat, alınan siparişler, geleceğe yönelik talepler ve beklentiler doğrultusunda firma ihracatımızda 2009 yılı ihracatına göre yüzde 45 artış olacağı beklenmektedir. Makine sektöründe ihtiyaç duyulan iki konu dikkat çekmek istiyorum: Sektörde faaliyet gösteren firmalar teknolojik gelişmelere, iç ve dış taleplere cevap verebilmek yurt dışı rekabete direnç gösterebilmek için yatırım yapmak zorundadır. Yatırım ihtiyacı aktif ve teknolojik gelişmeler nedeniyle sürekli. KOBİ vasfında olan sektördeki firmala-

rın yabancı kaynak temini etmek suretiyle yatırımlarını finanse etmeleri zor ve pahalıdır. Bu çözümde ödenen yüksek faiz ve kredi sigorta primleri kaynak israfına neden olmaktadır. Bu durum karşısında Yatırımların Yabancı kaynak yerine Öz kaynaklar kullanılarak finanse edilmesine destek sağlanması gerekmektedir. Çözüm önerim öz kaynaklardan yatırımlarını finanse eden firmalar için yatırım indirimi uygulamasına benzer teşvik sistemi getirilmelidir. Ayrıca ihracatta finansman destekleri mevcut yapıda satıcıya yani ihracatçıya yönelik yapılmaktadır. İhracatın artışı için Hedef satın alana yönelik cazip koşullar önermektir. Bu önerilerin başında gelen ve en etkin olanı alıcının mal bedelini belli bir vade de ödeme imkanıdır. Avrupa da Sace ve Hermes vb. gibi kredi kuruluşları aracılığı ile bu yöntem etkin bir şekilde uygulanmaktadır. Bu finansman tekniğini Türkiye finans sistemine ilave etmelidir. Bu yapının kurulması halinde makine sektörü için hedef olan 50 milyar USD ihracat hedefine en kısa sürede ulaşmak mümkün olacaktır. İhracatta gelişmiş ülkeler firmaları ile rekabet etkinliğimiz artacaktır.

### İNŞAAT VE MADENCİLİKTE KULLANILAN MAKİNELER TÜRKİYE GENELİ İHRACATINDAKİ İLK 5 ÜLKE (2009 ve 2010 Yılları Ocak - Mart Dönemi)

ÜLKE	2009 YILI			2010 YILI			(%) DEĞİŞİM	
	Miktar (Kg)	Değer (\$)	S/kg	Miktar (Kg)	Değer (\$)	S/kg	Miktar	Değer
ALMANYA	5.554.972	22.146.231	4,0	4.469.783	18.053.042	4,0	-19,5	-18,5
LIBYA	2.351.903	10.205.272	4,3	2.903.386	11.923.748	4,1	23,4	16,8
CEZAYİR	3.030.279	13.233.200	4,4	2.351.947	11.135.734	4,7	-22,4	-15,9
İRAN	1.658.355	6.585.273	4,0	2.259.827	10.681.488	4,7	36,3	62,2
EGE SER. BÖL.	318.312	951.285	3,0	2.244.838	9.862.955	4,4	605,2	936,8

### OAİB İŞTİGAL ALANI İTİBARIYLA İNŞAAT VE MADENCİLİK MAKİNELERİ İHRACATI (2009 ve 2010 Yılları Ocak-Mart)

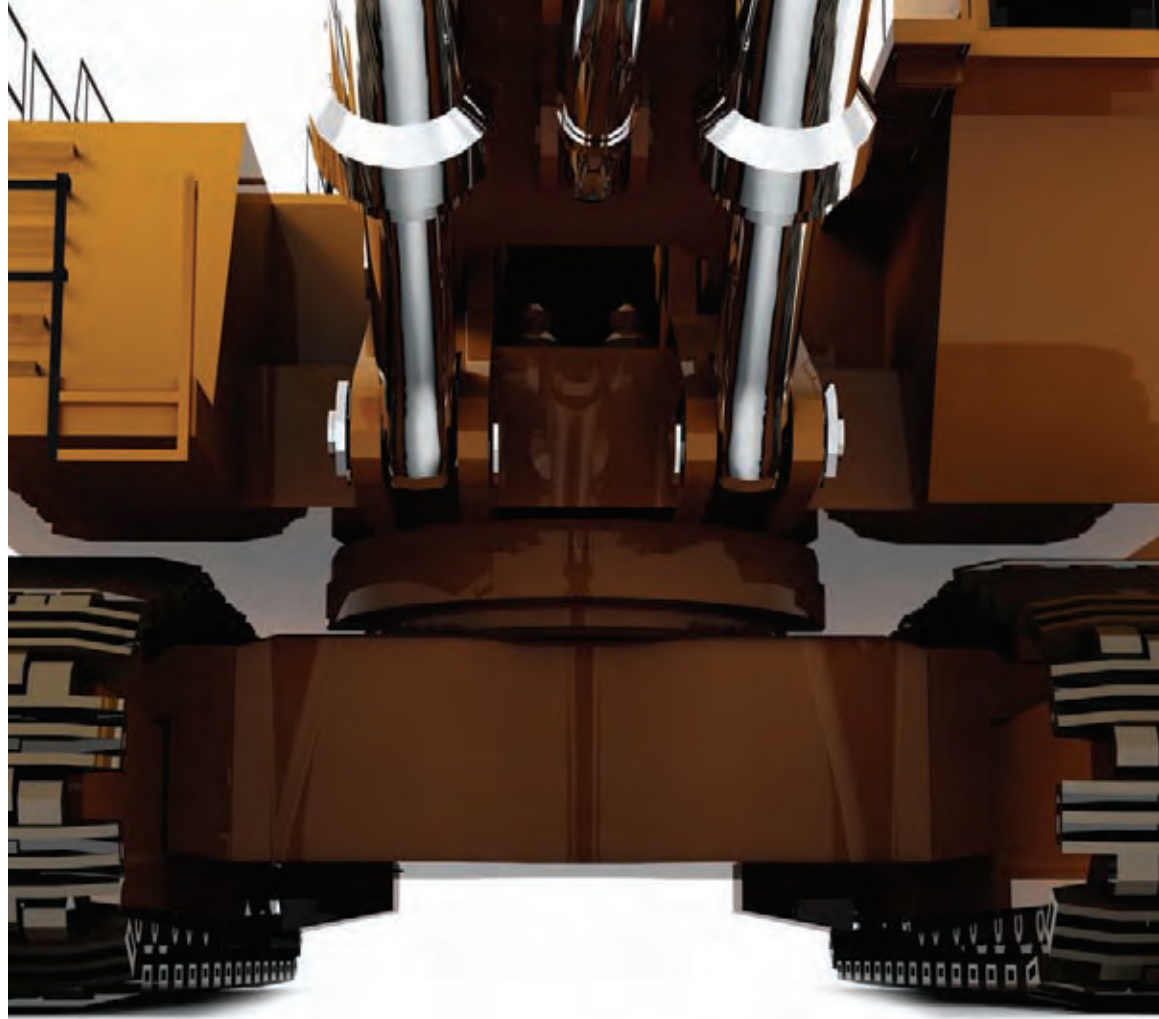
OCAK-MART 2009		OCAK-MART 2010		DEĞİŞİM (%)	
MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)	MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)	MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)
37.804.877	144.052.442	42.793.560	161.437.140	13,2	12,1



## TÜRBİN, TURBOJET, HİDROLİK SİLİNDİR

Türkiye türbin, turbojet, hidrolik silindir ihracatı, 2009 yılının Ocak-Mart döneminde 54 milyon 770 bin dolar iken 2010 yılının aynı zaman dilimine gelindiğinde yüzde 3,1 oranında gerileyerek 53 milyon 96 bin dolar olmuş.

Türbin, turbojet, hidrolik silindir ihracatımız ülkeler bazında incelendiğinde ise ABD'nin ilk sırada yer aldığı görülüyor. ABD'ye 2009 yılının Ocak-Mart döneminde 31 milyon 825 bin dolarlık türbin, turbojet, hidrolik silindir ihracatımız varken 2010 yılının Ocak-Mart döneminde ise yüzde 14,2 oranında değer düşüşü ile 27 milyon 312 bin dolarlık ihracat yapılmış. ABD'nin ardından ise en fazla türbin, turbojet, hidrolik silindir ihracatı gerçekleştirdiğimiz ülke Belçika olmuş. Belçika'ya 2009 yılının ilk 3 aylık döneminde 592 bin dolarlık türbin, turbojet, hidrolik silindir ihracatı yapan firmalarımız 2010 yılının Ocak-Mart döneminde ise bu değeri yüzde 913,9 oranında yükselterek 6 milyon 7 bin dolarlık ihracat yapmışlar. Ege Serbest Bölgesi ise türbin, turbojet,



hidrolik silindir ihracatımızın en büyük üçüncü pazarı olmuş. Geçtiğimiz yılın Ocak-Mart döneminde Ege Serbest Bölgesi'nden 736 bin dolarlık türbin, turbojet, hidrolik silindir ihracatı söz konusu iken

2010 yılının eş zaman diliminde yüzde 290,1 oranında artışla 2 milyon 871 bin dolarlık ihracat gerçekleştirilmiş.

Türbin, turbojet, hidrolik silindir ihracatımızın en hızlı şekilde arttığı ülke ise Pakistan olmuş. 2009 yılının Ocak-Mart döneminde söz konusu ülkeye ihracatımız neredeyse yokken 2010 yılının eş zaman dilimine gelindiğinde 1 milyon 61 bin dolarlık türbin, turbojet, hidrolik silindir ihracatı gerçekleştirilmiş.

Mart ayında 194 bin 710 euro-luk bir ihracat gerçekleştirdik. Bu rakamın yeterli olduğunu söyleyemem. Geçtiğimiz yıl aynı dönemde 491 bin 945 euro-luk ihracat gerçekleştirmiştik.

Siparişlerin azalmasıyla yarı yarıya bir düşüş yaşadığımız görülüyor. Firma olarak ihracatımızın yüzde 90'lık bölümünü Avusturya'ya gerçekleştiriyoruz. Almanya da ihracat gerçekleştirdiğimiz önemli ülkelerden biri.

Genel olarak sektöre bakıldığında ise 2010 Ocak-Mart ayında toplam ihracatın 53 milyon 96 bin dolar değerinde gerçekleştiği görülür. Bu rakam geçtiğimiz yılın aynı döneminde 54 milyon 770 bin dolar civarındaydı. Bu da sektörde yaklaşık yüzde 3,1'lik bir düşüş yaşandığını gösteriyor.

### TÜRBİN, TURBOJET, HİDROLİK SİLİNDİR TÜRKİYE GENELİ İHRACATINDAKİ İLK 5 ÜLKE (2009 ve 2010 Yılları Ocak - Mart Dönemi)

ÜLKE	2009 YILI			2010 YILI			(%) DEĞİŞİM	
	Miktar (Kg)	Değer (\$)	\$/kg	Miktar (Kg)	Değer (\$)	\$/kg	Miktar	Değer
A.B.D.	43.134	31.825.641	737,8	47.566	27.312.347	574,2	10,3	-14,2
BELÇİKA	5.811	592.513	102,0	1.194.462	6.007.367	5,0	-	913,9
EGE SER. BÖL.	2.696	736.131	273,1	1.454	2.871.735	1.975,0	-46,1	290,1
FRANSA	42.306	2.169.527	51,3	17.176	2.044.638	119,0	-59,4	-5,8
JAPONYA	116.536	1.688.406	14,5	88.049	1.928.413	21,9	-24,4	14,2

### OAİB İŞTİGAL ALANI İTİBARIYLA TÜRBİN, TURBOJET, HİDROLİK SİLİNDİR İHRACATI (2009 ve 2010 Yılları Ocak-Mart)

OCAK-MART 2009		OCAK-MART 2010		DEĞİŞİM (%)	
MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)	MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)	MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)
3.105.038	54.770.405	3.741.385	53.096.712	20,5	-3,1

### Özgür Kayhan

Kayhan Hidrolik Makine Muhasebe Sorumlusu

**"İhracatımızın yüzde 90'ını Avusturya'ya yapıyoruz"**

## YÜK KALDIRMA, TAŞIMA VE İSTİFLEME MAKİNELERİ

Türkiye yük kaldırma, taşıma ve istifleme makineleri ihracatı geçtiğimiz yılın Ocak-Mart dönemine göre 2010 yılının aynı zaman diliminde yüzde 22,1 oranında değer düşüşü göstermiş durumda. 2009 yılının ilk üç aylık döneminde 42 milyon 682 bin dolar olan yük kaldırma, taşıma ve istifleme makineleri ihracatı 2010 yılının ilk 3 ayına gelindiğinde ise 33 milyon 238 bin dolar olarak gerçekleşmiş.

Yük kaldırma, taşıma ve istifleme makineleri ihracatımızın en fazla olduğu ilk 5 ülkeye baktığımız zaman Azerbaycan'ın birinci sırada yer aldığı görülüyor. Söz konusu ülkeye 2009 yılının ilk 3 ayında 2 milyon 60 bin dolarlık yük kaldırma, taşıma ve istifleme makineleri ihracatı yapılmışken 2010 yılının ilk 3 ayında yüzde 40,8 oranında yükselişle 2 milyon 900 bin dolarlık yük kaldırma, taşıma ve istifleme makineleri ihracatı kaydedilmiş. Yük kaldırma, taşıma ve istifleme makineleri ihracatımızın en büyük ikinci pazarı ise ABD ol-



muş. ABD'ye 2009 yılının Ocak-Mart ayları arasında 1 milyon 262 bin dolarlık yük kaldırma, taşıma ve istifleme makineleri ihracatı gerçekleştirilmişken 2010 yılının eş zaman dilimine

gelindiğinde bu değer yüzde 66,3 oranında artmış ve 2 milyon 99 bin dolarlık yük kaldırma, taşıma ve istifleme makineleri ihracatı yapılmış.

ABD'nin ardından en fazla yük kaldırma, taşıma ve istifleme makineleri ihracatı yaptığımız üçüncü ülke olan Libya'ya ise 2009 yılının ilk 3 aylık döneminde 700 bin dolarlık yük kaldırma, taşıma ve istifleme makineleri ihracatı yapılmış. En fazla yük kaldırma, taşıma ve istifleme makineleri ihracatı yaptığımız beşinci ülkenin ise Mısır olduğu görülüyor. Mısır'a 2009 yılının Ocak-Mart ayında 517 bin dolar olan yük kaldırma, taşıma ve istifleme makineleri ihracatımız 2010 yılının aynı dönemine gelindiğinde yüzde 196,2 oranında yükselterek 2 milyon 76 bin dolarlık ihracat gerçekleştirmişler.

Çin Halk Cumhuriyeti de yük kaldırma, taşıma ve istifleme makineleri ihracatımız açısından önemli bir pazar konu-

munda bulunuyor. Bu ülkeye geçtiğimiz yılın Ocak-Mart ayları arasında 2 milyon 184 bin dolar yük kaldırma, taşıma ve istifleme makineleri ihracatı söz konusu iken 2010 yılının Ocak-Mart döneminde ise yüzde 10,9 oranında değer düşüşü kaydedilerek 1 milyon 946 bin dolarlık ihracat yapılmış. En fazla yük kaldırma, taşıma ve istifleme makineleri ihracatı yaptığımız beşinci ülkenin ise Mısır olduğu görülüyor. Mısır'a 2009 yılının Ocak-Mart ayında 517 bin dolar olan yük kaldırma, taşıma ve istifleme makineleri ihracatımız 2010 yılının aynı dönemine gelindiğinde yüzde 238,1 oranında artış gösterecek 1 milyon 748 bin dolar olmuş.

### YÜK KALDIRMA, TAŞIMA VE İSTİFLEME MAK. TÜRKİYE GENELİ İHRACATINDAKİ İLK 5 ÜLKE (2009 ve 2010 Yılları Ocak - Mart Dönemi)

ÜLKE	2009 YILI			2010 YILI			(%) DEĞİŞİM	
	Miktar (Kg)	Değer (\$)	S/kg	Miktar (Kg)	Değer (\$)	S/kg	Miktar	Değer
AZERBAYCAN	475.393	2.060.240	4,3	500.750	2.900.988	5,8	5,3	40,8
A.B.D.	249.114	1.262.755	5,1	391.331	2.099.365	5,4	57,1	66,3
LİBYA	179.143	700.975	3,9	330.049	2.076.398	6,3	84,2	196,2
ÇİN	271.034	2.184.205	8,1	253.247	1.946.929	7,7	-6,6	-10,9
MİSİR	208.192	517.098	2,5	285.307	1.748.427	6,1	37,0	238,1

### DAİB İŞTİGAL ALANI İTİBARIYLA VANALAR İHRACATI (2009 ve 2010 Yılları Ocak-Şubat)

OCAK-MART 2009		OCAK-MART 2010		DEĞİŞİM (%)	
MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)	MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)	MİKTAR (kg)	DEĞER (dolar)
7.168.089	42.682.458	6.288.370	33.238.221	-12,3	-22,1

# İHRACAT RAKAMLARI

## OAİB İŞTİGAL ALANINA GİREN MAKİNE İHR. BRL. ÜLKE DAĞILIMI

ÜLKE ADI	01 OCAK - 30 NİSAN 2009	01 OCAK - 20 NİSAN 2010	Değişim %
	Değer (\$)	Değer (\$)	
ALMANYA	156.009.528.44	151.177.699.97	-3.10
İRAN (İSLAM CUM.)	81.703.265.04	110.393.056.66	35.11
BİR.DEVLETLER(ABD)	124.553.508.05	107.006.440.70	-14.09
IRAK	88.715.003.27	106.063.310.40	19.56
BR.KRALLIK(İNGİLTERE)	66.015.249.86	79.525.024.06	20.46
İTALYA	64.448.626.40	65.139.127.87	1.07
FRANSA	56.905.235.46	59.117.258.15	3.89
RUSYA FEDERASYONU	59.894.775.37	54.642.136.69	-8.77
LİBYA	42.699.843.95	51.535.714.11	20.69
AZERBAYCAN-NAHCIVAN	44.532.728.16	48.200.912.30	8.24
MISIR	51.479.272.58	41.790.675.07	-18.82
İST.DERİ SERB.BÖLGE	29.759.965.23	41.449.007.64	39.28
CEZAYİR	37.798.268.98	33.117.525.97	-12.38
SUUDI ARABİSTAN	49.933.016.38	32.826.162.37	-34.26
TÜRKMENİSTAN	20.618.329.22	31.488.519.30	52.72
ROMANYA	37.271.289.40	30.020.872.71	-19.45
BELÇİKA	23.384.541.72	28.510.100.76	21.92
SURİYE ARAP CUM.(SUR)	34.139.210.59	27.286.120.42	-20.07
FAS	30.188.693.48	25.933.975.95	-14.09
İSPANYA	27.693.769.98	25.843.946.81	-6.68
KAZAKİSTAN	22.880.680.27	25.667.818.39	12.18
BULGARİSTAN	26.478.062.58	23.514.119.55	-11.19
EGE SERBEST BÖLGE	13.445.759.98	22.962.278.66	70.78
UKRAYNA	14.243.392.30	21.318.596.49	49.67
POLONYA	18.213.232.24	20.879.476.75	14.64
HOLLANDA	25.772.124.56	18.907.056.71	-26.64
ÖZBEKİSTAN	13.588.853.66	17.350.173.96	27.68
YUNANİSTAN	19.716.644.95	17.136.161.38	-13.09
MALEZYA	2.468.925.96	16.580.218.48	571.56
BİRLİK ARAP EMİRLİ	18.305.039.86	16.150.443.78	-11.77
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	9.335.740.91	15.807.620.80	69.32
GÜRCİSTAN	77.927.477.60	15.208.930.65	-80.48
İSRAİL	13.559.275.69	14.337.979.33	5.74
HİNDİSTAN	16.332.522.58	14.188.818.27	-13.13
LÜBNAN	7.448.232.67	13.631.598.05	83.02
K.KIBRIS TÜRK CUMH.	8.801.790.54	13.475.847.87	53.10
AVUSTURYA	19.837.803.04	12.645.303.46	-36.26
URDUN	11.759.145.51	12.487.798.71	6.20
PAKİSTAN	6.586.743.11	11.791.754.34	79.02
TUNUS	11.709.584.36	10.970.191.96	-6.31
BREZİLYA	8.398.051.49	9.463.635.86	12.69
PORTEKİZ	5.380.675.34	8.822.092.88	63.96
SUDAN	17.261.446.82	8.536.932.61	-50.54
ETİYOPYA	2.589.015.45	8.318.121.55	221.29
AFGANİSTAN	4.970.394.98	8.087.450.50	62.71
ÇEK CUMHURİYETİ	6.261.812.69	7.557.806.73	20.70
MACARİSTAN	9.119.042.79	7.411.110.12	-18.73
AVUSTRALYA	7.383.322.29	7.157.696.06	-3.06
GÜNEY AFRIKA CUMHURİ	7.775.099.59	7.114.382.62	-8.50
İSVEÇ	7.941.751.42	7.013.196.28	-11.69
DANİMARKA	9.004.510.40	7.003.151.96	-22.23
AVRUPA SERBEST BÖLG.	6.294.765.76	6.762.620.99	7.43

TÜRKİYE GENELİ KARŞILAŞTIRMALI ÜLKE RAPORU (01 OCAK - 30 NİSAN 2009 / 01 OCAK - 20 NİSAN 2010)

ÜLKE ADI	TÜRKİYE GENELİ ÜLKE	TÜRKİYE GENELİ ÜLKE	TÜRKİYE GENELİ MAKİNE SEK.	TÜRKİYE GENELİ MAKİNE SEK.	TÜRKİYE	MAKİNE
	01 OCAK - 30 NİSAN 2009	01 OCAK - 20 NİSAN 2010	01 OCAK - 30 NİSAN 2009	01 OCAK - 20 NİSAN 2010	DEĞ.%	DEĞ. %
ALMANYA	2,940,527,479.18	3,187,648,391.86	156,009,528.44	151,177,699.97	8.40	-3.10
İRAN (İSLAM CUM.)	604,797,826.47	700,938,781.31	81,703,265.04	110,393,056.66	15.90	35.11
BİR.DEVLETLER(ABD)	889,124,557.22	1,023,293,189.47	124,553,508.05	107,006,440.70	15.09	-14.09
IRAK	1,736,633,797.86	1,554,472,755.22	88,715,003.27	106,063,310.40	-10.49	19.56
BR.KRALLIK(İNGİLTERE	1,470,981,682.69	1,808,009,948.06	66,015,249.86	79,525,024.06	22.91	20.46
İTALYA	1,678,006,208.39	2,066,407,877.34	64,448,626.40	65,139,127.87	23.15	1.07
FRANSA	1,702,244,327.80	2,008,992,934.50	56,905,235.46	59,117,258.15	18.02	3.89
RUSYA FEDERASYONU	1,029,012,854.38	1,176,305,784.76	59,894,775.37	54,642,136.69	14.31	-8.77
LİBYA	551,818,567.56	595,389,515.83	42,699,843.95	51,535,714.11	7.90	20.69
AZERBAJCAN-NAHCIVAN	405,298,188.79	414,370,409.94	44,532,728.16	48,200,912.30	2.24	8.24
MISIR	1,106,698,429.62	799,888,391.77	51,479,272.58	41,790,675.07	-27.72	-18.82
İST.DERİ SERB.BÖLGE	77,251,365.25	80,284,181.44	29,759,965.23	41,449,007.64	3.93	39.28
CEZAYİR	697,231,057.98	524,581,548.66	37,798,268.98	33,117,525.97	-24.76	-12.38
SUUDI ARABİSTAN	519,269,912.77	629,421,943.82	49,933,016.38	32,826,162.37	21.21	-34.26
TÜRKMENİSTAN	233,579,145.96	338,441,595.03	20,618,329.22	31,488,519.30	44.89	52.72
ROMANYA	632,007,626.34	742,904,024.02	37,271,289.40	30,020,872.71	17.55	-19.45
BELÇİKA	559,680,966.99	593,981,722.09	23,384,541.72	28,510,100.76	6.13	21.92
SURİYE ARAP CUM.(SUR	420,281,367.50	533,396,912.00	34,139,210.59	27,286,120.42	26.91	-20.07
FAS	191,128,523.51	205,400,062.11	30,188,693.48	25,933,975.95	7.47	-14.09
İSPANYA	757,394,516.15	1,066,584,423.74	27,693,769.98	25,843,946.81	40.82	-6.68
KAZAKİSTAN	198,903,271.52	196,007,322.02	22,880,680.27	25,667,818.39	-1.46	12.18
BULGARİSTAN	419,687,222.01	409,103,243.49	26,478,062.58	23,514,119.55	-2.52	-11.19
EGE SERBEST BÖLGE	82,375,171.67	126,537,869.23	13,445,759.98	22,962,278.66	53.61	70.78
UKRAYNA	268,919,779.17	324,311,437.41	14,243,392.30	21,318,596.49	20.60	49.67
POLONYA	374,743,411.28	441,322,890.35	18,213,232.24	20,879,476.75	17.77	14.64
HOLLANDA	680,958,358.27	700,956,231.67	25,772,124.56	18,907,056.71	2.94	-26.64
ÖZBEKİSTAN	72,886,197.19	70,122,593.67	13,588,853.66	17,350,173.96	-3.79	27.68
YUNANİSTAN	505,990,615.36	490,419,843.35	19,716,644.95	17,136,161.38	-3.08	-13.09
MALEZYA	17,158,950.54	33,491,508.93	2,468,925.96	16,580,218.48	95.18	571.56
BİRLESİK ARAP EMİRLİ	625,405,588.43	641,647,084.27	18,305,039.86	16,150,443.78	2.60	-11.77
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	297,620,091.26	619,616,981.58	9,335,740.91	15,807,620.80	108.19	69.32
GÜRCİSTAN	248,664,498.36	183,379,938.71	77,927,477.60	15,208,930.65	-26.25	-80.48
İSRAİL	464,225,202.70	597,667,567.54	13,559,275.69	14,337,979.33	28.75	5.74
HİNDİSTAN	125,209,558.75	138,130,675.92	16,332,522.58	14,188,818.27	10.32	-13.13
LÜBNAN	216,840,544.68	152,082,180.15	7,448,232.67	13,631,598.05	-29.86	83.02
K.KIBRIS TÜRK CUMH.	212,407,261.20	263,338,369.91	8,801,790.54	13,475,847.87	23.98	53.10
AVUSTURYA	242,121,535.51	236,739,003.68	19,837,803.04	12,645,303.46	-2.22	-36.26
URDUN	122,167,020.47	154,131,243.54	11,759,145.51	12,487,798.71	26.16	6.20
PAKİSTAN	44,267,531.01	80,774,684.99	6,586,743.11	11,791,754.34	82.47	79.02
TUNUS	142,197,515.36	218,973,381.76	11,709,584.36	10,970,191.96	53.99	-6.31
BREZİLYA	79,635,095.61	155,612,273.80	8,398,051.49	9,463,635.86	95.41	12.69
PORTEKİZ	97,895,063.04	139,427,162.35	5,380,675.34	8,822,092.88	42.43	63.96
SUDAN	91,742,111.45	72,507,691.76	17,261,446.82	8,536,932.61	-20.97	-50.54
ETİYOPYA	69,019,297.43	54,057,832.22	2,589,015.45	8,318,121.55	-21.68	221.29
AFGANİSTAN	66,596,573.38	84,067,113.53	4,970,394.98	8,087,450.50	26.23	62.71
ÇEK CUMHURİYETİ	130,884,262.04	173,157,977.90	6,261,812.69	7,557,806.73	32.30	20.70
MACARİSTAN	125,193,526.31	134,040,656.14	9,119,042.79	7,411,110.12	7.07	-18.73
AVUSTRALYA	91,974,084.43	100,425,559.85	7,383,322.29	7,157,696.06	9.19	-3.06
GÜNEY AFRIKA CUMHURİ	77,437,880.53	73,703,281.77	7,775,099.59	7,114,382.62	-4.82	-8.50
İSVEÇ	207,446,608.99	271,881,537.35	7,941,751.42	7,013,196.28	31.06	-11.69
DANİMARKA	200,223,022.82	207,184,814.81	9,004,510.40	7,003,151.96	3.48	-22.23
AVRUPA SERBEST BÖLG.	74,045,786.50	41,366,703.52	6,294,765.76	6,762,620.99	-44.13	7.43

# İHRACAT RAKAMLARI

## SEKTÖREL BAZDA İHRACAT KAYIT RAKAMLARI - 1000 \$

SEKTÖRLER	MART				OCAK-MART			
	2009	2010	Değişim ('10/'09)	Pay(10) (%)	2009	2010	Değişim ('10/'09)	Pay(09) (%)
<b>I. TARIM</b>	<b>1,659,317</b>	<b>1,883,037</b>	<b>13.48</b>	<b>12.88</b>	<b>5,091,557</b>	<b>5,244,291</b>	<b>3.00</b>	<b>13.60</b>
<b>A. BİTKİSEL ÜRÜNLER</b>	<b>1,229,441</b>	<b>1,382,081</b>	<b>12.42</b>	<b>9.45</b>	<b>3,851,339</b>	<b>3,892,106</b>	<b>1.06</b>	<b>10.09</b>
Hububat,Bakliyat,Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	503,312	547,356	8.75	3.74	1,491,966	1,479,747	-0.82	3.84
Yaş Meyve ve Sebze	256,705	300,658	17.12	2.06	808,846	831,565	2.81	2.16
Meyve Sebze Mamulleri	120,542	138,031	14.51	0.94	352,259	366,056	3.92	0.95
Kuru Meyve ve Mamulleri	140,691	130,579	-7.19	0.89	407,160	367,783	-9.67	0.95
Fındık ve Mamulleri	108,573	161,119	48.40	1.10	334,281	453,648	35.71	1.18
Zeytin ve Zeytinyağı	32,985	31,648	-4.05	0.22	96,404	98,220	1.88	0.25
Tütün	59,354	58,943	-0.69	0.40	336,309	266,324	-20.81	0.69
Kesme Çiçek	7,280	13,746	88.81	0.09	24,118	28,762	19.26	0.07
<b>B. HAYVANSAL ÜRÜNLER</b>	<b>116,126</b>	<b>114,126</b>	<b>-1.72</b>	<b>0.78</b>	<b>349,028</b>	<b>351,165</b>	<b>0.61</b>	<b>0.91</b>
Canlı Hayvan,Su Ürünleri ve Mamulleri	116,126	114,126	-1.72	0.78	349,028	351,165	0.61	0.91
<b>C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ</b>	<b>313,751</b>	<b>386,831</b>	<b>23.29</b>	<b>2.65</b>	<b>891,188</b>	<b>1,001,018</b>	<b>12.32</b>	<b>2.60</b>
Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri	313,751	386,831	23.29	2.65	891,188	1,001,018	12.32	2.60
<b>II. SANAYİ</b>	<b>10,235,345</b>	<b>12,372,218</b>	<b>20.88</b>	<b>84.60</b>	<b>28,889,816</b>	<b>32,247,890</b>	<b>11.62</b>	<b>83.62</b>
<b>A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER</b>	<b>952,655</b>	<b>1,139,632</b>	<b>19.63</b>	<b>7.79</b>	<b>2,658,078</b>	<b>3,031,651</b>	<b>14.05</b>	<b>7.86</b>
Tekstil ve Hammaddeleri	709,234	842,839	18.84	5.76	1,956,424	2,267,531	15.90	5.88
Deri ve Deri Mamulleri	110,816	140,173	26.49	0.96	359,999	372,084	3.36	0.96
Halı	132,605	156,622	18.11	1.07	341,655	392,035	14.75	1.02
<b>B. KİMYEVİ MADDELER VE MAMULLERİ</b>	<b>1,000,092</b>	<b>1,569,222</b>	<b>56.91</b>	<b>10.73</b>	<b>2,873,983</b>	<b>4,071,554</b>	<b>41.67</b>	<b>10.56</b>
Kimyevi maddeler ve Mamulleri	1,000,092	1,569,222	56.91	10.73	2,873,983	4,071,554	41.67	10.56
<b>C. SANAYİ MAMULLERİ</b>	<b>8,282,598</b>	<b>9,663,363</b>	<b>16.67</b>	<b>66.07</b>	<b>23,357,755</b>	<b>25,144,684</b>	<b>7.65</b>	<b>65.20</b>
Hazır giyim ve Konfeksiyon	1,654,345	1,900,696	14.89	13.00	5,079,973	5,341,782	5.15	13.85
Taşıt Araçları ve Yan Sanayi	2,145,591	2,741,377	27.77	18.74	5,548,944	7,113,455	28.19	18.45
Elektrik-Elektronik	1,028,156	1,227,745	19.41	8.39	2,830,525	3,213,927	13.55	8.33
Makine ve Aksamları	779,406	795,318	2.04	5.44	2,137,199	2,096,409	-1.91	5.44
Demir ve Demir Dışı Metaller	541,561	755,818	39.56	5.17	1,505,065	1,994,877	32.54	5.17
Demir Çelik Ürünleri	1,588,033	1,591,909	0.24	10.88	4,790,375	3,802,458	-20.62	9.86
Çimento ve Toprak Ürünleri	407,033	461,354	13.35	3.15	1,086,687	1,166,675	7.36	3.03
Değerli Maden ve Mücevherat	131,686	178,819	35.79	1.22	361,206	391,364	8.35	1.01
Diğer Sanayi Ürünleri	6,787	10,327	52.15	0.07	17,777	23,739	33.53	0.06
<b>III. MADENCİLİK</b>	<b>247,364</b>	<b>369,655</b>	<b>49.44</b>	<b>2.53</b>	<b>696,490</b>	<b>1,072,827</b>	<b>54.03</b>	<b>2.78</b>
Madencilik Ürünleri	247,364	369,655	49.44	2.53	696,490	1,072,827	54.03	2.78
<b>TOPLAM</b>	<b>12,142,026</b>	<b>14,624,909</b>	<b>20.45</b>	<b>100</b>	<b>34,677,861</b>	<b>38,565,008</b>	<b>11.21</b>	<b>100</b>

(\*) İhracatçı Birliklerince 1.1.2009 - 31.12.2009 tarihleri arasında kayda alınan ihracat toplamını gösterir.

(\*\*) İhracatçı Birliklerince kayda alınması zorunlu olmayan, ancak ihracat sayılan işlenmemiş değerli maden, uçak ve gemilere teslim edilen akaryakıt ve kumanya ile diğer kalemlerin geçici toplam ihracat tutarlarıdır.

## TÜRKİYE GENELİ ÜLKE RAPORU

ÜLKE ADI	01 OCAK - 30 NİSAN 2009	01 OCAK - 20 NİSAN 2010	Değişim %
	2009 DEĞER (USD)	2010 DEĞER (USD)	
ALMANYA	2,940,527,479.18	3,187,648,391.86	8.40
İTALYA	1,678,006,208.39	2,066,407,877.34	23.15
FRANSA	1,702,244,327.80	2,008,992,934.50	18.02
BR.KRALLIK(İNGİLTERE	1,470,981,682.69	1,808,009,948.06	22.91
IRAK	1,736,633,797.86	1,554,472,755.22	-10.49
RUSYA FEDERASYONU	1,029,012,854.38	1,176,305,784.76	14.31
İSPANYA	757,394,516.15	1,066,584,423.74	40.82
BİR.DEVLETLER(ABD)	889,124,557.22	1,023,293,189.47	15.09
MISIR	1,106,698,429.62	799,888,391.77	-27.72
ROMANYA	632,007,626.34	742,904,024.02	17.55
HOLLANDA	680,958,358.27	700,956,231.67	2.94
İRAN (İSLAM CUM.)	604,797,826.47	700,938,781.31	15.90
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİ	625,405,588.43	641,647,084.27	2.60
SUUDİ ARABİSTAN	519,269,912.77	629,421,943.82	21.21
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	297,620,091.26	619,616,981.58	108.19
İSRAİL	464,225,202.70	597,667,567.54	28.75
LİBYA	551,818,567.56	595,389,515.83	7.90
BELÇİKA	559,680,966.99	593,981,722.09	6.13
SURİYE ARAP CUM.(SUR	420,281,367.50	533,396,912.00	26.91
CEZAYİR	697,231,057.98	524,581,548.66	-24.76
YUNANİSTAN	505,990,615.36	490,419,843.35	-3.08
POLONYA	374,743,411.28	441,322,890.35	17.77
AZERBAJCAN-NAHCIVAN	405,298,188.79	414,370,409.94	2.24
BULGARİSTAN	419,687,222.01	409,103,243.49	-2.52
TÜRKMENİSTAN	233,579,145.96	338,441,595.03	44.89
UKRAYNA	268,919,779.17	324,311,437.41	20.60
İSVEÇ	207,446,608.99	271,881,537.35	31.06
SİNGAPUR	47,830,981.31	264,637,877.64	453.28
K.KIBRIS TÜRK CUMH.	212,407,261.20	263,338,369.91	23.98
AVUSTURYA	242,121,535.51	236,739,003.68	-2.22
TUNUS	142,197,515.36	218,973,381.76	53.99
DANİMARKA	200,223,022.82	207,184,814.81	3.48
FAS	191,128,523.51	205,400,062.11	7.47
KAZAKİSTAN	198,903,271.52	196,007,322.02	-1.46
GÜRCİSTAN	248,664,498.36	183,379,938.71	-26.25
ÇEK CUMHURİYETİ	130,884,262.04	173,157,977.90	32.30
MALTA	183,455,026.93	170,437,042.55	-7.10
İSVİÇRE	163,291,096.44	165,154,568.24	1.14
BREZİLYA	79,635,095.61	155,612,273.80	95.41
URDUN	122,167,020.47	154,131,243.54	26.16
LÜBNAN	216,840,544.68	152,082,180.15	-29.86
PORTEKİZ	97,895,063.04	139,427,162.35	42.43
HİNDİSTAN	125,209,558.75	138,130,675.92	10.32
MACARİSTAN	125,193,526.31	134,040,656.14	7.07
KANADA	92,975,733.10	131,050,071.74	40.95
EGE SERBEST BÖLGE	82,375,171.67	126,537,869.23	53.61
AVUSTRALYA	91,974,084.43	100,425,559.85	9.19
YEMEN	142,811,652.54	99,954,418.54	-30.01
SİRBİSTAN	89,997,529.52	96,084,348.65	6.76
İRLANDA	85,888,543.82	89,111,476.91	3.75
HİRVATİSTAN	68,518,226.85	87,583,355.05	27.82
SLOVAKYA	57,482,031.18	87,048,772.81	51.44

# Yatay Toz Mikseri



Varlık Makina ürettiği Yatay Toz Mikserleri ile uzun yıllardır geliştirdiği teknolojiyle yüzlerce tesisin can damarı iyi karışımları sağlayarak kullanıcıların kaliteli ürün imalatına yardımcı oluyor. Gelişmiş yataklama sistemi, aşınmaya yüksek dayanımlı karıştırma elemanları, ürün giriş ve çıkış üniteleri, ana gövde, tahrik sistemi kullanıcılara uzun yıllar hizmet ediyor. Ayrıca turbo parçalayıcı, otomatik numune alma aparatı, hidrolik kavrama opsiyonları da bulunan yatay toz mikserlerinde en hızlı şekilde, homojen karışımın elde edilebilmesinde karıştırıcı kanatlarının karıştırma açısı büyük rol oynuyor.

Varlık Makina, Uludağ Üniversitesi ile birlikte yürütmüş olduğu çalışmalar ile, çevresel hız ve malzeme yapısı dikkate alınarak kanat tasarımı yapıldı. Mikser boşaltma süresinin kısa olmasının önemli olduğu tesislerde, komple açılır taban opsiyonu yatay toz mikserlerinde tercih ediliyor.

# Taral Agrimac Traktörleri

Agrimac marka belden kırma 4 WD tarım traktörleri, bahçe tarımının agroteknik isteklerine uygun olarak dizayn edilmiş bağ, bahçe ve sebze yetiştiriciliğinde kullanılan araçlar. Pulluk, diskaro, kültüvatör, toprak frezesi, biçme, patates sökme, ekim-dikim, pülverizatör, sulama pompası gibi ekipmanlar takılabildiği gibi diferansiyelli veya çekilir römork ile kombine hale gelebilmektedir. Dar sıra arası ve alçak meyve ağaçlarının altlarına rahatlıkla girebilecek ölçü ve özelliklere sahiptir. Ağırlık merkezinin yere yakın, ön ve arka tekerleklerin çekişli (4WD) oluşu engebeli toprak yüzeyine uyum ve tutunma performansını üst seviyeye çıkartmaktadır. Belden kırma dümenleme sistemi, dar alanda manevra yapma kabiliyetini artıran ve hidrolik direksiyon rahat kullanım sağlayan diğer üstünlüklerdir.



## ITC Market Analysis Tools

[www.intracen.org/marketanalysis](http://www.intracen.org/marketanalysis)

**ULUSLAR ARASI TİCARET MERKEZİ (ITC) TARAFINDAN ÜCRETSİZ OLARAK HİZMET SUNAN 5 ADET PAZAR ANALİZ ARACIDIR. HER BİR ARAÇ DETAYLARIYLA İNCELENMİŞTİR.**



- Trade Map (Ticaret Haritası)
- Market Access Map (Pazara Giriş Haritası)
- Trade Competitiveness Map (Ticari Rekabet Haritası)
- Investment Map (Yatırım Haritası)
- Product Map (Ürün Haritası)
- Hizmet sunulan diller: İngilizce, Fransızca ve İspanyolcadır.
- Siteye erişim ücretsizdir.

## ITC Market Analysis Tools Trade Map

[www.trademap.org](http://www.trademap.org)

**ÜLKE/ÜRÜN PERFORMANSI BAZLI BİLGİ KAYNAĞI.**



- Stratejik Pazar araştırmasını hızlandırmak, ulusal ve ürün odaklı ticari performansı izlemek, karşılaştırma ve rekabet avantajlarını ortaya çıkarmak ve Pazar veya ürün çeşitliliği potansiyelini belirlemek amacıyla oluşturulmuştur.
- Öncelikli ticari verilerin büyük kısmını kolay erişilebilir, kullanıcı dostu ve interaktif web tabanlı ortamlara aktararak, kullanıcılara ülke veya ürün performansı, talep, alternatif pazarlar ve rakipler hakkında bilgi sunulmaktadır.
- Burada sunulan bilgiler tablo, şema, harita şeklinde de verilmektedir.
- Trade Map ürün, ürün grupları, ithalat veya ihracat için ülke ve bölge gruplandırmalarına dayalı sorgular yapılmasına imkan sağlamaktadır.
- Hizmet sunulan diller: İngilizce, Fransızca ve İspanyolcadır.
- Siteye erişim ücretsizdir.



## İHRACATTA ACENTE/ DİSTRİBÜTÖR SEÇİMİ

KOBİ'ler genelde dışarıdan gelen bir talebe bağlı olarak ihracata başlarlar. Bununla birlikte, dış talep miktarı büyümeye başlayınca, firmalar, dış pazarlarda bir temsilci bulundurarak, uzun dönemli ilişkilerin kurulması yolunda düşünmek ve ciddi adımlar atmak zorunda kalmaktadır. Bu aşamada firmalar pazara girişte kendilerine uygun bir temsilcilik yöntemini seçmelidir. Dış pazarlara doğrudan ihracatta kullanılan bir firma genel olarak aşağıdaki araçları kullanabilir.

### ACENTELER

İhracatçının müşterileriyle ilişkilerini sürdürmek üzere tayin edilmiş firmalardır. Acenteler malı satın alıp, tekrar satmaz; ihracatçıya fırsatlar bularak, onun adına görüşmeleri gerçekleştirir ve sonuçlandırır. Sabit bir ücretle veya gerçekleşen satış üzerinden belli bir yüzdeyle komisyon üzerinden çalışır ancak hiç bir bilanço ve sermaye riski taşımazlar. Satış sözleşmesi, ihracatçı adına acente tarafından da imzalanmış olsa, her zaman ihracatçıyla alıcı arasında akdedilmektedir. Ürünün satıldığı fiyat düzeyinin kontrolü ihracatçının elindedir. Acenteler satışın yapıldığı yerlerle olan direkt bağlantılarının yanı sıra, ihracatçı adına pazar araştırması da yapabilmektedir.

### DİSTRİBÜTÖRLER

Distribütörler çoğu zaman toptancı veya yerel ithalatçı olarak karşımıza çıkmaktadır. Ürünü ihracatçıdan doğrudan satın alıp belirli bir kârla müşterilerine satarlar. Bunlar, genelde, önceden anlaşmış bir bölgede ve belirli bir mal grubu için ihracatçının çıkarlarını korumaktadır. Distribütör stokları kendi tutar, yerel basın, yayın, tanıtım işleriyle kendi uğraşır. Ayrıca, gerekli durumlarda, satış sonrası hizmet de verirler. Bir distribütör ile daha derin ve doğrudan pazara giriş sağlanabilir. Eğer distribütör iyi tanınıyorsa, aracı olarak bir distribütör ile anlaşmak ürünün pazara güvenli ve etkin bir şekilde girmesine olanak sağlar. Bununla birlikte, bir distribütör, aynı grupta faaliyette olması gerekmeyen, birden fazla imalatçıyla da çalışabilmektedir. İhracatçı, distribütörün pazar şartları doğrultusunda belirlediği nihai fiyatlar üzerine etkili olamamaktadır.

### MARKETLERİN PAZARLAMA KANALLARI

Zincir mağaza ve süpermarketler gibi işletmelerin satın alma konusunda kendilerine ait oturmuş kanalları mevcut olup bunlar ihracatçı için yararlı olabilmektedir.

### KATALOGLA SATIŞ YERLERİ

Çok fazla miktarda ihracat işlemi bu satış yoluyla gerçekleşmektedir. Bu satış şekli, ürünün tabiatına ve pazarın yapısına bağlı olarak, KOBİ'ler için çok değerli bir ihracat yolu olabilir.

### DOĞRUDAN SON KULLANICIYA SATIŞ

Bir firmanın yabancı bir ülkedeki son kullanıcılara direkt satışını ifade etmektedir. Son kullanıcılar yabancı kamu kuruluşları, hastaneler, bankalar, okullar, işletmeler gibi alıcılardır. Bu tür alıcılar ticaret fuarları, uluslararası tanıtım yayınları, ağızdan ağıza bilgi taşıma veya devletçe düzenlenen alım-satım heyetleri vb. yoluyla belirlenmektedir.

### SATIŞ TEMSİLCİLERİ

İhracatçı bir firmayı yabancı bir pazarda, ihracatçının tanıtım materyallerini ve ürün örneklerini kullanarak temsil eder. Satış temsilcileri belirli bir süre geçerli olacak bir sözleşme altında komisyonla, risk ve sorumluluk üstlenmeden çalışır. Temsilcinin sözleşmesinde kapsanan bölge, satış şekli, tazminat şekli, hizmetlerin sona erdirilme nedenleri vb. konular açıkça belirtilmelidir.

### TİCARİ PARTNER SEÇİMİ

Hedef bir pazara girişte, ihraç mallarının pazara ulaştırılmasını, bu pazarda fiziki olarak dağıtılmasını sağlayacak, ihracatçı firmayı pazardaki gelişmelerden haberdar edecek ve ürünlerin tanıtımından sorumlu tutulacak ticari partnerin seçimi firmanın hedef pazarındaki geleceği ve kalıcılığı açısından hayati önem taşımaktadır.

Ticari partnerin seçiminde öncelikle dikkat edilmesi ve göz önünde bulundurulması gereken husus olası partnerin güvenilirliği olmakla birlikte ihracatçının incelemesi gereken başka bazı hususlar da bulunmaktadır.

Önceden pazar araştırması gerçekleştirmek karlı ve güvenilir bir ortaklık kurmasını kolaylaştıracaktır. İhracatçı firmayı ve ürünlerini doğru kanallarda tanıtılabilecek partnerin bulunması ihracatçının başarısı için önem taşımaktadır. Son derece karmaşık olan seçim sürecinde masa başı araştırması ve sonrasında yerinde pazar araştırması problemlerin çözülmesine ve doğru kararın alınmasına yardımcı olmaktadır. Bu çerçevede, bir partner bulmayı hedefleyen ihracatçıların Ticareti Geliştirme Kuruluşları ile işbirliği içinde hedef pazarı ve bu pazardaki dağıtım kanalları sistemini yoğun olarak araştırmasında fayda görülmektedir. İhracatçının ürününü dış pazarlarda dağıtacak ticari ortağını seçmesi oldukça riskli ve zorlu bir süreçtir. Acente, distribütör, temsilci v.b. ticari partnerler firmayı yalnız müşterilerine karşı temsil etmekle kalmazlar aynı zamanda ülkeyi ve ülke işadamlarını da temsil ederler. Ülkeye ve o ülke menşeli mallara karşı bir "imaj" yaratırlar. Bu sebeple ticari partnerler çok dikkatli seçilmeli ve yakın ilişkiler kurularak takip edilmelidir. Ticari partner seçiminde öncelikle ihracatçının ürünü ile ilgilenebilecek isim listelerine ihtiyaç duyulmaktadır. Bu konuda yararlanılabilecek bilgi kaynakları;

- 1- Hedef pazardaki T.C. Ticaret Müşavirleri
- 2- İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterlikleri
- 3- İhracatçı Geliştirme Merkezi (İGEME)
- 4- Hedef ülkedeki ticaret odaları (Çeşitli ticaret odaları hakkındaki bilgiler, UNCTAD/GATT yayını olan "World Directory of Industry and Trade Associations" ve Uluslararası Ticaret Odası'nın yayını olan "World Yearbook of Chambers of Commerce-Dünya Ticaret Odaları Yıllığı"ndan, T.C. Ticaret Müşavirlikleri web sayfalarından ([www.musavirlikler.gov.tr](http://www.musavirlikler.gov.tr)), İhracatçı Geliştirme Etüd Merkezi internet sitesi (<http://www.igeme.gov.tr>) "Yararlı bağlantılar" bölümünden edinilebilir)
- 5- Acente ve dağıtıcı birliklerinin yayınları
- 6- Bankalar
- 7- Ticareti Geliştirme Kuruluşları (İGEME benzeri kuruluşlar)
- 8- Taşımacılık, sigorta, reklam şirketleri ve ilgili meslek kuruluşları
- 9- Ticaret Fuarları
- 10- Ticari yayınlardaki reklamlar, ticaret rehberleri
- 11- Ticari bilgi kaynakları (KOMPASS gibi)

Firmalar ürünlerini pazarlayabilecek distribütör ve acentelere söz konu-

su bilgi kaynakları üzerinden ulaşabilecekleri gibi distribütör ve acentelere hitap eden ticari dergilere ilanlar vererek de potansiyel araçlarla tanışabilirler.

Firmaların ürünlerine ve hitap ettikleri pazar bölümüne uygun, uzun süreli ve karlı bir ilişki kurabilecekleri araçlar ile çalışabilmeleri için hedef pazarı ziyaret ederek potansiyel araçları ile yüz yüze görüşme yapmalarında fayda görülmektedir. Hedef pazar ve firma ziyaretlerinden önce ihracatçı firmanın masa başı çalışmasını yapmış olması ve ziyaretini iyi planlamış olması çok önemlidir. Hedef pazarı ziyaret sırasında çok sayıda distribütör veya acentenin ziyaret edilmesi ve seçici olunması gerekmektedir. Firmaların pazar araştırması çalışmaları kapsamında yaptığı ulaşım, konaklama, elektronik ticaret sitelerine üyelik gibi harcamalar, Pazar Araştırması ve Pazarlama Desteği Hakkında Tebliğ kapsamında desteklenmektedir. Konuyla ilgili ayrıntılı bilgi için Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Bilgi Danışma Servisi ile irtibata geçebilirsiniz (www.oaib.gov.tr)

## İHRACATTA ARACI FİRMA SEÇERKEN DİKKAT EDİLMESİ GEREKENLER

Seçilecek ticari partnerin iş çevrelerinde iyi bir şöhrete sahip olması, verimli bir şekilde çalışabilecek yeterli büyüklükte bir organizasyona sahip olması ve iş çevreleri ile kurduğu ilişkiler ağının kuvvetli olması gerekmektedir. Bu nedenle ihracatçı firmaların seçim sırasında aşağıdaki hususları göz önünde bulundurması gerekmektedir.

- 1- Olası partnerin deneyimi ve iş çevrelerindeki şöhreti
- 2- Organizasyonunun yeterliliği
- 3- Satışları ve müşterileri
- 4- Diğer tedarikçileri

Bir ihracatçının hangi tür aracı ile çalışacağı ihraç edeceği ürüne, pazara ve firmanın gerçekleştirmeyi hedeflediği amaçlara bağlıdır. Tüketim malları için, acenteler daha uygun olabilmektedir. Çünkü acenteler tüketicilerle olan yakın ilişkileri sayesinde, değişen tüketici istek ve seçimlerinin ihracatçıya ivedilikle yansıtılmasını sağlayabilmektedir. Distribütörler ise dayanıklı tüketim malları ve satış sonrası servisi gerektiren malların pazarlanması için daha uygundur.

Acente veya distribütör seçerken dikkate alınmasında yarar görülen kıstaslar şunlardır: Acentelerin tüketiciyle doğrudan iletişimde olması istenmektedir. Bu firmaların:

- 1- Yerel pazar bilgisi,
- 2- Teknik ürün bilgisi,
- 3- Kolay iletişim kurma yeteneği,
- 4- Hedef pazar hakkında yeterli bilgiye sahip olması,
- 5- Pazar araştırması yapabilme özelliklerine sahip olması gerekmektedir.

Acentesini seçerken bir ihracatçının ayrıca şunları akılda tutması gerekmektedir:

- 1- İlgilendiği diğer mal çeşitleri, özellikle de rakip ürünler,
- 2- İsteddiği komisyon ve onun hesaplanma şekli.

Distribütörler, acentelerin sahip olduğu özelliklere ilave olarak, aşağıda sayılan özelliklere sahip olmalıdır:

- 1- Güvenilir bir geçmişi,
- 2- Sağlam bir finansal yapı,
- 3- Yeterli kaynaklar (çalışanlar, showroom, depolama hizmetleri vb.)

- 4- Zor müşterilere iyi hizmet verebilme yeteneği,
- 5- Satış sonrası servis hizmetleri verme imkânları,
- 6- Doğru rapor verebilmesi.

## TİCARİ PARTNER SEÇERKEN İHTİYAÇ DUYULAN BİLGİLERE İLİŞKİN KONTROL LİSTESİ

- 1- Ne kadar zamandan beri iş hayatındadır?
  - 2- Son yıllarda işi ne kadar büyümüştür?
  - 3- Satış personelinin sayısı nedir? Yaş grupları ve deneyimleri nedir?
  - 4- Satışlarındaki büyüme sürekli midir? Değilse, neden? Son yıllardaki satış hacmi nedir?
  - 5- Satış personeli başına ortalama ne kadar satış düşmektedir?
  - 6- Temsilciliğini/distribütörlüğünü v.b. yaptığı başka firmalar var mıdır?
  - 7- Hâlihazırdaki satış bölgesi nedir? Hangi büyüklükteki bir alanı içine almaktadır? Yeterli satış elemanı var mıdır?
  - 8- Satış bölgesinde şubeleri var mıdır?
  - 9- Eğer varsa, bu şubeler firmanın satış beklentilerinin en fazla olduğu yerlerde midir?
  - 10- İlave ofisler açmayı planlamakta mıdır?
  - 11- Firmanın ürünlerine doğrudan rakip olabilecek ya da tamamlayabilecek herhangi bir başka ürünün satışıyla da ilgilenmekte midir?
  - 12- Gerektiği takdirde ürün karmasını firmanın ürünlerine yer vermek amacıyla değiştirmeyi düşünür mü?
  - 13- Yeterli depo olanakları bulunmakta mıdır?
  - 14- Hangi stok kontrol yöntemlerini uygulamaktadır?
  - 15- Yeterli düzeyde ofis donanımı, bilgisayar var mıdır?
  - 16- Hâlihazırda nasıl müşterileri vardır?
  - 17- Firmanın ürünleri ile partnerin müşterilerinin ilgi alanları uyusmakta mıdır?
  - 18- Promosyon ve tanıtım için hangi tanıtım araçlarını kullanmaktadır?
- İyi bir aracı ile anlaşmaya vardıldıktan sonra seçilen aracı ile sürekli ve iyi bir ilişki kurmak da kurulan ticari ilişkinin verimliliği ve etkinliği bakımından önem taşımaktadır. Distribütör veya acenteler diğer şirketlerin çok farklı ürünlerini de dağıtabilmektedir. Bu durum sadece kendi rakiplerinizle değil dağıtıcınızın diğer tedarikçileriyle de rekabet ettiğiniz anlamına gelmektedir. Bu nedenle ihracatçı firmanın dağıtıcısına diğer tedarikçilerinden daha yakın ve çekici olması gereklidir ki dağıtıcı da ihracatçının ürünlerine daha fazla yoğunlaşarak firma için daha fazla satış yapsın. Bunu sağlamanın en kolay ancak az karlı yolu, dağıtıcıya, diğer tedarikçilerinin verdiği komisyondan veya marjdan daha fazlasını vermektir. Bu ilgiyi artıran ancak daha pahalı olan bir yöntemdir.
- Daha geçerli bir yöntem ise acente veya distribütörünüz ile sıkı temas halinde olmak ve onun işini desteklemektir. İhracatçının sağlayacağı tanıtım broşürleri firma için önemli bir destek olacaktır. Firmanın alacağı komisyon miktarı ve zamanı konusunda her iki taraf önceden anlaşmış olsa da her zaman çözülmesi gereken bazı konular bulunabilir. Aracı firma lehine biraz daha esnek olmak ihracatçı firmaya onun desteği ve sadakatini sağlayacaktır.
- Distribütör veya acenteniz iyi iş yapmıyorsa nedenini bulmaya çalışınız. Performans düşüklüğü sizin düzeltmeyeceğiniz bir sebepten olabileceği gibi, sadece sizin ürününüzle ilgilenen personelin işten ayrılmasından dolayı da olabilir.

# M.Ö'den günümüze robot tarihi

**ROBOT TEKNOLOJİSİ, ÇAĞIMIZ GELİŞİM SÜRECİ İÇİNDE GELİŞEN BİRÇOK BİLİMSEL VE TEKNOLOJİK OLGULARIN, ROBOT ADI VERİLEN ÜRÜNLER ÜZERİNDE BÜTÜNLEŞMESİ VE UYGULAMASINI İÇERİYOR. BU TEKNOLOJİK SERÜVEN, İLK ROBOT FİKRİNİN ORTAYA ÇIKTIĞI 3000 SENE ÖNCESİNDEN GÜNÜMÜZE DEK GELİŞİMİNE DEVAM EDİYOR.**

İnsanoğlu tarihin başlangıcından itibaren günlük yaşamda kullanmak üzere aletler icat etti. Çünkü bu araç gereçlerle bazı şeyleri yapmak mümkün ya da daha kolay oluyordu. Ancak insanların aklında bu işleri yapmak yerine, yapacak birilerini bulup daha rahat yaşamak vardı. Güçlü olanlar güçsüzleri köle edindiler. Zeki olanlar ise çok öncelerden robot benzeri şeyleri hayal edebilmişlerdi. Mesela antik Yunan filozoflarından Aristo "eğer tüm araçlar emredildiğinde veya kendi kendilerine çalışabilselerdi işçilere veya kölelere ihtiyaç kalmazdı" sözleriyle robotlar hakkında ilk ipucunu vermiştir. Robotik bilimene bakarsak sanayi devrimine kadar ve hatta robotların modern tanımını göz önünde bulundurursak 13. yüzyılda yaşayan batı bilimi tarafından pek bilinmeyen siberneğin babası kabul edilen Ebu'l İzz El Cezari'nin otomatik makineleri dışında 20. yüzyılın ortalarına kadar elle tutulur bir gelişme olmadı. Robotik genellikle teori, fikir ve hayali tasarımlardan ibaret kaldı. Zaten "robot" kelimesi ilk olarak Çek oyun yazarı Karel Capek tarafından Çek dilindeki hizmet eden kelimesine karşılık gelen "robota" dan türetildi. Sanayi devrimiyle beraber makineleşmeyle birlikte teknoloji müthiş bir ivmeyle gelişmeye başladı. Ancak robotların gerçek anlamda hayatımıza girmesi bir yüzyıl daha aldı. 20. yüzyılla birlikte Robotik yavaştan iş dünyasına girdi. Önceden sadece karnına

bastırınca ağlayan bebeklerden ibaret olan robotik sektörü robot benzeri yapının sıcak metalleri taşımakta kullanılmasıyla endüstriye girdi. Sonradan gelişerek bir çok işte kullanılmaya başlandı. Tekrar programlanabilen robotlar, birden fazla iş yapabilenler derken robotları şimdi uzay araştırmalarında kullanıyoruz. Robotların bu yavaş ama aniden ivmelenen tarihi gelişimini kronolojik bir şekilde görmek hoş olacaktır.

## ROBOT TEKNOLOJİSİNİN KRONOLOJİK GELİŞİMİ

M.Ö.270: Ctesibus adlı eski bir Yunan bilgini hareketli parçalardan oluşan organ ve su saatleri üretmiş. M.Ö.100: Otomatik açılan tapınak kapıları (İskenderiye) 1136-1206: El Cezari'ye ait çeşitli otomatik makineler. 1800: Jacques de Vaucanson, Pierre-Henri-Louis Jacquet Droz, Henri Maillardet otomatik yazı yazan ve müzik enstrümanı çalan makineler geliştirdiler. 1801: Joseph Jacquard ilk kez dekli kart kullanarak çalıştırılan otomatik dokunma makinesi geliştirdi. 1818: Mary Shelley, Frankenstein adlı hikayesinde yapay bir yaşam şekli kullandı. 1830: Christopher Spencer mekanik kam denetimli otomatik bir torna tezgahı geliştirdi. 1892: Seward Babbitt sıcak metal parçaları fırından almak üzere motorlu tutucuya sahip vinç tasarladı. 1920-1921: Çekoslovak Karel Capek'in yazdığı bir tiyatro oyununda ilk kez ROBOT kelimesi kullanıldı. Yazar

bu kelimeyi Çek dilinde "hizmet eden" anlamında kullanılan "robota"dan türetti. Tiyatro oyunu, "insan makineyi yapar, makine de insanı öldürür" teması üzerine kuruluydu. 1940: Massachusetts Teknoloji Enstitüsü'nde (MIT) radar teknolojisi geliştirilmesi, cisimleri insan etmeni olmadan algılama konusunda en önemli adımlardan birisi oldu. 1940: Grey Walter ışığa yönelen ilk gezer robotları (machina speculatrix) üretti. 1941: Isaac Asimov "Robot" kelimesinden "Robotik" kelimesini türeterek ilk kez kullandı. Robotik, robot teknolojisiyle ilgili tüm alanları kapsayan bir tanım olarak kabul ediliyor. 1942: Isaac Asimov, "Runaround" isimli hikayesinde robotların üç yasasını yazdı. Robotların Üç Yasası: 1- Bir robot bir insana zarar veremez ya da kayıtsız kalarak bir insanın zarar görmesine neden olamaz. 2- Birinci yasayla çatışmamak koşuluyla, bir robot insnalar tarafından verilen emirlere uymak zorundadır. 3- Birinci ve ikinci yasayla çatışmamak koşuluyla bir robot kendi varlığını korumalıdır. 1946: George Devol, genel amaçlı, manyetik kayıt yapabilen ve tekrar çalıştırılabilen bir cihaz geliştirdi ve çeşitli makinelerde kullandı. 1946: J. Presper Eckert ve John Mauchly, Pennsylvania Üniversitesi'nde ilk elektronik bilgisayar olarak bilinen ENIAC isimli bilgisayarı geliştirdiler. Whirlwind adlı başka bir bilgisayar, MIT'de ilk olarak bir bilimsel problemi çözdü. 1948: MIT'den Norbert Wiener,



elektronik, mekanik ve biyolojik sistemlerin denetim ve iletişimini inceleyerek "sibernetik" başlıklı bir kitap yayınladı. 1951: Raymond Goertz, ABD Atom enerji Komisyonu için uzaktan işletilen bir kol tasarladı. 1954: George Devol, programlanabilir genel amaçlı robotu tasarladı ve patent başvurusu yaptı. 1956: G. Devol ve Joseph F. Engelberger, Uimation Inc. adlı dünyanın ilk robot firmasını kurdular. 1958: Satış amaçlı ilk ticari robot üretildi. 1959: MIT'de servomakenizma laboratuvarında robot kullanılarak bilgisayar destekli üretim amaçlı bir gösteri yapıldı. 1960: Harry Johnson ve Veljko Milenkovic'in tasarladığı Versatran isimli robot pazarlanmaya başlandı. Unimation robotlarının adı Unimate Robot sistemleri olarak değiştirildi. 1962: General Motors ilk kez bir endüstriyel robotu (Unimate)

üretim hattında kullanmaya başladı. Robot, sıcak parçaları kalıp döküm makinesinden alarak istiflemek amacıyla kullanıldı. 1963: Bilgisayar denetimli, altı eklemlili yapay kol (Rancho arm) geliştirildi. 1964: Dünyanın önde gelen bazı üniversite ve araştırma merkezlerinde (MIT, Stanford Araştırma Enstitüsü, Stanford Üniversitesi, Ednburgh Üniversitesi) ilk kez Yapay Zeka araştırmaları başladı ve laboratuvarlar açıldı. 1965: DENDRAL isimli ilk uzman sistem yazılımı geliştirildi. 1967: Japonya, ilk kez robot ithal ederek robot teknolojisini kullanmaya başladı. 1968: Stanford Araştırma Enstitüsü'nce Shakey isimli, görme yeteneği olan ilk gezer robot üretildi. 1970: Stanford Üniversitesi'nce bir robot kol geliştirildi. BU robot kol Stanford Kolu adıyla araştırma projelerinde bir stan-

tard olarak yerleşti. 1973: Richard Hohn, Cincinnati Milacron Corporation adına ilk minibilgisayar denetimli robotu geliştirdi. Geliştirilen robot T3 (The Tomorrow Tool) olarak adlandırıldı.

1974: Stanford kolunu geliştiren Profesör Scheinman Vicarm Inc. isimli firma kurarak minibilgisayar kullanan robot kollarının pazarlamasına başladı. 1974: Dokunma ve basınç algılayıcıları (sensörleri) kullanarak küçük parçaların montajını yapabilen ilk robot, üretim hattında kullanılmaya başlandı. 1976: Viking 1 ve Viking 2 uzay araçlarında robot kollar kullanıldı. 1977: ASEA isimli Avrupalı bir robot firması iki ayrı boyutta robot üretimine başladı. 1977: Star Wars sinema filmindeki C3PO ve R2D2 robot animasyonlarıyla robot kelimesi geniş insan kitlelerine yayıldı. 1978: PUMA isimli robot üretildi ve pazarlanmaya başladı. 1979: Stanford Cart isimli gezer robot, üzerine monte edilmiş kameradan aldığı görüntüleri kullanarak engellerle dolu bir odayı engelleri aşarak boydan boya geçti. 1984: SRI tarafında Shakey'den daha fazla gelişmiş bir gezer robot olan Lakey üretildi. 1990: ABD'de 12 dolaylarında robot firması görülürken, Japonya'da 40'dan fazla robot firması kuruldu. 1993-1994: Önceki robotlara ucuz maliyetli ERRATIC ve PIONEER1 isimli gezer robotlar üretildi. 1998: Robot oyuncak FURBY piyasaya çıktı. 1999: Sony yeni oyuncak ve ev hayvanı Aibo'yu piyasaya sürdü. 2000: Honda yeni humanoid robotu Asimo'yu dünyaya tanıttı. 2004: Robotik sektörü sadece Kuzey Amerika'da 1.06 milyar dolarlık iş hacmine ulaştı. 2008: NASA'nın Phoenix robotu Mars'ta başarılı bir şekilde araştırmaları yönetiyor.

### Kaynaklar:

- 1- Prof. Dr. Abdülkadir Erden, Bilim ve Teknik Dergisi Mayıs 2003 Robotik Eki
- 2- MegaGiant Roboties (<http://robotics.megagiant.com>)
- 3- elizabeth Corcoran, Forbes, Ağustos 2006, The Robots Are Coming ([http://www.forbes.com/2006/07/08/17/06egang\\_Robots\\_land.html](http://www.forbes.com/2006/07/08/17/06egang_Robots_land.html))
- 4- Robotics Research Group, The University Of Texas ([http://www.robotics.utexas.edu/rrg/learn\\_more/history](http://www.robotics.utexas.edu/rrg/learn_more/history))

## MAKİNE SEKTÖRÜNDE BELİRLENEN BAZI FUARLAR (2010 YILI NİSAN-MAYIS-HAZİRAN VE TEMMUZ AYLARI)

AYLAR	FUAR ADI	TARİHİ	YERİ	KONUSU	WEB	ORGANİZATÖR
NİSAN	KIIF-Kiev International Industrial Fair	14-17 Nisan 2010	Kiev, Ukrayna	MAKİNE, METAL İŞLEME, TAKIM TEZGAHLARI	www.primus-exhibitions.com	PRIMUS EXHIBITIONS
	107. Çin Uluslar arası İthal ve İhraç Ürünleri Fuarı	15-19 Nisan 2010	Guangzhou, Çin	GENEL TİCARET,İHTİSAS FUARI	www.forumfuar.com www.icecf.com	FORUM Fuarçılık Geliştirme A.Ş.
	HANNOVER MESSE	19-23 Nisan 2010	Hannover, Almanya	TEKNOLOJİ, İNNOVASYON VE OTOMASYON	www.hannovermesse.de	Deutsche Messe AG
	Bauma - International Trade Fair for Construction Machinery, Building Material Machines, Construction Vehicles and Equipment	19-25 Nisan 2010	Münih, Almanya	İNŞAAT MAKİNELERİ, İNŞAAT MALZEMELERİ VE EKİPMANLARI	www.messe-muenchen.de	Messe München GmbH,
	KONFEKSİYON MAKİNESİ 2010 Uluslararası Konfeksiyon Makineleri, Nakış Makineleri Konfeksiyon Yan Sanayileri ve Aksesuarları Fuarı	22-25 Nisan 2010	İstanbul, Türkiye	KONFEKSİYON, NAKİŞ MAKİNELERİ, KONFEKSİYON YAN SANAYİLERİ VE AKSESUARLARI	www.tuyap.com.tr	TÜYAP Tüm Fuarçılık Yapım A.Ş.
	MACHINE BUILDING/Drives&Automation-Design-Build Technologies and Systems Integrators Exhibition	27-28 Nisan 2010	Birmingham, İngiltere	MAKİNE İMALATI İÇİN PNÖMATİK TEKNOLOJİLERİ, GÜÇ AKTARIMI, OTOMASYON	www.deviceclink.com feedback@cancom.com	Cannon Communications LLC
MAYIS	ISK-SODEX International Trade Fair for Sanitary, Heating, Ventilation and Air Conditioning	5-8 Mayıs 2010	İstanbul, Türkiye	ISITMA, SOĞUTMA, HAVALANDIRMA	nfo@hmsf.com www.hmsf.com	Hannover-Messe Sodeks Fuarçılık A.Ş.
	KALIP AVRASYA (MOULD EURASIA) Bursa 4. Kalıp Teknolojileri ve Yan Sanayi Fuarı	6-9 Mayıs 2010	Bursa, Türkiye	KALIP TEKNOLOJİLERİ, YAN SANAYİ VE İLGİLİ MAKİNE	www.mouldeurasia.com/	TÜYAP BURSA Fuarçılık A.Ş.
	BUILDEX Uluslararası İnşaat Teknolojileri ve Yapı Malzemeleri Fuarı	12-16 Mayıs 2010	Şam, Suriye	İNŞAAT TEKNOLOJİ. VE YAPI MALZEMELERİ	www.forumfuar.com	FORUM Fuarçılık Geliştirme A.Ş.
	TEXPO EURASIA 2010 27. Tekstil, Dokuma, İplik, Terbiye, Örgü, Çorap Makineleri, Yan Sanayileri Ve Kimyasalları Fuarı	15-18 Mayıs 2010	İstanbul, Türkiye	TEKSTİL VE GİYİM MAK., TEKSTİL, KUMAŞ, EV TEKS. VS.	www.tuyap.com.tr	TÜYAP Tüm Fuarçılık Yapım A.Ş.
	BUILDING AND RECONSTRUCTION (GRADNJA I OBNOVA) International Building and Building Industry Fair	18-21 Mayıs 2010	Sarajevo, Bosna Hersek	KLİMALAR,ISITMA, SOĞUTMA VE SAĞLIK EKİPMANLARI VB.	www.skenderija.ba	Centar 'Skenderija' - Sarajevski Sajaam
	SIMA Uluslararası Endüstri Fuarı	27-31 Mayıs 2010	Şam, Suriye	HER TÜRLÜ MAKİNE, EKİPMAN, TEÇHİZAT	www.simafairs.com	SIMA - Syrian International Marketing Association
	BIEMH International Machine Tools Exhibition	31 Mayıs-5 Haziran 2010	Bilbao, İspanya	TAKIM TEZGAHLARI	biemh@bec.eu	Bilbao Exhibition Centre (BEC)
Aquatech China - International Trade Fair for Process, Drinking and Waste Water	2-4 Haziran 2010	Shanghai, Çin	İÇME SUYU-ATIK SU	imail@rai.nl	Amsterdam Rai	
HAZİRAN	JIMEX Uluslararası Endüstri Makineleri, Elektrik ve Otomasyon Fuarı	6-9 Haziran 2010	Amman, Ürdün	ENDÜSTRİYEL MAKİNELER, ELEKTRİK, OTOMASYON	www.tuyap.com.tr	TÜYAP Tüm Fuarçılık Yapım A.Ş.
	InterPart-Exhibition for Design Systems, Rapid Prototyping and Parts Suppliers for the Automotive and Machine Construction Industries	8-9 Haziran 2010	Karlsruhe, Almanya	METAL İŞLEME, PLASTİK VE LASTİK İŞLEME, KAYNAK, VS. OTOMOTIV, ELEKTRONİK, MAKİNE VE İNŞAAT MÜHENDİSLİĞİ ENDÜSTRİLERİ	www.cancom.com	Canon Communications Deutschland GmbH, Canon Communications LLC
	FOOD INDUSTRY / MICROCLIMATE AND COLD / PACKAGING AND LABEL International Exhibition for Food Processing, Packaging, Cooling, Refrigeration	8-11 Haziran 2010	Minsk, Belarus	GIDA İŞLEME TEKNOLOJİSİ, AMBALAJ, PLASTİK VE KAUÇUK TEKNOLOJİSİ	www.minskexpo.com	IFWexpo Heidelberg GmbH MinskExpo, JSC
	ANKOMAK International Construction Machinery and Building Technology Exhibition	9-13 Haziran 2010	İstanbul, Türkiye	YAPI MALZ.,TEKNOLOJİ, İŞ MAKİNELERİ	info@ite-turkey.com	ITE GROUP PLC. E ULUS. FUAR TAN HİZM A.Ş.
	REW İSTANBUL-Uluslar arası Geri Dönüşüm, Çevre Teknolojileri ve Atık Yönetimi Fuarı	10-13 Haziran 2010	İstanbul, Türkiye	ÇEVRE KORUMA TEKN., YENİLENEBİLİR ENERJİ, SU TEKN.	www.tuyap.com.tr	İFO İSTANBUL FUAR HİZM. SAN. TİC. A.Ş.
	ASME TURBO EXPO - Land, Sea & Air International Gas Turbine and Aeroengine Congress and Exhibition	14-18 Haziran 2010	Glasgow, İngiltere	GAZ TÜRBİNLERİ, EKİPMANLARI VS.	www.asme.org/igti	ASME International Gas Turbine Institute
	CIMES- China International Machine Tool & Tools Exhibition	14-18 Haziran 2010	Pekin, Çin	TAKIM TEZGAHLARI, METAL KESME VE İŞLEME TEKNOLOJİLERİ, DÖKÜM TEKNOLOJİLERİ	www.reedces.com.cn	CES- Capital Exhibition Services / Reed Huayin Exhibitions Beijing
	ITM POLAND Innovations-Technologies-Machines Poland - Exhibition	5-18 Haziran 2010	Poznan, Polonya	TAKIM TEZGAHLARI, METAL SANAYİ, KAYNAK, HİDROLİK VE PNÖMATİK, DÖKÜM, OTOMASYON SANAYİİ	www.mtp.pl www.itm-polska.pl www.oaib.gov.tr	Poznan International Fair Ltd. OAI B Milli Katılımı
	ProPak Asia International Processing, Filling and Packaging Technology Exhibition and Conference for the Asian Region	16-19 Haziran 2010	Bangkok, TAYLAND	GIDA ÜRÜNLERİ İŞLEME, PAKETLEME TEKNOLOJİLERİ	www.propakasia.com	Bangkok Exhibition Services Ltd.
	ITMA ASIA+CITME - International Exhibition of Textile Machinery	22-26 Haziran 2010	Şangay, Çin	TEKSTİL MAKİNELERİ	www.itmaasia.com	Beijing Textile Machinery International Exhibition Co. Ltd.
TEMMUZ	AGRICULTURAL MACHINERY EXHIBITION	9-12 Temmuz 2010	Tarmstedt, Almanya	TARIM MAKİNELERİ VE EKİPMANLARI	www.tarmstedterausstellung.de	Ausstellungs-GmbH Tarmstedt
	PROCESS EXPO International Exposition for Food Processors	18-20 Temmuz 2010	Şikago, ABD	GIDA İŞLEME VE PAKETLEME MAKİNELERİ	www.fpsa.org	FPSA - Food Processing Suppliers Association

## MAKİNE SEKTÖRÜNDE BELİRLENEN BAZI FUARLAR (2010 YILI EYLÜL-EKİM VE EKİM AYLARI)

AYLAR	FUAR ADI	TARİHİ	YERİ	KONUSU	WEB	ORGANİZATÖR
EYLÜL	IMTS - International Manufacturing Technology Show	13-18 Eylül 2010	Şikago, ABD	TAKIM TEZGAHLARI VE AKSAMLARI, CAM SİSTEMLERİ, BİLGISAYARLI İŞLETİM SİSTEMLERİ, YAZILIM, VS	www.imtsnet.org	AMT - The Association for Manufacturing Technology
	LABELXPO AMERICAS International Exhibition for Labels, Labels Printing and Production Technology	14-16 Eylül 2010	Şikago, ABD	KAĞIT, ETİKETLEME VE ÜRETİM TEKNOLOJİLERİ	www.labelexpo-usa.com	Tarsus USA Inc.
	WATERTECH CENTRAL ASIA- Central Asian International Water Technology Exhibition and Conference	15-17 Eylül 2010	Almatı, Kazakistan	SU SİSTEMLERİ	www.iteca.kz	ITECA LLP
	EXPOFIL Textile Yarns and Fibres Exhibition	14-17 Eylül 2010	Paris, Fransa	TEKSTİL, HAMMADDELERİ, MAKİNELERİ	www.expoofil.com	PVE S.A. / EXPOFIL
	World Food Moscow	14-17 Eylül 2010	Moskova, Rusya	GIDA SANAYİİ	www.world-food.ru/eng	GİMA International Exhibition Group GmbH & Co. KG ITE Moscow
	İSTANBUL AMBALAJ FUARI-Uluslararası Ambalaj Endüstrisi Fuarı	16-19 Eylül 2010	İstanbul, Türkiye	GIDA İŞLEME TEKN., AMBALAJ, PLASTİK VE KAUCUK TEKN.	www.tuyap.com.tr	TÜYAP Tüm Fuarçılık Yapım A.Ş.
	IPACK Uluslararası Ambalaj, Paketleme ve Gıda İşleme Sistemleri Fuarı	23-26 Eylül 2010	İstanbul, Türkiye	GIDA İŞLEME TEKN., GIDA, YİYECEK İÇECEK, AMBALAJ, PLASTİK VE KAUCUK TEKN	www.itf-ipack.com www.itf-gıda.com	İTF İSTANBUL FUARÇILIK A.Ş.
	SAHARA International Agricultural Exhibition for Africa and Middle East	25-28 Eylül 2010	Kahire, Mısır	TARIM, TARIM MAKİNELERİ VS.	www.saharaexpo.com	ANCOM GROUP / EXPO
	AQUATECH International Exhibition for Water Management and Technologies	27 Eylül-02 Ekim 2010	Plovdiv, Bulgaristan	SU TEKNOLOJİSİ VE SU YÖNETİMİ	www.fair.bg	International Fair Plovdiv
	ITM INTERNATIONAL TECHNICAL FAIR	27 Eylül-02 Ekim 2010	Plovdiv, Bulgaristan	MAKİNE VE AKSAMLARI	www.fair.bg	International Fair Plovdiv (OAİB Milli Katılım)
EKİM	W10 International Woodworking, Machinery and Component Exhibition	3-6 Ekim 2010	Birmingham, İngiltere	AĞAÇ KESME VE İŞLEME MAKİNELERİ	info@w10exhibition.com	W10 LTD.
	BI-MU Machine Tools, Robots, Automation	05-09 Ekim 2010	Milano, İtalya	TAKIM TEZGAHLARI, TAKIM TEZGAHLARI İÇİN ELEKTRİK VE ELEKTRONİK YEDEK PARÇALAR, OTOMASYON	www.bimu-sfortec.com fieramilano@fieramilano.it	CEU - CENTRO ESPOSIZIONI UCIMU S.p.A.
	T.I.L.E. Tehran International Industry Exhibition	6-9 Ekim 2010	Tahran, İran	SANAYİ ÜRÜNLERİ VE MAKİNE	www.forumfuarc.com	Iran International Exhibitions Co. (I.I.E.C.), Orient Exhibitions, IDRO International Trading Co. FORUM FUARÇILIK
	İRAN HVAC	6-9 Ekim 2010	Tahran, İran	ISITMA, SOĞUTMA, HAVALANDIRMA	info@nnl.ir www.forumfuarc.com	Nama Negar Forum Fuarçılık Geliştirme AŞ
	VIENNA-TEC The International Industrial Trade Fair	12-15 Ekim 2010	Viyana, Avusturya	OTOMASYON, ENERJİ TEKNOLOJİLERİ, HİDROLİK & PNÖMATİK	www.messe.at	Reed Exhibitions Messe Wien
	TATEF International Metalworking Technologies Fair	12-17 Ekim 2010	İstanbul, Türkiye	METAL İŞLEME VE TEKNOLOJİLERİ (TAKIM TEZGAHLARI, SAÇ İŞLEME MAK., PRESLER, YÜZEY İŞLEME MAK., KESİCİ VE TUTUCU TAKIM VS.)	www.itf-exhibitions.com info@itf-exhibitions.com	İTF İSTANBUL FUARÇILIK A.Ş.
	CANTON FAIR Çin Uluslararası İthal ve İhrac Ürünleri Fuarı	Oct-10	Guangzhou, Çin	GENEL TİCARET,İHTİSAS FUARI	www.forumfuarc.com www.icecf.com	FORUM Fuarçılık Geliştirme A.Ş.
	AĞAÇ İŞLEME MAKİNESİ FUARI-Uluslararası Ağaç İşleme Makineleri, Kesici Takımlar, El Aletleri Fuarı	16-20 Ekim 2010	İstanbul, Türkiye	AĞAÇ İŞLEME TEKN., ORMAN ÜRÜNLERİ	www.tuyap.com.tr	TÜYAP Tüm Fuarçılık Yapım A.Ş.
	SAIE International Building Exhibition	21-24 Ekim 2010	Bologna, İtalya	YAPI ELEMANLARI ÜRETEN MAKİNE VE EKİPMANLAR, ÖZEL İNŞAAT MAKİNELERİ, KONTROL VE ÖLÇÜM CİHAZLARI, KLİMALAR, ISITMA SİSTEMLERİ, SOĞUTUCULAR, SU ARTIŞTIRMA EKİPMANLARI	www.bolognafiere.it	BolognaFiere
	EURO-BLECH International Sheet Metal Working Technology Exhibition	26-30 Ekim 2010	Hannover, Almanya	TAKIM TEZGAHLARI	www.euroblech.de/	Mack Brooks Exhibitions Ltd.
	IGATEX Pakistan International Garment and Textile Machinery and Accessories Exhibition	20-23 Ekim 2010	Karaçi, Pakistan	TEKSTİL MAKİNELERİ	www.cems.com.sg	CEMS Conference & Exhibition Management Services Pte. Ltd.,
	MACTECH International Exhibition for Machine Tools, Industrial Tools, Welding and Cutting Equipment	25-28 EKİM 2010	Kahire, Mısır	MONTAJ,OTOMOTİV,YAPI, TESİSAT CAD/CAM, CIM VS.	ifg@access.com.eg www.forumfuarc.com	International Fairs Group Forum Fuarçılık Geliştirme AŞ
	BIG 4 SHOW	28-31 Ekim 2010	Şam, SURİYE	ÜRETİM TEKNOLOJİLERİ, PLASTİK, KAUCUK, ENERJİ VE MATBA TEKNOLOJİLERİ	arabiangroup@net.sy www.forumfuarc.com	Arabian Group for Exhibitions & Conferences FORUM Fuarçılık Geliştirme A.Ş.
	K International Trade Fair Plastics + Rubber	27 Ekim-3 Kasım 2010	Dusseldorf, Almanya	PLASTİK VE KAUCUK TEKN. İŞLEME	www.mdna.com/shows/k.html	MESSE DUSSELDORF G m b H
	MIDEST International Industrial Subcontracting Exhibition	2-5 Kasım 2010	Paris, Fransa	METAL İŞLEME, PLASTİK VE KAUCUK, ELEKTRİK-ELEKTRONİK	www.midest.com	Reed Expositions France
Bursa Metal İşleme Teknolojileri Fuarı	3-7 Kasım 2010	Bursa, Türkiye	FABRİK OTOM., KALİTE KONT. VE TEST ENS., YÜZEY İŞLEME, METALÜRJİ, DÖKÜMCÜLÜK, DEMİR DİŞİ MADENLER, METAL İŞLEME, KAYNAK, ÜRETİM TEKN.	www.tuyap.com.tr	TÜYAP BURSA Fuarçılık A.Ş.	
EIMA & EIMA GARDEN International Agricultural Machinery Exhibition	10-14 Kasım 2010	Bologna, İtalya	TARIM VE BAĞÇE MAKİNE-EKİPMANLARI	www.eima.it	UNACOMA Service s.r.l.	
EXPO CENTRAL ASIA MACHINERY	17-19 Kasım 2010	Almatı, Kazakistan	METAL İŞL. KAYNAK, ÜRETİM TEKNOLOJİSİ, TAKIM TEZGAHLARI	www.expocentralasia.com www.ipek yolu.info	CENTRAL ASIA INTERN. EXB. LTD.-İPEKYOLU ULUSLAR ARASI FUARÇILIK A.Ş.	
AGRO+FOOD+DRINK+TECH Uluslararası Ambalaj, Gıda, İçecek, Gıda İşleme Fuarı	18-21 Kasım 2010	Tiflis, Gürcistan	AMBALAJ, GIDA, İÇECEK, GIDA İŞLEME VE EKİPMANLARI	www.tuyap.com.tr	TÜYAP Tüm Fuarçılık A.Ş.	
The BIG "5" Show-Trade Fair for the Construction Industry in the Middle East	21-24 Kasım 2010	Dubai, BAE	İNŞAAT SANAYİ VE MAKİNE-EKİPMANLARI	www.dmgdubai.com	dmg world media Dubai Ltd.	
Bauma CHINA -International Trade Fair for Construction Machinery, Building Material Machines, Construction Vehicles and Equipment	23-26 Kasım 2010	Şangay, Çin	İNŞAAT MAKİNELERİ, İNŞAAT MALZEMELERİ VE EKİPMANLARI	www.messe-muenchen.de	Messe München GmbH, Munich Trade Fairs (Shanghai) Co. Ltd.	
PACK EXPO International The World of Packaging Technology	31 Ekim-3 Kasım 2010	Şikago, ABD	PAKETLEME MAKİNELERİ, MALZEMELERİ VS.	www.pmmi.org	Packaging Machinery Manufacturers Institute (PMMI)	

Detaylı fuar araması için [www.expodatabase.com](http://www.expodatabase.com) ve [www.fuarplus.com](http://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.amd.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