

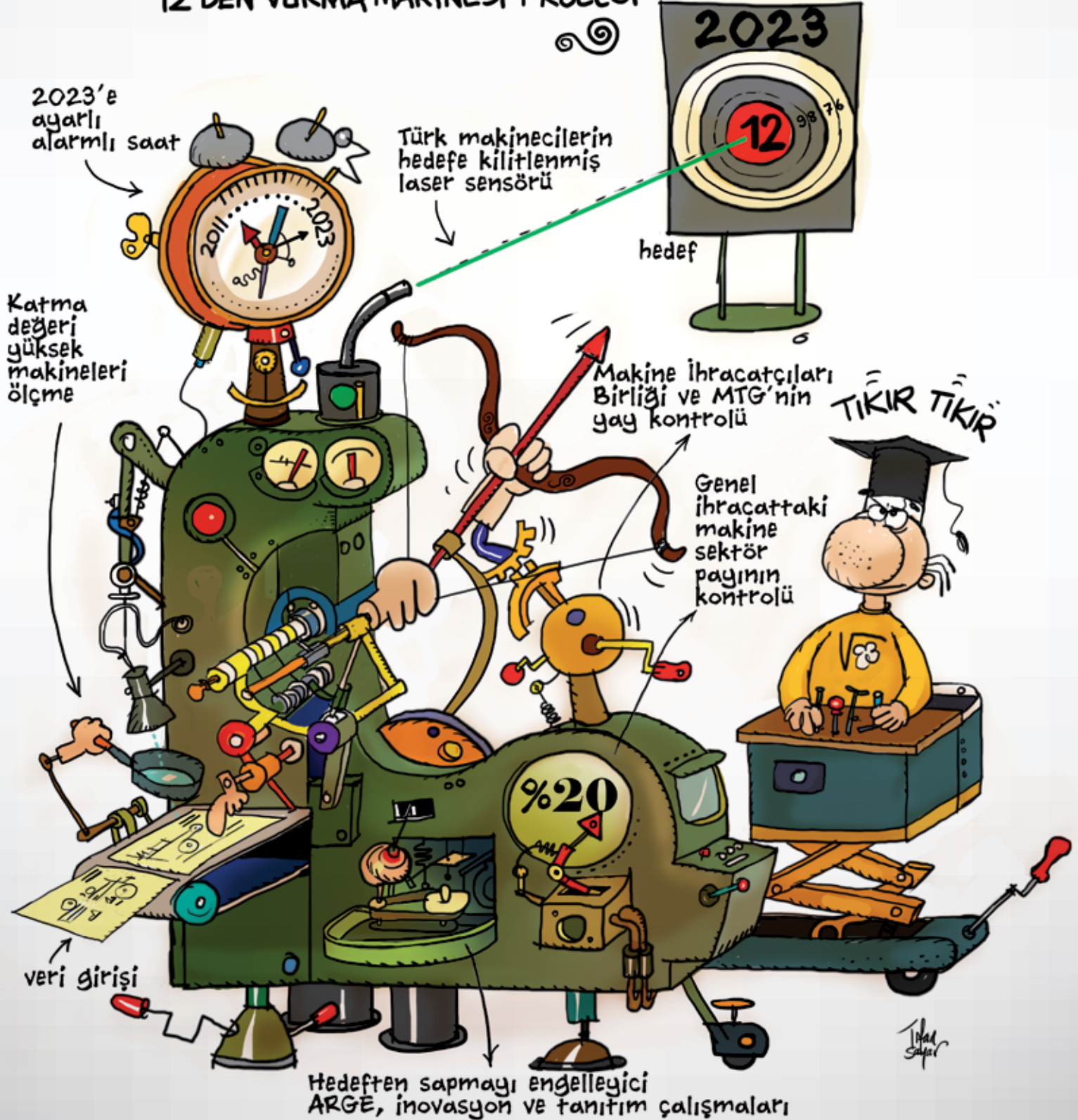
moment

EXPO

OAİB

Makine ve Aksamları İhracatçıları Birliği Aylık Makine İhracatı ve Ticareti Dergisi

2023 YILINDA 100 MİLYAR DOLAR İHRACAT HEDEFİNİ 12'DEN VURMA MAKİNESİ PROCESİ





ADNAN DALGAKIRAN

Makine ve Aksamları İhracatçıları
Birliği Yönetim Kurulu Başkanı

AYNILAŞMAK İÇİN DEĞİL, FARKLILAŞMAK İÇİN ÜRETMELİYİZ

Makine sanayimizin kendi rekabet alanını genişletmesi ve yönlendirebilmesi için aynı üründen üreten yüzlerce firma yerine üretimi ile farklılaşabilen firmalara ihtiyacı var. Çünkü 2023 yılı için belirlediğimiz 100 milyar dolar ihracat hedefine katma değeri yüksek makinelerle ulaşabiliriz. Katma değeri yüksek makineleri de aynılaştan değil farklılaşan firmalar üretebilir.

Aynı üründen üreten yüzlerce firma yerine farklı ürünler üreterek dünyada kendine rekabet alanı oluşturacak firmalara ihtiyacımız var. Son yıllardaki Ar-Ge yatırımları ve inovasyon çalışmaları sayesinde bu farklılaşma oluşmaya başladı. Fakat makine sektörümüzün daha katma değerli ürünler yaratabilmesi için, gelişmiş ülkelerde olduğu gibi, ölçeği büyük ve teknolojik ürünleri ile farklılaşan firmalara ihtiyacı var. Gelişmiş ülkelerde bu değişim devletin yönlendirmesi ve desteği ile hayata geçirildi. Firmaların aynı üründen üretmek yerine farklı ürünlere yönelmesi sağlandı. Bu sayede çok daha verimli bir makine sanayileri oldu.

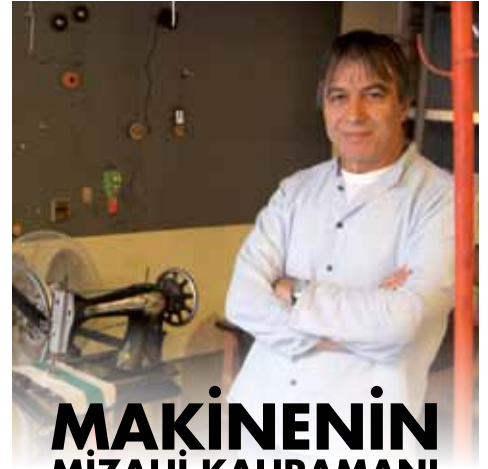
Basit bir rakam vermek gerekirse; bugün Türkiye'nin makine ihracatında kilogram başına elde ettiği gelir 6,5 dolardır. Almanya'nın makine ihracatında kilogram başına elde ettiği gelir ise 100 dolardır. Demek ki, benim sektörümün daha katma değerli alanlara doğru hızla girmesi gerekiyor. Bu çerçevede yapılması gerekenlere baktığımız zaman, üretimde verimliliği sağlamak, dünyayı takip etmek ve Ar-Ge çalışmalarının desteklenmesi gerekiyor. Ülkemizde ciddi Ar-Ge teşvikleri ve destekleri olduğunu görüyoruz. "Ar-Ge'nin ne olduğunu biliyor muyuz?", "Ar-Ge konusunda yeterince istekli ve arzulu muyuz?", "Bu teşvik ve destekleri nasıl değerlendirebileceğimizi biliyor muyuz?" Bu alanlarda eksiklerimiz var. En kısa zamanda eksiklerimizi gidermemiz gerekiyor. Bütün alt sektörler kendi analizlerini yapıp, hemen çalışmalara başlamak. Bu çalışmaları başlatan pek çok makineci var; ama bunlar yeterli değil. Biz de Makine İhracatçıları Birliği olarak daha fazla sayıda şirketin Ar-Ge ve inovasyonla iç içe bu yarışta var olması için çalışıyoruz. Çünkü 2023 yılı için belirlediğimiz 100 milyar dolar makine ihracatı hedefine ancak katma değeri yüksek makinelerle ulaşabiliriz. Katma değeri yüksek makineleri de aynılaştan değil farklılaşan firmalar üretebilir.



- 8 **GÜNDEM** ASME HEYETİ TÜRKİYE İHRACATÇILARI İLE BULUŞTU
- 9 **GÜNDEM** TÜRKİYE-MISIR İŞ FORUMU DÜZENLENDİ
- 10 **GÜNDEM** EMO'DA MTG RÜZGARİ
- 12 **GÜNDEM** ITMA FUARI'NA TÜRKİYE VE MTG DAMGASINI VURDU
- 23 **GÜNDEM** MTG, İSTANBUL ATATÜRK HAVA LİMANI'NDA
- 24 **SEKTÖRDEN** "2012 YILI ASANSÖR SEKTÖRÜ İÇİN DÖNÜM NOKTASI OLACAK"
- 28 **SEKTÖRDEN** DÜNYA DEVLERİ İÇİN ÜRETİYOR
- 32 **HEDEF: 100'DE 100** HEDEFE 12 KALA 12'DEN VURACAK MIYIZ?
- 52 **HEDEF: 100'DE 100** MAKİNE ALT SEKTÖRLERİNİN 2023 İHRACAT HEDEFLERİ NE KADAR?
- 60 **MSSP FOCUS** AMBALAJ MAKİNECİLERİ DERNEĞİ BÜYÜME YOLUNDA İLERLİYOR
- 68 **POZİTİF** "AKTİF ÇALIŞAN KADINLAR, SEKTÖRE EGEMEN OLACAK"
- 70 **RÖPORTAJ** MAKİNENİN MİZAHİ KAHRAMANI ZİHNİ SİNİR
- 76 **GÖSTERGELER** MAKİNE İHRACATI EYLÜL AYI SONUNDA 9 MİLYAR DOLARI AŞTI
- 82 **FUARLAR**
- 84 **RAKAMLAR**
- 86 **ADRESLER**
- 87 **MOMENT IN ENGLISH**



MSSP FOCUS
AMBALAJ MAKİNECİLERİ
DERNEĞİ BÜYÜME
YOLUNDA İLERLİYOR 60



**MAKİNENİN
MİZAHİ KAHRAMANI**

**Prof. Zihni
V. SİNİR**



70

HEDEFE

12

KALA

pozitif

"AKTİF ÇALIŞAN KADINLAR,
SEKTÖRE EGEMEN OLACAK"

**ZUHAL
OBA YILDIZ:**

68



moment EXPO

in English

88

TURKEY AND MPG LEFT
THEIR MARK ON ITMA FAIR

90

MPG TAKES EMO
BY STORM

91

ASME DELEGATION
CAME TOGETHER WITH
TURKISH EXPORTERS

92

TURKEY-EGYPT BUSINESS
FORUM WAS HELD

93

ASSOCIATION OF
PACKAGING MACHINERY
MANUFACTURERS TAKING
STEPS ON ITS WAY TO
GROWTH

94

THE HUMOROUS
PROTAGONIST OF
MACHINES: ZİHNİ SİNİR

95

ACTIVELY WORKING
WOMEN WILL DOMINATE
THE SECTOR

**ITMA
FUARI'NA
TÜRKİYE
VE
MTG
DAMGASINI
VURDU**

12

gündem

■ hedef: 100'de 100

12
'DEN
VURACAK
MIYIZ



Mükemmel hız ve performans uyumu

Saniyede 80 kez kanat çırparken yüksek hızı ve manevra kabiliyetiyle dikkat çeken sinek kuşu, bu özellikleriyle mucizevi bir performansa sahiptir. Siz de Fibermak ile, yüksek hız ve kusursuz kesimler yaparak işinizde mucizeler yaratın, artan kazancınızın keyfini sürün.



FIBERMAK FİBER OPTİK LAZER KESİM MAKİNESİ

Ermaksan'ın yeni teknolojisi
Fibermak Lazer Kesim Makinesi ile;

- İnce saçlarda CO₂ lazerlere göre 3 kat daha hızlı kesim olanağı
- %70'e varan enerji tasarrufu imkanı
- Lazer karışım gazına ihtiyaç duymayan diyot teknolojisi
- Işın yolu, ayna ve cam tüpü gibi komponentlere ihtiyaç duymayan fiber kablo teknolojisi
- Alüminyum, bakır, pirinç ve yansıma yapan metalleri hassas ve hızlı kesme olanağı

ERMAKSAN
SAÇ İŞLEME MAKİNELERİ

Lazer
Serisi

Plazma
Serisi

Punch Pres
Serisi

1965
YILINDAN

Abkant
Serisi

Makas
Serisi

Kombine Makas
Serisi

Organize Sanayi Bölgesi, Lacivert Cad. No:6 Nilüfer - Bursa
Tel: 0.224 294 75 00 (pbx) Faks: 0.224 294 75 49

www.ermaksan.com.tr
yisatis@ermaksan.com.tr

CHOOSE YOUR POWER

Lineer Motor Teknolojisi

Dünya'nın en hızlı trenleri manyetik güç aktarımı ile sürtünmesiz bir düzlemde çalışır.

Lineer motor teknolojili Lasermak ile dünyanın hızını yakalayın...

LASERMAK LINEER MOTOR TEKNOLOJİLİ LAZER KESİM TEZGAHI



ERMAKSAN
SAC İŞLEME MAKİNELERİ

Lazer
Serisi

Plazma
Serisi

Punch Pres
Serisi

1965
YILINDAN

Abkant
Serisi

Makas
Serisi

Kombine Makas
Serisi

Organize Sanayi Bölgesi, Lacivert Cad. No:6 Nilüfer - Bursa
Tel: 0.224 294 75 00 (pbx) Faks: 0.224 294 75 49

www.ermaksan.com.tr
yisatis@ermaksan.com.tr



TUGAY SOYKAN

HEDEFE 12 YIL KALA...

Cumhuriyet'in kuruluşunun ardından geçen 88. yılı, bu ay itibarıyla geride bırakıyoruz. Bu nedenle öncelikle herkesin Cumhuriyet Bayramı'nı Moment ekibi olarak kutlarız. Makine sektörü hedefimize, yani Cumhuriyet'in 100'üncü yılına ulaşmamıza da son 12 yıl kaldı. Pekî, makine sektörü 100'üncü yılda 100 milyar dolar hedefini 12'den vurabilecek mi? Birbirinden kapsamlı içerik konularımızla bu ay yine sizlerle. Makine sektöründe yaşanan gündem başlıklarımızla, sektör hakkında aldığımız görüşlerden, 2023 hedefine dair hazırladığımız kapak konumuzla dopdolu bir içerik hazırladık. Yukarıda da bahsettiğim üzere bu ay kapak konumuz makine sektörünün 2023 hedefi. "Hangi demek, ihracat pastasının yüzde kaçlık dilimini hedefledi?"; "Kim ihracatta dev sektör haline gelmeyi planlıyor?"; "Makinenin alt sektörleri neler söylüyor?" gibi soruların yanıtlarını bulabileceğiniz haber çalışmamızda bizlere destek sağlayan Ekonomi Bakanı Sn. Zafer Çağlayan; Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Sn. Nihat Ergün ve Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı Sn. Mehmet Büyükekşi'ye çok teşekkür ediyoruz.

Makine sektörü açısından Eylül dönemi çok hareketli geçti. Özellikle Makine Tanıtım Grubu'nun katılım gösterdiği ITMA, EMO gibi fuarlar sektöre ivme kazandırırken Amerika'dan ülkemizi ziyarete gelen ASME Heyeti de AB-Türkiye ticari ilişkilerimizin ilerlemesi açısından dikkat çekti. Bunun yanı sıra Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın beraberinde OAİB Genel Sekreterlik organizasyonunda gerçekleşen Mısır ziyaretinde de Türk ve Mısırlı iş adamları arasında ticaret, yatırım, müteahhitlik ve müşavirlik konuları görüşüldü. Hayatımızın her noktasında karşımıza çıkan ambalaj; Türk makine sanayisinde önemli bir sektör olma yolunda ilerlemeye devam ediyor. Makine Sanayi Sektör Platformu çatısı altında gerçekleştirdiğimiz 'MSSP Focus' başlıklı röportajımızda, bu ay Ambalaj Makinecileri Derneği'ni (AMD) ziyaret ettik.

Erkeklerin egemen olduğu bir sektör olan makine dünyasında kadınları daha görünür kılmayı ve onların başarılarını göstermeye ise 'Pozitif' isimli sayfalarımızda başladık. Sektörde yaklaşık on yıldır hizmet veren, son olarak İnan Plastik bünyesinde Dış Ticaret Müdürü olarak görev alan Zuhul Oba Yıldız ile sohbet ettik.

Dergimizi sizlerle baş başa bırakmadan önce makinenin mizahi kahramanı Prof. Zihni Sınır'ın yaratıcısı İrfan Sayar ile çok keyifli bir röportaj gerçekleştirdiğimizi de belirtelim. Birbirinden ilginç buluşlarına, Beyoğlu'ndaki dünyanın en ilginç dükkânında devam eden İrfan Sayar'ın mizahi kahramanı Prof. Zihni Sınır'e dair söyleşimiz sizleri bekliyor. Dergimizin Ekim sayısını sizlerle baş başa bırakıyoruz. Bir sonraki sayımız olan Kasım sayımızda görüşmek üzere...

Saygılarımla...

ORTA ANADOLU MAKİNE VE AKSAMLARI İHRACATÇILARI BİRLİĞİ ADINA SAHİBİ
Özkan AYDIN

YAYIN KURULU BAŞKANI
Adnan DALGAKIRAN

YAYIN KURULU
Adnan DALGAKIRAN, Kutlu KARAVELİOĞLU,
Sevda Kayhan YILMAZ, Serol ACARKAN,
Hasan BÜYÜKDEDE, Hüseyin DURMAZ, Ali EREN,
Tamer GÜVEN, Ferdi Murat GÜL, Özkan AYDIN,
Esra ARPINAR, Erinc TARHAN, Y. Cansu Baran,
Berna BILGIN

YAYINA HAZIRLAYANLAR
Origami Medya

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

EDİTÖR
Simge SOYEL (simge@origamimedya.com)

MUHABİR
Hale G. KARAKAYA (hale@origamimedya.com)

GÖRSEL YÖNETMEN
Murat CERİT

YAYIN ADRESİ
Katip Çelebi Mahallesi, Siraselviler Caddesi,
Güney İş Hanı, No: 30/504 Beyoğlu İSTANBUL
T: +90 212 252 87 76 - 77
F: +90 212 252 87 77

YAYIN TÜRÜ
Sürekli, Yerel Dergi

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

BASKI VE ÇİLT
Matsis Matbaa Sistemleri
Tevfikbey Mahallesi
Dr. Ali Demir Caddesi No: 51
34290 Sefaköy / İSTANBUL
Tel: 0212 624 21 11
Faks: 0212 624 21 17
www.matbaasistemleri.com

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

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

AKDER'DEN, HPKON 2011'E TAM DESTEK

MAKİNA MÜHENDİSLERİ ODASI (MMO) TARAFINDAN ORGANİZE EDİLEN 6. ULUSAL HİDROLİK PNÖMATİK KONGRESİ VE SERGİSİ 12-15 EKİM TARİHLERİ ARASINDA İZMİR'DE DÜZENLENDİ. AKDER ÜYELERİ TARAFINDAN TEKNİK DESTEĞİN VERİLDİĞİ HPKON 2011'DE SEKTÖRDE ALINMASI GEREKEN TEDBİRLERE YÖNELİK KONUŞMALAR YAPILDI.

MMO adına İzmir ve İstanbul şubeleri yürütücülüğünde gerçekleşen HPKON 2011'e AKDER tam destek sağladı. İzmir'de düzenlenen kongrede 36 adet bildiri sunuldu. Kongre esnasında 1 konferans, 1 panel, 2 yuvarlak masa toplantısı, 2 söyleşi, 12 atölye çalışması, 5 kurs ve 1 forum gerçekleşti. Kongrenin açılış konuşmasını Ekonomist Mustafa Sönmez yaptı. Sönmez konuşmasında, dünyadaki ve ülkemizdeki ekonomik durumla ilgili olarak gelecek beş yılın değerlendirmesine değindi. Oturumlarda hidrolik pnömatik alanında bilimsel, teknik ve Ar-Ge kapsamında yapılan uygulamalar konuşuldu. Açılış töreni sırasında AKDER Başkanı Mehmet Kurtöz ise dünyanın ve geçmekte olduğu ekonomik şartlar ve hidrolik pnömatik sektörünün sorunlarını dile getirdi. Mehmet Kurtöz konuşmasında; "Son yıllarda gelişmiş ülkelerin üretimleri azaltması, sorunların daha az olduğu ülkelere yönelmesine neden oldu. Bu ülkeler arasında ülkemiz de bulunuyor. Türkiye son yıllarda gerek üretim yaptırma, gerekse yatırım anlamında ilgi çekiciliğini sürdürüyor. Bu anlamda sektörümüz de bu ilgiden payını aldı. Ancak son yıllarda sektörümüz gelişmeler gösterse de, her şeyin çok iyi olduğunu söylemek mümkün değil. Sadece Cetop üyesi ülkelerin 7,5 milyar euro cirosu ile karşılaştırdığında 250-300 milyonluk bir iç pazar ve tahminen 60-75 milyon euro civarında ihracat, sektörün durumunu gözler önüne seriyor. Bu rakamlar sektörün hizmet ettiği ana sanayilerin de yeterince gelişmediğini ve üretmediğini gösterir. Tüm sektörlerde, kamu ihalelerinde yerli malı kullanılması teşvik edilmelidir. Her sektör kendi örgütleri ya da bireysel çalışmalarıyla



yerli ürün tüketilmesi için siyasi iradeyi zorlamalı ve kendi tanıtlarını yapmalıdır. Kalitesi belgelenmemiş, sertifikası olmayan ve haksız rekabete neden olan ürünlerin ülkeye girişi zorlaştırılmalıdır. Özellikle ihracat yapan yerli üreticiler desteklenmeli ve uluslararası pazarlarda rekabet edilmeli için yatırımları, Ar-Ge çalışmaları desteklenmeli ve üretim ve istihdam üzerindeki yükler azaltılmalıdır" dedi. Kongre kapsamında ilk kez gerçekleştirilen sosyal içerikli söyleşilerde Yankı Yazgan tarafından "Zorla İyilik Olmaz: Değişim Yönetimi için Düşünceler" ve Gül Kırçıl tarafından da "Sözlü İletişimi Etkili Kılmak" konuları kongre katılımcılarına aktarıldı. Kongre kapsamında yine ikinci kez "Üniversite Öğrencileri için Hidrolik-Pnömatik Proje Yarışması" düzenlendi. Dereceye giren öğrencilerin ödül töreni ve proje sunumları kongre sırasında gerçekleştirildi.





ASME HEYETİ TÜRKİYE İHRACATÇILARI İLE BULUŞTU

MAKİNE SEKTÖRÜ TİCARET İLİŞKİLERİ VE STANDARDİZASYON KONUSUNDA GÖRÜŞMELERDE BULUNMAK İÇİN TÜRKİYE'YE GELEN ASME HEYETİ (AMERICAN SOCIETY OF MECHANICAL ENGINEERS), 7-8 EYLÜL 2011'DE İSTANBUL VE ANKARA'DA İLGİLİ KURUMLARI ZİYARET ETTİ.



Türkiye ve Amerika arasındaki ticaretin geliştirilmesi amacıyla ülkemize gelen ASME Heyeti, İstanbul ve Ankara'da temaslarda bulundu. ASME Heyeti, 7 Eylül'de Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), 8 Eylül'de ise Türk Standartları Enstitüsü ve Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nda toplantılar düzenledi.

ABD-TÜRKİYE TİCARİ İLİŞKİLERİ MASAYA YATIRILDI

ASME Gelişim Bölümü Koordinatörü ve Küresel Gelişim Sorumlusu'ndan oluşan heyet ile Türkiye ve ABD genel ve makine ihracatına yönelik durum hakkında bilgi alışverişi yapıldı. Toplantılara Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı yetkilileri, Makine Tanıtım Grubu Yönetim Kurulu Başkan

ve üyeleri ile Amerika Büyükelçiliği'nden ilgili sorumlular katıldı.

ASME Heyeti ile yapılan görüşmelerde özellikle ABD'ye ihracat yapılırken standartlar konusunda çekilen sıkıntılar dile getirildi. Bu konuda işbirliği içinde olunması gerekliliğine değinildiği söz konusu toplantıların önümüzdeki yıllar içerisinde Türkiye ve ABD arasındaki ticari ilişkilere olumlu etki göstermesi bekleniyor.

ASME HAKKINDA

ABD'de dönemin önde gelen sanayicileri tarafından 1880 yılında kuruldu. 1909 yılından itibaren araştırma faaliyetlerine başladı. 12 farklı bölge ve 200 yerel bölüm ile ABD'de hizmet veriyor. ASME, Kanada ve Meksika'da faaliyet gös-

teriyor ve yaklaşık 120 bin üyesi bulunuyor. Merkezi New York'ta bulunan ASME, dünya çapında mühendislik odaklı olarak teknik, eğitim ve geliştirme alanlarında faaliyet gösteriyor. Kar amacı gütmeyen bir organizasyon olan ASME, her yıl çok sayıda teknik konferans, mesleki yetiştirme kursları düzenliyor. Sanayi ve imalat için önemli sayıda ve özelliklerde standartlar hazırlıyor.

Özellikle mühendislik alanlarındaki araştırma-geliştirme, teknik yayıncılık-eğitim, belgelendirme, akreditasyon ve standardizasyon faaliyetleri ile alanını geliştiriyor. ASME Heyeti öğrencilerden ve mesleğe yeni başlamış mühendislerden genel müdürlere, araştırmacılara ve akademisyenlere kadar çeşitli bir kadroya sahip.

TÜRKİYE-MISIR İŞ FORUMU DÜZENLENDİ

BAŞBAKAN RECEP TAYYİP ERDOĞAN'IN BERABERİNDE RESMİ VE ÖZEL SEKTÖR TEMSİLCİLERİNDEN OLUŞAN BİR HEYET, 12-14 EYLÜL 2011 TARİHLERİ ARASINDA MISIR'IN KAHİRE ŞEHRİNE ZİYARET GERÇEKLEŞTİRDİ.



Ekonomi Bakanlığı ve Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) koordinasyonunda gerçekleşen ziyaret; OAİB Genel Sekreterlik organizasyonunda yapıldı. Mısır'ın Kahire şehrinde Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan'ın da katılımıyla Mısır Ticaret ve Müteahhitlik Heyeti Programı düzenlendi. Bu kapsamda Türk ve Mısırlı işadamları arasında ticaret, yatırım, müteahhitlik ve müşavirlik konularının görüşüldüğü ikili iş görüşmeleri gerçekleştirilerek ilgili ülkenin iş çevrelerinin de katılımıyla Türk yurtdışı müteahhitlik, yatırım ve ihracat potansiyelinin tanıtımının yapıldığı ve iki ülke arası işbirliği olanaklarının değerlendirildiği "Türkiye-Mısır İş Forumu" düzenlendi.



EMO'DA MTG RÜZGARI

MAKİNE TANITIM GRUBU, EMO FUARI SÜRESİNCE HAVALANI VE ŞEHİR MERKEZİNDEKİ ÖNEMLİ NOKTALARA TÜRK MAKİNE SEKTÖRÜNÜ TANITICI İLANLAR VERDİ.



EMO'YA KATILAN TÜRK MAKİNECİLERİ

Açımak, Akko, Akyapak, Aydosa, Ayel, Baykal, Beka-Mak, Bend-Mak, Coşkunöz, Dirinler, Durmazlar, Ermaksan, Eroğlu, Gökhan Metal, Gürkan, Has Çelik, Hidroliksan, Hüsrar, İğrek, İleri, İmaş, Karakoç, Karmetal, Miksan, Mirmak, MVD İnan, Repkon, Şahinler, Temelsan, Toolex, Uzay, Yamaş, Yazıcı, Zere, Sarıgöl.

İki yılda bir düzenlenen ve takım tezgahları sektörünün en gelişmiş fuarlarından biri olarak kabul edilen "EMO Takım Tezgahları Fuarı", bu sene 19-24 Eylül tarihleri arasında Almanya'nın Hannover şehrinde "Takım Tezgahları ve Fazlası" başlığı ile gerçekleştirildi. Avrupa Takım Tezgahları Komitesi (CECIMO) önderliğinde düzenlenen EMO Fuarı'na yaklaşık 41 ülkeden, 2 bin 37 firma katıldı. Özellikle, Almanya, İtalya ve İsviçre'den katılımın yüksek olduğu fuar da, Türk makine sektöründen de 37 firma makinelerini sergiledi.

EMO'DA MTG İMZASI

MTG tarafından, tanıtım kampanyaları çerçevesinde, havaalanına ve şehir merke-

zine Türk makine sektörünün etkin olarak tanıtıldığı ilanlar verildi. Fuar alanında da çeşitli ülkelerden katılan yaklaşık 700 basın mensubuna Türk makine sektörünü tanıtan broşürler ve promosyon malzemeleri dağıtıldı.

Fuara, Makine ve Aksamları İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu'nu temsilen Sevda Kayhan Yılmaz katıldı.

EMO'NUN ÖNEMİ

1975 yılından beri düzenlenmekte olan EMO Fuarı, metallerin işlenmesinde kullanılan takım tezgahlarının, takım ve parça tutucularının, takım tezgahları için parça, aksesuar ve komponentlerin, imalat ve proses otomasyon sistemlerinin, ölçüm ve kalite kontrol ekipman-

larının, servis işlerinde kullanılan takım ve aparatlar gibi makinelerin, en yeni teknolojileri ile sergilendiği fuar olma özelliğini taşıyor.

EMO Fuarı'nın Avrupa'da düzenlenen fuarlar içerisinde en fazla uluslararası katılımın olduğu fuar olduğu biliniyor ve bu fuar da, takım tezgahları alanında en yeni teknolojiler sunuluyor. Global ekonomik krizin etkisinin azaldığının görüldüğü 2011 EMO Fuarı'na, uluslararası firmalardan satın almacılar, yönetici ve üreticilerin büyük ilgi gösterdiği de görüldü.

Ziyaretçi olarak da 100 ülkeden sektörle ilgilenenlerin katıldığı EMO Fuarı, tek yıllarda Almanya'nın Hannover ve İtalya'nın Milano kentlerinde dönüşümlü olarak düzenleniyor. Bir sonraki fuar, 16-21 Eylül 2013 tarihlerinde yine Hannover'de gerçekleştirilecek.





ITMA FUARI'NA TÜRKİYE VE MTG DAMGASINI VURDU







BARCELONA'DA GERÇEKLEŞTİRİLEN VE DÜNYANIN EN BÜYÜK TEKSTİL MAKİNELERİ FUARI OLMA ÖZELLİĞİNE SAHİP ITMA 2011'E 102 TÜRK FİRMA KATILIRKEN 10 BİNİN ÜZERİNDE TÜRK ZİYARETÇİ FUARA BÜYÜK BİR HAREKETLİLİK KATTI. MTG'NİN BARCELONA HAVAALANI'NDAN BAŞLAYARAK FUAR ALANI ÖNÜNDEKİ DEV AFİŞE KADAR SÜREN REKLAMLARI TÜRK MAKİNELERİNİN 'BAŞARININ ANAHTARI' OLDUĞU VURGUSUNU YAPTI.





Her dört yılda bir düzenlenen tekstil makineleri ve aksesuarları alanındaki en büyük fuar olma özelliğini taşıyan ITMA, 22-29 Eylül tarihleri arasında Barcelona'da düzenlendi. Türkiye 102 katılımcı firma ile fuara en fazla katılım gerçekleştiren dördüncü ülke oldu. 10 binin üzerindeki Türk ziyaretçi de fuarda büyük bir hareketlilik yarattı. Türkiye tekstil ve tekstil makineleri sektörünün ITMA'ya bu yoğun ilgisinin yanı sıra MTG'nin Barcelona Havaalanı'ndaki reklam çalışmaları ile info standı ve fuar ana giriş kapısının hemen karşısında yer alan dev afişi, Türk makine sektörünün 'başarının anahtarı' olduğu vurgusunu yaptı.

MTG'NİN ITMA TEMASLARI

ITMA Fuarı'na Makine ve Aksamları İhracatçıları Birliği ve MTG adına Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Kutlu Karavelioğlu katıldı. Türk katılımcıları ve İTO standını ziyaret ederek MTG'nin çalışmaları hakkında bilgi veren ve görüş alışverişinde bulunan Kutlu Karavelioğlu, Barcelona Büyükelçisi ve Ticaret Müşaviri ile de İTO standında bir araya geldi.

MTG İLANLARI HER YERDEYDİ

Barcelona ITMA Fuarı'nda MTG ilanları fuar süresince büyük ilgi çekti. Fuar için kente gelen ziyaretçi ve katılımcıların çıkış yaptığı dış hatlar holününün bagaj alım bölümünde MTG ilanlarının yanı sıra info standı bulunuyordu. Ayrıca fuar ana giriş kapısının hemen karşısında yer alan binanın ön cephesi de dev bir MTG afişi ile giydirildi. "Turkey to success" yazısı ve renkli görsellerle desteklenen afiş Türk makinesinin 'başarının anahtarı' olduğu vurgusunu yaptı.

"ITMA FUARI TÜRKİYE'DE YAPILMALI"

1951 yılından bu yana her dört yılda bir yapılan ve 60.yılıni dolduran ITMA Fuarı 2015 yılında İtalya Milano'da yapılacak. Ancak fuara katılan Türk firmaları, İTO yetkilileri ve TEMSAD Başkanı Adil Nalbant ITMA Fuarı'nın ilerleyen yıllarda mutlaka Türkiye'de yapılması gerektiğinin altını çizdiler. Bunun nedeni ise tekstil ve tekstil makineleri sektörünün İspanya ve diğer Avrupa ülkelerinde çok küçülmesi ve doğuya kayması olarak açıklandı. MTG ve Makine ve Aksamları İhracatçıları Birliği Başkan Yardımcısı Kutlu Karavelioğlu da ITMA Fuarı'nın Türkiye'de yapılması yönündeki çalışmaları destekleyeceklerini açıkladı. 200 bin metrekare fuar alanında ve 44

ITMA FUARI'NA KATILAN TÜRK FİRMALARI

Agteks, Aldemir, Ardim, Asil, Assos Mekatronik, Balkan, Beneks, Boyut Endüstri, Canlar, Clips, Çelikhan, Dalgakıran, Değirmen, Demsan, Dilmenler, Doğuş, Dokaksam, Ekoteks, Elteksmak, Enhas, Enmos, Entema, Eurotex, Fiberflon, Görteks, Gürelmak, Güven çelik, Hale, HAS Group TTM, Huzur, İpekcioglu, Kavurlar, KMS Kuba, Koldaş, LST Laser, Marlateks, Memnun, Mersan, Milhan, MKS Devo, Murateks, Nit Örne, Pentakim, Polteks, Promar, Proteks, Sanal Plastik, Sayteks, Sensal, Super Heat-Set, Temak, Temsan, Tüm Kalıp, Ulusoy, VAV.

ülkeden 1.300'den fazla katılımcı ile gerçekleştirilen fuarın Türkiye'de yapılmasının sağlayacağı avantajlar arasında ise doğu ülkelerinin Türkiye'ye daha yakın olması, vize sorununun yaşanmadığı bir ülke olması, tekstil ve tekstil makineleri sektörlerinin hızla gelişmekte olduğu bir ülke olması olarak sıralandı. Türk makinecilerin rekor katılımcı ve ziyaretçi sayısına ulaştığı fuar boyunca; İTO'nun çalışmaları ve MTG'nin ilanlarının da etkisiyle Barcelona ITMA Fuarı'na Türk makinecileri damgasını vurdu. Fuarın ilerleyen yıllarda Türkiye'de olmaması durumunda dahi Türk firmalarının çıkarmasına uğrayacağı konusunda tüm kesimler hemfikir oldu.



ITMA Fuarı için özel olarak hazırlanan Moment Expo Dergisi ile Türkiye tekstil makineleri sektörü hakkında yabancı konuklara geniş kapsamlı yazılı bir kaynak sunuldu.



Fuar alanında Türk firmalarının bulunduğu holleri ve yerleri gösteren rehber kitapçığın dağıtımı yapıldı.



ITMA FUARI'NA TÜRKİYE'DEN REKOR KATILIM

Barselona ITMA Fuarı'na Türk firmaları ve ziyaretçileri akın etti. Türkiye 102 katılımcı firma ile fuarda katılımcı sayısı en yüksek dördüncü ülke olurken 10 binin üzerinde ziyaretçisi ile birinci sırada yer aldı. Türk tekstil makine üreticilerinin Barselona ITMA Fuarı'na yönelik bu yüksek ilgisinin sebeplerini ve MTG'nin ITMA'daki tanıtım kampanyasına ilişkin görüşlerini sorduk.



“MTG, ITMA’DA TÜRKİYE RÜZGARINI ESTİRDİ”



ADİL NALBANT
TEMSAD
YÖNETİM KURULU BAŞKANI

1951 yılından beri düzenlenen dünyanın en büyük tekstil makineleri fuarı ITMA bu sene 60. yılını kutladı. Türkiye tekstil makineleri sektörünün 60.yılında bu fuarda 102 firma ile yer aldığını görmek bizlere büyük gurur verdi. Geçtiğimiz fuarlara nazaran firma sayısındaki bu ciddi artışın nedenleri arasında Türkiye’deki tekstil makineleri yatırımlarının artması gösterilebilir. Ayrıca tekstil ve tekstil makineleri üretiminin Avrupa ülkelerinden doğuya kayması da bu gelişimi tetiklemiştir. Aslında üretim doğuda iken fuarı batıda yapılmaktadır. Bu nedenle TEMSAD olarak bu fuarın dünyanın en güzel metropollerinden biri olan İstanbul’da düzenlenmesi gerektiğine inanıyor ve bu konuda çalışmalar yürütüyoruz. ITMA’nın ülkemizde yapılması büyük faydalar sağlayacaktır. Çünkü yatırımcılar bu fuarı görmeden yatırımlarını yapmıyorlar. ITMA hangi ülkede yapılıyor ise tekstil ve tekstil makineleri sektörünün kalbi o ülkede atıyor. Bu nedenle ITMA Fuarı’nı ülkemize getirmek için elimizden geleni yapmalıyız. Ayrıca gelişmekte olan ülkelere karşı Avrupa’nın uyguladığı sıkı vize denetimleri de ziyaretçi sayısında

düşüşe neden oluyor. Oysaki bu fuar Türkiye’de olsa böyle bir sıkıntı yaşanmayacak ve daha hareketli bir fuar organizasyonu gerçekleştirilebilecektir.

“Havaalanı ve fuar çevresindeki ilanların çok başarılı olduğunu düşünüyorum. Türkiye bu fuarda ziyaretçi olarak birinci sırada katılımcı firma sayısı olarak ise dördüncü sırada iken bir de fuarın her yanında MTG ilanlarının olması ITMA’da Türkiye rüzgarının esmesini sağladı.”

“MTG’YE SONSUZ TEBRİKLERİMİ SUNARIM”



MEHMET AĞRIKLI
AĞTEKS
YÖNETİM KURULU BAŞKANI

ITMA Fuarı’na ilk kez 1999 yılında katıldık. O zamanlar sadece 4 firmadan biriydik. Bugün ise 102 Türk firması ve rekor Türk ziyaretçi ile ITMA Fuarı’nı fethetmiş durumdayız. Bu gelişim Türk tekstil makineleri sektörünün kısa zamanda kat ettiği yolu gözler önüne seriyor. Ancak tüm bu kalabalığımıza karşın fuar organizatörleri Türk katılımcılara kötü yerler vermede devam ediyor. Bu nedenle sektörün sivil örgütlenmesini güçlendirerek buralardaki etkimizi artırmalıyız. Ayrıca bu fuarın Türkiye’de yapılması içinde çalışmalarımızı hızlandırmalıyız. İspanya’da ne tekstil üretimi ne de tekstil makinesi üretimi yapılıyor. Türkiye ise tekstil ve makineleri üretiminde bir merkez konumunda.

TEMSAD’ın ve diğer kurumların çalışmaları ile ilerleyen yıllarda bu fuarı ülkemize taşıyacağımıza inanıyorum.

“MTG’nin ITMA Fuarı için yaptığı tanıtım kampanyasındaki “Turkey to Success” sloganını çok başarılı buldum. Türkiye ismini yabancı ülkelere görmek bizleri gururlandırıyor. Ancak ilanın Türk tekstil makineleri sektörünü temsil etmesi gerekirdi. Sadece kumaş görseli konmasının doğru olmadığı fikrindeyim. Yine de Türk makinelerini bu denli etkin bir şekilde tanıtan MTG’ye sonsuz tebriklerimi sunuyorum.”



“MTG’NİN DEV AFİŞLERİ OLUMLU GELİŞMELER SAĞLADI”



BULUŞ ÖZTÜRK
DALGAKIRAN KOMPRESÖR
BÖLGE SATIŞ MÜDÜRÜ

Tekstil makineleri sektöründen çalışan müşterilerimiz için kompresör üretimi gerçekleştiriyoruz. Özellikle boyama ve dokuma makinesi üreticilerinden ciddi ölçüde talep aldık. Fuarın hareketli olması ve dünyanın her yanından tekstil makinesi üreticilerinin burada yer alması ITMA’yı bir çekim merkezi haline getiriyor. Biz de kompresörlerimizin tanıtımını gerçekleştirdik. Oldukça verimli bir fuar yaşadık.

“Havaalanı içindeki ilanlar ve fuar ana girişinin hemen karşısında yer alan dev MTG afişinin Türk makine sektörünün tanıtımı açısından çok olumlu ve yerinde olduğunu düşünüyorum.”

“MTG SAYESİNDE GELİŞMİŞ ÜLKELERİ YAKALAYABİLİRİZ”



MÜMİN AYAN
CANLAR MAKİNA
GENEL MÜDÜRÜ

İngiltere, Almanya ve son olarak ise İspanya Barcelona’daki ITMA Fuarı’na katılım gerçekleştirdik. ITMA tekstil makineleri sektörü için en önemli fuardır diyebiliriz. Bizim gibi bir firmanın bu platformda yer alması gerekliliği aşikardır. Güney Amerika ülkeleri, Kuzey Afrika ülkeleri, Türkmenistan ve Özbekistan’dan gelen konuklarımızla iş bağlantılarımızı geliştirme fırsatı bulduk. Her anlamıyla tatmin edici bir fuar geçirdik.

“MTG’nin Türk makinesinin tanıtma yönelik kampanyalarının gelişmiş ülkeler seviyesini yakalama gayreti içerisinde olan ülkemiz için çok faydalı ve gerekli olduğunu düşünüyorum. ITMA Fuarı’ndaki tanıtım kampanyasını da bu amaca yönelik adnamlardan biri olduğu için destekliyorum.”

“MTG’NİN İLANLARI GÖĞSÜMÜZÜ KABARTTI”



SERVET SIRATAŞ
DILMENLER MAKİNA
PAZARLAMA MÜDÜRÜ

Tekstil makineleri sektöründeki yeni teknolojileri takip etmek ve ürünlerimizi tanıtmak için ITMA Fuarı’na altıncı kez katılıyoruz. Burası bizim sektörümüz açısından global bir buluşma noktası. Türk firmalarının sayısındaki artış ise tekstil makineleri sektörümüzün geldiği aşamayı gözler önüne seriyor. Fuarın her yanında Türk katılımcıları ve ziyaretçilerine rastlıyoruz. İlerleyen yıllarda ITMA Fuarı’na katılan firmalarımızın daha da artacağına eminim.

“MTG’nin ilanlarını fuar girişinde gördük ve çok beğendik. Reklamların önünden geçerken gururlanıyoruz. Çok başarılı çalışmalar. MTG’yi tebrik ediyorum.”



“MTG’NİN FİRMAMIZA KATKISI ÇOK BÜYÜK”



LATİF NALBANT
EKOTEKS
GENEL MÜDÜRÜ

ITMA Fuarı'na dördüncü kez katılıyoruz. 1999 yılında Paris'te yapılan ITMA Fuarı'nda sadece iki Türk firması vardı. Bugün ise 102 Türk firmasının bu fuarda olduğunu görmek tekstil makineleri sektörümüzün ışık hızı ile büyüme gösterdiğini kanıtıyor. Tekstil makineleri sektörü ülkemizde bu denli hızla gelişirken İspanya'da hızla geriliyor. Bu nedenle bu tarz fuarların ülkemizde yapılması şart. Ancak ITMA ülkemizde yapılmasa bile her dört yılda bir bu fuarı Türk firmaları ile doldurmalıyız.

“Fuar alanın karşısında yer alan dev afiş herkesin ilgisini çekti. Stantlarımızda Türk bayrağını görenler yanımıza gelip tanıtımımızın çok başarılı olduğunu söylüyorlar. Bu açıdan MTG'nin firmamıza ve sektöre katkısı çok büyük.”

“MTG, FUARDAKİ PRESTİJİMİZİ ARTIRDI”



İHSAN MOKANOĞLU
HAS GROUP
SATIŞ VE PAZARLAMA MÜDÜRÜ

HAS Group olarak TTM markamız ile 1999 yılından bu yana ITMA fuarlarına katılıyoruz. Tekstil makinesi üreten bir firma olarak bu fuarda yer almak bizim açımızdan bir zorunluluk. Yeni ürünlerimizi sergilemek ve rakiplerimizin teknolojilerinin ne boyuta ulaştığını görmek için her dört yılda bir düzenlenen ITMA'lara katılmaya devam edeceğiz. Yeni ürünlerimizden yedi adedini bu fuarda sergileme şansı bulduk. 230 metrekaresi makinelerimizle dolu olan standımıza ilgi çok yoğundu.

“Barselona Havaalanı'ndan başlayarak fuar alanın giriş kapısının hemen karşısına denk gelen dev afişe kadar MTG'nin yapmış olduğu reklam çalışmaları bizi hem gururlandırdı hem de fuardaki prestijimizi ciddi ölçüde artırdı.”

“MTG’NİN ÇALIŞMALARI MAKİNE SEKTÖRÜ İÇİN BİR MİLAT”



HARUN KADAYIÇI
GÜVEN ÇELİK
YÖNETİM KURULU ÜYESİ

Geçtiğimiz ITMA Fuarı'nda global krizin etkilerini gözlemlemiştim. Ancak bu fuarda krizin gölgesini hissetmedik. Fuar alanı daha hareketli. Katılımcılar yeni ürünlerini daha fazla getirmişler. Güney Amerika ve Asya pazarından birçok ziyaretçi ürünlerimize ilgi gösterdi. Bizim açımızdan çok verimli bir fuar olduğunu söyleyebilirim. Fakat vize konusunda Avrupa ile yaşanan sorunların aşılması durumunda bu fuarın çok daha verimli bir hale geleceğini düşünüyorum.

“Bu tarz fuarlarda Türkiye makine sektörünü tanıtıcı ilanların olması ve firmalarımızın kalitesinin vurgulanması çok önemli. Bu nedenle MTG'nin çalışmalarının makine sektörü açısından bir milat olduğunu ve çok başarılı olduğunu düşünüyorum.”



“MTG, YÜKSELEN TÜRKİYE’NİN STRATEJİK DEĞERLERİNDENDİR”



EMRAH POSLU
ELTEKSMAK
İHRACAT MÜDÜRÜ

ITMA Fuarı’ndan beklentilerimizin üzerinde bir verim aldık. Gelen talepler çok olumlu. İhracat odaklı bir firma olarak Mısır, İran, Vietnam, Özbekistan, Rusya ve Kolombiya’da sipariş almak umutlarımızı daha da artırdı. Zaten tekstil sektörüne paralel olarak tekstil makineleri üretimi de Avrupa ülkelerinden doğuya doğru kayıyor. Türkiye de bu yönelimden payını almakta ve tekstil makinecilerinin ITMA’ya katılımında ciddi bir artış olmakta. 2015 yılında İtalya’da gerçekleştirilecek olan ITMA’da Türk katılımcı ve ziyaretçi sayısının daha da artacağı kesin.

“MTG’nin yapmış olduğu tanıtım kampanyaları sayesinde başka ülkelerin gözünde çok daha prestijli bir konumdayız. Bu çalışmaların artarak devam etmesi gerekiyor. MTG yükselen Türkiye’nin en stratejik değerlerinden biri olmuştur.”

“MTG, SEKTÖR OYUNCULARINA DEĞER KAZANDIRIYOR”



MURAT DİLMEN
ASSOS MEKATRONİK
YÖNETİM KURULU BAŞKANI

Avrupa’da tekstil makinesi üreten firmaların küçülmesi ve Türkiye’deki firmaların kalitesinin artması ITMA Fuarı’na katılan Türk firmalarının ciddi oranda artmasını beraberinde getirdi. Geçtiğimiz fuarlarda bir elin parmaklarını geçmeyen firma sayımızın bu fuarda 100’lerle ifade edildiğini görüyoruz. Artık Türk tekstil makinelerinin kalitesi tüm dünyaca anlaşılabilir durumda. Fuar boyunca her gün 50’nin üzerinde ziyaretçi ağırladık. Ciddi siparişler aldık. ITMA Fuarı bizim açımızdan çok verimli geçti.

“Türkiye’nin global ölçekte kaliteli makineler ürettiğinin anlaşılması açısından MTG’nin yapmış olduğu reklam kampanyalarının çok değerli olduğu kanaatindeyim. Bu kampanyalar sayesinde Türk makine üreticilerinin prestiji ciddi oranda yükseldi.”

“MTG, KALİTEMİZİ DÜNYAYA DUYURDU”



ABDULLAH DABANIYASTI
ÖRNEK MAKİNE AND MİTAŞ
MAKİNA SUPER HEAT-SET
YÖNETİM KURULU BAŞKANI

Tasarımı bize ait olan ve dünyada sadece üç firmanın üretimini gerçekleştirdiği bir tekstil makinesi imal ediyoruz. Ürünümüzü tanıtmak ve marka değerimizi yükseltmek için ITMA Fuarı’na katıldık. Ancak fuar organizatörlerinin Türk makinecilerini kuytu köşelere attığını gördüm. Bu duruma karşı Makine İhracatçıları Birliği’nin önlem alması gerektiğini düşünüyorum. Katılımcı firma sayısı olarak dördüncü sırada yer aldığımız bir fuarda mutlaka ağırlığımızı koyup ön plana çıkmalıyız.

“MTG’nin tanıtım kampanyaları Türk makinesine yönelik algıyı olumlu yönde değiştirerek ülkemizde kaliteli makinelerin üretildiğini tüm dünyaya duyurdu.”



“MTG, FUARA RENK KATTI”



AHMET SEZER
TÜM KALIP
SATIŞ MÜDÜRÜ

ITMA Fuarı'na üçüncü kez katılıyoruz. Bizim açımızdan çok faydalı bir fuar oldu. Yabancı konuklarımız Türk tekstil makineleri sektörünün kat ettiği yolu gördüler ve bizlerle çalışmak istediklerini belirttiler. Hızla gelişen bir firma olarak ürünlerimizin kalitesini uluslararası bir platformda göstererek büyümemize katkı sağladığımızı düşünüyorum.

“MTG'nin ITMA Fuarı'ndaki ilanları renkli ve oldukça dikkat çekici ancak sadece renkli kumaşların tekstil makineleri sektörünü anlattığını düşünmüyorum. Bu nedenle reklamların daha özel bir şekilde Türk tekstil makinelerini ön plana çıkaran görseller ve yazılarla desteklemesi gerektiği kanaatindeyim.”

“MTG KAMPANYALARI ÇOK FAYDALI”



RECAİ AKINCI
POLTEKS
GENEL MÜDÜR YARDIMCISI

Dünya tekstil makineleri sektöründe yaşanan teknolojik gelişmeleri takip etmek ve yeni ürünlerimizi tanıtmak amacıyla ITMA fuarlarına katılıyoruz. Bu fuarda gördük ki Türk katılımcı sayısında ciddi oranda artış var. İlerleyen yıllarda bu sayı daha da yükselecek ve ITMA'larda Türkiye rüzgarı esmeye devam edecek.

“MTG'nin uluslararası makine fuarlarına yönelik tanıtım kampanyalarının çok faydalı olduğunu düşünüyorum ve destekliyorum.”

“SEKTÖR, MTG ÖNCESİ VE SONRASI DİYE İKİYE AYRILMALI”



HÜSEYİN BİRBEN
BENEKS
YÖNETİM KURULU BAŞKANI

ITMA Fuarı'nda gördüğümüz ilgiden oldukça memnun kaldık. Yeni ürünlerimizi sergileme ve yeni iş ortaklıkları geliştirme fırsatı yakaladık.

“Makine sektörümüzü MTG'den önce ve sonra diye değerlendirmemiz gerekmektedir. MTG Türk makinesinin yurt dışındaki prestijini üst boyutlarda güçlendirmiştir. Yabancı konuklarımızdan aldığımız reaksiyonlar bu yöndedir. Bu nedenle MTG'ye şükranlarımı sunuyorum.”



“MTG, MARKA DEĞERİMİZE DEĞER KATIYOR”



FAHRİ YILMAZ
NİT ÖRME TEKNİK MÜDÜRÜ

Markalaşmaya önem veren bir firma olduğumuzdan dolayı bu fuara katıldık. Fuar bizim açımızdan oldukça hareketli geçti. Çok sayıda yabancı konuk ağırladık ve iş bağlantıları kurduk. Aynı zamanda kataloglarımızın ve ürünlerimizin taklit edildiğini de gördük. Kataloğumuzu en az 50 firmanın kullandığını biliyoruz. Bu bir yandan olumsuz bir gelişme gibi görünse de bir yandan da geldiğimiz noktayı gösteriyor.

“MTG'nin tanıtım kampanyaları Türk makine firmalarının marka değerlerinin yükselmesini sağlıyor. Marka değerimize değer katan MTG'yi kutluyorum.”

“MTG'DEN GÜÇ ALIYORUZ”



ŞAKİR GÜR KAVUR
KAVURLAR MAKİNE
GENEL MÜDÜRÜ

ITMA Fuarı'na bu yıl ilk kez katılıyoruz. Tekstil fabrikaları için ürettiğimiz elyaf balyalama makinelerimizi tanıtmaya fırsatı bulduk. Gördüğümüz ilgiden memnunuz. Özellikle Güney Amerika ülkelerinden ve Hindistan'dan gelen ziyaretçilerden siparişler aldık. Bizim için çok faydalı bir fuar olduğunu söyleyebilirim. Firma olarak daha fazla teknolojiye yatırım yaparak ileriki yıllardaki ITMA fuarlarına yeni ürünlerimizle geleceğiz.

“MTG'nin ilanlarından aldığımız güçle bizlerin de tıkır tıkır çalışması lazım. MTG Türkiye'de kaliteli makineler ürettiğini tüm dünyaya gösterdi. Şimdi sıra bizlerde. Daha fazla çalışarak MTG'nin bu çalışmalarına kaliteli ürünler üreterek destek olmalıyız.”

“MTG SAYESİNDE YURT DIŞINDA TANINIYORUZ”



CEM KESİM
TEMSAN
YÖNETİM KURULU ÜYESİ

Tekstil fabrikaları için klima santalleri ve filtre sistemleri üretiyoruz. Potansiyel müşterilerimize ulaşmak için bu fuara katıldık. Barcelona ITMA Fuarı firmamız için oldukça doyurucu geçti. Yeni kontaklar sağladık ve ürünlerimizi uluslararası bir platformda sergileyerek marka bilinirliğimizi yükselttik.

“MTG'nin Türk makine sektörünü tanıtan ilanlarını her yerde gördük. Makine sektörümüzün yurt dışında bilinirliğinin artması açısından bu tarz reklam çalışmalarının çok önemli olduğunu düşünüyor ve MTG'yi tebrik ediyorum.”

MTG, İSTANBUL ATATÜRK HAVA LİMANI'NDA

MAKİNE TANITIM GRUBU, İSTANBUL ATATÜRK HAVA LİMANI DIŞ HATLAR BÖLÜMÜ'NDE 5 EYLÜL- 10 EKİM 2011 TARİHLERİ ARASINDA TANITIM FAALİYETLERİ KAPSAMINDA YABANCI YOLCULARA TÜRK MAKİNE SEKTÖRÜ HAKKINDA BİLGİ VERMEK İÇİN STANT AÇTI.



Makine Tanıtım Grubu, yurt dışı tanıtım kampanyası çerçevesinde İstanbul Atatürk Hava Limanı Dış Hatlar Bölümü'nde açtığı stantla yabancı yolculara Türk makine sektörü hakkında bilgi verdi. Avrupa'nın önde gelen hava limanları arasında yer alan İstanbul Atatürk Hava Limanı'nda düzenlenen kampanya, 5 Eylül – 10 Ekim 2011 tarihleri arasında devam etti. Yabancı yolcu kapasitesinin yüksek olduğu hava limanındaki info standı ziyaret eden yolculara faaliyetler hakkında bilgi verildi. Ziyaretçilere Türk makine ihracatçılarının yer aldığı katalog ve promosyon malzemesi olarak da bagaj etiketi dağıtıldı. Devlet Hava Meydanları İşletmesi Genel

Müdürlüğü'nün verdiği bilgiler doğrultusunda hizmet verilen uçak ve yolcu trafiklerinde, son yıllarda önemli artışlar meydana geldi. Makine Tanıtım Grubu da, DHMI'nden aldığı bilgiler doğrultusunda uluslararası hava limanlarımızın dış hat uçak ve yolcu trafiklerinde yaşanan artış sebebiyle İstanbul Atatürk Hava Limanı'nda tanıtım faaliyetlerini gerçekleştirdi. Toplam 11,7 milyon metrekarelik alana kurulu olan İstanbul Atatürk Hava Limanı'nda 62 bin metrekarelik iç hatlar terminali, 268 bin metrekarelik dış hatlar terminali bulunuyor. Toplam 330 bin 500 metrekarelik terminalin bulunduğu hava limanını, yılda ortalama 27.5 milyon yolcu ziyaret ediyor.





“2012 YILI ASANSÖR SEKTÖRÜ İÇİN DÖNÜM NOKTASI OLACAK”

AKSÖZ Asansör’ün ve TASIAD’ın Yönetim Kurulu Başkanı Abdurrahman Aksöz, 2012 yılının asansör sektörü için dönüm noktası olacağını söyledi. Aksöz, 1 Ocak 2012 tarihinde yürürlüğe girecek olan A tipi muayene kuruluşlarının kontrolleri neticesinde asansörlerin güvenlik aksamalarının iyileştirilmesi zorunluluğunun sektöre büyük bir hareketlilik kazandıracağını altını çizdi.

Istanbul’da 20 yılı aşkın süredir hizmet veren AKSÖZ Asansör, Karabük ve Adana’da bulunan şubeleriyle de asansör sektöründe faaliyet gösteriyor. Asansörde satın almadan, ürünlerin son kullanıcıya teslimine kadar gelişen süreçte yaşanan sorunlara çözüm üreten firma, özellikle son beş senedir Ar-Ge çalışmalarına ağırlık veriyor.

AKSÖZ Asansör 50’nin üzerinde personeli, ülkemizin belli bölgelerinde hizmet veren şubeleri, yurt genelinde içerik ortaklarıyla yaptığı çalışmalarla adından söz ettiriyor. Firmanın Yönetim Kurulu Başkanı Abdurrahman Aksöz, global dünya normlarındaki kuruluşlar seviyesine gelmek ve aranan bir marka olabilmek için var güçleriyle çalıştıkları vurguluyor.

Abdurrahman Aksöz, AKSÖZ olarak uluslararası standartlar kapsamında gelişen teknolojiyi sürekli takip ettiklerini ifade ediyor. Müşteri memnuniyeti çerçevesinde çalışmaların yürütüldüğü firmada; alanında deneyimli personel yönetim kadrosuyla paylaşıma dayalı bir çalışma göstererek performans sergiliyor. AKSÖZ Asansör Yönetim Kurulu Başkanı Abdurrahman Aksöz, firması hakkında kalite sistemlerinin öngördüğü şekilde hedef, plan, taktik ve stratejilerle hizmet vererek geleceğe emin adımlarla ilerleyen bir firma olduklarını söyledi.





İhracat yapılanmanız hakkında bilgi alabilir miyiz?

AKSÖZ Asansör, 20 yıldır asansör sektöründe müşterilerine hizmet veriyor. Firmamız ihracata dört yıl önce başladı. 2008 yılından bu yana Gürcistan'a asansör ihracatı gerçekleştiriyoruz.

Sizce asansör sektörü ülkemizde yeterince gelişmiş durumda mıdır?

Dünyada kaldıraç sistemiyle işe başlayıp bugünkü formuna ulaşan asansörlerin gelişimi 1700'li yıllara dayanıyor. Türkiye'de ilk asansör ise 1903 yılında İstanbul Pera Palas'ta yapıldı. Görüldüğü gibi ülkemiz, dünya klasmanını 200 yıl geriden takip etti. Kaldı ki bu asansörler de yerli üretim değildi. Türkiye'de asansörler ilk etapta yurt dışından ihraç edildi. Ülkemizde yerli asansör üretimi yaklaşık olarak 1960'lı yıllarda gerçekleşti. Dernekleşme süreci 1980'li yıllarda başladı. Benim de yönetim kurulu başkanı olduğum Tüm Asansör Sanayici ve İş Adamları Derneği (TASİAD) kuruldu. Asansör sektörü özellikle son on yıl içinde büyüme ve gelişme yönünde ivme yakaladı. Komponent üreticilerinin standartlara uygun ve kaliteli ürün üretmeleri, taahhüt firmalarının Avrupa Uyum Yasaları çerçevesinde yönetmelik ve standartlara uygun

asansör monte etmeleri sektörü geliştirdi. Henüz yeterli seviyede olduğumuzu maalesef söyleyemem. Ancak çok kısa bir süre içerisinde uygulamaya konacak olan denetimlerin, sektördeki firmalarımıza kalite katıp fayda getireceği kanaatindeyim.

Asansör sektöründe özellikle güvenlik büyük önem teşkil ediyor. Bu bağlamda AKSÖZ Asansör'ün ne gibi sertifikaları bulunuyor?

Asansörler hemen hepimizin her gün en az iki sefer kullandığı bir araç. Kendimize ait aracımızın nasıl bakımlarını aksatmadan yaptırıyorsak asansörümüzün de aylık periyodik kontrollerini yetkili bir firmaya yaptırmamız gerekir. Yetkili bir firmada olması gereken minimum kriterler şu şekilde: TSE'den alınan Hizmet Yeri Yeterlilik Belgesi, Sanayi Bakanlığı'ndan alınan Satış Sonrası Hizmetleri Belgesi, Sanayi Bakanlığı'ndan alınan Garanti Belgesi, Elektrik ve Makine Mühendisleri Odası'ndan SMM ve BT Belgeleri. Yukarıda belirtmiş olduğum belgeler bir firmanın bakım yapma yetkisinin olduğunu gösterir. Firma tasarım ve montaj da yapıyor ise yukarıdaki belgelere ilaveten, onaylanmış kurumdan alınan Modül H CE Belgesi'ni haiz olması gerekir.

ABDURRAHMAN AKSÖZ KİMDİR?



Çankırı Atkaracalar Ilıpınar köyünde 1966 yılında doğan Abdurrahman Aksöz, ilköğretimi Ilıpınar'da tamamladı. Liseden Karabük'te mezun olan Aksöz, yükseköğretimini ise Yıldız Teknik Üniversitesi Kocaeli Meslek Yüksek Okulu'nda yaptı. 1986 yılında asansör sektörüne giren Abdurrahman Aksöz, 1994 yılına kadar Türkiye'de, 2003 yılına kadar İsviçre'de bir asansör firmasında çalıştı. Sonrasında Türkiye'ye dönerek kardeşi Mithat Aksöz ile birlikte AKSÖZ Asansör firmasını kurarak faal olarak işletmeye başladı. Abdurrahman Aksöz halen aynı firmanın ve Tüm Asansör Sanayici ve İş Adamları Derneği'nin (TASİAD) yönetim kurulu başkanıdır.

"2012 BAKIM FİYATLANDIRMALARI YÜKSELMELİ"

2011 yılı asansör sektöründe bakım fiyatlandırmalarının düşük kurdan listelenildiğine dikkat çeken AKSÖZ Asansör Yönetim Kurulu Başkanı Abdurrahman Aksöz, "piyasada kaliteli ürünlerin yerli üretimlerini gerçekleştiren firmalar zaten düşük kar marjlarıyla çalışıyor. Bu nedenle makine üreticilerinin daha az zarar görmesi açısından 2012 yılında bakım fiyatlandırma listelerindeki rakamların az da olsa yükseltilmesi gerekiyor" dedi.

AKSÖZ Asansör'ün asansör çeşitleri hakkında bilgi verir misiniz?

Asansörler kendi içerisinde çeşitlilik kazanır. AKSÖZ Asansör olarak biz 10 farklı klasmanda asansör üretiyoruz. Bunlar; insan asansörü, hidrolik asansör,



yük asansörü, makine dairesiz asansörler, yemek asansörü, sedye asansörü, araba asansörü, yatay asansör, engelli asansörleri ve yürüyen merdiven.

Asansör bakım fiyatlandırması hakkında düşünceleriniz nelerdir?

Asansör bakım fiyatlarının henüz hak edilen yerde olduğunu düşünmüyorum. Burada tüketici rolündeki yöneticinin bilinçli olması gerekiyor. Her asansörün belirli standartları vardır. Bu nedenle belli bir süre sonra kullanım kaynaklı belirli kontrollerden geçmesi gerekir. Yönetici herhangi bir tehlike karşısında kalmadan önlemini almalı, belirli periyotlarda asansörlerin bakımını güvendikleri asansör firmalarına yaptırmalıdır.

Asansör sektöründe yerli üretim yapan bir firma olarak, 2011 yılı için bakım fiyatlandırmalarının yöneticileri zorlamadığını düşünüyorum. Sektörde uygulanan 2011 yılı bakım fiyatlandırmaları her ne kadar düşük rakamlarda seyretse de, tüketici açısından fırsat niteliği taşıyor. 2012 yılında bu fiyatlandırma listelerindeki rakamların bir miktar daha yukarı çekilmesi gerekir. Sektörde düşük kar marjlarında üretim yapan firmalar olduğundan dolayı, bakım fiyatlandırmalarındaki düşüklük, firmalara zorluk yaratıyor.

Ülkemizde asansör sektöründe faaliyet gösteren ortalama kaç tane firma bulunuyor?

Sanayi Bakanlığı verilerine göre, asansör aksam üretici, montaj ve servis firmalarının toplam sayısının yapılan son araştırmada 1.300 dolaylarında olduğu açıklandı. Ancak piyasada faaliyet gösteren yaklaşık 3.500 firmanın olduğundan söz ediliyor.

7/24 SATIŞ SONRASI DESTEK SAĞLIYOR

Müşterilerden gelen özel siparişlerin üretimini de gerçekleştirdiklerini ifade eden Abdurrahman Aksöz; "Satış sonrası hiz-



met özellikle asansör sektöründe önem teşkil ediyor. Belirli periyotlarda bakıma ihtiyacı olan bu makineler hayatımızın her alanında kullanıldığından dolayı AKSÖZ Asansör olarak 7/24 satış sonrası hizmet sağlıyoruz" dedi.

Müşterilerinize satış sonrasında ne yönde destek sağlıyorsunuz?

AKSÖZ Asansör olarak satış sonrası hizmetin önemini tüm çalışan personelimize anlatıyoruz. Personelimiz, müşteri memnuniyetinin ne derece önemli olduğunun farkında. Kurmuş olduğumuz araç filomuz ve teknik servis ekibimizle satış sonrası hizmeti 7/24 sisteminde gerçekleştiriyoruz. Ayrıca verilen hizmetin kalitesini kontrol için bir ekibimiz, müşterilerimizle bire bir görüşüp şikayet ve

önerilerini dinliyor. Kontrol amacıyla üretilen ve montajlanan asansörlerin ayrıntılı resimlerini çekerek bilgisayar ortamında saklıyoruz. Yapılan haftalık toplantılarda olası sorunlar masaya yatırılıyor. Sonrasında bakım sorumlusu ilgili müşteriyi arayıp, müşteri memnuniyeti sağlanıyor.

Asansör üretiminiz nasıl gerçekleşiyor?

Asansör üretimi belirli aşamalar itibarıyla neticelendirilir. Projelendirme safhasıyla başlar. Üretilen asansör montajlanarak kullanıma hazır hale gelir.

Projelendirme: Projelendirilmesi ya da revize edilmesi gereken asansörler uzman ekibimiz ve mühendislerimiz tarafından alanda inceleniyor. Proje alanının çizimleri mühendislerimiz ve teknikerlerimiz tarafından hazırlanıyor. Hazırlanan

- 1 ASANSÖR KUYUSUNUN HAZIRLIK AŞAMASI
- 2 ÇELİK KONSTRİKSİYON YAPIM AŞAMASI
- 3 İMALAT AŞAMASI
- 4 KUYU KONSTRİKSİYON VE RAY MONTAJI
- 5 ASANSÖRÜN BİNA İÇİNDEN GÖRÜNTÜSÜ



1



2



AKSÖZ Asansör olarak 1 Ocak 2012’de yürürlüğe girecek olan A tipi muayene kuruluşlarının kontrollerine şimdiden hazırız.

çizim ve dokümanlar kısa bir zamanda gerekli departmanlara ulaştırılıyor. Projelendirme işlemleri müşteri isteği ve danışmanlarımız doğrultusunda hazırlanarak mühendislerimize onaya gönderiliyor. Belirlenen model ve özellikteki asansör, fiyatlandırmak için pazarlama departmanımıza iletiliyor. Müşteri ile sağlanmış olan mutabakat sonrası mühendislerimiz çizimleri teknikere devreder ve projelendirme işlemi sonuçlanmış olur.

Üretim: Firmamız imalatını gerçekleştirdiği ürünlerin yanı sıra kendi müşterilerine ve birçok asansör kuruluşuna yardımcı ekipman üretiyor. AKSÖZ Asansör imalatını gerçekleştirdiği ürünlerin tamamını kendi imkanlarıyla kendi atölyesinde gerçekleştirir. AKSÖZ Asansör olarak pano imalatı ve revizyon kutusu imalatı da gerçekleştiriyoruz. AKSÖZ Asansör’ün imal ettiği panolar ve revizyon kutuları sektörün önde gelen

kuruluşları tarafından kullanılıyor.

Montaj: Satış gerçekleştirilen ürünler belirlenen alanda montajlanır. Montaj işlemlerini uzman bir ekip ve mühendislerden oluşan kadromuz gerçekleştiriyor. Oluşabilecek tüm problemleri önceden hesaplayan personelimiz, sorunsuz bir asansör kullanımı için yapılması gereken tüm işlemleri eksiksiz olarak yerine getiriyor. Böylelikle asansör kullanıma hazır hale gelir. Montajını gerçekleştirdiğimiz asansörlere belli bir süre garanti kapsamında servis hizmeti veriyoruz.

Özel çözümler: Müşterilerin belirlediği

ölçüler için en ideal asansör uygulamalarının düzenlenmesini bu sistemin sorunsuz ve teknik şartlara uygun halde yerine getirilmesini sağlıyoruz.

Bakım: Asansörler, kullanım amacı gereği tüm gün çalışan makinelerdir. Bu yüzden doğru projelendirilmemiş, montajında eksiklikler bulunan ya da revize edilmesi gereken asansörler kısa süreli aralıklarla arıza verir. Asansörlerde sık sık problem yaşamamak için gerekli işlemleri yapıyoruz.

Revizyon: Binalardaki kurum ve kuruluşlardaki asansörler görevi gereği 7 gün 24 saat hizmet verdikleri için zamanla teknik ömürlerini tamamlar. Bu sebepten dolayı asansörler için gerekli olan modernizasyonu yapıyoruz.

AKSÖZ Asansör’ün 2012 yılı hedef ve projeleri nelerdir?

2012 yılı; asansör sektörü için dönüm noktası olacak. Bizler AKSÖZ Asansör olarak 1 Ocak 2012 tarihinde yürürlüğe girecek olan A tipi muayene kuruluşlarının kontrolleri neticesinde asansörlerin güvenlik aksamalarının iyileştirilmesi ile ilgili hazırlıklarımızı tamamladık. Mevcut asansörlerin modernize edilmelerine yönelik çalışmalara hazırız. Ayrıca yüksek binalarda hızlı asansörleri monte etmek ve satış sonrası desteklerinin verilmesi yönünde de altyapımızı güçlendiriyoruz.



3



4



5



DÜNYA DEVLERİ İÇİN ÜRETİYOR

İzmir’de 1915 yılında küçük bir ticarethane olarak faaliyete başlayan Şenocak firması günümüzde Klimasan markasıyla 70’in üzerinde ülkeye soğutma makineleri ihracatı yapıyor. Firmanın müşterileri arasında dünya devi içecek markaları yer alıyor.

Küçük bir ticarethanede “Şenocak” ismi ile 1915 yılında kurulan Klimasan, 1931 yılında ilk buzdolabı ithalatını gerçekleştirdi. 1955 yılında ise “Şenocak” ticari buzdolabı markası oldu. 1969 yılında yeniden yapılanarak “Klimasan Klima San. ve Tic. A.Ş.” adını alan firma, ticari tip soğutucu ve dondurucu dolap üretimine başladı. Şenocak ailesi iç pazarda “Şeno-

cak”, uluslararası pazarda ise “Klimasan” markasıyla müşterilerine hizmet vermeye devam ediyor.

Manisa Organize Sanayi Bölgesi’nde 87 bin 560 metrekarelik alanda faaliyet gösteren Klimasan, 2012 yılında tamamlanması planlanan yeni binasıyla üretim alanı ve kapalı ambarını genişletecek. Yeni otomasyon sistemine sahip olan Manisa Organize Sanayi Bölgesi’ndeki

fabrikanın üretim kapasitesi ise yıllık 450 bin adet olacak.

Satışını gerçekleştirdiğiniz ürün çeşitleri ve özellikleri nelerdir?

Şişe soğutucular, dondurma ve dondurulmuş gıda muhafaza dolapları, derin dondurucular ve şarap soğutucular olmak üzere ürünlerimiz dört kategori altında üretiliyor. Tek/çift kaplı içecek soğutu-



Belgelendirilmiş yüksek kalite standartlarına sahip ürünlerimizi dünyanın 70 ülkesine ihraç ediyoruz.

cular, yatay soğutucular, mini soğutucular, hava perdeli soğutucular, kasa önü soğutucular gibi çok sayıda soğutucu modellerimizin yanı sıra çeşitli dondurma ve dondurulmuş gıda muhafaza dolapları ve derin dondurucu modellerimiz ile mini cam/blok kapılı dikey şarap dolapları modellerimiz mevcut. Dünya trendlerini yakından takip ederek, deneyimli Ar-Ge ekibimiz tarafından teknik ve dizayn çalışmalarla modeller tasarlıyoruz. Klimasan olarak son dönemde Ar-Ge çalışmalarına yoğunluk verdik. Müşterilerimizin ürünlerini sağlıklı bir biçimde koruyarak en uygun "kalite ve fiyat" dengesinde sunmayı amaçladık. Bir gelecek haline gelen kalite anlayışımızdan ödün vermeden hizmet vermeye çalışıyoruz.

87 BİN 560 METREKARELİK ÜRETİM SAHASI

Manisa Organize Sanayi Bölgesi içerisinde yer alan fabrikalarına ek bina yaparak toplam kapalı alanını 43 bin 600 metrekareden 54 bin metrekareye çıkaran Klimasan, 87 bin 560 metrekarelik alan içine kurulu olan yeni fabrikalarında üretim gerçekleştiriyor. Klimasan, iç ve dış pazardaki talebe paralel olarak az enerji tüketen, daha fazla geri dönüşümlü

malzemeler kullanıyor. Çevre dostu ürünler üretmek için çalışmalarına devam eden firmanın İhracat Müdürü Çağdaş Kesercioğlu, 2012 yılında da sektöre yeni ürünler sunmaya devam edeceklerini belirtti.

Klimasan'ın üretimi hakkında bilgi verirsiniz?

Klimasan olarak 2008 yılında İzmir Organize Sanayi Bölgesi'nden, Manisa Organize Sanayi Bölgesi'ndeki 87 bin 560 metrekarelik alan içine kurulu olan yeni fabrikamıza taşındık. 2012 yılında tamamlanması planlanan yatırımımızla üretim alanımızı ve kapalı ambarımızı genişleterek, toplam kapalı alanımızı 43 bin 600 metrekareden 54 bin metrekareye çıkaracağız. Yeni otomasyon sistemine sahip olan bu yeni fabrikanın üretim kapasitesi yıllık 450 bin adet ürün olacak. Üretim alanlarımızın genişletilmesi ile üretim kapasitemizi daha da artırmayı hedefliyoruz. Toplam çalışan sayımız yüksek sezonda 1.300'e ulaşıyor. Ar-Ge yatırımları ve çalışanların emeğiyle üretimimizi uluslararası standartlarda yapıyoruz. Fabrikamızda tüm dünya için belgelenmiş yüksek kalite standartlarında ürünler üretiyoruz.

Ürünlerinizin ihracatı ne boyuttadır?

Ürettiğimiz tüm ürünleri ve modelleri yurt dışı pazarına ihraç ediyoruz. Oranlarımız, bölgesel ihtiyaçlar doğrultusunda farklılık gösteriyor. Özellikle tek kapılı/çift kapılı şişe soğutucular, dondurma ve dondurulmuş gıda muhafaza dolapları ve derin dondurucu modellerimizin ihracatı, her yıl istikrarlı şekilde yükselen bir ivme kazanıyor.

ÇAĞDAŞ KESERCİOĞLU KİMDİR?



Dokuz Eylül Üniversitesi Endüstri Mühendisliği Bölümü'nden 2001 yılında mezun oldu. 1999-2001 arası ambalaj makineleri sektöründe üretim şefi olarak görev yaptı. 2002 yılında Klimasan Klima San. ve Tic. A.Ş.'de üretim sorumlusu olarak görev yapmaya başladı. Ardından sırasıyla yurt dışı bölge satış sorumlusu ve ihracat müdürü görevlerine getirildi. Çağdaş Kesercioğlu, 2005 yılından bu yana ihracat müdürü olarak Klimasan'da sektöre hizmet vermeye devam ediyor.

"DÜNYA DEVLERİ BİZİ TANIYOR"

Klimasan İhracat Müdürü Çağdaş Kesercioğlu, yıl sonunda planladıkları ihracat rakamlarına ulaşabildiklerini söyledi. Bu istikrarın kendilerini daha büyük hedeflere ulaşmaya teşvik ettiğini ifade eden





Çağdaş Kesercioğlu, "Klimasan, dünya devi olan firmalar arasında bilinen ve tercih edilen bir marka olmayı başardı" dedi.

Hangi ülkelere ihracat yapıyorsunuz?

Afrika'dan Uzakdoğu'ya, Avrupa'dan Ortadoğu'ya 70'e yakın ülkeye ihracat gerçekleştiriyoruz. Yüz yıla yaklaşan tecrübesiyle Klimasan gerek ürün kalitesiyle, gerek kaliteli satış hizmetiyle, gerekse distribütör ve servis ağıyla dünya devi olan alkollü/alkolsüz içecek firmaları, süt ve süt ürünleri üreticileri, dondurma ve dondurulmuş gıda üreten firmalar arasında bilinen ve tercih edilen bir marka olmayı başardı. Her yıl hedeflediğimiz ihracat rakamlarını yıl sonunda gerçekleştirebildiğimizi görmek, bizi bir sonraki yıl daha da büyük ihracat hedefleri koymaya itiyor.

Türkiye makine üreticiliği bakımından sizce ne durumdadır?

Özellikle Avrupa ve Amerika'da yaşanan ekonomik dalgalanmalar hem Türkiye, hem de yurt dışındaki makine sanayicilerini etkiliyor. Keza Avrupa'da işgücü ile yatırım maliyetleri günden güne artış gösteriyor. Çalışan genç nüfusun azalması, yurt dışında faaliyet gösteren firmaları zora sokuyor. Buna rağmen ülkemizdeki

genç işgücü potansiyeli, Ar-Ge ve teknolojiye yapılan yatırımların günden güne artması göz önüne alındığında; ülkemiz makine üreticiliğinin de hızla geliştiği görülüyor.

"UZAKDOĞU, FİYATLARI AŞAĞI ÇEKİYOR"

Her sektörün kendine has zorluklarının olduğuna dikkat çeken Çağdaş Kesercioğlu, "Bizim ihracatta karşılaştığımız en büyük sıkıntı, müşterilerimizin çoğunun fiyat odaklı olmasıdır. Giderek artan Uzakdoğu menşeli ürünler, piyasa fiyatlarını aşağıya çekiyor" dedi.

Çalışanlarınızın gelişimi üzerine çalışmalar yürütüyor musunuz?

Şirket başarısı ve rekabet üstünlüğü sağlamada, en büyük payın çalışanlarda olduğuna inanıyoruz. Bu nedenle ortak hedeflerimiz doğrultusunda, çalışanlarımızın iş gelişimini ve verimini artıracak etkili eğitimler sağlıyoruz. Bunların faydalarını görebilmek için İnsan Kaynakları ekibimiz eğitimler üzerine aktif olarak çalışıyor. Çalışanlar işe başladığı günden itibaren fabrika oryantasyon eğitimi alıyor. İnsan Kaynakları ekibimiz çalışanlarımız için her yıl iş güvenliği, bilgisayar programları, kalite sistemleri, iletişim, motivasyon ve lider-

Klimasan dünya devi firmalar arasında bilinen ve tercih edilen bir marka olmayı başardı.

lik gibi birçok konuda eğitim programları hazırlıyor. Bunları çalışanlarımıza düzenli olarak duyurarak katılımlarını sağlıyorlar.

2011 yılına nasıl başladınız ve şu andaki durumunuz hakkında bilgi verirsiniz?

2011 yılı beklentilerimiz doğrultusunda geçiyor. Yılın son çeyreğini yaşadığımız bu dönemlerde 2012 yılı için hazırlıklar yapmaya başladık. Sektörde yapacağımız projelerimizle doğru orantılı bir biçimde hedeflerimizi belirliyoruz.

"TEK ÇATI ALTINDAKİ EN BÜYÜK ÜRETİCİYİZ"

Klimasan İhracat Müdürü Çağdaş Kesercioğlu, her sektörde olduğu gibi soğutma sektöründe de problemlerin var olduğuna dikkat çekti. Klimasan olarak çok ciddi



firmalarla çalışmalarına devam ettiklerini belirten Kesercioğlu, "Soğutma sektöründe Avrupa'nın tek çatı altında üretim yapan en büyük üreticisi konumundayız" dedi.

Sektöre bakıldığında size göre en büyük problem nedir?

Soğutma sektörünün genelinde olduğu gibi ticari soğutucu sektörünün de en büyük problemlerinden birisi sezonsallığın üretimde sorun yaratmasıdır. Sezonsallık üretimimize bağlı olarak planlarımızı olumsuz etkileyebiliyor. Bunun yanı sıra kriz dönemlerinde ürünlerimize olan talebin kayda değer bir biçimde azalması ise bir diğer problemi oluşturuyor. Ancak bizler bu gibi problemlerin oluşabileceğini yıl başında düşünerek planlarımızı bunlara bağlı olarak yapıyoruz. Böylelikle olası problemleri en az zarar ile atlattırma çalışıyoruz.

İleriye yönelik projeleriniz ve gelecek hedeflerinizden bahsedebilir misiniz?

Üretim teknolojimiz rakiplerimize göre oldukça üstün durumda. Bu avantajları kullanarak, daha teknolojik ve çevreci ürünlerle, yurt dışı ve yurt içi pazar payımızı artırmayı hedefliyoruz. İç ve dış pazarlarımızdaki talebe paralel olarak az enerji tüketen, daha fazla geri dönüşümlü

malzemeler kullanılan çevre dostu ürünler üretmek için çalışmalarımız devam ediyor. Sürekli çalışan Ar-Ge ekibimizle beraber yeni ürünler geliştiriyoruz. 2012 senesinde daha çevreci ve az enerji tüketen ürünlerimizi piyasaya sunmayı planlıyoruz.

Soğutucu makinelerinin geleceği hakkında neler söyleyebilirsiniz?

Tüketim alışkanlıkları ve iklim değişiklikleri nedeniyle soğutuculara olan ihtiyaç günden güne artıyor. Sürekli büyüyen

böyle bir pazarda teknolojiye, çevreye ve insan kaynağına yatırım yapan firmaların kazanacağına inanıyoruz.

Devletimiz makine sektöründe ihracat yapan firmaların girişimlerine destek sağlamaya başladı. Bu konuda firmalar da gerçekleştirdikleri ihracatlarla sektör hacmini büyütüyor. Dünya çapında bilinirliğimiz artıyor. Bu nedenle makine sektörünün geleceğinin çok parlak olduğunu, yakın zamanda da ihracat sıralamalarında üst sıralara yerleşeceğimizi düşünüyorum.





HEDEFE

12

KALA





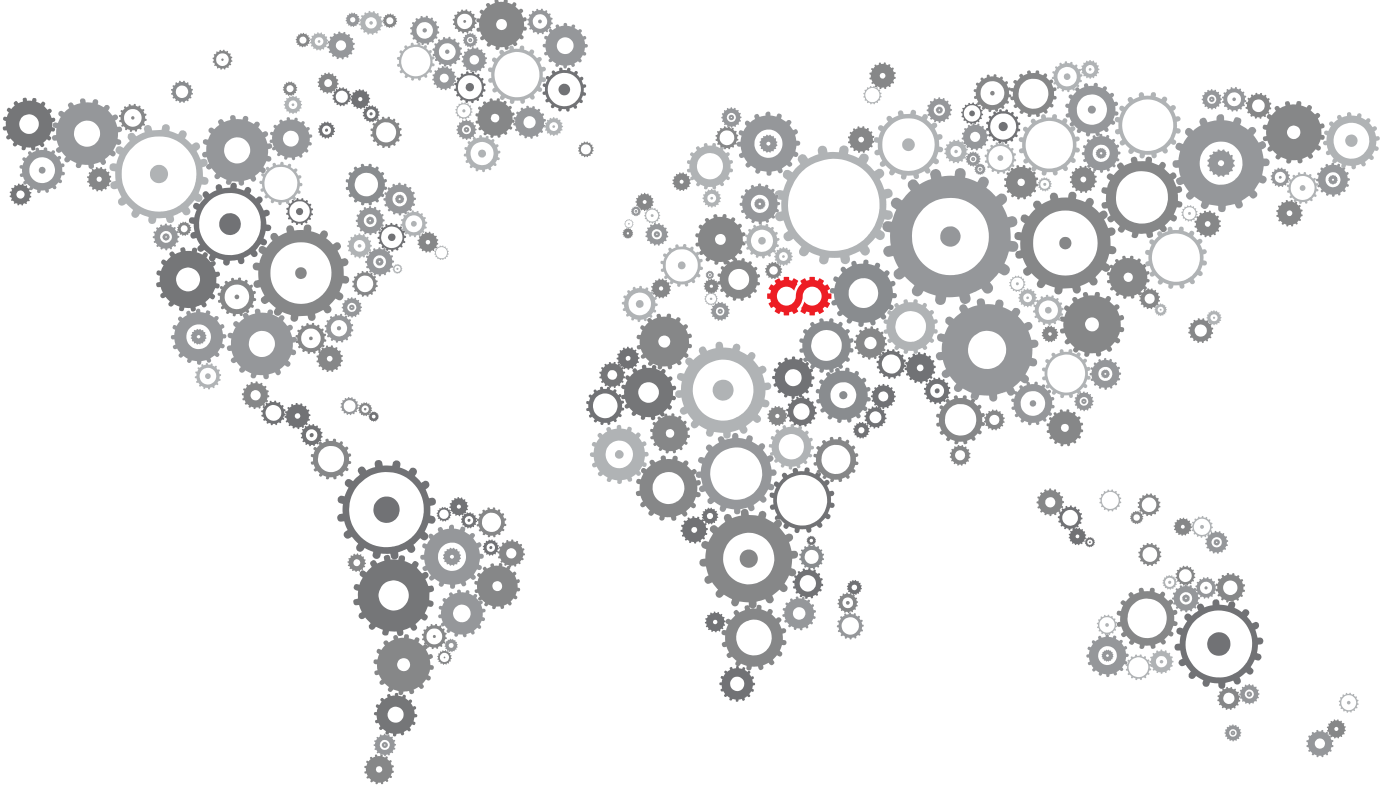
12

'DEN

VURACAK MIYIZ

Türkiye makine sektörü, 100. yılda 100 milyar dolar makine ihracat hedefine doğru ilerlerken, sektörün en etkin temsilcilerine hedefe 12 yıl kala 12'den vuracak mıyız diye sorduk. İşte cevapları...





2023 yılında 100 milyar dolar makine ihracatı hedefine 12 yıl kala Türk makine sektörü, amacını gerçekleştirmek için emin adımlarla ilerliyor. Geriye kalan 12 yılda 100 milyar dolar hedefine ulaşmak için planlanan stratejiler uygulamaya kondu bile. Makine Sanayi Strateji Belgesi ve Eylem Planı'nda belirtilen uygulamalar hayata geçirildiği takdirde makine sektörünün bu hedefi yakalamasına kesin gözüyle bakılıyor.

2023 HEDEFLERİ İÇİN STRATEJİ BELGESİ VE EYLEM PLANI

Strateji Belgesi ve Eylem Planı'nın en önemli maddelerinden biri, teknoloji odaklı ve katma değeri yüksek makineler üretmek. Bunun sağlanabilmesi için Ar-Ge yatırımlarının ve inovasyon çalışmalarının devlet tarafından desteklenmesine yönelik eylem planlarının uygulanması gerekiyor. Sektörün her kademesindeki temsilciler; var olan teknolojinin yatırımlarla iyileştirilmesiyle 100 milyar dolar makine ihracat hedefinin yakalanabileceği konusunda hemfikir.

Strateji Belgesi'nde, "Makine Sektörünün Geliştirilmesi ve Yüksek Teknolojili Ürünlerin İmal Edilmesinin Sağlanması" olarak belirlenmiş olan genel amaca ulaşabilmek için beş ana hedef oluşturulmuş durumda. Bu hedefler: "Katma Değeri" ve "Marka

HEDEF 100'DE 100

100. YILDA TIKIR TIKIR 100 MİLYAR \$ İHRACAT

Değeri" yüksek makine sanayiine dönüşümü sağlayıcı hukuki düzenlemeleri ve yapısal tedbirleri hayata geçirmek. Yurt içi ve yurt dışında sürdürülebilir büyümeyi ve ölçek ekonomisinin avantajlarını yakalamak amacıyla sektöre yönelik sağlıklı finansal çözümler sağlamak. Sürdürülebilir, yetkinliğini kazanmış, yüksek performansa sahip, teknoloji odaklı, öğrenmeye ve değişime açık her düzeyde insan kaynağı sağlamak. Türk makine sektörünün kalite, güven ve teknoloji unsurlarını ön plana çıkaran, yurt içinde ve dışında etkin bir tanıtım yapmak ve ihracatı artırmak. Global düzeyde rekabet edebilen, katma değerleri yüksek ürünler üretebilmek için Ar-Ge ve inovasyon yapmak.

EYLEME GEÇİLDİ

Buradan hareketle, stratejinin uygulanmasını temin edecek 39 eylemden oluşan tedbirler setini içeren "Eylem Planı" oluşturuldu. Eylem Planı, belirlenen tedbirlere uygun olarak hangi eylemin, hangi zaman dilimi içerisinde, hangi enstrüman ile uygulanacağıyla tanımlandı. Strateji Belgesi'nin izlenmesi, uygulanması ve değerlendirilmesine yönelik olarak, geçtiğimiz Ağustos ayında ilk yönlendirme kurulu toplantısı, belge içerisindeki eylemlerden sorumlu ve ilgili pek çok kuruluşun da katılımıyla gerçekleştirildi. Belge içerisindeki eylemlerin etkin bir biçimde takibine imkân sağlanması amacıyla, Hedef Çalışma Grupları'nın oluşturulmasına ve eylemlerin bu toplantılarda ilgili ve sorumlu kuruluşların da katılımıyla ele alınmasına karar verildi. Sonuç olarak, makine sektörünün 2023 hedeflerine ulaşması için gerekli stratejik planlamalar yapıldı. Bu planlamalar belirlenen takvime uygun olarak uygulamaya başlandı.

Eylem Planı'nın uygulanması ile makine sektörünün 100 milyar doları yakalayacağına dair sektörde güçlü bir inanç bulunuyor. Moment Expo ekibi olarak bu inancı paylaşan ve 100 milyar dolar hedefine kilitlenen her kademedeki makine sektörü temsilcileri ile görüştü.

TÜRKİYE MAKİNE SEKTÖRÜ STRATEJİ BELGESİ VE EYLEM PLANI'NIN 2011-2014 HEDEFLERİ

1- Katma Değeri ve Marka Değeri

yüksek makine sanayine dönüşümü sağlayıcı hukuki düzenlemeleri ve yapısal tedbirleri hayata geçirmek:

- ☞ Üreticilere sağlanan KDV iadesi uygulaması hızlandırılacak.
- ☞ Finansal kiralama işlemlerinin KDV karşısındaki durumu değerlendirilecek ve varsa aksayan yönlerin düzeltilmesine yönelik çalışmalar yapılacaktır.
- ☞ İş makineleri, makine ve teçhizatlar ruhsatlandırılarak (tescil düzenlemesi) makine envanteri çıkarılacaktır.
- ☞ Yerli üretimi bulunan makinelerin 2. el ithalat sınırlandırma uygulaması AB Tam Üyeliğine kadar devam ettirilecek.
- ☞ Patent ve faydalı model mevzuatı uygulaması, üreticinin rekabet gücünü arttıracak şekilde yeniden düzenlenecek.
- ☞ Kamu alımlarında yerli makinelerin tercih edilmesini sağlayıcı düzenlemeler yapılacak ve takip edilecek.
- ☞ Piyasa gözetim ve denetim faaliyetlerinin, ithalat kontrolleri dahil olmak üzere, etkinleştirilmesi ile belgeli üretim yapan firmalar korunacak.
- ☞ Makina ana sanayi – yan sanayi işbirlikleri geliştirilecek.
- ☞ Kırsal kalkınma destekleri uygulamaları devam edecek.
- ☞ Tarımsal mekanizasyon yatırımlarında kullanılan zirai krediler konusunda bir çalışma yapılacak ve 25 yaş ve üzeri traktörlerin hurdaya ayrılması için Hurda Bedeli ödenmesi konusunda mekanizma oluşturulacaktır.
- ☞ Yatırım maliyetlerinin azaltılması ve altyapının geliştirilmesi için arsa maliyetlerinin düşürülmesi amacıyla makina ihtisas OSB kurulacaktır, OSB'lerde tahsislerin uygun şartlarda olması hususu değerlendirilecek; makina sektöründe alt mal grupları özelinde kümelenme projeleri hazırlanacak ve desteklenecek.
- ☞ Girdi Tedarik Stratejisi kapsamında yapılan çalışmalarla işbirliği ve koordinasyon sağlanacaktır.

2- Yurtiçi ve yurtdışında sürdürülebilir büyümeyi ve ölçek ekonomisinin avantajlarını yakalamak amacıyla sektöre yönelik sağlıklı finansal çözümler sağlamak:

- ☞ Eximbank tarafından yurtdışındaki müşterilere orta ve uzun vadeli ülke kredisi verilecek.
- ☞ Eximbank'ın orta vadeli ihracat sigortaları yaygınlaştırılacaktır.

☞ Gelişen işletmeler piyasasının işlerliği sağlanacak, başvurular yaygınlaştırılacak, halka açılmanın faydaları anlatılacaktır.

- ☞ İşletmelerde kullanılan makine ve teçhizat kredi kuruluşlarınca teminat olarak kabul edilecek.
- ☞ Satıp-geri kiralamanın, operasyonel kiralamanın müttemim cüz niteliğindeki malların finansal kiralamaya konu edilebilmesine ilişkin 3226 sayılı Mevcut Finansal Kiralama Kanununda değişiklik yapılacaktır, satıp – geri kiralamanın vergi kanunları karşısındaki durumu ayrıca değerlendirilecek.

3- Sürdürülebilir, yetkinliğini kazanmış, yüksek performansa sahip, teknoloji odaklı, öğrenmeye ve değişime açık her düzeyde insan kaynağı sağlamak:

- ☞ Mesleki ve teknik eğitim okul ve kurumlarını özendirici tanıtım faaliyetleri stratejik plan süresince gerçekleştirilecek ve Teknik eğitim okul ve kurumları oluşturulacaktır.
- ☞ Mesleki ve teknik eğitim okul ve kurumlarına güncel teknolojik donanım kazandırılacaktır.
- ☞ TOBB bünyesindeki sanayi odalarının mevcut örnekleri ışığında, MEB ile protokol hazırlayarak bölgesel ihtiyaçlara öncelik tanıyan, sektörel dernekler ve meslek örgütlerinin de desteğini alan yaygın eğitim ve ara yönetici yetiştirme programları oluşturulacaktır ve yönetilecek, öğrencilerin işletmelerde staj imkanları geliştirilecek, öğretmenlerin de birkaç hafta boyunca eğitim alması sağlanacaktır.
- ☞ Makine sektörüne yönelik olarak meslek standartları hazırlanarak belgelendirme faaliyetlerine başlanacaktır.
- ☞ Eğitimcilerin ulusal veya uluslararası sanayi projelerinde görev almaları ve proje bazlı öğrenme sürecine girmeleri sağlanacaktır.
- ☞ Teknoloji eğitimlerine destek olan sanayiciler ilgili mevzuat çerçevesinde teşvik edilecek.
- ☞ MEB, sektörde gelişmiş ülkelerin Eğitim Bakanlıkları ile işbirliği protokolleri yaparak değişim programları gerçekleştirilecek.
- ☞ Uygulamalı eğitim ve staj kapsamında üniversite eğitimi makro planı oluşturulacaktır.

☞ Teknik eleman dışındaki beşeri bilimler eğitimi almış olan kişilerin formasyonuna sanayinin ihtiyaçları yansıtılacak ve bu alanda uygulama yapma fırsatı tanınacaktır.

- ☞ STK, üniversiteler ve sanayi işbirliği ile makine teknoloji enstitüsü kurulacaktır.
- ☞ Makine ve otomasyon sektörüne yönelik komple bir eğitim programı tasarlanacaktır.

4- Türk Makine Sektörünün kalite, güven ve teknoloji unsurlarını ön plana çıkaran, yurt içinde ve dışında etkin bir tanıtım yapmak ve ihracatı artırmak:

- ☞ Başta en çok makine ithalatı yapan ülkelerde olmak üzere, gelişen pazarlarda tanıtım yapmak, lobi ve finansal destek faaliyetleri sağlamak amacıyla ofisler açılacaktır.
- ☞ Türk Makine Sektörü ile ilgili olarak firma bazında veri tabanı oluşturulacak ve kullanıma açılacaktır.
- ☞ İhracat ve pazarlamaya yönelik devlet desteklerinin yeterli düzeyde bilinmemesinden hareketle bilgilendirme toplantıları yaygınlaştırılacaktır.
- ☞ TURQUM ve TSE Kalite Belgesi alan firmaların sayısı arttırılacaktır, belgelerin tanıtımı yapılacak ve belge sahibi firmalara ilave destekler sağlanacaktır.
- ☞ Dünyada marka olmuş makine ihtisas fuarlarına katılım teşvik edilecek ve bu fuarlarda Türk Makine Sanayi ile ilgili konferanslar düzenlenecek.
- ☞ Yeni Pazar olanakları araştırılacak ve geliştirilecek.

5- Global düzeyde rekabet edebilen, katma değerleri yüksek ürünler üretebilmek için AR-GE ve inovasyon yapmak:

- ☞ AR-GE destekleri tanıtılacak ve kolaylaştırılacaktır; KOBİ'ler için yeni AR-GE ve inovasyon destek mekanizmaları geliştirilecek.
- ☞ Ortak AR-GE merkezleri ile AR-GE ve inovasyon teknoloji transfer merkezleri kurulacaktır.
- ☞ Kamu koordinasyonunda "Ulusal Odak Projeleri" oluşturulacaktır ve desteklenecek.
- ☞ AR-GE ve inovasyonda geliştirilen ürünlere mevzuat ve belgelendirme konularında destek olunacaktır.
- ☞ AR-GE ve inovasyon sonucu ortaya çıkan teknolojinin ticarileşmesi konusunda destek sistemi oluşturulacaktır.



EKONOMİ BAKANI

ZAFER ÇAĞLAYAN: "500 MİLYAR DOLAR HEDEFİNİN YÜZDE 20'SİNİ MAKİNE SEKTÖRÜ OMUZLAYACAK"

Türkiye makine sektörünün gelişimini nasıl buluyorsunuz?

Türk makine sanayiinin başlangıcı 1950'li yıllara dayanır. 1950 yılında makine sektöründe ilk büyük ölçekli sanayi yatırımı yüzde 100 devlet eliyle gerçekleştirilmiş olup, özel sermayeli firmalar ise 1960'lı yıllarda oluşmaya başladı. Türkiye'de makine imalat sanayii devlet teşebbüsüyle kurulmasına rağmen bugün itibariyle kamu iştirakleri yerini özel sektör firmalarına bırakıyor.

Makine sanayii ülkemizin diğer sektörlerine göre son yıllarda büyük gelişim gösteren, katma değer performansı diğer imalat sanayii sektörlerine göre daha başarılı olan bir sektör. Bunun yanı sıra, ihracatını sürekli olarak Türk sanayii ortalamasından daha hızlı geliştiren önemli bir sektör.

Makine sanayisinde faaliyette bulunan çoğu firma KOBİ (küçük ve orta ölçekli işletme) niteliğinde olmakla birlikte, ülkemizdeki ucuz işgücü ve gelişmiş mühendislik becerileri, makine imalatçıların uluslararası pazarlarda rekabet şansını artıran unsurlardır. Türk makine sanayisinde her türlü parça ve aksamın yüksek kalitede ve rekabet edebilir fiyatlarda üretimi yapılır. Özellikle sipariş üzerine imal edilen makine ve komple tesislerde rekabet gücümüz oldukça yüksek. Birçok alt sektörde yurt içi talebi kendi üretimi ile karşılama kapasitesine sahip olan makine imalat sanayiiimiz Ar-Ge ve yenilik çalışmalarına büyük önem veriyor.

Makine imalat sanayii ihracatı son yıllarda sürekli artan bir trend içerisinde. Ülkemizdeki makine ve aksam imalatçıların önemli bir kısmı iç pazardaki daralma sonrasında 1995 yılından itibaren başta AB ülkeleri olmak üzere ihracata yönelmiş olup, bunu



da AB direktiflerine ve diğer teknik düzenlemelere uyumlu bir şekilde gerçekleştirdi. Diğer taraftan, ihracatçılarımızın önemli bir bölümü "CE" işaretine sahip konumda. Son yıllarda dünyada müşteri istekleri doğrultusunda makine imalatına yönelme eğilimi söz konusu. Ek bir mühendislik çalışması gerektiren bu talepler, Batı ülkelerinde fiyatların artmasına sebep oluyor. Müşteri istekleri doğrultusunda imalat, mühendislik ve işçilik ücretleri düşük. Emek yoğun olan bu üretim konularında, Türk firmalarının teknolojik birikimleri, rekabete imkân verecek düzeyde. Bu olumlu yapı, ülkemizdeki makine imalatçılarının, bazı Batılı firmalarla gerektiğinde işbirliği yaparak üçüncü ülkelerde, özellikle Rusya Federasyonu ve Türk Cumhuriyetleri'ndeki tesislerin yenilenmesi veya yeni yatırımların gerçekleştirilmesi imkanını artırıyor. Türk makine imalatçıları artık sadece "makine" üretmeyip, komple tesis ve mühendislik hizmetleri de veriyor.

Makine sektörü ihracatımız hangi boyuttadır?

Makine sanayii ihracatımızın, toplam ihracat içindeki payı son yıllarda sürekli olarak artıyor. Sektörün toplam ihracatımız içinde 2003 yılındaki yüzde 3,4'lük payı; 2006 yılında 3,7 milyar dolar ile yüzde 4,4 oldu. 2007 yılında 5,3 milyar dolar ile yüzde 5 seviyesine, 2008 yılında 6,6 milyar dolar ile 2009 yılında 5,1 milyar dolar ile yine yüzde 5 seviyesine geldi. 2010 yılında 5,8 milyar dolar ile yüzde 5,1 seviyesine ulaştı.

Makine sektörü ihracatında 2003 yılında yakalanan yüzde 39,1, 2004 yılında yüzde 28,4, 2005 yılında yüzde 22,9 ve 2006 yılında yüzde 21,4, 2007 yılında 30,1'lik ve 2008 yılında yüzde 18,9'luk artışlar, makine sektörünün son yıllarda yaşadığı artış trendini gösteriyor. 2009 yılında ise sektör, krizin de etkisiyle bir önceki yıla kıyasla daralma yaşamışsa da 2010 yılında yüzde 13'lük artış ile iyileşmeye başladı. 2010 yılında başlayan artış trendinin 2011 yılında da hızlı bir şekilde devam edeceği öngörülüyor. Nitekim 2011 yılı ilk sekiz aylık ihracat rakamı 2010 yılı aynı dönemine göre yüzde 19,4 oranında bir artış ile 5,46 milyar dolar olarak gerçekleşti.

Ihracatçı Birlikleri kayıt rakamlarına göre 1 Ocak- 30 Eylül 2011 tarihi itibarıyla makine ve aksamları ihracat rakamı yaklaşık 6,1 milyar dolar olarak gerçekleşti. 2010

yılı aynı dönemine göre yaşanan artış yüzde 33,2 olarak hesaplandı.

2010 yılı itibarıyla sektör ihracatındaki ilk beş kalem sırasıyla; endüstriyel klimalar ve soğutma makineleri, diğer makineler, pompalar ve kompresörler, takım tezgahları ile inşaat makineleridir.

2010 yılı ihracat verileri incelendiğinde ilk sırada Almanya yer alırken ABD, İran, Irak, Rusya Federasyonu ve İngiltere listenin ilk sıralarındaki ülkeleri oluşturdu. 2010 yılında, bir önceki yıla göre sektör ihracatının en fazla artış gerçekleştirdiği ülkeler sırasıyla İran (yüzde 45), Irak (yüzde 40,7) ve Belçika (yüzde 32,0)'dir.

Ihracat gerçekleştirdiğimiz ülkeler arasında Almanya, ABD, İngiltere gibi sanayileşmiş batı ülkeleri ile Irak, İran, Libya gibi komşu ve çevre ülkeler de bulunuyor. Bu durum ülkemizin farklı pazarlara ihracat yapabileme kabiliyetini ve ürün farklılaştırmasının gerçekleştiğini gösteriyor. Ayrıca teknolojik düzey ve kalite açısından rekabet gücümüzün yüksek olduğunu kanıtıyor.

Diğer yandan; 1999 yılında 150 ülkeye ihracat gerçekleştirilirken bu rakamın son yıllarda 200'ü aşması sektörün pazar bağımlılığını azaltmaya başladığı ve yeni pazarlara yönlendiği şeklinde yorumlanabilir.

Makine sektörü ithalatımız için neler söyleyebilirsiniz?

Makine sektörü ithalatımız 2003 yılında 7,5 milyar, 2004 yılında 9,2 milyar, 2005 yılında 10,7 milyar, 2006 yılında 12,4 milyar, 2007 yılında 15,4 milyar dolar, 2008 yılında 15,1 milyar dolar, 2009 yılında 11,5 milyar dolar ve 2010 yılında ise 14,3 milyar dolar olarak gerçekleşti. 2011 yılı ilk sekiz aylık ithalat rakamı da 2010 yılı aynı dönemine göre yüzde 21,7 oranında bir artış ile yaklaşık 11 milyar dolar olarak gerçekleşti. 2010 yılı ithalatı incelendiğinde; "Diğer makineler", "Pompalar ve Kompresörler" ile "Türbin ve Turbojetler" in makine ithalatımızda ilk üç kalem olduğu görülür.

Ülkeler itibarıyla 2010 yılı makine sanayii ithalatımız incelendiğinde Almanya ihracatta olduğu gibi ithalatta da ilk sırada yer aldı. Sonra sırasıyla İtalya, ÇHC ve ABD geldi. Ayrıca ithalatımızda ilk 10 ülkenin payı yüzde 77,1 seviyesinde olup ihracata kıyasla, ithalatta belirli satıcıların ağırlığının çok daha yüksek olduğu görülür. AB ülkelerinin toplam makine ithalatımız içerisindeki payı 2010 yılı itibarıyla yüzde 59,24'tür. 2010 yılı ile 2009 yılı verileri

Makine sektöründe, ihracatı artırmak için daha fazlasını yapacak gücümüz ve isteğimiz mevcut. Ancak en az bunun kadar önemli olan bir diğer husus daha var. Sektörde ihracatın ithalata olan bağımlılığı da dikkate alındığında sektörün kullandığı ara mal, girdilerin ucuzlatılması olarak karşımıza çıkıyor. Bu itibarla, Türkiye'de üretilebilecek olanların üretimine ağırlık verilmeli, üretilemeyecek olan ara mallar için ise alternatif malzemeler, ürünler kullanılabilir mi araştırılmalıdır.

kıyaslandığında, en yüksek ithalat artış oranı Romanya (yüzde 122,3) ile aynı dönemler itibarıyla yüksek bir ihracat artış oranı gerçekleştirdiğimiz Belçika (yüzde 57,2)'da kaydedildi.

Ihracat ve ithalatımızda aynı ülke ve ürünlerin yer alması, ülkemizin aynı endüstri grubuna giren; fakat dış görünüş, kalite, kullanım özellikleri ve marka açısından bazı farklılıklar gösteren malları eşzamanlı ihracat ve ithal ettiği anlamına geliyor. Bu durum ülkemizin gelişmiş ülkelerde olduğu gibi endüstri içi ticaret gerçekleştirdiğini gösterir.

Makine sektörü 2023 yılında 100 de 100 ihracat hedefine ulaşabilecek mi? Nasıl?

Türkiye'nin taşıdığı potansiyel ve kritik başarı faktörleri dikkate alındığında 100



milyar dolar hedefinin, makine sektörü için ulaşılabilir olduğunu düşünüyorum. Türk makine sektörünün 20 bini aşkın firması, her türlü parça ve aksamın yüksek kalitede ve rekabet edebilir fiyatlarda üretimi, müşteri istekleri doğrultusunda imalat kapasitesi, yüksek mühendislik kalitesi, ucuz ve kalifiye işgücü ve teknolojik birikimi ve arkasındaki güçlü devlet desteği ile 2023 toplam hedefinin beşte birini tek başına omuzlayabilecek güçte olduğuna inanıyorum.

Bu kapsamda ihracatçı firmalarımızın; dış pazarlara açılmasını, global rekabet ortamına hazırlanmasını, uluslararası piyasa koşullarına uygun pozisyon alabilmesini, müşteri beklentilerini karşılayacak şekilde üretim yapmasını istiyoruz. Firmalarımız uluslararası piyasadaki rakiplerini tanımalı, uluslararası trend ve beklentileri yakından takip edebilmeli, uluslararası standartlara sahip olmalıdır. İlgili pazar ve sektöre ilişkin gelişmeler hakkında bilgilenme, ülke ve sektörler itibarıyla pazar paylarını artırma, gidilen ülkelerdeki ithalatçı firmalarla ortak işbirliği imkanları geliştirme, kalite ve potansiyellerini bire bir sergiledikleri ürünler ile profesyonel ziyaretçilere yansıtma ve tüm bunların sonucunda da firmaların ihracat performanslarını artırmalarını amaçlıyoruz.

Bu amaçla, Ekonomi Bakanlığı olarak firmalarımızı ihracata hazırlamak, başarılı birer ihracatçı haline getirmek ve söz konusu 2023 hedefine uzanan zincirin güçlü birer halkaları olarak görmek için

oldukça etkili politika araçlarına sahibiz. Bu çerçevede, Bakanlar Kurulu'nun 27/12/1994 tarih ve 94/6401 sayılı İhracata Yönelik Devlet Yardımları Kararı'nın 4'üncü maddesinin verdiği yetkiye istinaden hazırlanan ve belirli bir faaliyetin yapılması esasına dayanan çeşitli ihracat destekleri Bakanlığımız uhdesinde yürütülmüştür.

100'de 100 hedefi için belirlenen strateji ve yol haritası nedir?

DTÖ ve AB normlarına uygun söz konusu yardımlarda, bölge, il, sektörel ayırım uygulanmayarak ihracat performansı aranıyor. Büyük oranda küçük ve orta büyüklükteki işletmeler, o andaki ihtiyaçlarına göre desteklerden yararlanıyor. Makine sektöründeki firmalarımıza ürettikleri Ar-Ge projelerinden, uluslararası standartlarda, çevreye duyarlı üretimler gerçekleştirdiğini doğrulayan belge masraflarına, yurt dışında gerçekleştirilen tanıtım, marka tescil giderleri ile yurt dışında açılan birimleriyle ilgili giderlerine destek sağlanıyor. Bunun yanı sıra hiç bilinmeyen pazarlar hakkında pazar araştırması yapılması, potansiyel arz ve hedef kabul edilen pazarlara girilmesi, yoğunlaşılan pazarlarda daha etkili olmak adına bu ülkelere yönelik ticaret heyetleri düzenlenmesi, önem arz eden ülkelere davet edilmesinden, bu pazarlarda veya sektörün bulunduğu fuarlara katılımın desteklenmesine kadar belirli bir üretim aşamasını tamamlamış ve ihracat yapmak

isteyen tüm firmalarımıza yurt dışı pazarlarda tecrübeli, rekabet edebilir seviyeye ulaşmalarını teminen her aşamada önemli destekler sunuyoruz.

Bu desteklere biraz daha yakından bakmak gerekirse;

- 97/5 sayılı Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ kapsamında makine sektöründe faaliyet gösteren firmalarımızın, ISO 9000 serisi kalite güvence sistemi ve ISO 14000 çevre yönetim sistemi belgelerini, CE işaretini, uluslararası nitelikteki diğer kalite ve çevre belgelerini alma masrafları karşılanıyor.
- 98/10 sayılı Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge) Yardımına İlişkin Tebliğ kapsamında, makine sektöründe faaliyet gösteren firmaların, Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV) işbirliği ile yeni bir ürün üretilmesi veya üretimle ilgili yeni bir teknik geliştirilmesi amacıyla ve desteklenmeye değer görülen Ar-Ge proje giderlerinin en fazla yüzde 50'sine kadarlık kısmına TTGV aracılığıyla sermaye desteği (kredi) sağlanıyor.
- 2009/5 sayılı Yurt Dışında Gerçekleştirilen Fuar Katılımlarının Desteklenmesine İlişkin Tebliğ kapsamında, makine sektöründe işgal eden şirketlerin yurtdışı fuarlara iştiraklerine ve sektörel nitelikteki uluslararası fuarlara bireysel katılımlarına ilişkin harcamaları belirli oran ve miktarlarda destekleniyor.
- 2010/6 sayılı Yurtdışı Birim, Marka ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ kapsamında, makine sektöründe faaliyet gösteren firmalarımızca yurtdışında gerçekleştirilen tanıtım, marka tescil giderleri ile yurt dışında mal ticareti yapmak amacıyla açılan birimleriyle ilgili giderleri belirli miktar ve oranlarda destekleniyor.
- 2006/4 Sayılı Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi ve TURQUALITY®'nin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ kapsamında firmaların; patent, faydalı model, endüstriyel tasarım ve marka tesciline ilişkin harcamaları, kalite belgesi alınma ilişkin giderleri, moda/endüstriyel ürün tasarımcı istihdamına ilişkin giderleri, tanıtım, reklam ve pazarlama faaliyetleri, yurtdışı birimlere ilişkin kira ve temel kurulum giderleri, danışmanlık (strateji, operasyon, organizasyon, tekno-

loji) giderleri, bilişim ve bilgi yönetimi alanına yönelik harcamaları yüzde 50 oranında beş yıl süreyle desteklenmekte olup; üretimden pazarlamaya, satıştan satış sonrası hizmetlere kadar bütün süreçleri kapsayacak şekilde yönetsel bilgi birikimi ve kurumsallaşma konularında destek sağlanıyor.

- 2011/1 sayılı Pazar Araştırması ve Pazara Giriş Desteği Hakkında Tebliğ kapsamında, firmalarımızın yurtdışı pazarlara girmelerini teminen, Yurtdışı Pazar Araştırması Desteği, Pazara Giriş Desteği ve Sektörel Ticaret Heyeti ve Alım Heyeti Programları Desteği ile E-Ticaret Sitelerine Üyelik Desteği sağlanıyor.

- 2010/ 8 sayılı Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ kapsamında makine ve aksamları sektöründe faaliyet gösteren firmalar personelinin eğitimine ilişkin olarak destek alabiliyor. Bu bağlamda, eğitim ve/veya danışmanlık ihtiyacının analizi, iş planı ve ihracat stratejilerinin hazırlanması ve izlenmesi, ihracat potansiyelinin belirlenmesi ve ihracat yapmaya hazır hale getirilmesi, süreç

iyileştirme ve yönetimi, bilgi ve iletişim teknolojileri danışmanlığı, aynı değer zincirinde yer alan, birbirleriyle ilişki içinde olan ve coğrafi yakınlık içinde bulunan şirketlerin uluslararası rekabetçilik yönünde yol haritalarının hazırlanması konularındaki program giderleri ile Bakanlığımızca uygun görülen diğer konulardaki program giderleri destekleniyor.

Diğer taraftan, ülkemizin uluslararası ve bölgesel anlaşmalar yoluyla da ihracat artışını sağlayacak çeşitli önlemler alınıyor. İzlenen pazara giriş stratejisine sinerji sağlayacak şekilde imzalanan Serbest Ticaret Anlaşmaları (STA) bu kapsamda değerlendiriliyor. STA'ların, ihracatın önündeki tarife ve tarife dışı engellerin kaldırılarak sürdürülebilir bir ihracat artışına neden oldukları, ihracatın ülke ve madde bazında çeşitlendirilmesi ve Batı Avrupa pazarlarına bağımlılığın azaltılmasını sağladıkları, üçüncü ülke pazarlarına girişte AB ve tercihli giriş imkânlarına sahip diğer ülkeler ile eşit rekabet şartlarının teminine yol açtıkları, ikili ve çapraz menşe kümü-

lasyonunun işletilmesi suretiyle rekabet gücünün ve taraflar arasındaki karşılıklı ticaret hacminin artırılmasına neden oldukları gözlemleniyor.

Bu çerçevede, bu anlaşmalardan da istifade ederek, makine sektörümüzdeki firmalarımızın, daha fazla pazara daha avantajlı şartlarla girmesini sağlamak suretiyle 2023 hedefine yaklaşacağız.

Makine sektöründe, ihracatı artırmak için yukarıda belirtilenleri ve daha fazlasını yapacak gücümüz ve isteğimiz mevcut. Ancak en az bunun kadar önemli olan bir diğer husus daha var. Sektörde ihracatın ithalata olan bağımlılığı da dikkate alındığında sektörün kullandığı ara mal, girdilerin ucuzlatılması olarak karşımıza çıkıyor. Bu itibarla, Türkiye'de üretilebilecek olanların üretimine ağırlık verilmeli, üretilemeyecek olan ara mallar için ise alternatif malzemeler, ürünler kullanılabilir mi araştırılmalıdır.

Bu bağlamda, İhracata Dönük Üretim Stratejisi Değerlendirme Kurulu'muzun çalışmaları kapsamında yürütülen Girdi Tedarik Stratejisi (GİTES) ile makine sektörümüz de ele alındı. Birçok alt sektör ve ürün grubuyla dağınık yapı sergileyen sektör, dış ticaret dengesi açısından en zayıf olan ürünler ve en güçlü olan ürünler bakımından ayrı ayrı incelenmiş; ayrıca tüm alt sektörler bazında küçük işletme perspektifinden ayrı bir değerlendirme yapıldı. Bu kapsamda makine sektörüne yönelik çalışmalarda son aşamaya gelinmiş olup, sektöre ilişkin kapsamlı değerlendirmeler ile GİTES tespitlerinden hareketle oluşturulan eylem planlarının yer alacağı rapor, tamamlanmasını müteakip kamuoyuyla paylaşılacak.

Türkiye coğrafi konumu (4 saatlik uçuş mesafesinde 56 ülke bulunuyor) ve genç işgücü ile (yaş ortalaması 28, AB'de ise bu sayı 42) ekonomik gelişme potansiyeli yüksek bir ülkedir. 2009 krizinden sonra dünya ekonomisi batıdan doğuya, gelişmiş ülkelere kaydı. Türkiye de bu rüzgârı yakalamalı ve fırsatı iyi kullanmalı. Aslına bakılırsa, 2023 ihracat hedefi de bu fırsatın kullanılıp kullanılmadığının en somut göstergesi olacak. Bu bağlamda, 2023 ihracat hedefine ulaşılması için en önemli mihenk taşlarından olduğunu düşündüğüm makine sektörünün 100'de 100 ihracat hedefine, ilgili tüm paydaşların özverili çalışması ve üzerlerine düşen sorumlulukları yerine getirmesi suretiyle ulaşacağına olan inancım tamdır.





BİLİM, SANAYİ VE TEKNOLOJİ BAKANI

NIHAT ERGÜN: "MAKİNE SEKTÖRÜ İÇİN EYLEM PLANI'NI UYGULAMAYA BAŞLADIK"

Makine sektörünün gelişimi için neler söyleyebilirsiniz?

Türk imalat sanayii içerisinde makine sektörünün seyri, bir anlamda ülkemizin sanayileşme seyri hakkında da önemli ipuçları veriyor. Bizim kuşağın gençlik dönemine ait güzel bir söz vardı: 'Makine yapacak makineler yapmak.' Makineleri yapacak makinelere sahip bir sanayileşmeyi hep hayal ederdik. Çok şükür ki bugün ülke olarak geldiğimiz noktada, makine sektöründe çok önemli başarılar ve ilerlemeler kaydettik.

Ekonomik ve siyasi anlamda sürekli bir değişimin ve dönüşümün yaşandığı günümüz dünyasında, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde makine sektörünün özel bir yeri var. Günümüzde artık makine sektörü olmadan sanayileşmeden söz edilemez. Bir ülkenin güçlü bir sanayiye sahip olabilmesi; ancak güçlü bir makine sektörünün varlığı ile mümkün olur. Ekonomik büyüme açısından makine sektörünün üretim ve istihdam büyüklükleri, sanayileşmenin temel göstergeleri arasında yer alıyor.

Türk makine sektörü yaşadığımız küreselleşme sürecinde; üretim, pazarlama, ihracat ve ticaret alanlarında dünya ile entegrasyonunu büyük ölçüde tamamlamış bir sektördür. Sektör bu alanlardaki yeterliliğini, gelişmiş ve gelişmekte olan pazarların tamamının yakınına yaptığı ihracat ile kanıtladı. Sektör, gayri safi yurt içi hâsıla, imalat sanayii üretimindeki payı, ihracat, istihdam, rekabet edebilirlik, yatırımlar, dışa açıklılık ve makro ekonomik büyüklükler açısından ülkemizdeki en önemli sektörlerden biri.

Makine sektörü, 2010 yılını 21,3 milyar dolar ithalat ve 9,4 milyar dolar ihracat





ile tamamladı. Sektör, 2011 yılı Temmuz ayı itibarıyla 6,4 milyar dolar ihracat rakamına ulaştı. Ayrıca, makine sektörüne yönelik 2011 Ocak-Temmuz dönemine ait sanayi üretim endeksi değerinin, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüksek bir oranda artış göstermesi sektörün yakaladığı pozitif ivmeyi işaret ediyor. Bakanlığımız Girişimci Bilgi Sistemi kayıtlarına göre; makine sektöründe bilanço usulü defter tutan 9 bin 560 gelir ve kurumlar mükellefi bulunuyor. Bu firmaların 2010 yılında 23,8 milyar TL'lik net satışları ile toplam imalat sanayimiz içerisinde yüzde 4,1'lik bir ağırlığa sahip olduğunu görüyoruz.

Bu rakamlar ve oranlar makine sektörü için yeterli mi?

Biz sektörün taşıdığı potansiyel açısından, bu rakamları ve toplam ülke payı içindeki ağırlığını yeterli görmüyoruz. Diğer tüm sektörlerle sağladığı temel girdiler göz önünde bulundurulduğunda, sektör iç ve dış pazarlardaki talepler doğrultusunda büyük bir büyüme potansiyeline sahip. Yaşadığımız ve halen etkileri devam etmekte olan küresel ekonomideki kırılganlıklar, makine sektörünün ihracatı üzerinde baskı oluşturuyor. Küresel ekonomi-

deki belirsizlikleri dikkate aldığımızda, Türk makine sektörünün yeni pazarlara açılması gerektiğini görüyoruz. Ayrıca sektörün Almanya, ABD, Fransa, İtalya ve Japonya gibi gelişmiş ülkelere ürün ihraç etmesi bizleri ziyadesiyle sevindiriyor. Söz konusu ülkelerden ithal ettiğimiz ürünlerin ihracat değerlerimizden daha yüksek rakamlarda olduğunu görüyoruz.

Bu noktadan hareketle hem cari açığımızı azaltacak, hem de sektördeki üretim yapımızı yeniden değerlendirecek ve bu konularda sektöre bir yol haritası oluşturacak olan Makine Sektörü Strateji Belgesi ve Eki Eylem Planları'nın hayata geçmesini çok önemsiyoruz.

Türk makine sektörü 2023 yılındaki 100'de 100 hedefine ulaşabilecek mi? Nasıl?

Ülkemiz dünyanın 16'nı ve Avrupa'nın 6'nı büyük ekonomisine sahip olan Balkanlar, Karadeniz, Ortadoğu, Kafkaslar ve Akdeniz coğrafyalarının kesişme noktasında bulunuyor. Üç kıtanın kesişme noktasında yer alan coğrafi konumu ve bölgesel ekonomi merkezlerine olan yakınlığının bir sonucu olarak arz ve talebin önemli bir buluşma platformu olma potansiyeline sahip. Ülkemizin bu

Hem cari açığımızı azaltacak, hem de sektördeki üretim yapımızı yeniden değerlendirecek ve bu konularda sektöre bir yol haritası oluşturacak olan Makine Sektörü Strateji Belgesi ve Eylem Planları'nın hayata geçmesini çok önemsiyoruz.

önemli coğrafi konumunu dikkate alarak, Türkiye'nin sanayideki vizyonunu "Orta ve yüksek teknoloji ürünlerde Avrupa ve Avrasya'nın üretim üssü olmak" şeklinde belirledik.

Küresel rekabetle birlikte, bugünkü dünyada ticarete konu olan mal ve hizmet çeşitleri ile bunların akışı çok büyük ölçüde arttı. Dünya ticaret hacmi 1990 yılında 1 trilyon dolara, 2000 yılında yaklaşık 6 trilyon dolara ve 2010 yılında ise yaklaşık 15 trilyon dolara ulaştı.

Türkiye, her geçen yıl dünya ticaret hacminden aldığı payı artıran bir ülke. Bununla birlikte, yüksek teknoloji ve yüksek katma değerli ürünlerin üretim yapımız içindeki payını artırarak rekabet üstünlüğü kazanmamız da gerekiyor. Bu çerçevede Bakanlık olarak sanayi sektöründeki genel amacımız, ülkemizin 2023 yılında dünyanın en büyük ilk 10 ekonomisi arasında yer alma vizyonu ve 500 milyar dolarlık ihracat hedefine ulaşabilmek. Türk sanayiinin rekabet gücünü ve verimliliğini artırarak, dünya ihracatında daha fazla pay alan, ağırlıklı olarak yüksek katma değerli ve ileri teknolojiye dayalı ürünlerin üretildiği, istihdam sorununu çözmüş, nitelikli işgücüne sahip, ürün ve hizmet kalitesini geliştirmiş aynı zamanda topluma ve çevreye duyarlı bir sanayi yapısına dönüşümü hızlandırmak. Bu hedef doğrultusunda en büyük ve en önemli sorumluluk makine sektörümüze düşüyor. Makine sektörü, 2023 yılında



hedeflenen 500 milyar dolarlık ihracatın yüzde 20'sini, yani 100 milyar dolar hedefledi. Makine sektörünün bu hedefe ulaşabilmesi için Bakanlığımız tarafından sektörü destekleyici çeşitli faaliyetler planlandı. Ülkemiz makine sektörüne büyük bir ivme kazandırmak amaçlandı. Hazırlanmış olan Makine Sektörü Strateji Belgesi ve ekinde yer alan eylemlerin hayata geçirilmesi, 2023 yılındaki 100 milyar dolar düzeyindeki hedefimize ulaşılması konusunda büyük önem arz ediyor.

100'de 100 hedefi doğrultusunda belirlenen strateji ve yol haritası ne durumdadır?

Bakanlığımız tarafından, kamunun, özel sektörün ve ilgili tarafların katılımıyla Sektörel Strateji hazırlık çalışmaları başlatıldı. Bu kapsamda; Makine ve Otomotiv Sektörü Strateji Belgeleri, Yüksek Planlama Kurulu Kararı ile onaylandı. Bir hükümet belgesi, bir politika belgesi haline getirildi. Elektrik-elektronik, demir-çelik, tekstil, hazır giyim/deri ve deri ürünleri, seramik, cam ve kimya gibi sektörler için Sektörel Stratejiler ve Eylem Planları hazırlandı. Diğer sektörlerle yönelik çalışmalar ise devam ediyor. Makine sektörü gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi ülkemizde de sanayideki vizyonumuza ve 2023 yılı hedeflerimize katkı sağlayan en

önemli sektörlerden birisi. Ülkemiz makine sektöründe bugün geline nokta, bazı ürün gruplarında gelişmiş ülke sektörleriyle rekabet edebilecek güce ulaştığımız görülüyor. Sanayimizin en büyük sektörlerinden olan makine sektörünün üretim yapısına kavuşması ve rekabet üstünlüğünü artırarak sürdürülebilirliği ülke sanayisinin geleceği için büyük önem taşıyor. Bu nedenle, Bakanlığımızca; makine sektörü ile ilgili sorunların belirlenmesi ve çözüm yolları üretilmesi amacıyla uzun süreli, yoğun ve katılımcı bir süreç neticesinde, "Türkiye Makine Sektörü Strateji Belgesi" oluşturularak söz konusu belge bir hükümet politikası olarak uygulanmaya başlandı. Strateji Belgesi'nde, "Makine Sektörünün Geliştirilmesi ve Yüksek Teknolojili Ürünlerin İmal Edilmesinin Sağlanması" olarak belirlenmiş olan genel amaca ulaşabilmek için beş ana hedef oluşturuldu. Bu hedefler şu şekilde tespit edildi:

1. "Katma Değeri" ve "Marka Değeri" yüksek makine sanayiine dönüşümü sağlayıcı hukuki düzenlemeleri ve yapısal tedbirleri hayata geçirmek.
2. Yurtiçi ve yurtdışında sürdürülebilir büyümeyi ve ölçek ekonomisinin avantajlarını yakalamak amacıyla sektöre yönelik sağlıklı finansal çözümler sağlamak.
3. Sürdürülebilir, yetkinliğini kazanmış, yüksek performansla sahip, teknoloji

odaklı, öğrenmeye ve değişime açık her düzeyde insan kaynağı sağlamak.

4. Türk makine sektörünün kalite, güven ve teknoloji unsurlarını ön plana çıkaran, yurtiçinde ve dışımda etkin bir tanıtım yapmak ve ihracatı artırmak.
5. Global düzeyde rekabet edebilen, katma değerleri yüksek ürünler üretebilmek için Ar-Ge ve inovasyon yapmak.

Buradan hareketle, stratejinin uygulanmasını temin edecek 39 eylemden oluşan tedbirler setini içeren "Eylem Planı" oluşturuldu. Eylem Planı, belirlenen tedbirlere uygun olarak hangi eylemin, hangi zaman dilimi içerisinde, hangi enstrüman ile uygulanacağı tanımlandı. Strateji Belgesi'nin izlenmesi, uygulanması ve değerlendirilmesine yönelik olarak, geçtiğimiz Ağustos ayında ilk yönlenme kurulu toplantısı, belge içerisindeki eylemlerden sorumlu ve ilgili pek çok kuruluşun da katılımıyla gerçekleşti. Bahsi geçen toplantıyı takiben belge içerisindeki eylemlerin etkin bir biçimde takibine imkân sağlanması amacıyla, Hedef Çalışma Grupları'nın oluşturulmasına ve eylemlerin bu toplantılarda ilgili ve sorumlu kuruluşların da katılımıyla ele alınmasına karar verildi. Sonuç olarak, makine sektörünün 2023 hedeflerine ulaşması için gerekli her türlü stratejik planlama yapıldı. Bu planlamalar belirlenen takvime uygun olarak uygulamaya başlandı.

TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ BAŞKANI

MEHMET BÜYÜKEKŞİ: “MAKİNE SEKTÖRÜNDE TEKNOLOJİ YATIRIMLARI ARTMALI”



Makine sektörünün gelişim sürecini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Makine sektörümüz ülkemiz sanayisinde ve ihracatında öncelikli sektörlerimiz arasında yer alıyor. Ülkemizin katma değer kapasitesi en yüksek sektörü, teknoloji yoğun üretimi ile makine sektörüdür. Bu da sektörün önemini daha da artırıyor. Makine sektörü ihracatımızda Avrupa'nın yüzde 60'lık pazar payı mevcut. Almanya, İngiltere, İtalya ve Fransa makine ihracatımızda öne çıkan ülkeler. Ancak önümüzde çok büyük potansiyel var. Çünkü en çok ihracatı gerçekleştirdiğimiz ülkelerde bile pazar payımız yüzde olarak çok düşük. Bu durum sektörün ihracat potansiyelinin gelişiminin yüksek olduğunu gösteriyor.

Pazar payını artırabilmek için neler yapılmalı?

Makine sektörümüzün dünyadaki pazar payını artırmak için daha teknoloji yoğun bir yapıya geçmemiz gerekiyor. Katma değer üretmeye odaklanmak en büyük önceliğimiz olmalı. Katma değer üretimine önem verdiğimiz takdirde dünyanın makine üretim üslerinden olan bir ülke konumuna yükselebiliriz. Önümüzdeki dönemde Türk makine sektörünün büyük bir hızla büyüyeceğine inancımız tam.

100'de 100 hedefine yönelik Türk makine sektörü hakkında görüşleriniz nedir?

Sektörümüzün geldiği noktaya bakıp sahip olduğu yüksek potansiyeli değerlendirerek 2023 yılında 100 milyar dolar ihracat hedefinin ulaşılabilir bir hedef olduğuna inanıyoruz. Bu hedefe ulaşabilmek için teknoloji yoğun üretim ve katma değer artışına odaklanarak ihracatımızı artırmamız gerekiyor. Katma değer üretimini artırmak bizim en birincil önceliğimiz konumunda yer alıyor. Bu amaçla özel tasarımlı, kaliteli, uygun fiyatlı, yeni teknolojiye sahip fonksiyonel ve çevreye duyarlı ürünler geliştirmeye odaklanmalıyız. Ar-Ge ve inovasyon çalışmalarını artırarak ortak Ar-Ge merkezleri oluşturmalıyız.

Belirlenen strateji ve eylem planı hakkındaki görüşleriniz nelerdir?

Türkiye İhracatçılar Meclisi olarak tüm sektörlerimizle beraber eylem planları çıkardık. Makine sektörü için de çalıştay düzenlendi. Geleceğe yönelik olarak 2023 yılında 100 milyar dolar hedefe ulaşmak amacıyla, sektörün ihtiyaç duyduğu dönüşüm stratejileri belirlendi. Ölçütler çıkarıldı. Hedefler atandı. Eylem planları tanımlandı. Yolumuz uzun; ama net bir haritamız var.



MAKİNE VE AKSAMLARI İHRACATÇILARI BİRLİĞİ YÖNETİM KURULU BAŞKANI

ADNAN DALGAKIRAN: "100 MİLYAR DOLAR HEDEFİNE KATMA DEĞERİ YÜKSEK MAKİNELERLE ULAŞACAĞIZ"

100 milyar dolar ihracat hedefine ulaşabilmek adına makine sektöründe neler yapılması gerekiyor?

Makine sektörünün 100 milyar dolar hedefine ulaşabilmesi için daha fazla katma değerli alanlara yönelmesi gerekiyor. Şu an ürettiklerimizle 100 milyar doları yakalamamız mümkün değil. Eğer buradaki avantaj ve dezavantajlarımızı objektif şekilde görüp ona göre bir strateji belirlemezsek hayal kırıklığına uğrarız. Basit bir rakam vermek gerekirse, bugün Türkiye'nin makine ihracatında kilogram başına elde ettiği gelir 6,5 dolardır. Almanya'nın makine ihracatında kilogram başına elde ettiği gelir ise 100 dolardır. Demek ki, benim sektörümün daha katma değerli alanlara doğru hızla girmesi gerekiyor. Bu çerçevede yapılması gerekenlere baktığımız zaman, üretimde verimliliği sağlamak, dünyayı takip etmek ve Ar-Ge çalışmalarının desteklenmesi gerekiyor. Ülkemizde ciddi Ar-Ge teşvikleri ve destekleri olduğunu görüyoruz. "Ar-Ge'nin ne olduğunu biliyor muyuz?", "Ar-Ge konusunda yeterince istekli ve arzulu muyuz?", "Bu teşvik ve destekleri nasıl değerlendirebileceğimizi biliyor muyuz?" Bu alanlarda eksiklerimiz var. En kısa zamanda eksiklerimizi gidermemiz gerekiyor. Keza aynı şekilde Ar-Ge, üniversitelerle yürütülebilecek bir organizasyon. Üniversitelerimizin de bu konuda daha istekli ve yaratıcı olmaları gerekli. Onlar da bu konuda kendi payına düşenleri yapmalı. Sanayi ve üniversitelerin çok daha büyük işbirliklerine doğru yürümeleri gerekiyor. Ayrıca, biz yurtdışına gittiğimiz zaman dünya ticaretindeki bazı adaletsizliklerle karşı karşıya kalıyoruz. Yurtdışındaki serbest ticaret anlaşmalarında sektöre

zarar veren yüksek gümrük duvarları var. Ülkelerle yeni anlaşmalara gidilerek bu duvarların daha aşağı indirilmesi için çaba sarf edilmeli. Bu alanlarda gerekli gelişmeleri sağlayabilirsek 100 milyar dolarlık hedefin üzerine dahi çıkabiliriz.

2023 tarihinden önce nasıl bir strateji planı izlenmeli?

Türkiye bu alanda ilerlemeye çalışıyor. Ar-Ge yatırımları artmaya başladı. Daha çok sayıda firmanın bu yarışa katılması gerekiyor. Aynı üründen üreten onlarca



firmanın, farklı ürünler üreterek dünyada kendine rekabet alanı oluşturacak farklı alanlarda açılması gerekiyor. Bu zihniyet değişimi tabii ki zaman gerektirir; ama çok fazla zaman yok. Bütün alt sektörler kendi analizlerini yapıp, hemen çalışmalara başlamalı. Bu çalışmaları başlatan pek çok makineci var; ama bunlar yeterli değil. Biz de zaten Makine İhracatçıları Birliği olarak daha fazla sayıda şirketin Ar-Ge ve inovasyonla iç içe bu yarışta var olması için çalışıyoruz. Bana göre yeni planlamalarda uygun fiyatlı yatırım alanları açılmalı. Sanayi Bakanlığı da bu konuda çalışıyor. Atıl duran organize sanayi bölge arazilerinin üretim için faaliyete geçirilmesi gerekiyor. Buraları rant için elinde tutanların elinden alınması ve gerçekten üretim yapacak sanayiye verilmesi lazım. Buralardaki yüksek fiyatlara mutlaka bir çare bulunmalı. Bu açıdan baktığımız zaman, Almanya'nın en sanayileşmiş şehrinde 20 kilometre mesafede metrekaresi 20 euro'ya arazi bulabiliyorsun, Türkiye'de ise bu rakam hayal gibi. Yatırım yapmak için arazi çok önemli ve Türkiye'de arazi bol. Teknolojik bir yatırım yapmak, kalkınmamış bölgelerde mümkün değil. Çok yüksek kalitede insan kaynağına ve ciddi bir yan sanayiine dayanıyor. Bunların da makine üretebilen 45 şehrin etrafında kümelenmesi gerekiyor. Bu konuda Sanayi Bakanlığı'nın hazırladığı bir strateji belgesi var. Bu belgenin hayata geçirilmesini hep birlikte gerçekleştirmemiz gerekiyor. Bürokrasinin bizi, bizim de bürokrasiyi takip ederek bu süreçleri beraberce ilerletebileceğimize inanıyorum.

Strateji Belgesi ve Eylem Planı Mayıs ayında açıklandı. Gelinen süreçte hangi ilerlemeler kaydedildi mi?

İstediğimiz hızda olmasa da ilerlemeler kaydedildi. Bu belgenin check up'ını her yıl yapacağız. "Nerelere kadar gelmişiz, nerelerde eksiklerimiz var?" diye. Yine bu belge çerçevesinde odak yatırımlarının desteklenmesi çok önemli. Burada bir uyumun öneminden bahsedebiliriz. Strateji belgesinde sektöre, bürokrasiye ve yatırımcıya düşen görevler var. Bu anlamda hepimizde zaman zaman yavaşlıklar olabiliyor. Sektör anlamında da ilerleme noktasında sıkıntılarla karşılaşabiliyoruz. Hem makinecilik, hem mühendislik, hem de yöneticilik yapıp stratejiyi kurgulamanız gerekiyor. Ben ilerlemeleri görebiliyorum; ama hâlâ tabii ki eksik kaldığımız yerler var.



Makine İhracatçıları Birliği'nin başkanı olarak, birliğin ihracat hedefindeki konumundan bahsedebilir misiniz?

Makine İhracatçıları Birliği sektörü bir araya getiren, onları derleyip toplayan da bir örgüt. Bu birlikle derneklerimizi de bir araya getirdik. Konfederasyona çevirme çabamız var. Aynı şekilde pek çok konuda, çeşitli projeler gerçekleştiriyoruz. TURQUM projesi gibi, detaylarıyla bakıldığı zaman Türkiye için çok önemli. Şu anda pek çok ülke kendi standartlarını oluşturma noktasında çok ciddi adımlar atmaya başladı. Aynı şekilde 'MAYSİM' projemiz var. Genç Ar-Ge'cileri destekleyen projelerimiz var. Makine derneklerinin faaliyetlerini destekliyoruz. Türk makine sektörünü yurtdışında tanıtmaya gayret ediyoruz. Makine Tanıtım Grubu ile ilgili fuarlarda çok ciddi tanıtımlara girişiyoruz. Bunun dışında da pek çok faaliyetin içerisindeyiz. Bu faaliyetlerin de neticelerini görebiliyoruz. Bundan 6-7 yıl evvel Türkiye'de makinenin varlığı bilinmezken, bugün makine stratejik öneme sahip bir sektör konumuna geldi. Bunun sağlanması Makine İhracatçıları Birliği'nin içeride ve dışarda yürüttüğü lobi ve tanıtım faaliyetleri sayesinde oldu. Cumhurbaşkanımız bile açılış konuşmasında birinci derecede makine sektörünün ve üretim araçlarının önemini vurguluyor. Bu çok önemli bir gelişme. Kısa sürede bu bilinç sağlandı. Şimdi hep birlikte bunu daha ileriye götürmenin yollarını araştırmamız gerekiyor. Hiçbir

kargaşanın olmadığı, kolektif bir çalışmanın ve birlikteliğin yaşandığı bir sektör olmak, Makine İhracatçıları Birliği Başkanı olarak bana gurur veriyor.

2023 hedefi bakış açısıyla MAKFED'in kurulmasına ilişkin düşünceleriniz nelerdir?

Ben her zaman hem ülke demokrasisinin, hem de ülkenin gelişmesi açısından sivil toplum örgütlerinin çok önemli olduğunu düşünen birisiyim. Merkezi anlayışta değil de, lokal anlayışlarla herkes kendi sorunlarına çok daha iyi çözümler bulabilir. Makine sektörü o kadar farklı sektöre ve alt grupları kapsıyor ki, pompacıların pompacılar derneği, asansörcülerin asansörcüler derneği gibi... Dolayısıyla da bu derneklerin hepsinin güçlenmesinden yanayım. Onların güçlenmesi için de elimden gelen çabayı göstereceğim. Bunların aynı federasyon çatısı altında toplanıp, ortak stratejiler belirlemesi bizim sektörümüzün geleceği için en önemli adımlardan bir olacak. Bugün derneklerimizle konuştuğumuzda görüyorum ki, kiralarnı ve sekreterlerinin maaşlarını ödemekte güçlük çekiyor. Ama devlet örgütleri çok ciddi kaynaklara sahip. Açıkçası, burada bir dengesizlik olduğunu düşünüyorum. İleriye dönük olarak bu konular gündeme gelecek. Biz bu derneklerin öncelikle güçlenmesi için üzerimize düşen ne varsa yapmaya hazırız.

**KUTLU KARAVELİOĞLU**MAKİNE VE AKSAMLARI İHRACATÇILARI BİRLİĞİ
YÖNETİM KURULU BAŞKAN YARDIMCISI

“MAKİNE İHRACATINI 100 MİLYAR DOLARA ÇIKARAMAZSAK, GENEL İHRACATI 500'E ÇIKARMAMIZ MÜMKÜN DEĞİLDİR”

Bu yılı 11,2 milyar dolarla kapatırsak ve önümüzdeki 12 yıl boyunca yıllık ortalama yüzde 20 ihracat artışı yakalarsak 2023'de ulaşacağımız değer 100 milyar dolar olur. Yıllık yüzde 20 artış bizim normal performansımızın altındadır, fakat 12 yıl da, hem dünyada hem ülkemizde hafife alınabilecek bir istikrar süreci değildir; hele mevcut ortamda. Sorunlarımız, ihtiyaçlarımız belli; her platformda bunları dile getiriyoruz. Çözümleri de belli; pek fazla siyasi riskler ihtiva etmiyor; ülke kaynakları yeterli. Planlı ilerlemek, süreci çok yakından izlemek ve gidişatta sorunlar yaşanmadan tedbirler almak gereklidir. Bunun için sektörün koordinasyonu, çalışma ve rekabet şartlarının küresel rekabete uygun tutulması çok önemlidir. En başta, yatırım, üretim ve pazar koşullarını düzenleyen, bunlardan mesul mercilerin tam bir uyum içinde ve bizlerle yakın mesai halinde olmaları şarttır. Bu diyalog vardır; giderek önemsenmekte ve dikkate alınmaktadır. Daha önce bu kadar büyük bir artış süreci yaşadık mı? Evet. 2003'ü izleyen beş yıl, krize kadar, makine ihracatımız Çin'in de üzerinde 5 misli arttı; dünyada en çok bizim arttı ve artıyor; bir sene yüzde 20'nin altına düştük sonra tekrar yüzde 20-30 aralığına oturdu. Makine satışı geometrik artar; bir ülkeye giren iyi bir Türk malının rakipleri derhal peşinden giderler; çünkü o pazarda malımıza bir talep yaratılmış olur. Kalite-fiyat dengemiz mükemmel. İmaj sorunu tanıtım grupları sayesinde ortadan kalkmak üzere. Bir de alt sektörlerde bilinçlenme, örgütlenme, temsilde güçlenme var; demeklerimiz an gibi çalışıyorlar; dünyada ne kadar örgüt, toplantı, fuar varsa katıyoruz. Bu hedefin bugünkü fiyatlarla koyulduğunu da unutmayalım; para değer kaybediyor, hammadde fiyatları, işçilik ve iş yapma maliyetleri sürekli artıyor, bunlar da var. Katma değeri yüksek makineler yapıyoruz giderek, bilgi de satar hale geliyoruz. Yani daha pahalı makineler satılıyor günden güne. Örneğin, bazı segmentlerimiz var, sattığı makine tonajı yüzde 20 artarken, ihracat tutarı yüzde 30 artıyor. Yıllık satılan makinelerin bakım, servis, yedek parça getirileri giderek artacak. Yine de yabana atılacak bir hedef değildir; çünkü küresel gidişat istikrarlı değildir.

500 milyar dolar olan genel ihracat hedefini yakalamak ise oransal olarak daha kolay görünüyor; ama bunu da hafife almayalım. Bu yılı 128,5 milyar dolarla kapatırsak, önümüzdeki 12 yıl boyunca yıllık ortalama yüzde 12 ihracat artışı yakalarsak, ulaşacağımız değer 500,6 milyar dolar olur. Yani, makinenin neredeyse yansı kadar yıllık artışla bu hedefe ulaşılabilir gibi görünüyoruz. Sanayi mamullerinde artış olacak; çünkü yerli makineyle yatırım yapmak giderek kolaylaşacak. Bizim üretim ve firma ölçeklerimiz büyüdükçe daha ekonomik çözümler geliştireceğiz, daha teknolojik olanların yanında. İleri ülkelerde makine ihracatı genelin içinde yüzde 20 pay alıyor; bizde de böyle olacak. Şöyle diyebiliriz; makine ihracatını 100 milyar dolara çıkaramazsak, genel ihracatı 500'e çıkarmamız mümkün olmayacaktır. O yüzden bizim sektörümüz en dikkatle izlenmesi gereken, hiç hata yapılmaması gerektir. O yüzden ileri ülkelerin stratejik sektörüdür. Her makineyi üretecek miyiz, hangilerinde pazar boşlukları var, hangi yan sektörlerin güçlenmesi lazım, nerelerde yatırım eksikliği var, bunlar hep biliniyor, konuşuluyor. Daha ucuz üretmek ve daha pahalı satmak için ihtiyaçlarımız bellidir; sektörel örgütlere güvenelim, herkes kendi segmentini gayet iyi biliyor. Kendi sektörümde ise, sıvı ve gazların nakli giderek büyüyecek bir alandır. Dünyada içme suyu ve özellikle kanalizasyon şebekelerinin olmadığı o kadar büyük coğrafyalar var ki. Endüstri, altyapı, belediye hizmetleri, tarım, konut, yüzlerce uygulama; pompa ve vana en çok kullanılan makinelerdir. Bir bilgi vereyim, bu sektörün geldiği noktayı ve vaat ettiği potansiyeli ortaya koyan, 2011'de iki pompa ve bir vana firmamız Alman, Amerikan ve Avusturya firmalarına satıldılar; üç pompa ve iki vana firmamız da Alman, Japon ve Amerikan firmalarıyla görüşmeler yapıyorlar. Hiç yadırgamayalım, zaten yıllardır birçok Avrupa firması için üretim yapıyoruz. Acıdır ki bu malları Avrupa malı diye geri ithal ettiklerini anlatmak pek mümkün olmadı kullanıcılara.



SEROL ACARKAN

MAKİNE VE AKSAMLARI İHRACATÇILARI BİRLİĞİ
YÖNETİM KURULU BAŞKAN YARDIMCISI

“YERLİ MAKİNE ÜRETİCİLERİ DESTEKLENMELİ”

“Gelişmiş ülkelerde makine ihracatı, toplam ihracat içerisinde yüzde 20 pay alıyor. Türk makine sektörü olarak hedefimiz; Türkiye'nin toplam ihracatı içinde şu an yüzde 8 olan makinenin payını yüzde 20'ye çıkarabilmek. Böylece 2023'te 500 milyar dolar olarak hedeflenen toplam ihracattan yüzde 20 pay alarak, 100 milyar dolar makine ihracatını gerçekleştirebiliriz. Bu da mevcut ihracatımızın 10 kat artırılması anlamına gelir. İhracatımızın 10 kat artırılması için yüksek teknolojiye sahip bir makine sanayii yaratılması gerekir. Teknolojiyi satın alan bir ülke olmaktan ziyade, teknolojiyi üreten bir ülke haline gelmeliyiz. Türkiye'nin dünya ihracatından daha fazla pay alabilmesi ağırlıklı olarak yüksek katma değerli ve ileri teknolojiye dayalı ürünlerin üretilmesinden geçiyor.

Türkiye'nin Ar-Ge'ye ayırdığı pay milli gelire oranla yüzde 0,7 seviyesinde. Bu oran Çin'de 4,3 Japonya'da 3,5'dir. Kendi oranımızı hızla yüzde 2'ler seviyesine çıkarmak önceliklerimiz arasında olmalı. Türkiye'de yatırım ve iş ortamı becerilerini sürekli geliştirebilen, mevcut rekabet ortamında ayakta kalabilme ve büyüyebilme becerisine sahip şirketlerin gelişimine imkân verecek şekilde revize edilmeli. Kendi beceri ve kabiliyetlerini sürekli geliştirebilen şirketler orta ve uzun

vadede küreselleşmenin ortaya çıkardığı değişimlere ve baskıya uyum sağlayabilir ve ülke ekonomisinin gelişebilmesine neden olur. Özellikle uluslararası ticarete ortaya çıkan yeni standartlara uyulması büyük önem arz ediyor. Ülkemiz pazarına uluslararası standartlara uymayan ürünlerin girmesi Piyasa Gözetim ve Denetimi faaliyetleri ile etkin şekilde kontrol edilmeli. Kaliteli üretim yapan makinecilerimizin haksız rekabete korunması için bu bağlamda Turkish Quality of Machinery (TURQUM®) kalite markası desteklenmeli. Türkiye'de üretilmeyen ve makine sanayii için çok önemli olan temel girdi, araç ve gereçlerin yurt içinde yerli üreticiler tarafından üretilmesinin sağlanması için proje bazında özel destekler verilmeli. Avrupa için üretimin pahalı hale gelmeye başladığı ürün grupları için Türkiye, en uygun üretim merkezidir. Bunun için zayıf olduğumuz konularda da yabancı yatırımcılar ülkemizde üretim yapmalıdır. Makine sektörümüz global değer zincirinde yer almalı. Yüksek katma değer yaratacak sistemler desteklenmeli. Kayıt dışı önleyecek ve optimal ölçeği geliştirecek yeni bir teşvik ve yönlendirme sistemi geliştirilmeli. Ayrıca nitelikli işgücü arzını ve talebini artırmaya yönelik adımların atılması da son derece önemli.”



SEVDA KAYHAN YILMAZ

MAKİNE VE AKSAMLARI İHRACATÇILARI BİRLİĞİ
YÖNETİM KURULU ÜYESİ

“GELDİĞİMİZ NOKTAYA ULAŞMAK 100 MİLYAR HEDEFİNDEN DAHA GÜÇ BİR BAŞARIYDI”

“Türk makine sektörünün 2023 yılındaki 100. yılda 100 milyar dolar ihracat hedefi için doğru yoldayız. Yaptığımız işlerdeki öğrenme eğrisini de düşünürsek, makineciler ihracat yapmak için bugüne kadar yaptıklarını, gelecekte daha iyi yapacaklar. Başlarda fason üreticiyken gittikçe artan Türk makine markaları için 100 milyar dolar son derece ayakları yere basan bir hedef. Bugüne kadar geldiğimiz nokta, elde edilmesi daha güç başarılarıdır. Son 10 yılın makine ihracat rakamlarına bakarak, global kriz yılını bir kenara bırakırsak, hedefin gerçekliğini görebiliriz. Bu rakamlara KOBİ'lerle ulaşıldı, bireysel çabalarla yakalanmış başarılarıdır. Bundan sonra ölçek ekonomisi yakalanacak ve kalite artacak.

Bizler bir araya gelince başarabileceğimizi gördük. Bu birlikteliğin korunması sağlanmalı. Merdiven altı üretimi, kaliteli makine üreticisinden ayırarak sistemi kurmak şu anda atılması gereken en önemli adım. Bu konuda da Makine Tanıtım Grubu ve Makine İhracatçılar Birliği TURQUM® projesine başladı. Makine üreticilerinin hedefi, sadece ihracatı artırmak değil, dış ticaret açığının azaltılmasını da sağlamak. Gelişmiş bir ekonomi için makine üreten bir toplum olmak gerektiği bilincini aşlamaya çalışıyoruz. Makineciler, bilinçli ithalat ve yaygın ihracat yaparak ömek sektörü olmalı. Şu ana kadar birliğimizin uygulamaya koyduğu projeler, birçok sektöre ömek teşkil etti. Böyle devam etmesi dileğimize.”



HÜSEYİN DURMAZ

MAKİNE VE AKSAMLARI İHRACATÇILARI BİRLİĞİ
YÖNETİM KURULU ÜYESİ

“2023 HEDEFLERİNE ULAŞMAK İÇİN YATIRIM İNDİRİMİ İSTİSNASI GETİRİLMELİ”

2023 yılındaki 500 milyar dolarlık ihracat hedefinden makine sektörümüz 100 milyar dolarlık pay almayı hedefledi. Biz Durmazlar olarak da kendi 2023 yılı hedefimizi belirledik. Dolayısıyla bizim gibi, birçok firmanın da 2023 yılı ihracat hedefini belirlemesi gerekiyor. Bu şekilde devlet ile sanayicinin süren istişaresini daha da geliştirebiliriz. Temel adımlarımızı kısa zaman içerisinde atarak, makine imalat sanayii olarak 100 milyar doları göğüsleyebiliriz. Yapabileceğimize inanıyoruz. Hep beraber bürokrasi, imalatçı ve ihracatçı, daha sıkı çalışıp mevzuatın değişmesi gerekiyorsa mevzuatı, teşvik verilmesi gerekiyorsa teşviklerimizi gözden geçirmeliyiz. Konunun istişaresini daha sık yaptığımız zaman alınan kararları da daha hızlı uygulamaya koyabilir ve 500 milyar dolar hedefini yakalayabiliriz. Durmazlar olarak, 2023 yılında 600 milyon dolar ihracat hedefliyoruz. Bu ihracatı hedeflerken, yıllık büyümemizi baz aldık. Bu bazda gittiğimiz zaman 657 milyon

Euro civarında ihracat yapabiliyoruz. Eğer dünyada bir savaş, felaket olmazsa bu hedefi gerçekleştiririz.

1980 ile 2000 yılları arasında yatırım indirimi istisnası verildi. Bunlar bölge bölge değil, her yatırımcıya verildi. Bu yatırım istisnası imalat sanayisini çok özendirdi. O gün verilen yatırım indirimi istisnaları, yüzde 100 civarında olduğu için sanayicimiz büyümeye çabaladı. Halbuki o günlerde, bugün gibi banka faizleri düşük değildi. Bugün çok daha uzun vadeli kredilerle düşük enflasyon ile yatırımcının çok daha fazla adım atacağına inanıyorum. 2023'teki hedefimizi yatırım indirimi istisnası da kamçılaman faktörlerden birisi olacak.”



TAMER GÜVEN

MAKİNE VE AKSAMLARI İHRACATÇILARI BİRLİĞİ
YÖNETİM KURULU ÜYESİ

“MAKİNE SEKTÖRÜNÜN BAŞARISI DİĞER SEKTÖRLERİN BAŞARISINI DA BERABERİNDE GETİRECEKTİR”

“Türk makine ihracatının tarihi çok gerilere dayanmadığı için maalesef dünya makine ihracatı sıralamasında henüz istenilen noktada değil. Yıllara göre rakamlar incelendiğinde, 2010 yılı makine ihracatımızın yüzde 14'lük bir artış gösteriyor. Bu, sektörün umut vaat ettiğini ve gelişiminin iyi olduğunu gösterse de istediğimiz noktaya gelmemiz için önümüzde uzun bir yol var. Türkiye makine sektörünün hedefi, 2023 yılında 500 milyar dolar olarak öngörülen toplam ihracattan yüzde 20'lik bir pay olarak 100 milyar dolar rakamına ulaşabilmek. Bunun için gerekli olan; şu anki makine ihracatının toplam ihracattan aldığı payı yüzde 8'den yüzde 20 seviyesine çıkarmak. Bunu nasıl yapacağımıza gelince, elbette yüzde 20 rakamına ulaşmak için hem devletin, hem de üreticilerin elini taşın altına koyması gerekiyor. Sektöre yatırım yapmak isteyen

yatırımcılara teşvikler verilmeli, üretim parkurları genişletilmeli, sektörün yurt dışında tanıtımına, ülkelerarası teknolojik ve ticari işbirliklerinin artırılmasına çalışılmalı. Bunun yanı sıra teknoloji üreten bir ülke olabilmemiz için Ar-Ge'ye ayrılan payın artırılması da gerekiyor.

Makine sektörü ihracat rakamı 2010 yılında yüzde 14'lük bir artış göstererek 6,4 milyar dolar oldu. 100 milyar dolarlık toplam ihracat hedefi için performansımızı önümüzdeki yıllarda daha da artırmayı planlıyoruz. Her yıl yüzde 20'lik bir artış, bizi hedefimize ulaştırırken, aslında bu artış sektör olarak yatırım malı ürettiğimiz için diğer sektörlerin başarısını da beraberinde getirecek. Bu yüzden makine sanayini sektör olarak öncelikli sektör haline getirmek istiyoruz.”

“İHRAC EDİLEN KATMA DEĞERİN ÖNEMİ DAHA FAZLA”



ALİ EREN

MAKİNE VE AKSAMLARI İHRACATÇILARI BİRLİĞİ
YÖNETİM KURULU ÜYESİ

“Makine sektörünün hedeflediği 100 milyar dolar ihracat, Türkiye için hedeflenen diğer 500 milyar dolar ihracatın tamamından daha önemlidir. Türkiye ekonomisi için gerekli olan itici güç nominal ihracatın tutarı değil, ihrac edilen yerli katma değer boyutudur. Makine üretimindeki yerli katma değer oranı yüksek olduğundan, makine ihrac ettiğimiz zaman büyük oranda gerçek ihracat yaparız. Örneğin; otomobil endüstrisindeki yerli katma değerimiz yüzde 17 civarındayken, makine üretiminde yerli katma değerimiz yüzde 80 civarına kadar çıkabiliyor. Dolayısıyla 100 dolarlık makine ihrac ettiğimiz zaman 80 dolarlık yerli katma değer satarken, 100 dolarlık otomobil ihrac ettiğimizde 17 dolar yerli katma değer satmış oluyoruz. Herhangi bir endüstriyel mamulün ihracat tutarına katma değer analizi yaparsak bu rakamın bir bölümü yerli katma değer, diğer bölümü ise endüstriyel dış ticarettir. EDT içerisinde ihrac ettiğimiz ürünlerin bünyesine giren ithal hammadde ve ithal ara malları vardır. YKD ise kabaca kullandığımız yerli hammadde ve yerli ara malları, işçilik, genel gider kalemleri ve kar olarak tarif edilebilir. Dolayısıyla İEYKD ekonomimizde yatırım, büyüme ve istihdamı yurtdışına ödeterek kendimize yarattığımız değerdir. Bugünün global dünyasında YKD’si yüzde 100 olan bir endüstriyel ürün üretmek çok zor, hatta imkânsızdır. Ancak ihracat içerisindeki İEYKD oranımız halen çok düşük ve kocaman bir artış marjı mevcut. İhracatımızın rekor üstüne rekor kırarak artmasına rağmen daha büyük hızla artmaya devam eden cari açığımız bu durumun en açık göstergesidir. Buradan da varacağımız pratik sonuç şudur: Bizim esasında ihracat rakamını değil, İEYKD’yi büyültmeye ihtiyacımız vardır. Onun için 2023 hedefleri arasında 500 milyar dolar ihracat hedefinin önemini ikincil buluyorum. İhraç edilen yerli katma değer hedefini daha çok önemiştir. Örneğin; 360 milyar dolar yerli katma değer ihracatı ihtiva eden toplam 500 milyar dolar ihracat hedefi daha neticeye odaklı bir hedef olurdu. Aksi takdirde 500 milyar dolar hedefini 150 milyar dolar yerli katma değer ile gerçekleştirmeye

kalkarsak, zaten o hedefe varamadan cari açık finanse edilemeyecek boyutlara ulaşacağından batmış oluruz. Ana hedef olan 2 trilyon dolar GSIH hedefine de ulaşmamız zaten mümkün olmaz. Sanırım bu örnek, makine sektörünün sadece nominal ihracat hedefi değil, ihracatın faydalı kısmını sağlaması bakımından önemini vurguluyor. Bu konuda yeni çıkacak olan teşvik yasası büyük önem taşıyor. Bu yasanın mutlaka ihracatta yerli katma değeri desteklemesi gerekir. Yerli katma değere odaklanan bir teşvik mevzuatı, makine sektörünü de dolaylı olarak desteklemiş olacak. Ülkemizde makine sektörünün önemli bir sorunu da, henüz ölçek ekonomilerine ulaşmamış olmasıdır. Bunu temin etmek için devletimizin öncelikle satın alma gücünü makine sektörümüz lehine kullanması gerekir. Sonra da tüm özel sektörün yerli kullanmasını teşvik eden önlemler alınmalı. Özellikle makine piyasasında yersiz ithalat had safhadadır. Bunun için herhangi bir kaynağa ihtiyaç yok. Sadece mevcut kaynakların ithal özentisinden yerli makineye yönlendirilmesi ile büyük bir katkı sağlanacak. Devlet gerek teşvik mevzuatında, gerekse satın almalarında bu destekleri sağlarsa makine sektörü gerekli yatırımları kendiliğinden yapacak. Kendi yerel yan sanayisini yerli katma değer odaklı olarak kuracak. Ölçek ekonomilerine yaklaşırken yüksek yerli katma değerli durumunu muhafaza edecek.”



FERDİ MURAT GÜL
MAKİNE VE AKSAMLARI İHRACATÇILARI BİRLİĞİ
YÖNETİM KURULU ÜYESİ

“KALİTELİ MAKİNELERİ, REKABETÇİ FİYATLARLA ÜRETEBİLMELİYİZ”

“Türk makine sektörü 2023 yılında 100 milyar dolar hedefini koymuştur; çünkü bu hedefe ulaşabilecek seviyededir. Türk sanayisinin bu hedefi gerçekleştirebilecek gücü de, bilgisi de, becerisi de var. Her zaman bahsettiğimiz ülke içi enerji maliyetleri, vergiler, nitelikli işgücü sorunlarını bir kenara koyarsak ve bu konulardaki iyileştirmeleri cepte kabul edersek, dünyaya satılmak için dünyanın her noktasında olmamız gerekir. Dolayısıyla da makine sektörü üyelerini dünyaya açmak için ‘Satabilirim’ diyenleri oralara taşımak gerekir. Satışı yaptıktan sonra, üretim için yukarıda bahsi geçen ve zaten iyileştirileceğini düşündüğümüz sorunların halledilmesi, üretim sonrasında da sattığımız malları hızlı bir şekilde yerine ulaştırabileceğimiz altyapının sağlanması gerekir. Bahsi geçen gerekenleri bir parantez içinde toplarsak da bunların eşzamanlı olarak halledilmesi mecburidir. Özetle daha çok üretmeye devam edeceğiz. Dünyanın her köşesine gidip mallarımızı satacağız. Bütün bunları yaparken de devletimizin yardımını arkamızda hissedeceğiz ve gerekli bütün altyapı çalışmalarını eşzamanlı olarak devam ettireceğiz. Mevcut altyapı ile mevcut hacmi 1’den 10’a çıkarmak mümkün olamaz.

Öncelikle bugün itibarıyla 2023 yılındaki toplam ihracat hedefi 500 milyar dolar olan ülkemizin bu hedefi yakalamasında makine sektörünün payına bakmak gerekir. Daha sonrasında da “Biz ülke olarak neler satabiliyoruz ve neler satabiliriz?” bunları gözden geçirmek gerekir. Tabloya baktığımızda, makine sektörünün yeri ve potansiyeli ile beraber 2023 hedefindeki yeri açıkça görülecek. Dünya üzerinde üretmek, doğal kaynakları ortaya çıkarmak, var olanı iyileştirmek için yardımcı olan güç makinedir. Bugün hangi sektöre giderseniz gidin faaliyet alanlarının merkezinde makineler var ve vazgeçilmesi mümkün değil. Biz madem ki kaliteliyi rekabetçi fiyatlarda yapabildiğimizi iddia ediyoruz ve dünya üzerindeki kullanım zorunluluğunu da biliyoruz, bahsi geçen hedefte ciddi yüklenici sektörlerden biri olmamız gerektiği çok açık. Biz buna 500 milyar doların yüzde 20’si diyoruz ve çalışmalarımızı bu hedef doğrultusunda yapıyoruz. Bu hedefi koymak çok kolay değil, ulaşmak daha zor görünebilir; ancak hedefe ulaşmadaki bilgi, beceri ve insan gücü bu topraklarda faaliyet gösteren makineci ruhta mevcuttur.”



ÖZKAN AYDIN
ORTA ANADOLU İHRACATÇI BİRLİKLERİ
GENEL SEKRETERİ

“2023 İHRACATI İÇİN STRATEJİ HARİTASI, HEDEF VE ÖLÇÜTLERİ BELİRLENDİ”

“Türkiye’nin 2023 yılı için öngörülen 500 milyar dolarlık ihracat hedefine ulaşması için ‘Türkiye’nin 2023 İhracat Strateji Haritası ve Performans Programı’nın sektörel bazda yapılarak, her bir sektör için ayrı strateji haritası ve performans ölçütünün ortaya çıkarılması hedefleniyor. Bu çerçevede, 12 ana sektörden biri olarak belirlenen makine ve aksamları sektörü için hazırlanan strateji haritası ile sektörün ve alt gruplarının 2023 ihracatı ile ilgili hedef ve ölçütleri belirlendi. Bu hedefler ve ölçütler doğrultusunda eylem planlarının oluşturulması çalışmalarına devam ediliyor. 2023 yolunda Makine ve Aksamları Sektörü Strateji Haritası’nda yer alan ve tüm ölçütlere uygulanarak hazırlanacak çalışma

ile makine ve aksamları sektörünün 100 milyar dolar ihracat hedefine ulaşması planlandı. Makine ve Aksamları Sektörü Strateji Haritası ile sektörün genelinde ve alt sektörlerde istikrarlı ihracat artışının sağlanması, ölçek ekonomisine geçmiş dinamik şirketlerin artırılması, yabancı firma satın almaları ve ortaklar ile pazar paylarını ve rekabetçi gücün yükseltilmesi hedeflerine ulaşılması planlanıyor. Bu hedefler doğrultusunda üretim, pazarlama-satış, ürün geliştirme, lojistik ve hizmetler, mevzuat, insan kaynakları, bilgi altyapısı ve kurumlar arası işbirliği alanlarında planlanan eylemler ve ölçütler doğrultusunda strateji planı hayata geçirilecek.”

World of
Industry
FAZ I

EURASIA



WIN FUARLARI KAZANDIRIR

WIN - World of Industry

2 - 5 Şubat 2012

TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi, Büyükçekmece - İstanbul / Türkiye



İmalat endüstrisinin kazandıran 3 uluslararası fuarı



Organizatör



Deutsche Messe
Worldwide

Hannover-Messe
Bileşim Fuarlık A.Ş.

Tel : 0212 334 69 00
0212 324 44 43

Email : info@hf-turkey.com
info@bilesim.com.tr

- METAL WORKING (Uluslararası Makina İmalatı ve Metal İşleme Teknolojileri Fuarı)
- WELDING (Uluslararası Birleştirme, Kaynak ve Kesme Teknolojileri Fuarı)
- SURFACE TREATMENT (Uluslararası Yüzey İşleme Teknolojileri Fuarı)

www.win-fair.com



MAKİNE ALT SEKTÖRLERİNİN 2023 İHRACAT HEDEFLERİ NE KADAR?

Türk makine sanayi sektörü 2023 yılında 500 milyar dolar olarak hedeflenen toplam ihracattan yüzde 20 pay almayı ve 100 milyar dolar makine ihracatı gerçekleştirmeyi hedefliyor. Hazırlanan stratejiler ve eylem planları kapsamında faaliyete geçen sektör oyuncularının temsilcileri ise çalışmalarına hız katarak, 100 milyar dolar hedefine doğru emin adımlarla ilerliyor.

Makine Sanayii Sektör Platformu'na üye olan 28 adet dernek ve birlik bulunuyor. Bu derneklerin temsilcileriyle 2023 yılı hedefine yönelik ihracat payı ve hedefleri üzerine görüşme yaptık. "Hangi dernek, ihracat pastasının yüzde kaçlık dilimini hedefledi?"; "Kim ihracatta dev sektör haline gelmeyi planlıyor?"; "Makinenin alt sektörleri neler söylüyor?" gibi soruların yanıtlarını haber çalışmamızda bulacaksınız.



“HİDROLİK VE PNÖMATİK, TEKNOLOJİK DESTEK SAĞLAYACAK”



**MEHMET KURTÖZ
AKDER
YÖNETİM KURULU BAŞKANI**

“Türkiye makine sanayi sektörü, son 20 yılda ciddi bir transformasyon yaşadı. Çok sayıda sanayici, makine imal etmekte ve dünya pazarlarına satma çabası içinde. Belki kalite konusunda yetersizlikleri vardır; ama dünyayı tanıdıkça ve yeni nesiller devreye girdikçe Türk makine sektörünün daha başarılı çalışmalar yapabileceğine inanıyorum.

Türkiye’de ve dünyada siyasi ve ekonomik istikrar devam ettiği takdirde makine imalat sektörü 100 milyar dolar hedefine ulaşacaktır. Bu konuda devletin ön açıcı ve engelleyici olmayan yaklaşımlar uygulaması sektör adına çok önemli gelişmelerin yaşanmasına neden olacak. Hidrolik ve pnömatik sektörünün bu hedefe ulaşmakta en önemli fonksiyonu makine imalat sanayisine vereceği teknolojik destek olacaktır. Bizim sektörümüzün doğrudan ihracatı da önemlidir; ama asıl fonksiyon makine imalatçılarına vereceği teknik destek, yenilik ve müşterek Ar-Ge çalışmalarıdır.

Makine sektörü ne kadar gelişirse hidrolik pnömatik sektörü de o kadar gelişir. Makine sektörünün olmadığı yerde bizim sektörümüz de olamaz. Sektöre yetmiş teknik eleman

sağlamak için eğitim faaliyetlerine büyük önem veriyoruz. Bunun için Ulusal Akışkan Gücü Eğitim Merkezi (UAGEM) adıyla bir eğitim merkezi kurduk. Bu eğitim merkezini geliştirmek istiyoruz. Sadece Türkiye’ye değil, komşu ülkelere de hizmet verebilecek şekilde organize olmak istiyoruz. Bu çalışmalar sektörün gelişimine katkı sağlayacak.”



“AMBALAJ MAKİNECİLERİ YÜZDE 2 PAYA YAKLAŞIR”



**CEMAL AYLA
AMD
YÖNETİM KURULU BAŞKANI**

“Ambalaj makineleri üreticileri olarak, özellikle son 30 yıldır ülkemiz sanayi sektörüne katkı sağlıyoruz. Türkiye, makine imalat sektöründe hedeflediği 100 milyar dolar ihracat rakamını altyapı sorunlarını hızlı bir şekilde ele alırsa yakalayabilir. Bunun yanı sıra ithalat politikalarının da bu hedefe uygun revize edilmesi, hedefle örtüşecek şekilde güncellenmesi gerekiyor. Gümrük Birliği Anlaşması’nın da 2023 için yeniden yapılandırılması lazım. Bunun yanı sıra, ambalaj makinecileri sektöründe çalışan kişilere özellikle sektörel mesleki eğitimin verilmesi gerekiyor.

Ülkemizde yapılan bir araştırmaya göre; Türkiye’deki firmaların yüzde 88’i ara elemana ihtiyaç duyuyor. Yüzde 74’ü aradığı elemanı bulamıyor. Firmaların aradıkları ara elemanların yüzde 65’i kendilerine uygun iş olmadığını düşünüyor. Yüzde 55’i ise iş ilanları ve işletmeler konusunda yeterli bilgiye ulaşamadığını söylüyor. Araştırmaya katılan firmalar, istenilen elemanlar temin edilebilirse ara elemanlara, lisans mezunlarından daha yüksek maaş ödemeyi kabul ettiklerini ifade ediyor. Buna karşın ‘Mesleki eğitim alan ara elemanlara

düşük ücret veriliyor’ diye kişi kendi mesleğini yapmıyor. Hedeflenen 100 milyar dolar için öncelikle bu tür basit; ama yolu tıkayan eksikliklerimizi gidermeliyiz. Mesleki eğitim, üretim aşamasında yaşanan sorunlar, teknoloji ve Ar-Ge sorunları, ihracatta işi kotarma ve sonrasında yaşanan sorunlar gibi sektörün başlıca problemlerinin acilen yeniden yapılandırılarak çözülmesi gerekiyor. İyi niyetle umuyorum ki makine sektörü, 100’de 100 hedefine ulaşacak. En azından ambalaj makineleri sektöründe ikinci el makine girişinin yolu kapanırsa, bu hedefin gerçekleşmesine katkı sağlayabiliriz. Makine ithalatı ve ihracatı konusunda belli bir standart yakalanırsa makine sektörünün sıçrama yapacağına inanıyorum. Tüm makine sektörü içinde ambalaj makinecileri üreticileri olarak yüzde 2 gibi bir ihracat payına ulaşırsak, büyük bir başarı elde ederiz.”



“ARAÇ ÜSTÜ EKİPMAN SEKTÖRÜ OLARAK 100'DE 100 HEDEFİNE KİLİTLENDİK”



BURHAN FIRAT
ARÜSDER
YÖNETİM KURULU BAŞKANI

“Sanayi üretimini oluşturan sektörlerin en önemlilerinden birisi makine sektörüdür. Hatta genel anlamda devletin gelişimini, üretim gücünü belirlemek için temel alınan konuların başında gelir. Türkiye makine sektörü istenilen noktada olmasa da son yıllarda Makine İhracatçıları Birliği ve Makine Tanıtım Grubu'nun önemli çalışmalarıyla gelişim hızlandı. Sadece birkaç sektörü değil, tüm makine sektörünü kapsayan bu çalışmalar, maddi destek ve teşvik planlamalarıyla kendini gösterdi. Makine sektörünün gelişimini hızlandırmak için yapılan çalışmaların uzun vadede olumlu sonuçlar vereceğine inanıyoruz. Belirlenen üretim standartlarını firmalarımızın büyük çoğunluğu yakaladığı takdirde, istenilen noktaya ulaşma konusunda çok büyük bir yol kat edilmiş olacak. Türkiye makine sektörünün 2023 yılı için belirlenen ihracat hedefine ulaşması için ortaya konan eylem planlarını da olumlu buluyoruz. Araç Üstü Ekipman Üreticileri Derneği (ARÜSDER) olarak sektörün ilerleyişine yönelik, firmalardan aldığımız bilgiler ışığında rapor oluşturduk. Türkiye'yi ihracatçı bir ülke konumuna getirmek için ortaya konan eylem planları son derece önemli çalışmaları içeriyor. Türkiye makine sektörünün 100'de 100 hedefine ulaşması için elbette bu çalışmalar kâğıt üzerinde bir 'plan' olarak kalmamalı. Yıllara göre belirlenen hedefler, hedeflendiği yıla kadar kesinlikle gerçekleştirilmeli. Bu eylem planları icraata döküldüğünde 2023 yılı için hedeflenen noktaya ulaşmamız kaçınılmaz olacak. Biz araç üstü ekipman sektörü olarak 100'de 100

hedefi doğrultusunda stratejimizi belirledik. Öncelikle üretimlerin geliştirilmesine yönelik adımlar atılmalı. Bu adımlar arasında yer alan en önemli konu ise her firmanın kalite ve Ar-Ge departmanlarının kurulmasıdır. Firmalarımızın kalite yönetim sistemlerinin aktif halde ve en üst düzeyde çalışması gerekiyor. Ayrıca firmaların teknoloji geliştirebilmeleri adına çeşitli destekler sağlanmalı ve nitelikli işgücü oluşturulmalıdır.

Araç üstü ekipman sektöründe; 2010 yılının ilk altı ayında 137 milyon TL, toplamında ise 356 milyon TL'lik ihracat gerçekleşti. 2011 yılının ilk altı ayında ise 200 milyon TL'lik ihracat gerçekleşti. İki yılın ilk altı ayı karşılaştırıldığında, ihracatta yüzde 45'lik bir büyüme tespit ediyoruz. Toplam yıla bakıldığında, yılın 2.yarisındaki ihracat oranı düşüyor. Türkiye'nin, üretim üssü olması için yaptığımız çalışmaların, 100 milyar dolarlık hedefimizin çok önemli bir parçası olduğuna inanıyoruz.”

“ANADOLU ASANSÖRÇÜLERİ 700 MİLYON DOLAR HEDEFLİYOR”



HAKAN BAŞKARAĞAÇ
ANASDER
YÖNETİM KURULU BAŞKANI

“Türk makine sektörü son yıllarda gelişim göstererek ihracat konusunda atağa kalktı. Biz Anadolu Asansörçüler Derneği olarak 2023 yılı hedefine tam destek sağlamak arzusundayız. Kurulduğumuzdan bu yana, Türk makine sanayisinin ihracat pastasındaki payı artırmak için katkı sunuyoruz. Hedefimizde ilerlemeye devam ediyoruz. Türk makine sektörünün gelişimini, bu seviyeye ulaşmasını ve hızlı bir şekilde gelişimini gururla karşılıyoruz. Türk makine sektörünün 2023 yılında 100'de 100 hedefini yakalaması çok büyük bir başarı olacak. Ancak bunun için birtakım eksikliklerimizi gidermemiz gerekiyor. Öncelikle eğitime yatırım yapılmalı. Ara eleman konusunda yaşanan sorunlar çözümlerse bu doğrultuda hedefe ulaşabilmemiz için herhangi bir engelimiz ol-

maz. 100 milyar dolarlık toplam ihracat hedefine asansör makinecileri olarak, 700 milyon dolarlık katkı sağlamayı planlıyoruz. Sektör olarak 2023 hedefimiz Avrupa, Asya ve Ortadoğu ülkelerinde Türk asansör firmalarının etkin bir rol oynamasını sağlamaktır.”



“MAKİNE SEKTÖRÜNÜN HEDEFİNE 1.5 MİLYAR DOLAR İHRACATLA KATKI SUNACAĞIZ”



N. MUSTAFA TECDELİOĞLU
BESİAD
YÖNETİM KURULU BAŞKANI

“Ülkemiz makine imalat sektörü son 10 yılda hızla büyüyor ve bu büyümesi yerli kullanıcıya da, yurt dışındaki firmalara da güven veriyor. Ama her sektörde olduğu gibi firmaların finansman sıkıntıları, ürünlerini uzun vadeli satamamaları ve nitelikli eleman sıkıntıları en büyük sorunlar olarak sektörün önünde duruyor. Dolayısıyla bu durum çok daha hızlı büyümesine engel oluyor.

Türk makine sektörü olarak 2023 yılı hedefimize çok daha erken bir zamanda varacağımızı düşünüyorum. Gözlerinizi kapatıp Ankara’ya merkez alın. Bin kilometrelik yarıçapı olan bir çember çizin. Yakın ve uzak komşularımızın ihtiyaçlarıyla buldukları sanayideki durumlarını düşünün. Türkiye’nin bölgesindeki önemini anladığınızda 2023 hedefinin hiç de hayal olmadığını göreceksiniz. Ülkemizin biraz önce çerçevesini çizdiğimiz coğrafyadaki durumuna bakarsanız; parlayan yıldızını görebilirsiniz. Bağlantı elemanları sektörü olarak dünyanın

makine üretirken en fazla ihtiyaç duyduğu yedek parçalardan birini üretiyoruz. Şayet ihracat rakamlarımızda çok kötü bir durum yaşanmazsa; en iyimser tahminle 300 milyon dolar civarında olan ihracat miktarımızı 1.2-1.5 milyar dolara taşımayı hedeflediğimizi söyleyebilirim.”



“İŞ MAKİNELERİ SEKTÖRÜNÜN İHRACAT HEDEFİ 10 MİLYAR DOLAR”



CÜNEYT DİVRİŞ
İMDER
YÖNETİM KURULU BAŞKANI

“Başta Avrupa olmak üzere Kuzey Afrika, Türk Cumhuriyetler, Ortadoğu, Rusya, Güney Amerika ve Orta Afrika dahil toplam 127 ülkeye ihracat gerçekleştiriyoruz. İş makineleri sektörümüzün önümüzdeki 12 yıl içinde Türkiye’de çok daha büyük bir pazar haline geleceğini düşünüyorum. 2010 yılında yurt içi satış adetlerinde yüzde 93’lük bir artış sergileyerek bir dünya rekoru kırdık. İş makineleri sektörü, Türkiye’de 2023 yılına kadar gerçekleştirilecek 1 trilyon dolarlık alt ve üst yapı çalışmalarına odaklandı.

Türk iş makineleri, Türkiye pazarına 45 kalem ürün satıyor. Geçen yılki satış rakamlarımız 7 bin 700 adet idi. Bu yılı ise 10 bin adetlik bir satış rakamı ile kapatacağımızı düşünüyoruz. 2014 yılında ise bu rakam 19 bin adedi bulacak. 12 yılda sadece ulaştırma sektörüne 368 milyar dolarlık yatırım planlanıyor. Bunun yanı sıra aynı süre içerisinde 400 milyar dolarlık enerji yatırımı, 2. Boğaz Projesi, 20 bin kilometre duble yol, 5 bin kilometre uzunluğunda 12 yeni otoban çalışmaları var. Ayrıca dünyanın en büyük 10 yeni limanı, köprü inşaatları, 35 ilde doğalgaz hattı, 14 bin kilometre tren yolu, beş ayrı bölgede hızlı tren projesi, beş büyük su yolu, 100 adet baraj, GAP, DAP, KAP projeleri, 500 bin adet yeni konut inşaatı, 50 şehirde büyük alt ve üst yapı inşaatları, İstanbul, Çanakkale ve İzmir’de boğaz köprüleri, iki tüp ge-

çit ve yeni havaalanı projeleri söz konusu. İşte tüm bunları topladığınızda iş makineleri sektörünü 1 trilyon dolarlık Türkiye pazarı bekliyor. Yapacak çok işimiz var. Avrupa’nın en büyük beşinci sektörüyüz. Beş milyar dolar ticaret hacmine sahibiz. Üç milyar dolar da ithalatımız var. 2010 yılında ithalat rakamımız 2.4 milyar dolar idi. İhracatımız ise geçen yıl 900 milyon dolar gerçekleşirken bu yıl ise 1.2 milyar dolar oldu. Sektörümüz hızlı bir büyüme sergiliyor. 2011 yılında ihracatta 1 milyar 200 milyon dolar seviyesine ulaşacağımızı tahmin ediyoruz. Hızlı gelişen ihracatımızın 2014 yılında 3 milyar dolara, 2023 yılında ise 10 milyar dolara ulaşmasını hedefliyoruz. İhracat yaptığımız ülke sayısını da 127’den 160’a çıkaracağız.”



“İSTİF MAKİNELERİ SEKTÖRÜNÜN HEDEFİ 2 MİLYAR DOLAR”



RIZANUR MERAL
İSDER
YÖNETİM KURULU BAŞKANI

“İSDER forklift, vinç, raf ve depo ekipmanı mobil personel yükseltici platformlar, konveyörler, intra lojistik üreten firmaları kapsıyor. 2010-2011 yılı 8 aylık döneminde sektörümüzde yüzde 24 büyüme gerçekleşti. 5 bin 680 adetli rakamlara ulaştığımızı görüyoruz.

Türkiye, Avrupa'nın en güçlü 6. ekonomisi ve dünyanın da en güçlü 16. ekonomisine sahip. 2011 yılı ikinci çeyreğinde büyüme rakamımız yüzde 8,8. Geçen yıl ekonomimiz yüzde 8,9 büyüdü. 2012 yılında ise büyüme tahmini yüzde 5. 2013 yılı için yüzde 4,5 büyüme bekleniyor. Bu rakamlar vesilesiyle Türkiye'nin önünün açık olduğunu görebiliyoruz. Sektörümüz de bu gelişmelerin farkında.

Endüstriyel sahalardaki yeni yatırımlarda, istif makineleri kullanım ihtiyacının artacak olması, istif makineleri sektöründe büyümenin süreceği anlamını taşıyor. Bu doğrultuda belirlenen 2023 yılı hedefinin yakalanacağını düşünüyorum.

İstif makineleri sektörü 2010 yılını 157 milyon dolarlık satış rakamı ile kapattı. Avrupa'nın en büyük 10'uncu sektörü konumundayız. 2010 yılında 1 milyar dolarlık ticaret hacmine ulaştık.

2011 yılında 1,2 milyar dolara ulaşmayı hedefliyoruz. Sektörümüz hızlı bir büyüme sergiliyor. İstif makineleri sektöründe 400 civarı firma faaliyet gösteriyor. 2011 yılında sektörümüzde 6 bin kişi istihdam edildi. Türk ekonomisi büyüdükçe, biz de aynı oranda bu büyümeye katkı sağlayacağız.

Tüm iş makineleri sektöründe 2023 ihracat hedefi genel beklenti, şu an 10 milyar dolar. İstif makineleri sektörünün bu süreçteki hedefi ise 2 milyar dolar. Dünya forklift pazarında 2010 yılında yüzde 45 büyüme gerçekleşti. 2011 yılında ise Türkiye yüzde 55, Asya yüzde 60, Çin yüzde 75, Avrupa yüzde 30, Doğu Avrupa yüzde 130, Batı Avrupa yüzde 23, ABD yüzde 30 büyüme kaydetti.”

“İKLİMLENDİRME SEKTÖRÜNÜN HEDEFİ 20 MİLYAR DOLAR”



LEVENT AYDIN
İSKİD
YÖNETİM KURULU BAŞKANI

“Türkiye ekonomisi son yıllarda önemli bir gelişim içine girdi. Türkiye'nin üzerinde önemle durduğu konulardan biri 2023 hedefleri. Bugüne kadar bu denli uzun vadeli plan yapılmadı. Bu, bir ilk olarak değerlendirilebilir. Devletin, Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin, şirketlerin, sivil toplum kuruluşlarının, üniversitelerin birbiriyle bütünleşerek organize bir şekilde çalışma yapması da bu denli güçlü olmadı. Bu anlamda da bir ilki yaşıyoruz.

Türkiye iklimlendirme, soğutma ve klima sektörü; ülke ekonomisine daha fazla katkı sağlamaya hazır. İklimlendirme sektörü olarak başarılı ve güvenilir bir sektördür. Dolayısıyla önümüzdeki dönemde ciddi gelişmeler olacağına inanıyoruz. Türkiye iklimlendirme sektörü, bu anlamda 2023 hedefine de, ülke ekonomisine de daha fazla katkı sağlamaya hazır. Şu anda Türkiye'nin ihracat açısından en büyük potansiyele sahip sektörü makine sektörüdür. Otomotiv, turizm, inşaat, tekstil gibi dev sektörlerimiz var. Ancak hepsinin önünde, en fazla ihracat gerçekleştiren sektör konumunda makine sektörü yer alıyor. Makine sektörü içinde de, yaklaşık 2 milyar dolar ihracat rakamıyla

bizim sektörümüz birinci sırada bulunuyor. Yani makinenin en büyük alt sektörünün iklimlendirme, soğutma, klima sektörü olduğunu söyleyebiliriz. 2023 için belirlenen 500 milyar dolarlık ihracat hedefi içinde 100 milyar dolar makine sektörü hedefi varken, iklimlendirme sektörünün hedefi ise 20 milyar dolar.

Türk firmalarının pazar genişletme ve benzeri amaçlar ile yurt dışından kendi alanlarında birleşme ve firma satın alma girişimlerinde devlet destekleri oluşturulmalı. Sektörün insan kaynağı ihtiyacını yakından takip edecek bir mekanizma kurulmalı. İklimlendirme sistemlerindeki ürünlerde yapılacak her iyileştirme, üretici firmanın küresel alanda rekabetçiliğini artıracaktır.”



“KAZAN VE BASINÇLI KAP İMALATÇILARI 8 MİLYAR DOLAR KATKI SAĞLAYACAK”



AHMET İLHAN
KBSB
YÖNETİM KURULU ÜYESİ

“Ülke olarak makine sektöründe geç kalınmış bir gelişmeyi yaşıyoruz. Bu son yılların gecikmesi de kısa bir sürede telafi edilemiyor. Ancak son birkaç yıldır çok başarılı bir ivme yakaladık. En önemli gelişme zihinlerde olanıdır. Artık insanlarımız yerli firmalara daha çok güveniyor. İnsanlarımız özgüven açısından iyi bir noktaya geldi. ‘Biz en iyisini yapabiliriz’ inancı gittikçe yayılıyor. Gelişimimizin en önemli gerekçesi budur. Makine sektörümüz 2023 hedefinin gerçekleşecek bir hedef olduğunu düşünüyorum. Bunun için son 10 yıllık gelişme verilerinin 2023’e kadar sürdürülmesi yeterli. Hedef gözümüzde büyüse de; nereden geldiğimize bakmak yeterli olur. Ülkemizin en öncelikli ekonomik gündemi cari açığın azaltılması. Ülke olarak bağımsızlık mücadelemizin ekonomik boyutunu bu günlere kadar erteledik. Bu hedefi başarmak zorundayız; gerekli her türlü altyapı ve donanıma sahibiz. Bizler makine sektör temsilcileri ve KBSB camiası olarak bu hedefe odaklandık.

100 milyar dolarlık makine sektörü ihracatına, kazan ve basınçlı kap imalatçıları olarak 8 milyar dolarlık bir katkı sağlamayı hedefliyoruz. Kazan ve basınçlı kap sektörü ülkemizde çok ihmal

edilmiş ve kötü yönetilmiş bir sektör. Pazarda yabancı firmalar hak ettiklerinden çok fazla pay alıyorlar. Özellikle ülkemizin doğalgaza bu denli bağımlı hale gelmesinin yanlış olduğunu düşünüyorum. Doğalgaz ile birlikte, ısınmadaki ferdeleşmenin önünün açılması sektörümüz açısından olumsuz sonuçlar getirdi.

Kazan ve basınçlı kap sektörü olarak 2023 yılında 8 milyar dolar ihracatı hedefliyoruz. Bu hedefi gerçekleştirmek için olağanüstü bir gayret ve kamu bürokrasisinin teşvik edici liderliğinin gerekli olduğunu düşünüyorum. Biz bu mücadeleye başladık. Basınçlı kap imalat sektör mensupları olarak enerji sektöründeki yatırımlardan daha fazla pay almamız gerekiyor. Batı Avrupa ve Amerika’da endüstri kazanı yapılamaz hale geldi. Bu firmalar Uzakdoğu’ya iş yaptırıp onlarla rekabet edilmeyeceğini anladı. Batı menşeli firmalar ile işbirliği yapıp, bölgemiz endüstrisinde iyi imalatçılar olabiliriz. Kendimize, ülkemize ve halkımıza güvenmeliyiz.”



“TAKIM TEZGAHLARI SEKTÖRÜ 10 MİLYAR DOLARI YAKALAYABİLİR”



YUSUF ÖKSÜZÖMER
MİB
YÖNETİM KURULU BAŞKANI

“Yeniliklere hızlı intibakı ve dış pazarlara açılmadaki agresif yapısı dolayısıyla makine sektörümüzün gelişiminin daha da artarak süreceğine inancım tam. Dünya sıralamasında imalat ve ihracatta 16. sırada olmak; Avrupa’da ise imalatta 6., ihracatta 7. sırada olmak sektörün ulaştığı noktayı gösteriyor.

Makine sektörümüzün 2023 yılındaki 100 milyar dolar hedefini tutturacağını düşünüyorum. Kıyaslama yapacak olursak 1999 yılında ihracat 700 milyon dolardan azdı. 12 yıl içerisinde katlamalı olarak yükseldi ve 10 milyar doları aştı. Basit mantıkla bu aritmetik ortalamanın süreceğini düşünürsek hedefin tutturulması mümkün görünüyor. Fakat işin gerçeklerini ortaya koymamız gerekirse, firmalarımız Ar-Ge ve inovasyona dayalı üretim yaparak kendilerini geliştirmeleri şart. Katma değeri yüksek ürünler kategorisinde üretim yapmak, öncelikli hedef olmalı. Ekonomi Bakanlığımızın son yıllarda başlattığı dış tanıtım atağı ve ülkelerarası yapılan ikili serbest ticaret anlaşmalarının hedefe ulaşmakta makine üreticisinin işini kolaylaştıracağı açık. Makine İmalatçıları Birliği üyeleri mevcut durumda ülkede yapılan üretim ve ihracatın yüzde 50’sinden fazlasını

gerçekleştiriyor. Mevcut durumu korumamız halinde bizim payımıza 50 milyar dolar düşüyor. Bu rakamı yakalayabilmek için üyelerimizin üretim modellerini ve kapasitelerini yenilemeleri gerekiyor. Ölçek ekonomisi kuralları çerçevesinde üretim ve ihracat yaparak bu hedefe ulaşılabilir. MİB olarak toplam hedefin minimum yüzde 35’lik kısmını gerçekleştirebileceğimizi düşünüyorum. Sadece takım tezgahları sektörü açısından konuya yaklaşırsak 2023’te 10 ile 15 milyar arasında bir rakamı yakalayabileceğimize inanıyorum. Makine İmalatçıları Birliği olarak 2023 hedeflerine ulaşılması yolunda üyelerimizin ve sektörün tanıtımını uluslararası fuarlarda yapıyoruz. Bunun en son örneğini 19-24 Eylül 2011 tarihleri arasında Almanya Hannover’de düzenlenen ve dünyanın en önemli takım tezgahı fuarı olan EMO Hannover’de OAİB ve Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ile birlikte yapmış olduğumuz işbirliği gösteriyor.”



POMPA VANA SEKTÖRÜNÜN 2023 İHRACAT HEDEFİ 6 MİLYAR DOLAR



KUTLU KARAVELİOĞLU
POMSA
ÖNCEKİ BAŞKANI

Dünya ihracatı toplam 15 trilyon dolardır. Bu rakamın en büyük kalemi inşaatçı çıkışlarıyla dünyayı allak bullak eden, spekülasyonuna açık petroldür. Kimi yıllarda 2 trilyon dolar, kimi yıllarda ise 1,5 trilyon dolar seviyelerinde ihracat hacmine sahiptir. Petrolün ardından dünyanın ikinci büyük ihracat kalemi mütevacı, istikralı, en geniş tabana oturan, istihdamı en yüksek sektör makinedir. 1,9 trilyon dolar ihracat rakamı ile makine sektörü hem petrol kadar büyük bir değere sahip, hem de petrol üretiminden çok daha stratejik ve de teknolojik. Pompa ve vanaları da içine alan makine sektörü aynı zamanda uçsuz bucaksız bir pazara sahiptir. Dünyadaki gelişmiş ülkelere baktığımızda, küresel kriz öncesinde yani 2003-2008 yılları arasında makine ihracatı ile büyüdüklerini görürüz. Bu yıllar arasında Çin 130 milyar dolarla makine ihracatını 3,2'ye, Almanya 120 milyar dolarla 2'ye, ABD 43 milyar dolarla 1,6'ya, Japonya 90 milyar dolarla 1,6'ya ve İtalya 60 milyar dolarla 1,9'a kattı. Türkiye 10 milyar dolar makine ihracatı, 22 milyar dolar ithalatı ile bu ülkelerin hepsinden daha hızlı ilerledi. 2008'de birinciliğe yerleşen Çin'den daha hızlı olarak tam 3,5 kat ihracatını arttırdı. Yani makine sektörümüzün beş yıllık ortalama artışı yüzde 29 düzeyinde oldu. Bu artış devam ettiği takdirde 100 milyar dolar makine ihracat hedefi fevkalade mantıklıdır.

Bugün bütün büyük makine imalatçıların büyük pompa ve vana imalatçıları olduğu biliniyor. Çin'in pompa vana ihracatı toplam makine ihracatı içinde yüzde 4,4 pay alırken bu oran Almanya'da yüzde 8,5 ve ABD'de yüzde 8

düzeyindedir. Türkiye ise pompa vana sektörü de toplam makine ihracatı içinde yüzde 6 civarında pay almaktadır. Bu oran gelecek yıllarda katma değeri ve birim fiyatı yüksek, daha teknolojik üretime dönüşerek gelişecektir. 100 milyar dolar ihracat hedefinden pompa vana sektörü günümüzdeki yüzde 6'lık payını aldığı zaten 6 milyar dolar ihracata ulaşacaktır. Pompa ve vana sektörünün dünya üzerindeki pazar büyüklüğü 60 milyar dolar düzeyindedir. Pazarın yıllık büyüme hızı ise yüzde 2 oranında. Yani 2023 yılında pazar büyüklüğü 76 milyar dolar olacak. Bizler bu küresel pazarın yaklaşık yüzde 60'ına daha el atmadık bile. Bu toplam değerden Türkiye'nin yüzde 7 pay alması durumunda ihracatımızın 6 milyar dolara ulaşması zor değil. Bugünkü rakamlar ihracat hedefine ulaşabileceğimizi gösteriyor. 2006'da 340 milyon dolar olan ihracatımızı; krize rağmen 2010 yılında 600 milyon dolara yükselttik. Dört yılda ortalama yıllık yüzde 16 ihracat artışı sağladık. 2009-2010 döneminde ise bu artış yüzde 30'dur. Doğru pazarlara, sektörler ve ürün çeşitlerine yönelirsek bu rakamlar daha da yukarıya çıkacaktır. Türk pompa ve vana sektörünün imajını güçlendirmek, en önemli görevimiz olmalıdır. Çünkü rakiplerimizden kalite yönünden hiçbir farkımız yok. Sadece imaj konusunda sıkıntılarımız var. Onlar bizimle aynı kalitedeki malı iki katı fiyata rahatlıkla satabiliyorlar. Bunu aşabilirsek sektör ihracatımızı bir anda iki katına çıkarabiliriz. Ayrıca küresel pazarın iç pazarın tam 100 katı olduğunu da unutmamalıyız.

"TARIM MAKİNELERİ İHRACATI 2023 YILINDA 3,5 MİLYAR DOLAR SEVİYESİNE ULAŞACAK"



MUSTAFA AYAR
TARMAKBİR
YÖNETİM KURULU BAŞKANI

"Türkiye makine sektörünün gelişimi aslında iyi; ama başlangıç noktamız çok gerilerde. Bu sebeple, dünya makine pazarında iyi bir konumda değiliz. 2010 yılında yaklaşık yüzde 14'lük bir artışla 10 milyar dolarlık makine ihracatımız söz konusu oldu. Türkiye olarak senelik yüzde 15 artışı gerçekleştirsek bile 2023 yılında 60 milyar dolar seviyesine zaten erişiyoruz. Biraz daha gayret göstererek, senelik yüzde 20 artış gerçekleştirdiğimiz takdirde 100 milyar dolar seviyesi rahatlıkla aşılabılır. Tabii bunun için iki kesime de yani imalatçılara ve devlete bazı görevler düşüyor. İmalatçıların daha fazla kaliteyi ve inovasyonu ön planda tutması şart.

Devletin fuar teşviklerinden, enerji maliyetlerine birçok konuda ihracatçının sıkıntılarını daha fazla ve hızlı bir şekilde çözüm bulması gerekiyor. Makine ve Aksamları İhracatçıları Birliği iştigal alanındaki makine sektörünün 2010 yılı ihracatı 6,4 milyar dolar. En fazla ihracat gerçekleştiren mal grupları içinde tarım makineleri grubu altıncı sırada yer alıyor. Amacımız bu kapsamda daha üst sıralarda yer almak. Sektör ihracatımız eğer kısa vadede 1 milyar dolara ulaşırsa 2023 yılında 3,5 milyar dolar seviyelerine çıkmamız beklenebilir.



“ASANSÖR İHRACATIMIZ YÜZDE 20 ARTARAK 2023’TE 500 MİLYON DOLARA ULAŞACAK”



ABDURRAHMAN AKSÖZ
TASİAD
YÖNETİM KURULU BAŞKANI

“Türkiye, makine sektörünün gelişimi ile ilgili oldukça yol kat etti; fakat bu yeterli değil. Hükümetin bu konuda teşviklerini artırması ve böylelikle bizim de hızlı bir şekilde üretim potansiyelimizi yükseltmemiz gerekiyor. 2023 yılında 100 milyar dolar ihracat hedefine ulaşmak için yatırım desteklerinin hızlı bir şekilde yapılması gerekiyor. ‘Asansör sektörünün mevcut verilerinden yola çıkarak 100’de 100 hedefine ne kadar katkı sağlayabiliriz?’ Bunu şöyle değerlendirmek gerekir: Birleşmiş Milletler (BM) İstatistik Bölümü verilerine göre; dünyada 2008 yılında 5,5 milyar dolar olan asansör ihracatı yüzde 20 oranında azalarak 2009 yılında 4,3 milyar dolara geriledi. Buradaki gerilemede 2009 yılındaki global krizin etkileri büyük. Türkiye’nin asansör sektörü ihracatı 2009 yılında 73 milyon dolar olarak gerçekleşti. 2010 yılında sektör ihracatı yüzde 17 oranında artarak 85,6 milyon dolar seviyesine yükseldi. 2009 yılında Türkiye’nin asansör ihracatı yaptığı ülkeler arasında İran 16,7 milyon dolar ile birinci sırada yer aldı. İran’ı 7,8 milyon dolar ile Suudi Arabistan ve 6,9 milyon dolar ile Irak takip etti. Gürcistan ve Libya, en fazla ihra-

cat gerçekleştirilen ilk 10 ülke arasında en çok ihracat artışı kaydedilen ülkelerdir. Türkiye’nin endüstriyel asansör sektörü ihracatı gerçekleştirdiği ilk 10 ülke arasında ihracatımızda düşüş yaşanan ülke bulunmuyor. Bu verilerden 2023 yılı hedeflerine gidilen yolda önümüze aşamayacağımız büyük engeller çıkmaz ise sektörün ihracat rakamları her yıl ortalama yüzde 20 artarak ilk 10 sektör arasına girecek ve 500 milyon doları aşan bir katkı sağlayacak.”



“TIBBİ CİHAZ ÜRETİCİLERİ OLARAK HEDEFİMİZ 1 MİLYAR DOLAR”



KEMAL YAZ
TÜMDEF
YÖNETİM KURULU BAŞKANI

“Ülke çapında yaygınlaşan tıbbi cihaz derneklerinin gerek mekânsal, gerekse örgütsel anlamda dağınık bir yapıda faaliyet göstermeleri, sektörün ülke çapındaki menfaatlerini korumakta yetersiz kalmalarına sebep oldu. Reel ihtiyaçların bir sonucu olarak farklı bölgelerde örgütlenmiş olan sektörel dernekleri örgütsel planda bir araya getirecek bir üst kuruluşun oluşturulması fikri, çeşitli toplantılarda bir araya gelen sektör temsilcileri arasında yeşermeye başladı. 2003 yılı içerisinde tıbbi cihaz sektöründe faaliyet gösteren ülke çapında yayılmış derneklerin katılımıyla gerçekleştirilen toplantıda bir “üst çatı” oluşturulması fikri, ülke çapında faaliyet gösterecek bir “federasyon” kurulması şeklinde gerçekleşti. Tıbbi cihaz sektöründe faaliyet gösteren ülke çapında örgütlenmiş dokuz kurucu derneğin katılımı ile federasyon tüzüğü hazırlandı. Nihayetinde TÜMDEF olarak kurulduğumuz 2004 yılından bu yana tıbbi cihaz sektörünün en büyük sivil toplum kuruluşu olduk. TÜMDEF’e bağlı 16 üye dernek ve bu derneklere üye 1.500’ün üzerindeki sektörel firma bulunuyor. 2011 yılı sonu tıbbi cihaz ve tedarik ihracatı-

mız, 300 milyon dolara yaklaştı. 2023 yılında 1 milyar dolar olacağını öngörüyoruz. Sektörle planlı çalışmalar yaparak ihracat açılımını daha fazla geliştireceğimize ve bu doğrultuda ilerleyen dönemde daha net ve kesin bilgilere ulaşabileceğimizi düşünüyorum. Tüm Tıbbi Cihaz ve Tedarikçi Dernekleri Federasyonu olarak özellikle yerli üretimin artırılmasını hedefliyoruz. Devlet tarafından yerli üretimin desteklenmesi gerektiğini düşünüyoruz. TÜMDEF olarak, yerli üretimi yüzde 100 destekliyoruz ve bu bizim yol haritamızı oluşturuyor. Türkiye makine sektörünün gelişimini TÜMDEF olarak başarılı buluyoruz. Tıkrık Tıkrık kampanyaları gibi gerçekleştirilen projelerin çok yerinde olduğunu düşünüyoruz. Bu gibi projelerin karşılığı sektöre olumlu olarak yansıyor. Türkiye makine sektörünün 2023 yılında 100’de 100 hedefine ulaşabileceğine inanıyoruz.”



AMBALAJ MAKİNECİLERİ DERNEĞİ BÜYÜME YOLUNDA İLERLİYOR

Hayatımızın her noktasında karşımıza çıkan ambalaj; Türk makine sanayisinde önemli bir sektör olma yolunda ilerlemeye devam ediyor. Makine Sanayii Sektör Platformu çatısı altında gerçekleştirdiğimiz 'MSSP Focus' başlıklı röportajımızda, bu ay Ambalaj Makinecileri Derneği'ni (AMD) ziyaret ettik. AMD Yönetim Kurulu Başkanı Cemal Ayla ve TAMTAŞ Makina Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Taş ile görüştük.

Ambalaj sanayisinin ülkemizdeki tarihsel gelişiminden bahsedebilir misiniz?

Cemal Ayla: Ambalaj hayatın her noktasında bulunuyor. Bugüne kadar kullandığımız her şey ya birincil ya da ikincil ambalaja giriyor ve bu şekilde saklanıyor. Doğumda bebek bezi ile başlayan süreçte çocuğun bebek mamasından, yetişkinin kullandığı tüketim ve dayanıklı ürün malzemelerine (beslenme, korunma, barınma gibi) tüm ihtiyaçlarda karşımıza çıkıyor. Üreticiden üretime, toptandan dağıtıma, dağıtımdan perakende ve nihai tüketiciye kadar ürünler ambalajlı olarak kullanılıyor.

Ambalajın Türkiye'deki tarihine bakarsak; gayrisafi milli hasıla arttıkça ambalaja verilen önemin de arttığını görüyoruz.

Çalışan nüfusun artmasıyla, tüketim toplumuna geçişle beraber ambalajın kullanılması yaygınlaşıyor. Kayıt dışının azalması (pazarda açıkta satılan, toptanda büyük birincil veya ikincil paketten açılıp parça parça dökme satılan ürünlerin market rafına girmesi) ambalaj sektörü ürünlerinin çeşitlilik kazanmasını sağlıyor. Ambalaj, sektör olarak çok geniş bir skalaya sahiptir. Ambalaj en kısa tanımıyla, için dışıdır. Ambalaj makinesi ise iç ile dışı buluşturan operasyonları gerçekleştirir. Bir endüstri ürünü olan ambalaj, yatırım ve ara malların; dayanıklı, dayanıksız tüketim mallarının üretimden kullanıma her aşamada hayatımıza girmesinin temel aracıdır. Tarih boyunca ekonominin, uluslararası ticaretin, ülke içinde mal hareket-

lerinin, şehirleşmenin, marketleşmenin, alışverişin gelişiminde odak noktası oldu. Özellikle dayanıksız tüketim mallarının üretimi, satışı ve dağıtımındaki gelişmelerin her aşamasında ambalaj devreye giriyor. Ambalaj makinesi, herhangi bir ürünü tüketici ya da ara kullanıcı için hazır ambalaj veya ambalaj malzemelerinden imal edilmiş, şekillendirilmiş kap içine dolduran, yerleştiren, koruyucu herhangi bir ambalaj malzemesi ile saran, kapağını kapatan, etiketleyen koliye yerleştiren, koruyucu film ile saran benzer birincil veya ikincil ambalajlama operasyonu gerçekleştiren makinelerdir. Ambalajlama işlemi sırasında uygulanan işleme göre ürün gruplanır, gramajlanır. Kullanıcının tercihine göre ayarlanmış seçeneklerde





satışa hazırlanır. Ürünün depolanabilmesi, taşınabilmesi için gerekli operasyonları uygular. Gerçekleştirilen işlemle ambalajlanan ürün tüm kimyasal veya fiziksel dış etkenlerden korunur, raf ömrü uzatılır, üretim/son tüketim tarihi, içeriği, kaynağı, üreticisi gibi informatik bilgilerin kullanıcıya gösterilmesini sağlayacak işlemleri yapar. Söz konusu ürünün içeriği, üreticisi hakkında bilgileri vererek tüketiciye güvence duyacağı formatı yaratmak ambalaj makinesinin işidir. Perakende piyasasında ürünlerin farklı ambalaj materyallerinin kullanılarak albeni içinde sergilenebilmesini, tüketicilerde marka bilincinin yaratılmasını sağlayacak işlemleri yapmak ambalaj makinesinin gerçekleştirdiği görevlerden bazılarıdır. Genel olarak bakıldığında, Cumhuriyet kurulduğundan bu yana ambalaj var. Ancak son yıllarda ambalaj kullanımının yaygınlaştığı, ki bu daha da hızlanacak, büyük perakende şirketleriyle beraber marketler, süpermarketler ve hipermarketlerle ambalaj sektörünün çok daha yukarı taşınacağını düşünüyorum.

Hikmet Taş: Dünya kurulduğundan bu yana insanlar bir şeylere ihtiyaç duydular. Zaman içerisinde yaşamlarını sürdürmek için gerekli olan eşyaların dışında da

bazı şeylere ihtiyaç duyuldu. Bu nedenle kendi ürettikleri ürünlerin yanı sıra başkalarının ürettiği eşyaları da satın almaya başladılar. Böylelikle ambalaj mefhumu ortaya çıktı.

Ülkemizde de insanlar öncelikle kendi ürettiklerini kullandılar. Zaman içerisinde insanların ihtiyaçları çeşitlenince, başkalarının ürettiğini de yemeye ve giymeye ihtiyaç edindiler. Ambalajın kullanımıyla beraber bu işin ticareti gelişti. Ağırlıklı olarak önce iç ticaret yoğunlaştı. Sektör uluslararası boyut kazanınca, ambalajın şekli ve bir yerden bir yere nakillerdeki önemi göre çeşitlilik kazandı. Son zamanlarda ise dünya globalleştikçe albenisi önemli olan ambalajların daha çok tercih edildiği görülüyor. Eskiden kesekâğıdında kilo ile satılan ürünler, artık daha az gramajlarda; fakat çeşitleriyle beraber tercih ediliyor. Hayat tarzı değiştikçe ambalaj da değişiyor. Çok şık bir ambalajla orta kalitedeki bir ürün rahatlıkla satılabilir.

Türkiye'deki yerli ambalaj makinesi üretimi hakkında bilgi alabilir miyiz?

HT: Bana göre bu işin mazisi yaklaşık olarak 30 sene evveline dayanır. Biz TAMTAŞ firması olarak bu işe 40 sene önce

başladık. Bu işe başlama şeklimiz ithalattı. Zaman içerisinde ihtiyaçlar artınca talep de arttı. O zamanın şartlarında da ithalat zor olduğu için bu sefer ülke içerisinde üretmeye karar verdik. Bir kısmını o dönemlerde biz ürettiyorduk. Diğer kısmını ise fason ürettiyorduk. Bu sayede bir sürü üretici yavaş yavaş çıkmaya başladı.

CA: Hikmet Bey'in babasının kurmuş olduğu TAMTAŞ, imalata başladığı dönemlerde, benim de babam 1970 yılında ilk toz dolun makinesini yaptı. (O dönemde bir ilaç fabrikasının patronu babamı yanına çağırıyor. Makineyi gösteriyor ve o makinenin aynısını iki ay içerisinde yapmasını istiyor.) 1970'li yıllara kadar ülkemizde makineleri büyük kuruluşlar kullanıyor ve bu makineler yabancı firmalardan ithal ediliyordu. 1974 Kıbrıs Çıkarması'ndan sonra ülkemize uygulanan ambargo, makine ve yedek parça ithalini durdurdu. Ancak bu 'şer' bize 'hayır' getirdi. Ambargodan dolayı yedek parça bulamayan fabrikalara yedek parça yapılması ve sonrasında firmaların makine talep etmesiyle firmamız Aymaksan, Ayla Makine Sanayi A.Ş. olarak makine üretimine yöneldi. Türkiye makine sektöründe ambargodan sonraki en büyük sıçrama ise Özal

döneminde özel girişimlerle devam etti. Düşünün ki o zaman bize çok büyük gelen ihracatımız yaklaşık 2,5 milyar dolardı. Bugün 120 milyar dolar yapıp, 2023 için 500 milyar dolar hedef koyuyoruz.

Türkiye’de yerli üretim yapan ortalama kaç firma bulunuyor?

CA: Ambalaj makineleri sektörünü kayıt içine alarak bir veri bankası oluşturmamak bizim en büyük problemimiz. Ben 2007-2008 yılında Türkiye’den ihracat yapan firmaların listesini çıkardım. 660 firma listeledim; ancak listeye baktığımda 270 tane firmanın dış ticaret aracı olduğunu gördüm. Yani piyasadan ürünü alıyor, etiketini söküyor, kendi etiketini yapıyor veya merdiven altı bir firmadan makine alıp ihraç ediyor. Yaklaşık 200 tanesi Türkiye’de söz konusu makineyi kullanan ve sonrasında bu makineyi başka bir ülkedeki firmaya ihraç eden firmalar. Geri kalanı ise imalatçı. Kullananlar 8422 gümrük kartı numarasına göre makine ihraç ediyor; ama ihraç ettiği makine, yurt dışından ithal ettiği makine. Bu nedenle bilgiler maalesef Türkiye’nin ambalaj makineleri ihracatını gerçekte yansıtmıyor. Devlet verilerine bakıldığında zaman, 8422’de ne gönderildiğine göre ihraçat yapıldığı söyleniyor; ama ambalaj makinesi ihracatı o verilere göre doğru değil. Biz AMD olarak, yönetim ve yedek yönetim kurulu olarak 10 kişi bir masa etrafında toplandık. Bu insanların tümü

sektörde babadan veya çok eski yıllardan beri bulunan piyasa hafızası olan kişilerdir. İhracat yaptığı görünen 200 firmayı inceledik. Bu firmalardan ‘Gerçekten ülkemizi dışarıda hakkıyla temsil edebilecek şekilde üretim yaptı. Altyapısı vardır’ diyebileceğimiz, ‘Söz konusu makineyi üretir ve ihraç edebilir’ diye düşündüğümüz 100 tane firmayı zor bulduk.

Ambalaj makineleri sektörünün ihracat rakamları nedir?

CA: Ambalaj makinecilerinin ihracatına baktığımızda, rakamların gidişatı iyi görünüyor. Fakat gümrük tarife numaralarına göre; sektörün sivil toplum örgütü, devlet yetkilileri ve firmaların bir araya gelip yurt dışındaki başarılı ülkelerin bu ihracatı nasıl yaptığını, tarifelerle tanımları konuşmak ve rakamları analiz etmek gerekiyor. Bu maalesef yapılmadı. Yapılabilir; ama ciddi bir özveri gerekiyor. Mutlaka, ama mutlaka ambalaj makineleri sınıf tanımları alt açılımları ile yapılmalı ve buna göre beyannamelerde GTIP numaraları doğru işlenmeli. Verilere baktığımız zaman bizim 2008 yılı ihracatımız 83 milyon dolarken, 2009’da 65 milyon dolara düştü. 2010’da ise 104 milyon dolara çıktı. Buna karşılık ithalat, 2008’de 353 milyon dolar. 2009’da 237 milyon dolara düştü, 2010’da ise 253 milyon dolara yükseldi. Aslında bu kriz sonrasında firmalar da titreyip kendine geldi, herkes ithalat yapamadı. Ambalaj makinelerinde

AMD Yönetim Kurulu Başkanı Cemal Ayla, gayrisafi milli hâsıla artıkça ambalaja verilen önemin arttığını ifade etti. Ayla; “Ürünlerin market raflarında satılması, ambalaj ve ambalaj makineleri sektörünün çeşitlilik kazanmasını sağlıyor” dedi.

ihracatın ithalatı karşılama oranı ciddi bir şekilde arttı.

İhracat rakamlarının yüksek seviyelerde seyretmesi, makine sektörünün iyi bir dönem yaşadığının göstergesi midir?

CA: Türkiye’de hepimiz fiyata dayalı rekabet yapıyoruz. Yani hangi makine için pazarda alıcı varsa o işi yapıyoruz. Bu, işin ve rakamların ne kadar gerçekçi olduğunu gösteriyor. Verilere göre ambalaj makinelerindeki fiyat yaklaşık kilogram başı 25-26 dolar. İhracatımız arttı; ama kilo bazında ihracatımız daha fazla arttı. Ortalamamıza baktığımızda 25-26 dolar, Almanya’nın ortalamasına baktığımızda 75-80 dolar. Özetle aynı kalemde makineyi yapsak bile kar marjımız oldukça düşük. Ülkemizden ihracat yapan Avrupa orijinli tüccar veya üretici firmalar, bu makinelere kendi etiketini vurup tüm dünyaya pazarlıyor. İhracat rakamının artması, gelirin de artması anlamına gelmiyor. Daha çok çalışıp, daha çok malzeme koyup hacmi artırıyoruz. Ama birim başına baktığımızda, karımız düşüyor..

Birleşmiş Milletler verilerine göre ambalaj makineleri ihracatı geçtiğimiz senenin aynı dönemine göre yüzde 16,4 değer artış göstermiş. Piyasada bu artış hissedildi mi?

HT: Bu değer artışı bana göre dünyada emtia fiyatlarının artması ile doğru orantılıdır. Benim kendi ürünümle ve piyasamla





CEMAL AYLA KİMDİR?



1963, Mardin doğumlu olan Cemal Ayla, Yıldız Teknik Üniversitesi Makine Mühendisliği Bölümü'nden mezun oldu. Aile şirketi olan Aymaksan'da genel müdürlük görevini yürütüyor. 1990 yılından günümüze çeşitli sektörlere ambalaj makinelerini üretti. Son üç dönemdir Ambalaj Sanayicileri Derneği (ASD) Yönetim Kurulu üyeliği ile beraber, Aralık 2006'da kurucusu olduğu Ambalaj Makinecileri Derneği'nin (AMD) yönetim kurulu başkanlığını sürdürüyor. Cemal Ayla, aynı zamanda Ambalaj Dernekleri Federasyonu'nda (ADF) yönetim kurulu üyesidir.

alakalı olarak söylüyorum, değer çok fazla yükseldiğini hissetmedim; ama talep durdu mu? Hayır, durmadı. Talep var; ancak o değer artışını yakalayacak pozisyonu TAMTAŞ olarak hissetmedik. TL bazında bir artış belki söz konusu;

İhracat rakamının artmasının, geliri de artırdığı anlamına gelmediğini ifade eden Cemal Ayla, birim başına bakıldığında katma değer düşük olduğunu vurguladı.



ancak döviz bazında baktığımızda artış yok. Makinelerimizin kilogram değerinde çok büyük bir artış maalesef söz konusu değil.

İtalya haricinde neden ambalaj makineleri ihracatımız yoğunluklu olarak Arap ülkelerine gerçekleşmektedir?

HT: Bunun en büyük sebebi, tamamen fiyat avantajından kaynaklanıyor. Bunun yanı sıra bizler Türkiye firmaları olarak biraz daha esnek davranabiliyoruz. Gerek servis açısından, gerekse yedek parça konusunda maliyetlerimiz İtalya gibi ülkelerden yüksek olmadığı için Ortadoğu, Afrika ya da Güney Afrika gibi bölgelerle çalışırken onların istediği şeylere çok daha rahat ayak uydurabiliyoruz. Maliyetimiz o kadar yüksek değil, ayrıca firmalara başka yan avantajlar sağlayabiliyoruz.

Strateji anlamında yakınlık da bir etken olabilir mi?

HT: Yakınlık mutlaka bir etken. Son zamanlarda hükümetimizin davranışlarına, insanların sempati duyması çok önemli rol oynadı. İkincisi, Türk Hava Yolları'nın uçuşlarını artırması çok önemli. Örneğin; Afrika'da 8-10 noktaya direkt geliş gidiş

var. Bunun yanı sıra Ortadoğu'ya direkt uçuşlarımız var. Arap ülkeleri maliyet olarak bizim avantajımızı görüp bizimle çok daha rahat çalışmaya başladı.

CA: İtalya ve Almanya dünya ambalaj makineleri ihracatının yüzde 45'ini yapıyor. Ambalaj kullanımında dünyanın en büyüğü Japonya, iki numara ise Amerika. Farklı bir ambalaj rafa konduğunda tüketici otomatikman ona yöneliyor ve ürünün satışı artıyor. Dolayısıyla bakın ihracat rakamlarına (tabii bunun teknolojik olarak da altyapısının olduğunu var sayıyorum.) Japonya, Amerika çok güçlü değiller; ama katma değeri yüksek makine üretiyorlar. İtalya ve Almanya da teknik altyapılarıyla ve tüm dünyaya seslenebilmeleriyle ambalaj makinelerinde ön sırada yer alıyor. İtalyanlar Türkiye'de iyi makine yapanı buluyor ve ondan makineyi kendi ülkelerine ithal ediyor. Aynı şekilde ülkemizin ihracat rakamlarında bir dönem Almanya yukarıdaydı. Bu sektörde güçlü olan firmaları bir kenara koyduğunuz zaman çoğunlukla yakın çevremizdeki Arap ülkeleri, Türkiye Cumhuriyetleri, Ortadoğu ve Yakın Asya ülkelerine ihracat gerçekleşmesinin en önemli sebebi vize almadaki kolaylıktır. Bizler bile yurt dışına çıkarken vize adına

Türk firmalarının maliyet anlamında avantajlı olduğunu söyleyen Hikmet Taş; "Gerek servis maliyetleri açısından, gerekse yedek parça tedariki açısından Ortadoğu, Afrika ya da Güney Afrika gibi bölgelere çok daha kaliteli ve hızlı hizmet sunabiliyoruz" dedi.

dünyanın emeğini, masrafını ve vaktini harcıyoruz. En yakınımızın bilmediği bilgilerimizi konsolosluk kapılarında dosyalarla gideceğimiz ülkenin tanımadığımız insanına veriyoruz. Vizenin kalkması, uçak seferlerinin uygun ve sık olması İstanbul'u merkezi bir lokasyon haline getirdi. Bu durum da tüm sektörler için çok destek verdi. Bizim 1970-1980'deki halimiz Mısır, Libya ve Tunus gibi ülkelerin bugünkü halleridir. Onlar da bizim geçtiğimiz yollarıdan geçecekler. Gün gelecek bir makineyi yapmak; rekabetten ve fiyattan dolayı

doğru olmayacak. Bu sefer inovasyon ağırlıklı, firmaya rafta farklılık getirecek ürünü kovalayan firmaya özel makine yapmaya başlayacağız ki bu tür üretim mantığı şu an Almanya'daki bazı firmalar tarafından uygulanıyor.

AMD'nin kuruluşu nasıl gerçekleşti?

CA: Ambalaj Makinecileri Derneği, ADF Ambalaj Dernekleri Federasyonu'nu oluşturan kurucu sekiz alt dernekten biridir. Ambalaj Makinecileri Derneği (AMD) 2006 yılında kuruldu. Kuruluş fikri 1990'a dayanıyor. Yücel Şirin ve rahmetli Fikri Öner öncülüğünde birliktelik için bir iki toplantı yapmıştık; ancak devamını getirememiştik. 2006'da Ambalaj Sanayicileri Derneği'nin de (ASD) bina ve personel desteğiyle kurulan derneğimizin amacı; Türk ambalaj makinelerinin ulusal ve uluslararası piyasalardaki kimliğinin olumlu yönde artırılması. Bu makinelerin üretiminin uluslararası normlarda, tercih edilen ürünler seviyesine çıkarılması. AMD Ambalaj Makinecileri Derneği, bu sektörde faaliyet gösteren KOBİ ölçekli firmalar tarafından kurulmuş bir sektör derneği, sivil toplum kuruluşudur. Alfabetik sırayla sayarsak kurucu ve kuruluşumuz hemen sonrasında bizlere Ardolet Makina, Aymaksan Ayla Makina, CD Makina, Dizayn, Dolmak, Doypak, Duran Makine, Enmak, Ersey Makina, Hasel, Hitit, HT Termoform, Keramak, Kulp, Maripak, Mimsan, Önersan, Özartaş, Pakform, Safmak, Tamtaş Makina, Ünlü Makine, Vatan

HİKMET TAŞ KİMDİR?



1961 Kayseri doğumlu olan Hikmet Taş, Kabataş Erkek Lisesi mezunu. Liseyi bitirdikten sonra Boğaziçi Üniversitesi Ekonomi Bölümü'nden mezun oldu. Akademik tahsilini bitiren Hikmet Taş, babasının kurduğu TAMTAŞ Ambalaj Makinaları'nda çalışmaya başladı. Hikmet Taş, TAMTAŞ Ambalaj Makineleri Yönetim Kurulu Başkanlığı ve Genel Müdürlüğü'nü yürütüyor. Aynı zamanda Ambalaj Makinacıları Derneği (AMD) Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı ve ASD Ambalaj Sanayicileri Derneği (ASD) üyeliği görevlerini yerine getiriyor.

Makine ve Yazıcı Makina katıldı. Gelecek hedefleri olan ve sosyal sorumluluk olarak sektörüne katkıda bulunmaya çalışan, bu amaçla yatırımlar yapan işadamlarının bir araya gelerek meydana getirdikleri bu oluşum, ülke ekonomisine gün geçtikçe daha fazla katkı sağlayan ambalaj makineleri sektörüne yeni bir vizyon, meslektaşlar arası bilinç ve işbirliği getirdi.

Firma olarak TAMTAŞ, AMD'nin üyesi olduğunda neler değişti, neler oldu? AMD'nin ne gibi faydaları var?

HT: Kendi sektörümüzün insanlarını, kulaktan dolma bilgilerden önce, daha yakından tanıyıp neler yaptıklarını gördüm. Neler yapabiliyor, neler yapamadıklarını da gördüm. Bunun yanında insan ilişkilerinde, nelerle karşılaşacağımı fark ettim. Bu sayede diğer derneklerle ilişkilerimizde de değişiklikler oldu. Daha yakın ilişki kurmaya başladık. Biz makine üretiyoruz; ama bu makineler de ambalaj malzemesi olmadan hiçbir işe yaramaz. Kendi





firmamızın ve sektörümüzün dertlerini ortaya koyarak o sorunlara çare bulmalarımız gelişti. Daha önce herkes tek başına iken bir sonuç alınamıyordu. Bugün belki çok büyük bir mesafe kat edilmedi; ama eskiye nazaran çok daha bilinçli bir şekilde sorunlar analiz edilip, çözümler bulunuyor.

Sanayi - üniversite işbirliği için ne düşünüyorsunuz?

CA: Teknik-ara eleman yani aranan eleman, Türkiye makine sektörünün en büyük sorunu durumunda. Tek başına baktığımız zaman üniversite-sanayi işbirliğinin kendi adıma çok başarılı olduğunu düşünmüyorum. Bizim sektörümüzde

bildiğim kadarıyla teknoparkta çalışıp, teknoloji üretimi yapan bir firma tanımıyorum. Çünkü orada metrekareye o kadar çok para verip, orada ürettiği yüksek katma değerli makineyi satabilecek ve o firmadan söz konusu makineyi alabilecek bir firma yok gibi. Mesleki eğitim gerçekten çok önemli. Yine ülkemizde yapılan bir araştırmaya göre; Türkiye'deki firmaların yüzde 88'i ara elemana ihtiyaç duyuyor. Yüzde 74'ü aradığı elemanı bulamıyor. Firmaların aradıkları ara elemanların yüzde 65'i kendilerine uygun iş olmadığını zannederken, yüzde 55'i iş ilanları ve işletmeler konusunda yeterli bilgiye ulaşamadığını söylüyor. Araştırmaya katılan firmalar, istenilen

elemanlar temin edilebilirse ara elemanlara, lisans mezunlarından daha yüksek maaş ödemeyi kabul ettiklerini söylüyor. Buna karşın "Mesleki eğitim alan ara elemanlara düşük ücret veriliyor" diye kişi kendi mesleğini yapmıyor. Bu demektir ki biz körler/sağır bir odada toplanmışız, oynuyoruz. Aksi gibi aynı dili de konuşmuyoruz. Sonrada "Neden bu sorunu çözemiyoruz?" diye saçımızı başımızı yoluyoruz. Mesleki eğitimin kesinlikle ve çok hızlı olarak ciddi bir şekilde, konsensus ile yeniden yapılandırılması olmazlardan.

HT: En büyük sorunlarımızdan bir tanesi dediğimiz gibi üniversitelerden ya da okuldan gelecek olan eleman eksikliği. Bunun altyapısı şu anda çok zayıf ve kısa zamanda da değişecek gibi görünmüyor. Bunun altyapısının bir an evvel hem hükümet tarafından, hem de STK'lar tarafından sektörel bazda gerekli araştırmalar yapılarak elemanlar yetiştirilmesi ve bu elemanların bize bir gelecek sağlaması lazım. Bizim de o insanlara gelecek sağlamamız lazım; çünkü milyonlarca düz liseden mezun insan var. Üniversiteye gidiyorlar, üniversiteden mezun olunca da işsiz kalıyorlar. Bunun mantıklı bir şey olduğunu kimse söyleyemez.

Sektörün diğer problemleri nedir?

HT: İç ve dış ticaretteki haksız rekabet diğer başlıca sorunlarımız arasında sıralanabilir. İç ticaretteki haksız rekabetin en belirgin göstergesi şirketlerin bölünmesi, içeriden birinin çıkıp, iş ahlakına uymadan merdiven altı üretim yapması. Bunların sirkülasyonu çok yüksek. Biz bu durumdan çok fazla zarar görüyoruz. Bu duruma karşı alıcıların bilinçli olması lazım. İkinci olarak da bu kişilerin prosedürler, kanunlar doğrultusunda iş yapmalarının sağlanması gerekiyor. Bu durum bizi iç piyasada en fazla yaralayan olay. Birtakım firmalarımız var ki, gerçekten dünya teknolojisini kullanarak üretim yapıyor. Aynı teknolojiyi kullanan Avrupa firmasına alıcı firmalarımız 100 lira verirken, Türk firması diye 50 liradan fazla verilmiyor. Bunun sonucunda bizler batacağız, bizler onların yanında çalışmaya başlayacağız; onlar da fiyatlarını 200 lira yapacaklar. Dış ticaretteki haksız rekabette önemli sorunlarımız arasında. Avrupa'da bir fuara gitmekte bile zorlanıyoruz. Fuara gitmek isteyip de vize alamayan ve fuar standı boş kalan bir sürü firma var. Burada

çok büyük bir haksız rekabet var. Bu tür engellerin ortadan yok olması gerekiyor. Bizim malımızı tüm standartlara uymasına rağmen ihraç ederken çok zor kabul ediyorlar. Ancak bizim firmamız Avrupa'dan ya da Çin'den çok rahat mal ithal edebiliyorlar. Biz ikinci el üründe de çok büyük zarar görüyoruz. Hiçbir kısıtlama olmadan bizim ürettiğimiz makineler, çok rahat bir şekilde ülkemize girebiliyor. Bunların hepsi serbest, özellikle de Avrupa'dan. Bu durumda dış ticarete haksız rekabetin oluşmasına neden oluyor.

CA: Yurt içindeki firmalar, biz yerli üreticileri gerçekten hakir görüyor. Avrupalı üretici ile yerli üreticiye çifte standart uyguluyor. Bizim gibi bu işe emek verenler ya küsecek ya da firmasını Avrupalı bir firmaya satıp onun yanında danışman olarak çalışacak. Bizim ürettiğimiz ve ihraç ettiğimiz makineler Türkiye'ye komik rakamlara ithal ediliyor. Fiyat komik;

ancak kalite çok daha komik. Sorgulayan, denetleyen yok. Bu durum firmaların büyümesini engelliyor. Büyümesi sağlam olanların ise büyümesini öteliyor. Genel olarak mesleki eğitim, üretim aşamasında yaşanan sorunlar, teknoloji ve Ar-Ge, ihracatta işi kotarma ve sonrasında yaşanan sorunlar gibi sektörün başlıca problemlerinin acilen yeniden yapılandırılarak çözülmesi gerekiyor. Ülkemizin 2023 hedefi için özellikle yaşanan problemlere, ihmal edilmeden el atılmalıdır.

AMD'nin 2012 yılı hedef ve projelerinden bahsedebilir misiniz?

CA: Biz AMD olarak, çok uç şeyler beklemiyoruz. Amacımız bir araya gelmek. Yönlendirici bir grup olarak işini bilen, bilinçli meslektaşların buluşturduğu mesleki sivil toplum kuruluşu haline gelmek. Birbirimizi dostlukla disipline edebilmek. Üyelerimizi bir araya getirip belli bir kaliteye erişebilmeyi

TAMTAŞ Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Taş, Türk Hava Yolları'nın yurt dışı seferlerini artırmasının ihracata katkı sağladığını dile getirdi.

hedefliyoruz. İşletmelerin güçleri, büyüklük ve küçüklükleri, işletmelerin başındaki insanların mantaliteyi çok farklı olduğu için bir araya gelmekte çok zorlanıyoruz. Biz fikir birliği olarak beraber olmayı ve mesleğimize katkıda bulunmayı amaçlıyoruz. Bilginin paylaştıkça çoğalacağı inancındayız.



“AKTİF ÇALIŞAN KADINLAR, SEKTÖRE EGEMEN OLACAK”

Makine sektöründe, erkeklerin egemen olduğunu kabul etmek gerektiğini söyleyen Inan Plastik Dış Ticaret Müdürü Zuhal Oba Yıldız: “Günümüz dünyasında kadın, iş hayatında daha aktif yer aldığı için bu egemenliğin yakın gelecekte son bulacağına inanıyorum” dedi.

Eylül sayımızda Erkunt Traktör Genel Müdürü ve Yönetim Kurulu Başkanı Zeynep Erkunt Armağan ile röportaj gerçekleştirdik. Sektörde yaklaşık 10 yıldır hizmet veren, son olarak ise Inan Plastik bünyesinde Dış Ticaret Müdürü olarak görev alan Zuhal Oba Yıldız ile görüştük. Çalışma hayatının zorluklarından, sektörde hizmet veren bir kadın olmanın getirileri hakkında gerçekleştirdiğimiz röportajımızı keyifle okumanızı dileriz.

Zuhal Oba Yıldız'ı daha yakından tanıyabilir miyiz?

Edirne Uzunköprü doğumluyum. Orta ve lise eğitimimi Özel Darüşşafaka Lisesi'nde tamamladıktan sonra İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi'nden mezun oldum.

İş hayatına başlama ve bulunduğunuz göreve gelme süreciniz hakkında bilgi verir misiniz?

İş hayatıma üniversiteyi bitirdikten sonra Denizbank Genel Müdürlük Dış Ticaret Bölümü'nde başladım. Altı yıl bankada çalıştıktan sonra yurt dışına gittim. Altı ay Amerika Washington DC'de, dört ay Ukrayna Kiev'de çeşitli işlerde görev aldım. Türkiye'ye dönüşümle beraber Yorktrade Foreign Trade Institute'de eğitim müdürlüğü ve e-ticaret ve mevzuat eğitmenliği yaptım. Daha sonra Inan Plastik bünyesinde çalışmaya başladım. Halen aynı firmada Dış Ticaret Müdürü olarak görev alıyorum.

Kaç yıldır iş hayatındasınız?

Üniversite eğitimimi tamamladıktan sonra çeşitli sektörlerde çalıştım. Banka ve eğitmenlik alanlarında yaptığım hizmetleri

de dâhil edersek yaklaşık olarak 10 yıldır çalışma hayatıma aralıksız bir şekilde devam ediyorum. Son olarak günümüzün standart veya en zorlayıcı plastik geri dönüşüm ihtiyaçlarına ekonomik, güvenilir, kolay uygulanabilir ve farklı durumlara uyum sağlayabilir mühendislik çözümleri

getiren Inan Plastik bünyesinde çalışmaya devam ediyorum.

Erkek egemen bir sektörde kadın olmanın zorluklarını yaşıyor musunuz?

Türkiye'de genel anlamda iş hayatında erkeklerin egemen olduğu belirgin bir ger-



Maalesef ülkemizde toplumsal baskılar gibi nedenlerle kadınlar yeterli donanıma sahip olmadan yetişti. Bu nedenle iş hayatında aktif olarak ön planda çalışan kadın sayısı az.

çek. Ancak kadınların da önemli noktalar da çalışıyor olduğunu görmek mümkün. Maalesef geçtiğimiz yıllarda toplumsal baskılar gibi nedenlerle kadınların yeterli donanıma sahip olmadan yetiştiğini görüyoruz. Bu nedenle de iş hayatında aktif olarak ön planda çalışan kadın sayısının az olması dikkat çekiyor.

Şahsım adına çalışma hayatında herhangi bir zorlukla karşılaştığımı söyleyemem. Ama özellikle makine sektöründe, erkeklerin egemen olduğunu kabul etmek gerekiyor. Günümüz dünyasında kadın, iş hayatında daha aktif yer aldığı için bu egemenliğin yakın gelecekte son bulacağına inanıyorum. Artık hem çalışan kadınlar daha bilinçli, hem de günümüzde çalışan kişilerin gelecek nesilleri de bu bilinç ışığında yetiştirdiğini görüyoruz.

Diş ticaret müdürü olarak hangi sıklıkta yurt dışına çıkıyorsunuz?

Ben zaten çalıştığım firmadan önce yurt dışında çeşitli sektörlerde çalıştım. Dolayısıyla yurt dışına gerek şahsi, gerekse iş nedeniyle belirli sıklıklarla çıkıyorum. Son çalıştığım firma olan Inan Plastik'in ağırlıklı olarak AB ülkelerinde geniş bir pazarı var. Bunun yanı sıra Rusya ve Orta Asya ülkelerine ihracat yapıyoruz. Özellikle son iki yıldan bu yana Orta Doğu ve Kuzey Afrika bölgelerini de pazarımıza dâhil ettik. Bunun dışında ABD, Avustralya, Kanada, Hindistan ve Afrika ülkelerinde de gıda ambalajından otomobil yakıt tanklarına kadar farklı sektörlerde makineler üretiyoruz. Bu konuda önemli ve küresel markalarla çalışmalara devam ediyoruz. Böylesine geniş bir ağa sahip olan firmamız adına aslında çok sık yurt dışında, müşterilerimizin yanında olmamız gerekiyor. Fakat müşteri portfolyomuzun da yoğun olmasından kaynaklı ortalama iki ayda bir yurt dışına çıktığımı söyleyebilirim. Dönüşümlü olarak seyahatlerimiz sürüyor. Benim sorumlu olduğum bir takım işler nedeniyle yurt dışına çıkma sıklığım diğer çalışma arkadaşlarıma göre daha az olabiliyor.

Yurt dışı gezilerinizde bir kadın olarak olumsuz olaylar yaşıyor musunuz, gözlemlerinizi nelerdir?

Yurt dışı gezilerimde hiçbir olumsuzluk yaşamadım. Aksine hangi ülkede olursanız olun yabancı olduğunuz için insanlar size daha kibar ve zarif yaklaşıyorlar. Gerek iş toplantılarımızda, gerek yurt dışı eğitimlerde çok iyi ağırlanıp ziyaretlerimi tamamlayabiliyorum. Özellikle yurt dışı deneyimleri insanların gerek şahsına, gerekse de çalışma şekline çok önemli katkılar sağlıyor. Birçok şeyi gözlemlemenize ve kişiye farklı bakış açılarından durum değerlendirmesi yapabilmesine olanak sağlıyor. Yurt dışında faaliyet gösteren firmalarda çalışanlar da, size karşı daha cana yakın davranabiliyor. Farklı kültürlerden oldukları için elbette farklı durumlarla karşılaşabiliyorsunuz. Örneğin; seyahatlerim sırasında yemek yemek alışkanlıklarından tutun da birçok konuda ülkemizdeki yaşayış biçimiyle oluşan farklara şahit oldum. Ancak bunlar bence olumsuz değil, aksine kişiye başka şeyler katan önemli durumlardır.

Sektöre bakıldığında erkek egemen bir sektörde çalışıyorsunuz, sizce niçin makine sektöründe sayıca az kadın yer alıyor?

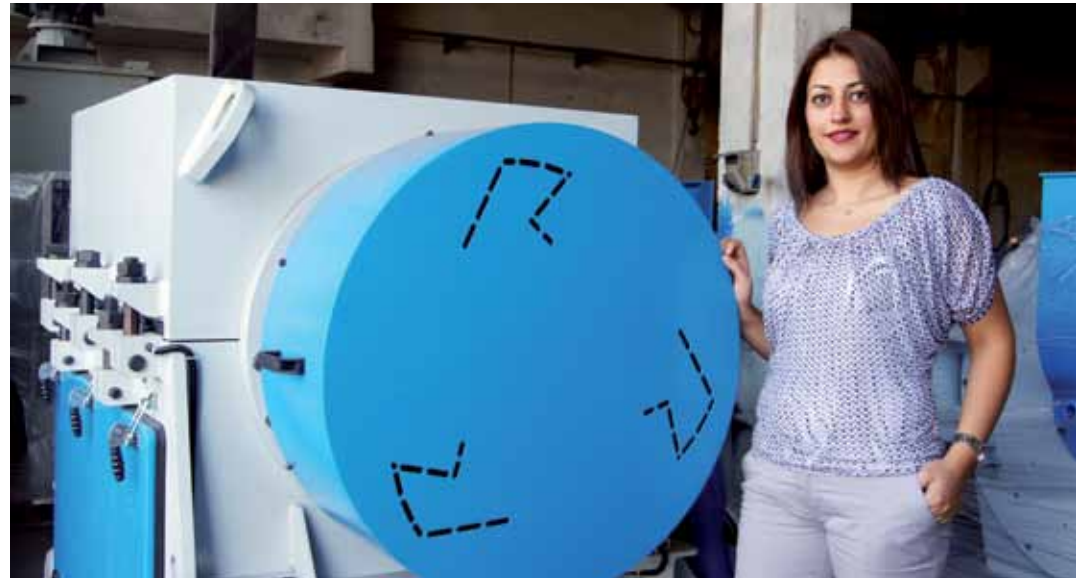
Sanayi Devrimi'nden bu yana ister ülke-

miz, isterseniz de dünya konvektöründe sanayi zaten ağır hizmet koluna hitap ediyor. Hangi arşiv taraması yapılsa yapılsın, mühendislik ve Ar-Ge sektörü hariç, güç gerektiren bir sektör olduğu görülür. Makine sanayi sektörü, ağır hizmet sanayi olduğundan dolayı erkek egemen olmasının da çok normal olduğunu düşünüyorum. Ancak sektörün mühendislik kısımlarında daha fazla kadına istihdam yaratılabilir. Bunun için de kadınların biraz daha girişken olması ve sektörü sevmesi gerekiyor.

Bu sektörde daha fazla kadın çalışan ve yönetici görmek için neler yapılabilir?

Aslında sadece bu sektör için değil, tüm sektörlerdeki kadın çalışan ve yönetici sayısını artırmak gerekir. Bu da ilk etapta kadınların eğitimine verilen önemle sağlanabilir. Eğitime önem verenler de çocukları için yeterli alt yapıyı sağlamakta sıkıntı çekebiliyor. Bunun yanı sıra genel anlamda özellikle sektörel eğitim konusunda makine sanayinde bir sıkıntı olduğu aşikârdır.

Üniversite tahsilini tamamlamış kişiler, ülkemizde istihdam problemi yaşıyor. Ancak ben yine de bir umudun olduğu kanaatindeyim. Özellikle geri dönüşüm hususunda dünya çapında bir bilinçlenme söz konusu. En azından geri dönüşüm sektörü için konuşacak olursam, sektörün daha popüler hale geldiğini söyleyebilirim. Bu duruma paralel olarak sektörde çalışan yahut çalışmaya istekli kişi sayısında her geçen gün bir artış yaşanıyor. Dolayısıyla da yakın zamanda, hatta yakın gelecekte kadınların daha aktif çalışacağı koşulların oluşacağı ve belki de bu sektörde egemen hale geleceklerini düşünüyorum.





MAKİNEİNİN MİZAHİ KAHRAMANI

ZİHNİNİN SİNİRİ

Yazı - Fotoğraflar: Timur Soykan



Prof. Zihni Sinir nasıl doğdu?

Mimar Sinan Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dekor ve Sahne Tasarımı bölümünde okuyordum. 1975 yılında ev arkadaşım, o zaman yeni çıkan Gırgır dergisine, Oğuz Aral'a çizimlerini götürdü. Kendisi de Güzel Sanatlar Fakültesi'ni yarıda bırakmış olan Oğuz Aral çizimleri beğendi ve Gırgır dergisinde çizmemi istedi. Oğuz abi, farklı çizimlerim nedeniyle bana bir sayfa ayırdı. Oradaki özgürlüğün içinde farklı karikatürler yaparken Zihni Sinir karakteri şekillendi. Yaygın şekilde karikatürize edilmiş bir bilim adamı, profesör tipi vardır, esin kaynağı oydu. Sahne tasarımı eğitimi görmemin de karakterin oluşmasında etkisi oldu.

Zihni Sinir mizah ile icadın, makinenin birleştiği bir karakter. Sizin de mucit bir geçmişiniz var mı?

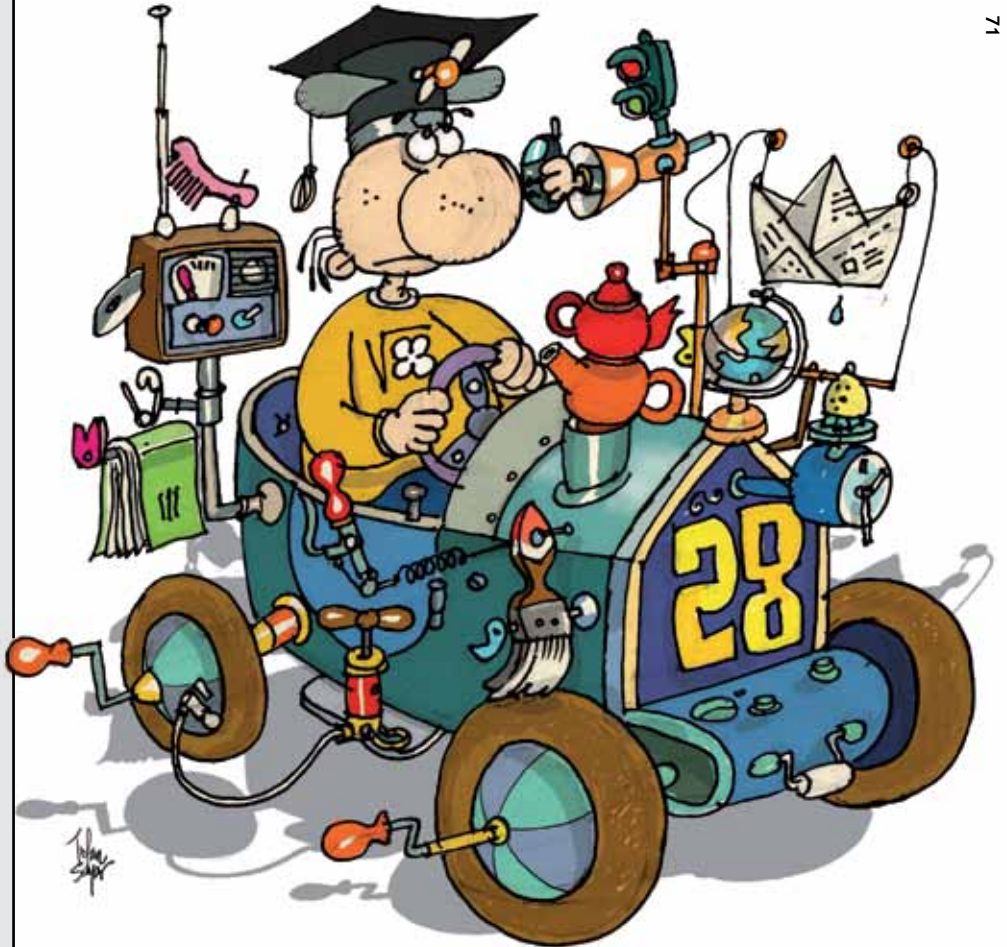
Çocukluğum ve gençliğim memleketim Manisa'da geçti. Liseden mezun olduktan sonra İstanbul'a üniversiteyi kazanarak geldim. Çocukluğumda kışın şehirde yaşıyorduk, yazın ise babamın çiftçilik yapması nedeniyle köye gidiyorduk. Köye giderken oyuncaklarımı götürmeme izin yoktu, ben de köyde kendi oyuncaklarımı yapıyordum. Manisa merkezdeyken de farklı değildi. Bilime her zaman ilgim vardı. Macit isimli, benim gibi resme, sanata merakı olmasa bilim adamı olacak bir arkadaşım vardı. Dersleri çalışırken onu eğlenceli hale getiriyorduk. Örneğin; sulu boyayla matematik çalışıyorduk. Ders ile oyun ve eğlenceyi birlikte yaşıyorduk.

Biraz Zihni Sinir'den bahseder misiniz? Size göre o nasıl biri?

Zihni Sinir hep masasında oturan bir tip. Başka böyle bir mizah karakteri yoktur. Arkadaşı yok, kalkıp gezdiğini görmüyoruz. Kertenkele hayvanı, kaktüsü var. Yaptığı projelerden –ki biz onlara 'proce' diyoruz– onu yaşadıklarını, düşündüklerini aklımızda canlandırıyoruz. O insan ile eşya ve insan ile teknoloji arasındaki ilişkiyi sorgulayan bir bilim insanı. Buluşları fonksiyonellik, estetik ve mizahı bir arada barındırıyor. Ama aynı zamanda insanın eşya ile ilişkisini sorguluyor. Bazen çok basitçe yapabileceğiniz bir işi, çok daha zor kotalabileceğiniz aletler geliştiriyor. Yani onun bir mizah kahramanı olduğunu unutmamak gerekiyor. Ama verdiği önemli bir mesaj var; 'Eşyalarla eğlenebilirsiniz.' Örneğin; bir kişi Ayvalık'a tatile gidecek, pansiyonunu ayarladı. İşten çıkıyor ve gaza basıp bir an önce Ayvalık'ta

Prof. Zihni Sinir®

Prof. Zihni Sinir, 35 yaşında ve birbirinden ilginç buluşlarına Beyoğlu'ndaki dünyanın en ilginç dükkânında devam ediyor. 1977 yılında Gırgır dergisinde bir çizgi karakter olarak doğan Zihni Sinir'in kendi deyimiyle 'proceleri' 15 yıldır atölyede üretiliyor ve satılıyor. Mizah ile makineyi birleştiren Zihni Sinir'in yaratıcısı İrfan Sayar ile özgün düşünceler ve mekaniğin önemini konuştuk.

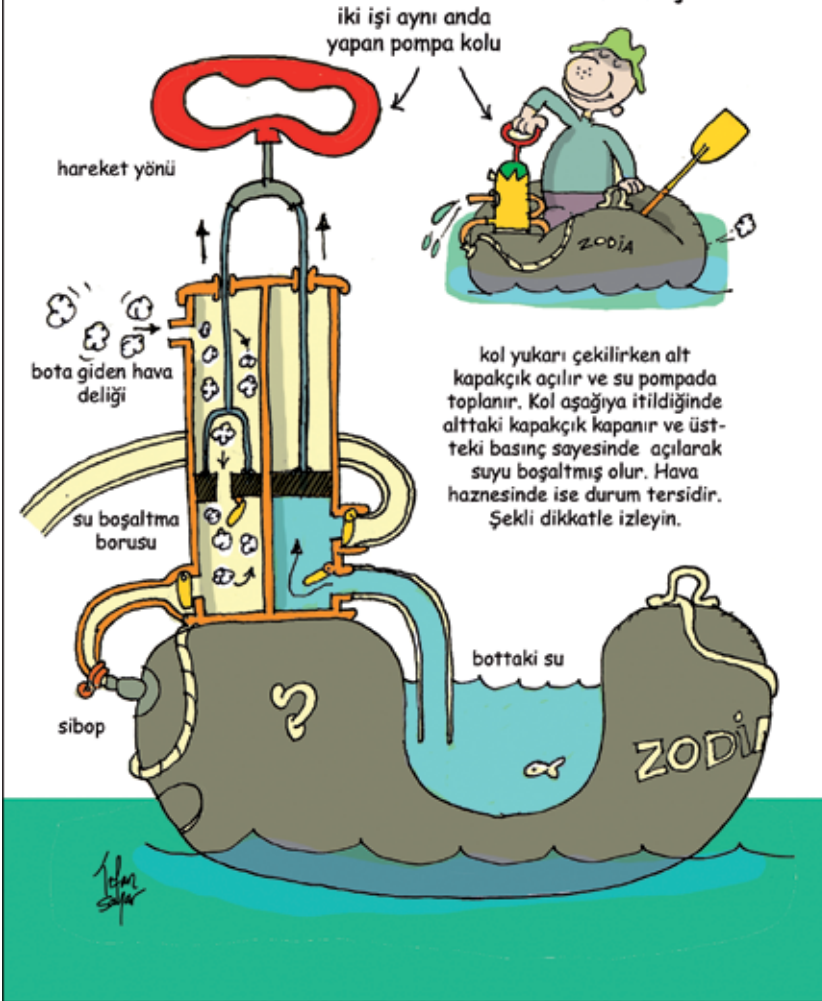




Yolda delinen botlar için ideal çözüm. **AYNI ANDA HAVA BASARKEN SU BOŞALTAN POMPA** prosesi ∞

çalışma şekli

kullanılışı



iki işi aynı anda yapan pompa kolu

hareket yönü

bota giden hava deliği

su boşaltma borusu

sibop

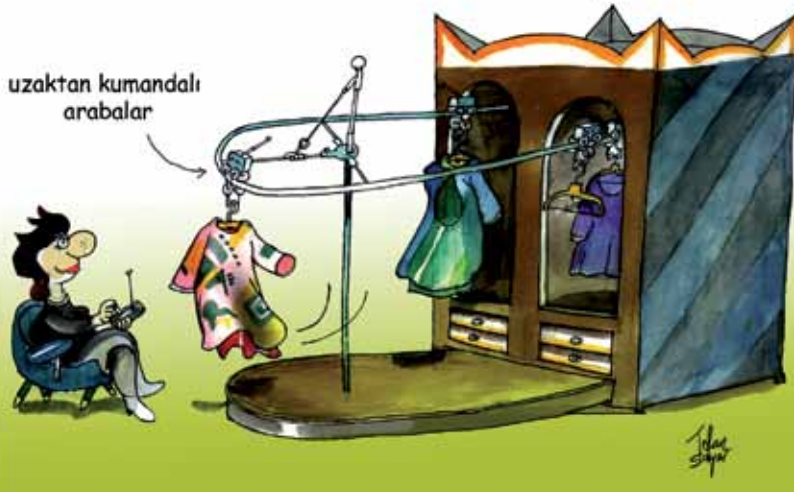
kol yukarı çekilirken alt kapakçık açılır ve su pompada toplanır. Kol aşağıya itildiğinde alttaki kapakçık kapanır ve üstteki basınç sayesinde açılarak suyu boşaltmış olur. Hava haznesinde ise durum tersidir. Şekli dikkatle izleyin.

bottaki su

ZODİA

O gün ne giyeceğinize karar verebilmek için **PODYUMLU GARDROP** procesi

uzaktan kumandalı arabalar



olmak için uğraşiyor. Ayvalık'a gittiğinde pansiyona oturuyor, boş zamanı bol... Tavla oynuyor, hatta sıkılıyor. Oysa o yolculuğu eğlenceli bir hale getirebilse arabaya bindiği andan itibaren tatil başlayacak. Ben de eşyalarda eğlenceyi ve işe yaramasını bir araya getiriyorum. Böyle bir üretim benim için devam ediyor.

Zihni Sinir'in ilk icadını hatırlıyor musunuz?

İlk çizdiklerim içinde kabak dolması 'prosesi' vardı. Kabak çekirdeğini, içinde pirinç ile ekiyorsun. Zeytinyağlı kabak dolması olarak dünyaya gelmesi bekleniyor.

Bu ilk icatta olduğu gibi Zihni Sinir'in bazen hiç uygulanamayacak bazen ise uygulanabilir 'proceleri' oluyor. Siz hangilerini daha çok seviyorsunuz?

Zihni Sinir'in 'proceleri'ndeki fonksiyonellik tuzak. Aslında insanın ihtiyaçlarını sorguluyor ve onlarla eğleniyor. Çünkü bir şeyin fonksiyonel olması için insanın ihtiyacına cevap veriyor olması gerekiyor. Ama insan ihtiyaçları da sabit şeyler değil. Örneğin; birkaç yıl öncesine kadar cep telefonu mesajı gibi bir ihtiyaç yoktu insanlarda. Ama artık var. Zihni Sinir, bu insan ihtiyaçlarının değişimiyle de biraz alay ediyor.

Anlaşılmadığınızı hissettiğiniz oluyor mu?

Biz de bir heykel anlayışı olmadığı için insanlar nesne haline geldiğinde "Mutlaka bir işe yaraması lazım, yoksa niye var" diye düşünüyor. Buluşlarda buna da bir eleştiri var. Mesela buluşlardan bir tanesi 'Poşet çay sıkma makinesi.' Bu gerçekten bir çay sıkma makinesi değil, öyle olması için daha ergonomik, steril, kolay kullanılabilir olması gerekli. Ama çay poşeti sıkma isterseniz bunu da yapabilecek mekanik sisteme sahip. Ben ona bir heykel objesi olarak baktığım için evet bu işe yarıyor mu, yarıyor. Bu bize bir fikir verebilir, bize yeni ufuklar açabilir.

Buluşlardan daha sonra uygulandığını gördükleriniz oldu mu?

Çok var... Onlardan bir tanesi; körüklü belediye otobüsü. İstanbul'da belediye otobüslerinin çok kalabalık olduğu, insanların balık istifi gittiği zamanlardı. Ben de körüklü, uzayabilen bir belediye otobüsü çizimi yaptım. Aslında belediye otobüslerinin haline bir eleştiriydi. Daha sonra İstanbul'a körüklü otobüsler geldi.

Bir arada metro inşaatları yeni başlamıştı. Kazılan yerler vardı, otobüslerin tekerlekleri ortada bir de alt katı olan otobüsler çizdim. O metro için kazılan yerlerde bu alt katlar bulunuyordu. Bu iki katlı otobüslere metrobüs demiştim. Biçim olarak tabii ki aynı değil; ama ismi aynı olan metrobüsler şimdi var.

Başka bir örnek namlusu anahtarla kilitlenen, ekstra güvenli silah çizimi yapmışım. Bu yapıldı, gazetelerde ilanlarını gördüm.

Hıç seri üretim düşündünüz mü?

25-30 tane seri üretim objesi var. Örneğin; son icatlar arasında pasta kesme bıçağı var. Pastayı direkt dilim olarak kesen ve kaç kişilik olacaksa ona göre ayarlayabileceğiniz bir bıçak. Zihni Sinir'in dükkânında satıyoruz. Tabi biz seri üretim olarak atölyede yapıyoruz. Yoksa fabrikasyon üretim için satış, pazarlama gibi pek çok şey gerekiyor ve hem benim öyle bir olanağım olmadı, hem öyle bir rota izlemedim.

Çizgi buluşların gerçeğe dönüşmesi yani mizahın elle tutulur bir hale gelmesi sürecini nasıl yaşadınız?

15 yıl önce mizah dergisinde çizmeyi bıraktıktan sonra küçük atölyede buluşların üç boyutlularını yapmaya karar verdim. Poğaçacı gibi pişiriyorsunuz ve vitrine koyuyorsunuz. Tabi böyle bir üretimi satmak, fiyatlandırmak çok zor. Ayrıca internet sitemizden online satış da yapıyoruz. Daha sonra Taksim'de üç katlı bir bina kiraladım ve burada en alt katında buluşlar sergileniyor, üst kattaki atölyede üretiliyordu. Aynı zamanda kafe bölümü vardı. O dönem, İngiliz, Fransız ve Ruslarla bazı ortak projeler geliştirdik; ancak gerçekleşmedi. Cihangi'de atölyeyle vitrinin iç içe olduğu mekanımızda faaliyetlerimizi sürdürüyoruz. Tabi ki buranın, bu işin en temel farkı mizahın bir eşya ile elle tutulur hale gelmesi. Fonksiyonel bir cihaz ve espri iç içe geçiyor.

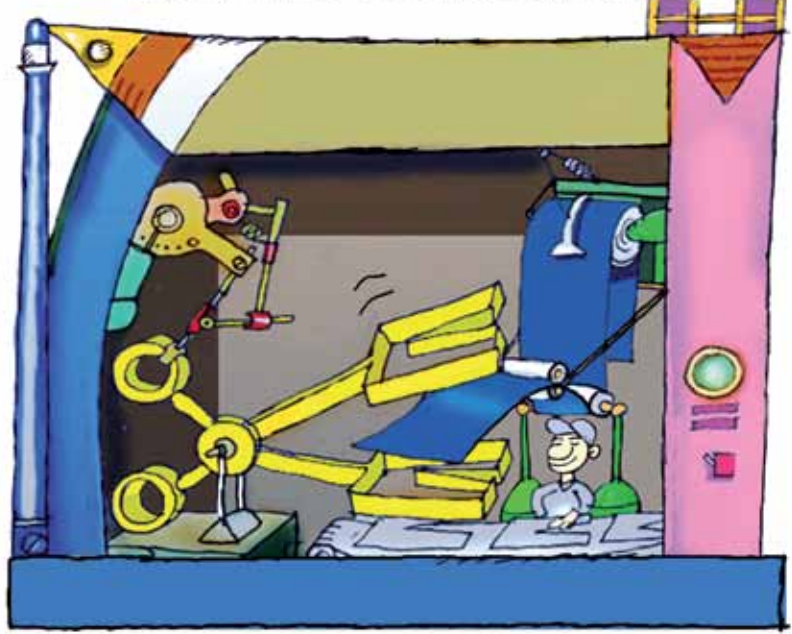
Zihni Sinir atölyesi ve dükkânına ilgi nasıl?

Bir yanda Zihni Sinir'i tanıyarak gelenler oluyor. Onlar için ilginç bir deneyim oluyor, buluşları üç boyutlu ve bir arada görmek. Bilmeyenler ise gelip 'Ne işe yarıyor' diye sorabiliyor. Ne işe yaradığından çok, bunun sanatsal bir çalışma olduğunu anlatmak gerekiyor. Ancak yabancıların ilgisi daha büyük. Dünyanın pek çok yerinden insanlar geliyor ve burayı bloglarında yazıyor, çok etkileniyorlar. Amerika'dan, Peru'dan gelip röportaj yapanlar oldu.

Zihni Sinir procelerine TÜBİTAK da ilgi göstermişti değil mi?

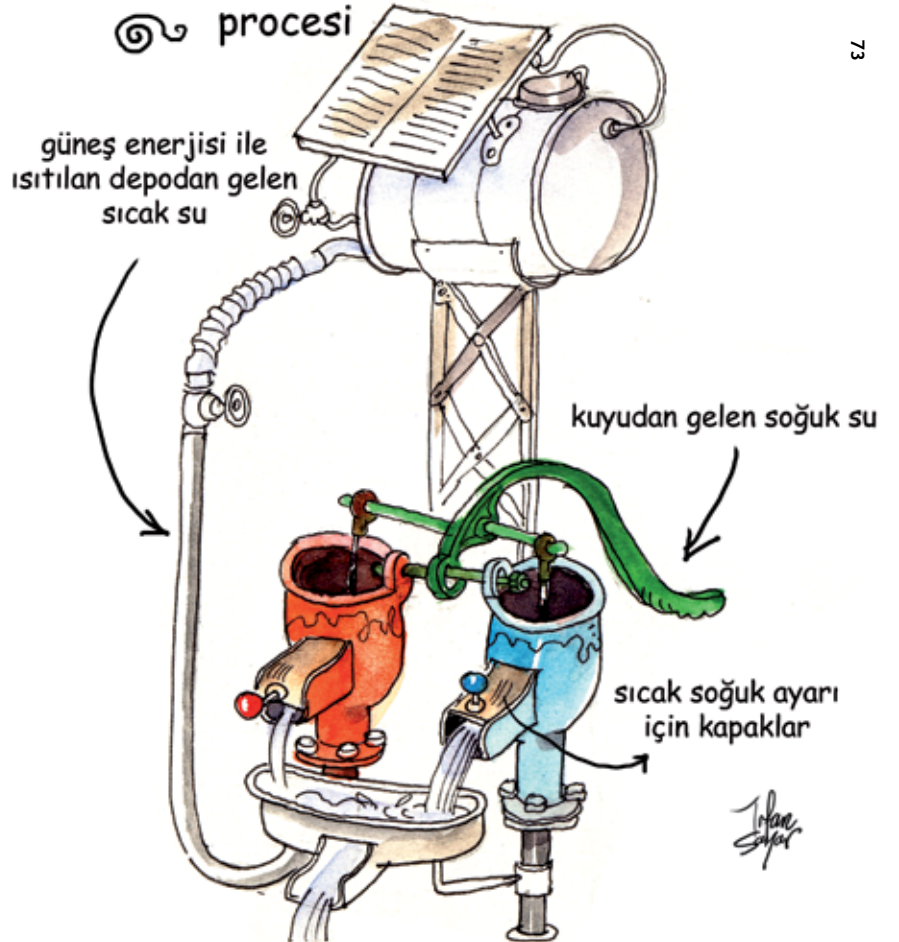
TÜBİTAK'ın çıkarttığı popüler bilim kitaplarından birisi Zihni Sinir Proceler kitabıydı ve büyük ilgi gördü. O serinin en çok satan kitabı oldu. Ayrıca TÜBİTAK'ın Bilim Teknik Dergisi'nde arka sayfa Zihni Sinir'e ayrıldı. Beş yıl oraya çizdim. Bunların dışında buluş şenlikleri yapıyoruz. Yenilikçilik, yaratıcılık sunumlarımızı pek çok üniversite, meslek kuruluşlarında yapıyoruz. Büyük şirketlerin workshop etkinliklerini düzenliyoruz.

TEKSTİL SANAYİNDE KULLANILACAK PANTOLON MAKASI procesi



SICAK SOĞUK AYARLI TULUMBA

procesi





Sallanırken zamanın nasıl geçtiğini anlamayan çocuk.



**ÇOCUK PARKLARINDA
SALINCAK ENERJİSİ İLE ÇALIŞAN
SAAT KULESİ** procesi ©

Bir sinema deneyiminiz de oldu...

Yılmaz Erdoğan'ın Vizyontele filminde ana karakter mucitti. Senaryoyu vererek projeler geliştirmem ve gerçekleştirmem istendi. Platoda onları kurduk ve uygulamasını yaptık. Bisikleti, atölyesi, radyo sistemi, kuyudan su çekerek yıkanma sistemlerini kurduk. Filmde yer almayan güvercin yemeleme makinesi gibi buluşlarda yapmıştık.

Zihni Sinir'in yaygın bir deyim'e dönüşmesini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Sözcük olarak 'Zihni Sinir' çok yerleşti. Kendiliğinden o hale geldi. Çok ayağa basan bir projede uçuk aykırı fikri gelince aşağılamak için kullanılıyor. Ya da özgün, yenilikçi bir fikir olduğunda pozitif olarak kullanılıyor.

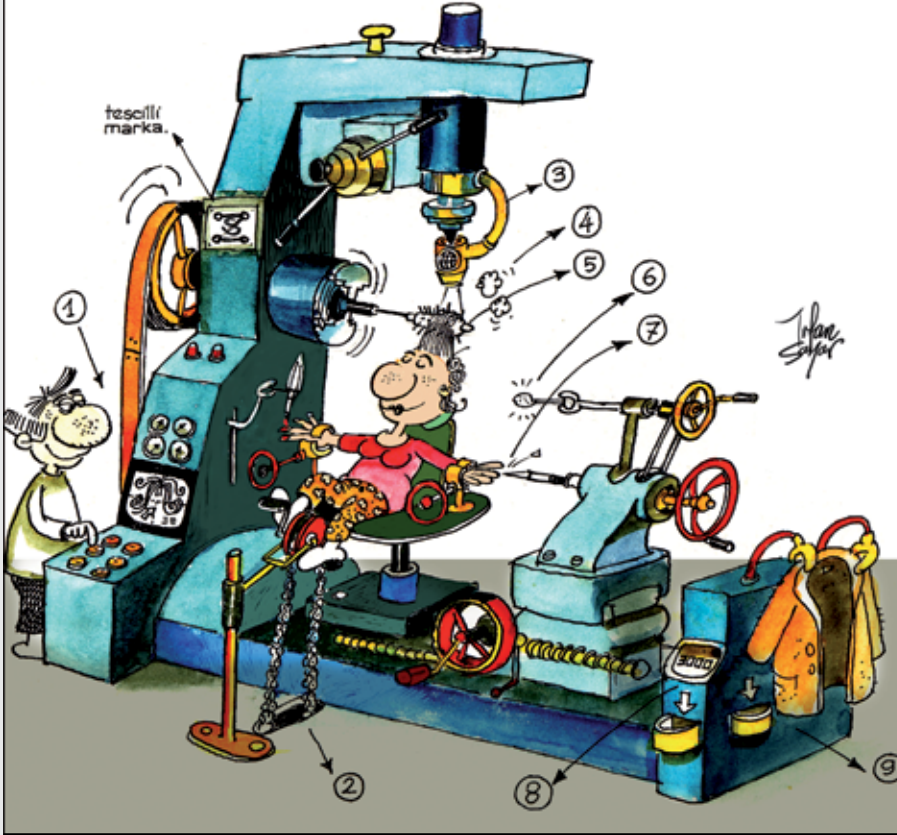
Toplumda da Zihni Sinirler var değil mi?

Evet, toplumda bütün olanaksızlığa karşın böyle bir potansiyel var. Kendi kendine buluş yapan insanlar olabilir. Ancak hayatın içerisinde de pek çok Zihni Sinir süreci zaten var. Onların buluş olduğunun da farkına varılması gerekiyor. Örneğin; kibrit çöpüyle ocağı yakıyor ev hanımları, bunu biriktiriyor. Yandaki ocağı yakması gerektiğinde ocaktaki ateşten yanmış kibrit çöpünü tekrar tutuşturup yakıyor. Bu bir buluştur. Yün ören kadınların, pet şişe içine yünü koymasını, ipi bir delikten çıkarmasını da bir buluş. Böyle o kadar çok buluş var ki... Zihni Sinir'in yaygınlaşmasının nedenlerinden biri de çok sayıda insanın aklında buluşlar olması.

GÜZELLİK TORNASI

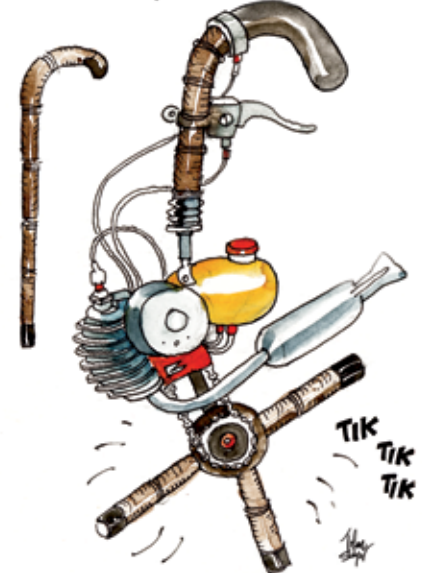
procesi ☺☺

- 1- Günün modasına uygun şablon seçimi.
- 2- Zayıflama bisikleti (tornayı çalıştıran enerji çaktırmadan buradan elde edilir.
- 3- Jöle hortumu
- 4- Sıcak hava
- 5- Fön fırçası
- 6- Kulak temizliği
- 7- Manikür
- 8-Kasa
- 9- Ceket tutma ve bahşiş.

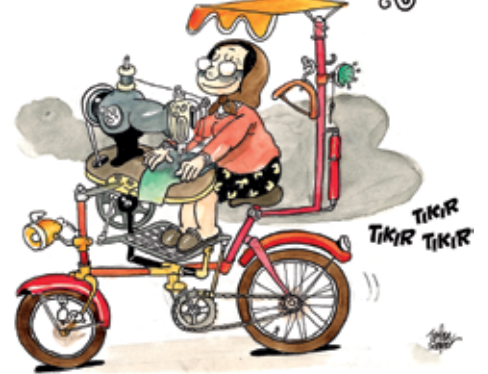


MOTORLU BASTON

procesi



Dikiş diken ev hanımlarının biraz sokağa çıkıp hem çalışıp hem de dolasmalarını sağlayan
DİKİŞ MAKİNELİ BİSİKLET süreci ☺☺



MAKİNELEŞMİŞ ÇAY KAŞIĞI

procesi ☺☺



Sizin için makine ne anlam ifade ediyor?

Makine çok temel bir unsur hayatımızda. Ama insanımız buna maalesef hak ettiği önemle henüz bakamıyor. Çevredeki her şey, bilgisayar da bir makine; ama bilgisayarın bir makine olduğu fikri bile birçok insanda yok. Sadece sanal ortam yaratan bir şey olarak görülüyor. Makine hayatı kolaylaştırmanın, ekonominin gelişmesinin, istihdamın ve bir ülkenin kalkınmasının kaynağıdır.

Yaratıcı ve yenilikçi bir yaklaşımla Türkiye'nin bu konuda çok ileri noktalara gidebileceğini düşünüyorum. Özellikle araştırma ve geliştirme konusunda bir

atılım yaparak özgün ürünlerimizi ortaya çıkarabiliriz. Ancak bir tarafta da eğitim meselesi var. Eğitimin sadece okullarda kalmaması gerekiyor. Meslek okullarında yatırımlarla uygulama sahalarının geliştirilmesi gerekiyor. Çocukların nesneyle ilişki kurmaları için çok fazla olanak yok. Örneğin; kentlerimizde organize sanayi bölgeleri var. Bu konulara kafa yoran insanların yararlanabileceği atölyeler kurulabilir. Bilime meraklı gençler bir şeyler yapmak istedikleri zaman çeşitli işletmelere gidip rica minnet 'Şu parçayı kesebilir miyiz' demek zorunda kalıyor. Böyle yerler olursa bilime, yeniliklere ve buluşlara önemli bir destek sağlanmış olur.



MAKİNE İHRACATI EYLÜL AYI SONUNDA 9 MİLYAR DOLARA YÜKSELDİ

Makine sektörü toplam ihracatında yüzde 24,7 oranında artış yaşandı. Makine ve Aksamları İhracatçıları Birliği iştirah alanı toplamından oluşan ihracat rakamlarına göre; geçtiğimiz sene Ocak-Eylül döneminde 7,2 milyar dolar olan sektör hacmi, 2011 yılının aynı döneminde 9 milyar dolara yükseldi.

Makine ve Aksamları İhracatçıları Birliği iştirah alanına giren GTIP'ler kapsamında belirlenen Türkiye geneli ihracat kayıtlarına göre sektör ihracatımızda ise yüzde 34,4 oranında artış yaşandı. 2010 yılı Ocak-Eylül döneminde 4 milyar 547 milyon 176 bin dolar olan ihracat kayıt rakamı; 2011 yılı aynı döneminde 6 milyar 113 milyon 632 bin dolar oldu. Makine sektörü toplamı 84'üncü fasıl tamamı ve 84'üncü fasıl dışı Makine ve Aksamları İhracatçıları Birliği iştirah alanı toplamından oluşan makine sektörünün tamamının ihracatı 2010 yılı Ocak Eylül döneminde 7 milyar 236 milyar 664 bin dolarken bu rakam 2011 yılı aynı dönemde yüzde 24,7 oranında artarak 9 milyar 26 milyar 202 bin dolara yükseldi.

MOTOR AKSAM VE PARÇALARI BİRİNCİLİK KOLTUĞUNDA

Ihracatında 2011 yılının Ocak-Eylül döne-

minde artış yaşanan mal grupları bazında ilk kalemin yüzde 499,3 oranında ivme gösterdiği belirlendi. Rekor artışla ilk sıraya oturan motor aksam ve parçaları geçen ayda olduğu gibi ihracatında en fazla artış yaşanan kalem oldu. Listenin ikinci sırasında ise yine aynı şekilde sıralamada yerini koruyan endüstriyel klimalar ve soğutma makineleri sektörü oldu. Listede ikinci sırada yer alan sektör yüzde 63,6 oranında artış gösterdi. Geçtiğimiz ay listenin üçüncü sırasında yer alan reaktörler ve kazanlar dördüncülüğe gerileyerek yerini yüzde 54,2 oranında yükselme yaşayan kauçuk plastik, lastik işleme ve imalatına ait makinelere bıraktı. Dördüncü sıraya gerileyen reaktörler ve kazanlar sektörü 2011 yılının Ocak-Eylül döneminde yüzde 55,5 oranında artış yaşadı. İhracatında mal grupları bazında artış yaşanan beşinci kalem ise yüzde 53,1 oranında büyümeyle hadde ve döküm makineleri, kalıplar, aksam ve parçaları oldu. Makine ve Aksamları İhracatçıları Birliği'nin

iştirah alanına giren ürünler itibarıyla, mal gruplarının sektör ihracatından aldıkları paylar incelendiğinde; 2011 yılı Ocak-Eylül döneminde; yüzde 17,4 pay ile endüstriyel klimalar ve soğutma makineleri birinci; yüzde 12,7 pay ile inşaat ve madencilikte kullanılan makineler ikinci; yüzde 8,7 pay ile pompa ve kompresörler üçüncü sırada yer aldı.

EN FAZLA İHRACATIMIZ RAKİP ALMANYA'YA OLDU

Ülkeler itibarıyla ihracat kayıt rakamları incelendiğinde; 2011 yılı Ocak-Eylül döneminde en fazla ihracat yapılan ilk üç ülke sırasıyla Almanya, İran ve İngiltere oldu. Söz konusu dönemde ilk on ülke arasında en büyük ihracat artışı yüzde 94,4 ile Almanya'ya yönelik oldu. Anılan ülkeye ihracatımız 746,8 milyon dolar olarak tespit edildi. İkincilik koltuğundaki İran'da ise yüzde 44,7 oranında artış yaşayarak 414,5 milyon dolar ihracat gerçekleşti. İlk

MAKİNE VE AKSAMLARI İHRACATÇILARI BİRLİĞİ İŞTİHAL ALANI İTİBARIYLA İHRACAT GERÇEKLEŞTİRİLEN İLK ON ÜLKE (2010-2011 YILLARI 1 OCAK - 30 EYLÜL DÖNEMİ)

Kaynak: Tüm İhracatçı Birlikleri Kayıtları

ÜLKE	2010		2011		[%] DEĞİŞİM	
	MİKTAR (\$)	DEĞER (Kg)	MİKTAR (\$)	DEĞER (Kg)	MİKTAR	DEĞER
ALMANYA	59,445,590.87	384,137,280.22	95,243,829.91	746,884,552.13	60.2	94.4
İRAN	53,786,953.99	286,414,629.47	61,429,080.67	414,557,414.04	14.2	44.7
İNGİLTERE	50,747,318.79	214,246,667.79	72,817,266.81	322,084,163.40	43.5	50.3
RUSYA	23,933,992.93	163,367,806.89	38,153,761.97	301,521,744.63	59.4	84.6
ABD	24,493,498.82	271,094,671.99	22,274,799.09	283,051,580.67	-9.1	4.4
IRAK	45,375,813.16	242,930,323.06	48,936,265.80	265,043,625.32	7.8	9.1
FRANSA	26,495,346.64	151,114,532.80	40,111,450.22	240,760,404.41	51.4	59.3
İTALYA	30,115,193.06	168,391,234.80	38,142,507.51	236,546,129.45	26.7	40.5
AZERBAYCAN	19,183,762.46	131,534,358.80	24,123,174.31	190,441,739.09	25.7	44.8
SUUDİ ARABİSTAN	14,257,727.27	89,588,903.08	20,815,201.86	161,564,202.44	46.0	80.3
DİĞER	424,932,498	2,444,356,070	465,154,795	2,951,176,581	9.5	20.7
T O P L A M	772,767,696	4,547,176,479	927,202,133	6,113,632,136	20.0	34.4

MAKİNE VE AKSAMLARI SEKTÖRÜNÜN TAMAMINA İLİŞKİN İHRACAT KAYIT RAKAMLARI

Kaynak: Tüm İhracatçı Birlikleri Kayıtları

MAL GRUBU ADI	01 OCAK-30 EYLÜL 2010		01 OCAK-30 EYLÜL 2011		[%] DEĞİŞİM	
	MİKTAR (Kg)	DEĞER (\$)	MİKTAR (Kg)	DEĞER (\$)	MİKTAR	DEĞER
REAKTÖRLER VE KAZANLAR	27,322,282	197,099,519	39,358,560	306,412,365	44.1	55.5
TÜRBİN, TURBOJET, HİDR. SİLİNDİR AKS. PRÇ.	9,588,516	166,387,586	8,265,523	169,080,096	-13.8	1.6
POMPALAR VE KOMPRESÖRLER	53,293,673	421,609,346	61,064,280	534,112,228	14.6	26.7
VANALAR	26,613,975	224,792,900	30,880,798	292,131,993	16.0	30.0
KLİMALAR, SOĞUTUCU VE DONDURUCULAR	309,638,891	1,398,394,558	336,247,080	1,696,659,382	8.6	21.3
ISITICILAR VE FIRINLAR	23,032,406	165,099,587	22,804,102	202,497,305	-1.0	22.7
HADDE VE DÖKÜM MAK., KALIPLAR, AKS. VE PRÇ.	27,745,587	178,526,674	36,463,239	273,352,568	31.4	53.1
GIDA SANAYİİ MAKİNELERİ, AKS. VE PARÇ.	41,461,238	269,967,937	51,855,487	344,892,068	25.1	27.8
TARIM VE ORMANCILIK MAKİNELERİ	61,157,403	275,300,013	59,732,156	279,919,258	-2.3	1.7
YÜK KALDIRMA, TAŞIMA VE İSTİFLEME MAK.	23,512,454	106,960,058	27,238,112	143,013,086	15.8	33.7
İNŞAAT VE MADENCİLİK MAKİNELERİ	144,609,517	540,679,066	190,157,210	777,973,326	31.5	43.9
KAĞIT İMALİNE VE MATBAACILIĞA MAHSUS MAK.	5,721,477	41,776,799	5,699,199	47,090,163	-0.4	12.7
DİĞER YIKAMA, KURUTMA MAKİNELERİ	227,561,592	732,753,709	230,452,327	811,129,215	1.3	10.7
TEKSTİL VE KONFEKSİYON MAKİNELERİ	39,494,986	186,522,149	37,202,338	215,486,480	-5.8	15.5
DERİ İŞLEME VE İMALAT MAKİNELERİ	1,141,219	5,620,440	1,102,705	6,284,023	-3.4	11.8
KAUÇUK, PLASTİK, LASTİK İŞLEME MAKİNELERİ	5,277,643	50,490,527	6,915,271	77,863,029	31.0	54.2
TAKIM TEZGAHLARI	69,876,603	365,001,796	66,048,307	465,853,406	-5.5	27.6
DİĞER MAKİNELER , AKSAM VE PARÇALAR	68,276,691	427,402,024	77,178,362	565,627,509	13.0	32.3
MOTORLAR, AKSAM VE PARÇALARI	59,879,062	1,038,031,420	75,215,182	1,272,708,369	25.6	22.6
BÜRO MAKİNELERİ	2,188,415	94,600,056	3,413,909	101,991,409	56.0	7.8
RULMANLAR	6,295,650	63,539,165	8,566,891	95,533,910	36.1	50.4
SAVUNMA SAN.İÇİN SİLAH VE MÜHİMMAT	9,447,854	210,089,470	6,361,084	247,478,169	-32.7	17.8
AMBALAJ MAKİNELERİ, AKSAM VE PARÇALARI	2,861,844	76,020,043	3,819,658	99,112,920	33.5	30.4
TOPLAM	1,245,998,980	7,236,664,842	1,386,041,780	9,026,202,275	11.2	24.7

üçte yer alan İngiltere'ye ise yüzde 50,3 oranında artış yaşayarak 322 milyon dolar makine ihracatı geçekleşti. 2011 yılı Ocak-Eylül dönemi işğal alanı itibariyle ihracat gerçekleştirilen ülkeler arasında değer bazında ise 94,4 oranında artışla Almanya birinci olurken; sırasıyla 84,6 oranında yükselişle Rusya ve sonrasında yüzde 80,3 oranında artışla Suudi Arabistan takip etti.

ALT SEKTÖRLERDE EN FAZLA İHRACAT YAPILAN ÜLKELER

2011 yılı Ocak-Eylül döneminde mal

grupları bazında en fazla ihracat yapılan ülkeler şunlardır: endüstriyel klimalar ve soğutucularda Almanya, İngiltere, Fransa; inşaat ve madencilik makinelerinde Almanya, Tunus, İran; pompa ve kompresörlerde Almanya, Irak, Rusya; takım tezgâhlarında İran, Almanya, Rusya; gıda sanayi makinelerinde Almanya, İran, Rusya; savunma sanayi için silah ve mühimmatta S. Arabistan, ABD, Azerbaycan; tekstil ve konfeksiyon makinelerinde Hindistan, Etiyopya, Özbekistan; hadde ve döküm makinelerinde İran, Almanya,

Rusya; tarım ve ormancılık makinelerinde Irak, ABD, İtalya; vanalarda Almanya, Irak, İran; reaktör ve kazanlarda Almanya, İngiltere, Irak; türbin, turbojet ve hidrolik silindirlere İngiltere, Fransa, İran; endüstriyel ısıtıcı ve fırınlarda İran, Almanya, Rusya; yük kaldırma, taşıma ve istifleme makinelerinde Rusya, Irak, İran; ambalaj makinelerinde İtalya, Irak, İran; kauçuk, plastik, lastik işleme makinelerinde İran, Rusya, Bulgaristan; rulmanlarda Almanya, Fransa, İngiltere; kağıt ve matbaacılık makinelerinde İran, Almanya, Rusya'dır.



ENDÜSTRİYEL KLİMALAR ve SOĞUTMA MAKİNELERİ

Endüstriyel klimalar ve soğutma makineleri ihracatımız, 2011 yılının Eylül döneminde makine ve aksesuarları ihracatımızda artış yaşayarak ayı kapattı. Değer bazında geçtiğimiz yılın Eylül dönemine kıyasla yüzde 63,6 oranında artış değerini yakalayan endüstriyel klimalar ve soğutma makinelerinin ihracat hacmi; 1,6 milyar dolar seviyesine yükseldi.

Değer olarak 2010 yılının Eylül döneminde 651 milyon 448 bin dolar olan endüstriyel klimalar ve soğutma makineleri ihracatımız, 2011 yılının Eylül döneminde ise 1 milyar 65 milyon 780 bin dolar oldu. Endüstriyel klimalar ve soğutma makineleri ihracatımızın en fazla olduğu yer ise Almanya. Söz konusu ülkeye 2011 yılının Eylül döneminde 140 milyon 234 bin dolarlık endüstriyel klimalar ve soğutma makineleri ihracatı gerçekleştirildi. Bu mal grubu içerisindeki en büyük ikinci ihracat pazarımızın ise İngiltere olduğu tespit edildi. İngiltere'ye 2010 yılının Eylül döneminde 85 milyon 121 bin dolarlık endüstriyel klimalar ve soğutma makineleri ihracatımız söz konusu iken 2011 yılının aynı dönemine gelindiğinde 127 milyon 855 bin dolar ihracat düzeyi yakalandı. Endüstriyel klimalar ve soğutma makineleri ihracatımızın üçüncü en büyük pazarı ise Fransa oldu. Fransa'ya

2010 yılının Eylül döneminde 42 milyon 950 bin dolarlık endüstriyel klimalar ve soğutma makineleri ihracatımız söz konusu iken 2011 yılının aynı dönemine gelindiğinde 75 milyon 946 bin dolara yükseldiği görüldü. İhracat sıralamasında ilk üç ülkeden sonra dördüncü sırada Irak yer aldı. Irak'a 2010 yılında 49 milyon 336 bin dolarlık ihracat gerçekleştirirken 2011 yılında 50 milyon 712 bin dolar ihracat hacmi yakalandı. Endüstriyel klimalar ve soğutma makineleri ihracatımızın 2011 yılı Eylül döneminde en

fazla artış gösterdiği ilk beşte yer alan son ülkenin ise İran olduğu açıklandı. İran'a 2010 yılında 35 milyon 175 bin dolar ihracat yaparken 2011 yılında 46 milyon 263 bin dolar ihracat gerçekleşti. İhracatımızda değer bakımından ise endüstriyel klimalar ve soğutma makineleri sektöründe ilk üç sırada yüzde 325,5 değer artışı ile Almanya yer aldı. Rakip ülkeye gerçekleştirdiğimiz rekor seviyedeki artışın ardından listeyi yüzde 283,7 ile ABD ve sonrasında yüzde 185,8 oranında yükselişle Polonya takip etti.



MAKİNE VE AKSAMLARI İHRACATÇILARI BİRLİĞİ İŞTİĞAL ALANI İTİBARIYLA İHRACAT KAYIT RAKAMLARI (2010 ve 2011 Yılları Ocak - Eylül Dönemi)

01 OCAK-30 EYLÜL 2010		01 OCAK-30 EYLÜL 2011		[%] DEĞİŞİM	
MİKTAR (Kg)	DEĞER (\$)	MİKTAR (Kg)	DEĞER (\$)	MİKTAR	DEĞER
138.926.393,86	651.448.495,89	199.546.941,93	1.065.780.180,86	43,6	63,6

ENDÜSTRİYEL KLİMALAR VE SOĞUTMA MAKİNELERİ TÜRKİYE GENELİ İHRACATI (2010 ve 2011 Yılları Ocak - Eylül Dönemi)

Kaynak: Tüm İhracatçı Birlikleri Kayıtları

ÜLKE	01 OCAK-30 EYLÜL 2010			01 OCAK-30 EYLÜL 2011			[%] DEĞİŞİM	
	MİKTAR (Kg)	DEĞER (\$)	\$/kg	MİKTAR (Kg)	DEĞER (\$)	\$/kg	MİKTAR	DEĞER
ALMANYA	5.431.475	32.958.206	6,1	22.711.616	140.234.755	6,2	318,1	325,5
İNGİLTERE	20.965.169	85.121.348	4,1	29.047.439	127.855.040	4,4	38,6	50,2
FRANSA	10.404.287	42.950.078	4,1	17.009.547	75.946.909	4,5	63,5	76,8
IRAK	11.776.134	49.336.841	4,2	11.528.363	50.712.508	4,4	-2,1	2,8
İRAN	6.905.699	35.175.306	5,1	8.256.833	46.263.835	5,6	19,6	31,5
İTALYA	3.625.199	17.612.451	4,9	8.516.114	43.624.355	5,1	134,9	147,7
RUSYA	4.376.005	20.612.291	4,7	6.529.852	38.952.308	6,0	49,2	89,0
POLONYA	2.302.975	10.765.417	4,7	6.521.726	30.765.762	4,7	183,2	185,8
ABD	699.149	7.676.619	11,0	2.806.668	29.456.897	10,5	301,4	283,7
AZERBAYCAN	2.350.400	14.650.178	6,2	4.315.096	28.541.621	6,6	83,6	94,8
DİĞER	70.089.903	334.589.759	4,8	82.303.689	453.426.192	5,5	17,4	35,5
MAL GRUBU TOPLAMI	138.926.394	651.448.496	4,7	199.546.942	1.065.780.181	5,3	43,6	63,6

TAKIM TEZGAHLARI

Mal grupları bazında yüzde 27,6 oranında yükseliş yaşayan takım tezgahları sektörü ihracatımız, 2011 Eylül ayında hacmini artırdı. 2010 Ocak-Eylül döneminde 365 milyon dolar seviyelerinde seyreden takım tezgahları sektörü ihracatımız 2010 yılının aynı döneminde 465 milyon dolar seviyesine yükseldi.

Türkiye genel ihracatında takım tezgahlarında değer bazında yüzde 27,6 oranında artış yaşandı. Takım tezgahları ihracatımızda 2011 yılının Ocak-Eylül döneminde ise en fazla yüzde 36,6 değer artışıyla İran'a gerçekleştirilen ihracatımız ülkeler genelinde ilk sıraya oturdu. 2011 yılı Ocak-Eylül döneminde 42 milyon 454 bin dolar ihracat gerçekleştirilen söz konusu ülkeye, geçtiğimiz senenin aynı döneminde ise 31 milyon 79 bin dolarlık ihracat gerçekleşmişti. Sıralamada İran'dan sonra ikinci sırada Almanya yer alıyor. İkinci sırada yer alan Almanya'ya 2010 yılının Ocak-Eylül döneminde 20 milyon 441 bin dolar ihracat gerçekleştirilirken 2011 yılının aynı döneminde yüzde 91,5 oranında artış yaşanarak 39 milyon 139 bin dolar seviyesine yükselindi. Takım tezgahları ihracatımızda üçüncü sırada Rusya yer alıyor. Rusya'ya olan ihracatımız 2010 yılının Ocak-Eylül döneminde



21 milyon 696 bin dolarken 2011 yılının aynı döneminde 39 milyon 139 bin dolar oldu.

Takım tezgahları Türkiye geneli ihracatında 2011 yılının Ocak-Eylül döneminde ise en fazla artış sırasıyla ABD, Almanya

ve Rusya'da yaşandı. ABD'ye olan takım tezgahları ihracatımızda yüzde 104,4 oranında artış yaşanırken; ikinci sırada yer alan Almanya'ya yüzde 91,5; üçüncü sırada yer alan Rusya'ya ise yüzde 73,9 oranında artış gerçekleşti.

MAKİNE VE AKSAMLARI İHRACATÇILARI BİRLİĞİ İŞTİĞAL ALANI İTİBARIYLA İHRACAT KAYIT RAKAMLARI (2010 ve 2011 Yılları Ocak - Eylül Dönemi)

01 OCAK-30 EYLÜL 2010		01 OCAK-30 EYLÜL 2011		[%] DEĞİŞİM	
MİKTAR (Kg)	DEĞER (\$)	MİKTAR (Kg)	DEĞER (\$)	MİKTAR	DEĞER
69.876.603,43	365.001.796,40	66.048.307,12	465.853.405,92	-5,5	27,6

TAKIM TEZGAHLARI TÜRKİYE GENELİ İHRACATI (2010 ve 2011 Yılları Ocak - Eylül Dönemi)

Kaynak: Tüm İhracatçı Birlikleri Kayıtları

ÜLKE	01 OCAK-30 EYLÜL 2010			01 OCAK-30 EYLÜL 2011			[%] DEĞİŞİM	
	MİKTAR (Kg)	DEĞER (\$)	\$/kg	MİKTAR (Kg)	DEĞER (\$)	\$/kg	MİKTAR	DEĞER
İRAN	3.757.334	31.079.477	8,3	4.461.989	42.454.305	9,5	18,8	36,6
ALMANYA	2.717.177	20.441.516	7,5	4.344.867	39.139.815	9,0	59,9	91,5
RUSYA	3.154.301	21.696.620	6,9	4.860.696	37.723.100	7,8	54,1	73,9
IRAK	3.261.022	24.627.846	7,6	3.022.703	24.992.358	8,3	-7,3	1,5
ABD	1.466.115	8.917.906	6,1	3.108.763	18.224.612	5,9	112,0	104,4
POLONYA	2.003.811	10.520.024	5,3	2.437.459	15.504.879	6,4	21,6	47,4
BREZİLYA	3.194.939	15.202.440	4,8	2.257.638	13.019.709	5,8	-29,3	-14,4
SUUDİ ARABİSTAN	1.912.328	10.653.526	5,6	2.393.318	12.888.190	5,4	25,2	21,0
BULGARİSTAN	1.139.814	7.831.250	6,9	1.118.009	11.021.323	9,9	-1,9	40,7
AZERBAYCAN	2.035.922	14.449.578	7,1	1.420.130	10.112.945	7,1	-30,2	-30,0
DİĞER	45.233.841	199.581.615	4,4	36.622.737	240.772.171	6,6	-19,0	20,6
MAL GRUBU TOPLAMI	69.876.603	365.001.796	5,2	66.048.307	465.853.406	7,1	-5,5	27,6



TEKSTİL ve KONFEKSİYON MAKİNELERİ



2010 yılı Ocak-Eylül döneminde 186 milyon 522 bin dolar olarak gerçekleşen tekstil ve konfeksiyon makineleri ihracatımız, 2011 yılının aynı dönemine gelindiğinde yüzde 15,5 oranında artış göstererek 215 milyon 486 seviyesine yükseldi.

Tekstil ve konfeksiyon makineleri ihracatımızda yüzde 43,5 oranında artış yaşayan Hindistan birinci sırada yer aldı. Anılan ülkeye olan ihracatımız 2010 yılında 17 milyon 577 bin dolarken 2011 yılının Ocak-Eylül döneminde 25 milyon 230 bin dolar oldu. Sıralama ikinci sırada ise Etiyopya var. Etiyopya'ya gerçekleştirdiğimiz tekstil ve konfeksiyon makineleri ihracatımızda yüzde 193 oranında artış

yaşanarak 2011 yılı Ocak-Eylül dönemi ihracatımız 19 milyon 138 bin dolar olarak gerçekleşti. Türkiye geneli tekstil ve konfeksiyon makineleri ihracat listesinde ilk üçte yer alan üçüncü ülke ise yüzde 68,3 oranında artışla Özbekistan oldu. Özbekistan'a olan tekstil ve konfeksiyon makineleri ihracatımız 2010 yılının Ocak-Eylül döneminde 10 milyon 851 bin dolar seviyelerinde seyrederken 2011 yı-

lının aynı döneminde 18 milyon 263 bin dolara yükseldi. Tekstil ve konfeksiyon makineleri ihracatımızın en fazla olduğu dördüncü ve beşinci ülkenin de İran ve Bangladeş olduğu dikkat çekti. İran'a olan ihracatımız 2011 yılının Ocak-Eylül döneminde 13 milyon 725 bin dolar olurken; Bangladeş'e gerçekleştirdiğimiz tekstil ve konfeksiyon makineleri ihracatımız yüzde 25,5 oranında değer kazanarak 10 milyon 353 bin dolar seviyesine yükseldiği dikkat çekti.

Ihracatımızın en fazla gerçekleştiği ülkeler klasmanında ise yüzde 193 oranında artışla Etiyopya fark yarattı. Etiyopya'ya gerçekleştirilen ihracatımız aynı zamanda tekstil ve konfeksiyon makineleri ihracatında da dikkat çekmişti. 2011 yılının Ocak-Eylül döneminde 10 milyon 138 bin dolar seyrinde gerçekleşen ithalattan sonra ikinci sıraya yüzde 78,9 oranında artışla Fransa oturdu. Fransa'da sonra listede en fazla artışın yaşandığı ülke yüzde 28,3 oranında artışla Özbekistan oldu.

MAKİNE VE AKSAMLARI İHRACATÇILARI BİRLİĞİ İŞTİĞAL ALANI İTİBARIYLA İHRACAT KAYIT RAKAMLARI (2010 ve 2011 Yılları Ocak - Eylül Dönemi)

01 OCAK-30 EYLÜL 2010		01 OCAK-30 EYLÜL 2011		[%] DEĞİŞİM	
MİKTAR (Kg)	DEĞER (\$)	MİKTAR (Kg)	DEĞER (\$)	MİKTAR	DEĞER
39.494.986,40	186.522.149,02	37.202.338,21	215.486.480,04	-5,8	15,5

TEKSTİL VE KONFEKSİYON MAKİNELERİ TÜRKİYE GENELİ İHRACATI (2010 ve 2011 Yılları Ocak - Eylül Dönemi)

Kaynak: Tüm İhracatçı Birlikleri Kayıtları

ÜLKE	01 OCAK-30 EYLÜL 2010			01 OCAK-30 EYLÜL 2011			[%] DEĞİŞİM	
	MİKTAR (Kg)	DEĞER (\$)	\$/kg	MİKTAR (Kg)	DEĞER (\$)	\$/kg	MİKTAR	DEĞER
HINDİSTAN	5.582.436	17.577.642	3,1	7.548.711	25.230.673	3,3	35,2	43,5
ETİYOPYA	1.425.949	6.531.811	4,6	2.268.970	19.138.774	8,4	59,1	193,0
ÖZBEKİSTAN	3.145.340	10.851.292	3,4	2.457.527	18.263.754	7,4	-21,9	68,3
İRAN	4.501.265	23.302.858	5,2	2.981.798	13.725.867	4,6	-33,8	-41,1
BANGLADEŞ	1.109.977	8.250.334	7,4	1.836.781	10.353.604	5,6	65,5	25,5
İNGİLTERE	2.612.862	9.293.515	3,6	2.721.866	10.305.775	3,8	4,2	10,9
ALMANYA	1.067.923	6.818.045	6,4	1.230.954	10.139.819	8,2	15,3	48,7
FRANSA	1.072.971	5.427.374	5,1	1.789.526	9.708.577	5,4	66,8	78,9
MISIR	3.038.980	9.587.605	3,2	1.541.328	9.632.235	6,2	-49,3	0,5
RUSYA	944.065	5.214.000	5,5	995.534	7.894.746	7,9	5,5	51,4
DİĞER	14.993.218	83.667.673	5,6	11.829.344	81.092.657	6,9	-21,1	-3,1
MAL GRUBU TOPLAMI	39.494.986	186.522.149	4,7	37.202.338	215.486.480	5,8	-5,8	15,5

VANALAR

Makine sanayinin güçlü alt sektörlerinden biri olan vanalar ihracatı 2011 yılının Eylül ayında da artış göstermeye devam etti. 2010 yılı Ocak-Eylül dönemi, 2011 yılının aynı dönemiyle kıyaslandığında yüzde 30 oranında artış gözlemlenen vanalar ihracatında Eylül ayında 292 milyon dolarlık artış kaydedildi.

Makine ve Aksamları İhracatçıları Birliği iştiğal alanı itibarıyla vanalar ihracatı 2010 yılı Ocak-Eylül döneminde 224 milyon 792 bin dolar seviyelerini yakaladı. Aynı dönemin 2011 yılı ile kıyaslandığında vanalar ihracatımızın yüzde 30 oranında değer kazanarak 292 milyon 131 bin dolar seviyesine yükseldiği görüldü. Türkiye geneli ihracatına bakıldığında ise 2011 yılı Ocak-Eylül dönemi arasında vanalar ihracatının en fazla Almanya'ya gerçekleştiği görülüyor. Vanalar ihracatımızda yüzde 68,8 oranında artış yaşayan Almanya'ya 2011 yılının Ocak-Eylül döneminde 43 milyon 79 bin dolar ihracat yapıldı. Sıralama ikinci sırada ise Irak yer aldı. Irak'a gerçekleştirdiğimiz vanalar ihracatımızda yüzde 30,5 oranında artış yaşanarak 2011 yılı Ocak-Eylül dönemi ihracatımız 20 milyon 470 bin dolar olarak gerçekleşti. Türkiye geneli vanalar ihracat listesinde ilk üçte yer alan üçüncü ülke ise yüzde 34,7 oranında artışla İran oldu.

İran'a olan vanalar ihracatımız 2010 yılının Ocak-Eylül döneminde 13 milyon 768 bin dolar seviyelerinde seyrederken 2011 yılının aynı döneminde 18 milyon 539 bin dolara yükseldi. İhracatımızın en fazla olduğu dördüncü ülke olarak Rusya dikkat çekiyor. Rusya'ya 2010 yılının Ocak-Eylül döneminde gerçekleştirilen vanalar ihracatı 12 milyon 807 bin dolar seviyelerindeyken 2011 yılının aynı döneminde yüzde 17,3 oranında artış oldu. Yaşanan artış sonrasında anılan ülkeye ihracatımız 15 milyon 27 bin dolar oldu. Vanalar Türkiye geneli ihracat listesinin ilk 5'inde beşinci sırada yer alan ülke Mısır oldu. Son dönemde Mısır'a yaşanan ihracatlarda yaşanan yükselişle beraber anılan ülkeyle aramızdaki ihracat yüzde 22,6 değer kazandı. Mısır'a yapılan vanalar ihracatımızda 2010 yılında 10 milyon 351 bin dolar seviyelerindeyken 2011 yılı Ocak-Eylül döneminde bu rakamın 15 milyon 27

bin dolar seviyelerine yükselmesi dikkat çekti.

Vanalar ihracatımızda yükseliş gösteren ilk üç ülke ise sırasıyla yüzde 75,8 oranında artışla ABD, yüzde 72,2 oranında artışla Hollanda ve yüzde 68,8 oranında artış ile Almanya oldu.



MAKİNE VE AKSAMLARI İHRACATÇILARI BİRLİĞİ İŞTİĞAL ALANI İTİBARIYLA İHRACAT KAYIT RAKAMLARI (2010 ve 2011 Yılları Ocak - Eylül Dönemi)

01 OCAK-30 EYLÜL 2010		01 OCAK-30 EYLÜL 2011		[%] DEĞİŞİM	
MİKTAR (Kg)	DEĞER (\$)	MİKTAR (Kg)	DEĞER (\$)	MİKTAR	DEĞER
26.613.975,14	224.792.900,25	30.880.797,50	292.131.993,32	16,0	30,0

VANALAR TÜRKİYE GENELİ İHRACATI (2010 ve 2011 Yılları Ocak - Eylül Dönemi)

Kaynak: Tüm İhracatçı Birlikleri Kayıtları

ÜLKE	01 OCAK-30 EYLÜL 2010			01 OCAK-30 EYLÜL 2011			[%] DEĞİŞİM	
	MİKTAR (Kg)	DEĞER (\$)	\$/kg	MİKTAR (Kg)	DEĞER (\$)	\$/kg	MİKTAR	DEĞER
ALMANYA	3.140.458	25.522.307	8,1	5.237.698	43.079.542	8,2	66,8	68,8
IRAK	1.679.177	15.684.451	9,3	2.078.871	20.470.480	9,8	23,8	30,5
İRAN	1.724.261	13.768.322	8,0	1.396.506	18.539.789	13,3	-19,0	34,7
RUSYA	1.206.433	12.807.182	10,6	1.356.007	15.027.801	11,1	12,4	17,3
MISIR	952.499	10.351.424	10,9	1.326.690	12.688.035	9,6	39,3	22,6
AZERBAIJAN	826.726	7.811.140	9,4	1.096.752	11.872.772	10,8	32,7	52,0
İTALYA	1.381.874	8.837.704	6,4	1.146.843	10.338.439	9,0	-17,0	17,0
FRANSA	946.088	7.512.748	7,9	1.161.831	10.159.860	8,7	22,8	35,2
ABD	356.428	5.620.694	15,8	532.881	9.879.057	18,5	49,5	75,8
HOLLANDA	1.098.058	5.641.051	5,1	1.573.051	9.712.366	6,2	43,3	72,2
DİĞER	13.301.973	111.235.877	8,4	13.973.668	130.363.852	9,3	5,0	17,2
MAL GRUBU TOPLAMI	26.613.975	224.792.900	8,4	30.880.798	292.131.993	9,5	16,0	30,0



HOLLANDA

AQUATECH AMSTERDAM
International Trade Fair for Process,
Drinking and Waste Water

SU TEKNOLOJİSİ VE SU YÖNETİMİ
RAI Group / Amsterdam RAI International
Exhibition and Congress Centre

01-04 Kasım 2011 (2 yılda bir) @Amsterdam

SPE Intelligent Energy International

ENERJİ VE GÜÇ SİSTEMLERİ
Reed Exhibitions

27-29 Mart 2012 @Utrecht

BULGARİSTAN

MACHTECH EXPO

GENEL MAKİNA SANAYİİ
Bulgarreklama Agency Ltd.

28 Şubat-02 Mart 2012 @Sofya

ALMANYA

HEIMTEXTIL
International Trade Fair for Home Textiles
and Commercially Used Textiles

TEKSTİL, HALI VB. VE MAKİNELERİ
Messe Frankfurt Exhibition GmbH
Expotim

11-14 Ocak 2012 @Frankfurt/Main

Ima 2012

ULUSLARARASI EĞLENCE VE MAKİNELER
Reed Exhibitions Deutschland GmbH

17-20 Ocak 2012 @Nuremberg

INTER NORGA International Fair for the
Hotel, Restaurant, Catering, Baking and
Confectionary Trades

GIDA VE AMBALAJ MAKİNELERİ
Hamburg Messe und Congress GmbH

09-14 Mart 2012 @Hamburg

HANNOVER MESSE

TEKNOLOJİ, İNNOVASYON
VE OTOMASYON
Deutsche Messe AG

23-27 Nisan 2012 @Hannover

KASIM

ARALIK

OCAK

ŞUBAT

MART

NİSAN

UKRAYNA

METAL-WORKING. TOOLS. PLASTICS` 2012

TAKIM TEZGAHLARI, METAL İŞLEME
TEKNOLOJİLERİ

International Exhibition Centre Ltd.

27-30 Mart 2012 @Kiev

RUSYA

INTERPLASTICA International Trade Fair
Plastics and Rubber

KAUÇUK, PLASTİK, LASTİK İŞLEME
MAKİNELERİ

Messe Düsseldorf GmbH

24 - 27 Ocak 2012 @Moskova

PRODEXPO-Int. Exh. Of Food Beverages &
Food Raw Materials

GIDA VE AMBALAJ MAKİNELERİ
Expocentre

13-17 Şubat 2012 @Moskova

BETONEX Exhibition for Construction
Technologies, Equipment, Road-Building
Machinery and Materials

TAŞIMA, İNŞAAT VE MADENCİLİK
MAKİNELERİ

Moskau Messe

13-16 Mart 2012 @Moskova

ÇİN

LABELXPO ASIA Labelling and Supplies
Equipment Exhibition

KAĞIT, ETİKETLEME VE ÜRETİM
TEKNOLOJİLERİ

Tarsus Exhibitions & Publishing Ltd.

29 Kasım-2 Aralık 2011 (2 yılda bir) @Şangay

HİNDİSTAN

IMTEX
Indian Metal-Cutting Machine Tool Exhibition
with International Participation

TAKIM TEZGAHLARI, METAL İŞLEME
TEKNOLOJİLERİ

IMTMA

19 - 24 Ocak 2012 @Bengaluru

BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ

The BIG "5" Show-Trade Fair for the
Construction Industry in the Middle East

İNŞAAT SANAYİ VE MAKİNE-EKİPMANLARI
dmg world media Dubai Ltd.

21-24 Kasım 2011 @Dubai

The BIG "5" Show-Trade Fair for the
Construction Industry in the Middle East

İNŞAAT SANAYİ VE MAKİNE-EKİPMANLARI
dmg world media Dubai Ltd.

10-13 Mart 2012 @Dubai

İSRAİL

ACLIMA
International Exhibition for Air-Conditioning,
Heating, Refrigerating and Ventilation

ISITMA, SOĞUTMA, HAVALANDIRMA VS.
Stier Group International

6-8 Aralık 2011 @Tel-Aviv



SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI -1000 \$

SEKTÖRLER	EYLÜL				OCAK-EYLÜL				Son 12 Ay			
	2010	2011	Değişim ('10/'09)	Pay(10) (%)	2010	2011	Değişim ('10/'09)	Pay(10) (%)	2009-2010	2010-2011	Değişim ('10/'09/ '11-'10)	Pay (08-09) (%)
I. TARIM	1,311,582	1,485,816	13.28	13.86	10,417,130	12,557,243	20.54	12.63	14,519,954	17,109,287	17.83	13.00
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	1,008,110	1,089,066	8.03	10.16	7,674,952	9,065,810	18.12	9.12	10,806,368	12,484,191	15.53	9.48
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mam.	310,508	456,053	46.87	4.25	2,951,298	3,926,142	33.03	3.95	3,983,650	5,065,853	27.17	3.85
Yaş Meyve ve Sebze	126,881	119,827	-5.56	1.12	1,440,506	1,516,716	5.29	1.53	2,125,062	2,246,762	5.73	1.71
Meyve Sebze Mamulleri	101,699	116,351	14.41	1.09	783,629	824,048	5.16	0.83	1,084,799	1,158,121	6.76	0.88
Kuru Meyve ve Mamulleri	148,741	154,497	3.87	1.44	793,276	930,552	17.30	0.94	1,160,571	1,376,253	18.58	1.05
Fındık ve Mamulleri	214,029	166,092	-22.40	1.55	985,994	1,151,070	16.74	1.16	1,469,924	1,697,858	15.51	1.29
Zeytin ve Zeytinyağı	11,963	13,790	15.27	0.13	145,839	135,252	-7.26	0.14	209,774	177,524	-15.37	0.13
Tütün ve Mamulleri	90,101	54,636	-39.36	0.51	530,664	519,957	-2.02	0.52	716,640	687,724	-4.03	0.52
Süs Bitkileri	4,187	7,819	86.76	0.07	43,745	62,073	41.90	0.06	55,949	74,095	32.43	0.06
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	72,571	124,676	71.80	1.16	664,104	1,012,690	52.49	1.02	891,491	1,307,014	46.61	0.99
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	72,571	124,676	71.80	1.16	664,104	1,012,690	52.49	1.02	891,491	1,307,014	46.61	0.99
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	230,900	272,074	17.83	2.54	2,078,074	2,478,744	19.28	2.49	2,822,095	3,318,082	17.58	2.52
Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri	230,900	272,074	17.83	2.54	2,078,074	2,478,744	19.28	2.49	2,822,095	3,318,082	17.58	2.52
II. SANAYİ	7,610,452	8,914,172	17.13	83.13	67,301,662	83,447,916	23.99	83.91	90,225,735	109,149,346	20.97	82.93
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	768,801	876,439	14.00	8.17	6,437,221	8,193,624	27.29	8.24	8,672,168	10,800,460	24.54	8.21
Tekstil ve Hammaddeleri	552,456	631,247	14.26	5.89	4,675,687	5,971,530	27.71	6.00	6,269,825	7,794,268	24.31	5.92
Deri ve Deri Mamulleri	113,068	108,447	-4.09	1.01	889,710	1,077,598	21.12	1.08	1,197,924	1,455,362	21.49	1.11
Halı	103,277	136,746	32.41	1.28	871,823	1,144,496	31.28	1.15	1,204,419	1,550,830	28.76	1.18
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	964,447	1,308,090	35.63	12.20	8,982,393	12,393,464	37.98	12.46	11,743,777	16,064,947	36.80	12.21
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	964,447	1,308,090	35.63	12.20	8,982,393	12,393,464	37.98	12.46	11,743,777	16,064,947	36.80	12.21
C. SANAYİ MAMULLERİ	5,877,203	6,729,642	14.50	62.76	51,882,048	62,860,828	21.16	63.21	69,809,790	82,283,939	17.87	62.52
Hazırlanmış ve Konfeksiyon	1,132,852	1,112,185	-1.82	10.37	10,620,896	12,398,229	16.73	12.47	14,295,476	16,326,447	14.21	12.40
Otomotiv Endüstrisi	1,482,839	1,665,309	12.31	15.53	12,644,211	15,223,889	20.40	15.31	17,050,373	19,866,911	16.52	15.09
Gemi ve Yat	35,170	83,431	137.22	0.78	941,423	1,133,803	20.44	1.14	1,371,717	1,330,845	-2.98	1.01
Elektrik - Elektronik Mak. Bilişim	812,245	949,752	16.93	8.86	6,799,492	7,666,533	12.75	7.71	9,430,772	10,454,301	10.85	7.94
Makine ve Aksamları	500,040	653,086	30.61	6.09	4,547,184	6,113,632	34.45	6.15	6,080,797	7,878,193	29.56	5.99
Demir ve Demir Dışı Metaller	482,270	587,593	21.84	5.48	4,176,749	5,272,123	26.23	5.30	5,833,379	6,872,787	17.82	5.22
Çelik	1,080,728	1,276,597	18.12	11.91	8,890,756	11,496,984	29.31	11.56	11,389,673	14,797,870	29.92	11.24
Çimento ve Toprak Ürünleri	254,096	278,817	9.73	2.60	2,388,555	2,458,210	2.92	2.47	3,185,084	3,272,836	2.76	2.49
Değerli Maden ve Mücevherat	94,389	118,794	25.86	1.11	825,125	1,038,958	25.92	1.04	1,112,410	1,413,092	27.03	1.07
Diğer Sanayi Ürünleri	2,575	4,077	58.33	0.04	47,657	58,467	22.68	0.06	60,108	70,657	17.55	0.05
III. MADENCİLİK	289,419	323,095	11.64	3.01	2,694,961	2,872,179	6.58	2.89	3,435,591	3,828,575	11.44	2.91
Madencilik Ürünleri	289,419	323,095	11.64	3.01	2,694,961	2,872,179	6.58	2.89	3,435,591	3,828,575	11.44	2.91
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat					1,300,958	575,699	-55.75	0.58	2,586,802	1,534,338	-40.69	1.17
T O P L A M (*)	9,211,452	10,723,083	16.41	100	81,714,711	99,453,038	21.71	100	110,768,082	131,621,545	18.83	100

(*) İhracatçı Birlikleri kaydından muaf ihracatın yaklaşık değeridir. Son ay verilerinde gözardı edilmiştir.

TÜRKİYE GENELİ KARŞILAŞTIRMALI ÜLKE RAPORU [01 OCAK - 30 EYLÜL 2010 / 01 OCAK - 30 EYLÜL 2011]

	ÜLKE ADI	TÜRKİYE GEN. ÜLKE 01 OCAK 30 EYLÜL 2010	TÜRKİYE GEN. ÜLKE 01 OCAK 30 EYLÜL 2010	TÜRKİYE GEN. MAK. SEK. 01 OCAK 30 EYLÜL 2010	TÜRKİYE GEN. MAK. SEK. 01 OCAK 30 EYLÜL 2011	TÜRKİYE DEĞ.	MAKİNE DEĞ.
1	ALMANYA	8,128,590,103.57	10,439,278,107.68	384,137,280.22	746,884,552.13	28.43	94.43
2	İRAN (İSLAM CUM.)	2,009,214,180.91	2,585,801,329.06	286,414,629.47	414,557,414.04	28.70	44.74
3	BİRLEŞİK KRALLIK	4,900,395,156.14	5,750,805,487.76	214,246,667.79	322,084,163.40	17.35	50.33
4	RUSYA FEDERASYONU	3,222,476,450.13	4,296,266,537.51	163,367,806.89	301,521,744.63	33.32	84.57
5	BİRLEŞİK DEVLETLER	2,724,793,638.77	3,264,739,238.63	271,094,671.99	283,051,580.67	19.82	4.41
6	IRAK	4,210,363,995.43	5,775,377,655.05	242,930,323.06	265,043,625.32	37.17	9.10
7	FRANSA	4,522,738,087.58	5,216,670,467.76	151,114,532.80	240,760,404.41	15.34	59.32
8	İTALYA	4,744,658,022.03	6,196,936,976.62	168,391,234.80	236,546,129.45	30.61	40.47
9	AZERBAYCAN-NAHÇIVAN	1,136,715,833.49	1,504,090,275.19	131,534,358.80	190,441,739.09	32.32	44.78
10	SUUDİ ARABİSTAN	1,801,829,134.15	2,160,342,763.63	89,588,903.08	161,564,202.44	19.90	80.34
11	CEZAYİR	1,171,130,595.23	1,082,878,882.62	91,974,399.52	134,401,647.89	-7.54	46.13
12	ROMANYA	1,841,167,913.86	2,148,399,322.18	78,892,768.50	132,446,704.99	16.69	67.88
13	TÜRKMENİSTAN	850,635,870.27	1,152,125,375.10	80,683,414.22	106,877,102.65	35.44	32.46
14	POLONYA	1,071,638,300.66	1,307,290,049.44	56,256,579.03	96,484,343.28	21.99	71.51
15	İSPANYA	2,606,527,593.60	3,060,652,492.49	64,170,151.65	91,662,724.01	17.42	42.84
16	MISIR	1,790,452,982.15	2,036,296,566.38	107,664,302.69	89,148,198.27	13.73	-17.20
17	TUNUS	550,748,846.84	642,822,958.05	31,666,190.39	88,276,435.54	16.72	178.77
18	UKRAYNA	842,962,779.89	1,239,853,928.56	45,915,028.86	87,883,399.62	47.08	91.40
19	KAZAKİSTAN	622,255,902.89	726,595,527.14	70,206,924.84	84,026,083.50	16.77	19.68
20	HOLLANDA	1,797,402,499.51	2,482,135,235.81	45,157,065.41	77,725,959.36	38.10	72.12
21	BULGARİSTAN	1,100,476,287.54	1,217,342,320.73	60,400,949.28	76,674,187.49	10.62	26.94
22	GÜRCİSTAN	541,095,824.99	805,566,069.06	47,679,608.23	75,124,982.37	48.88	57.56
23	BELÇİKA	1,445,086,742.85	1,859,356,637.41	67,465,512.05	73,296,017.63	28.67	8.64
24	SURİYE	1,282,113,285.58	1,296,751,146.04	72,869,044.70	71,948,688.28	1.14	-1.26
25	BAE	1,802,603,522.93	2,251,658,171.12	72,202,200.22	66,404,357.82	24.91	-8.03
26	EGE SERBEST BÖLGE	355,637,156.31	604,688,077.26	50,749,948.94	64,120,481.03	70.03	26.35
27	İSVEÇ	674,436,907.89	876,251,032.87	25,066,709.21	60,194,946.91	29.92	140.14
28	İSRAİL	1,493,649,932.56	1,847,860,718.60	37,405,331.17	57,970,398.54	23.71	54.98
29	ÖZBEKİSTAN	195,384,590.70	252,579,696.82	44,497,452.39	57,045,474.81	29.27	28.20
30	ÇİN HALK CUMHURİYETİ	1,648,890,543.71	1,795,036,542.31	34,644,808.69	54,389,344.03	8.86	56.99
31	HİNDİSTAN	368,830,016.49	421,728,299.07	41,954,469.51	53,972,371.76	14.34	28.65
32	AVUSTURYA	600,141,771.80	789,442,932.92	32,939,278.64	51,092,611.99	31.54	55.11
33	FAS	474,557,273.77	730,149,577.75	48,232,207.97	46,223,290.00	53.86	-4.17
34	YUNANİSTAN	1,084,602,730.56	1,244,142,180.76	39,999,448.64	42,153,363.15	14.71	5.38
35	SUDAN	183,128,962.26	188,085,712.30	32,713,283.70	41,078,912.98	2.71	25.57
36	GÜNEY AFRİKA CUM.	195,204,743.65	322,614,333.56	20,578,678.46	38,133,072.98	65.27	85.30
37	BREZİLYA	459,532,823.44	712,939,013.21	31,793,268.40	36,018,184.24	55.14	13.29
38	KKTC	710,125,925.59	758,154,928.39	54,030,861.08	34,082,339.40	6.76	-36.92
39	ÇEK CUMHURİYETİ	489,230,721.83	692,955,939.65	21,282,739.71	32,971,916.71	41.64	54.92
40	ÜRDÜN	426,422,187.50	392,372,836.76	27,586,740.87	31,958,747.97	-7.98	15.85
41	ETİYOPYA	132,913,918.02	210,411,530.84	15,926,051.75	31,597,094.87	58.31	98.40
42	LÜBNAN	438,529,993.22	526,349,046.36	27,430,329.22	29,234,245.70	20.03	6.58
43	MACARİSTAN	321,070,223.26	366,238,206.85	21,681,256.82	27,310,674.03	14.07	25.96
44	AVUSTRALYA	239,126,985.08	298,275,899.32	18,971,304.14	25,537,087.69	24.74	34.61
45	İST.DERİ SERB.BÖLGE	204,759,283.93	159,208,262.86	103,717,393.51	24,461,035.62	-22.25	-76.42
46	PAKİSTAN	152,409,023.48	139,846,711.65	30,227,749.92	22,322,021.03	-8.24	-26.15
47	DANİMARKA	514,820,691.02	644,622,264.42	17,104,171.17	22,113,755.87	25.21	29.29
48	MEKSİKA	96,809,249.28	103,902,081.04	25,653,422.12	21,896,380.62	7.33	-14.65
49	BAHREYN	147,715,178.62	107,880,031.62	3,923,250.28	21,693,175.00	-26.97	452.94
50	KANADA	326,080,591.95	467,199,605.19	10,709,166.57	20,870,462.38	43.28	94.88
	DİĞER	92,174,471,588.93	112,581,728,346.54	5,179,509,086.47	6,763,986,495.29	22.14	30.59
	TOPLAM	80,413,278,282.92	98,867,348,664.97	4,547,176,478.92	6,113,632,136.44	22.95	34.45



RESMİ KURUMLAR

SEKTÖREL ÖRGÜTLER

Orta Anadolu Makine ve Aksamları İhracatçıları Birliği	03 12 447 27 40.....	www.makinebirlik.com
Makine Sanayi Sektör Platformu	03 12 447 27 40.....	www.makinesektorplatformu.org
TURQUM	03 12 447 27 40.....	www.turqum.com

RESMİ KURUMLAR

SEKTÖREL ÖRGÜTLER

Maliye Bakanlığı	03 12 415 29 00.....	www.maliye.gov.tr
Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı	03 12 201 50 00.....	www.sanayi.gov.tr
Ekonomi Bakanlığı	03 12 204 75 00.....	www.ekonomi.gov.tr
Bakanlık Gümrük Müsteşarlığı	03 12 306 80 00.....	www.gumruk.gov.tr
Devlet Planlama Teşkilatı	03 12 294 50 00.....	www.dpt.gov.tr
İhracat Bilgi Platformu	03 12 417 22 23.....	www.igeme.org.tr
Makine Mühendisleri Odası	03 12 444 86 66.....	www.mmo.org.tr
Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği	03 12 218 20 00.....	www.tobb.org.tr
Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu	02 12 339 50 00.....	www.deik.org.tr
Türk İşbirliği ve Kalkınma İdaresi Başkanlığı	03 12 508 10 00.....	www.tika.gov.tr
Türkiye İstatistik Kurumu	03 12 410 04 10.....	www.tuik.gov.tr
Hazine Müsteşarlığı	03 12 204 60 00.....	www.hazine.gov.tr
TÜBİTAK	03 12 468 53 00.....	www.tubitak.gov.tr

RESMİ KURUMLAR

SEKTÖREL ÖRGÜTLER

Akışkan Gücü Derneği	02 12 222 19 71.....	www.akder.org
Ambalaj Makinecileri Derneği	02 16 545 49 48.....	www.amd.org.tr
Anadolu Asansörcüler Derneği	03 12 232 06 40.....	www.anasder.org.tr
Araç Üstü Ekipman İmalatçıları Derneği	02 12 440 18 43.....	www.arusder.org
Bağlantı Elemanları Sanayici ve İşadamları Derneği	02 12 609 06 35.....	www.besiadturkey.com
Endüstriyel Otomasyon Sanayicileri Derneği	02 16 469 46 96.....	www.enosad.org
İklimlendirme, Soğutma, Klima İmalatçıları Derneği	02 16 469 44 96.....	www.iskid.org.tr
Kazan ve Basıncılı Kap Sanayicileri Birliği	02 12 222 81 93.....	www.kbsb.org
Makine İmalatçıları Birliği	03 12 468 37 49.....	www.mib.org.tr
OSTİM Organize Sanayi Bölgesi	03 12 385 50 90.....	www.ostim.org.tr
Plastik Sanayicileri Derneği	02 12 444 20 85.....	www.pagder.org
Sağlık Gereçleri Üreticileri ve Temsilcileri Derneği	03 12 433 77 88.....	www.sader.org.tr
Tekstil Makine ve Aksesuarları Sanayicileri Derneği	02 12 552 76 60.....	www.temsad.com
Tüm Asansör Sanayici ve İşadamları Derneği	02 16 324 94 36.....	www.tasiad.org.tr
Türk Tarım Alet ve Makineleri İmalatçıları Birliği	03 12 419 37 94.....	www.tarmakbir.org
Türkiye Mermer Doğaltaş ve Makineleri Üreticileri Birliği	03 12 440 83 63.....	www.tummer.org.tr
Türkiye İş Makineleri Distribütörleri ve İmalatçıları Birliği	02 16 477 70 77.....	www.imder.org.tr
Türkiye Pompa ve Vana Sanayicileri Derneği	03 12 255 10 73.....	www.pomsad.org.tr
Türk Tıbbi Cihaz Üretici ve Tedarikçi Dernekleri Federasyonu	03 12 468 69 84.....	www.tumdef.org



moment^{EXPO}
in English



TURKEY AND MPG LEFT THEIR MARK ON ITMA FAIR

102 TURKISH COMPANIES ATTENDED THE ITMA 2011 FAIR, THE BIGGEST TEXTILE MACHINERY FAIR IN THE WORLD, WHICH WAS ORGANIZED IN BARCELONA, SPAIN. OVER 10 THOUSAND TURKISH VISITORS ADDED TO THE LIVELINESS OF THE FAIR ATMOSPHERE. ADVERTISEMENTS OF MPG, WHICH WERE TO BE SEEN THROUGHOUT THE CITY STARTING FROM BARCELONA AIRPORT AND ENDING WITH THE GIANT POSTER IN FRONT OF THE FAIR HALL, UNDERLINED THAT TURKISH MACHINES ARE THE KEY TO SUCCESS.



ITMA, the biggest fair in the field of textile machinery and accessories and organized once in four years, was held this year in Barcelona, Spain, between September 22-29. With 102 attending companies, Turkey was the fourth country on the list of attendance. In

addition, over 10 thousand Turkish visitors added to the liveliness of the fair atmosphere. Besides this great interest in ITMA shown by the Turkish textile and textile machinery sector, the advertisements and the info stand of MPG at Barcelona Airport and their giant poster right across the

main gate to the fair hall underlined that the Turkish machinery sector is the key to success.

VISITS BY MPG AT ITMA

Kutlu Karavelioğlu, the Vice Chairman of the Executive Board of MPG, attended the



ITMA Fair on behalf of the Machinery and Accessories Exporters Union and MPG. Kutlu Karavelioğlu visited the Turkish companies and the İTO stand, informed their staff about the efforts of MPG and exchanged ideas. He also met with the Barcelona Ambassador and Commercial Counsellor at the İTO stand.

MPG ADVERTISEMENTS AT EVERY CORNER

MPG advertisements drew great interest throughout the Barcelona ITMA Fair. At the baggage claim in the international arrivals hall, where the visitors to the fair exit the airport and enter the city, there were MPG advertisements and an info stand. Furthermore, the front of the building right across the main gate to the fair hall was decorated with a giant MPG poster. It read "Turkey to success" and was adorned with colourful images. Through this poster it was underlined that Turkish machines are the key to success.

"ITMA FAIR SHOULD BE HELD IN TURKEY"

ITMA Fair, held once in four years since 1951, is celebrating its 60th year and will be organized in Milan, Italy, in 2015. The Turkish companies attending the fair, İTO executives and TEMSAD President Adil Nalbant underlined that ITMA Fair should also be held in Turkey in the forthcoming years. They explained the reason is that the textile and textile machinery sector is getting smaller in Spain and other European countries and moving to the east. Kutlu Karavelioğlu, the Vice Chairman of MPG and the Machinery and Accessories Exporters Union, also stated that they will support the campaign to organize the ITMA Fair in Turkey.

It was mentioned that Turkey's hosting the fair, organized on a fair area of 200 thousand square meters attracting over 1.300 attendant companies from 44 countries,

would offer many advantages. Among them is Turkey's location which is closer to eastern countries, lack of visa problems, and the textile and textile machinery sector which is developing very fast in Turkey. During the fair, the Turkish machinery manufacturers had a record-breaking number of attendants and visitors and they left their mark on ITMA thanks to the efforts of İTO and the advertisements designed by MPG. All the participating circles agreed that the fair will witness a great flow of Turkish companies again in the forthcoming years, even if it is not held in Turkey.



TURKISH COMPANIES THAT PARTICIPATED IN ITMA FAIR

Agteks, Aldemir, Ardim, Asil, Assos Mekatronik, Balkan, Beneks, Boyut Endüstri, Canlar, Clips, Çelikhan, Dalgakıran, Değirmen, Demsan, Dilmenler, Doğuş, Dokaksam, Ekoteks, Elteksmak, Enhas, Enmos, Entema, Eurotex, Fiberflon, Görteks, Gürelmak, Güven çelik, Hale, HAS Group TTM, Huzur, İpekcioglu, Kavurlar, KMS Kuba, Koldaş, LST Laser, Marlatek, Memnun, Mersan, Milhan, MKS Devo, Murateks, Nit Örme, Pentakim, Polteks, Promar, Proteks, Sanal Plastik, Sayteks, Sensal, Super Heat-Set, Temak, Temsan, Tüm Kalıp, Ulusoy, VAV.



MPG TAKES EMO BY STORM

DURING THE EMO FAIR ORGANIZED BETWEEN SEPTEMBER 19-24, 2011 IN HANNOVER, GERMANY, THE ADVERTISEMENT WORKS OF THE MACHINERY PROMOTION GROUP AT THE AIRPORT AND IN THE CITY CENTER CONTRIBUTED GREATLY TO THE EFFECTIVE PROMOTION OF THE TURKISH MACHINERY SECTOR.



EMO Machine Tools Fair," organized once in two years and accepted to be one of the leading fairs in the machine tools sector, was held between September 19-24 this year in Hannover, Germany under the title "Machine Tools and More." 2 thousand 37 companies from 41 countries attended the EMO Fair, organized under the auspices of the European Machine Tool Industry Association (CECIMO). At the fair, where the attendance rate of especially German, Italian and Swiss firms was high, 37 companies from the Turkish machinery sector exhibited their machines.

MPG SIGNS ITS NAME ON EMO

Within the scope of the promotion campaigns, MPG made advertisements at the airport and in the city centre, promoting the Turkish machinery sector effectively. Brochures and promotional materials about the Turkish machinery sector were

distributed at the fair hall to about 700 press members attending the fair from various countries.

Sevda Kayhan Yılmaz attended the fair on behalf of the Executive Board of the Machinery and Accessories Exporters Union.

IMPORTANCE OF EMO

EMO Fair, organized since 1975, has the distinction of being the fair where machine tools; tool holders and tool part holders; parts, accessories and components of machine tools; manufacturing and processing automation systems; measurement and quality control equipments; and machines like tools and devices used in service work, all featuring the newest technology and used in metal processing, are exhibited.

EMO is known to be the fair with the highest rate of international attendance in Europe and the newest technology in the field of machine tools is presented at

this fair. Purchasing agents, managers and manufacturers from international companies took great interest in the 2011 EMO Fair, where it was seen that the impact of the global economic crisis is getting less severe.

EMO Fair, attended by visitors from 100 countries interested in the machinery sector, is organized every odd-numbered year by turns in Hannover, Germany and Milan, Italy. The next fair will be held in Hannover again, between September 16-21, 2013.

TURKISH COMPANIES THAT PARTICIPATED IN EMO

Açımak, Akko Otomotiv, Akyapak, Aydosa, Ayel, Baykal, Beka-Mak, Bend-Mak, Coşkunöz, Dirinler, Durmazlar, Ermaksan, Eroğlu, Gökhan Metal, Gürkan, Haş Çelik, Hidroliksan, Hüsrar, İğrek, İleri, İmaş, Karakoç, Karmetal, Miksan, Mirmak, MVD İnan, Repkon, Şahinler, Temelsan, Toolex, Uzay, Yamasa, Yazıcı, Zere, Sarıgöl.

ASME DELEGATION CAME TOGETHER WITH TURKISH EXPORTERS

IN THE SCOPE OF THE GOAL OF IMPROVING THE TRADE BETWEEN TURKEY AND THE USA, A DELEGATION FROM ASME (AMERICAN SOCIETY OF MECHANICAL ENGINEERS) CAME TO TURKEY TO ATTEND SOME MEETINGS ABOUT THE COMMERCIAL RELATIONS AND STANDARDIZATION IN THE MACHINERY SECTOR. THE DELEGATION VISITED THE RELEVANT ORGANIZATIONS IN İSTANBUL AND ANKARA ON SEPTEMBER 7-8, 2011.



The delegation from ASME, consisting of Mark Sheehan, the Managing Director of the Department of Development and Robert Lettieri, Manager of Global Business Development, attended meetings at Turkish Exporters Union (TİM) on September 7 and at Turkish Standards Institution and the Ministry of Science, Industry and Technology on September 8.

TURKEY-USA EXPORT WAS DISCUSSED IN DETAILS

The meetings were attended by executives from the Ministry of Science, Industry and Technology; Adnan Dalgakıran, the

Chairman of the Executive Board of the Machinery Promotion Group, and the members of the board; and relevant executives from the Embassy of the United States of America. Information exchange was made concerning the current situation of overall export and machinery export of Turkey and the USA. During the meetings, the problems about standards encountered especially when exporting to the USA were mentioned and it was underlined that cooperation is needed to overcome them. It is expected that these meetings will have a positive effect on the commercial relations between Turkey and the USA in the forthcoming years.

ABOUT ASME

ASME, founded in 1880 in the USA by the prominent industrialists of the time, started its research activities in 1909. Today, ASME is active worldwide in the fields of technique, education and development with a focus in engineering. It serves in the USA in 12 different regions, with 200 local divisions and is also active in Canada and Mexico. ASME broadens its field of activity through its works in research&development, technical publishing-education, documentation, accreditation and standardization, especially in the field of engineering.



TURKEY-EGYPT BUSINESS FORUM WAS HELD

A DELEGATION INCLUDING THE PRIME MINISTER RECEP TAYYİP ERDOĞAN AND HIS ACCOMPANIMENT CONSISTING OF REPRESENTATIVES OF THE PUBLIC AND PRIVATE SECTORS VISITED EGYPT (CAIRO) BETWEEN SEPTEMBER 12-14, 2011.



The visit, coordinated by the Ministry of Economy and Turkish Exporters Assembly (TİM), was organized by the Secretariat General of OAİB. In Cairo, Egypt Trade and Contracting Delegation Program was organized with the attendance of Zafer Çağlayan, the Minister of Economy.

In this scope, "Turkey-Egypt Business Forum" was held, where bilateral business negotiations were held by Turkish and Egyptian businessmen, in which the topics of discussion were trade, investment, contractorship and consultancy. In addition to these, Turkey's international potential in contractorship, investment and export was promoted and cooperation possibilities between two countries were reviewed during talks attended by the business circles of the relevant country.



ASSOCIATION OF PACKAGING MACHINERY MANUFACTURERS TAKING STEPS ON ITS WAY TO GROWTH

Packaging, which has a place in every field of our life, has been taking big steps on its way to become an important sector in the Turkish machinery industry. This month, we visited the Association of Package Machinery Manufacturers (AMD) for "MSSP Focus," the interview series we make in cooperation with the Machinery Industry Sector Platform. We spoke with Cemal Ayla, the Chairman of the Executive Board of AMD and Hikmet Taş, the Chairman of the Executive Board of TAMTAŞ Makina.

How many domestic manufacturing companies are there in Turkey?

CA: I had a list prepared of the companies making exports from Turkey in 2007-2008. A total of 660 companies were on the list, but I saw that 270 of them were intermediary companies for foreign trade, that is, they buy a company from the market and put their own label on them or they buy machines from a proper or unregistered company and export them. Nearly 200 of them are companies that use the machine in Turkey and then export it to another company they own in another country. Rest of them are manufacturers.

What are the export figures of the packaging machinery sector?

CA: As for the exports made



by the packaging machinery manufacturers, the current figures seem good. The data reveal that our export amounted to 83 million dollars in 2008, decreased to 65 million dollars in 2009 and increased to 104 million dollars in 2010. The export/import coverage ratio in package machinery has registered a serious increase.

United Nations data show that package machinery export registered a value increase of 16,4 percent compared to the same period of the previous year. Did this increase have a concrete effect on the market?

HT: I think this value increase is directly proportionate to the worldwide increase in goods prices. There is demand; but as TAMTAŞ, we did not profit from any value increase. There is an increase on TL basis due to the devaluation of TL against foreign currencies; however, we can not talk about an increase on foreign currency basis.

Are the high export figures to be understood as an indicator that the machinery sector is going through a good period?

CA: The data reveal that the price of packaging machinery equals to 25-26 dollars per kg. Our export has increased, but our export on weight basis has increased even more. Our average is 25-26 dollars; Germany's average, on the other hand, is 75-80 dollars.

What changed for TAMTAŞ as a company after becoming a member of AMD? What kind of advantages does it have?

HT: I got to know the people in our sector closer instead of through hearsay and I saw what kind of activities they were busy with. I also saw what they managed to achieve and what they did not. In addition, I realised what I could possibly encounter in human relations. This brought along changes in our relationships with other associations, too. We began to get in closer contact.

What about the problems of the sector?

HT: Unfair competition in the domestic and foreign trade is among our major problems. The most distinct indicator of unfair competition in domestic trade is the demerging of companies through people from inside who turn to unregistered manufacture, paying no attention to business ethic. Their circulation is really high. As for the unfair competition in foreign trade, on the other hand, we face difficulties even when attending a fair in Europe.

There are many companies which want to attend a fair but can not because they can not get a visa; thus, their fair stands remain empty.

CA: Domestic companies look down on us, the domestic manufacturers. They apply double standard to the European and domestic manufacturers. People like us, who put great effort in this work, will either give in or sell their company to a European counterpart and work as consultants for them. Machines that we manufacture and export are imported to Turkey for incredibly low prices. Major problems of the sector such as vocational education; problems in the manufacturing stage; problems about technology and research&development; and problems encountered when dealing with export works and thereafter should be solved through urgent restructuring of the sector.



THE HUMOROUS PROTAGONIST OF MACHINES: ZİHİNİ SİNİR



Prof. Zihni Sinir is now 35 years old and he still continues his interesting inventions in his workshop in Beyoğlu, probably the most unusual one of its kind in the world. Prof. Zihni Sinir was created as a cartoon character in the comic "Gırgır" in 1977 and his projects, which he funnily calls "proce" in Turkish, have been produced and sold in this workshop since 15 years. We spoke with İrfan Sayar, the creator of Zihni Sinir, who combined humor with machines in his work, about the importance of original ideas and mechanics.

How was the character Prof. Zihni Sinir created?

I was studying at Mimar Sinan University Faculty of Fine Arts, Department of Decor and Stage Design. In 1975, my flatmate took my drawings to Gırgır, a comic which was new back then, and showed them to Oğuz Aral there. Oğuz Aral, who himself had given up his education at the Faculty of Fine Arts formerly, liked my drawings a lot and wanted me to draw for Gırgır. Seeing my original style in drawing, he reserved a whole page for me. While I was enjoying

my freedom there drawing various caricatures, the idea of the character Zihni Sinir was shaped.

Do you remember the first invention by Zihni Sinir?

Among my first drawings was the "stuffed courgette project." You sow the seed of courgettes with rice inside and it flowers as stuffed courgettes with olive-oil at the end.

Have you seen any of these inventions being realized later?

Many of them... One of them is the articulated municipality bus. Those were times that the municipality buses were very crowded in İstanbul and people were transported in them like sardines. Thinking about this, I drew an articulated, extended bus. It was actually a criticism against the situation of the municipality buses. Later, they

started to operate articulated buses in İstanbul.

Have you ever thought of mass production of the inventions?

There are currently about 25 – 30 mass production objects among them. For example, one of the latest inventions are special knives for cutting cakes. They can cut cakes directly into slices and share it according to the number of people. We sell them in Zihni Sinir shop. We produce it of course in our workshop; it is not a mass production in its real sense. You need lots of other details for factory manufacture such as sales and marketing. I neither had such a possibility nor followed such a way.

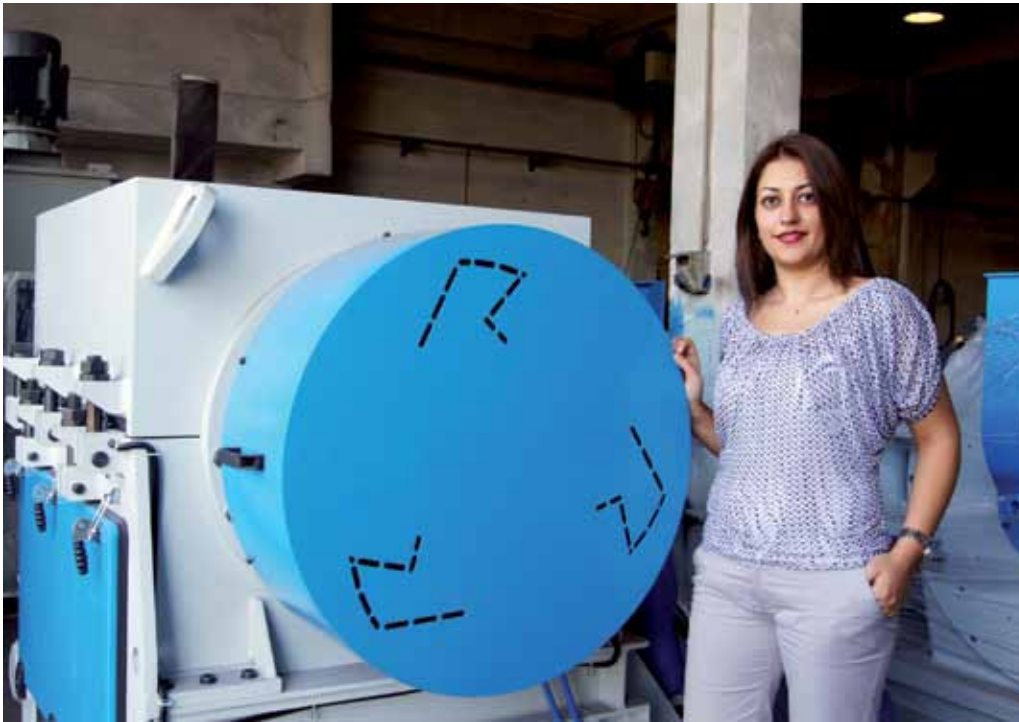
What does a machine mean to you?

Machines are an essential part of our daily life. But unfortunately, our people can not fully appreciate their importance yet. A lot of things around us, even a computer is a machine; however, many people do not even think that a computer is a machine. They only perceive it as something that creates a virtual platform. But machines play a key role in easing the life, improving the economy, providing employment and developing a country.



ACTIVELY WORKING WOMEN WILL DOMINATE THE SECTOR

ZUHAL OBA YILDIZ, FOREIGN TRADE MANAGER OF İNAN PLASTİK, STATED IT MUST BE ACCEPTED THAT THE MACHINERY SECTOR IS DOMINATED BY MEN AND SAID: "I THINK THIS DOMINATION IS GOING TO END IN THE NEAR FUTURE BECAUSE WOMEN TAKE PLACE MORE ACTIVELY IN BUSINESS LIFE IN TODAY'S WORLD."



a wide range of recycling machines, facilities and auxiliary equipment. Therefore we have a wide and qualified staff of personnel in our company. Our department, on the other hand, has a staff of 40 people. In this staff, we are only 3 women. But personnel employment in our company is actually based on the qualifications of the candidates, not their gender. The reason for this number to be so low is that the total number of people working in these sectors is low.

You work in a sector dominated by men. What do you think is the reason behind the low number of women in this sector?

Since the Industrial Revolution, industry has been serving the heavy duty branch both in our country and in the world conjuncture. Any archive searching would show us that this sector, except for its engineering and Research & Development work, requires strength as well. Thus I find it completely normal that it is dominated by men because the machinery industry sector is a part of heavy duty industry. However, more employment chances may be created, for instance in the engineering departments in the sector. To realize this, women should be a little more assertive and they should also like this sector.

We would like to get to know Zuhal Oba Yıldız better.

I was born in Uzunköprü, Edirne. After completing my secondary and high school education at Darüşşaka High School, I graduated from Istanbul University, Faculty of Economics.

What are your responsibilities as the Foreign Trade Manager of the company?

When working in the foreign trade; organization, follow-up, planning and reporting are the most important subjects of responsibility. Therefore, you should understand your import and export partners very well

and provide solutions to their needs in order to assure that you do not experience any problems. The biggest responsibility, on the other hand, is possessing the ability to act in compliance with the legislation and make a proper report.

Do you encounter any difficulties resulting from being a woman in a sector dominated by men?

Personally, I can not say that I experience any difficulties in my professional life. But I think we have to accept that business world is still dominated by men in our day, especially the machinery sector. I believe,

though, that this domination is going to change in near future because women take place more actively in business life in today's world. Not only are the working women more conscious, but also the people working today raise the next generations in the light of this consciousness.

Are there any other professional women in your company?

İnan Plastik Makinaları is a company with the main goal of absolute customer satisfaction from the project-designing stage to the post-sales inland / overseas setup and service of

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

Source: All Exporters Union Database

PRODUCT GROUP	JANUARY 01 - SEPTEMBER 30, 2010		JANUARY 01 - SEPTEMBER 30, 2011		[%] CHANGE	
	QUANTITY (Kg)	VALUE (\$)	QUANTITY (Kg)	VALUE (\$)	QUANTITY	VALUE
REACTORS AND BOILERS	27,322,282	197,099,519	39,358,560	306,412,365	44.1	55.5
TURBINES ,TURBOJETS, TURBO PROPELLERS	9,588,516	166,387,586	8,265,523	169,080,096	-13.8	1.6
PUMPS AND COMPRESSORS	53,293,673	421,609,346	61,064,280	534,112,228	14.6	26.7
VALVES	26,613,975	224,792,900	30,880,798	292,131,993	16.0	30.0
INDUSTRIAL AIR CONDITIONERS AND COOLING MACHINES	309,638,891	1,398,394,558	336,247,080	1,696,659,382	8.6	21.3
INDUSTRIAL HEATERS AND COOKERS	23,032,406	165,099,587	22,804,102	202,497,305	-1.0	22.7
ROLLER AND FOUNDRY MACHINES, MOULDS	27,745,587	178,526,674	36,463,239	273,352,568	31.4	53.1
FOOD INDUSTRY MACHINES, ACCESSORIES AND SPARE PARTS	41,461,238	269,967,937	51,855,487	344,892,068	25.1	27.8
AGRICULTURE AND FORESTRY MACHINES	61,157,403	275,300,013	59,732,156	279,919,258	-2.3	1.7
LOAD LIFTING, CARRYING AND STOWING MACHINES	23,512,454	106,960,058	27,238,112	143,013,086	15.8	33.7
CONSTRUCTION AND MINING MACHINES	144,609,517	540,679,066	190,157,210	777,973,326	31.5	43.9
PAPER MANUFACTURING AND TYPOGRAPHY MACHINES	5,721,477	41,776,799	5,699,199	47,090,163	-0.4	12.7
OTHER INDUSTRIAL WASHING AND DRYING MACHINES	227,561,592	732,753,709	230,452,327	811,129,215	1.3	10.7
TEXTILE AND CLOTHING MACHINES AND ACCESSORIES	39,494,986	186,522,149	37,202,338	215,486,480	-5.8	15.5
LEATHER PROCESSING AND MANUFACTURING MACHINES AND ACCESSORIES	1,141,219	5,620,440	1,102,705	6,284,023	-3.4	11.8
GUM, PLASTIC, RUBBER PROCESSING MACHINES	5,277,643	50,490,527	6,915,271	77,863,029	31.0	54.2
MACHINE TOOLS	69,876,603	365,001,796	66,048,307	465,853,406	-5.5	27.6
OTHER MACHINES, ACCESSORIES AND SPARE PARTS	68,276,691	427,402,024	77,178,362	565,627,509	13.0	32.3
ENGINES, ACCESSORIES AND SPARE PARTS	59,879,062	1,038,031,420	75,215,182	1,272,708,369	25.6	22.6
OFFICE MACHINES	2,188,415	94,600,056	3,413,909	101,991,409	56.0	7.8
BEARINGS	6,295,650	63,539,165	8,566,891	95,533,910	36.1	50.4
WEAPONS AND AMMUNITION FOR THE DEFENSE INDUSTRY	9,447,854	210,089,470	6,361,084	247,478,169	-32.7	17.8
PACKAGING MACHINES, ACCESSORIES AND SPARE PARTS	2,861,844	76,020,043	3,819,658	99,112,920	33.5	30.4
TOPLAM	1,245,998,980	7,236,664,842	1,386,041,780	9,026,202,275	11.2	24.7

TOP TEN EXPORT PARTNERS IN RESPECT TO THE ACTIVITY FIELD OF THE MACHINERY AND EXPORTERS UNION (2010-2011, PERIODS BETWEEN JANUARY 1 - SEPTEMBER 30)

Source: All Exporter Unions Database

COUNTRY	2010		2011		[%] CHANGE	
	QUANTITY (\$)	VALUE (Kg)	QUANTITY (\$)	VALUE (Kg)	QUANTITY	VALUE
GERMANY	59,445,590.87	384,137,280.22	95,243,829.91	746,884,552.13	60.2	94.4
IRAN	53,786,953.99	286,414,629.47	61,429,080.67	414,557,414.04	14.2	44.7
ENGLAND	50,747,318.79	214,246,667.79	72,817,266.81	322,084,163.40	43.5	50.3
RUSSIA	23,933,992.93	163,367,806.89	38,153,761.97	301,521,744.63	59.4	84.6
USA	24,493,498.82	271,094,671.99	22,274,799.09	283,051,580.67	-9.1	4.4
IRAQ	45,375,813.16	242,930,323.06	48,936,265.80	265,043,625.32	7.8	9.1
FRANCE	26,495,346.64	151,114,532.80	40,111,450.22	240,760,404.41	51.4	59.3
ITALY	30,115,193.06	168,391,234.80	38,142,507.51	236,546,129.45	26.7	40.5
AZERBAIJAN	19,183,762.46	131,534,358.80	24,123,174.31	190,441,739.09	25.7	44.8
SAUDI ARABIA	14,257,727.27	89,588,903.08	20,815,201.86	161,564,202.44	46.0	80.3
OTHER	424,932,498	2,444,356,070	465,154,795	2,951,176,581	9.5	20.7
TOTAL	772,767,696	4,547,176,479	927,202,133	6,113,632,136	20.0	34.4