



TR63 Bölgesi

Filtre Sektör Raporu

2015



DOĞAKA
T.C. DOĞU AKDENİZ KALKINMA AJANSI
TR. EASTERN MEDITERRANEAN DEVELOPMENT AGENCY
Hatay Kahramanmaraş Osmaniye



İçindekiler

4

Şekil Dizini

Tablo Dizini

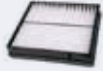
5

Kısaltmalar

6

Önsöz

8



Otomotiv Sektörü

1.1. Otomotiv Sektörünün Sınıflandırılması.....	9
1.2. Dünya Otomotiv Ana Sanayi	11
1.3. Türkiye’de Otomotiv Ana Sanayi	15
1.4. Türkiye Otomotiv Yan Sanayi.....	19

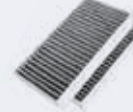
22



Filtre Sektörü

2.1. TR63 Bölgesi’nde Filtre Sektörü	25
2.2. Hatay İlindeki Filtre Üreticilerine Yönelik Gerçekleştirilen Sektör Anketi, Tespitler ve Değerlendirmeler.....	28

44



Rapor Sonuçlarına Göre Hatay İlindeki Filtre Sektöründe Tespit Edilen Sıkıntılar ve Çözüm Önerileri

53



DOĞAKA Tarafından Hazırlanan Filtre Sektörü Anketi - Sorular ve Yanıtlar

114

Kaynakça



Şekil Dizini

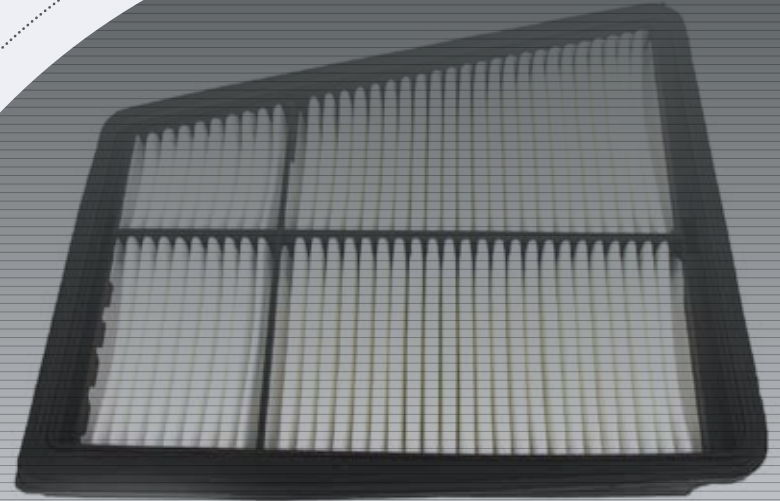
Şekil 1. Otomotiv Sektörünün Ekonomiye Katkısı	8
Şekil 2. Dünya Motorlu Taşıt Üretimi Sayıları	11
Şekil 3. Dünyada En Fazla Motorlu Taşıt Üreten 5 Ülke	13
Şekil 4. Bazı Ülke ve Bölgelerde 1.000 Kişiye Düşen Araç Sayısı (2013)	14
Şekil 5. Türkiye'de Otomotiv Sektörünün Gelişimi	16
Şekil 6. Türkiye'nin Otomotiv Üretimi	17
Şekil 7. Dünya Otomotiv Sektöründe Türkiye Otomotiv Ana ve Yan Sanayi Payı	20
Şekil 8. Türkiye'nin Toplam İhracatında Otomotiv Ana ve Yan Sanayi Pay Karşılaştırması	21
Şekil 9. Spin-on Yağ Filtresinin Kesitleri	23
Şekil 10. Yağ Filtresi Çalışma Prensibi	23
Şekil 11. Hatay ilinin İçten Yanmalı Motorlar İçin Hava ve Yağ/Yakıt Filtre İhracatı	26
Şekil 12. Hatay İli Oto Yan Sanayi Filtre İhracatında İlk 10 Ülke (2013)	27

Tablo Dizini

Tablo 1. Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonlarına Göre Otomotiv Sektörü Ürünleri	9
Tablo 2. Bazı Otomotiv Markaları ve Bu Markaların Ait Olduğu Ülkeler	12
Tablo 3. Türkiye'de Araç Türlerine Göre Motorlu Araç Üreticisi Kuruluşlar	18
Tablo 4. Çalışma Kapsamında Değerlendirmeye Alınan Filtre Sektörünün GTIP Tanımları	22

Kısaltmalar

AB	Avrupa Birliği
GTIP	Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu
OEM	Orijinal Ekipman Üreticisi (Original Equipment Manufacturer)
OES	Orijinal Ekipman Tedarikçisi (Original Equipment Supplier)
OICA	Uluslararası Motorlu Taşıt Üreticileri Örgütü (International Organization of Motor Vehicle Manufacturers)
OSB	Organize Sanayi Bölgesi
PP	Polipropilen
SITC	Uluslararası Standart Ticaret Sınıflaması (Standart International Trade Classification)
TOBB	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği





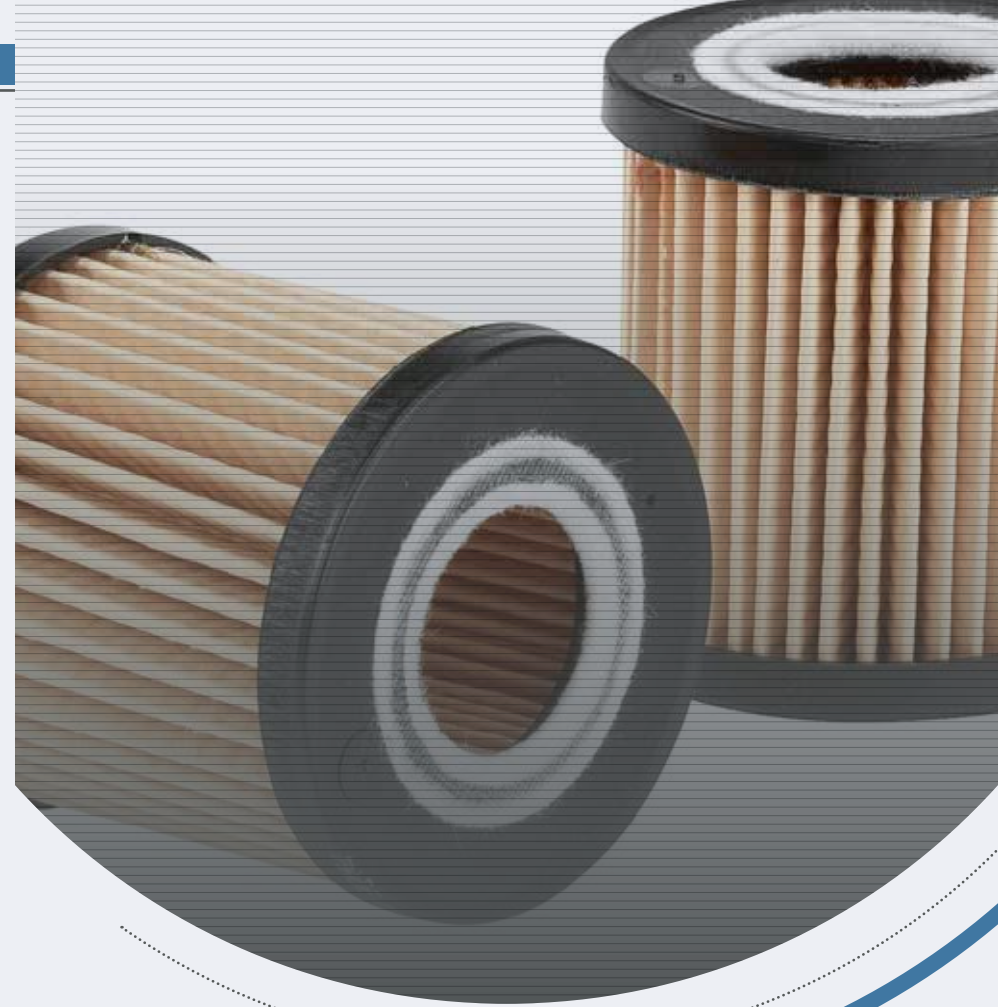
Önsöz

Hatay, Kahramanmaraş ve Osmaniye illerinden oluşan TR63 Düzey 2 Bölgesi'nde faaliyet göstermek üzere, 14.07.2009 tarih ve 2009/15236 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile kurulan Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı (DOĞAKA), kurulduğu gün itibariyle sorumluluğunda bulunan Bölge'nin sosyal ve ekonomik kalkınmasına yönelik araştırma ve planlama çalışmalarına devam etmektedir. Gerçekleştirdiği bu çalışmalarda Bölge içinde bir sinerji oluşturarak, yerelden merkeze doğru planlama sürecine katkıda bulunmayı ve yerel sahiplenmeyi artırmayı hedefleyen Ajansımız, Bölgemizde öne çıkan sektörlerin faaliyetlerini bölgesel, ulusal ve uluslararası boyutları ile inceleyerek, bu sektörleri destekleyici politikalar ve stratejiler geliştirilmesini, sektörlerin rekabet güçlerini artırılmasını ve ulusal hedefler doğrultusunda bu sektörlerden en yüksek katma değer elde edilmesini amaçlamaktadır.

Bu amaca yönelik olarak, TR63 Bölgesi'nde öne çıkan sektörlerin desteklenmesi ve geliştirilmesi için ilgili sektörlerin uluslararası, ulusal ve bölgesel ölçekte incelemeye tabi tutulması ve değerlendirilmesi büyük önem arz etmektedir. Bu çerçevede, Ajansımızın sorumluluk sahasında faaliyet göstermekte olan sektörlerle yönelik sektör raporlarının hazırlanmasına karar verilmiş ve 2014 yılında 7 farklı sektörü (Metal Mutfak Eşya, Enerji, Mobilyacılık, Lojistik, Kültür Balıkçılığı, Ayakkabıcılık, Demir Çelik) ele alan ilk rapor seti yayınlanarak Bölgemizdeki paydaşlarımızın istifadesine sunulmuştur. Bu çalışmanın devamı olarak, yine Bölgemizde faaliyet göstermekte olan Çimento, Filtre, Kesme Çiçekçilik, Kuyumculuk, Seracılık, Yaş Meyve Sebze, Yerfıstığı ve Zeytincilik sektörlerine ait raporlar hazırlanmıştır.

Şu an incelemekte olduğunuz Filtre Sektör Raporu, TR63 Bölgesi'nin Türkiye'nin ilk filtre üretim tesisine ev sahipliği yapması, Türkiye'nin filtre üretim kapasitesinin ve üretiminin en büyük kısmına sahip olması ve yine ülkemizin bu sektördeki ihracatının yarısından fazlasını gerçekleştirmesi gibi hususlarda sektörün Bölgedeki ve ülkemizdeki önemini vurgularken, diğer taraftan Bölgemizdeki sektör firmalarının zaafalarını, sıkıntılarını ve ihtiyaçlarını ortaya koymaya çalışmıştır. Odak grup olarak belirlenen sektör temsilcileri ile yüz yüze yapılan görüşmeler ve söz konusu temsilciler ile beraber doldurulan 121 soruluk detaylı anket çalışması, bu noktada en önemli veri kaynağı olarak kabul edilmiş ve bizzat sektör temsilcilerinin vermiş oldukları yanıtlar derlenerek, analiz edilmiştir. Raporun sonucunda ise tespit edilen sorunlara yönelik olarak değerlendirmeler yapılmış ve sorunların çözümüne dair politika önerilerinde bulunulmaya çalışılmıştır. Söz konusu önerileri Bölgemizde faaliyet göstermekte olan filtre sektörü firmalarının ve filtre sektörü ile ilişkili olan tüm paydaşların istifadesine ve kullanımına sunar, Filtre Sektör Raporu'nun diğer sektör raporlarında olduğu gibi, Bölgemizin özellikle ekonomik kalkınmasına katkı sağlayacak girişimlere vesile olmasını temenni ederiz.

DOĞU AKDENİZ KALKINMA AJANSI



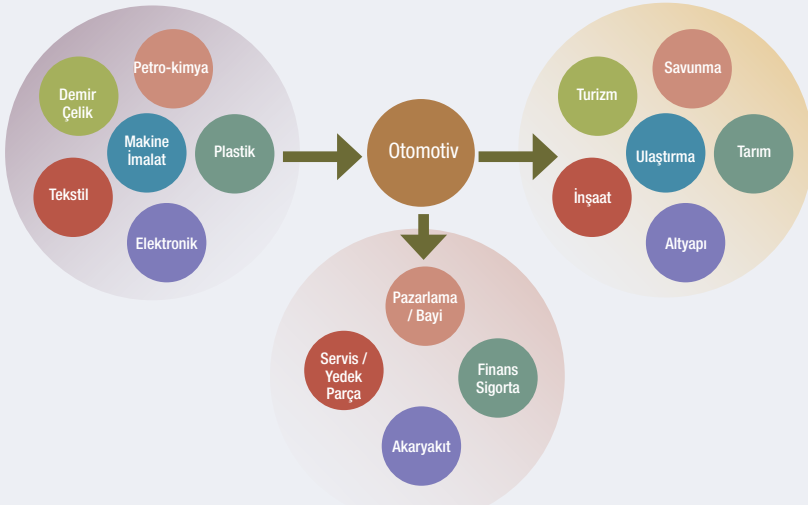


Otomotiv Sektörü

Otomotiv sanayi; binek otomobili, otobüs, minibüs, karayolu taşıt araçları, çekici, kamyon ve traktör üreten yanmalı veya patlamalı motordan oluşan, üç, dört veya daha fazla lastik tekerlekle trafikte seyreden motorlu taşıtlar sanayisidir. Gayri safi yurtiçi hâsıla, ihracat, net döviz girdisi, istihdam, rekabet edebilirlik, yatırımlar, dışa açıklık gibi değişkenler üzerinde önemli bir etkiye sahip olan otomotiv sektörünün, bu özellikleri nedeniyle ülke ekonomilerini olumlu ya da olumsuz şekilde doğrudan etkileyebilme gücü vardır.

Otomotiv sektörünün ülke ekonomileri üzerindeki etkisinin yukarıda beyan edildiği şekilde yüksek olması, bu sektörün pek çok sektörden almış olduğu girdileri kullanarak katma değerli bir ürün oluşturması; meydana getirmiş olduğu bu ürünün ise yine farklı sektörler tarafından kullanılmasından ve bu sürecin devamlılığı için otomotiv sektörünün kendi alt sektörlerini oluşturmasından ileri gelmektedir. Bu süreç en genel hatları ile aşağıdaki şekilde gösterilmiştir.

Şekil 1. Otomotiv Sektörünün Ekonomiye Katkısı



Kaynak: İstanbul Ticaret ve Sanayi Odası, Otomotiv Sektör Raporu, Link: <http://www.ito.org.tr/Dokuman/Sektor/1-69.pdf>, Erişim Tarihi: 17.08.2015

1.1. Otomotiv Sektörünün Sınıflandırılması

Otomotiv sanayi, ana sanayi ve yan sanayi olmak üzere iki temel gruptan oluşmaktadır. Otomotiv ana sanayisi, binek otomobil, otobüs, midibüs, minibüs, kamyon, kamyonet, traktör ve benzeri taşıt araçlarını üreten sektördür. Otomotiv yan sanayisi ise, hem ana sanayi firmalarının taleplerine yönelik, teknik dokümanlara uygun aksam, parça, modül ve sistem gibi ürünleri üreten; hem de piyasadaki aktif araçların taleplerine göre üretim yapan bir sanayi koludur.¹

Tablo 1. Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonlarına Göre Otomotiv Sektörü Ürünleri

Tür	GTİP	GTİP Tanımı
Ana Sanayi	8701	Traktörler
	8702	Otobüs, Minibüs, Midibüs
	8703	Binek Otomobiller
	8704	Kamyon, Kamyonet
Yan Sanayi	4011	Kauçuktan Yeni Dış Lastikler
	4012	Kauçuktan Sırt Geçirilmiş Veya Kullanılmış Dış Lastikler
	4013	Kauçuktan İç Lastikler
	401699	87.01 İla 87.05 Pozisyonlarındaki Motorlu Araçlar İçin Kauçuk Parçalar
	681320	Amyant İçeren Fren Balataları
	681381	Amyant İçermeyen Fren Balataları
	7007	Emniyet Camları
	700910	Dikiz Aynaları
	8407	İçten Yanmalı Motorlar
	8408	Dizel ve Yan Dizel Motorlar
	8409	Motorların Aksam ve Parçaları
	841330	İçten Yanmalı Pistonlu Motorlar İçin Yakıt, Yağ Veya Soğutma Pompaları
	841520	Klimalar
	8421	Filtreler
	8482	Bilyalı Rulmanlar
	8483	Transmisyon Milleri ve Kranklar

¹ Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Ana Bilim Dalı, Seydanur DURMUŞ, Otomotiv Sektörünün İktisadi Analizi, Yüksek Lisans Tezi, 2014, Link: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>, Erişim Tarihi: 25.01.2016



Tür	GTIP	GTIP Tanımı
Yan Sanayi	8484	Contalar
	8507	Aküler
	8511	Ateşleme Cihazları
	8512	Aydınlatma ve İşaret Cihazları
	8706	87.01 İla 87.05 Pozisyonlarında Yer Alan Motorlu Taşıtlar İçin Şasiler
	8707	87.01 İla 87.05 Pozisyonlarında Yer Alan Motorlu Taşıtların Karoserileri
	870810	Tamponlar ve Bunların Aksam ve Parçaları
	870821	Emniyet Kemerleri
	870829	Karoseri Aksamı
	870830	Frenler ve Servo - Frenler ve Bunların Aksam ve Parçaları
	870840	Vites Kutuları ve Bunların Aksam ve Parçaları
	870850	Diferansiyelli Hareket Ettirici Akslar
	870870	Tekerlekler ve Bunların Aksam, Parça ve Aksesuarları
	870880	Suspansiyon Sistemleri ve Bunların Aksam ve Parçaları (Amortisörler Dahil)
	870891	Radyatörler ve Bunların Aksam ve Parçaları
	870892	Egzoz Susturucuları ve Egzoz Boruları; Bunların Aksam ve Parçaları
	870894	Direksiyon Simitleri, Direksiyon Kolonları ve Direksiyon Kutuları
870895	Hava İle Şişmeli Hava Yastıkları	
870899	Diğer Aksam ve Parçalar	
9104	Taşıtların Alet Tabloları İçin Saatler	
940120	Motorlu Taşıtlarda Kullanılan Türden Oturmaya Mahsus Mobilyalar	

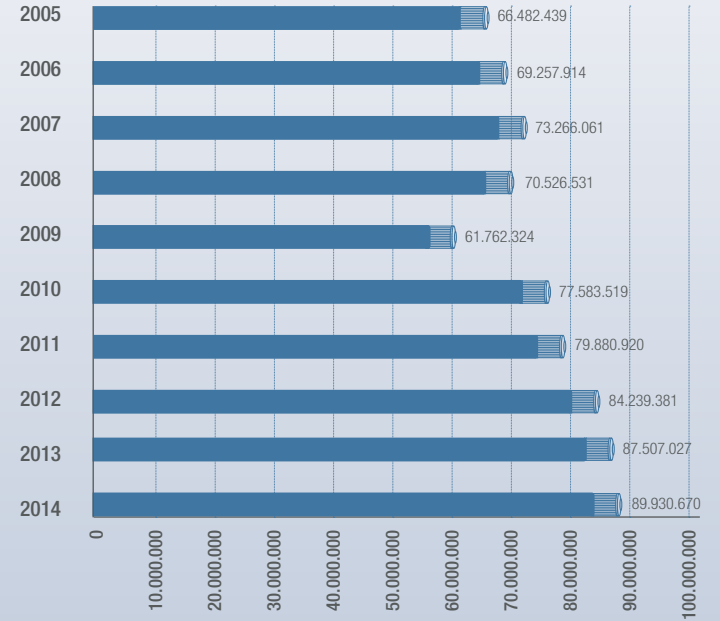
Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, Otomotiv Ana ve Yan Sanayii Sektörü, 2014, Link: <http://www.ekonomi.gov.tr/portal/faces/home/ihracat/sectorler>, Erişim Tarihi: 20.08.2015

Ticarete konu olan tüm ürünler için iki temel sınıflandırma sistemi kullanılmaktadır. Detaylı veriler için Armonize Mal Tanımı ve Kodlama Sistemi (The Harmonized Commodity Description and Coding Systems) yani kısaca Armonize Sistem kullanılırken, toplulaştırılmış veriler için ise Uluslararası Standart Ticaret Sınıflaması (SITC Rev.3, Standart International Trade Classification) kullanılmaktadır. Otomotiv Sektörü, Standart Uluslararası Ticari Sınıflandırmaya (SITC) göre 78. bölümde tanımlanmıştır. Armonize Sisteme göre Gümrük Tarife İstatistik Pozisyon Kodları (Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu - GTIP) esas alınarak oluşturulan otomotiv sektörü ürün tanımları ise yukarıda verilmiştir.

1.2. Dünya Otomotiv Ana Sanayi

Yukarıda belirtildiği üzere otomotiv ana sanayisi, binek otomobil, otobüs, midibüs, minibüs, kamyon, kamyonet, traktör ve benzeri taşıt araçlarını üreten sektördür. Dünya üzerinde otomotiv sektöründe ve otomotiv sektörünün oluşturmuş olduğu hizmet sektörlerinde istihdam edilen insan sayısının milyonları bulmasından ötürü, otomotiv sektörü küreselleşme sürecinin en hızlı hissedildiği sektörlerden biri olarak ifade edilmektedir. Bu durumun motorlu taşıt üretim rakamlarına da yansıtıldığı görülmektedir. 2008 yılı itibarıyla yaşanan küresel mali krizin, otomotiv sektörünü doğrudan etkilediği aşağıdaki grafikten net bir şekilde anlaşılmaktadır.

Şekil 2. Dünya Motorlu Taşıtlar Üretimi Sayıları



Kaynak: OICA (International Organization of Motor Vehicle Manufacturers), Production Statistics, 2015, Link: <http://www.oica.net/category/production-statistics/>, Erişim Tarihi: 12.08.2015



Grafik verileri üzerinden, dünyada son on yıl içinde 750 milyon adetten fazla motorlu kara taşıtı üretildiği düşünüldüğünde, dünyada şu an aktif olarak kullanılmakta olan araç sayısının 1,5 milyara yaklaştığını söylemek mümkündür. Bu veri, otomotiv pazarının ne kadar büyük olduğunu göstermesi açısından önemlidir.

Bununla beraber, çoğu batılı sanayileşmiş ülkenin, güçlü otomotiv markalarına ve sektörüne olması dikkat çekicidir. Bu çerçevede, otomotiv sanayi sanayileşmenin de önemli bir göstergesi olarak kabul edilmektedir.

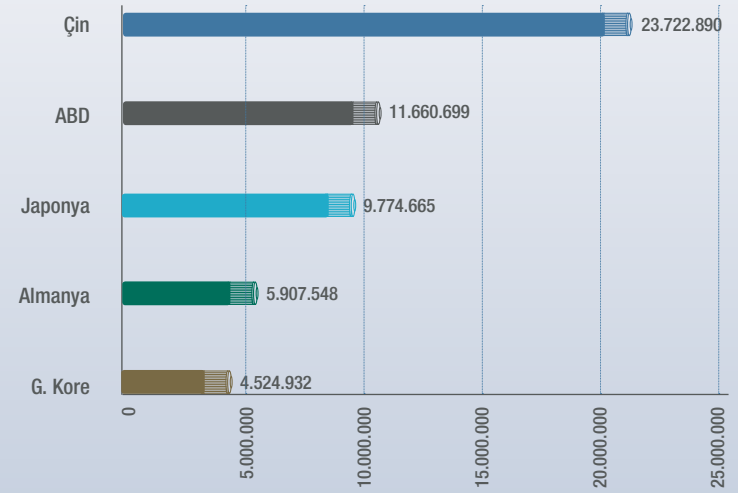
Tablo 2. Bazı Otomotiv Markaları ve Bu Markaların Ait Olduğu Ülkeler

Almanya	ABD	Fransa	İngiltere	İsveç	İtalya	Japonya
Audi	Buick	Citoren	Aston Martin	Saab	Alfa Romeo	Daihatsu
BMW	Cadillac	Peugeot	Bentley	Volvo	Ferrari	Honda
Mercedes-Benz	Chevrolet	Renault	Jaguar		Fiat	Infiniti
Opel	Chrysler		Land Rover		Lamborghini	Lexus
Porsche	Dodge		Lotus		Lancia	Mazda
Smart	Ford		Mini		Maserati	Mitsubishi
Volkswagen	GMC		Morgan			Nissan
	Hummer		Rolls Royce			Scion
	Jeep		TVR			Subaru
	Lincoln					Suzuki
	Mercury					Toyota
	Pontiac					
	Saturn					

Kaynak: Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Ana Bilim Dalı, Sevdanur DURMUŞ, Otomotiv Sektörünün İktisadi Analizi, Yüksek Lisans Tezi, 2014, Link: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>, Erişim Tarihi: 25.01.2016

2014 yılında dünya üzerinde en fazla motorlu taşıt üreten ülkelerin gösterildiği aşağıdaki grafikte, bu ülkelerin yılda 4,5 milyon adetten daha fazla taşıt ürettiği ve bu 5 ülkenin ürettiği toplam araç sayısının, dünyada aynı yıl üretilen toplam araç sayısının % 62'sine tekabül ettiği görülmektedir.

Şekil 3. Dünyada En Fazla Motorlu Taşıt Üreten 5 Ülke



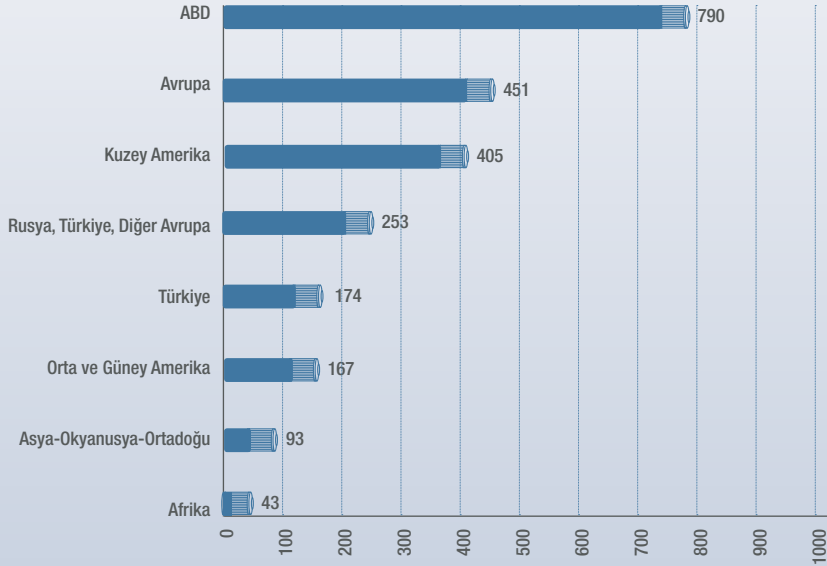
Kaynak: OICA (International Organization of Motor Vehicle Manufacturers), Production Statistics, 2015, Link: <http://www.oica.net/category/production-statistics/>, Erişim Tarihi: 12.08.2015

Dünyada En Fazla Motorlu Taşıt Üreten 5 Ülke listesinin başında yer alan Çin, dünya motorlu taşıt üretiminin % 26'sını tek başına gerçekleştirmektedir. Çin ile beraber diğer Doğu ve Güney Asya ülkeleri ise, diğer pek çok sanayide olduğu gibi otomotiv sanayisinde de öne çıkmakta ve sektördeki rekabet ortamı her geçen gün daha güçlü şekilde etkisini göstermektedir. Söz konusu rekabet seviyesinden ötürü son yıllarda otomotiv sektöründe firmalar, şirket evlilikleriyle rekabet avantajı elde etmeye ve kendilerini bu şekilde rekabetin olumsuz etkilerinden korumaya çalışmaktadır.



Aşağıdaki şekilde Türkiye ile beraber dünya üzerindeki bazı bölge ve ülkelerde 1.000 kişi başına düşen araç sayısı gösterilmektedir. 2013 yılı verilerine göre Türkiye'de 1.000 kişiye düşen araç sayısı 174'tür. Gelişmiş ülkelere kıyasla bir hayli düşük olan bu rakam, aynı zamanda ülkenin refah düzeyinin artması ile beraber otomotiv pazarının da büyük bir büyüme potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir. Bu grafik, otomotiv piyasasındaki en büyük pazar noktalarını göstermekle beraber, en büyük pazar noktalarının gelişmiş ülkelere olmasından ötürü, kalite ve uluslararası standartların ürünlerdeki önemini de vurgulamaktadır.

Şekil 4. Bazı Ülke ve Bölgelerde 1.000 Kişiye Düşen Araç Sayısı (2013)



Kaynak: OICA (International Organization of Motor Vehicle Manufacturers), Production Statistics, 2015, Link: <http://www.oica.net/category/production-statistics/>, Erişim Tarihi: 18.08.2015

1.3. Türkiye'de Otomotiv Ana Sanayi

Türkiye'de otomotiv sektörü, Türkiye'nin ilk yerli aracı olan "Devrim" in üretildiği 1960'lı yıllar itibarıyla önemli gelişmeler kaydetmiştir. 1980'li yıllara kadar korumacı bir politika takip edilen sektörde, bu dönem sonrasında ise ihracat odaklı üretim gerçekleştirmeye başlanmıştır. 1990'ların ortasına kadar rekabetçi yapısını güçlendiren Türk otomotiv sektörü, 1990'lı yılların sonlarına doğru dünyanın önemli otomotiv firmalarının Türk ortaklarla kurdukları tam entegre üretim tesisleri ile birlikte tam rekabet ortamına geçiş yapmış, yabancı firmaların belli modelleri üzerinde üretim ve ihracat üssü haline gelmeyi başarmıştır.²

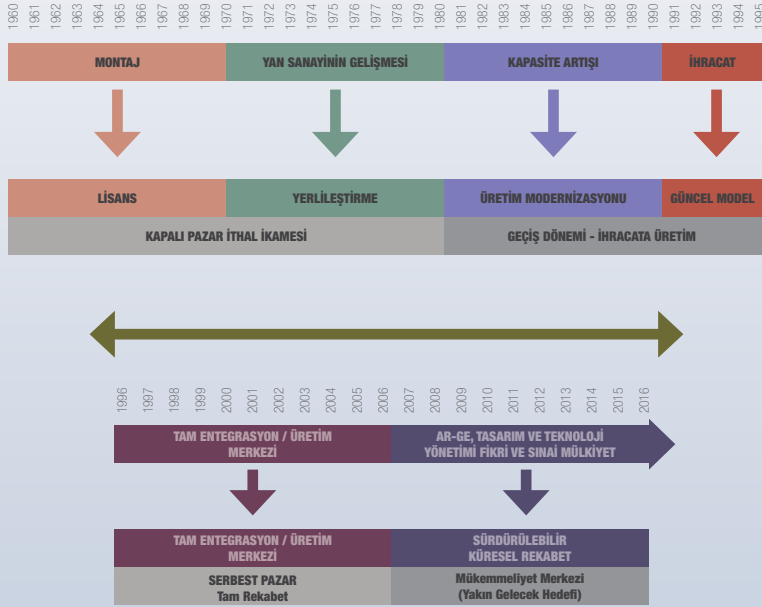
Türkiye'de
otomotiv sektörü
'devrim' in üretildiği
1960'larda önemli gelişmeler
kaydetmiştir



² T.C. Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Otomotiv Sektör Raporu (2013/1), 2014, Link: <http://www.sanayi.gov.tr/Files/Documents/otomotiv-sektoru-raporu-2-16042013165101.pdf>, Erişim Tarihi: 14.08.2015



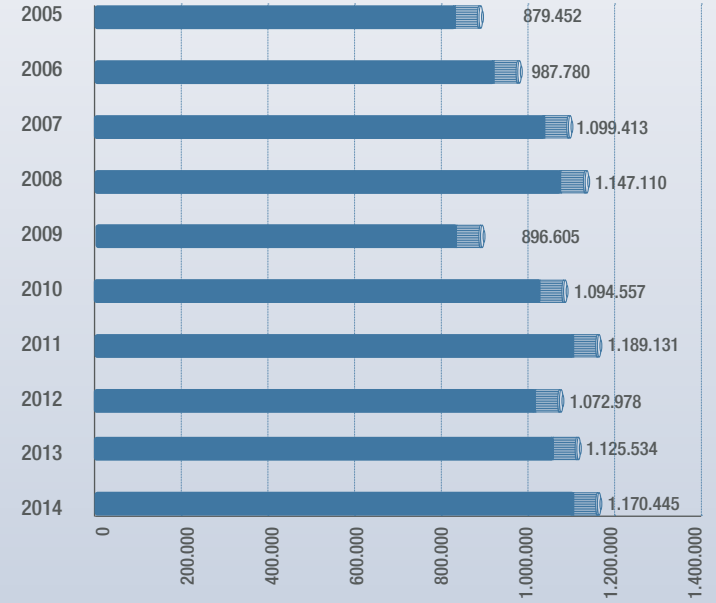
Şekil 5. Türkiye'de Otomotiv Sektörünün Gelişimi



Kaynak: Kalkınma Bakanlığı, Onuncu Kalkınma Planı (2014-2018) Özel İhtisas Komisyonu Raporları, Otomotiv Sanayi Çalışma Grubu Raporu, 2014, Link: <http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/zel%20htisas%20Komisyonu%20Raporlar/Attachments/236/Otomotiv%20Sanayi.pdf>; Erişim Tarihi: 20.08.2015

Türkiye'nin son 10 yıllık dönemde otomotiv üretim verileri incelendiğinde, küresel mali krize kadar üretimin yılda 50 ila 100 bin adet artış gösterdiği, küresel mali kriz sonrasında ise artış istikrarının bozulduğu, 2009 ve 2012 yıllarında üretim rakamlarında ciddi miktarda düşüş yaşandığı görülmektedir. Söz konusu dalgalanmalar, yurtdışı pazarlardaki daralmayı ve üretimin ihracata bağımlılığını göstermesi açısından önemlidir.

Şekil 6. Türkiye'nin Otomotiv Üretimi



Kaynak: OICA (International Organization of Motor Vehicle Manufacturers), Production Statistics, 2015, Link: <http://www.oica.net/category/production-statistics/>, Erişim Tarihi: 12.08.2015

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'nin (TOBB) verilerine göre, Türkiye'de 14 farklı firma, 19 adet üretim tesisinde otomotiv üretimi yapmakta ve bu firmaların çoğu Marmara Bölgesi'nde yoğunlaşmaktadır. Genel itibarıyla ticari araç üretimine odaklanan Türkiye'deki otomotiv sektöründe, sadece 5 firma otomobil üretimi gerçekleştirmekte ve bu 5 firmanın tamamı yabancı sermaye lisansı ve ortaklığı ile üretimlerine devam etmektedir.



Tablo 3. Türkiye'de Araç Türlerine Göre Motorlu Araç Üreticisi Kuruluşlar

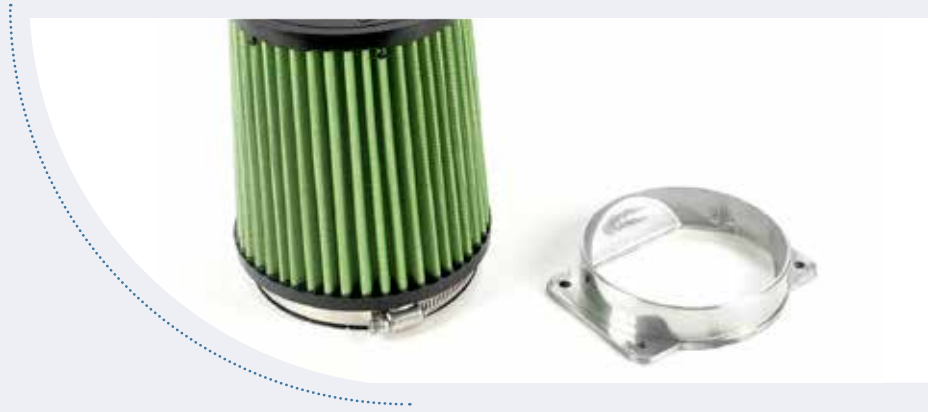
Firma Adı	Marka	Şehir	Üretim Türü	Yabancı Sermaye Oranı
BMC	BMC	İzmir (Pınarbaşı)	Hafif/Ağır Ticari Araç	0,00%
Güleyüz	Muhtelif	Bursa (Gemlik)	Hafif/Ağır Ticari Araç	0,00%
Karsan	Muhtelif	Bursa (Nilüfer)	Hafif/Ağır Ticari Araç	0,00%
Otokar	Otokar	Sakarya (Arifiye)	Hafif/Ağır Ticari Araç	0,00%
TEMSA Global	Temsa	Adana (Seyhan)	Hafif/Ağır Ticari Araç	0,00%
Anadolu Isuzu	Isuzu	Kocaeli (Çayirova)	Hafif/Ağır Ticari Araç	29,74%
TOFAŞ	Fiat	Bursa (Merkez)	Otomobil	37,80%
TOFAŞ	Fiat	Bursa (Merkez)	Hafif/Ağır Ticari Araç	37,80%
Ford Otosan	Ford	Kocaeli (Gölcük), Kocaeli (Yeniköy), Eskişehir (İnönü)	Hafif/Ağır Ticari Araç	40,00%
Oyak - Renault	Renault	Bursa (Merkez)	Otomobil	51,00%
Hyundai Assan	Hyundai	Kocaeli (Alikahya)	Otomobil	70,00%
Hyundai Assan	Hyundai	Kocaeli (Alikahya)	Hafif/Ağır Ticari Araç	70,00%
Mercedes-Benz	Mercedes	İstanbul (Hoşdere), Aksaray (Merkez)	Hafif/Ağır Ticari Araç	85,00%
MAN Türkiye	MAN	Ankara (Akyurt)	Hafif/Ağır Ticari Araç	99,90%
Honda Türkiye	Honda	Kocaeli (Çayirova)	Otomobil	100,00%
Toyota	Toyota	Sakarya (Arifiye)	Otomobil	100,00%

Kaynak: Türkiye Otomotiv Ticaret Meclisi Sektör Raporu, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, 2012, Link: <http://www.tobb.org.tr/Documents/yayinlar/2014/20140127-OtomobilSektoruRaporu.pdf>, Erişim Tarihi: 19.08.2015

1.4. Türkiye Otomotiv Yan Sanayi

Otomotiv sektörünün sınıflandırılması bölümünde belirtildiği gibi otomotiv yan sanayisi, hem ana sanayi firmalara taleplerine yönelik teknik dokümanlara uygun aksam, parça, modül ve sistem gibi ürünleri üreten, hem de piyasadaki aktif araçların taleplerine göre üretim yapan bir sanayi koludur. Türkiye'de otomotiv yan sanayinin gelişimi, otomotiv ana sanayisinin gelişimi ile paralellik göstermiş, dolayısıyla otomotiv yan sanayi firmalarının konumlandığı şehirler, genel itibarıyla otomotiv ana sanayiye göre şekillenmiştir. Bu sebepten ötürü, otomotiv ana sanayisinde olduğu gibi, Türkiye'de otomotiv yan sanayi ürünleri üreten firmaların çoğu Marmara Bölgesi'nde yoğunlaşmıştır.

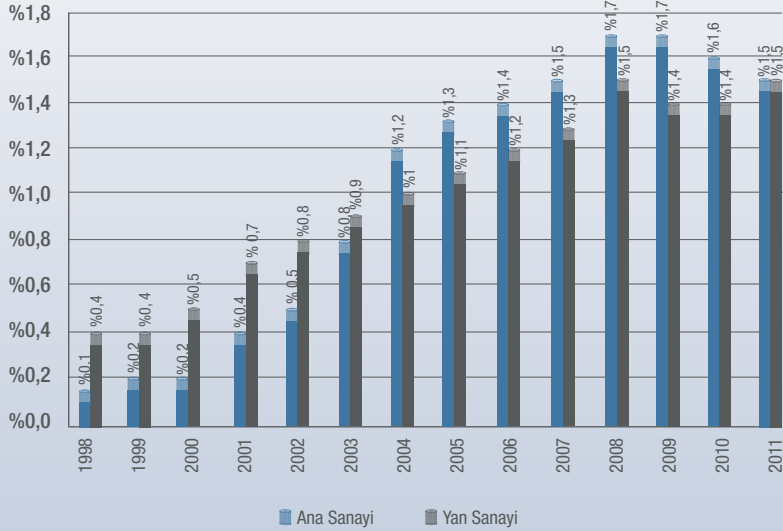
Ekonomi Bakanlığı'nın 2014 yılında yayınladığı Otomotiv Ana ve Yan Sanayi sektör raporuna göre, Türk otomotiv yan sanayisinde Avrupa Birliği (AB) firmalarının sayısı, ana sanayiye göre çok daha fazladır ve yan sanayide lisans ve ortak yatırım kurmak suretiyle faaliyet gösteren yaklaşık 200 yabancı firma bulunmaktadır. Bununla beraber, Türkiye otomotiv yan sanayide faaliyet gösteren firmaların sayısı 4.000 adedi bulunmaktadır. Söz konusu firmalar, üretim kapasitesi, mamul çeşitliliği ve ulaştığı standartlar itibarıyla, ülkemizde imal edilen karayolu taşıtları için gerekli olan yedek parçaların en az % 85'ini karşılayabilecek düzeye erişmişlerdir.³



3 Ekonomi Bakanlığı, Otomotiv Ana ve Yan Sanayi Sektörü, 2014, Link: <http://www.ekonomi.gov.tr/porta/faces/home/finracat/sectorler>, Erişim Tarihi: 20.08.2015



Şekil 7. Dünya Otomotiv Sektöründe Türkiye Otomotiv Ana ve Yan Sanayi Payı

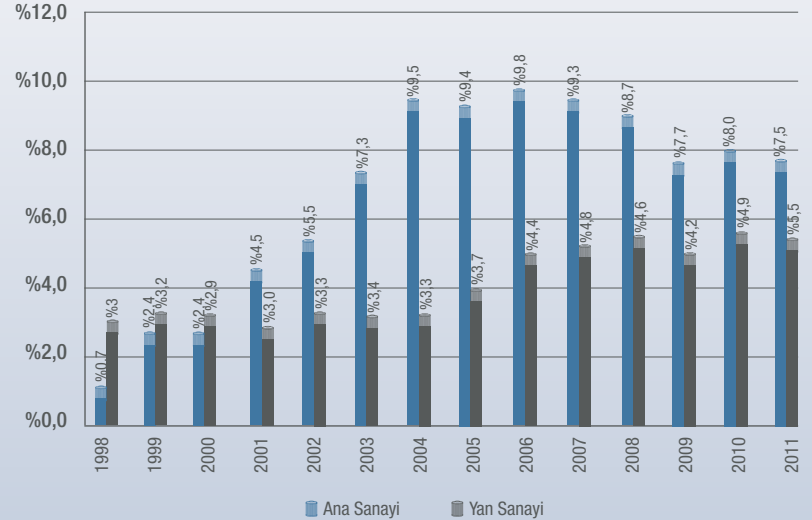


Kaynak: Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı, Dünya ve Türkiye Otomotiv Sektörü, 2013, Link: <http://www.odd.org.tr/folders/2837/categorical1/docs/821/ic%20dokumanlar.pdf>, Erişim Tarihi: 08.09.2015

Türkiye otomotiv ana ve yan sanayinin, dünya otomotiv sektöründeki payı incelendiğinde, 2000'li yıllara kadar hem ana, hem de yan sanayide Türkiye'nin payının % 0,5'i geçmediği; 2005 yılına gelindiğinde ise, her iki sektördeki payının % 1 eşliğini geçmiş olduğu görülmektedir. Bununla beraber, bu iki sektördeki yükseliş trendinin 2008 yılına kadar aralıksız olarak devam ettiği, söz konusu yılda yaşanan küresel mali kriz ile durağan bir sürece girilmiş olduğu da açıktır. Türkiye otomotiv ana ve yan sanayinin dünya pazarındaki payı birbiri ile karşılaştırıldığında ise, 2003 yılına kadar oran olarak otomotiv yan sanayinin dünya pazarındaki payının otomotiv ana sanayiye göre daha yüksek olduğu, 2004 yılı itibariyle ise tam tersi bir durumun söz konusu olduğu anlaşılmaktadır. Yükseliş ve düşüş eğilimlerinin birbiri ile neredeyse paralel olarak ilerlemesinin, bu iki sektör arasındaki sıkı ilişkiden kaynaklandığı değerlendirilmektedir.

Türkiye'nin toplam ihracatında otomotiv ana ve yan sanayinin payının karşılaştırıldığı aşağıdaki grafikte ise, 1998 yılından 2011 yılına gelindiğinde otomotiv ana sanayinin Türkiye'nin toplam ihracattaki payının 10,7 kat; otomotiv yan sanayinin payının ise 1,8 kat artmış olduğu anlaşılmaktadır. Bu performans ile 2001 yılına kadar Türkiye ihracatında otomotiv yan sanayinin payından daha düşük değere sahip olan otomotiv ana sanayisi, söz konusu yıl itibariyle otomotiv yan sanayisini geride bırakmış ve Türkiye'nin ihracatına otomotiv yan sanayisine göre daha yüksek miktarda katkı sağlamıştır. 2006 yılında otomotiv ana sanayi ihracatındaki yükseliş, Türkiye ihracatında en yüksek payı alarak, % 9,8 seviyesine çıkmıştır. Türk otomotiv yan sanayisi, otomotiv ana sanayisi kadar olmasa da, Türkiye toplam ihracatındaki payını 2011 yılında % 5,5 seviyesine kadar çıkararak, grafikte gösterilen zaman dilimindeki en yüksek değerine ulaşmıştır. Grafiğin göstermiş olduğu bir diğer husus ise, yıllar içinde yükseliş ve düşüşlerin oluşturmuş olduğu bandın, otomotiv ana sanayiye göre, otomotiv yan sanayisinde daha dar olması ve büyük miktarda düşüş veya artış hareketinin gerçekleşmemesidir.

Şekil 8. Türkiye'nin Toplam İhracatında Otomotiv Ana ve Yan Sanayi Pay Karşılaştırması



Kaynak: Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı, Dünya ve Türkiye Otomotiv Sektörü, 2013, Link: <http://www.odd.org.tr/folders/2837/categorical1/docs/821/ic%20dokumanlar.pdf>, Erişim Tarihi: 08.09.2015



Filtre Sektörü

Otomotiv ana sanayi firmalarının taleplerine ve piyasadaki aktif araçların ihtiyaçlarına yönelik uygun parça üreten otomotiv yan sanayi sektörlerinden bir tanesi de filtre sektörüdür. Bu çalışma kapsamında değerlendirilen filtre sektörünün GTIP tanımları aşağıda gösterilmiştir.

Tablo 4. Çalışma Kapsamında Değerlendirmeye Alınan Filtre Sektörünün GTIP Tanımları

GTIP	GTIP Tanımı
842123	İçten Yanmalı Motorlar için Yağ-Yakıt Filtreleri
842131	İçten Yanmalı Motorlar için Hava Filtreleri

Kaynak: TÜİK, Sınıflama Sorucusu, Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu Cetveli, GTIP 2015 (GTIP 2015), Link: <http://tuikapp.tuik.gov.tr/DI/ESS/SiniflamaSurumDetayAction.do?surumId=838&urlId=3&turAdi=%203.%20D%C4%B1%20C5%9F%20Ticaret%20S%C4%B1n%C4%B1flamalar%C4%B1>, Erişim Tarihi: 14.09.2015

Coğrafi bölge, iklim kuşağı gibi çevre ve doğal koşullara göre büyük farklılıklar göstermekle beraber, karayolu taşıtlarının parçaları arasında ömrü en kısa ve en sık yenilenen parçaları filtrelerdir. Taşıtlarda kullanılan filtrelerin başında, hava filtresi, yağ filtresi ve yakıt filtreleri gelmektedir.⁴

Tipine göre değişiklik göstermekle beraber, filtre üretiminde kullanılan hammaddede ve malzemeler genel itibarıyla şu şekildedir⁵;

- Filtre kâğıtları (selülozik ve/veya sentetik lifli malzemeler),
- Pamuk veya sentetik esaslı malzemeler,
- Yassı demir çelik saclar ve diğer metal malzemeler,
- Polipropilen (PP) esaslı malzemeler,
- Yapıştırıcılar,
- Nitril/kauçuk/viton ve silikon sızdırmazlık contaları,
- Kimyasallar,
- Elektrik ve elektronik esaslı malzemeler.

Yukarıda sıralanan hammaddelerin bir filtrede ne şekilde kullanıldığının daha iyi anlaşılabilmesi amacıyla aşağıda bir spin-on yağ filtresinin kesitleri gösterilmiştir.

⁴ Türkiye'nin Filtre Sektörü ve Gelişimi, Necati Terzioz, SUBCONTURKEY Yan Sanayi Ürünleri Gazetesi, Nisan 2011, Link: <http://www.subconturkey.com/2011/Nisan/koseyazisi-Turkiyenin-Filtre-Sektoru-ve-Gelismisi.html>, Erişim Tarihi: 11.09.2015

⁵ Söz konusu veriler, uzun yıllar filtre sektöründe yönetici pozisyonunda çalışmış, şu an ise Osmaniye ilinde yer alan bir filtre firmasında Genel Koordinatör olarak görev yapmakta olan Can Teymur tarafından paylaşılmıştır.

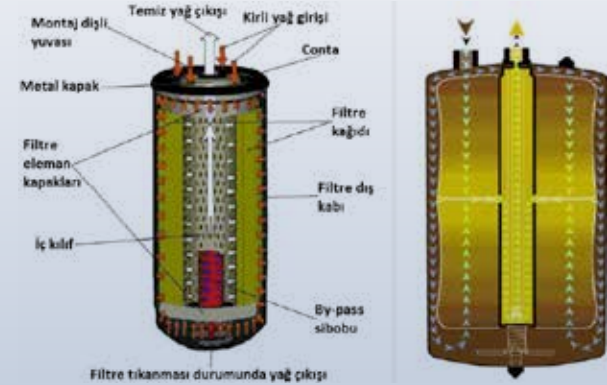
Şekil 9. Spin-on Yağ Filtresinin Kesitleri



Kaynak: MAHLE Aftermarket, Products & Services, Link: <http://www.mahle-aftermarket.com/na/en/products-&-services/filters/oil-filters/#hydraulicspin-onfilters>, Erişim Tarihi: 15.01.2016

Bir yağ filtresinin çalışma prensibi ise, genel hatları ile aşağıdaki şekilde gösterilmiştir.

Şekil 10. Yağ Filtresi Çalışma Prensibi





TÜİK verilerine göre, 2015 yılı Ağustos ayı sonu itibarıyla, Türkiye'de trafiğe kayıtlı araç sayısı 19.641.814'tür ve söz konusu ayda 109.170 adet taşıtın trafiğe kaydı yapılmıştır. Trafiğe kaydı yapılan taşıt sayısı 2014 yılının aynı ayına göre % 24,2 artarken; 2015 yılı Temmuz ayına göre ise % 23 azalmıştır. 2014 yılı Mart ayında toplam taşıt sayısının 18.532.604 olduğu düşünüldüğünde ise, yıllık taşıt artış oranının % 5,99 olduğu görülmektedir.⁶ Bir aracın yılda en az iki kez filtre değiştirmek zorunda kaldığı dikkate alındığında; Türkiye'deki pazarda yıllık tüketilen, yağ/yakıt ve hava filtre elemanlarının sayısal miktarının 100 milyonu aştığı söylenebilir. Bu nedenle, filtre sektörü hem otomotiv ana sanayi ve hem de yan sanayi açısından önemli bir yer tutmaktadır.

**Türkiye'de yılda tüketilen
yağ/yakıt, hava filtre sayısı
100 milyon'u
aşmaktadır**



6 TÜİK, Haber Bülteni, Motorlu Kara Taşıtları, Ağustos 2015, Link: <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberButenleri.do?id=18770>, Erişim Tarihi: 22.10.2015

2.1. TR63 Bölgesinde Filtre Sektörü

1960'lı yıllara kadar Türkiye'de karayolu taşıtlarında kullanılan filtrelerin temini, diğer oto yedek parçalarında olduğu gibi, gelişmiş sanayi ülkelerinden distribütörler aracılığıyla yapılan ithalat ile karşılanmıştır. 1966 yılında ise, otomotiv ve yan sanayi sektörlerinde gelişmelere paralel olarak, ilk Türk filtre üretim tesisi (FİL Filtre A.Ş.) küçük bir atölye ile Hatay ili İskenderun ilçesinde üretime başlamıştır. Bu girişim sonrasında, İstanbul Çayyova'da bir başka girişimci tarafından Türkiye'nin ikinci filtre üretim merkezi (FSİ A.Ş.) faaliyete geçmiştir. Çayyova'da kurulan tesis, İstanbul ve Marmara bölgesi ve montaj sanayi için tek tedarikçi olurken, İskenderun'daki tesis ise tüm Anadolu'yu kendisi için pazar alanı olarak seçmiştir. İlerleyen yıllar içinde FİL Filtre'nin bünyesinden yeni firmaların çıkması ve yeni girişimcilerin yatırımları, İskenderun Bölgesi'nin bir filtre merkezi konumuna gelmesini sağlamıştır. Ülkemizde 1970 ve 1980'li yıllarda karayollarına ve otoyollara yapılan yatırımlar, karayolu taşımacılığının çok hızlı şekilde gelişmesini ve Türkiye'deki kamyon, otobüs ve binek araç sayılarında hızlı bir şekilde artmasını sağlaması ile beraber söz konusu altyapı yatırımları, başta filtre sektörü olmak üzere, tüm taşıt yan sanayinin çok hızlı gelişmesine neden olmuştur. 1980 ve 1990'lı yıllarda ihracat yapma kapasitesine erişen filtre sektöründe, hem hava, hem de yağ ve yakıt filtrelerinin bir arada üretildiği entegre fabrikaların kurulmasının önünü açmış, bu durum, filtre performansını belirleyen standartların oluşması için uygun ortam sağlamıştır. Hava filtrelerinde TS 932 standardı gibi sertifikalar bu süreç içerisinde mecburi tutulmaya başlanmış ancak, daha sonraki yıllarda Avrupa Birliği (AB) ile yapılan Gümrük Birliği Anlaşması çerçevesinde buna benzer düzenlemelerden vazgeçilerek, otomotiv ve endüstriyel amaçlı hava filtreleri ISO 5011 standardına, yağ filtreleri ISO 4548 ve yakıt filtreleri ise, ISO 4020 standardına bağlanarak diğer ülkelerle uyumlu hale getirilmiştir.⁷

Söz konusu gelişim döneminde Hatay ve İstanbul dışındaki illere de yayılan filtre sektörü, sanayi sicili verilerine göre, Türkiye'deki 12 ilde, üretim tesisleri ile faaliyet gösterir duruma gelmiştir. 2013 yılı sanayi sicili verilerine göre, Türkiye'de sanayi siciline kayıtlı 63 adet filtre üretim tesisi bulunmaktadır. İlk filtre üretiminin başlamış olduğu İskenderun ilçesinde ise, yeni üretim tesislerinin ortaya çıkması ile beraber, Arsuz ve Belen gibi komşu ilçelerde de filtre sektöründe faaliyet göstermekte olan firmalar kurulmaya başlamış ve bu da Hatay ilinin öne çıkan sektörleri arasına filtre sektörünün de girmesine imkân sağlamıştır. Hatay ilinde sanayi siciline kayıtlı 14 adet filtre üretim tesisi, ortaya çıkardığı yaklaşık 2.500 kişilik istihdam ile

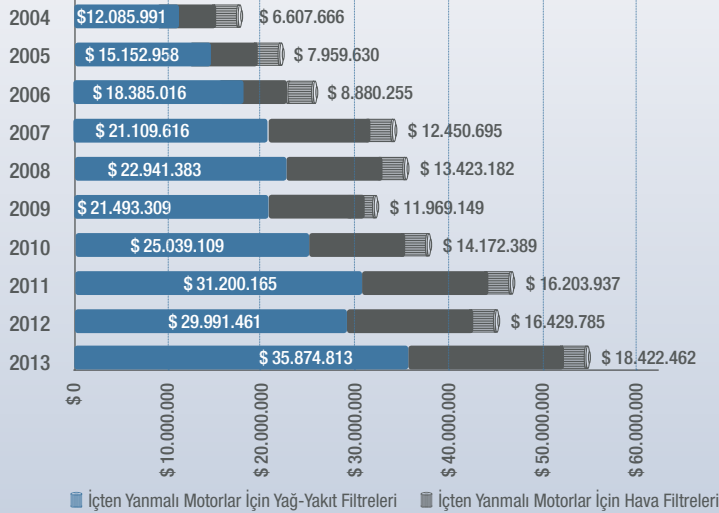
7 Türkiye'nin Filtre Sektörü ve Gelişimi, 2011, Necati Terzioğlu, SUBCON TÜRKİYE Yan Sanayi ve Tedarikçi Gazetesi, Link: <http://www.subconturkey.com/2011/Nisan/koseyazisi-Turkiyenin-Filtre-Sektoru-ve-Gelisimi.html>, Erişim Tarihi: 09.11.2015



faaliyetlerine devam etmekte ve bu tesislerde, her tür traktör ve otomobil hava, yağ ve yakıt filtreleri, iş makineleri ve endüstriyel amaçlı hava, yakıt, yağ ve hidrolik filtre ile hava/yağ separatörleri üretilmektedir.

2013 yılı sanayi sicili verileri ayrıca Türkiye'de yaklaşık her 5 filtre üreticisinden 1'inin Hatay ilinde faaliyet gösterdiğini göstermesi açısından önemlidir. Aynı verilere göre, filtre sektörünün üretim kapasitesinin ve üretiminin yaklaşık % 65'i Hatay ilindedir. Söz konusu ildeki firmaların Türkiye filtre sektörü cirosundaki payı ise % 58 oranındadır. Hatay ilindeki filtre üreticileri, 31,9 milyon ABD Doları ile sektörde Türkiye'nin bu konuda yaptığı ihracatın yaklaşık % 57'sini gerçekleştirmektedir. Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) verilerine göre, 2004 yılından 2013 yılına kadar Hatay ilinin İçten Yanmalı Motorlar İçin Hava ve Yağ/Yakıt Filtre ihracatı aşağıda gösterilmiştir. Söz konusu grafikten küresel mali krizin olumsuz etkileri anımsandığı durumda sektörün istikrarlı bir şekilde ihracatını yıldan yıla artırdığı gözlemlenmektedir.

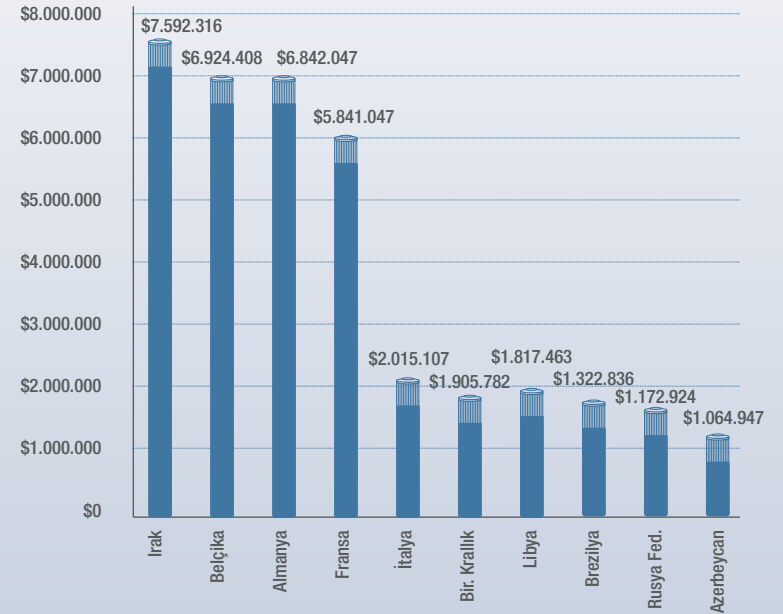
Şekil 11. Hatay ilinin İçten Yanmalı Motorlar İçin Hava ve Yağ/Yakıt Filtre İhracatı



Kaynak: Türkiye İhracatçılar Meclisi, 2004 – 2013 Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye Ürün Bazlı İhracat Verisi, 2014

TİM verilerine göre, 2013 yılı Hatay ili oto yan sanayi filtre ihracatında öne çıkan ilk 10 ülke aşağıda gösterilmektedir. Listenin başında bir Orta Doğu ülkesi olan Irak'ın yer almasına rağmen, Irak'tan sonra gelen ve listenin ilk beş ülkesini oluşturan diğer dört ülkenin AB üyesi ülkeler olması dikkat çekicidir. Hatay ili oto yan sanayi filtre ihracatında öne çıkan ilk 10 ülkenin yarısı da AB ülkesidir ve ilk 10 ülke arasındaki bu 5 AB üyesi ülkeye yapılan 23,5 milyon ABD Doları ihracat, ilk 10 ülkeye yapılan toplam filtre ihracatının % 65'ini oluşturmaktadır.

Şekil 12. 2013 Yılı Hatay İli Oto Yan Sanayi Filtre İhracatında İlk 10 Ülke



Kaynak: Türkiye İhracatçılar Meclisi, 2004 – 2013 Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye Ürün Bazlı İhracat Verisi, 2014



2.2. Hatay İlindeki Filtre Üreticilerine Yönelik Gerçekleştirilen Sektör Anketi, Tespitler ve Değerlendirmeler

TR63 Bölgesindeki filtre sektörü hakkında veri kaynakları kısıtlı olduğu ve daha detaylı bilgi edinme gerekliliği söz konusu olduğu için, Filtre Sektör Raporu kapsamında bu sektöre yönelik bir anket çalışması yapılmasına karar verilmiştir. Bununla beraber, hazırlanan anketin kapsamının geniş olması nedeniyle, odak grup belirlenme gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bu ihtiyaca istinaden Hatay ilinde sanayi siciline kayıtlı filtre firmaları odak grup olarak belirlenmiş ve bu firmaların ziyaret edilmesine karar verilmiştir. Daha önce belirtildiği üzere, Hatay ilinde sanayi siciline kayıtlı 14 adet firma bulunmaktadır. Yüz yüze gerçekleştirilen anket görüşmeleri kapsamında farklı nedenler ile bu firmalardan 2'sine anket uygulanamamış, anket uygulanan 12 adet firmaya ise 121 soruluk anket sorularının tamamını zorunlu olarak cevaplamaları gerektiği, cevap vermek istemedikleri soruları geçebilecekleri bildirilmiştir. Bu çerçevede, söz konusu firmalar bazı sorulara cevap vermemeyi tercih etmiştir. Bu bölüm itibarıyla, verilen bilgiler ve yapılan değerlendirmeler, bu anket verileri göz önünde bulundurulmuş olup, geniş çerçevede Türkiye'deki, özellikle ise TR63 Bölgesi'ndeki filtre sektörünün genel durumuna dair bazı önemli verileri barındırmaktadır. Bu noktada gözden kaçırılmaması gereken en önemli husus, anketin sadece sanayi siciline kayıtlı olan firmalara gerçekleştirilmiş olmasıdır. Sektörde genel itibarıyla öne çıkan veya belli bir mesafe kat etmiş firmaların sanayi siciline kayıtlı olduğu düşünüldüğünde, özellikle merdiven altı diye ifade edilen yerlerde üretim yapan filtre üreticilerine dair bu anketin veri sağlamadığını ve yapılan genellemelerin bu tür üreticileri mevcut durumlarını temsil etmediği söylenebilir.

Anket verilerine göre, Hatay ilindeki filtre üreticilerinin büyük bir kısmı İskenderun ilçesinde yer almaktadır. Bununla beraber, Hatay ilinde İskenderun ilçesi dışında Antakya, Arsuz ve Belen ilçeleri sektörde öne çıkan diğer ilçeleri oluşturmaktadır. Ankete katılan firmaların % 66,6'sı 15 yıldan daha fazla bir geçmişe sahiptir. Filtre sektörünün istihdam verileri ise, bu sektörün istihdama katkısının yüksek olduğunu göstermektedir. Sektör çalışanlarının büyük bir kısmını, mavi yakalı terimi ile ifade edilen, maaş veya ücret karşılığı beden gücüyle çalışan işçiler oluşturmaktadır. Bu sebepten dolayı, sektörün bölgedeki işsizlik oranının düşürülmesinde katkısı büyüktür. Diğer taraftan, anketin sonuçlarının ilerleyen bölümlerinde aktarılacağı üzere, sektörün ihtiyacı olan işgücünün büyük bir kısmını, daha önce bölgede tarım ile uğraşan köylüler oluşturmaktadır. Firma yöneticileri bu durumdan ötürü zaman zaman kalifiye eleman

sıkıntısı yaşadıklarını ve daha önce tarım işçisi olarak çalışmış personelin sanayi sektörüne adapte olabilmesi için önemli miktarda zaman harcamaları gerektiği bilgisini vermişlerdir.

Yapılan anket çalışması İskenderun Körfezi'nde yoğunlaşan filtre sektörü firmalarının büyük bir kısmının aile şirketi olduğunu ve aile şirketi olan firmaların sektördeki payının % 75 seviyelerinde olduğunu göstermektedir. Firmaların aile şirketi olmasının olağan sonuçlarından biri, firmaların ortaklar tarafından yönetiliyor olmasıdır. Ortaklar tarafından yönetilen filtre firmalarının oranı da % 75'tir. Ortak sayısı, firmalara göre değişiklik göstermekle beraber, ankete katılan firmalar arasında ortak sayısı 7'ye kadar çıkmaktadır. Bölgedeki filtre sektörü firmalarının aile şirketi olmasının doğal sonuçlarından bir diğeri de, bu firmaların profesyonel yöneticiler tarafından değil de, firma sahipleri tarafından yönetilmesidir. Bununla beraber, uzun yıllardır bu sektörde faaliyet gösteren firma yöneticilerinin önemli bir miktarının sektörde büyük bir tecrübeye sahip olduğunu söylemek mümkündür. Bölge'deki filtre firmalarının yönetimlerinden sorumlu olan kişilerin % 90'ından fazlası, lisans veya lisansüstü eğitime sahiptir.

Ankete katılan firmaların büyük bir kısmı otomotiv sektörüne yönelik olarak yağ, yakıt, hava filtrelerinin tamamını kabin ve separatörleri ile beraber üretmektedir. Bu olumlu bir durum gibi gözükmeyle beraber, firmalar arası rekabetin boyutlarını da göstermektedir. Bölgedeki firmalar, bir ürün üzerinde veya bir ürün bileşeni üzerinde uzmanlaşmak yerine, tüm ürün gruplarını ve yine tüm ürün bileşenlerinin üretim süreçlerini, kendi bünyelerinde toplayarak, filtre üretme yolunu tercih etmiş durumdadırlar. Bu durum, firmalar arası işbirliği olanakları üzerinde olumsuz bir etki oluşturmaktadır. Üretim süreci paylaşımının firmalar arası işbirliğini artıracak, uzmanlaşmayı yeni bir boyuta taşıyacağı ve verimlilik üzerinde de olumlu etkileri olacağı değerlendirilmektedir. Buna rağmen, Bölge'deki firmaların bir kısmı Orijinal Ekipman Üreticisi (OEM - Original Equipment Manufacturer) ve/veya Orijinal Ekipman Tedarikçisi (OES - Original Equipment Supplier) olmayı başarmıştır. Ankete katılan firmaların % 54'ü OEM ve OES niteliğinde ürün üretimini gerçekleştirmektedir. OEM müşterisine sahip firmaların % 83,3'ü 1 ila 5 OEM müşterisine sahip iken, % 16,7'si ise 41'in üzerinde OEM müşterisine sahip konumdadır.

Anket verileri İskenderun Körfezi'nde yer alan firmaların neredeyse tamamının Türkiye'nin başka bölgelerinde şubelerinin bulunmadığı bilgisini sağlamaktadır. Bu durum özellikle Türkiye pazarı için Bölge firmalarının dezavantajlı konumda olduklarını göstermekte ve Türkiye otomotiv üreticilerinin yoğunlaştığı Marmara Bölgesi'nde firmaların şubelerinin olmaması



dikkat çekmektedir. Bu kapsamda Bölge firmalarının, ilk aşamada, Türkiye'nin otomotiv sektörünün yoğunlaştığı illerinde ortak kullanıma açık depolara sahip olmaları, daha sonraki aşamalarda ise, ortak pazarlama mekanizmasına geçerek Türkiye'nin çeşitli illerinde temsil edilmeleri, bu dezavantajı gidermeye yönelik bir adım olabileceği şeklinde değerlendirilmektedir.

İskenderun Körfezi'nde yer alan firmalar, genel itibarıyla birbirlerinden bağımsız olarak dağınık bir şekilde konumlanmışlardır. Farklı sektörler ile iç içe geçmiş arazilerde üretim faaliyetlerini gerçekleştiren firmaların % 50'si üretim yeri sıkıntısı çekmektedir. Bu sıkıntıyı aşmak için firmalar beraber çözüm aramak yerine, kendi başlarına girişimlerde bulunmakta ve büyük bir kısmı Organize Sanayi Bölgelerinde (OSB) yer arayışına girerken, kalan kısmı ise OSB dışında daha büyük yer arayışına girmiş durumdadır. Bu durumun da olumsuz etkisi ile beraber, anket kapsamında filtre üreticilerinin % 75'i buldukları il ve ilçenin kendilerine bir avantaj sağlamadığını düşündüklerini beyan etmişlerdir. Firma konumunun kendilerine avantaj sağladığını düşünen firmaların oranı ise % 25'te kalmıştır. Filtre üreticileri, İskenderun Limanı'na ve otobana yakın olmaları nedeniyle Lojistik konusunu en büyük avantajları olarak göstermişlerdir. % 56 oranında desteklenen bu görüşü, % 28 oranı ile diğer filtre üreticilerine yakın olunması ve % 11 oranı ile bölgede beşeri sermayenin filtre sektörü konusunda uzmanlaşması fikirleri takip etmektedir.

Anket sırasında firma temsilcileri konumlarının sağladığı avantajlar konusunda fikir beyan etmekte zorlanırken, konumlarının dezavantajları konusunda ise aynı zorluğu yaşamadıkları ve avantajlara nazaran daha fazla dezavantaj beyan ettikleri gözlenmiştir. Filtre üreticilerinin buldukları il ve ilçe nedeniyle maruz kaldıkları dezavantajlar konusunda birinci sırayı Bölge sanayi altyapısının zayıf olması almaktadır. % 31 oranında beyan edilen bu konu başlığının en önemli sebebi olarak yaşanan elektrik kesintileri gösterilmektedir. Ankete katılan firmaların büyük bir kısmı OSB sınırları içinde bulunmamakta ve bu nedenle üretimde kullanmakta oldukları enerjisi şehir şebekesinden sağlamaktadır. Şehir şebeke altyapısının zayıf olmasından ötürü gerçekleşen elektrik kesintileri doğrudan bu firmaların üretimini etkilemekte; üretimin durması veya kesintiler esnasında mazot ile çalışan jeneratörlerin bu süre içinde devreye girmesi nedeniyle firmaların üretim maliyetleri ciddi miktarda artmaktadır. Elektrik kesintilerinin yanı sıra, internet altyapısının zayıf olması, firmalara ulaşım yollarının kötü durumda olması, kanalizasyon altyapısının zayıf olması ve yüksek bölgelerden gelen yağmur sularının üretim alanlarında zarara sebep olması, altyapı sıkıntıları arasında ilk sıralarda gösterilen diğer unsurlardır.

Hatay ilinin Türkiye'nin Suriye ile en uzun kara sınırına sahip ili olması ve Suriye'de 2011 yılı itibarıyla başlayan iç savaş, filtre üreticilerinin hem pazar kaybetmelerine, hem de ihracat yaptıkları uzak ülkelerde, filtre tedarik firmasının güvenli bölgede yer almadığı algısının oluşmasına sebep olmuştur. Bu nedenle, filtre üreticileri hem doğrudan pazar kaybı yaşarken, hem de üretim alanlarına müşteri ziyaretlerinin gerçekleştirilememesinden ötürü, diğer ülke ve bölgelerdeki filtre üreticilerine göre dezavantajlı konumda kalmıştır. Dezavantaj olarak ortaya çıkan bu iki olgunun filtre üreticileri tarafından beyan edilme oranı ise % 42 seviyesine ulaşmıştır. İç pazara uzaklık, hammadde kaynaklarına uzaklık, İskenderun Limanı'ndan doğrudan seferlerin fazla olmaması ve termik santrallere yakın olunması firmalar tarafından sıralanan diğer konum dezavantajlarını oluşturmaktadır ve bu maddelerin ankette temsil edilme oranı ise toplam olarak % 27'dir.

Ankete katılan firmaların % 75'inde 7,5 KW ve üzeri enerji tüketimine sahip minimum 20 adet makine bulunmaktadır. Bazı firmalarda bu makine sayısı 100'ün üzerindedir. Filtre sektöründeki firmaların makine parklarının hangi yıllar arasında oluşturulduğu incelendiğinde ise, envanterlerindeki makinelerin % 60'ını 2010 ila 2015 yılları arasında temin ettikleri anlaşılmaktadır. 2000 yılı öncesine ait makine kullanımı oranı ise % 6 ile kısıtlı durumdadır. Söz konusu veriler sektörün mümkün olduğu ölçüde makine teknolojilerini takip ettiklerini ve yeni teknoloji kullanımına açık olduklarını göstermesi açısından önemlidir. Bununla beraber, güneş ve rüzgâr gibi yenilenebilir enerji kaynağı olarak zengin bir bölgede üretim yapan filtre üreticilerinin hemen hemen tamamının, bu kaynaklardan faydalanmamaları ve genel itibarıyla bu konuya dair bir planları bulunmaması dikkat çekicidir. Anket yapılan firmaların hiçbirisi mevcut durumda yenilenebilir enerji kaynaklarını üretimlerinde girdi olarak kullanmamakta beraber, bir firma rüzgâr santrali yatırımı yaptığını ve enerji üretimi için yer arayışı içinde olduklarını beyan etmiştir. Başka bir firma ise güneş enerjisinden faydalanmayı düşündüklerini fakat henüz bu konuda somut bir adım atmadıklarını beyan etmişlerdir.

Filtre üreticilerinin yıllık ortalama enerji sarfiyatlarına bakıldığında ise, bu firmaların % 44,4'lük kısmının yıllık ortalama 1 milyon Kwh enerjiden daha fazla bir enerji sarfiyatı yaptıklarına dair bilgi alınmıştır. Firmaların % 25'lik bir kısmının ise aylık olarak 50.000 TL'den daha fazla elektrik faturası ödedikleri görülmektedir. Ankete katılan firmalara, yaptıkları enerji tüketimi ile ilişkilendirilerek sağlanabilecek bir destek mekanizmasına nasıl bakabilecekleri de sorulmuş ve düşünceleri alınmıştır. Söz konusu soruda, firmalara bir önceki yıl tüketmiş oldukları elektrik enerjisi miktarına hibe desteği sağlanması durumunda, mevcutta sahip oldukları



enerji tüketimi yüksek olan makineleri, aynı işlevi gören, enerji bakımından minimum % 50 (bu oran detaylı incelemeler sonrasında güncellenebilir) daha verimli makineler ile yenilemeyi düşünüp düşünmeyecekleri ve bu tür bir destek mekanizmasının kendilerine cazip gelip gelmeyeceği sorulmuştur. Firmalar böyle bir destek modeline % 83,3 oranında olumlu yaklaşacaklarını belirtmişlerdir. Bu tür bir destek mekanizmasına olumsuz yaklaşan % 16,7'lik kısımdaki firmaların tamamı ise makine parklarını kısa süre önce yeniledikleri için böyle bir destek modelinin kendileri için bugünün şartlarında uygun olmadığını, teoride ise söz konusu destek mekanizmasını cazip bulduklarını belirtmişlerdir.

Yapılan ankette değerlendirmeye alınan diğer bir husus ise firmaların finansal durumlarıdır. Ankete katılan firmalardan 8'i yıllık toplam ciro sorusuna cevap vermiş olup, kalan kısım bu bilgiyi paylaşmak istememiştir. Bu soruya cevap veren firmaların tamamının yıllık toplam cirosunun 1 milyon, % 37,5'inin ise 10 milyon ABD Dolarından daha fazla olduğu bilgisi alınmıştır. Firma tarafından en son alınan kredinin ne amaçla talep edildiği sorulduğunda ise, tüm firmalar bu soruya yanıt vermiş ve % 41,7'lik en büyük oran ile yeni işletme yatırımı yaptıklarını belirtmişlerdir. % 25'lik bir bölüm ise şu ana kadar kredi kullanmadıklarını beyan etmiştir. Geriye kalan kısım ise, kapasiteyi artırmak, ürün süreçlerinde yenilik yapmak ve finansal nedenler ile kredi kullandıklarını belirtmişlerdir. Firma temsilcilerine mevcut durumda sektörlerine yönelik yatırım yapma planlarının olup olmadığı sorulduğunda ise temsilcilerin % 75'i bu soruya olumlu yanıt vermişlerdir. Çeşitli alanlarda yatırım yapmayı planlayan filtre firmaları toplamda % 75'lik oran ile Kapasite Artırımı, AR-GE, Kalite ve Kontrol Sistemleri, Teknoloji ve Enerji Tasarrufu alanlarında yatırım gerçekleştirmeyi planladıklarını söylemişlerdir.

Ankete katılan filtre üreticilerinin % 66,7'sinin yıllık filtre üretim kapasitesi 1 milyon adetten fazladır. Bununla beraber, bu filtre üreticilerinden sadece % 54,6'sı % 70 ve üstü kapasitede faaliyet göstermektedir. Bu firmalardan % 83,3'lük kısmı vardiyalı çalışma gerçekleştirmemektedir. Vardiyalı çalışma gerçekleştiren % 16,7'lik kısım ise 2 vardiya ile faaliyet göstermektedir. Ankete katılan filtre üreticileri en az 1 adet kalite standardı belgesine sahip durumdadırlar. En çok sahip olunan ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi Belgesi'nin oranı ise % 38'dir. OEM müşterilerin talep etmiş olduğu ISO 16949 Kalite Yönetim Sistemi Belgesi'ne ise bu firmaların sadece % 16'sı sahiptir. Yapılan anket çalışmasında filtre sektöründe yer edinebilmek için kalite standardı belgelerinin olmazsa olmaz unsurlardan biri olduğu görülmüştür. Bunun farkında olan ve ankete katılan filtre üreticilerinin % 75'i almayı planladıkları yeni kalite standardı belgesi veya belgeleri olduğunu beyan etmişlerdir. Yeni kalite standardı

belgesi almayı planlayan firmaların % 33'ü ISO 16949 Kalite Yönetim Sistemi Belgesi'ni, % 27'si OHSAS 18001 İş Sağlığı ve Güvenliği Belgesi'ni, % 20'si ise ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi Belgesi'ni almayı hedeflediklerini belirtmiştir. Söz konusu belgeler sektörde bir iç disiplinin oluşmasını sağlarken, ihracat için önemli altlık görevi görmektedir. Kalite standardı belgelerinin de bir gereği olarak, ankete katılan filtre sektöründeki firmaların büyük bir kısmı dış denetime tabi tutulmaktadır. Periyodik olarak dış denetimden geçmekte olduğunu belirten firmaların oranı % 91,7 seviyesindedir.

Firmalar filtre üretim süreçlerini uluslararası kalite standartlarına entegre etmek için çaba sarf ederken diğer taraftan imitasyon ürünler ile mücadele etmektedirler. Anket yapılan 12 firmaların tamamı sektörlerinde imitasyon ürünlerin üretildiğini beyan etmişlerdir. Bununla beraber, imitasyon ürünler ile ilgili mücadelede toplu olarak hareket etmenin önemi büyüktür. Ne kadar olumsuz bir durum gibi görünse de, imitasyon ürünler ile mücadele konusu, firmalar arası işbirliği kanallarını açmak için ilk adım olarak kullanılması, olumsuz bir durumun fırsata dönüştürülmesine olanak sağlayabilir.

Anket çalışmasında görüş beyan eden 12 adet filtre üreticisinin tamamı, ihracat gerçekleştirmekte olduklarını belirtmişlerdir. Üretimlerinin çoğunu ihraç eden bu sektör, bu özelliği ile Türkiye'deki diğer pek çok sektörden ayrılmaktadır. Anket ile ayrıca sektörün hitap ettiği ülke sayısının da bir hayli fazla olduğu tespit edilmiştir. Sektörde faaliyet göstermekte olan bu 12 firmadan % 84'ü 2014 yılında 10 veya daha fazla ülkeye ihracat gerçekleştirdiklerini beyan etmişlerdir. En çok ihracat gerçekleştirdikleri ilk 3 ülkenin de sırasıyla verilmesi istenildiği ankette, ilk üç sırada Avrupa ülkelerinin ağırlığının olması, bu sektörün üretim kalitesinde erişmiş olduğu seviyeyi göstermesi açısından vurgulanması gereken bir husustur. Firmalar en çok ihracat gerçekleştirmekte oldukları ilk 3 ülkeyi sıraladıklarında, Almanya'nın % 34 oranıyla bu firmaların en çok ihracat yaptıkları 1. ülke olması da bunun en önemli göstergesidir. Zira sanayisiyle dünyada öne çıkan bu ülkeye bir sanayi ürünü temin etmek için pek çok parametrenin bir araya gelmesi ve uzun zamana yayılan bir gayret sarf edilmesi gerekmektedir.

İhracat yapmakta olan söz konusu filtre üreticileri arasında % 42'si gerçekleştirmekte oldukları ihracatta herhangi bir sıkıntı yaşamadıklarını beyan etmişlerdir. Bu konuda sıkıntı yaşadıklarını beyan eden üreticiler ise, gümrük mevzuatının ağır olmasından ötürü belge takibinde zorlandıklarını, ihracat yaptıkları ülke kaynaklı sorun yaşadıklarını, nakliye masraflarının yüksek olduğunu ve Ortadoğu'daki konjonktürden dolayı sıkıntı yaşadıklarını, neredeyse eşit oranda beyan etmişlerdir.



Ankete katılan filtre üreticilerinin neredeyse tamamı doğrudan ithalat yaptıklarını belirtmişlerdir. Firmaların doğrudan ithalatını gerçekleştirdikleri ana ürün kâğıttır. Filtre üreticileri tarafından doğrudan ithal edilen ürünler arasında kâğıdın oranı % 65, kimyasal ürünlerin oranı % 29, elyaf ve türevlerinin oranı ise % 6 seviyesindedir. Filtre üretiminde kullanılmakta olan kimyasal ürünlerin neredeyse tamamı ithal olmasına rağmen, bu ürünleri üreten firmaların Türkiye'de distribütörlerinin bulunmasından ötürü, kimyasal ürünleri doğrudan ithal edilmek yerine, söz konusu aracı noktalardan temin edilmektedir. Bu nedenle, firmalara doğrudan ithal ettikleri değil de, ithal ürün kullanıp kullanmadıkları sorulduğunda da tüm firmaların yanıtları yine "Evet" olmuştur fakat ithal girdi olarak kullandıkları ürün dağılımı değişmiştir. Bu kapsamda Kâğıdın oranının % 57'ye düştüğü, Kimyasal Ürünlerin oranının % 38'e çıktığı, Elyaf ve Türevlerinin oranının ise % 5'e gerilediği görülmektedir. Ankete katılan firmalara "Üretiminde kullandığınız ithal girdileri, bölgenizde bulunan aynı faaliyet sahanızdaki diğer firmalar ile beraber, yurt içinden ortak şekilde tedarik etmeyi düşünür müsünüz?" diye sorulduğunda, "Aynı faaliyet sahasındaki firmalar ile işbirliği yaparak tedarikçi firmalardan daha uygun şartlarda ürün almayı düşünür müsünüz?" sorusunda olduğu gibi firmaların % 83,3'ü bu soruya "Evet" şeklinde yanıt vermiştir. Bununla beraber, söz konusu firmalara "Devlet destekleri olduğu takdirde, kullanmakta olduğunuz ithal girdileri bölgenizde üretmeye yönelik yatırım yapar mısınız?" şeklinde soru sorulduğunda ise, verilen "Evet" cevabı oranının % 58,3'e düştüğü görülmektedir. Detaylı yatırım analizleri ve maliyetler çıkartıldığında ve uzmanlık gereksinimleri belirginleştiğinde, söz konusu oranın daha da aşağı düşeceği değerlendirilmektedir.

Ankete katılan firmalardan % 33'ünün yıllık ortalama kâğıt tüketimi 500 tonun üzerindedir. Ankete katılan diğer firmalar ile beraber bu 12 firmanın yıllık ortalama kâğıt tüketimi ise minimum 4.450 tonun üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Firma temsilcileri ile yapılan görüşmelerde, filtre kâğıdı konusunda dünya genelinde birkaç firmanın tekelinin bulunduğu ve bu firmaların ise yüz yıldan fazla bir sürelik sektör tecrübesine sahip oldukları belirtilmiştir. Sektör temsilcilerinin % 55'i üretim için ihtiyaç duydukları filtre kâğıdını Almanya'dan, % 18'i İtalya'dan, % 14'ü Çin'den, geriye kalan %13'lük kısım ise Finlandiya, Güney Kore ve İngiltere'den satın aldıklarını belirtmişlerdir. Bazı firma temsilcileri kâğıt konusundaki dışa bağımlılığı, OEM müşterilerinin taleplerinin de bir gereği olarak gerçekleştirmekte olduklarını beyan etmişlerdir. Bu durum ile filtre üreticilerinin genel itibarıyla batılı ülkelere ihraç ettikleri ürünlerde, yine batılı ülkelere satın almak zorunda kaldıkları işlenmiş hammadde kaynağını

kullanmak durumunda bırakıldıkları anlaşılmaktadır. Yapılan anket ayrıca filtre üreticilerinin yarısının selülozik kâğıdın yanı sıra, sentetik kâğıt da kullanmakta olduklarını göstermiştir.

Filtre üretiminde kullanılan kimyasal ürünlerin temini, yukarıda belirtildiği üzere, genel itibarıyla yabancı firmaların Türkiye distribütörleri aracılığı ile gerçekleştirilmektedir. Bu malzemelerin menşei ülkeleri incelendiğinde ise yine batılı Avrupa ülkelerinin bu konudaki ağırlığı % 62,5 ile dikkat çekmektedir. Geriye kalan % 37,5'lik kısım ise Uzakdoğu menşeli ürünlerden oluşmaktadır. Bir firma tarafından yurtdışından doğrudan ithal edildiği beyan edilen elyaf ve türevlerinin ise, yine Almanya ve İtalya gibi iki Avrupa ülkesinden ithal edildiği tespit edilmiştir.

Çelik sac, çoğu filtre üreticisi tarafından kullanılan, bununla beraber ithal ürünler arasında olmayan, filtre üreticileri için işlenmiş hammadde niteliğindeki bir üründür. Çelik sac konusunda filtre üreticilerinin yaşadığı sıkıntı, kâğıt, kimyasal ürünler ve elyaf ve türevleri gibi diğer ithal hammaddelerden daha farklıdır. İskenderun Körfezi, Türkiye'nin en fazla demir çelik üretim kapasitesine sahip bölgesi olmasına rağmen, yaklaşık 50 yıldır aynı bölgede faaliyet göstermekte olan filtre sektörünün kullanabileceği nitelikte çelik sac üretimi yapılmamıştır. Bu nedenle, şu ana kadar filtre imalatçılarının bu konudaki ihtiyacı, Türkiye'nin diğer önemli demir çelik üretim merkezleri arasında olan Ereğli Bölgesi'nden karşılanmıştır. Bu durum nakliye masraflarının artmasını beraberinde getirmiş ve bu da üretim maliyetlerini artırarak, İskenderun Körfezi'ndeki filtre üreticilerinin rekabet gücünü olumsuz yönde etkileyen unsurlar arasında yer almıştır. Ankete katılan ve üretimlerinde çelik sac kullandıklarını beyan eden 10 adet filtre üreticisi firmanın yıllık minimum çelik sac ihtiyacı ise 14.300 tondur. İskenderun Körfezi'nde yer alan bir demir çelik üreticisi bu sıkıntıyı gidermek üzere kullanılabilecek nitelikte yassı çelik üretimi gerçekleştirmeye başlamış ve bazı filtre üreticilerine numune temini gerçekleştirmiştir. Bu numunelerin filtre üreticilerinin ihtiyaçlarını karşılaması durumunda, filtre üretiminde kullanılan sacın Ereğli'den veya aracı firmalardan temin edilmesine gerek kalmayabileceği öngörülebilir. Bu da filtre üreticilerinin rekabet gücünü olumsuz yönde etkileyen bir hususun ortadan kalkması anlamına gelecektir.

Yapılan anket çalışmasında filtre üreticisi firma temsilcilerine, sektörlerinde üretim yapan diğer firmalar ile işbirliği yapmayı düşünüp düşünmedikleri sorulduğunda, ilgili temsilcilerden işbirliği sorusuna % 100 olumlu yanıt alınamamıştır ve diğer filtre üreticileri ile işbirliği yapmayı düşünen firmaların oranı % 66,7'de kalmıştır. Bu oranı oluşturan bazı filtre üreticileri ise teoride bu "Evet" yanıtını verdiklerini fakat filtre üreticileri arasında işbirliği yapılmasına dair umutlu olmadıklarını belirtmişlerdir. Bu durum, filtre üreticileri arasında rakip algısının, iş ortağı



algısından daha yüksek olduğunu göstermektedir. Bu konuda algı değişiminin yaşanması için firmalar arasında güven ortamının sağlanması gerektiği ve güven ortamının tesis edilmesinin Bölge'de ortak yapılacak çalışmalar için birinci öncelikte olduğu değerlendirilmektedir.

Firmalar, sektörlerindeki diğer firmalar ile işbirliği yapmalarına engel olarak gördükleri unsurları 4 başlık altında ifade etmişlerdir. % 43 oranındaki pay ile "Firmaların birbirini iş ortağından ziyade, rakip olarak görmesi", yani bir başka ifadeyle rekabet unsuru, filtre sektöründe firmalar arası işbirliği önünde engel olarak görülen en büyük problem olarak ortaya çıkmıştır. Bu problemi % 29'luk bir pay ile pazar kaybı kaygısı takip etmektedir. Bölgedeki firmaların aile şirketi olması ve firmaların müşterileri ile teknoloji gizliliği anlaşmasına sahip olması % 14'erlik paylar ile işbirliği önünde engel olarak gösterilen diğer unsurları oluşturmaktadır. Hammadde tedariki, üretim süreci paylaşımı, ürün alışverişi, ortak pazarlama şirketi kurulumu, Türkiye'nin çeşitli yerlerinde ortak depo kullanımı, işbirliğine "Evet" diyen firmaların tercih edebilecekleri alanlar olarak firma temsilcileri tarafından beyan edilen unsurlardır. İşbirliği alanlarındaki en büyük talep ise, işlenmiş hammadde tedariki konusuna gelmiştir. % 38 oranıyla kâğıt tedarik işbirliğinin birinci sırada yer aldığı bu konu başlığında, kimyasal ürün ve çelik sac tedariki % 25'in üzerindeki oranlarıyla kâğıdı takip etmektedir. Ortak tedarik mekanizmasını cazip görmeyen 2 firma ise bunun sebebi olarak müşterilerine özel ürün spesifikasyonları olduğunu ve pazar kaybetme kaygısına sahip olduklarını belirtmişlerdir.

Ankete katılan firmalara, "Aynı faaliyet sahanızdaki diğer firmalar ile beraber, faaliyet alanınıza özel olarak kurulmuş bir sanayi sitesinde faaliyet göstermek ister misiniz?" şeklinde bir soru sorulduğunda, firma temsilcilerinin % 66,7'si yanıt olarak "Evet" cevabını vermiş ve bu durumda çeşitli avantajlar elde edebilecekleri dile getirmişlerdir. 14 farklı konunun listelendiği bu avantajlar arasında ilk iki sırayı % 13'lük paylar ile "Sevkiyat ve teslimat hızının iyileşmesi" ve "Tedarikçiye ulaşma kolaylığı"⁸ yer almaktadır. Sektöre özel sanayi sitesinde faaliyet göstermek istemeyen 4 firma ise mevcut lokasyonlarının firma ihtiyaçlarını karşıladığını, mevcut lokasyonlarına yeni yatırım yapıldığını, rakip firmalar ile beraber aynı lokasyonda bulunmak istemediklerini ve taşınma maliyetlerini belirterek vermiş oldukları cevapları temellendirmişlerdir.

Filtre üreticilerinin neredeyse tamamı kendi bünyelerinde ürün doğrulama testlerini gerçekleştirebildiklerini belirtmişlerdir. Ürün doğrulama testlerini kendi bünyesinde gerçekleştirmeyen iki firmadan biri başka firmadan test merkezini kullandığını, diğeri ise yurt dışındaki bir

test merkezini kullandığını ifade etmiştir. Ankete katılan firmaların % 58,3'ü ise kendi bünyelerinde AR-GE laboratuvarına sahip olduğunu, AR-GE laboratuvarına sahip olan firmaların ise sadece % 62,5'inin müşterilerinin tüm taleplerini başka bir laboratuvara ihtiyaç duymadan karşılayabildiklerini iletmışlerdir. Daha dikkat çekici bir durum ise, filtre sektöründe AR-GE laboratuvarına sahip olan firmaların hiçbirinin, sahip oldukları laboratuvarlarda geliştirdikleri ve patentini veya faydalı model belgesini aldıkları ürünü bulunmamasıdır. Filtre üreticilerinden sadece % 14'ü kendi laboratuvarlarında geliştirdikleri ürünler olduğunu, bu ürünlerin patentini veya faydalı model belgesini almak üzere başvuruda bulduklarını ve başvuru aşamasının devam ettiğini ifade etmişlerdir. Bu durumdan birkaç çıkarım yapmak mümkündür. Ankete katılan firmalardan yarısından fazlasının AR-GE laboratuvarına sahip olduğunu belirtmesine rağmen, şu ana kadar patent veya faydalı model belgesi ile sertifikalandırılmayan ürünlerinin olmaması, söz konusu laboratuvarların aslında AR-GE amacıyla değil, üretim süreçlerinin bir parçası olarak kullanılıyor olma olasılığını gündeme getirmektedir. Diğer bir olasılık ise, AR-GE yapılarak geliştirilen ürünlerin patentini veya faydalı model belgesini almanın önemsenmiyor olmasıdır.

AR-GE ve yenilikçilik konusu ile bağlantılı olarak filtre üreticilerine, faaliyet alanları ile ilgili olarak bugüne kadar üniversiteler ile işbirliği yapıp yapmadıkları sorulduğunda, bu soruya % 50 oranında "Hayır" yanıtı alınmıştır. Ankete katılan firmaların genel itibarıyla Iskenderun Körfezi'nde sektörün öne çıkan firmaları olduğu düşünüldüğünde, bu oranın daha küçük ölçekli firmalarda çok daha alt seviyelerde kalacağını öngörmek mümkündür. Bununla beraber anket, üniversiteler ile ilgili de değerlendirilmesi gereken sonuçlar çıkartmaktadır. Ankete katılan ve şu ana kadar üniversiteler ile işbirliği yapmadığını belirten firma temsilcilerinin % 33'ü, bu kanaatlerinin üniversitelerin sanayiye olan ilgisizliğinden kaynaklı olduğunu düşünmektedir. Nitekim firma temsilcileri mülakatlarda bu konuya dair üniversitelerle yaşadıkları tecrübeleri aktararak, bu kanaatlerini temellendirmeye çalışmışlardır. Bununla beraber, firmalara "Bölge-nizdeki üniversitelerde, ürünlerinizin doğrulama testlerinin yapıldığı uluslararası akreditasyona sahip bir merkez kurulması durumunda bu merkezi kullanır mısınız?" diye sorulduğunda, firma temsilcileri bu soruya % 83,3 oranı ile "Evet" yanıtı vermişlerdir. Bu oranın üniversitelerin bu konuda aksiyon almaları için yeterli bir gösterge olduğu değerlendirilmektedir.

Ankete katılan firmaların hemen hemen tamamı (% 91,7'si) dışarıdan danışman desteği aldıkları bilgisini vermişlerdir. Anket sonuçlarına göre filtre üreticileri, % 42 oranı ile en fazla Kalite Yönetimi Sistemi ile ilgili danışman desteği almaktadır. Bu konuyu % 26 ile İş Sağ-

8 Firma temsilcileri "Tedarikçiye ulaşma kolaylığı" şikâyeti ile kendi aralarında yapmaktaki oldukları filtre alışverişini kast etmektedir.



lığı ve Güvenliği, % 16 ile ise Çevre Sağlığı konularında alınan danışman destekleri takip etmektedir. Ankete katılan firmalara, çalışanlarına eğitim verip vermedikleri sorulduğunda ise, söz konusu firmaların tamamının çalışanlarına eğitim verdikleri bilgisi alınmıştır. Verilen yanıtların eğitim konularına göre dağılımına bakıldığında ise, İş Sağlığı ve Güvenliği, Mesleki Bilgi ve Kalite Güvence eğitimlerinin toplam % 93'lük bir ağırlık işgal ettiği anlaşılmaktadır. Çalışanlara verilen yıllık ortalama eğitim günü sayısında ise firmalar arası büyük farklar olduğu görülmektedir. Filtre üreticilerinin % 41,7'si çalışanlarına yıllık ortalama 1 ila 3 gün eğitim verdiklerini aktarırken, söz konusu firmaların % 33,3'ü ise 8 ila 12 gün arasında eğitim verdiklerini aktarmıştır. Diğer taraftan, firma temsilcileri sektörün ihtiyacı olan işgücünün büyük bir kısmını, daha önce Bölge'de tarım ile uğraşan köylülerin oluşturduğunu, bu durumdan ötürü zaman zaman kalifiye eleman sıkıntısı yaşadıklarını ve daha önce tarım işçisi olarak çalışmış personelin sanayi sektörüne adapte olabilmeleri ve iş disiplini kazanabilmesi için önemli miktarda zaman harcamaları gerektiği bilgisini vermişlerdir. Nitekim ankete katılan firmaların % 58,3'ü beşeri sermaye konusunda Bölge'de sıkıntı yaşadıklarını, bu sıkıntıyı aşmak üzere Bölge üniversiteleri bünyesinde filtre sektörüne yönelik Meslek Yüksek Okulu kurulmasının (% 50), Çıracılık Eğitim Merkezi projesinin geliştirilmesinin (% 25) ve devlet tarafından istihdam desteği sağlanmasının (% 25) gerekli olduğunu belirtmişlerdir. Bir başka anket sorusunda ise sektörün ihtiyaçlarının karşılanması adına mesleki eğitim kurumları ile yapılan işbirliği hakkında filtre üreticilerinin düşünceleri sorulduğunda, Çıracılık Eğitim Merkezi çalışmalarının önemsendiği ve Bölge'deki üniversiteler bünyesinde filtre sektörüne yönelik olarak Mesleki Eğitim Yüksek Okulu kurulması gerektiği söylendikten sonra, eğitim kurumlarının sektörü daha iyi tanımaya ihtiyacı olduğu ve üniversiteler ile sektörün mevcut ilişki seviyesinin yetersiz olduğu belirtilmiştir.

İskenderun Körfezi'nde filtre üretimi gerçekleştiren firmaların odaklandığı sektör, genel itibarıyla otomotiv sektörü olmuştur. Bununla beraber, bu sektöre yönelik üretim yapan firma sayısının hem yurt içinde, hem de yurt dışında bir hayli fazla olması ve üretim yapan firma sayısının da günden güne artıyor olması, zaman içinde firmaların kar marjlarını düşürmektedir. Nitekim firmalara 10 yıl öncesine göre karlılıklarının arttığını düşünüp, düşünmedikleri sorulduğunda, % 58,3 gibi yüksek bir oranda "Hayır" yanıtı alınmıştır. Bu cevabı veren firmalar, buna neden olarak toplamda % 64 oranında "Globalleşmenin rekabet üzerindeki baskısı", "Döviz kuru kaynaklı nedenler", "İşçilik maliyetleri" ve "Sektördeki kayıt dışı üretimin artması" yanıtlarını vermişlerdir. 10 yıl öncesine göre karlılıklarının arttığını belirten firmalar ise bunu toplamda % 53'lük bir oran ile "Yeni teknoloji yatırımları", "AR-GE yatırımları" ve

"Makine ve ekipman parklarının yenilenmesine" bağlamışlardır. Bununla beraber, sektördeki firmaların gelecek ile ilgili olarak umutlarının yüksek olduğu da görülmektedir. Firmaların % 75'i gelecekte daha avantajlı konumda olacaklarını düşünmekte, başka bir anket sorusuna verilen yanıtta ise yine bu firmaların % 75'inin başka sektörlere veya faaliyet alanlarına girme planlarının olmadığı anlaşılmaktadır. % 25'lik oran ise, Balıkçılık, Kimyasal ürün üretimi, Ambalaj imalatı ve Otomotiv yan sanayisinde ilerleyen zamanlarda faaliyet gösterme niyetlerinin olduğu belirtilmiştir.

Ankete katılan firmaların temsilcilerine, fabrikalarında üretmiş oldukları ürünlerin yurt dışındaki ürünlere kıyasla katma değerinin yüksek olup olmadığı sorulduğunda, firma temsilcilerinin % 75'i üretmiş oldukları ürünlerin yurt dışındaki ürünlere kıyasla katma değerinin yüksek olduğunu belirtmişlerdir. Ürünlerinin yurt dışındaki ürünlere kıyasla katma değerinin daha düşük olduğunu düşünen firma temsilcileri, bu durumu değiştirmek için yapmaları ve yapılması gereken işlemleri de bir sonraki sorunun yanıtı olarak sıralamışlardır. Bu doğrultuda, "Hammadde ve enerji gibi girdi maliyetlerinin düşürülmesi", "Devlet tarafından katma değeri yükseltme amacıyla yeni teşvikler sağlanması" ve "Markalaşmaya öncelik verilmesi" şıkları % 25'erlik paylar ile; "AR-GE yatırımı yapılması" ve "Otomotivden ziyade katma değeri yüksek sektörlerle yönelik filtre üretimi" şıkları ise % 12,5'arlık oranlar ile filtre üreticileri tarafından verilen yanıtları oluşturmuştur.

Filtre üreticilerine rekabet etmekte zorlandıkları ülke veya bölge sorulduğunda, % 53 oran ile rekabet etmekte en çok zorlanılan ülkenin Çin olduğu söylenmiştir. Çin'i ise Bölge olarak % 20 oranı ile Uzakdoğu'nun diğer ülkeleri takip etmektedir. Yanıtlardan anlaşılacağı üzere rekabet etmekte zorlanılan ülkeler arasında Asya ülkelerinin payı ciddi bir miktara ulaşmaktadır. Yapılan mülakatlarda Asya ülkeleri ile (özellikle Çin ile) rekabet etmekte zorlanılan konunun kalite olmadığı, fiyat konusunda rekabet etmekte zorlandığı bilgisi alınmıştır. Bununla beraber, filtre üreticileri ithal ürünler ile ilgili olarak, devlet tarafından korunmadıklarını ve hatta devlet tarafından yurt dışındaki ürünlere karşı haksız rekabet ortamı içine çekildiklerini belirtmişlerdir. Bu görüşlerinin nedeni olarak ise, ithal ürünlerin denetimsiz olarak yurt içine sokulabildiğini ve kendi üretimlerinde şart koşulan standartların, yurt dışından gelen ürünlerde aranmadığını söyleyerek bu kanaatlerine dayanak sağlamışlardır. Bu nedenle filtre üreticileri, ithal filtre ürünlerine uygulanan gümrük vergisinin artırılmasını ve kota uygulamasının getirilmesini talep etmektedirler. Hatta yurtdışından gelen filtre ürünlerinde, sadece yurt içi üretimde aranan kalite standartlarının aranmasını, kendileri üzerindeki ithal ürün



baskısını ortadan kaldıracığı ve iç piyasadaki haksız rekabet ortamının ortadan kalkması için yeterli olacağını belirtmektedirler. Bununla beraber, anket kapsamında gerçekleştirilen mülakatlarda filtre üreticileri gümrük mevzuatına dair bazı değişikliklerin yapılması gerektiğini belirtmişlerdir. Mevcut gümrük mevzuatında filtre üretimi için satın almak durumunda kaldıkları bazı hammaddelerin, tekstil hammaddesi olarak kabul edilmesinden dolayı, söz konusu hammaddeleri Asya'dan getirmek istemeleri durumunda, bu işlenmiş hammaddelerin yüksek vergiye tabi tutulduğunu, bu nedenle söz konusu ürünleri Avrupa'dan satın almak durumunda kaldıklarını belirtmişlerdir.

Ankete katılan filtre üreticilerine maliyetlerini oluşturan en büyük kalemleri sırasıyla belirtmeleri istendiğinde ise, filtre sektörü için hammaddenin önemi net bir şekilde ortaya çıkmıştır. Bu soruyu cevaplayan 12 firmanın tamamı hammaddeyi kendileri için 1. derece önemli öncelikte gördüklerini belirtmişlerdir. Daha önceki bölümlerde sektörün istihdama katkısının büyük olduğu ve sektör çalışanlarının büyük bir kısmının, mavi yakalı terimi ile ifade edilen, maaş veya ücret karşılığı beden gücüyle çalışan işçiler tarafından oluşturulduğu belirtmişlerdir. Filtre üreticilerinin maliyetlerini oluşturan en büyük kalemler sorusu, verilen bu bilgiyi doğrular niteliktedir. Nitekim filtre üreticilerinin maliyetlerini belirleyen 2. derece önemli kalemler arasında en çok işaretlenen şık; 8 firma ile İstihdam olmuştur. Vergiler, 7 firma tarafından 3. derece, Enerji ise 8 firma tarafından 4. derece en önemli maliyet kalemi olarak belirlenmiştir. Bu soruya verilen yanıtlar ile ilgili konuda gerçekleştirilecek faaliyetlerin veya olası değişikliklerin (işlenmiş hammadde satın alımı ile ilgili yapılacak gümrük mevzuatı değişiklikleri, işlenmiş hammadde üretimi için Türkiye'de yapılacak yatırımlar, istihdam maliyetlerindeki artışlar vb.) filtre sektörünü olumlu veya olumsuz yönde ne kadar çok etkileyeceğine dair çıkarım yapmak mümkündür.

Gerçekleştirilen anket, filtre sektöründeki firmaların rekabet gücünü artırmak için firmaların kendi bünyelerinde yapması gereken ve kamunun gerçekleştirmesi beklenen faaliyetleri göstermesi bakımından değerlidir. Firma temsilcileri toplamda % 55'li bir oran ile teknoloji takibine odaklanmaları, AR-GE yatırımı yapmaları, verimliliği artırıcı makine ve ekipman satın almaları ve maliyetleri en aza indirimleri gerektiğini belirtmişlerdir. Firmalar, kamudan bekledikleri en önemli faaliyetin ise % 32'lik pay ile ithal filtre ürünlerinden alınan gümrük vergisi oranının artırılması olarak ifade etmişlerdir. Bu faaliyeti, % 14 oranı ile yeni teşviklerin hayata geçirilmesi ve % 11 oranı ile ithal filtre ürünlerine kota uygulanması takip etmektedir.

Müşterilerinin kendi firmalarını hangi nedenlerden ötürü tercih ettiği filtre firmalarına sorulduğunda, sektör temsilcilerinin en çok ve en az etkili olan unsurlarda ortak bir paydada toplandıkları görülmüştür. Firmaların büyük bir kısmı müşterilerinin kendilerini tercih etmelerindeki en önemli unsurun ürettikleri ürünün kalitesi olduğunu belirtmişlerdir. Ürünlerinin kalitesi sonrasında gelen diğer unsurlar ise sırasıyla Ürün Çeşitliliği, Teslimat Süresi ve Fiyat Politikası olarak sayılmıştır. En az etkili olan unsur olarak ise Lojistik Avantaj olarak gösterilmiştir. Yukarıda belirtildiği üzere, bu konuda beklenen aksine Lojistik konusunda firma temsilcilerinin avantajlı konumda olmadıklarını düşünmelerinin ardında, iç pazara uzaklık, Türkiye'den temin edilen çelik sac ve kimyasal ürünler gibi işlenmiş hammadde tedarikçilerine veya kaynaklarına uzaklık, İskenderun Körfezi'nden doğrudan seferlerin Mersin Limanı'na kıyasla az miktarda gerçekleşmesi, mevcut konjonktür nedeniyle üretim yerinin uluslararası müşteriler tarafından çok riskli görülmesi ve yine mevcut konjonktürün İskenderun Körfezi'ndeki sektör firmalarını, Türkiye'nin diğer bölgelerindeki firmalardan daha olumsuz etkilemesi gibi sebeplerin yattığı değerlendirilmektedir.

Firma temsilcilerine anket üzerinden, filtre sektöründe rekabet gücünü belirleyen en önemli unsurları sırasıyla belirtmeleri istendiğinde ise, temsilciler Üretim Maliyetini rekabet gücünü belirleyen birinci derece en önemli neden olarak ifade etmişlerdir. Firma temsilcilerinin verdikleri cevapların konsolide edilmesinden sonra, Üretim Maliyetini, sırasıyla Ürün Kalitesi, Zamanında Teslim, Ürünün Marka Olarak Benimsenmesi ve AR-GE Çalışmalarının takip ettiği görülmektedir. Filtre sektöründe rekabet gücünü belirlemede en az etkili unsurun ise İşgücü Niteliği olduğu, firma temsilcilerinin üzerinde büyük bir çoğunlukla mutabık kaldıkları konu olmuştur. Bu doğrultuda, filtre sektöründeki "işgücü niteliğinin", rekabet gücünü belirleyen en önemli ikinci unsur olarak gösterilen "ürün kalitesini" çok fazla etkilemediği, bununla beraber en önemli unsur olan "üretim maliyetini" ise doğrudan etkilediği için söz konusu rekabet doğrusunun zıt kutbuna yerleştiği kanaatine varılmıştır. Bir sonraki soruda, filtre temsilcilerine işletmelerinin pazar payını artırmak için ne yapmaları gerektiği sorulduğunda, yukarıda belirtilen nedenden ötürü, "İstihdam maliyetini düşürmek" cevabı alınmış ve bu yanıt, üzerinde uzlaşıldıkları ilk ve en önemli unsur olarak ortaya çıkmıştır. Bu yanıt, firmaların kalite bakımından kendilerini yeterli gördüklerini, pazar payını artırmak için fiyat açısından daha rekabetçi olmak istediklerini ve bu nedenle üretim maliyetlerini, istihdam maliyeti üzerinden düşürerek, pazar payını artırmak istediklerini göstermektedir. "İstihdam maliyetini düşürmek" yanıtının ardından ise sırasıyla, "Tasarımlarını zenginleştirme", "AR-GE merkezini kurma", "Teslim sürelerini azaltma" ve "Markalaşma" faaliyetleri, pazar paylarını artırmak için yapmaları gereken işlemler



olarak sıralanmıştır. Markalaşmanın bu sıralamada en son sırada yer alması, bu konu ile ilgili olarak filtre sektöründe bilgilendirme faaliyeti yapılması gerektiği kanaatinin oluşmasına sebep olmuştur. Bu kapsamda, istihdam maliyetini düşürme, tasarımları zenginleştirme, AR-GE merkezini kurma ve teslim Sürelerini azaltma faaliyetlerinin markalaşmayı beraberinde getireceği düşünülebilir fakat AR-GE merkezini kurma dışındaki bu faaliyetlerin tamamının markalaşmaya doğrudan hizmet etmeyeceği değerlendirilmektedir.

Ankete katılan firmalara üretim maliyetlerindeki kalemlerin oranlarını toplam % 100 olacak şekilde belirtmeleri talep edildiğinde ve 12 firma tarafından verilen cevaplar konsolide edildiğinde, filtre firmalarının maliyetlerini oluşturan en büyük kalemin % 45 oranı ile hammadde olduğu görülmüştür. Bu sonuç, filtre sektöründe kullanılan işlenmiş hammadde ürünlerinin Türkiye'de üretilmesinin veya daha uygun şartlarda tedarik edilmesini sağlayacak metotlar geliştirilmesinin, sektörün rekabet gücünü doğrudan etkileyeceğini göstermektedir. Nitekim sektör temsilcileri, yukarıda değinilen bir başka soruda, sektörde rekabet gücünü belirleyen en önemli unsur olarak Üretim Maliyetini gördüklerini belirtmişlerdir. Bu da verilen yanıtların doğruluğunu ve tutarlılığını teyit eden kanıtlardan biri olarak değerlendirilmektedir. Filtre sektöründe Üretim Maliyetlerini, Hammaddeden sonra etkileyen ikinci unsur olarak ise % 20 oranı ile İşçilik Maliyetleri oluşturmaktadır. Bu da İşçilik Maliyetleri üzerinde yapılacak olumlu veya olumsuz değişikliklerin filtre sektörünü güçlü bir şekilde etkileyeceği sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Bu doğrultuda asgari ücrette 2016 yılı itibarıyla yapılan iyileştirmenin, filtre firmalarının üretim maliyetleri üzerinde önemli bir değişikliğe sebep olabileceğini ve fiyat açısından uluslararası rakipleri ile rekabette daha fazla zorlanacaklarını göstermektedir.

Anket, filtre üreticilerinin sadece % 33,3'ünün patentli ürüne veya ürünlere sahip olduğunu göstermesi açısından da önemli bir veriyi barındırmaktadır. Patentli ürüne sahip olmayan 2 adet firmanın ise bu konu ile ilgili çalışmalarının devam etmekte olduğunu bilgisi alınmıştır. Ankete katılan 12 adet firma temsilcisine pazarlama birimlerinin olup olmadığı sorulduğunda ise, temsilcilerin tamamı bu soruya olumlu yanıt vermişlerdir. Bununla beraber, firmaların % 50'sinde pazarlama biriminde çalışan personel sayısının 1 ila 3 arasında olması, bu konu ile ilgili olarak kapasite zafiyetinin olup olmadığı sorusunu akla getirmektedir. Bununla beraber, kurumsal yeterlilik açısından firmalara tasarım birimine sahip olup olmadıkları sorulduğunda, firmaların % 66,7'si bu soruya "Evet" yanıtı verebilmiştir. Tasarım birimine sahip firmaların % 55,5'inde, 6 veya daha fazla sayıda tasarımcı personel istihdam edilirken ve bu veri tasarım birimlerinin filtre sektöründeki önemini vurgularken, ankete katılan firmalardan

% 33,3'ünde tasarım biriminin olmaması, söz konusu firmaların kurumsal kapasitelerinin yetersiz olduğunu göstermektedir. Diğer taraftan bir tanıtım ve pazarlama faaliyeti olarak görülebilecek fuar organizasyonlarına filtre üreticilerinin ilgilerinin yüksek olduğu görülmektedir. Ankete katılan firmaların tamamı filtre sektörüne yönelik ulusal ve uluslararası fuar organizasyonlarına katıldıklarını belirtmişlerdir. Filtre üreticilerinin katılım sağladıkları en önemli fuar organizasyonunun ise Frankfurt, İstanbul, Dubai, Roma ve Moskova gibi dünyanın çeşitli yerlerinde gerçekleştirilen Automechanika Fuarı'nın olduğu anlaşılmaktadır.

Yapılan araştırmaya göre
filtre firmalarının
en büyük maliyetini
%45 oran ile
hammadde
oluşturmaktadır





Rapor Sonuçlarına Göre Hatay İlindeki Filtre Sektöründe Tespit Edilen Sıkıntılar ve Çözüm Önerileri

Güven Ortamı

Anket, filtre üreticileri arasında rakip algısının, iş ortağı algısından daha yüksek olduğunu göstermektedir. Bu konuda algı değişiminin yaşanması için filtre üreticileri arasında güven ortamının sağlanması gerektiği ve güven ortamının tesis edilmesinin Bölge'deki filtre sektörüne yönelik ortak yapılacak çalışmalar için birinci öncelikte olduğu değerlendirilmektedir.

Öneri: Filtre üreticileri arasında güven artırıcı faaliyetlerin başlayabilmesi için öncelikli olarak filtre üreten firmaların periyodik olarak bir araya gelmesi gerektiği düşünülmektedir. Aylık olarak yapılması uygun olabilecek toplantılarla bu buluşmanın sağlanabileceği, zaman içinde Doğu Akdeniz Bölgesi'nde yer alan filtre üreticilerinin kurumsal bir "birlik" çatısı altında toplanmasının, üreticiler arasındaki güven ortamını tesis etmek üzere önemli bir adım olabileceği düşünülmektedir. Yapılabilecek söz konusu toplantılarda, aşağıda yer alan konu başlıklarında olduğu gibi, gündem maddeleri üzerinden komisyonlar kurulup, filtre üreticilerinin müşterek sıkıntılarını giderici, mesafe kaydedici gelişmeler sağlanabilir ve başarılı bir iş birliği ortamı oluşturulabilir. Yapılacak toplantıların, sıkıntılar üzerinden kurulacak komisyonların ve daha sonraki zamanlarda kurulacak Birliğin, firmalar arasındaki diyalogu geliştirmesi, rekabet koşulları içinde toplu olarak hareket etmenin faydalarını her bir üye firmanın elde etmesi beklenmektedir.

Firmaların Aile Şirketi Olması – Çok Ortaklı Şirket Yapıları

Anket, filtre sektörü firmalarının büyük bir kısmının aile şirketi olduğunu ve aile şirketi olan firmaların sektördeki payının % 75 seviyelerinde olduğunu göstermektedir. Anketi yanıtlayan sektör temsilcileri, filtre firmalarının genel itibarıyla aile şirketi olmasını, firmalar arası işbirliği önünde bir engel olarak gördüklerini belirtmişlerdir. Firmaların aile şirketi olmasının olağan sonuçlarından biri de firmaların ortaklar tarafından yönetiliyor olmasıdır. Çok ortaklı firma yapılarının, ortaksız yönetilen firmalara göre, diğer firmalar ile işbirliği yapma potansiyelini olumsuz yönde etkilediğini söylemek mümkündür.

Öneri: Aile şirketlerinin kurumsallaşmaya yönelik faaliyetlere önem vermesi ve bu konuda istekli olması, bu tür şirketlerin doğasından gelen dezavantajları asgari seviyeye çekeceği ve zamanla bertaraf edeceği düşünülmektedir.

Üretim Yeri

İskenderun Körfezi'nde yer alan firmalar, genel itibarıyla birbirlerinden bağımsız, dağınık bir şekilde konumlanmışlardır. Farklı sektörlerin üretim sahaları ile iç içe geçmiş arazilerde faaliyetlerini gerçekleştiren filtre firmalarının % 50'si üretim yeri sıkıntısı çekmektedir. Bu sıkıntıyı aşmak üzere, firmalar beraber çözüm aramak yerine kendi başlarına girişimlerde bulunmakta ve büyük bir kısmı Organize Sanayi Bölgelerinde (OSB) yer arayışına girerken, diğer bir kısmı ise OSB dışında daha büyük yer arayışına girmiş durumdadır. Bununla beraber, ankete katılan firmaların % 66,7'si kendi faaliyet alanlarına yönelik olarak kurulmuş bir sanayi sitesinde faaliyet göstermeyi kabul edebileceklerini belirtmişlerdir.

Öneri: Üretim yeri sıkıntısı yaşayan firmalar bir araya gelerek, bir komisyon vasıtasıyla il (Hatay, Osmaniye) mülki amirlerini, ilgili kamu kurum ve kuruluşlarını, OSB'leri ziyaret ederek, bu sıkıntılarının giderilmesi için lobi faaliyetinde bulunabilir.

Firmaların Tüm Üretim Süreçlerini Bünyesinde Toplaması

Bölgedeki filtre üreticileri, bir ürün üzerinde veya bir ürün bileşeni üzerinde uzmanlaşmak yerine, tüm ürün gruplarını ve yine tüm ürün bileşenlerinin üretim süreçlerini, kendi bünyelerinde toplayarak, filtre üretme yolunu tercih etmiş durumdadırlar. Bu durum, firmalar arası işbirliği olanakları üzerinde olumsuz bir etki oluşturmaktadır.

Öneri: Üretim süreci paylaşımının firmalar arası işbirliğini artıracığı, uzmanlaşmayı yeni bir boyuta taşıyacağı, verimlilik ve karlılık üzerinde de olumlu etkileri olacağı değerlendirilmektedir. Bu kapsamda firmaların en maliyetli üretim süreçlerini bünyelerinden çıkartıp, firmalar arası işbirliği sonucu kurulmuş yeni bir şirkete bu üretim süreçlerini devretmeleri sağlanabilir. Yeni kurulacak şirketin birden fazla fabrikanın ihtiyacını görmesinden ötürü daha düşük maliyetle, uzmanlaşmadan ötürü daha kaliteli bir şekilde ilgili üretim sürecini gerçekleştirmesi ve kurucu firmalara ara ürün sağlama değerlendirmeye alınabilir. Bununla beraber, söz konusu üretim süreci paylaşımı, firmalar arası işbirliği sonucu kurulmuş yeni bir şirket kurmadan da, firmalar arası anlaşmalar ile de sağlanabilmesi mümkün görülmektedir.

Firmaların Türkiye'nin Başka Bölgelerinde Depolara Sahip Olmaması

Anket verileri İskenderun Körfezi'nde yer alan firmaların neredeyse tamamının Türkiye'nin başka bölgelerinde şubesi olmadığını bilgisini vermektedir. Bu durum özellikle Türkiye pazarı için Bölge firmalarının dezavantajlı konumda olduklarını göstermektedir. İskenderun Körfe-



zi'nde üretim yapan filtre firmalarının, Türkiye'deki otomotiv üreticilerinin yoğunlaştığı Marmara Bölgesi'nde şubelerinin olmaması dikkat çekicidir.

Öneri: Bölge firmalarının, Türkiye'nin otomotiv sektörünün yoğunlaştığı illerinde ortak kullanıma açık depolara sahip olmaları, daha sonraki aşamalarda ise ortak pazarlama mekanizmasına geçerek, Türkiye'nin çeşitli illerinde temsil edilmeleri, bu dezavantajı gidermeye yönelik bir adım olabileceği değerlendirilmektedir.

Sanayi Altyapısının Yetersizliği

Sanayi altyapısı sıkıntısı başlığı altında gösterilen en önemli sebep % 31 oranı ile yaşanan elektrik kesintileridir. Şehir şebeke altyapısının zayıf olmasından ötürü gerçekleşen elektrik kesintileri, doğrudan bu firmaların üretimini etkilemekte, üretimin durması veya kesintiler esnasında mazot ile çalışan jeneratörlerin bu süre içinde devreye girmesi nedeniyle, firmaların üretim maliyetleri ciddi miktarda artmaktadır. Elektrik kesintilerinin yanı sıra, internet altyapısının zayıf olması, fabrikalara giden tali yolların kötü durumda olması, kanalizasyon altyapısının zayıf olması ve yüksek bölgelerden gelen yağmur sularının üretim alanlarında zarara sebep olması, altyapı sıkıntılarında ilk sıralarda gösterilen unsurlardır.

Öneri: Sanayi altyapısının yetersiz olmasından ötürü gerçekleşen zararı tespit etmek amacıyla akademik bir çalışma başlatmak üzere, filtre üreticileri bir araya gelerek bu konu ile ilgili bir komisyon oluşturabilir. Üniversite bünyesinde gerçekleştirilecek çalışma neticesinde hazırlanan rapor ile lobi faaliyetleri yürütülebilir ve ilgili kurum temsilcilerinden çalışma takvimi alınarak, gerçekleşen ilerlemeler belli periyotlarla mülki amirler ile paylaşılabilir.

Konjonktürel Durum

Hatay ilinin, Türkiye'nin Suriye ile en uzun kara sınırına sahip ili olması ve Suriye'de 2011 yılı itibarıyla başlayan iç savaş, filtre üreticilerinin üretimlerine hem pazar daralması yaşamasına, hem de ihracat yaptıkları uzak ülkelerdeki müşterilerinde, filtre tedarik firmalarının güvenli bölgede yer almadığı algısının oluşmasına sebep olmaktadır. Bu nedenle, filtre üreticileri hem doğrudan pazar kaybı yaşarken, hem de üretim alanına müşteri ziyaretlerinin gerçekleştirilememesinden ötürü, diğer ülke ve bölgelerdeki filtre üreticilerine göre dezavantajlı konumda kalmaktadır.

Öneri: Filtre üreticilerinin uluslararası rakiplerinden bazılarının, dünyanın çeşitli yerlerinde fabrikaları bulunmaktadır. Hem Bölge'deki firmaların konjonktürel dezavantajını, hem de uluslararası rekabette Bölge'deki firmaların bu zaafını gidermek üzere bir birlik çatısı altında

toplanabilecek Doğu Akdeniz Bölgesi'ndeki filtre üreticileri, ortak bir şekilde dünyanın çeşitli yerlerinde birbirlerinin pazarlarına zarar vermeyecek şekilde kar ortağı olacakları bir üretim merkezi kurması değerlendirilebilir.

Filtre Üreticilerinin Üretimlerinde Yenilenebilir Enerji Kaynaklarını Kullanmaması

Filtre üreticilerinin yıllık ortalama enerji sarfiyatlarına bakıldığında, bu firmalardan %44,4'lük kısmının yıllık ortalama 1 milyon Kwh enerjiden daha fazla bir enerji sarfiyatı yaptıklarına dair bilgi alınmıştır. Güneş ve rüzgâr gibi yenilenebilir enerji kaynağı olarak zengin bir bölgede üretim yapan filtre üreticilerinin hemen hemen tamamının yenilenebilir enerji kaynaklardan faydalanmaması ve buna dair genel itibarıyla bir planlarının bulunmaması dikkat çekicidir.

Öneri: Yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı ile ilgili olarak filtre üreticileri tarafından bir komisyon kurularak, yatırım alanı araştırması yapılması ve ortak yenilenebilir enerji santrali kurularak, mahsuplaşma usulü ile enerji girdi maliyetlerinin düşürülmesi sağlanabilir.

İmitasyon Ürünler

Anket yapılan 12 firmanın tamamı, sektörlerinde imitasyon ürünlerin üretildiğini beyan etmişlerdir.

Öneri: İmitasyon ürünler ile ilgili mücadelede toplu olarak hareket etmenin önemi büyüktür. Ne kadar olumsuz bir durum gibi görünse de, imitasyon ürünler ile mücadele konusu, firmalar arası işbirliği kanallarını açmak için ilk adım olarak kullanılabilir. Firmaların bu konuda mutabık olmaları, firmalar arası işbirliği ortamını geliştirmek için bir fırsat olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Toplu olarak hareket eden filtre üreticilerinin bu konu ile ilgili olarak da bir komisyon oluşturulabileceği, söz konusu imitasyon ürünlerin Türkiye'de satışının yasaklanması için ortak lobi faaliyeti gerçekleştirilebilecekleri, sahteciliği önleyici teknolojileri üretim süreçlerine dâhil edebilecekleri kanaatine varılmaktadır.

İhracatta Kurumsal Kapasite Yetersizliği

Gerçekleştirdikleri ihracatta sorun yaşadıklarını belirten % 58 oranındaki filtre üreticisinin, % 23 oranıyla en çok yaşadıkları sıkıntı, gümrük mevzuatının ağır gelmesinden ötürü belge takibinde zorlanmalarıdır.

Öneri: Gümrük mevzuatı nedeniyle belge takibinde zorlanan firmalar, birbirleri ile işbirliği



yaparak dış ticaret eğitimi almak üzere planlama gerçekleştirebilirler. Bu konu ile ilgili olarak bir danışmanlık firması ile anlaşma yaparak dışarıdan destek alınması da mümkün görünmektedir. Bu konuda ortak hareket edilmesi, firmalar için konuya dair maliyetlerin minimum seviyede gerçekleşmesini sağlayacaktır.

İthal Ara Malı/İşlenmiş Hammadde Kullanımı

Ankete katılan filtre üreticilerinin neredeyse tamamı doğrudan ithalat yaptıklarını belirtmişlerdir. Firmaların doğrudan ithalatını gerçekleştirdikleri ana ürün kâğıttır. Filtre üreticileri tarafından doğrudan ithal edilen ürünler arasında kâğıdın oranı % 65, kimyasal ürünlerin oranı % 29, elyaf ve türevlerinin oranı ise % 6 seviyesindedir. Filtre üretiminde kullanılmakta olan kimyasal ürünlerin neredeyse tamamı ithal olmasına rağmen, bu ürünlerin Türkiye'de distribütörleri bulunmasından ötürü, kimyasal ürünler doğrudan ithal edilmek yerine, söz konusu aracı noktalardan temin edilmektedir. Bazı firma temsilcileri ara malı/ışlenmiş hammadde konusundaki dışa bağımlılığı, OEM müşterilerinin taleplerinin de bir gereği olarak devam ettirmekte olduklarını beyan etmişlerdir. Bu durum nedeniyle, filtre üreticilerinin genel itibarıyla batılı ülkelere ihraç ettikleri ürünlerde, yine batılı ülkelere satın almak zorunda kaldıkları ara malını/ışlenmiş hammaddeyi kullanmak durumunda bırakıldıkları anlaşılmaktadır.

Öneri: Filtre üreticileri tarafından her bir ara malı/ışlenmiş hammadde için komisyon kurulup, söz konusu ara mallarının/ışlenmiş hammaddelerin kendileri tarafından toplam yıllık ortalama tüketim miktarlarının belirlenmesi gerekmektedir. Bu çalışma sonrasında, uluslararası standartlarda yerli ara malı/ışlenmiş hammaddenin Türkiye'de üretilmesi için ilgili sahada faaliyet gösteren ve bu konu ile ilgili yatırım yapabilecek kişi/kurumlar ile irtibata geçilmesi gerekmektedir. Bu şekilde ara malını/ışlenmiş hammaddeyi üretmek üzere yatırım yapabilecek firmalar, ilgili standartları sağlamaları durumunda pazarlarının hazır olduğunu bilecek ve bu da yatırım yapmalarını teşvik edici bir unsur olarak değerlendirilebilecektir. Ayrıca bu durumda yatırımcı firmalar karlılık hesaplarını yapabilecek ve yatırım kararlarını daha hızlı verebileceklerdir. Yatırım kararlarının olumlu olması durumunda ilgili firmalar ile yatırımcı şirket arasında bir sözleşme imzalanması, şartların net bir şekilde ortaya konulması, tarafları birbirlerine karşı güvence altına almış olacaktır. Bununla beraber, ara mallarının/ışlenmiş hammaddelerin ithal edilmesi yerine, filtre üreticileri tarafından üretilmesi de alternatif bir yöntem olarak ortaya konabilir fakat bu durumda farklı bir sektörde uzmanlık gerektiren bir faaliyet gerçekleştirilmesi ihtiyacından dolayı, bu alternatifin hayata geçme ihtimalinin daha düşük olduğu değerlendirilmektedir.

Ortak Sipariş / Tedarik

Filtre üreticileri, üretimlerinde kullandıkları kâğıt, çelik sac ve kimyasal ürünleri yurt içinden veya yurt dışından satın almakta ve tükettikleri miktar ile doğru orantılı olarak fiyat avantajı elde edebilmektedirler.

Öneri: Ara malı/ışlenmiş hammadde satın almalarında, filtre üreticilerinin ihtiyaçları bir havuzda birleştirilerek, yüklü miktarda satın alım yapmaları durumunda, söz konusu gider kalemlerinde daha uygun fiyata ürün temin edebileceklerdir. Bu şekilde aynı zamanda nakliye masrafının da paylaşılmasından ötürü, karlılıkları daha da artmış olacak ve uluslararası rekabette bir avantaj daha elde etmiş olacaklardır. Bu işleyişin şartlarının belirlenmesi için filtre üreticilerinin bir çatı altında bir araya gelmesi, her bir ürün kalemi için komisyonlar oluşturması ve bu yöntem ile ilgili usul ve ilkelerin belirlenmesi gerekmektedir.

AR-GE Faaliyetlerinin Yetersizliği – Akredite Laboratuvar, Test ve Ortak Tasarım Merkezi İhtiyacı

Ankete katılan firmaların % 58,3'ü ise kendi bünyelerinde AR-GE laboratuvarına sahip olduğunu, AR-GE laboratuvarına sahip olan firmaların ise sadece % 62,5'inin müşterilerinin tüm taleplerini başka bir laboratuvara ihtiyaç duymadan karşılayabildiklerini söylemişlerdir. Daha dikkat çekici bir durum ise, filtre sektöründe AR-GE laboratuvarına sahip olan firmaların hiçbirinin, sahip oldukları laboratuvarlarda geliştirdikleri ve patentini ve/veya faydalı model belgesini aldıkları ürünü bulunmamasıdır. Filtre üreticilerinden sadece % 14'ü kendi laboratuvarlarında geliştirdikleri ürünler olduğunu, bu ürünlerin patentini ve/veya faydalı model belgesini almak üzere başvuruda bulduklarını ve başvuru aşamasının devam ettiğini ifade etmişlerdir. Bununla beraber, tasarım birimine sahip firmaların % 55,5'inde, 6 veya daha fazla sayıda tasarımcı personel istihdam edilirken ve bu veri tasarım birimlerinin filtre sektöründeki önemini vurgularken, ankete katılan firmalardan % 33,3'ünde tasarım biriminin olmaması, söz konusu firmaların kurumsal kapasitelerinin yetersiz olduğunu göstermektedir.

Öneri: Bu konu ile ilgili öncelikli görev yine filtre üreticilerine düşmektedir. Bir bütün olarak hareket ederek bu konuda da ortak fayda sağlamak mümkündür. İlk önce yapılması gereken görev hiçbir AR-GE altyapısına sahip olmayan filtre üreticileri için hem AR-GE faaliyetlerinin yürütüleceği, hem de ürün doğrulama testlerinin yapılacağı bir merkezin kurulmasıdır. Bu merkezin üniversite bünyesinde kurulması en doğru yol olarak görülmektedir. Bununla beraber, bu faaliyet için öncelikli olarak ihtiyacın ortaya konulması önemlidir. Söz konusu



merkezin uluslararası standartlara akredite olması, yine olmazsa olmaz niteliğindeki bir unsurdur. Nitekim firmalara “Bölgenizdeki üniversitelerde, ürünlerinizin doğrulama testlerinin yapıldığı, uluslararası akreditasyona sahip bir merkez kurulması durumunda bu merkezi kullanır mısınız?” diye sorulduğunda, firma temsilcileri bu soruya % 83,3 oranı ile “Evet” yanıtı vermişlerdir. AR-GE laboratuvarına sahip olmayan firmalara ve AR-GE laboratuvarı olan fakat müşterilerinin ihtiyaçlarını bu merkezler aracılığı ile tam olarak karşılayamayan firmalara bu merkez aracılığı ile destek olunmakla beraber, yeterliliği olan laboratuvarlar için de akredite ve bağımsız bir laboratuvar olarak destek verilebilir. Bununla beraber, bu merkez aracılığı ile patent ve faydalı model belgelendirmeleri için firmalara danışmanlık desteği de verilebilmesinin ve tasarım birimi olmayan firmalar için merkezün ortak tasarım merkezi olarak kullanılmasının mümkün olabileceği değerlendirilmektedir.

Eğitim İhtiyacı

Yapılan anket çalışmasında filtre sektöründeki firmaların tamamı, çalışanlarına yıllık olarak düzenli miktarda eğitim verdiklerini belirtmişlerdir. Bununla beraber, çalışan başına verilen yıllık ortalama eğitim süresi firmalar arasında büyük değişkenlik göstermektedir.

Öneri: Filtre sektöründeki firmaların bir araya gelip işbirliği yapmaları durumunda, her bir firmanın ayrı ayrı vermiş olduğu eğitimler periyodik olarak tek bir merkez üzerinden verilebilir. Böyle bir merkez, firma temsilcilerinin vermiş oldukları bilgilere göre, geçmişte genel itibarıyla tanım ile uğraşmış olan yeni filtre sektörü işçilerinin sektöre olan adaptasyon sürecini de kolaylaştırabilir. Bu faaliyet, firmaların eğitimlere ayırdıkları bütçenin de daha verimli kullanılmasını sağlayabilir. Bununla beraber, üniversite-sanayi işbirliğini de pekiştirmek adına, üniversite bünyesinde sektörün önde gelen isimlerinin çeşitli etkinlikler aracılığıyla tecrübelerini öğrencilere aktarmasının önemli olacağı değerlendirilmektedir.

Sektör Çeşitlendirme – Katma Değeri Yüksek Sektörlere Giriş

İskenderun Körfezi'nde filtre üretimi gerçekleştiren firmaların odaklandığı sektör, genel itibarıyla otomotiv sektörü olmuştur. Bununla beraber, bu sektöre yönelik üretim yapan firma sayısının hem yurt içinde, hem de yurt dışında bir hayli fazla olması ve sayısının günden güne artıyor olması, zaman içinde firmaların kar marjlarını düşürmektedir. Nitekim firmalara 10 yıl öncesine göre karlılıklarının arttığını düşünüp, düşünmedikleri sorulduğunda, % 58,3 gibi yüksek bir oranda “Hayır” yanıtı alınmış, firmalar karlılıklarının geçmişe göre artmadığını beyan etmişlerdir.

Öneri: Filtre sektöründeki firmaların bu konuya yönelik bir araya gelerek, alternatif çözüm önerileri getirmeleri gerekmektedir. Bu sıkıntıya yönelik alternatif çözüm yollarından bir tanesinin, filtre sektörünün, ağırlıklı olarak otomotiv sektörüne yönelik yaptıkları üretimi, otomotiv sektörü dışında hiç girilmemiş alanlar için yeni bir işbirliği modeli ile üretimin denenmesi olabileceği değerlendirilmektedir. Özellikle katma değeri yüksek olan sağlık, gıda, savunma ve uzay sanayi gibi sektörlerle ileri teknoloji ürünleri üretiminin kritik önemde olabileceği düşünülmektedir.

İthal Ürün Baskısı

Filtre üreticilerine rekabet etmekte zorlandıkları ülke veya bölge sorulduğunda, % 53 oran ile rekabet etmekte en çok zorlanılan ülkenin Çin olduğu söylenmiştir. Yapılan mülakatlarda Asya ülkeleri ile (özellikle Çin ile) rekabet etmekte zorlanılan konunun kalite olmadığı, fiyat konusunda rekabet etmekte zorlanıldığı bilgisi alınmıştır. Bununla beraber, filtre üreticileri ithal ürünler ile ilgili olarak, devlet tarafından korunmadıklarını ve hatta devlet tarafından yurt dışındaki ürünlere karşı haksız rekabet ortamı içine konulduklarını belirtmişlerdir. Bu görüşlerinin nedeni olarak ise, ithal ürünlerin denetimsiz olarak yurt içine sokulabileceğini ve kendi üretimlerinde şart koşulan standartların, yurt dışından gelen ürünlerde aranmadığını göstermişlerdir. Bu nedenle, ithal filtre ürünlerinde gümrük vergisinin artırılması, kota uygulanmasının getirilmesini talep etmektedirler. Hatta yurtdışından gelen filtre ürünlerinde, sadece yurt içi üretimde aranan kalite standartlarının aranmasının, kendileri üzerindeki ithal ürün baskısını ortadan kaldıracığı ve iç piyasadaki haksız rekabet ortamının ortadan kalkması için yeterli olacağını belirtmektedirler.

Öneri: İthal ürün baskısını filtre üreticilerinin üzerinden kaldırmak için öncelikli olarak lobi faaliyeti yürütme ihtiyacı vardır. Lobi faaliyetlerinin ise bir veya birkaç firma tarafından yürütülmesi, istenilen sonucun alınmasına yeterli gelmeyecektir. Bu konu ile ilgili olarak, yine filtre üreticilerinin bir arada, işbirliği içinde hareket etmesi gerekmektedir. Söz konusu durum ile ilgili olarak bir araya gelmesi gereken üreticilerin, konuyu akademik bir çalışma ile yazılı hale getirmesi, mevcut durumun filtre sektörü üzerindeki olumsuz etkilerini veriler üzerinden göstermesi gerekmektedir. Ancak bu veri ile yürütülecek lobi faaliyetlerinin, karar alıcı makamlar üzerinde baskı oluşturabileceği, ithal ürünlere uygulanan gümrük vergisinin artırılabileceği veya kota uygulanabileceği ve koşulların yurt içindeki sanayicileri ve nihai ürün kullanıcılarını koruyucu bir hale getirilebileceği düşünülmektedir.



Gümrük Mevzuatı

Anket kapsamında gerçekleştirilen mülakatlarda filtre üreticileri gümrük mevzuatı ile ilgili olarak sıkıntı yaşadıklarını ve bazı değişikliklerin yapılması gerektiğini belirtmişlerdir. Mevcut gümrük mevzuatında, filtre üretimi için satın almak durumunda kaldıkları bazı hammaddelerin tekstil hammaddesi olarak kabul edilmesinden dolayı, söz konusu hammaddeleri Asya'dan getirmek istemeleri durumunda, bu ürünlerin yüksek vergiye tabi tutulduğunu, bu nedenle söz konusu ürünleri Avrupa'dan satın almak durumunda kaldıklarını belirtmişlerdir.

Öneri: Filtre üreticilerinin bir birlik çatısı altında oluşturacakları komisyon aracılığıyla mevcut gümrük mevzuatı ile ilgili taleplerini bir araya getirmesi ve konu ile ilgili yetkili makamlara söz konusu talepleri filtre sektörünü temsilen iletmeleri ve konuya dair lobi faaliyetleri yürütmeleri gerektiği değerlendirilmektedir.

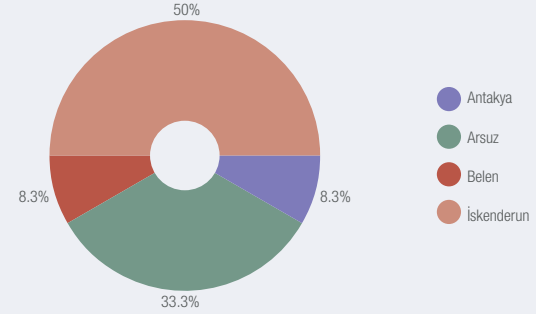
Çelik Sac Nakliyesi

İskenderun Körfezi, Türkiye'nin en fazla demir çelik üretim kapasitesine sahip bölgesi olmasına rağmen, yaklaşık 50 yıldır aynı bölgede faaliyet göstermekte olan filtre sektörünün kullanabileceği nitelikte çelik sac üretimi yapılmamıştır. Bu nedenle, şu ana kadar filtre imalatçılarının bu konudaki ihtiyacı, Türkiye'nin diğer önemli demir çelik üretim merkezleri arasında olan Ereğli Bölgesi'nden karşılanmıştır. Bu durum nakliye masraflarını beraberinde getirmiş ve bu da üretim maliyetlerini artırarak, İskenderun Körfezi'ndeki filtre üreticilerinin rekabet gücünü olumsuz yönde etkileyen unsurlar arasında girmesine sebep olmuştur.

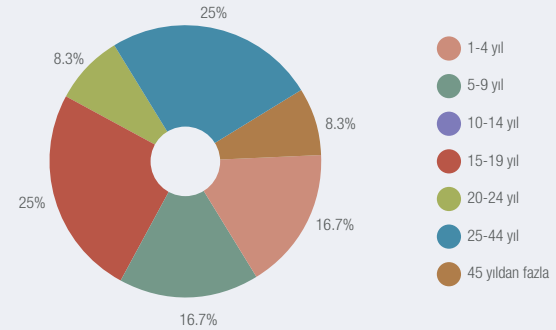
Öneri: İskenderun Körfezi'nde yer alan bir demir çelik üreticisi bu sıkıntıyı gidermek üzere kullanılabilecek nitelikte yassı çelik üretimi gerçekleştirmeye başlamış ve bazı filtre üreticilerine numune ürün temin etmiştir. Bu numunelerin filtre üreticilerinin ihtiyaçlarını karşılaması durumunda, filtre üretiminde kullanılan sacın Ereğli'den veya aracı firmalardan temin edilmesine gerek kalmayabileceği öngörülebilir. Bununla beraber, söz konusu numunelerin filtre üreticilerinin ihtiyaçlarını karşılamaması durumunda, yüklü miktarda sipariş geçemeyen filtre üreticileri (yüklü miktarda sipariş geçebilen firmaların fiyat avantajı elde ettikleri düşünüldüğünde) birleşip toplu sipariş geçerek, hem fiyat avantajı elde edebilecekleri, hem de nakliye masraflarından tasarruf sağlayabilecekleri değerlendirilmektedir.

DOĞAKA Tarafından Hazırlanan Filtre Sektörü Anketi - Sorular ve Yanıtlar⁹

1. Firmanızın Bulunduğu İlçe (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



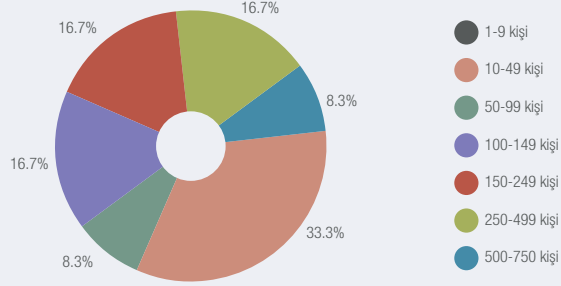
2. İşletmeniz kaç yıldır bu sektörde faaliyet göstermektedir? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



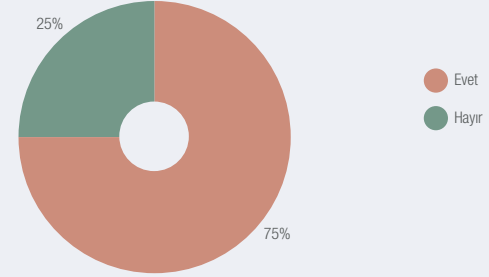
⁹ Yapılan anket çalışmasında, sorulara cevap verme zorunluluğu konulmamış ve isteyen firma cevap vermek istemediği soruyu geçebilmiştir. Bu nedenle, anket sonuçları değerlendirilirken, ilgili sorunun bir önceki soru ile bağlantılı olup olmadığına ve soruya cevap veren firma sayısının kesinlikle göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Bununla beraber, bazı sorular ve bu soruların yanıtları, veri gizliliği ve değerlendirilme etki etmemesi sebebiyle burada yayınlanmamıştır.



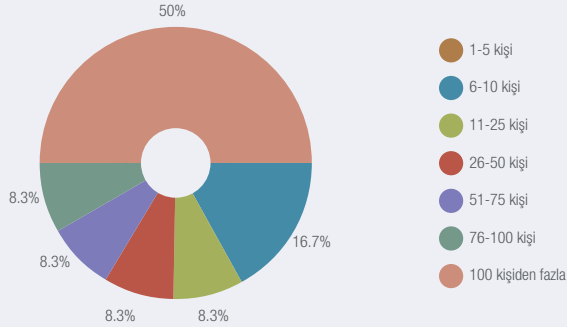
3. Firmanızda çalışan personel sayısı nedir? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



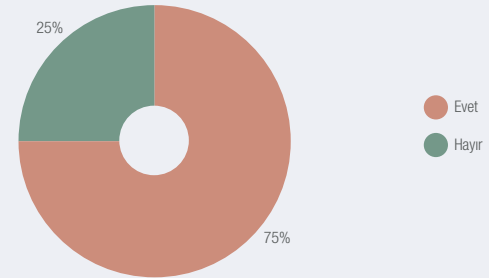
5. Firmanız bir aile şirketi midir? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



4. Firmanızda çalışan Mavi Yakalı (Bedensel gücüyle çalışarak maaş veya ücret karşılığı çalışan işçi) personel sayısı nedir? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

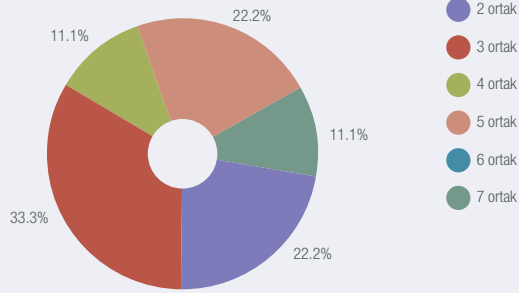


6. Firmanız ortaklar tarafından mı yönetilmektedir? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

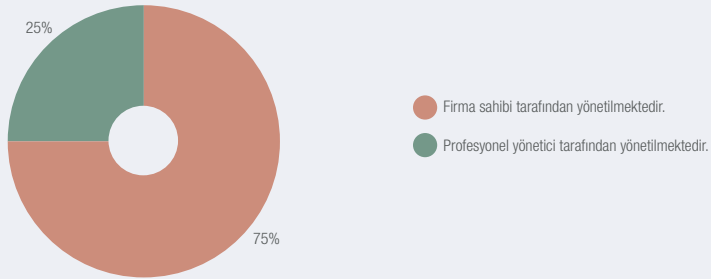




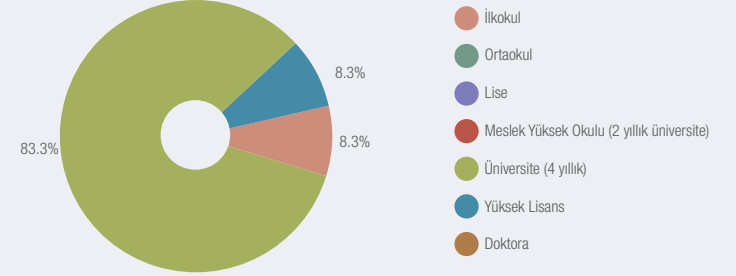
7. Cevabınız "Evet" ise firmanız kaç ortak tarafından firmanın yönetilmektedir? (9 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



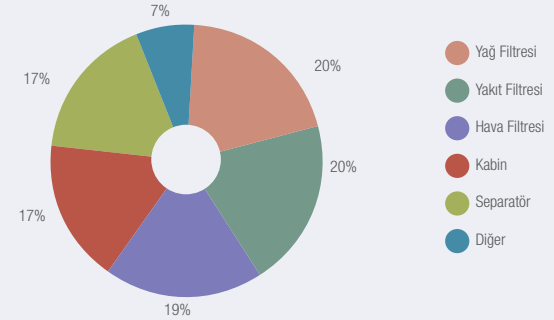
8. Firmanız, firma sahibi tarafından mı, yoksa profesyonel yönetici tarafından mı yönetilmektedir? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



9. İşletmenizin yönetiminden sorumlu olan kişinin eğitim durumu nedir? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

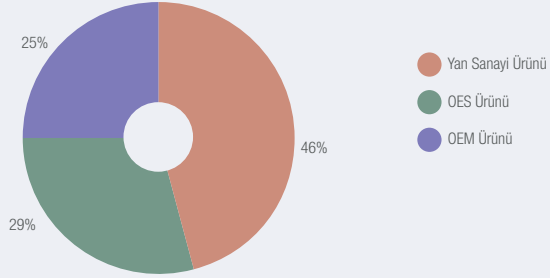


10. Firmanız tarafından üretilmekte olan ürün grupları nelerdir? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

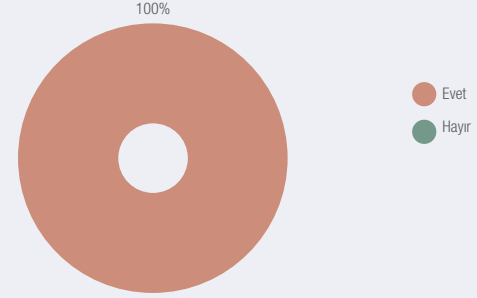




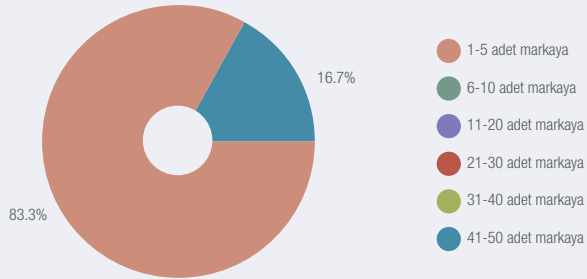
11. Firmanızda üretilen ürünlerin niteliği nedir? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



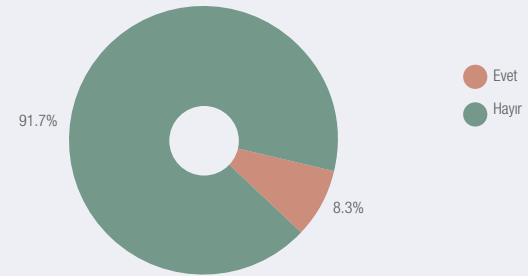
13. Firmanızın merkezi Hatay ilinde midir? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



12. Eğer firmanız OEM ürünü üretmekteyse, kaç adet markaya OEM ürünü temin edilmektedir? (6 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

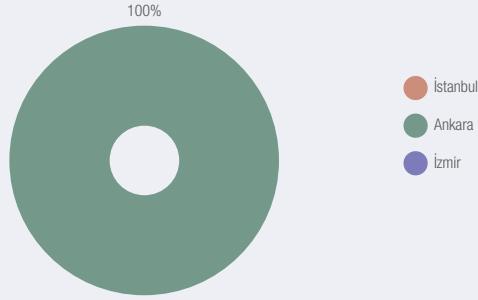


14. Firmanızın şubesi var mı? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

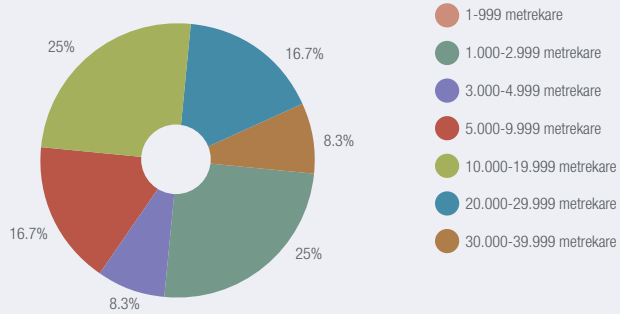




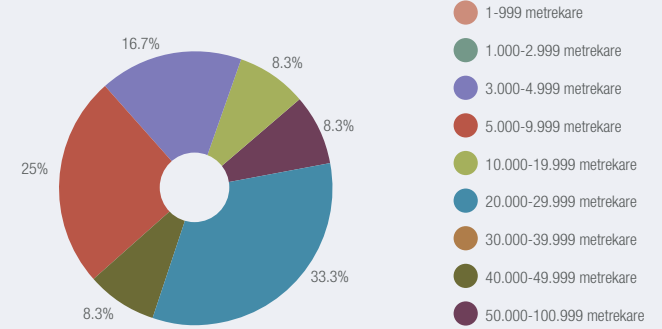
15. Firmanızın şubesi var ise bu şubenin yeri hangi ildir? (1 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



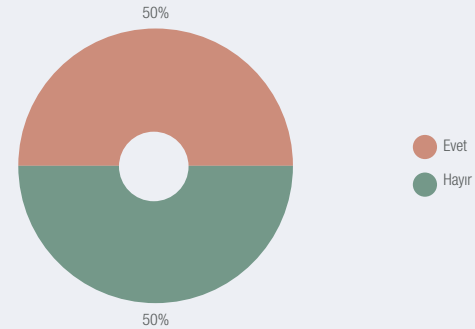
16. Firmanızın üretim yaptığı kapalı arazi büyüklüğü kaç metrekaredir? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



16. Firmanızın toplam arazi büyüklüğü kaç metrekaredir? (Kapalı + Açık) (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

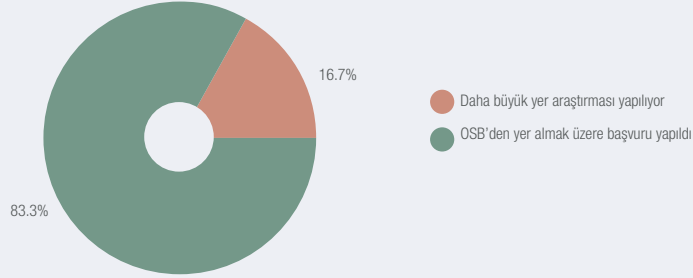


17. Firmanız arazi sıkıntısı yaşamakta mıdır? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

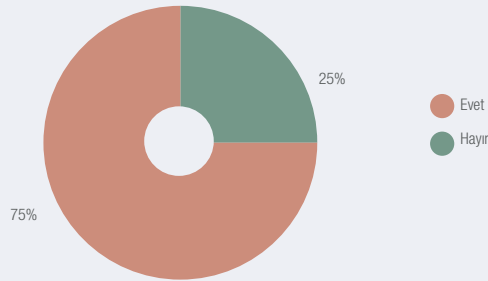




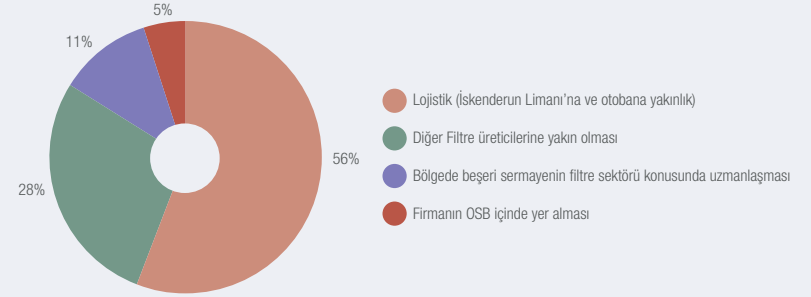
18. Cevabınız "Evet" ise arazi sıkıntısını aşmak üzere planınız nedir? (6 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



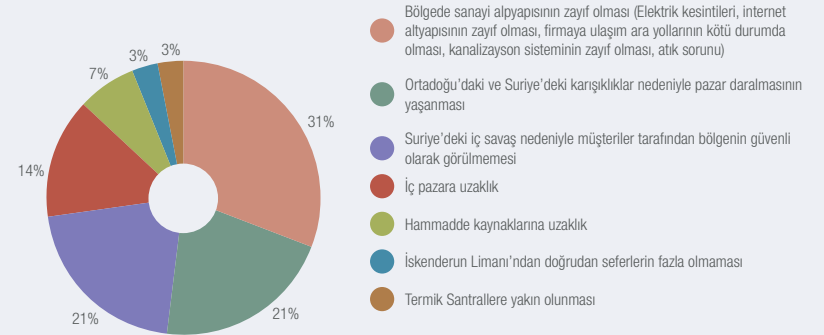
19. Firmanızın konumunun (il, ilçe) size avantaj sağladığını düşünüyor musunuz? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



20. Firmanızın konumunun avantajları nelerdir? (10 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

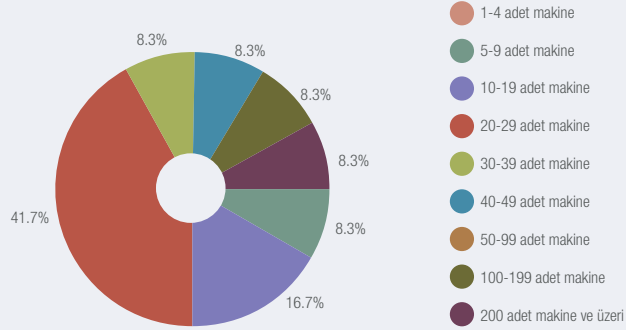


21. Firmanızın konumunun dezavantajları nelerdir? (11 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

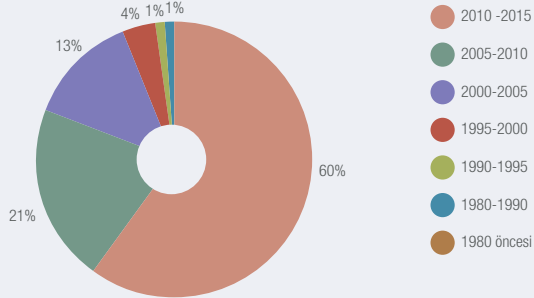




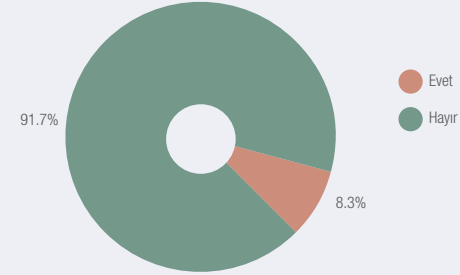
22. Firmada kullanılan toplam elektrikli makine sayısı nedir? (7,5 KW ve üzeri) (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



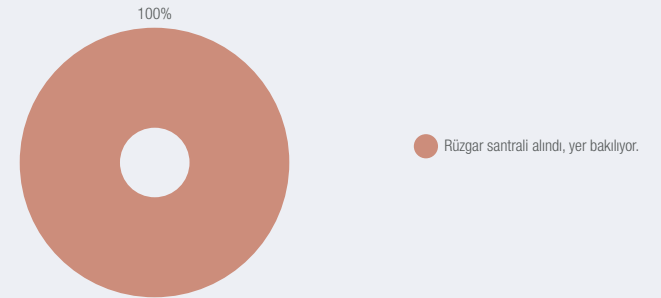
23. Firmanız envanterinde hali hazırda kullanılmakta olan elektrikli makinelerinizi hangi yıllar arasında satın aldınız? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



24. Enerji ihtiyacınızı karşılamak üzere yenilenebilir enerji kaynaklarını kullanmakta mısınız? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

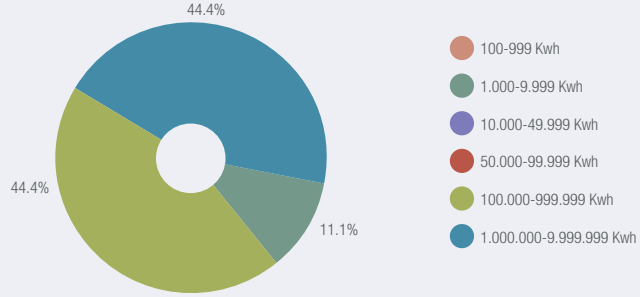


25. Cevabınız "Evet" ise bu yenilenebilir kaynaklar hakkında bilgi verir misiniz? (1 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

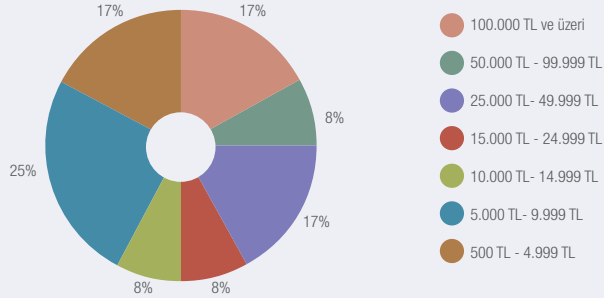




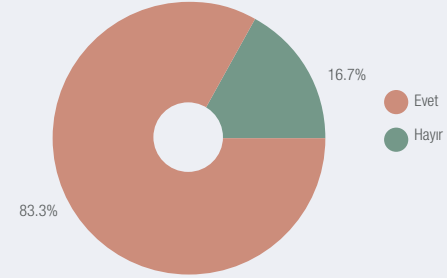
26. Yıllık ortalama enerji sarfiyatınız nedir? (Kwh) (10 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



27. Aylık ortalama elektrik faturanız kaç liradır? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



28. Bir önceki yıl tüketmiş olduğunuz enerji miktarınca hibe desteği sağlanması durumunda, mevcutta sahip olduğunuz enerji tüketimi yüksek olan makineleri, aynı işlevi gören enerji bakımından minimum %50 daha verimli makineler ile yenilemeyi düşünür müsünüz? Bu tür bir destek mekanizması sizin için cazip gelir mi? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

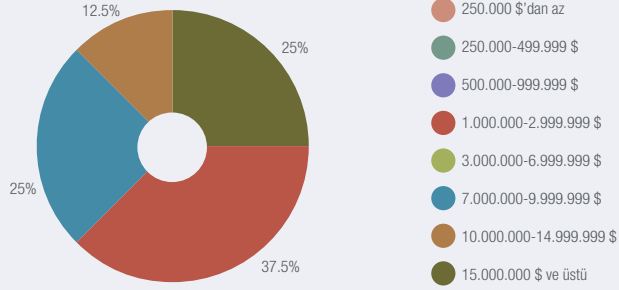


29. Cevabınız "Hayır" ise nedenini belirtir misiniz? (2 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

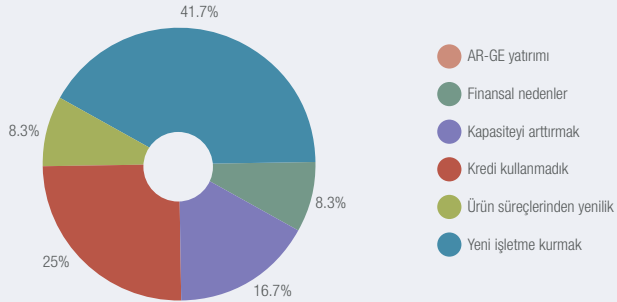




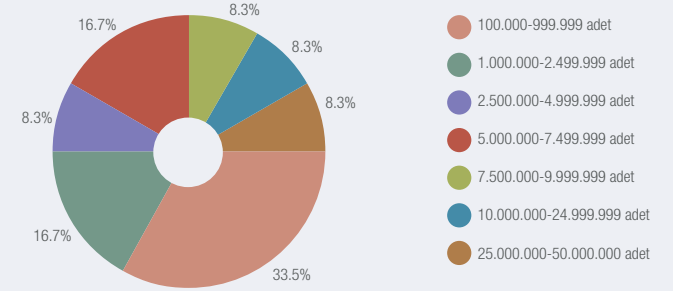
30. Yıllık toplam cironuz nedir? (8 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



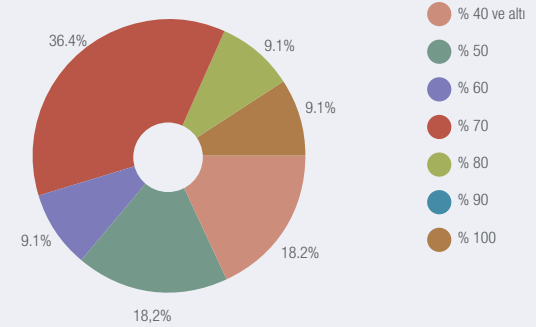
31. En son almış olduğunuz kredinin amacı neydi? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



32. Firmanızın yıllık filtre üretim kapasitesi nedir? (Adet) (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

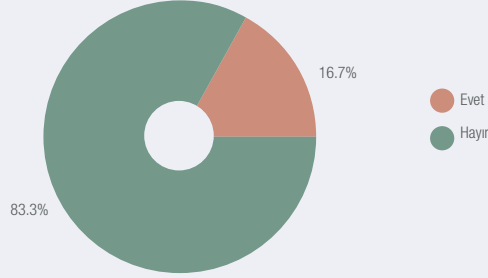


33. Kapasite kullanım oranınız nedir? (11 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

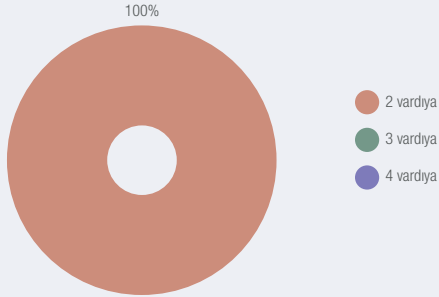




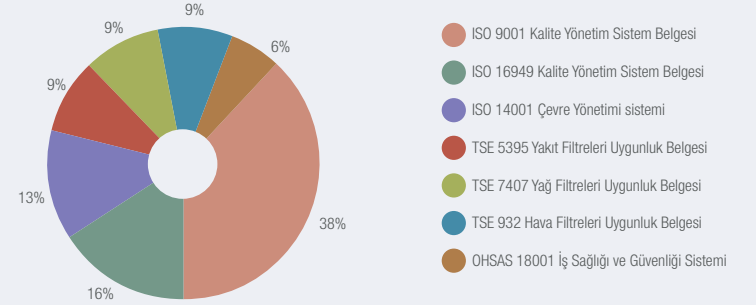
34. Firmanızda vardiyalı çalışma yapılmakta mıdır? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



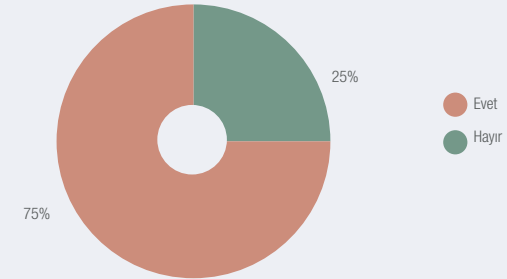
35. Cevabınız "Evet" ise firmanızda kaç vardiyada çalışılmaktadır? (2 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



36. Firmanızın sahip olduğu kalite standardı belgeleri nelerdir? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

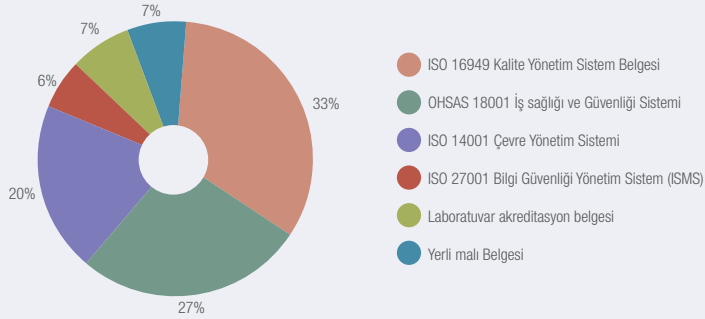


37. Almayı planladığınız kalite standardı belge veya belgeleri var mıdır? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

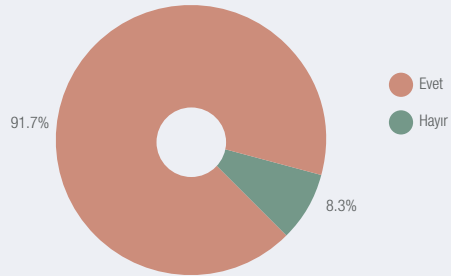




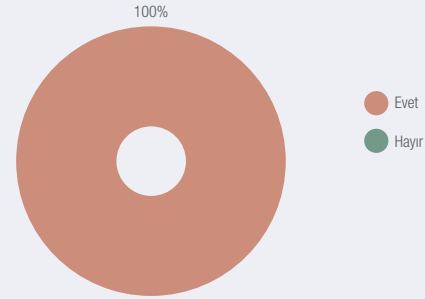
38. Almayı planladığınız kalite standardı belge veya belgeleri var ise bunlar hangileridir? (9 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



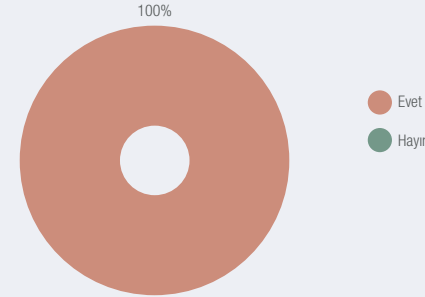
39. Firmanız periyodik olarak dış denetimden geçmekte midir? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



40. Sektörünüzde imitasyon ürünlerin üretildiğini düşünüyor musunuz? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

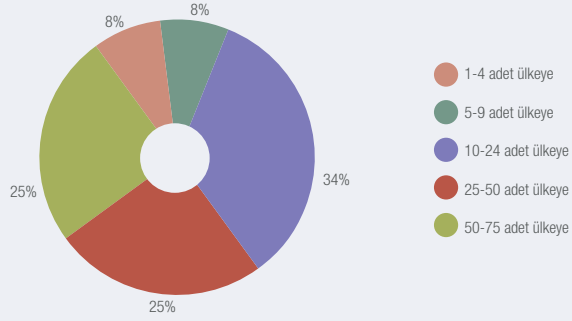


41. Firmanız ihracat yapmakta midir? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

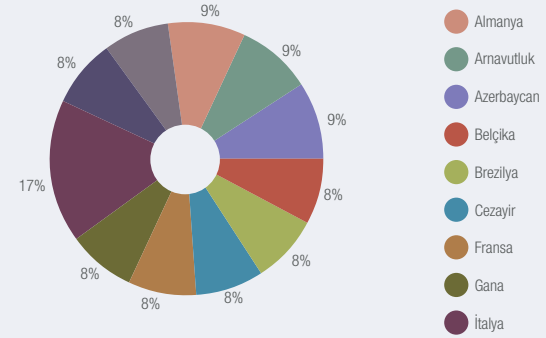




42. Cevabınız "Evet" ise 2014 yılında kaç ülkeye ihracat yaptığınızı belirtir misiniz? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

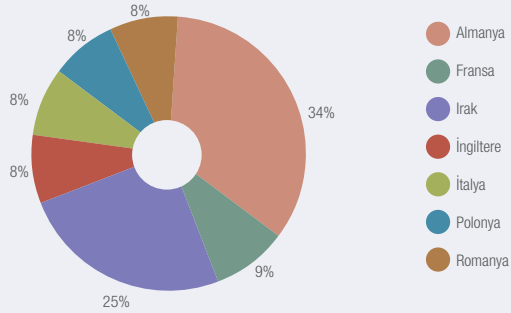


[2. sıradaki ülke]

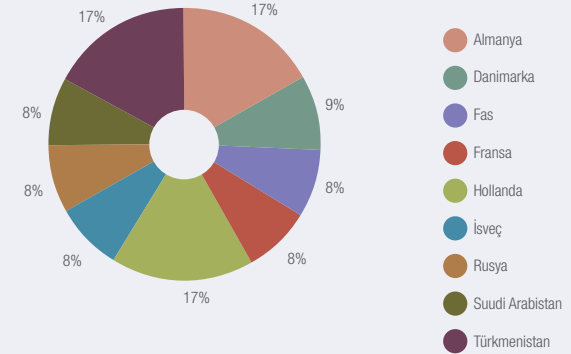


43. Firmanızın en çok ihracat yapmakta olduğu ilk 3 ülkeyi sırasıyla belirtir misiniz? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

[1. sıradaki ülke]

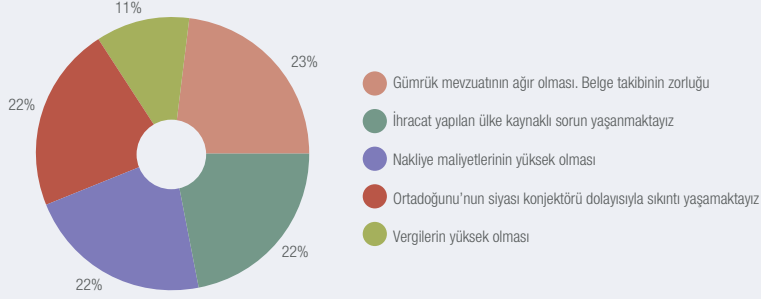


[3. sıradaki ülke]

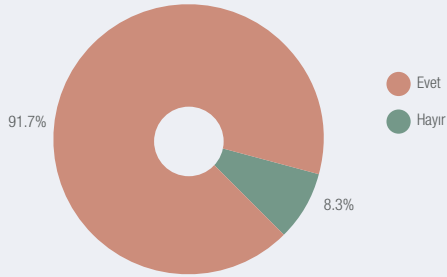




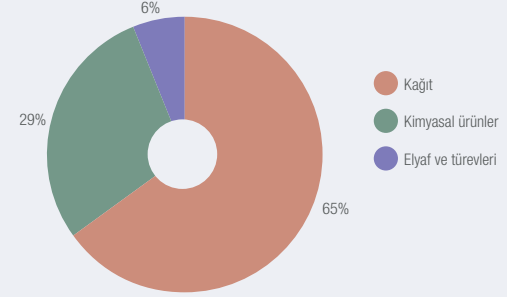
44. Eğer ihracat yapmakta iseniz yapmış olduğunuz İhracatta karşılaştığınız sorunlar nelerdir? (7 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



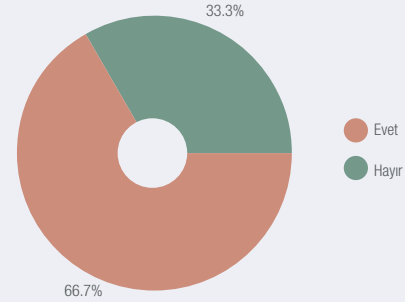
45. Doğrudan ithalat yapmakta mısınız? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



46. Cevabınız "Evet" ise hangi ürünleri doğrudan ithal ettiğinizi belirtir misiniz? (11 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

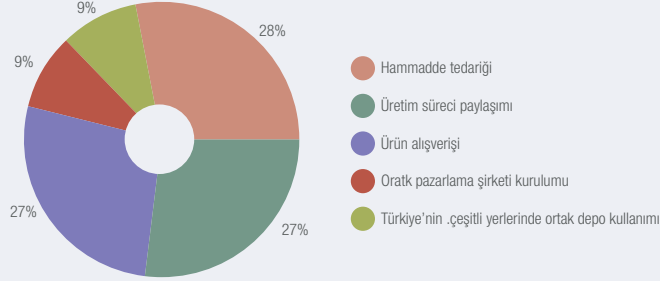


47. Sektörünüzde üretim yapan diğer firmalar ile işbirliği yapmayı düşünür müsünüz? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

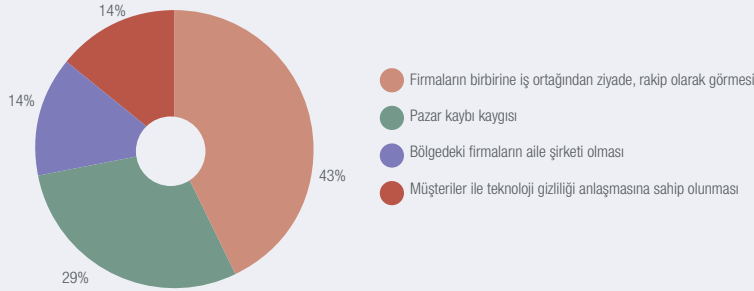




48. Cevabınız "Evet" ise hangi alanlarda işbirliği yapmayı tercih edersiniz? (8 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

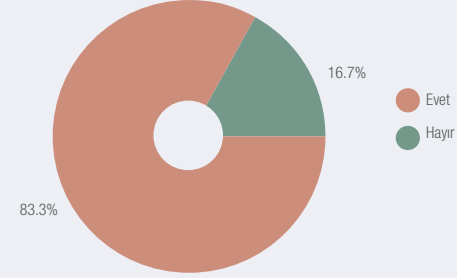


49. Cevabınız "Hayır" ise, diğer firmalar ile işbirliği yapmanızda engel olarak gördüğünüz unsurları belirtir misiniz? (6 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)¹⁰

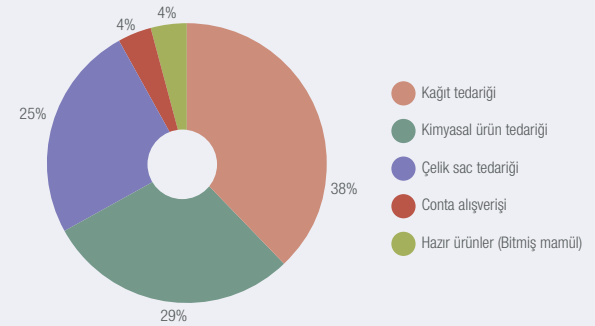


¹⁰ Firmaların "Kısmen Evet" veya "Kısmen Hayır" şeklinde cevap vermelerinden ötürü, bu soruya Evet ve Hayır şeklinde cevap veren firma sayısının toplamı, toplam firma sayısını geçmektedir.

50. Aynı faaliyet sahasındaki firmalar ile işbirliği yaparak tedarikçi firmalardan daha uygun şartlarda ürün almayı düşünür müsünüz? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

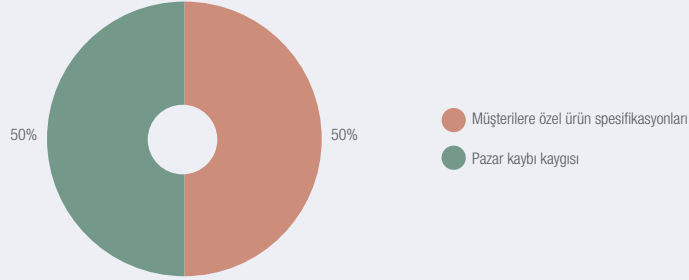


51. Cevabınız "Evet" ise hangi ürün gruplarında ortak tedarik mekanizmasının çalıştırılabileceğini belirtir misiniz? (10 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

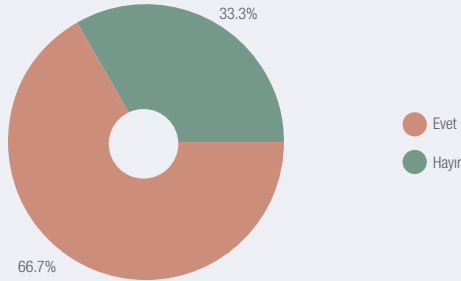




52. Cevabınız "Hayır" ise, ortak tedarik hususunun önündeki engelleri belirtir misiniz? (2 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



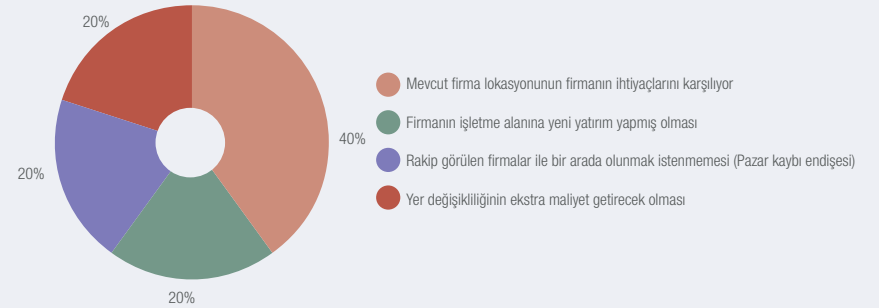
53. Aynı faaliyet sahasındaki firmalar ile beraber, faaliyet alanınıza özel olarak kurulmuş bir sanayi sitesinde faaliyet göstermek ister misiniz? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



54. Cevabınız "Evet" ise söz konusu sanayi sitesinin size sağlayabileceği avantajları belirtir misiniz? (8 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

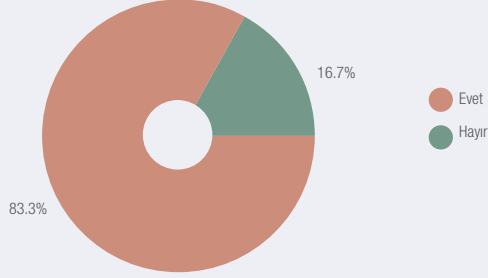


55. Cevabınız "Hayır" ise sektörünüze özel sanayi sitesinde yer almak istememenizin neden veya nedenlerini belirtir misiniz? (4 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)





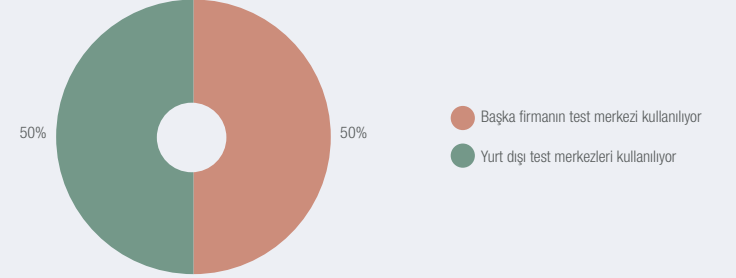
56. Firmanız bünyesinde dayanıklılık ve üretim (ürün doğrulama) testleri gerçekleştirebiliyor musunuz? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



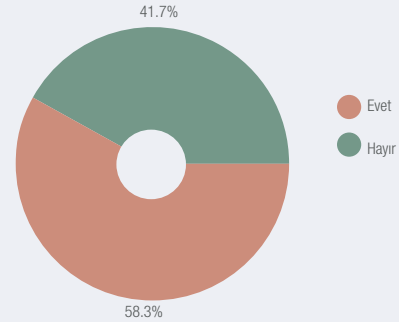
57. Cevabınız "Evet" ise hangi dayanıklılık ve üretim testlerini bünyenizde gerçekleştirebilmektesiniz? (10 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



58. Cevabınız "Hayır" ise ürün doğrulama ihtiyacınızı nasıl karşılamaktasınız? (2 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

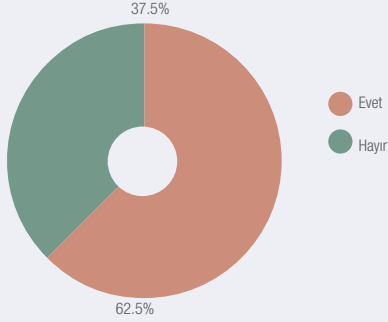


59. Firmanız bünyesinde AR-GE laboratuvarına sahip misiniz? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

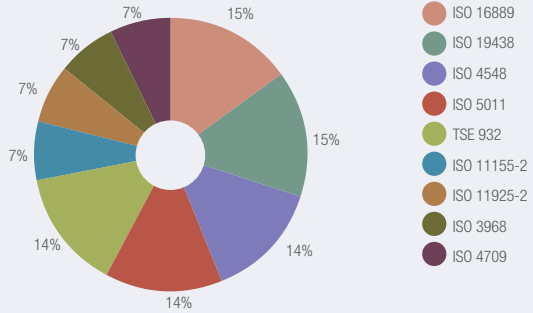




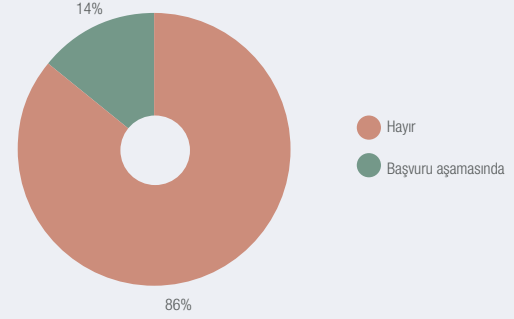
60. Cevabınız "Evet" ise AR-GE laboratuvarınız müşterilerinizin taleplerini tam olarak karşılayabilmekte midir? (8 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



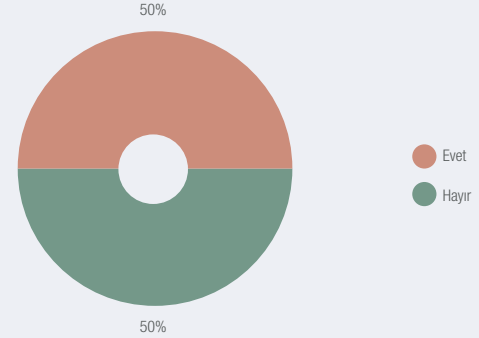
61. Cevabınız "Evet" ise AR-GE laboratuvarınız hangi standartları taşımaktadır? (4 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



62. Cevabınız "Evet" ise şu ana kadar AR-GE laboratuvarında geliştirdiğiniz ve patentini veya faydalı model belgesini aldığınız ürünler var mı? (7 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

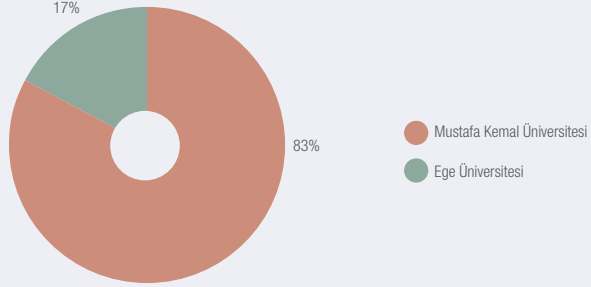


63. Faaliyet alanınız ile ilgili olarak üniversiteler ile işbirliği yapmakta mısınız? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

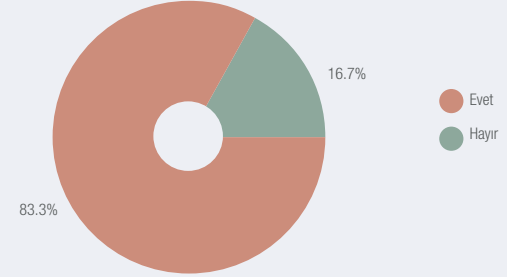




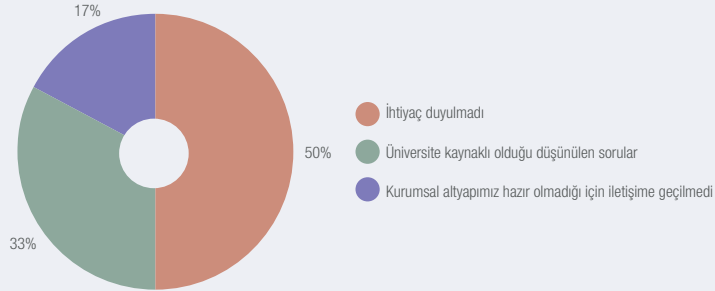
64. Cevabınız "Evet" ise, şu ana kadar hangi üniversite veya üniversitelerle işbirliği yaptığınızı belirtir misiniz? (6 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



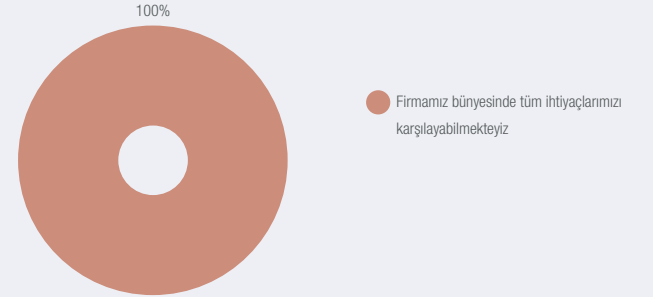
66. Bölgenizdeki üniversitelerde ürünlerinizin doğrulama testlerinin yapıldığı uluslararası akreditasyona sahip bir merkez kurulması durumunda bu merkezi kullanır mısınız? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



65. Cevabınız "Hayır" ise üniversiteler ile işbirliği yapmamanıza sebep olan nedenleri belirtir misiniz? (6 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

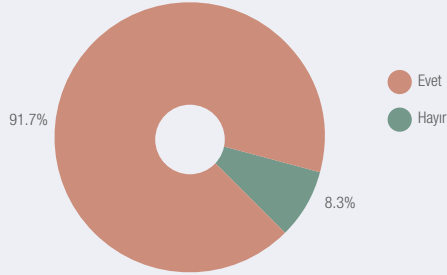


67. Cevabınız "Hayır" ise sebebini belirtir misiniz? (2 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

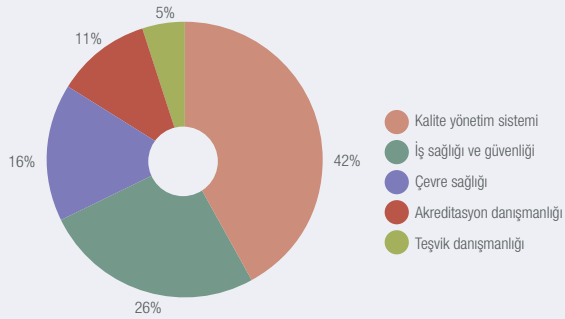




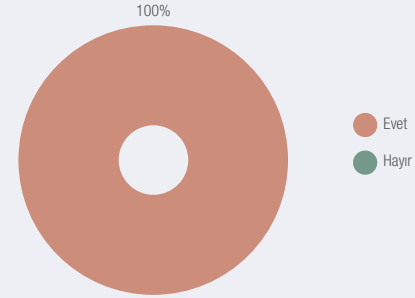
68. Firmanızda dışarıdan danışman desteği alınmakta mıdır? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



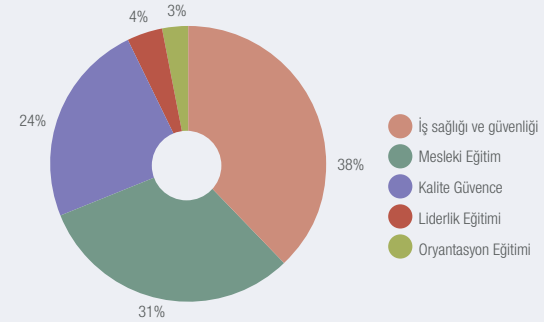
69. Cevabınız "Evet" ise hangi konularda firmanıza dışarıdan danışman desteği almaktasınız? (11 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



70. Firmanızda çalışanlarınıza eğitim verilmekte/aldırılmakta mıdır? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

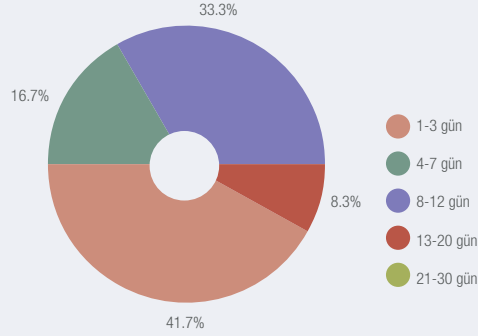


71. Cevabınız "Evet" ise hangi konularda çalışanlarınızın eğitim almaktadır? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

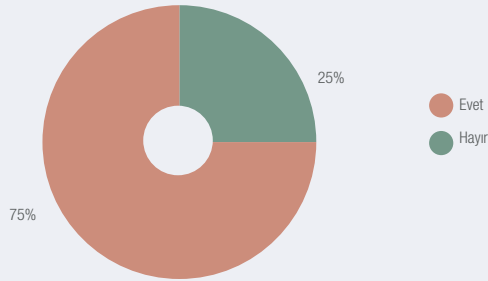




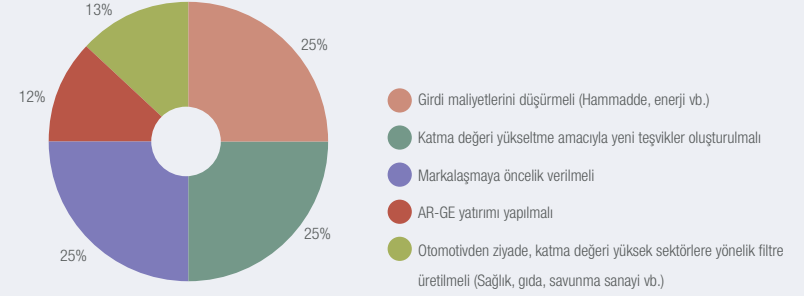
72. Cevabınız "Evet" ise çalışan başına yıllık ortalama eğitim süresini verebilir misiniz? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



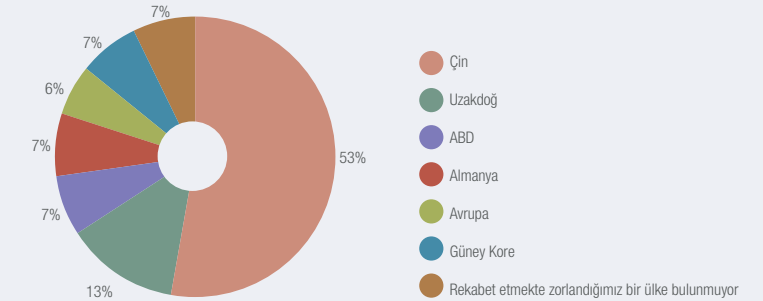
73. Üretmiş olduğunuz ürünlerin yurt dışındaki ürünlere kıyasla katma değerinin yüksek olduğunu düşünüyor musunuz? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



74. Cevabınız "Hayır" ise ürünlerinizin katma değerini yükseltmek için yapılması gerekenleri belirtir misiniz? (3 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



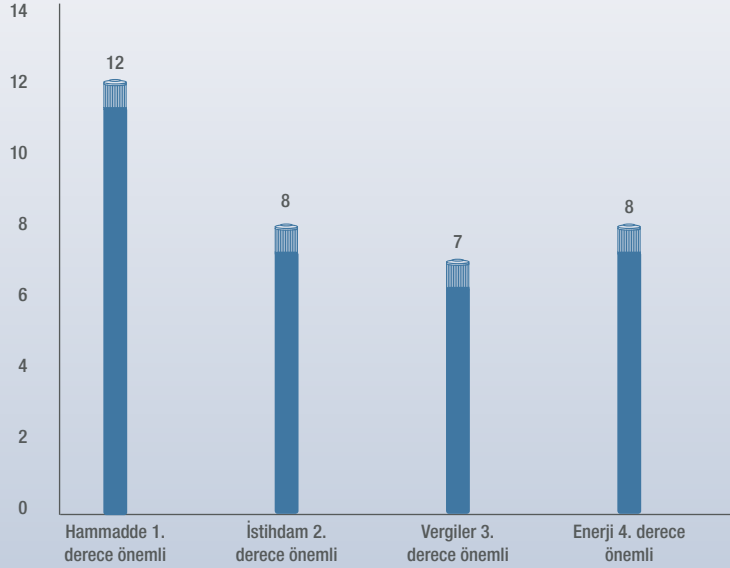
75. İhracat yapmakta iseniz, rekabet etmekte zorlandığınız ülkeyi veya bölgeyi belirtir misiniz? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)





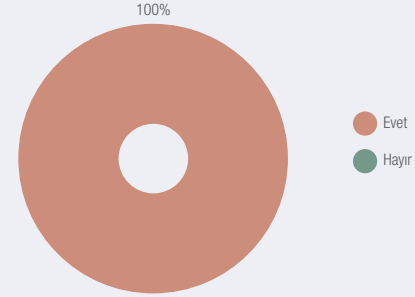
76. Üretiminde maliyetinizi oluşturan en büyük kalemleri sırasıyla belirtir misiniz? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)¹¹

Önem Derecesi	Hammadde	Enerji	İstihdam	Vergiler	Nakliye	Yan Mamul Ürünler
1. derece önemli	12	-	-	-	-	-
2. derece önemli	-	-	8	3	1	-
3. derece önemli	-	3	2	7	-	-
4. derece önemli	-	8	2	1	-	1
5. derece önemli	-	1	-	-	1	-
6. derece önemli	-	-	-	-	1	-

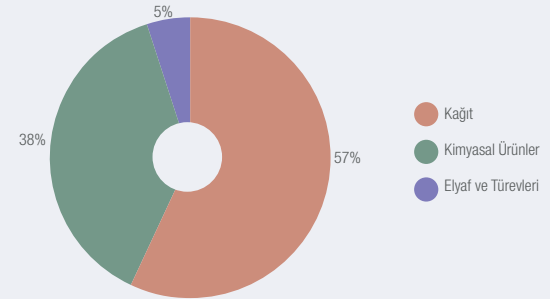


¹¹ Tablonun nasıl okunacağı ile ilgili olarak örnek vermek gerekirse, 12 firmanın tamamı Hammaddeyi 1. derece önemli görürken, Enerjiyi 3 firma 3. derece önemli, 8 firma 4. derece önemli, 1 firma ise 5. derece önemli gördüğünü belirtmiştir. Tablodan çıkarılabilecek ana sonuç aşağıdaki şekil üzerinden paylaşılmıştır.

77. Üretiminde ithal girdi kullanmakta mısınız? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

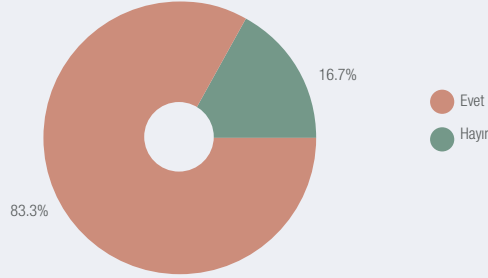


78. Cevabınız "Evet" ise üretiminde ithal girdi olarak kullandığınız ürünleri belirtir misiniz? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

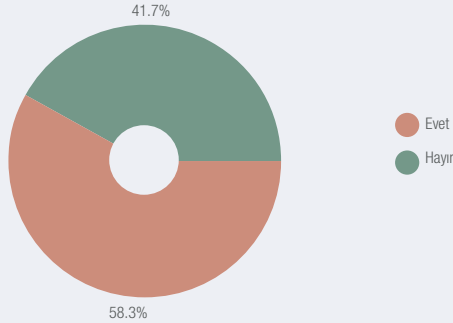




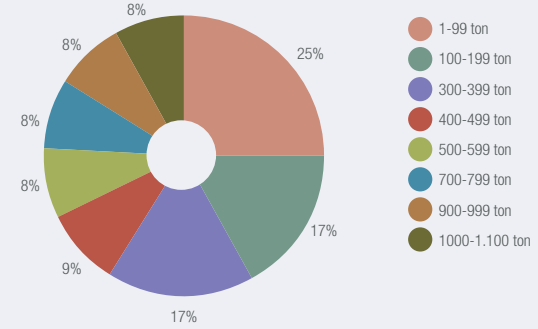
79. Cevabınız "Evet" ise üretiminizde kullandığınız ithal girdileri, bölgenizde bulunan aynı faaliyet sahanızdaki diğer firmalar ile beraber yurt içinden ortak bir şekilde tedarik etmeyi düşünür müsünüz? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



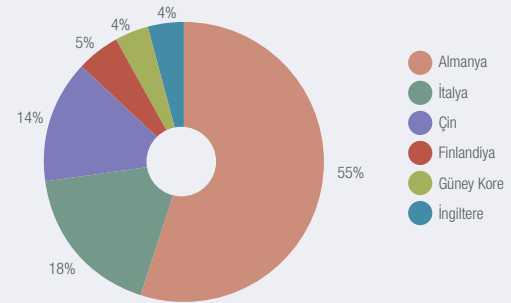
80. Devlet destekleri olduğu takdirde, kullanmakta olduğunuz ithal girdileri bölgenizde üretmeye yönelik yatırım yapar mısınız? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



81. Ürünlerinizde kullanmakta olduğunuz kâğıdın yıllık ortalama tüketim miktarı nedir? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

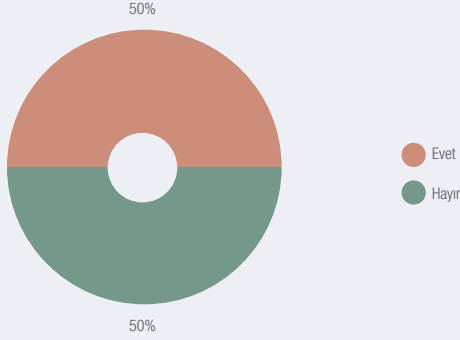


82. Ürünlerinizde kullanmakta olduğunuz kâğıdı hangi ülke veya ülkelerden temin etmekte-siniz? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

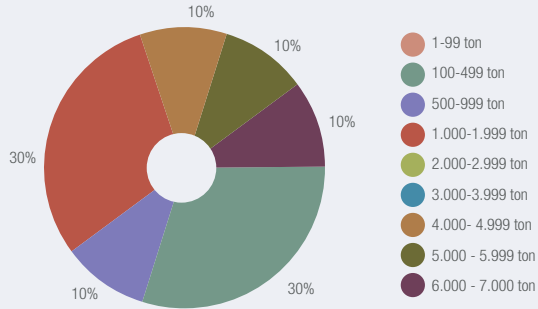




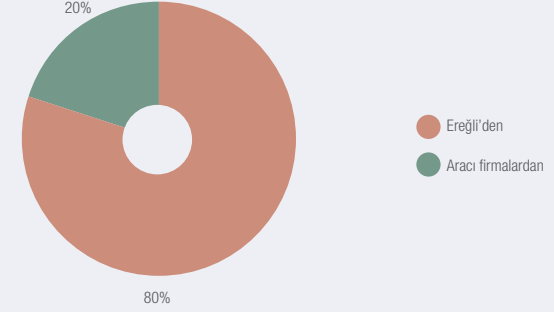
83. Ürünlerinizde sentetik kâğıt kullanmakta mısınız? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



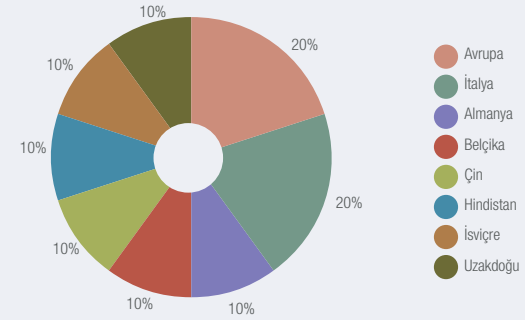
84. Ürünlerinizde kullanmakta olduğunuz çelik sacın yıllık ortalama tüketim miktarı nedir? (10 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



85. Ürünlerinizde kullanmakta olduğunuz sacı nereden temin etmektesiniz? (10 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

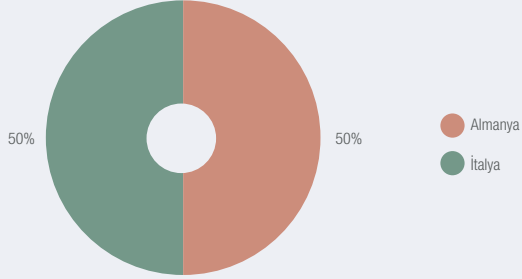


86. Kullanmakta olduğunuz kimyasal ürünleri hangi ülkeden veya bölgeden temin etmekte-siniz? (8 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

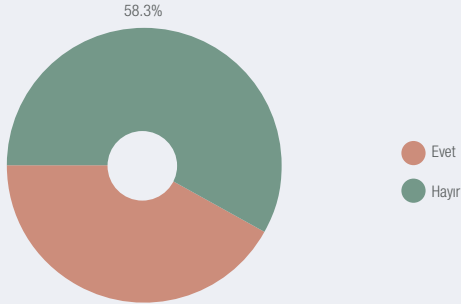




87. Kullanmakta olduğunuz elyaf ve türevlerini hangi ülkeden temin etmektesiniz? (1 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



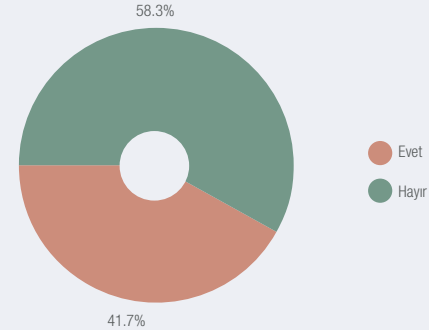
88. Beşeri sermaye konusunda bulunduğunuz bölgede sıkıntı yaşamakta mısınız? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



89. Cevabınız "Evet" ise beşeri sermaye sıkıntısını aşmak için önerileriniz nelerdir? (4 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

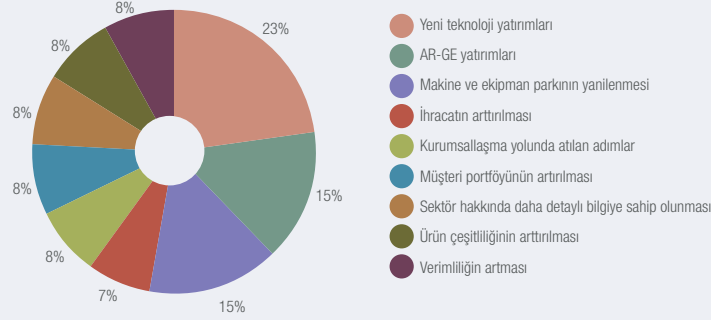


90. 10 yıl öncesine göre firmanızın karlılığının arttığını düşünüyor musunuz? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

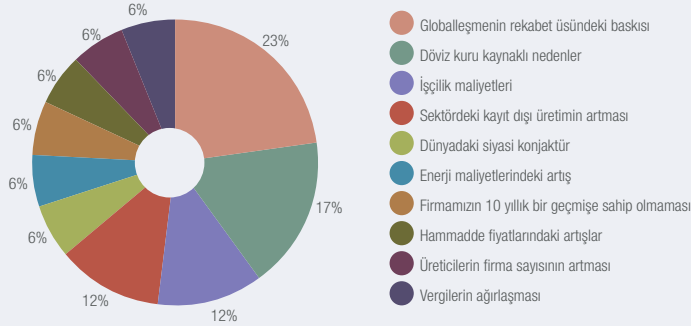




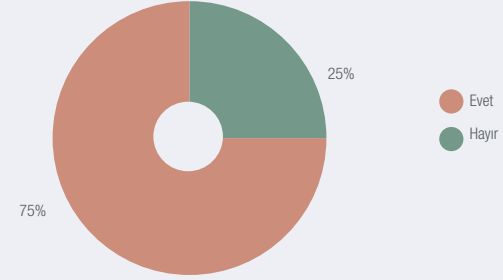
91. Cevabınız "Evet" ise bunu sağlayan faaliyetleriniz veya buna ortam sağlayan dış koşulları belirtir misiniz? (5 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



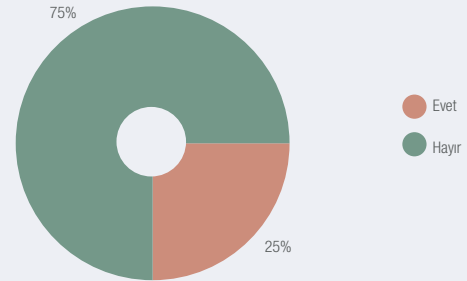
92. Cevabınız "Hayır" ise bunun sebeplerini belirtir misiniz? (7 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



93. Faaliyet alanınızda gelecekte daha avantajlı konumda olacağınızı düşünüyor musunuz? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

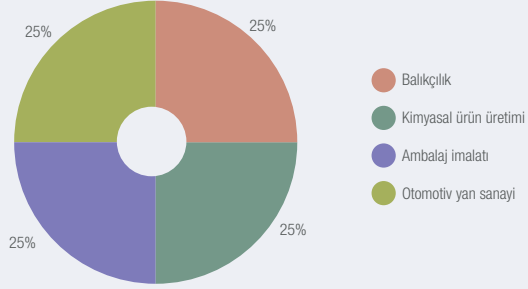


94. Gelecekte başka sektörlerde veya faaliyet alanlarına girme planlarınız var mıdır? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

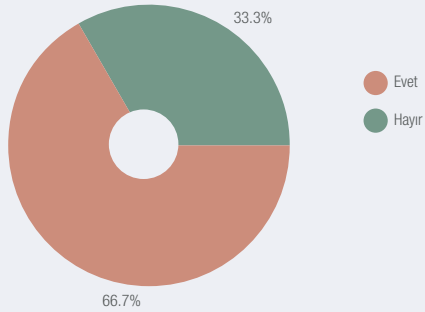




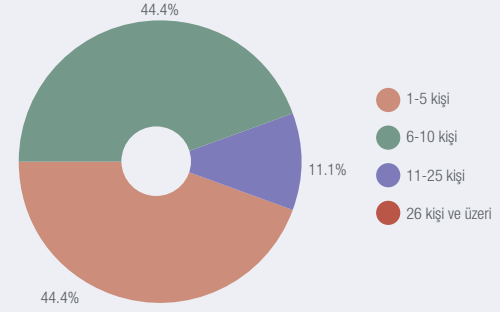
95. Cevabınız "Evet" ise bu sektörler veya faaliyet alanları nelerdir? (3 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



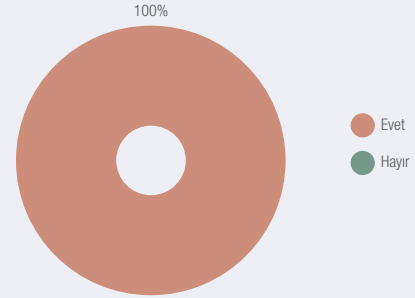
96. İşletmeniz bünyesinde tasarım birimi var mı? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



97. İşletmeniz bünyesinde tasarım birimi var ise bu birimde kaç kişi çalışmaktadır? (9 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

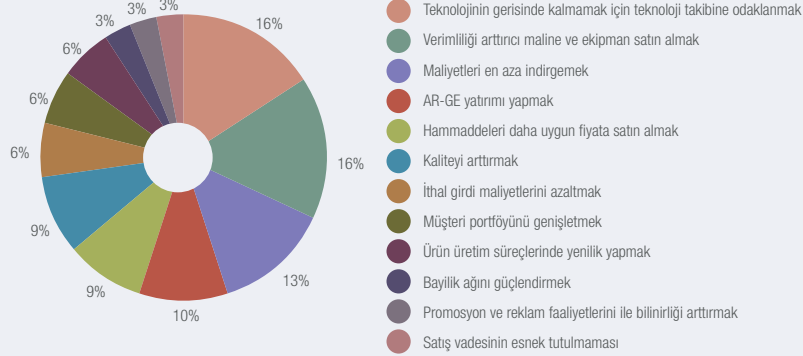


98. Kendi markanız veya marka çalışmanız var mıdır? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

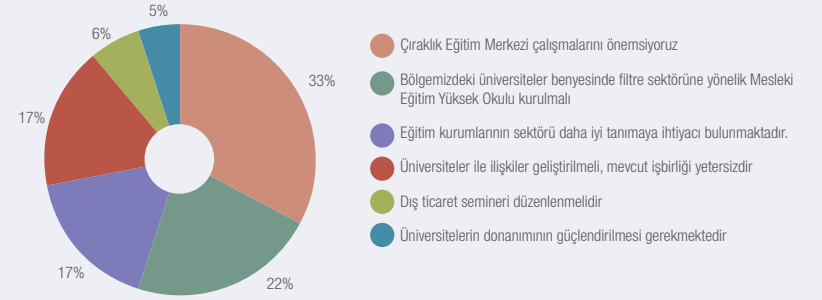




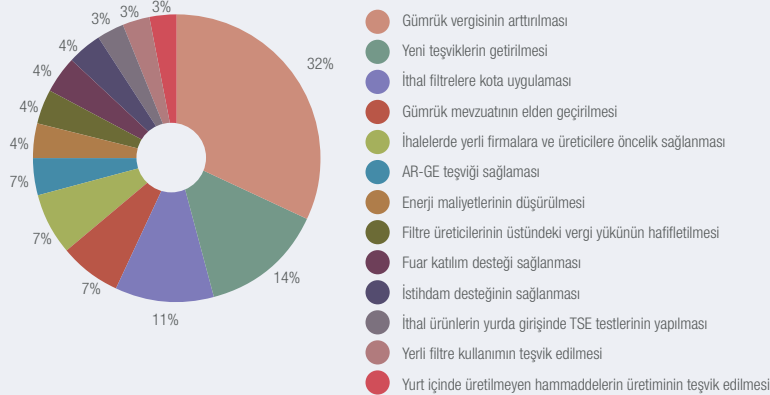
99. Firmanızın rekabet gücünü artırmak için sizin yapmanız gereken işler nelerdir? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



101. Sektörün ihtiyaçlarının karşılanması ve geliştirilmesi adına mesleki eğitim kurumları ile yapılan işbirliği hakkındaki düşünceleriniz nelerdir? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



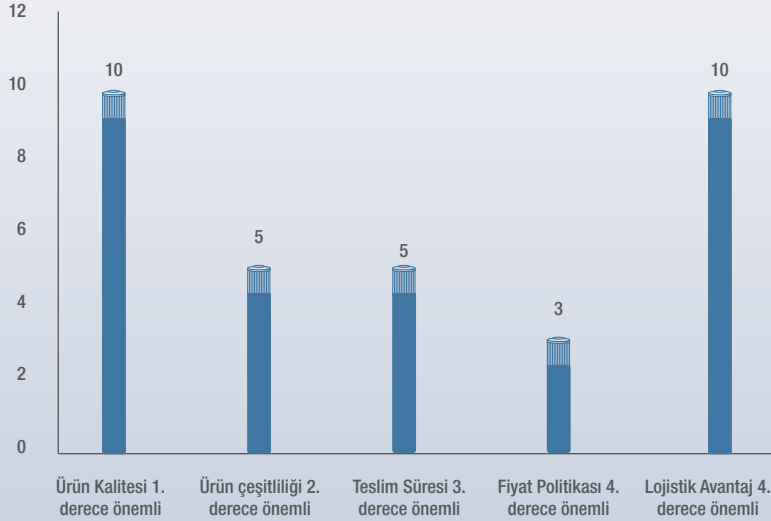
100. Firmanızın rekabet gücünü artırmak için kamu kurumlarının yapması gereken işler nelerdir? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)





102. Sizce müşterileriniz sizi hangi nedenlerden dolayı tercih ediyor? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)¹²

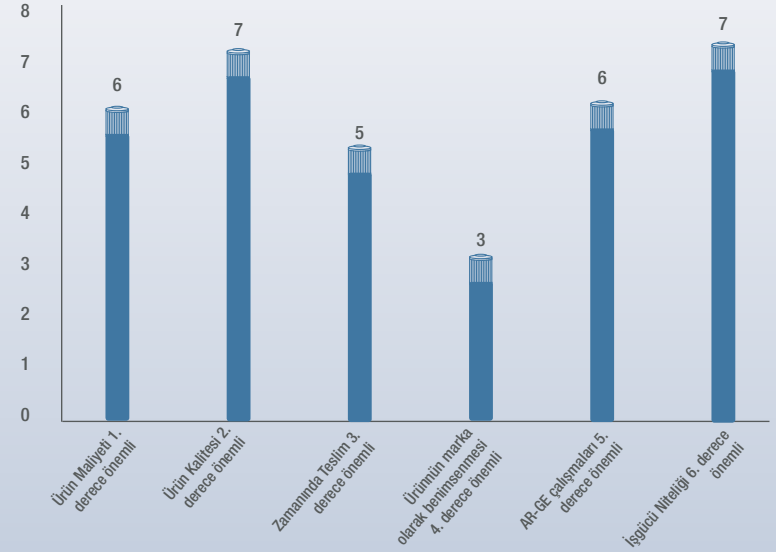
Önem Derecesi	Ürün Kalitesi	Lojistik Avantaj	Ürün Çeşitliliği	Teslim Süresi	Fiyat Politikası	Orijinal ürüne en yakın kalitede ürün üretimi	Müşteri Yönetim Sistemi
1. derece önemli	10	-	-	-	2	-	-
2. derece önemli	1	-	5	2	4	-	-
3. derece önemli	1	-	4	5	2	-	-
4. derece önemli	-	-	3	5	3	-	1
5. derece önemli	-	10	-	-	1	1	-
6. derece önemli	-	2	-	-	-	-	-



¹² Tablonun nasıl okunacağı ile ilgili olarak örnek vermek gerekirse, 10 adet firma Ürün Kalitesini müşterilerinin kendilerini tercih etmesindeki 1. derece sebep olarak görürken, 2 adet firma Fiyat Politikalarının müşterilerinin kendilerini seçmelerindeki 1. Derece sebep olarak görmektedir.

103. Sektörde rekabet gücünü belirleyen en önemli unsurlar nedir? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)¹³

Önem Derecesi	AR-GE Çalışmaları	İşgücü Niteliği	Üretim Maliyeti	Ürün Kalitesi	Zamanında Teslim	Ürünün marka olarak benimsenmesi
1. derece önemli	1	1	6	3	-	1
2. derece önemli	-	-	3	7	-	2
3. derece önemli	-	1	1	1	5	4
4. derece önemli	3	1	1	1	3	3
5. derece önemli	6	2	1	-	1	2
6. derece önemli	2	7	-	-	3	-

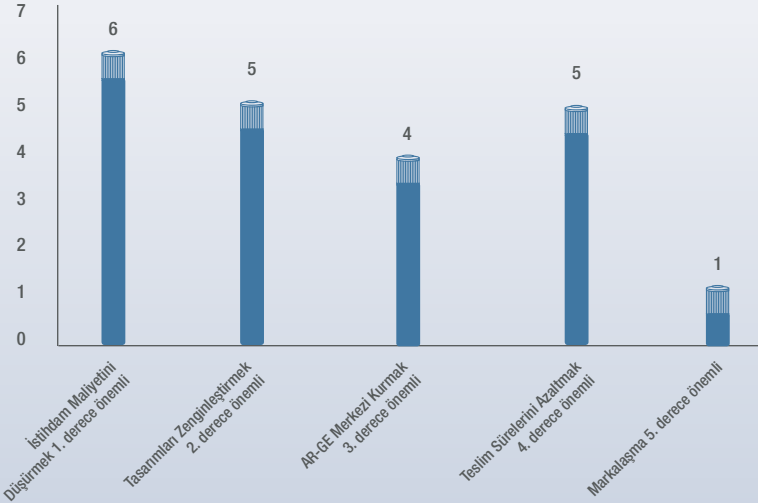


¹³ Tablonun nasıl okunacağı ile ilgili olarak örnek vermek gerekirse, 6 adet firma Üretim Maliyetini sektörde rekabet gücünü belirleyen 1. derece önemli unsur olarak görürken, 3 adet firma Ürün Kalitesinin sektörde rekabet gücünü belirleyen 1. derece önemli unsur olarak görmektedir.



104. İşletmenizin pazardaki payını arttırmak için yapmanız gerekenler nelerdir? (11 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)¹⁴

Önem Derecesi	AR-GE Merkezi Kurmak	İstihdam Maliyetini Düşünmek	Tasarımları Zenginleştirmek	Markalaşma	Teslim Sürelerini Azaltmak
1. derece önemli	1	6	4	-	-
2. derece önemli	2	1	5	1	2
3. derece önemli	4	2	1	-	3
4. derece önemli	4	2	-	-	5
5. derece önemli	-	-	1	-	1

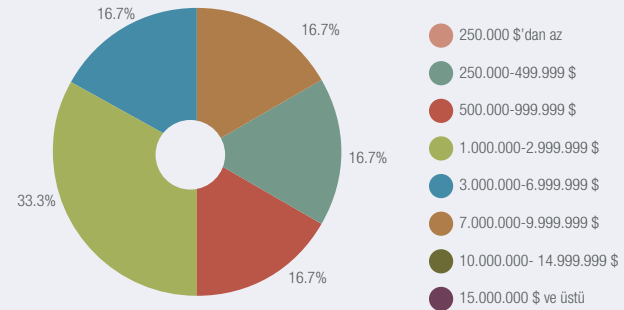


¹⁴ Tablonun nasıl okunacağı ile ilgili olarak örnek vermek gerekirse, 6 adet firma İstihdam Maliyetini Düşürmelerinin kendi firmalarının pazardaki payını arttırmak için 1. derece önemli unsur olarak görürken, 4 adet firma Tasarımlarını Zenginleştirmenin kendi firmalarının pazardaki payını arttırmak için 1. derece önemli unsur olarak görmektedir.

105. Üretim maliyetlerinizdeki kalemlerin oranlarını toplam %100 olacak şekilde belirtir misiniz? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

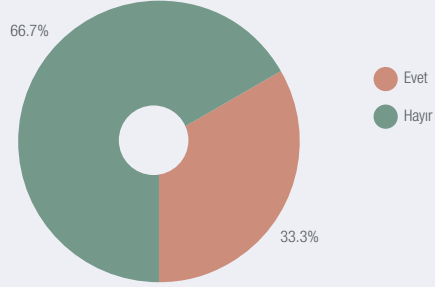


106. Yıllık toplam üretim maliyetiniz nedir? (6 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

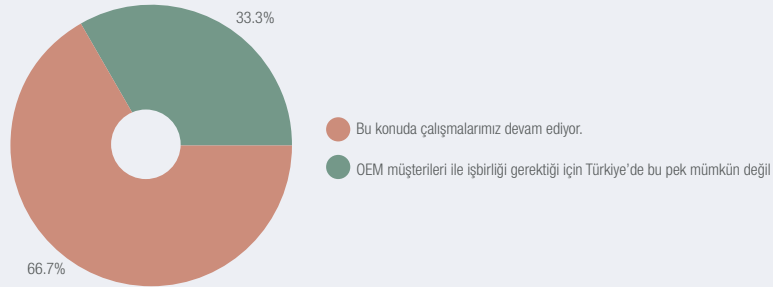




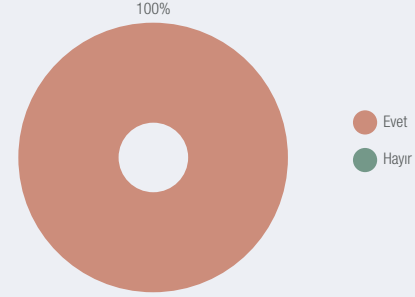
107. Patentli ürünleriniz var mıdır? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



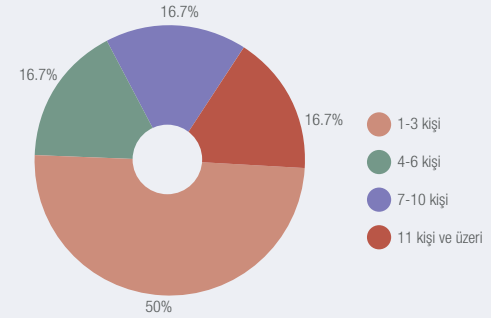
108. Patentli ürünleriniz yok ve bu konu ile ilgili çalışmalarınız var ise bu çalışmalar ile ilgili bilgi verebilir misiniz? (3 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



109. Pazarlama biriminiz var mıdır? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

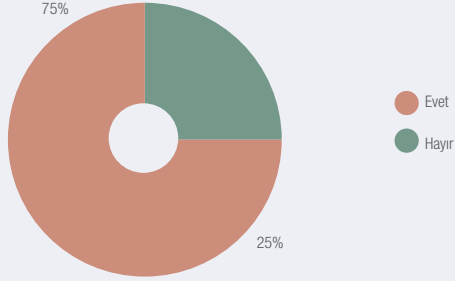


110. Pazarlama biriminiz var ise bu birimde kaç kişiyi çalıştığını belirtir misiniz? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)

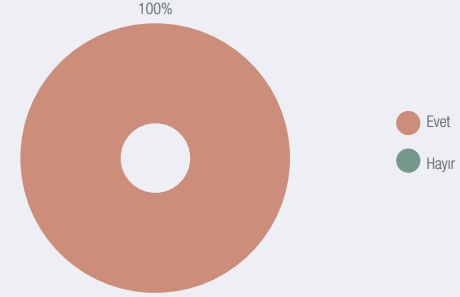




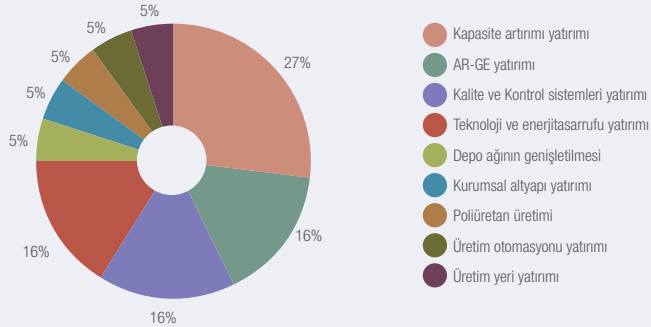
111. Yatırım planlarınız var mıdır? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



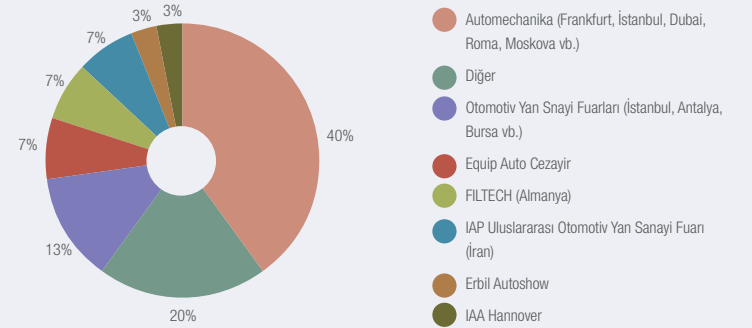
113. Fuar organizasyonlarına katılıyor musunuz? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



112. Yatırım planlarınız var ise bu yatırım planı hakkında bilgi verebilir misiniz? (9 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)



114. Fuar organizasyonlarına katılıyor iseniz bu fuar organizasyonlarından önemli gördüklerinizi ismen belirtir misiniz? (12 adet firma bu soruya yanıt vermiştir.)





Kaynakça

Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Ana Bilim Dalı, Sevdanur DURMUŞ, Otomotiv Sektörünün İktisadi Analizi, Yüksek Lisans Tezi, 2014

Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Otomotiv Sektör Raporu (2013/1), 2014, Link: <http://www.sanayi.gov.tr/Files/Documents/otomotiv-sektoru-raporu-2-16042013165101.pdf>

Ekonomi Bakanlığı, Otomotiv Ana ve Yan Sanayii Sektörü, 2014, Link: <http://www.ekonomi.gov.tr/portal/faces/home/ihracat/sectorler>

İstanbul Ticaret ve Sanayi Odası, Otomotiv Sektör Raporu, Link: <http://www.ito.org.tr/Dokuman/Sektor/1-69.pdf>

Kalkınma Bakanlığı, Onuncu Kalkınma Planı (2014-2018) Özel İhtisas Komisyonu Raporları, Otomotiv Sanayi Çalışma Grubu Raporu, 2014, Link: <http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/zet%20htisas%20Komisyonu%20Raporlar/Attachments/236/Otomotiv%20Sanayi.pdf>

MAHLE Aftermarket, Products & Services, Link: <http://www.mahle-aftermarket.com/na/en/products-&-services/filters/oil-filters/#hydraulicspin-onfiltersan>

OICA (International Organization of Motor Vehicle Manufacturers), Production Statistics, 2015, Link: <http://www.oica.net/category/production-statistics/>

TÜİK, Sınıflama Sunucusu, Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu Cetveli, GTIP 2015 (GTİP 2015), Link: <http://tuikapp.tuik.gov.tr/DIESS/SiniflamaSurumDetayAction.do?surumId=838&turl-d=3&turAdi=%203.%20D%C4%B1%C5%9F%20Ticaret%20S%C4%B1n%C4%B1flama-lar%C4%B1>

TÜİK, Haber Bülteni, Motorlu Kara Taşıtları, Ağustos 2015, Link: <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18770>

Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı, Dünya ve Türkiye Otomotiv Sektörü, 2013, Link: <http://www.odd.org.tr/folders/2837/categorial1/docs/821/ic%20dokumanlar.pdf>

Türkiye İhracatçılar Meclisi, 2004 – 2013 Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye Ürün Bazlı İhracat Verisi, 2014

Türkiye Otomotiv Ticaret Meclisi Sektör Raporu, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, 2012, Link: <http://www.tobb.org.tr/Documents/yayinlar/2014/20140127-OtomobilSektoruRaporu.pdf>

Türkiye'nin Filtre Sektörü ve Gelişimi, Necati Terziöz, SUBCONTURKEY Yan Sanayi Ürünleri Gazetesi, Nisan 2011, Link: <http://www.subconturkey.com/2011/Nisan/koseyazisi-Turkiyenin-Filtre-Sektoru-ve-Gelisimi.html>

Yayında emeği geçen Ajans Personelerimize teşekkür ederiz.

Hazırlayan Ahmet TEKT AŞ

Genel Yayın Koordinasyonu Erva Zeynep BUDAKFigen GÖKŞEN

Fotoğraf Serhat Zafer ÜLGÜR

Notlar

