

T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI
ÜRETİM YÖNETİMİ ve PAZARLAMA BİLİM DALI

KONYA’DA FAALİYET GÖSTEREN OTOMOTİV YAN SANAYİ
İŞLETMELERİ’NİN İHRACATTA YAŞADIĞI SORUNLAR ve ÇÖZÜM
ÖNERİLERİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN

Yrd. Doç. Dr. Muammer ZERENLER

HAZIRLAYAN

İsmail ÜNVER
054227021005

KONYA-2008

İÇİNDEKİLER

Bilimsel Etik Sayfası.....	vi
Teşekkür.....	vii
Özet.....	viii
Summary.....	ix
Kısaltmalar.....	x
Tablolar Listesi.....	xi
Giriş.....	1

I. BÖLÜM

İHRACAT KAVRAMI

1.1.1.1.İhracat Kavramının Tanımı.....	3
1.2.1.2. İhracatın Kapsamı ve Önemi.....	4
1.3. İhracat Çeşitleri.....	5
1.3.1. Özellik Arz Etmeyen İhracat	6
1.3.2. Kayda Bağlı İhracat.....	6
1.3.3. Özellik Arz Eden İhracat.....	8
1.3.3.1. Kredili İhracat.....	8
1.3.3.2. Konsinye İhracat.....	8
1.3.3.3. İthal Edilmiş Malların İhracı.....	10
1.3.3.4. Serbest Bölgelere Yapılacak İhracat.....	10
1.3.3.5. Bağlı Muamele veya Takas Yoluyla Yapılacak İhracat.....	11
1.3.3.6. Ticari Kiralama Yoluyla Yapılacak İhracat.....	12
1.3.3.7. Transit Ticaret.....	13
1.3.3.8 Bedelsiz İhracat.....	14
1.3.3.9. Yurt Dışı Fuar ve Sergilere Katılım.....	15
1.3.3.10. Dolaylı Ofset Kapsamında Yapılacak İhracat.....	15
1.3.3.11. Yurtdışı Müteahhitlik Hizmetleri Kapsamında Yapılacak Hizmetler.....	15

1.3.4. Sınır Ticareti.....	16
1.3.5. Geçici İhracat.....	16
1.4. İhracatta Kullanılan Bazı Ödeme Şekilleri.....	17
1.4.1. Peşin Ödeme.....	17
1.4.2. Mal Mukabili Ödeme.....	19
1.4.3. Kabul Kredili Ödeme.....	20
1.4.4. Akreditifli Ödeme.....	21
1.4.5. Vesaik Mukabili Ödeme.....	25
1.5. İhracatta Kullanılan Bazı Teslim Şekilleri.....	26
1.5.1. İş Yerinde Teslim/ Ex- Works (EXW)	27
1.5.2. Gemi Bordasında Teslim/ Free On Board (FOB)	28
1.5.3. Gemi Doğrultusunda Teslim/ Free Alongside Ship (FAS).....	29
1.5.4. Taşıyıcıya Teslim/ Free Carrier (FCA)	29
1.5.5. Mal Bedeli ve Navlun Ödenmiş Olarak Teslim/ Cost and Freight (CFR).....	30
1.5.6. Mal Bedeli, Sigorta ve Navlun Ödenmiş Olarak Teslim/ Cost, Insurance and Freight (CIF)	31
1.5.7. Taşıma Ücreti Ödenmiş Olarak Teslim / Freight Carriage Paid to CPT.....	32
1.5.8. Taşıma ve Sigorta Bedeli Ödenmiş Olarak Teslim / Carriage and Insurance Paid to (CIP)	32
1.5.9. Sınırdaki Teslim/ Delivered At Frontier (DAF)	33
1.5.10. Gümrük Resmi Ödenmeksizin Teslim / Delivered Duty Unpaid (DDU)	33
1.5.11. Gümrük Resmi Ödenmiş Teslim / Delivered Duty Paid (DDP).....	34
1.5.12. Rıhtımda Teslim / Delivered Ex-Quay (DEQ)	34
1.5.13. Gemide Teslim / Delivered Ex-Ship (DES)	35

II. BÖLÜM

TÜRKİYE’DE İHRACATIN TARİHSEL GELİŞİMİ

2.1. 1820-1923 Dönemleri Arası İhracat.....	37
2.2. 1923-1940 Dönemleri Arası İhracat.....	41
2.3. 1940-1960 Dönemleri Arası İhracat.....	45
2.4.1960-1980 Dönemleri Arası İhracat.....	48
2.4.1. Birinci Beş Yıllık Plan Dönemi (1963-1967)	50
2.4.2. İkinci Beş Yıllık Plan Dönemi (1968-1972)	51
2.4.3. Üçüncü Beş Yıllık Plan Dönemi (1973-1977)	51
2.4.4. Dördüncü Beş Yıllık Plan Dönemi (1977-1980)	52
2.5. 1980-2000 Dönemleri Arası İhracat.....	53
2.6. 2000-2007 Dönemleri Arası İhracat.....	56

III. BÖLÜM

TÜRK OTOMOTİV YAN SANAYİ

3.1. Otomotiv Yan Sanayinin Tanımı ve Kapsamı.....	59
3.1.1.Otomotiv Yan Sanayinin Tanımı.....	59
3.1.2. Otomotiv Yan Sanayinin Önemi ve Kapsamı.....	60
3.2. Türkiye’de Otomotiv Yan Sanayi.....	64
3.2.1.Türkiye’de Otomotiv Yan Sanayinin Kuruluşu ve Tarihsel Gelişimi.....	64
3.2.2. Türk Otomotiv Yan Sanayinin Durumu ve Genel Yapısı.....	67
3.2.3. Türk Otomotiv Yan Sanayisinin İstihdam ve Üretimi.....	69
3.2.4. Türk Otomotiv Yan Sanayisinin SWOT Analizi.....	71
3.2.5. Türk Otomotiv Yan Sanayinin İhracatı.....	73

IV. BÖLÜM

KONYA İLİ OTOMOTİV YAN SANAYİ

4.1. Konya İli'nin Genel Durumu.....	82
4.2. Konya Sanayisi.....	83
4.3. Konya İli İhracatı.....	85
4.4. Konya İli Otomotiv Yan Sanayi.....	87
4.4.1. Genel Durum.....	87
4.4.2. Konya Otomotiv Yan Sanayisinin SWOT Analizi.....	90

V. BÖLÜM

KONYA'DA FAALİYET GÖSTEREN OTOMOTİV YAN SANAYİ FİRMALARININ İHRACATTA KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR ÜZERİNE AMPİRİK BİR ÇALIŞMA

5.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Önemi.....	91
5.1.1. Araştırmanın Amacı.....	91
5.1.2. Araştırmanın Kapsamı.....	92
5.1.3. Araştırmanın Önemi.....	92
5.2. Araştırmanın Hipotezleri ve Yöntemi.....	92
5.2.1. Araştırmanın Hipotezleri.....	92
5.2.2. Araştırmanın Yöntemi.....	93
5.2.2.1. Veri Toplama Yöntemi.....	94
5.2.2.2. Örneklem.....	94
5.2.2.3. Anket Formunun Hazırlanması.....	94
5.2.2.4. Verilerin Analizi.....	95
5.2.2.5. Araştırma Bulguları.....	95

SONUÇ	111
KAYNAKLAR	120
EK-1 ANKET FORMU	132
ÖZGEÇMİŞ	137

BİLİMSEL ETİK SAYFASI

Bu tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel etiğe ve akademik kurallara riayette üstün özen gösterildiğini ve dikkat edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak kaynak gösterimi yapıldığını bildiririm.

İsmail ÜNVER

TEŞEKKÜR

Değerli Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı Başkanı Prof. Dr. Mahmut Tekin'e, Yüksek Lisans Tez çalışmamın her aşamasında bilgisini, desteğini ve sabrını esirgemeyen tez danışmanım değerli hocam Yrd. Doç. Dr. Muammer Zerenler Bey'e, çalışmama katkıda bulunan MÜSİAD Konya Şubesi'nin Muhterem Başkanı Selçuk Öztürk'e, Yönetimine, Üyelerine ve Genel Merkezi'ne ve çalışmanın içeriğinde yardımlarını esirgemeyen tüm odalara, derneklere, kurum ve kuruluşlara, çalışmamın hazırlanmasında kullanmış olduğum kaynakların sahiplerine, emeği geçen tüm dostlarıma, iş arkadaşlarıma, Hamdi Bağcı'ya, değerli aileme ve değerli Sıdika Hande Beserek'e teşekkürlerimi sunarım.

ÖZET
KONYA’DA FAALİYET GÖSTEREN OTOMOTİV YAN SANAYİ
İŞLETMELERİ’NİN İHRACATTA YAŞADIĞI
SORUNLAR ve ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

ÜNVER, İsmail

054227021005

Yüksek Lisans Tezi, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı

Tez Danışmanı: Yrd. Doç Dr. Muammer ZERENLER

Ağustos, 2008

Gelişen dünyada ve değişen rekabet koşulları dikkate alındığında her sektördeki işletmelerin kendi sektörlerine uygun strateji ve politikalar takip etmesi gerekmektedir. Dış pazarlara açılmak küreselleşen dünyanın en önemli aktörlerinden biri haline gelmiştir. 2002-2005 yılları arasında ihracatımız 36.1 milyar dolar iken, 2006 yılı sonunda ise 85,1 milyar dolara 2007 sonu itibari ile ise de bu rakam 107 milyar dolara ulaşmıştır. İhracatımızda yaşanan olumlu gelişmeler, ileri dönemlerdeki ihracat hedeflemelerimize ulaşabileceğimiz yönünde cesaretimizi artırmaktadır. Ancak, bugün itibariyle ortaya çıkan tabloya bakıldığında, bütün olumlu gelişmelere rağmen ihracat ve ihracatçılarımızın yatırım-üretim-ihracat ekseninde hammadde ve yarı-mamul temini, girdi maliyetleri, ihracata uygun döviz kuru ve pazarlama sorunları gibi bir dizi etkenden olumsuz etkilendiği anlaşılmaktadır. (MÜSİAD Konya Şubesi, 2007: 5)

Öncelikle İhracat kavramının tanım ve kapsamı üzerinde durulduktan sonra ihracat çeşitleri sunulmuştur. Daha sonra ihracatta kullanılan ödeme ve teslim şekillerine değinilmiş ardında, otomotiv yan sanayinin tanımı, kapsamı ve sektörle ilgili değerlendirmeler yapıldıktan sonra Türk Otomotiv Yan Sanayi hakkında bilgiler verilmiştir. Daha sonra Konya İli öncelikle sosyo-ekonomik yapısı ile ele alınmış ve daha sonra ilin otomotiv yan sanayindeki durumu hakkında bilgi verilmiştir. Son bölümde ise yapılan anket çalışması ile Konya’da faaliyet gösteren

yan sanayi işletmelerinin ihracatta karşılaştıkları sorunlar ortaya çıkarılarak, bu sorunlara ilişkin çözüm önerileri sunulmaya çalışılmıştır.

ABSTRACT

THE PROBLEMS OF THE CORPORATIONS OPERATING IN AUTOMOTIVE SIDE/SUBORDINATE INDUSTRY SECTOR IN KONYA IN EXPORT and PROPOSED SOLUTIONS

ÜNVER, İsmail

054227021005

Master Degree Thesis, Production Management and Marketing Department

Thesis Consultant: Ass. Prof. Dr. Muammer ZERENLER

Agust, 2008

When taking the developing world and the changing competition conditions into consideration, the organizations in each sector are required to follow up the strategies and policies congruent to their sectors. Opening out to the foreign markets has been one of the most significant actors of the globalizing world. While our export between the years 2002-2005 was US\$ 36.1 billion, this figure has achieved US\$ 85,1 billion at the end of 2006 and US\$ 107 billion as of the end of 2007. The positive progress experienced with our export encourages us that we will achieve our export targets in the coming periods. However, when we monitor the scene which has come in view as of today, it is understood that the export and our exporters are negatively affected by some factors such as raw material and semi-product supplying, entry costs, reasonable currency in export and marketing problems in the axis of investment-production-export in spite of all these positive developments. (MÜSİAD Konya Branch, 2007: 5)

After giving point to the description and scope of the export concept primarily, the export types have been presented. Then the payment and delivery modes which are used with the export are referred; afterwards the information about the Turkish Automotive Side/Subordinate Industry is given after evaluation related to the description, scope and sector of automotive side/subordinate industry. Later on,

the province of Konya is discussed about her socio-economical structure and then the information about the state of the province in the automotive side/subordinate industry is given.

KISALTMALAR

A.B.D.	: Amerika Birleşik Devletleri
AB	: Avrupa Birliği
AET	: Avrupa Ekonomi Topluluğu
DİE	: Devlet İstatistik Enstitüsü
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
DTM	: Dış Ticaret Müsteşarlığı
DTÖ	: Dünya Ticaret Örgütü
GB	: Gümrük Birliği
ICC	: International Chamber of Commercial
IMF	: International Monetary Fund
ISIC	: International Standart Industrial Classification
İSO	: İstanbul Sanayi Odası
İTO	: İstanbul Ticaret Odası
KDV	: Katma Değer Vergisi
KOBİ	: Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletme
KOS	: Konya Organize Sanayi Bölgesi
KSO	: Konya Sanayi Odası
KTO	: Konya Ticaret Odası
MÜSİAD	: Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği
OEM	: Original Equipment Manufacturer
OSB	: Organize Sanayi Bölgesi
TAYSAD	: Taşıt Araçları Yan Sanayicileri Derneği
TCMB	: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
UİB	: Uludağ İhracatçıları Birliği

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo- 1: Teslim Şekillerinde Maliyet-Risk Çizelgesi.....	36
Tablo- 2: 1830-1911 Osmanlı İmparatorluğu İhracat ve İthalatı ve Başlıca Ülkelere Göre Dağılımı.....	40
Tablo- 3: 1923-1940 Dönemleri Arası Dış Ticaret Rakamları.....	44
Tablo- 4: 1940-1960 Dönemleri Arası Dış Ticaret Rakamları.....	47
Tablo- 5: 1960-1980 Dönemleri Arası Dış Ticaret Rakamları.....	49
Tablo- 6: 1980-2000 Dönemleri Arası Ticaret Rakamları.....	56
Tablo- 7: 2000-2007 Dönemleri Arası Dış Ticaret Rakamları.....	58
Tablo- 8: 1993-1997 Yılları Arası Otomotiv Sektörü Ciroları.....	66
Tablo- 9: 1996-1998 Otomotiv Yan Sanayi Temel Göstergeleri.....	67
Tablo- 10: Türk Otomotiv Yan Sanayinin 2006 Yılı Sonu İtibari İle Ekonomimize Katkısı.....	69
Tablo- 11: 1997-2001 Yılları Arası Türk Otomotiv Yan Sanayinde Üretim.....	70
Tablo- 12: 2002-2004 Yılları Arası Türk Otomotiv Yan Sanayinde Üretim.....	70
Tablo- 13: 1990-1992 Yılları Arası Otomotiv Yan Sanayi İhracat Rakamları.....	73
Tablo- 14: 1993-2007 Yılları Arası Otomotiv Yan Sanayi İhracatı.....	74
Tablo- 15 : 1998-2007 Yılları Arası Otomotiv Ana-Yan Sanayi İhracat Rakamları..	75

Tablo- 16: Mal Grupları İtibari İle 1998-2007 Yılları Arası Otomotiv Ana ve Yan Sanayi İhracat Rakamları.....	81
Tablo- 17: Devlet, İl ve Köy Yollarının Durumu.....	82
Tablo- 18: Konya I. OSB ve Konya Organize Sanayi Bölgesinde Faaliyet Gösteren Firmaların Sektörel Dağılımı	84
Tablo- 19: En Fazla İhracat Gerçekleştirilen 10 Ülke.....	86
Tablo- 20: 2001-2007 Yılları Konya İlindeki İhracatçı Firmaların Sayısı.....	86
Tablo- 21: 2001-2007 Yılları Konya İl Merkezinde Kayıtlı Firmaların İhracat Rakamları..	87
Tablo- 22: Bursa-Konya Otomotiv Yan Sanayi Mukayesesi (2004).....	88
Tablo- 23: Konya Sanayi Odası'na Üye Firmaların Otomotiv Yedek Parça Üretim Kapasiteleri.....	89
Tablo- 24: Araştırmaya Katılan İşletmelerin Unvanları.....	96
Tablo- 25: Araştırma Anketini Dolduran Yetkilinin Görevi.....	96
Tablo- 26: İşletmelerin İstihdam sayıları.....	97
Tablo- 27: İşletmelerin Üst Yönetiminin Yürütölme Şekli.....	97
Tablo- 28: İşletmelerin Faaliyet Süreleri.....	98
Tablo- 29: İşletmelerin Ürün Grupları.....	98
Tablo- 30: İşletmelerin Kalite Belgesi Sahiplik Durumu.....	99

Tablo- 31: İşletmelerin Sahip Oldukları Kalite Belgeleri.....	99
Tablo- 32: İşletmelere Göre Geleceklerini Tehdit Eden Unsurların Önem Dereceleri.....	100
Tablo- 33: İşletmelerin İhracat Yapma Süreleri.....	100
Tablo- 34: İşletmelerin Ayrı Bir İhracat Departmanı Olma Durumu.....	101
Tablo- 35: İşletmelerin İhracat Departmanında Yabancı Dil bilen Personel Sayısı.....	101
Tablo- 36: İşletmelerin 2007 yılı Sonu İtibarı İle İhracatlarının Üretime Oranı.....	102
Tablo- 37: İşletmelerin En Fazla İhracat Gerçekleştirdikleri Ülkeler/1. Sıra.....	102
Tablo- 38: İşletmelerin En Fazla İhracat Gerçekleştirdikleri Ülkeler/2. Sıra.....	103
Tablo- 39: İşletmelerin En Fazla İhracat Gerçekleştirdikleri Ülkeler/3. Sıra.....	103
Tablo- 40: İşletmelerin Dış Pazarlarda Yurt Dışı Rakiplerine Göre Dezavantajlı Yönlerinin Önem Dereceleri.....	104
Tablo- 41: İşletmelerin Dış Pazarlarda Yurt Dışı Rakiplerine Göre Dezavantajlı Yönlerine İlişkin Hipotezler.....	105
Tablo- 42: İşletmelerin Yurtdışı Fuarlara Katılma Durumları.....	106
Tablo- 43: İşletmelerin Teşviklerden Yararlanma Durumları.....	107

Tablo- 44: İşletmelerin İhracatta Karşılaştıkları Sorunların Önem Dereceleri.....	107
---	-----

Tablo-45: İşletmelerin Otomotiv Yan Sanayi Sektörüne İlişkin Değerlendirmeleri.....	108
---	-----

Tablo- 46: Otomotiv Yan Sanayine İlişkin Hipotezler.....	109
--	-----

GİRİŞ

Gelişen dünyada ve değişen rekabet koşulları dikkate alındığında her sektördeki işletmelerin kendi sektörlerine uygun strateji ve politikalar takip etmesi gerekmektedir. Dış pazarlara açılmak küreselleşen dünyanın en önemli aktörlerinden biri haline gelmiştir.

2006 yılı sonunda 85,1 milyar dolar olan ülkemiz ihracatı 2007 sonu itibari ile 107 milyar dolara ulaşmıştır. İhracatımızda yaşanan olumlu gelişmeler, gelecek için ihracat hedeflemelerimize ulaşabileceğimiz yönünde cesaretimizi artırmaktadır (MÜSİAD Konya Şubesi, 2007: 5).

Dış ticaret açısından Konya sanayisi, Konya ve Konya dışı gümrüklerde toplamda 1 milyar doları aşan ihracatı ile ülkemizin genel büyüme kapasitesine, üretim ve ticaret ayağıyla ciddi bir katkıda bulunmuştur. Ancak, Ülkemizin ihracat rakamlarını ele aldığımızda, kişi başı düşen ihracat tutarı açısından bir değerlendirme yapacak olursak, Konya'mızın ihracatının 3 milyar dolar seviyelerinde olması gerektiği açıktır.

30 bini aşkın KOBİ'si ile tam bir KOBİ başkenti olan Konya'daki firmaların yüzde 55'i ihracat yapmaktadır. Yaklaşık 106 ülkeye 80 değişik kalemde mal ihraç eden sanayimizin ihracatındaki en büyük payı, otomotiv, endüstriyel makine, gıda, kimya ve metal sektörleri oluşturmaktadır. Konya OSB'de 278 sanayi kuruluşu faaliyet göstermekte ve üretim yapmaktadır. Bu talepleri karşılamak için arsa alanı genişletme çalışmaları sürmektedir (www.konyahaber.com/haber/ksodan-2006-yili-degerlendirmesi-19108.htm, 08.07.2008).

Konya'da otomotiv sektörü, ihracatın önünü açan lokomotif sektörlerin başında geldiği açıktır. Konya sanayisi için itici bir güç olduğu kesindir. Sanayi üretiminin önemli bir kısmını otomotiv yedek parça teşkil eder (Turan, 2006: 20).

Konya İli için böylesi önemli bir alanda faaliyet gösteren otomotiv yan sanayi işletmelerinin yaşadıkları ihracat sorunları ve yaşamaları muhtemel sorunları da değinmeye özen gösterecek olan çalışmamızda sorunlara ilişkin çözüm önerileri de sunulmaya çalışılmıştır.

Çalışma, konu işleniş açısından dört ana bölüme ayrılmıştır:

Birinci bölümde, İhracat konusuna genel bir bakış yapılarak daha çok kavram ve kapsam ele alınmıştır.

İkinci bölümde, Türkiye’de ihracatın durumu ele alınarak ihracatın Türkiye gelişimi kronolojik sıra ile incelenecek ihracat üzerinde değerlendirmelerde bulunulmuş ve sorunlar çözüm önerileri sunulmak üzere gözden geçirilmiştir.

Üçüncü bölümde, Otomotiv Sanayi konusunda genel bir bilgi verilmiş ardından Türkiye Otomotiv Sanayi incelendikten sonra Otomotiv Yan Sanayi konusu Türkiye geneli ile ele alınmıştır.

Dördüncü bölümde, konu Konya İli çerçevesinde incelenmiştir. Konya İli’nin mevcut sanayi potansiyeli ve otomotiv yan sanayisi hakkında bilgiler verilmiştir.

Beşinci bölümde ise, Konya’da faaliyet gösteren otomotiv yan sanayi işletmelerinin ihracattaki sorunlarını ampirik bir çalışma ile tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırma ile ortaya sorunlara ilişkin çözüm önerileri sunulmuştur.

BÖLÜM

İHRACAT KAVRAMI

1.3.1.1. İhracat Kavramının Tanımı

Uluslararası ekonomik ilişkilerde en önemli yerlerden birini ihracat teşkil etmektedir. Hiçbir ülke kendi sahip olduğu kaynaklarla ihtiyaçlarını karşılayacak durumda değildir. Bu durum dünya üzerinde bulunan kaynakların kıt, insan ihtiyaçlarının sonsuz olma durumu gerçeğinden kaynaklanmaktadır (Kabal, 2007: 11).

İhracat, ülkelerin ürettikleri ürünleri dünya pazarlarına satmalarını, elde ettikleri döviz ile ihtiyaçlarını karşılamalarına olanak sağlar (Pirtini-Meleme, 2004: 1).

İhracat en kısa olarak tanımlandığında, yurt dışına mal satmak şeklinde tanımlanabilir (Cevahir, 2007:1).

İhracat, bir malın veya değerın ihracat ve gümrük mevzuatı kapsamında fiili ihracatının yapılması, bedelinin (bedelsiz ihracat hariç) ise Kambiyo Mevzuatına göre yurt içine sokulmasıdır (Kınoğlu, 2006: 14).

Ürünün ihracata yönelik şekilde kaliteli ve uluslararası standartlara ve piyasa şartlarına uygun şekilde üretilmesinden, yurtdışında pazarlanması, reklâm ve tanıtımının yapılması, dış satımının gerçekleştirilmesi, en uygun ambalaj ve nakliye biçiminin seçilmesi, ihracatçının ülkesindeki dış ticaret mevzuatını bilerek zamanında gerekli işlemleri tamamlaması ve ürünün istenilen yere zamanında teslimine kadarki çeşitli aşamalardan geçerek gerçekleşir (<http://tr.wikipedia.org/wiki/%C4%B0hracat>, 08.07.2008).

Aynı zamanda ihracat, kazanç elde etmek amacıyla müşteri gruplarının ihtiyaçlarını, isteklerini ve tercihlerini gidermek için işletme olanaklarının değerlendirilmesi, planlanması, kullanılması ve denetlenmesi eylemlerinin uluslararası alanda yürütölme işlemidir (Dünder, 2006:4).

İhracat Yönetmeliğine bakıldığında ihracat; bir malın veya değerin yürürlükteki İhracat Mevzuatı ile Gümrük Mevzuatı'na uygun şekilde fiili ihracatının yapılması ve Kambiyo Mevzuatı'na göre bedelinin (bedelsiz ihracat hariç) yurda getirilmesi veyahut Müsteşarlıkça ihracat olarak kabul edilecek sair çıkışlardır (www.gumruk.gov.tr/ihracat.aspx, 16.05.2008).

1.4.1.2. İhracatın Kapsamı ve Önemi

Dış ticaretteki denge, tüm ülkelerde olduğu gibi Türkiye’de de en önemli mevzulardan biridir. Bir ülkede kişi başına düşen milli geliri arttırmak için ihracat-ithalat dengesinde ihracatın ağır basması gerekir. İhracat rakamlarının yüksek olması ülke ekonomisinin de o kadar iyi olması demektir. İhracat, uzmanlaşmı ve etkinliği teşvik etmektedir. Ülkenin sahip olduğu kaynakları etkin bir şekilde değerlendiren, pazarlama potansiyeli olan ürünlerde/pazarlarda yoğunlaşarak daha etkin üretim, pazarlama ve dağıtım yeteneklerinin geliştirilmesine olanak sağlar (Balantekin, 2006: 2).

Uluslararası ekonomik ilişkiler mal ve hizmet ticareti ile beraber bağımsız ülkeler ya da devletlerarasında gerçekleşen emek, sermaye ve teknoloji alışverişi gibi faaliyetleri kapsar. Oysa ihracat deyimi bağımsız ülkelere mal ve hizmet satımının ifadesidir (Tuncel, 2006: 3).

İhracat, gerek makro ekonomik açıdan ülkeler, gerekse işletmeler yönünden son derece önemli bir konudur. Günümüz ekonomik ortamında ihracat bir işletmenin uzun ömürlü olmasına katkı sağlayan etkenlerden biridir. İhracat ile işletmeler ekonomideki olumsuz gelişmeleri en az zararla atlatabilirler (Balantekin, 2006:1).

Türkiye’de bir işlemin ihracat olabilmesi için İhracat, Gümrük ve Kambiyo Mevzuatına göre işlem yapılması gerekmektedir. Yurtdışı edilen mal ya da değerlerin kesinlikle karşılığı mal ya da değer olarak yurtiçine getirilmelidir (Pirtini-Melemen, 2004: 2).

İhracat bir ülkenin dışarıya satış hareketlerinin toplamını ifade eden ve bir ülkenin ödemeler bilânçosu içinde yer alan en önemli kalemlerinden birini teşkil etmektedir (Kabal, 2007: 11). İkinci önemli kalem ise ithalattır. Ancak bu çalışmamızda ithalat konusu ele alınmayacak olup sadece ihracat kavramı üzerine yoğunlaşılacaktır.

İhracat, gelişen ve gelişmekte olan ülkelerde, büyük ve küçük ekonomilerde, küçük, orta ve büyük işletmelerde; dünya ticaretindeki gelişmeler ışığında önem verilen farklı geliştirme programları ile desteklenen bir faaliyet olarak değerlendirilmelidir. Uluslararası pazarlarda faaliyette bulunmanın en eski ve geleneksel yolu olan ihracat, mal ve hizmetlerin ulusal sınırların dışına gönderilmesidir (Balantekin, 2006: 1).

1.3. İhracat Çeşitleri

“06.01.1996 tarihli, 22515 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren bazı ihracat çeşitleri şunlardır" (www.gumruk.gov.tr/ihracat.aspx, 16.05.2008):

- Özellik Arz Etmeyen İhracat
- Kayda Bağlı İhracat
- Özellik Arz Eden İhracat
- Sınır Ticareti
- Geçici İhracat

1.3.1. Özellik Arz Etmeyen İhracat

İhracı yasak olan veya ön izin gerektiren malların haricinde ya da kayda bağlı olmaksızın gerçekleştirilen ihracat, özellik arz etmeyen ihracattır (Balantekin, 2006: 11). Bu ihracat çeşidinde herhangi bir kısıtlama mevcut değildir ve herhangi bir kurumdan da izin alınmasına gerek yoktur (Dündar, 2006: 8).

Özellik arz etmeyen ihracatla, ihracatçı birliklerine onaylatılmış olan gümrük beyannamesi ile ihracatın gerçekleştirileceği gümrük idaresine başvurarak ihracat işlemini gerçekleştirir (Kızıl-Şoğur, 1997: 109). Uygulamada en fazla karşılaşılan ihracat türüdür (Kemer, 2003: 66).

Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM), ilgili meslek kuruluşları ve bankadan (döviz alım belgesi), Gümrük Beyannamesi ve gerekli diğer belgelerle Gümrük İdaresine müracaat ile ihracat gerçekleştirilir. İhracat bedeli olan döviz ülkeye getirilir. İhracat için kullanılan ihracat kredisi ülkeye getirilerek ihracat kapatılmış olur (<http://www.kobinet.org.tr/hizmetler/bilgibankasi/ekonomi/005.html>, 16.05.2008).

1.3.2. Kayda Bağlı İhracat

Piyasalarda oluşan olağan dışı bir gelişme, ihracata konu olan malda görülen yetersizlik, kamu güvenliği, kamu ahlakı, insan sağlığı, hayvanların, bitkilerin veya çevrenin korunması amacına yönelik önlemler, sanatsal, tarih ve arkeolojik değer ifade eden şeylerin korunması sebepleriyle ihracatta bazı kısıtlamalar uygulanmakta ve ihracı yapılan bazı malların kayda bağlanması gerekmektedir. Bu şekilde gerçekleştirilen malların ihracına Kayda Bağlı İhracat denmektedir (Balantekin, 2006: 11).

İhracat yönetmeliğinin ekinde yayınlanan “Kayda Bağlı İhracat Listesi”nde yer alan malların ihracı kayda bağlı ihracat kapsamına girer (Kızıl-Şoğur, 1997: 109).

06.01.1996 tarihli İhracat Yönetmeliği'nin ekinde 18 madde halinde isimleri yazılı olan bazı ihraç ürünlerinden ve ihracat türlerinden meydana gelen bir liste mevcuttur. Bu ürünlerin ihracı, kayıtların ardından gerçekleştirilir (Kemer, 2003: 66).

Kayda bağlı ihracat listesinde yer alan mallar özelliği gereği ya sadece ihracatçı ülkede bulunmaktadır ya da dünyada kısıtlı olarak bulunan mal cinslerinden biridir. Kayda bağlı ihracatta ihracatçılar, gümrük beyannamesi ile beraber kayıt yapabilmek için ilgili ihracatçı birliklerine müracaat ederler (Dündar, 2006: 8).

İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğince kayda alınmış gümrük beyannamesinin gümrük idarelerine iletme süresi, İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğinin onay tarihinden itibaren uzatılmamak üzere otuz gündür. Ancak, ülkemiz ihraç ürünlerine miktar kısıtlaması uygulayan ülkelere yapılan, kısıtlama kapsamındaki malın ihracına ait kayıt meşruhatı düşülerek onaylanmış gümrük beyannamelerinin gümrük idarelerine iletme süresi, otuz günden daha kısa veya daha uzun olarak Müsteşarlıkça kararlaştırılabilir.

(www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detaymvzt&yayinID=781&icerikID=883&dil=TR, 16.05.2008).

Bazı malların ihracatındaki gelişmelerin hükümet makamları (Dış Ticaret Müsteşarlığı) tarafından çok iyi takip edilmesi gerekmektedir. Bunun nedenlerini (www.kobifinans.com.tr/tr/yazici.php?Article=149&Category=02080101&Where=bilgi_merkezi, 16.05.2008):

- Takip konusu malların ticaret politikaları bakımından taşıdığı stratejik önem,
- Uluslararası anlaşmalar bakımından Türkiye'nin yükümlülüklerini ne ölçüde yerine getirdiğini takip etmek,
- Türk firmalarının ticari menfaatlerini daha etkili koruyabilmek, olarak sıralayabiliriz.

1.3.3. Özellik Arz Eden İhracat

1.3.3.1. Kredili İhracat

İhracat Bedellerinin Türk Parası Kıymetini Koruma Mevzuatı'nda öngörülen süreleri aşacak biçimde ülkeye getirilmesine olanak sağlayan bir ihracat şeklidir (Balantekin, 2006: 11).

Kredili ihracat, uluslararası bankacılık usulleri çerçevesinde gerçekleştirilmektedir. Kredili ihracatta, ihracat bedelleri satış sözleşmesinde belirtilmiş vadeleri izleyen 30 gün içerisinde tahsil edilir (<http://www.kobinet.org.tr/hizmetler/bilgibankasi/ekonomi/005.html>, 16.05.2008).

Kredili ihracat talepleri ile ilgili müracaatlar mal cinsi, ödeme planı ve ödeme süresinin yer aldığı satış sözleşmesinin aslı ve Türkçe tercümesi ile birlikte ihracatçı birliklerine yapılır (www.gumruk.gov.tr/ihracat.aspx, 16.05.2008).

İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğince kredili ihracat meşruhatı düşülerek onaylanmış ihracat işlemlerine ilişkin gümrük beyannamesinin, İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğince onay tarihinden itibaren otuz gün içinde gümrük idarelerine iletilmesigerekmektedir(www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detaymvzt&yayinID=781&icerikID=883&dil=TR, 16.05.2008).

1.3.3.2. Konsinye İhracat

İhracata konu olan malın kesin satışının daha sonra gerçekleştirilmesi şartı ile dış alıcılara, komisyonculara, şube ve temsilciliklerine gönderilmesi biçiminde gerçekleşen ihracat biçimidir (Dündar, 2006: 9).

Konsinye ihracat yapılması için talepler, ilgili ihracatçı birliklerine yapılır. Madde ve/veya ülke politikası açısından Dış Ticaret Müsteşarlığınca yapılacak düzenlemeler kapsamındaki mallarla ilgili konsinye ihraç talepleri Müsteşarlığın görüşü

alındıktan sonra, bunun dışında kalan mallara ilişkin talepler ise doğrudan ihracatçı birlikleri tarafından sonuçlandırılır (www.gumruk.gov.tr/ihracat.aspx, 16.05.2008).

İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğince konsinye ihracat meşruhatı düşülerek onaylanmış gümrük beyannamelerinin otuz gün içinde gümrük idarelerine iletilmesi gerekir

(www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detaymvzt&yayinID=781&icerikID=883&dil=TR, 16.05.2008).

Bu ihracat türü ile işletmeler mal ve hizmetlerini son kullanıcılara daha yakın hale getirebilirler ve böylece satış imkânlarını arttırabilirler. Genel olarak işletmeye referans olabilecek mal ve hizmetin bulunmadığı ülkelere gerçekleştirilmektedir (Balantekin, 2006: 11).

Konsinye ihracatın faydalarını sıralamak istersek (www.kobifinans.com.tr/tr/yazici.php?Article=149&Category=02080101&Where=bilgi_merkezi, 16.05.2008):

- İşletmelere, ihracat bedeli dövizleri ülkeye getirme süresi ile ilgili sınırlamadan kurtarmaktadır. Malların belirli bir pazarda satış durumu olup olmadığını en az masraf ve formalite ile deneme şansı sağlamaktadır.
- Satılmamış olan malların Türkiye'ye geri getirilişinde gümrük vergisi ve KDV gibi vergi yükleriyle karşılaşılmasına imkân sağlar.
- Yabancı alıcıların iflası veya varlıklarının haciz olması halinde, ihracatçı firmaları zarara uğramaktan kurtarmaktadır (Konsinye satışlar emanet bırakılan mal niteliği taşımaktadır).
- Emanet varlıkların haczedilmesi veya iflas masasına dâhil edilmesi şeklinde gibi bir durum oluşmamaktadır.

1.3.3.3. İthal Edilmiş Malların İhracı

İthalat Rejimi kapsamında ithal edilmiş ve vergileri ödenmiş durumdaki yabancı menşeli yeni veya kullanılmış malların ihracı özellik arz etmeyen ihracat kapsamında yapılır. Ancak, ihracatın desteklenmesine yönelik mevzuat, yatırım mevzuatı ile Gümrük Mevzuatı'nın mahrecine iade ile alakalı hükümler saklıdır (www.gumruk.gov.tr/ihracat.aspx, 16.05.2008).

Bu ihracat türü genelde bir bütün malı tamamlayacak olan ara malların ithal edilip, o mal ile birlikte ihraç edilmesinde kullanılır (Balantekin, 2006: 12).

Türkiye'ye yasal bir şekilde ithal edilmiş ve ithalatla ilgili vergileri ödenmiş olan malların ihracı mümkün olmaktadır. Bu tür malların ihracı gerçekleştirilirken bunlar için 'Türk menşe şahadetnamesi' verilmemekte fakat, AB ülkeleri veya Türkiye'nin serbest ticaret anlaşması imzalamış olduğu ülkelere yapılan ihracatlarda, ATR veya EUR-1 belgesi düzenlenerek gümrük idarelerine vize ettirilmesi gerekmektedir(www.kobifinans.com.tr/tr/yazici.php?Article=149&Category=02080101 &Where=bilgi_merkezi, 16.05.2008).

1.3.3.4. Serbest Bölgelere Yapılacak İhracat

Serbest bölgelere yapılan ihracat, ihracat mevzuatı hükümlerine tabi olmaktadır (Dündar, 2006: 11). Ancak, Dâhilde İşleme Rejimi, KDV uygulamaları ve Türkiye İhracat Kredi Bankası uygulamalarına dair mevzuat hükümleri saklı vaziyettedir.(www.dtm.gov.tr/dtmweb/yaziciDostu.cfm?dokuman=pdf&action=detay&yayinID=26&icerikID=75&dil=TR, 16.05.2008).

İşletmeler artık üretim tesislerini serbest bölgelerde kurma yolu ile Kurumlar Vergisinden, Gümrük Vergisinden muaf olup maliyet bakımından birçok avantaj elde etmektedirler (Balantekin, 2006: 12).

1.3.3.5. Bağı Muamele veya Takas Yoluyla Yapılacak İhracat

“Karşılıklı Ticaret” isimlendirilen ve kısmen de olsa ödemenin para yerine malla yapıldığı ticaret kapsamında yer almaktadır (www.kobifinans.com.tr/tr/yazici.php?Article=149&Category=02080101&Where=bilgi_ilgi_merkezi, 16.05.2008). Başka bir ifadeyle, bu tip ihracatta, ihracat yapılan ülkeden kısmen de olsa ihracat bedelinin yerine bir miktar mal, hizmet veya teknoloji ithali yapılmaktadır (Balantekin, 2006: 12).

Takas veya bağı muamele taleplerine ilişkin başvurular, ithalatçı ile yapılan sözleşmenin aslı ve yeminli tercümanın yaptığı Türkçe çevirisi ve "Takas veya Bağı Muamele Başvuru Formu" ile birlikte İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğine yapılır (www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detay&yayinID=26&icerikID=75&dil=TR, 16.05.2008).

Bağı muamele veya takas anlaşmasında; ithal ve ihraç edilecek malların cinsi, standardı, kalitesi, teslim şekli, teslim yeri, birim ithal ve ihraç fiyatları, değer tutarları ve anlaşmanın geçerlilik süresine yer verilmelidir (www.gumruk.gov.tr/ihracat.aspx, 16.05.2008).

Takas veya bağı muamele yoluyla ihracat izni verilmiş ihracat işlemlerine ilişkin izin yazısının 30 (otuz) gün içinde gümrük idarelerine iletilmesi gerekmektedir(www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detay&yayinID=26&icerikID=75&dil=TR, 19.05.2008). Bu uygulama finansman problemi çeken ülkeler için geliştirilmiş bir yöntemdir (Balantekin, 2006: 12).

Takas şeklindeki ticari uygulamanın aşağıdaki özelliklerini sıralarsak (www.kobifinans.com.tr/tr/yazici.php?Article=149&Category=02080101&Where=bilgi_ilgi_merkezi, 2008):

- Takas işlemlerinde bir yandan mal ihracatı bir yandan da mal ithalatı söz konudur.

- İthal edilen mallar ithalat rejimine tabi olup ithalat esnasında G.V. ve KDV' nin tahsil edilmesi gereklidir.
- Ancak, bu kapsamda yapılan ithalat vadeli dahi olsa Kaynak Kullanımı Destekleme Fonuna tabi olmaktadır.
- İhraç edilen mallarda ise ihracat olan vergisel yükümlülükler yürürlükte dir.
- Takas izinlerinin süresi en çok altı ay olmaktadır.
- Takasın, takas tacirlerini, döviz alım kuru (ihracat) ile döviz satım kuru (ithalat) arasındaki aleyhte oluşan farktan korumak, döviz kıtlığı temelli ticari tıkanıklılığı aşmak gibi faydaları vardır.

1.3.3.6. Ticari Kiralama Yoluyla Yapılacak İhracat

Malların mülkiyeti devredilmeden yurt dışındaki firma ya da kullanıcılara kiraya verilmesi de mümkündür. Kiralama süresinin bitiminde, kiralanın malların geri getirilmesi şarttır. Bu şekildeki işlemlere ticari kiralama yolu ile ihracat denilmektedir. Burada ihraç edilen şey malın kendisi olmamakta, bir hizmet olmaktadır. Fakat bu hizmetin satılabilmesi için kiralama konusu mallar yurt dışına çıkarılmalıdır(www.kobifinans.com.tr/tr/yazici.php?Article=149&Category=02080101&Where=bilgi_merkezi, 16.05.2008).

Bu tür ihracata genel olarak sezonluk çalışan işletmelerin kullanmadıkları mallarını yurt dışına kiralamaları örnek verilebilir. Ticari kiralama yoluyla gerçekleşen ihracatta süre bir yıl olmaktadır (Balantekin, 2006: 12).

Ticari Kiralama yoluyla yapılacak ihracat talepleri, kiracı firma veya kuruluşla yapılan sözleşme (Türkçe tercümesi ile birlikte) ve Ticari Kiralama Yoluyla Yapılacak İhracata İlişkin Başvuru Formu ile üyesi olunan veya bulunulan bölgedeki ihracatçı birliğinde gerçekleştirilir (www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detay&yayinID=26&icerikID=75&dil TR , 16.05.2008).

Ticari kiralama yoluyla yapılacak ihracata ilişkin talepler, yurt dışındaki firma veya kuruluşla yapılan; kiralanacak malın cinsi, teknik özellikleri, G.T.İ.P.'u, miktarı,

birim fiyatı, değer tutarı, kira süresi, kira bedeli ve bu bedelin ödenme şekil ve zamanı, teslim yeri gibi bilgilerin yer aldığı kira sözleşmesi ile birlikte Ticari Kiralama Yoluyla Yapılacak İhracata İlişkin Başvuru Formundan 5 nüsha doldurulmak suretiyle Dış Ticaret Müsteşarlığı'na (İhracat Genel Müdürlüğü) yapılır (www.gumruk.gov.tr/ihracat.aspx, 16.05.2008).

Bu şekilde bir ihracata konu olan malın yurt dışında kesin satışına ilişkin talepler, ticari kiralama yoluyla yapılacak ihracat izninin bitiş tarihinden önce başvurmak şartıyla, satış anlaşmasına istinaden DTM İhracat Genel Müdürlüğü tarafından sonuçlandırılır (Dündar, 2006: 11).

1.3.3.7. Transit Ticaret

Bir ülkeden satın alınan bir malın, transit olarak veya doğrudan doğruya bir başka ülkeye ihraç durumu var ise; alış ve satış bedelleri arasında fark olmak üzere, mal bedelleri için transfer yapılarak veya yapılmaksızın satın alınan yabancı menşeli veya Türk menşeli olup yurt dışına satılmış (serbest bölgelere yapılan satışlar dâhil) malların transit olarak veya doğrudan doğruya, İthalat ve İhracat rejimi hükümlerine tabi olmaksızın başka bir ülkeye ya da serbest bölgelere satılmasıdır (www.kobinet.org.tr/hizmetler/bilgibankasi/ekonomi/005.html, 16.05.2008).

Bu işletmeler açısından büyük avantajı olan bir ihracat şeklidir. Herhangi bir vergi ödemedi malı yurt dışına çıkarma olanağı sağlamaktadır (Balantekin, 2006: 13).

Transit ticaret talepleri, "Transit Ticaret Formu" hazırlamak suretiyle bankalara yapılır (www.gumruk.gov.tr/ihracat.aspx, 16.05.2008). Transit ticarete aracı olan banka izin vermektedir. Transit ticareti gerçekleştirebilmek için alış fiyatı ile satış fiyatı arasında lehte fark olmalıdır. Kambiyo açısından aradaki farkın yurt içine getirilmesi yeter olmaktadır (Dündar, 2006: 11).

Transit ticaretin özelliklerini sayarsak
(www.kobifinans.com.tr/tr/bilgi_merkezi/02080101, 16.05.2008):

- Türkiye'ye bir mal ithalatı söz konusu olmadığından ithalat formaliteleri ve ithalatla ilgili vergisel yükümlülükler yoktur.
- Benzer şekilde, Türkiye'den bir mal çıkışı olmadığından ihracat formaliteleri de yoktur.
- Transit ticarete konu olan malların, Türkiye üzerinden geçmesi ve geçici bir süre gümrük makamlarının izni altında antrepolarda depolanması istenilmedikçe, gümrük beyannamesi düzenlenmesine ihtiyaç yoktur.

1.3.3.8 Bedelsiz İhracat

Numune, hediye, hibe, diplomatik misyon mensuplarının zati ve ev eşyaları, turistlerin veya bavul ticareti ile uğraşan yabancı uyrukluların yolcu beraberisi olarak yanlarında götüreceği malların yurtdışına çıkartılmasına bedelsiz ihracat denilmektedir(www.kobifinans.com.tr/tr/yazici.php?Article=149&Category=02080101&Where=bilgi_merkezi, 16.05.2008). Kısaca, karşılığında yurda herhangi bir bedel getirilmeksizin yurtdışına mal yollanması bedelsiz ihracattır (www.kobinet.org.tr/hizmetler/bilgibankasi/ekonomi/005.html, 16.05.2008). Bedelinin yurda getirilmesinde herhangi bir mecburiyetin bulunmadığı ihracat şeklidir (Balantekin, 2006: 13).

Yabancı misyon mensuplarının, Türkiye’de çalışan yabancıların, yurtdışına hane nakli sureti ile gidecek Türk vatandaşlarının, daimi veya geçici görevle yurt dışına giden kamu görevlilerinin, yabancı turistlerin ve yurt dışında ikamet eden Türk vatandaşlarının kendileri ile birlikte götürdükleri, gönderecekleri veya adlarına gönderilecek eşya ve taşıtlar bedelsiz olarak ihraç edilecek mallar kapsamındadır (Dündar, 2006: 10). Bedelsiz ihraç izinlerinde geçerlilik süresi 90 gün olmaktadır (www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detay&yayinID=26&icerikID=75&dil=TR, 16.05.2008).

1.3.3.9. Yurt Dışı Fuar ve Sergilere Katılım

Türkiye’yi temsilen katılım sağlanacak fuar ve sergileri düzenleyecek organizatör firmalar, “yeterlilik belgesi” olarak, başvuru formunu doldurup, bağlı bulundukları odaya onaylatarak DTM’ye müracaat ederek fuarlara katılırlar (Dündar, 2006: 10).

Fuar ve sergilerin bitişinden 90 gün içinde malların aynen veya satılmaları durumunda bedellerinin aynı süre içerisinde yurda getirilmesi gerekmektedir (www.kobinet.org.tr/hizmetler/bilgibankasi/ekonomi/005.html, 16.05.2008).

1.3.3.10. Dolaylı Ofset Kapsamında Yapılacak İhracat

Gelişmekte olan ülkeler açısından çok büyük miktarda döviz gerektiren ithalatlarda, ithalatçı ülkenin isteği ve gereksinimini doğrultusunda ofset (denkleştirme) anlaşmaları yapılır (Atabey, 2005: 58).

Özellikle savunma, havacılık ve yüksek teknoloji sektörlerinde gerçekleştirilen projeler ve kamu kurum ve kuruluşlarının açacakları her türlü uluslararası ihale ve özel şirketlerin yapacakları önemli çapta dışalımlarda ülkemiz sınai ve ticari kapasitesini, projeye doğrudan ilgisi olmayan alanlarda gerçekleştirilecek ihracat yoluyla artırmak üzere yabancı firma ya da kuruluşların taahhüdünü içine alan bir anlaşma çeşididir (Kızıl-Şoğur, 1997: 121).

1.3.3.11. Yurtdışı Müteahhitlik Hizmetleri Kapsamında Yapılacak Hizmetler

Yurtdışında inşaat, tesisat ve montaj işi alan müteahhitlerin; üstlendikleri işlerle ilgili her türlü makine, teçhizat ve ekipmanın geçici ihracına dair talepler ile inşaat malzemeleri ve işçilerin ihtiyacı olan tüketim maddelerinin kesin ihracatı “Yurtdışı Müteahhitlik Hizmetleri Kapsamında Yapılacak İhracata İlişkin Tebliğ” ile düzenlenmiştir (Atabey, 2005: 58).

Kısaca, yurtdışında alınan bir inşaat hizmetlerini ve bu kapsamda gerçekleştirilecek inşaat malzemesinin, teçhizatının ve ekipmanının ihracatını ifade eder (Kemer, 2003: 76).

1.3.4. Sınır Ticareti

Sınır Ticareti, Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde yer alan sınır illerinde yaşayan gerçek kişilerin zaruri ihtiyaçlarını karşılamak için karşılıklı olarak yaptıkları ticari işlemlerdir. Türkiye'deki sınır ticaret merkezleri Doğu ve Güneydoğu bölgelerine komşu ülkelere sınırı bulunan Artvin, Ardahan, Kars, Iğdır, Ağrı, Van, Hakkari, Şırnak, Mardin, Şanlıurfa, Kilis, Gaziantep ve Hatay illerinde kurulacak Sınır Ticaret Merkezlerinde gerçekleştirilecek ihracat ve ithalat ile Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinde bu illere komşu olan Erzurum, Muş, Bitlis, Siirt, Batman, Diyarbakır ve Adıyaman illerinde yapılacak ticareti kapsamaktadır (Atabey, 2005: 67-68).

İthal ve ihracı izne bağlı olan maddelerin ticarete konu olması ile ilgili mercilerin izni ile mümkün olmaktadır (Kızıl-Şoğur, 1997: 122).

1.3.5. Geçici İhracat

Geçici İhracat; az veya çok işçilik görmek, izabe edilmek, ambalajlanmak veya diğer nedenlerle mamul, yarı mamul ve hammaddelerin yurtdışına geçici olarak gönderilmesini ifade eden bir ihracat türüdür (Atabey, 2005: 63).

Geçici ihraç izinlerinin kullanma süresi 180 gündür ve verilecek ek sürelerle beraber toplam 2 yıl aşılamaz (Kızıl-Şoğur, 1997: 122).

İhracatçıların geçici ihracata dair izin başvuruları, “Geçici İhraç Müsaade Talepnamesi” doldurulma suretiyle ilgili ihracatçı birliklerine yapılır, başvurular bu birliklerce incelenip sonuçlandırılır (Kemer, 2003: 73).

1.6. İhracatta Kullanılan Bazı Ödeme Şekilleri

Birbirinden çok farklı uzaklıklarda veya ülkelerde bulunan ve belki de hiç birbirini tanımayan alıcı ile satıcı yani ithalatçı ve ihracatçı arasında gerçekleştirilecek bir ticaret işleminde en önemli konu, malların gönderilmesi ve buna karşılık mal bedellerinin ödenmesidir (Tuncel, 2006: 38).

İthalatçıyla anlaşarak malı hazırlayan ihracatçı, mal bedelinin ödenmesi konusunu düşünmesi gerekir (Dündar, 2006: 40).

“Türk Parası Kıymetini Koruma hakkında 32 sayılı karar ile Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı’nın çıkardığı tebliğler ve TCMB’nin ilgili genelgelerinde ithalatta geçerli ödeme şekilleri şu şekilde sıralanmıştır” (Tuncel, 2006: 38):

- 1- Peşin Ödeme
- 2- Mal Mukabili Ödeme
- 3- Kabul Kredili Ödeme
- 4- Akreditif
- 5- Vesaik Mukabili Ödeme

1.6.1. Peşin Ödeme

İthalatçının mal bedelini, konşimento, emtia senedi gibi bir belge olmadan malın ihracı yapılmadan ihracatçıya ödenmesidir (Kınoğlu, 2006: 19). Daha geniş bir tanımla, İhracatçı tarafından ihraç edilen malların bedellerinin, ithalatçı tarafından malın teslim alınmasından önce, gerek bankalar yolu ile ve gerekse alıcının kendisi veya vekili ya da onun adına hareket eden üçüncü bir şahıs tarafından satıcıya peşin biçimde ödenmesidir (Şahin, 2002: 4).

Peşin Ödemede, ihracat işlemi gerçekleştirilmeden önce ithalatçının mal bedelini ödemesi gereklidir. İhracatçı bedeli tahsil ettikten sonra malları yollar (Kızıl-Şoğur, 1997: 89).

Genel olarak mallar yüklenmeden ihracatçıya ödeme yapılması meydana gelebilecek hataların önüne geçilmesi ve kredi kullanılmaması açısından tavsiye edilmektedir (Pirtini-Meleme, 2004: 31). Peşin ödeme türünde, alıcı önce parayı gönderir, daha sonra mal gönderilir (Dündar, 2006: 41).

“Peşin Ödeme 4 şekilde gerçekleşir” (Toroslu, 1999: 59):

- a) Havale Şeklinde Ödeme
- b) Nakit Ödeme
- c) Prefinansman
- d) Red Clause Akreditif

Peşin Ödemenin özelliklerini sıralarsak (Şahin, 2002: 4);

- Peşin ödeme genelde birbirlerini çok iyi tanıyan alıcı ve satıcı arasında gerçekleştirilir.
- Malların sevki, satıcı, firmadan veya ülkenin şartlarından kaynaklanan sebeplerle aksayabilir ve gecikebilir.
- Uluslararası piyasalarda genelde satıcı tekeli olan mallarda ve bazen de alıcı bakımından peşin ödeme iskotalarının yüksekliği sebebiyle bu tür ödemeler cazip olabilmektedir.
- Peşin bedellerin üçüncü kişilere devri yoktur.
- Uluslararası piyasalarda yoğun rekabet ortamı ve kısıtlı pazar olanakları nedeniyle pek sık kullanılan bir ödeme şekli olmamakla beraber az da olsa kullanılan bir ödeme şeklidir.
- Bu ödeme şekli, piyasada fazla talep gören malların satışında tercih edilmektedir.
- Alıcı firma prefinansmanı ihracata konu olan ürünün üretiminin finansmanında kullanmak için ithalatçıdan bedelin kısmen veya tamamen sağlanmasıdır.

Uygulanışı ise (www.kobinet.org.tr/hizmetler/bilgibankasi/ekonomi/005.html, 19.05.2008);

- a. İthal edilecek mal bedeli, ithalatı tarafından kendi ulusal parası cinsinden ülkesindeki amir bankaya gönderilir.
- b. Amir banka ihracatçının ülkesindeki muhabirine talimat göndererek mal bedeli tutarının ihracatçıya ödenmesini ister.
- c. İhracatçı, ihracat karşılığı alacağını muhabir bankadan kendi ulusal parası cinsinden tahsil ederek Döviz Alım Belgesi hazırlar.
- d. İhracatçı, sipariş edilen malı ithalatçıya yollar.

1.4.2. Mal Mukabili Ödeme

İthalatçının satın aldığı mal bedelini, malın ithalinden sonra ödemesi şeklinde gerçekleştirilen bir ihracat türüdür (Kınoğlu, 2006: 20). İthalatçının gelen malı devralmasıyla bu malın mülkiyeti değil, ancak zilyetliği kendisine geçmiş olur. Malların mülkiyetinin devri ise ancak bu malların devir ve teslimine ilişkin belgelerin ithalatçıya teslim edilmesi ile mümkün olmaktadır (Şahin, 2002: 21).

Alım satım sözleşmesinde ödeme şekli mal mukabili olarak belirtilmişse, ihracatçı malları herhangi bir ödeme veya poliçe tanzim etmeksizin ithalatçıya sevk eder (Tuncel, 2006: 42). İhracatçı malını sevk ettikten sonra sevkıyata ilişkin vesaiki doğrudan veya bedelsiz teslim edilmek şartıyla bir banka aracılığı ile veya doğrudan ithalatçıya göndermektedir (Dündar, 2006: 42).

Mal mukabili ödemede mal alıcı işletmenin ülkesine gönderilir. İthalatçı işletme malı gümrükten alır ve daha sonra ödemesini yapar. İthalatçı mal bedelini vadesinde

nakit ödemez de ihracatçının göndermiş olduğu poliçeyi kabul ederse, ödeme şekli kabul kredili mal mukabili olmuştur (Kızıl-Şoğur, 1997: 91).

Bu tarz ödemede her ne kadar ihracatçı, alıcıya büyük bir güven besliyorsa da yine de mal bedelinin ödenmeme gibi bir riskin varlığında, mal bedelinin ödenmesini bir banka garantisine bağlaması faydalı olacaktır (Tuncel, 2006: 43).

Mal Mukabili Ödemenin özelliklerini sıralarsak (Şahin, 2002: 21);

- Taraflar birbirlerini iyi tanımakta ve karşılıklı güven beslemektedirler.
- İhracatçı için oldukça yüksek risklidir. Hatta en riskli türdür. Çünkü mal bedelinin ödenmesi ile ilgili hiçbir güvence mevcut değildir. Bir başka ifade ile ihracatçı gönderdiği malın parasını alamama ya da kesintiyle alma gibi risklerle karşı karşıya kalma durumu vardır.
- İthalatçı için çok avantajlı bir ödeme yöntemidir.
- Alıcı ve satıcının uzun zamanlardan beri birbirleriyle iş yaptıkları ve birbirlerine tam güven duydukları durumlarda tercih edilen bir yöntemdir.
- Belirli bir ödeme tarihi taşımadığı için esnek bir uygulamadır.

Uygulama ise(www.kobinet.org.tr/hizmetler/bilgibankasi/ekonomi/005.html, 19.05.2008);

1. İhracatçı ilgili malı sevk eder.
2. İthalatçı gönderilen malları gümrükten alır.
3. İthalatçı mal bedelini bankaya gönderir.
4. Banka mal bedelini ihracatçıya aktarır.

1.4.3. Kabul Kredili Ödeme

Mal bedelinin belli bir vadede ödenmesinin taahhüt edildiği ve bu ödemeye bir poliçenin araç olduğu ödeme türüdür (Şahin, 2002: 22).

İthalatçının satın almış olduğu mal bedelini o malı temsil eden belgeye istinaden ödemesidir (Kınoğlu, 2006: 19). Kabul kredisi vadeli mal satımında karşımıza çıkan bir ödeme şeklidir. İthalatçının ithal ettiği malın bedelini, mal alımı gerçekleştirilirken değil de daha sonraki belli bir vadede ihracatçıya ödeyeceğini garanti eden bir kredi çeşididir (Tuncel, 2006: 46).

Vadeli akreditifler gibi vadeli mal alım-satımında başvuru olan bir türdür. Kabul kredili ödemede, vade, kambiyo senetlerinden poliçe aracılığıyla belirlenmekte olup diğer poliçelerden tek farklı noktası, genellikle poliçe bedelinin vadesinde ödeneceği hususunda bir bankanın dönülemez taahhüdünü içermesidir (Dündar, 2006: 44).

Kabul Kredili Ödemenin özelliklerini sıralarsak (Şahin, 2002: 22);

- Bu kredi vesaik ile beraber ibraz edilen poliçenin ithalatçı veya buna ilaveten ithalatçının bankası tarafından kabul edilmek suretiyle kullanılır.
- Kabul kredili ödemede taraflara bankalar aracılık etmektedir ve bunun için komisyon talep ederler. Satıcının hazırladığı poliçe sadece alıcı tarafından kabul edilmiş ise “trade acceptance” vardır.
- Poliçenin bir bankaca kabul edilmesi öngörülebilir. O zaman banka poliçeyi kabul eder veya ithalatçının kabulüne aval verebilir. Buna “banker’s acceptance” denilir.
- Bu ödeme türünde vadeli alım yapmak isteyen ithalatçıya karşı ihracatçı, poliçeye bankanın kabul veya aval vermesiyle kendini garanti etmektedir.

Vadeli mal alım-satımlarına yönelik dış ticaret işlemlerinde ithalatçı ile ihracatçı arasında meydana gelebilecek olası sorunların önlenmesi ve işlemin devamlılığının sağlanabilmesi için bankaların aracılığına başvurulmaktadır (Dündar, 2006: 44).

1.4.4. Akreditifli Ödeme

İhracatçı açısından ele alındığında bu tür bir güvence taşıyan akreditifli ödeme şekli ithalatçı açısından da malların ve gerekli belgelerin eline geçmesini, aksi takdirde mal bedelinin ödenmeyeceğini garanti altına alan bir ödeme şekli olarak karşımıza çıkar (Dölek, 1999: 33).

İhracatçının, malları akreditif koşullara uygun şekilde gönderdiği zaman mal bedelini alacağından emin olduğu; ithalatçının ise anlaşma hükümleri gereğince akreditifi bankasına talimat vererek açtığı zaman malları alacağından emin olduğu bir ödeme şeklidir (Dündar, 2006: 44).

Daha açık bir ifadeyle, ithalatçının emir vermesi ile hareket eden bir bankanın, sözleşme ile belirlenmiş hükümler gereğince kendi üzerine çekilecek bir poliçeyi ödeyeceği konusunda ihracatçıya yaptığı taahhüttür (Selimov, 2007: 11).

Kısaca, bir bankanın bir şarta dayanmadan ödeme garantisi olarak anlatılabilir. Şartlar ile tanımlanmış bir para tutarı, süre, belirli belgeler ve öngörülen diğer şartları ifade edilmektedir (Kızıl-Şoğur, 1997: 97).

Bu ödeme şeklinde mal bedelinin ödenmesi, bir veya birden fazla banka tarafından garantilendiği için, ihracatçının çıkarları diğer ödeme şekillerine nazaran çok daha iyi korunmaktadır (Karafakıoğlu, 2000: 163).

Bankalar ve özel finans kurumları, ithalatçılardan aldıkları akreditif talimatından 10 gün içerisinde ithal izni düzenler ve buna dayanarak döviz satışı gerçekleştirirler. Genel esaslar çerçevesinde vadeli akreditif açılabilir (Kınoğlu, 2006: 19).

Bir akreditif işleminde banka, ithalatçı ve ihracatçı aracı durumundadır ve belirli şartların yerine getirilmesinin ardından ihracatçıya ödemenin yapılacağına ilişkin teminatı ithalatçının yerine banka verir (Selimov, 2007: 11).

Ödeme vadesi konşimento veya taşıma senetleri üzerinden serbest olarak belirlenmektedir. Türk Parası Transfer Belgesi, Döviz Satım Belgesi düzenlemeden veya Döviz Tevdiat Hesabı açtırıldığına ilişkin mevcut kaydı olmayan (vadeli akreditif hariç) ithal edilmiş malların gümrükten çekişine müsaade edilmez (Dündar, 2006: 44).

“Akreditifte tarafları sıralarsak” (Dölek, 1999: 21-22);

- a) Amir: Akreditifin başlatılması için kendi bankasına emir veren kişidir.
- b) Amir Banka: İthalatçının bankasına denir.
- c) Lehdar: Lehine akreditif açılmış olan şahıs, yani ihracatçının kendisidir.
- d) Aracı Banka: Lehdarın (ihracatçının) ülkesinde faaliyet gösteren ve akreditifin açıldığını haber eden, lehdara yapan bankadır.

Akreditif İşleminin özelliklerini sıralarsak (Şahin, 2002: 7);

- Uluslararası ticarete kullanılan en yaygın türdür.
- Akreditif hem ihracatçıyı, hem de ithalatçıyı güvence altına alır.
- Akreditif, ithalatçının verdiği talimat gereğince, ithalatçının çalıştığı bankanın belirli bir tutara kadar ve belirli bir vade için istenilen şartların yerine getirilmesi ve ihracatçı tarafından ihraç edilen malların ihracına dair belgelerin ibrazı karşılığında ihracatçıya ödeme yapılacağını taahhüt etmesidir.
- İthalatçı firma, kendi bankasına verdiği emirle ithale konu olan malın karşılığını ihracatçı firmanın bankasına, malın ihraç edilmesi şartıyla ödemeyi taahhüt ettiğini bir kredi mektubu ile bildirir. Bu mektubun adı akreditiftir.
- Bu sistem, diğer ödeme türlerine kıyasla daha pahalı ancak, en güvenilir olanıdır.
- Akreditife bankalar ve belgeler üzerinden işlem gerçekleştirirler.
- Akreditifler dayandırıldıkları satış sözleşmelerinden veya diğer sözleşmelerden ayrı uygulamalardır.

Uygulama ise (www.kobinet.org.tr/hizmetler/bilgibankasi/ekonomi/005.html, 19.05.2008);

1. İhracatçı ve ithalatçı arasında satışın akreditifli gerçekleşeceğine dair sözleşme imzalanır.
2. İthalatçı amir bankaya ihracatçı lehine kredi açılması yönünde talimat verir.
3. Amir banka ihracatçının ülkesindeki muhabir bankaya kredinin açılacağını ihbar ederek teyit talep eder.
4. İhracatçının ülkesindeki muhabir banka kredinin açılacağını ihracatçıya iletir (ihbar eder) ve ihracatın gerçekleşeceği teyidini verir.
5. İhracatçı malların yüklemesini yapar.
6. İhracatçı yükleme ile ilgili belgelerin muhabir bankaya ibrazını tamamlar.
7. Banka belgelerin akreditif şartlarına uygunluğunu onaylamanın ardından ödemeyi gerçekleştirir. (ciro ya da poliçe olabilir)
8. Muhabir banka gerekli belgeleri ithalatçı ülkedeki amir bankaya yollar.
9. Amir banka gerekli belgelerin akreditif şartlarına uygunluğunu kontrol edip,
 - İhracatçı belgeleri amir bankaya yollamışsa, direk ihracatçıya ya da muhabir bankaya ödemeyi gerçekleştirir.
 - Ödeme; muhabir bankaya, teyit veren bankaya, ciro ya da poliçeyi kabul eden bir bankaya ödeme gerçekleştirilebilir.
10. Amir banka belgelerin akreditife uygunluğunu tespitinin ardından akreditif tutarının ödenebilmesi için belgeler ihracatçıya yollanır.
11. İthalatçı nakliyeciyeye taşıma belgelerini yollayarak malı teslimini gerçekleştirir.

Akreditif çeşitlerini sıralayacak olursak
(www.kobinet.org.tr/hizmetler/bilgibankasi/ekonomi/005.html, 19.05.2008);

- A. Kabili Rücu Akreditif : Burada, ithalatçı ya da ihracatçı akreditifi tek taraflı bile iptal edebilirler.
- B. Gayri Kabulü Rücu Akreditif: Burada, akreditif, tarafların hepsinin onayı ile iptal ettirilebilir.

- C. Teyitli Akreditif: Burada ise, tarafların yukarıda bilgi verildiği gibi, aralarında imzaladıkları sözleşme kapsamında yaptıkları ihracat prosedürünü içeren bir akreditif çeşididir.

1.4.5. Vesaik Mukabili Ödeme

Bir malın ihraç ülkesinden yola çıkarılmış olduğunu belirten belgesinin ihracat bedelinin ödemesini yaparak bankadan alınması şekliyle gerçekleştirilen ödeme şeklidir (Şahin, 2002: 16).

Bir başka ifade ile ihracatçının (satıcının) malların yüklemesini gerçekleştirdikten sonra yüklemesi yapılmış malı gösteren vesaiki ülkesindeki kendi bankası aracılığı ile ithalatçının ülkesindeki muhabir bankaya bedelinin tahsili şartıyla teslimi için göndermesi işlemine Vesaik Mukabili Ödeme denir (Tuncel, 2006: 43-44).

Bu ödeme şeklinde belirli bir fiyattan müşteriye yardım edilmesinin garantiye alınması hususunda uluslararası kurallar mevcuttur (Pirtini-Meleme, 2004: 33). Bu ödeme şeklinde alıcı mal bedelini ödemediği müddetçe satıcının mal üzerindeki kontrolü bitmez (Meleme-Arzova, 2000: 103).

Akreditif ile arasındaki fark ödemenin tarihi ve yeriyle konusundadır. Bir akreditif işleminde, ihracatçının belgeleri bankaya ibraz andan itibaren ödemeye hak kazanır (Tuncel, 2006: 43-44).

Vesaik Mukabili Ödeme işleminin özelliklerini sıralarsak (Şahin, 2002: 16);

- İhracatçı açısından riskli bir ödeme şeklidir.
- Vesaik mukabili ödemede ithale konu malın ülkeye gelmiş olması zorunlu değildir.
- Bu tür ödemede ihracatçı sevk etmiş olduğu mallar karşılığı, bu malların sevk edilmiş olduğunu gösteren belgeler (vesaik) karşılığında bir kredi kullanmaktadır.

- Gerek ithalatçının ülkesindeki bankanın ve gerekse ihracatçının ülkesindeki bankasının hiçbir ödeme taahhüdü mevcut değildir.
- Kabul edilmiş poliçe “bir borcun hukuki delili” olara kabul görür.
- Kabul edilmiş olan poliçenin ihracatçıya bir finansman olanağı sağlama özelliği de mevcuttur.
- Uluslararası ticarete bakıldığında vesaik mukabili yanında, “mal mukabili ödemeler” de olabilmektedir.
- Konşimento, vesaik mukabili ödeme şeklinde kullanılan bir belgedir. Konşimento ithalatçının bankası adına kesilir.

1.5. İhracatta Kullanılan Bazı Teslim Şekilleri

Her ülkede ticari terimlerin farklı şekilde yorumlanmasının (hukuksal anlaşmazlıklar neticesi) hem zaman hem de para kaybına sebep olduğu düşüncesinden yola çıkarak ve bu terimlerin standart kurallara bağlanması niyetiyle bazı uluslar arası çalışmalar yapılmış ve bunlardan en önemlisi "uluslararası teslim şekilleri (INCOTERMS)"dir (Dündar, 2006: 35).

Merkezi Paris'te bulunan ve 1919 yılında kurulmuş olan ICC (International Chamber of Commercial) Uluslararası Ticaret Odası, ticaret işlemlerindeki anlaşmazlıkları, uyuşmazlıkları ve hukuksal problemleri yok etmek amacıyla 560 sayılı broşürle bazı kuralları açıklamış ve bu broşürle malın satıcıdan alıcıya ne şekilde taşınacağını, malın ihraç ve ithalat gümrüklerinden ne şekilde geçirileceğini ve taşımaya ilişkin risk ve giderlerin taraflar arasında nasıl paylaşılacağını tespit eden 13 adet ticari terime yer vermiştir (Tuncel, 2006: 22).

“Dış Ticaretteki Teslim şekillerini sıralarsak” (Dündar, 2006: 35-40);

- İş Yerinde Teslim/ Ex- Works (EXW)
- Gemi Bordasında Teslim/ Free On Board (FOB)
- Gemi Doğrultusunda Teslim/ Free Alongside Ship (FAS)
- Taşıyıcıya Teslim/ Free Carrier (FCA)

- Mal Bedeli ve Navlun Ödenmiş Olarak Teslim/ Cost and Freight (CFR)
- Mal Bedeli, Sigorta ve Navlun Ödenmiş Olarak Teslim/ Cost, Insurance and Freight (CIF)
- Taşıma Ücreti Ödenmiş Olarak Teslim / Freight Carriage Paid to CPT
- Taşıma ve Sigorta Bedeli Ödenmiş Olarak Teslim / Carriage and Insurance Paid to (CIP)
- Sınırdaki Teslim/ Delivered At Frontier (DAF)
- Gümrük Resmi Ödenmeksizin Teslim / Delivered Duty Unpaid (DDU)
- Gümrük Resmi Ödenmiş Teslim / Delivered Duty Paid (DDP)
- Rıhtımda Teslim / Delivered Ex-Quay (DEQ)
- Gemide Teslim / Delivered Ex-Ship (DES)

1.5.1. İş Yerinde Teslim/ Ex- Works (EXW)

EXW teriminin kullanım alanı karma taşımacılıktır. Satıcı malları anlaşma hükümleri gereğince hazırlar, işyerinde veya fabrikadan alıcıya teslim eder (Atabey-Saraç-Develi, 2006: 147). "Ex works" satıcının malları iş yerinde (fabrika, depo v.s.) alıcı emrine hazır tutmakla teslim yükümlülüğünü gerçekleştirdiği anlamındadır (www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detay&yayinID=91&icerikID=82&dil=TR, 19.05.2008).

Bu terim, ticari işletmelerde teslim ifadesi ile adlandırılır. İhracatçı firmanın malları kendi mahallinde veya başka bir isim ile kararlaştırılmış bir yerde (iş yerinde, fabrikada, depoda vb.) gümrükleme işlemleri gerçekleştirilmemiş ve hiçbir taşıma aracına yüklenmemiş biçimde, ithalatçı firmanın tasarrufuna bırakmasına olanak veren teslim şeklidir (Dündar, 2006: 36).

Bu terim tüm satış şekilleri dikkate alındığında, satıcı açısından en az yükümlülüğü içeren bir satış şeklidir. Bu teslim şeklinde sözleşmede belirlenen satış bedeline, sadece ambalajlanmış mal bedeli dâhildir. Yani teslim tarihinden itibaren her türlü nakliye, yükleme, boşaltma ve sigorta masraflarını alıcı üstlenmektedir (Demir, 2002: 160).

Bu teslim şeklinin özelliklerini sıralarsak; satıcı malları iş yerinde önceden belirlenen tarihte alıcının emrine hazır tutarak alıcıya bildirir. Alıcı malları iş yerinden teslim alarak ihracı için gerekli belgeleri hazırlar ve gümrük işlemlerini tamamlayarak malların kendi ülkesine ithalini sağlar. Malların iş yerinde teslim edilmesinin ardından malla ilgili bütün masraf ve risk ile diğer yükümlülükler alıcıya aittir. EXW satışlarında genel ödeme şekli peşin ödeme ya da açık hesaptır (Tuncel, 2006: 23).

1.5.2. Gemi Bordasında Teslim/ Free On Board (FOB)

Deniz veya nehir taşımacılığında kullanılan bir terimdir (Atabey-Saraç-Develi, 2006: 155). İhracat malının, ihracatçı tarafından satış sözleşmesinde belirtilmiş olan yükleme yeri olan limanda geminin güvertesinde alıcıya teslimidir. Mallarla ilgili kaybolma ve hasar gibi riskler, mal gemi küpeştesini geçtiği andan itibaren, ihracatçıdan alıcıya geçmiş olur (Dündar, 2006: 37).

Eğer gemi küpeştesi pratikte bir şey ifade etmemekteyse (örneğin roll-on/roll-off veya konteynır taşımacılığındaki gibi) FOB yerine, FCA teriminin kullanılması daha doğrudur

(www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detay&yayinID=91&icerikID=82&dil=TR, 19.05.2008).

Bu teslim şeklinin özelliklerini sıralarsak; satıcı malları belirlenen tarihte ve yerde, alıcı tarafından sağlanan gemiye yüklemeyi yapar. Mallar geminin küpeştesine (güvertesine) geçmesinin ardından oluşabilecek her türlü hasar, kayıp ve masraflar alıcının yükümlülüğündedir. Satıcı ihracata konu olan gerekli tüm belgeleri hazırlar ve malların gümrük işlemlerini bitirerek teslim eder (Tuncel, 2006: 27).

1.5.3. Gemi Doğrultusunda Teslim/ Free Alongside Ship (FAS)

Deniz veya nehir taşımacılığında kullanılan bir terimdir (Atabey-Saraç-Develi, 2006: 155). FAS (Free Alongside Ship) Gemi Doğrultusunda Teslim şekli, belirtilmiş olan yükleme yeri olan limanda malların gemi doğrultusunda rıhtıma ya da mavnaya yerleştirilmesiyle satıcının teslim sorumluluğunun yerine getirildiği anlamına gelir (Tuncel, 2006: 25). Bu da, bu andan itibaren, malla ilgili tüm gider, yitik veya hasar risklerin alıcı tarafından yüklenilmesini ifade eder (Demir, 2002: 160).

Sadece deniz veya içsu taşımacılığında kullanılan bu teslim şekli, alıcı direk olarak ya da dolaylı olarak ihrac işlemlerini gerçekleştiremeyecekse kullanılmamalıdır(www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detay&yayinID=91&icerikID=82&dil=TR, 19.05.2008). FOB kıyasla farkı ise, malın rıhtımda teslim ediliyor olmasıdır ve diğer noktalar FOB'un aynısıdır (Dündar, 2006: 37).

Bu teslim şeklinin özelliklerini sıralarsak; satıcı malları geminin yanına kadar getirmekle yükümlüdür. Mallar gemi rıhtımında ise, yükleme yerine ulaştırarak, gemi açıkta demirli ise geminin yanına kadar ulaştırılarak teslim edilir. Teslim anından malların kaybolması veya hasar görmesi gibi riskler alıcıya aittir. Bu andan itibaren malla ilişkili tüm masraflar ve navlun alıcı tarafından karşılanır. Bu teslim şeklinde ihracat ile ilgili tüm gerekli belgeleri hazırlama ve gümrük işlemlerinin yapımı alıcıya aittir. Alıcı firma bu ülkede ihracatçı gibi serbest hareket etmesi olanaklı değilse bu teslim şekli seçilmemelidir (Tuncel, 2006: 26).

1.5.4. Taşıyıcıya Teslim/ Free Carrier (FCA)

Karma taşımacılıkta kullanılan bir terimdir (Atabey-Saraç-Develi, 2006: 150). Bu terim ile satıcının teslim yükümlülüğü, malların ihrac gümrüğünden geçirilip, alıcının belirlediği taşıyıcıya, belirlenen yer ya da noktada teslimi ile tamamlanır. Eğer alıcı tarafından kesin bir teslim yeri belirtilmemişse, satıcı taşıyanın malları teslim alacağı yere yakın bir yer belirleyebilir (Demir, 2002: 160).

Günümüzde taşıma teknolojisindeki yeniliklerin etkisi ile birden fazla taşıma çeşidinin içerdiği kombine ya da çoklu model taşıma sisteminin zamanla FCA teslim şeklinin gelişmesini sağlamıştır (Dündar, 2006: 37).

Hâlihazırda ticari uygulama gereğince, taşıyıcı ile taşıyıcı sözleşmesinin yapılabilmesinde satıcının yardımı gerekliyse satıcı böyle bir durumda risk ve masrafları alıcıya ait olmak üzere kendisi harekete geçebilir (Ataman-Sumer, 2003: 16).

“FCA satış şekli, Incoterms terimleri içerisinde 1990 düzenlemesiyle girmiş olup aşağıdaki terimleri ortadan kaldırmıştır” (Mavioğlu, 1998: 106-107):

- FOR: Vagon üstünde teslim.
- FOT: Kamyon üstünde teslim.
- FOB Havalimanı: Havalimanında teslim

Bu teslim şeklinin özelliklerini sıralarsak; satıcı malları gümrük işlemlerini tamamlayarak, önceden belirtilmiş tarihte ve yerde ilk taşıyıcının gözetimine devrettiği an, teslim işlemlerini tamamlanır (Tuncel, 2006: 24-25).

1.5.5. Mal Bedeli ve Navlun Ödenmiş Olarak Teslim/ Cost and Freight (CFR)

Bu terim deniz veya nehir taşımacılığında kullanılır (Atabey-Saraç-Develi, 2006: 162). CFR (Cost And Freight) Mal Bedeli ve Taşıma, yükleme limanında malların küpeşteyi asmasıyla satıcının malları teslim etmiş olduğu anlamına gelir (Tuncel, 2006: 28). Bu terim ile satıcı belirlenen varış limanına malı gönderebilmek için gerekli tüm giderleri ve navlunu ödeme yükümlülüğü taşır (www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detay&yayinID=91&icerikID=82&dil=TR , 19.05.2008).

Bu teslim şeklinde CFR'den sonra varış limanının ismi yer alır. CFR teslim şekli deniz taşımacılığı ile birlikte kara, hava ve demiryolu taşımacılığında da kullanılır (Dündar, 2006: 38).

Bu teslim şeklinin özelliklerini sıralarsak; satıcı tüm masraf ve riskleri üzerine alarak malları yükleneceği limana kadar getirir. Gümrük işlemlerini yerine getirir ve navlun bedelini ödeyerek yüklemeyi yapar. Bu andan sonra navlun haricindeki malla ilgili tüm masraf ve riskler alıcıya aittir (Tuncel, 2006: 28).

1.5.6. Mal Bedeli, Sigorta ve Navlun Ödenmiş Olarak Teslim/ Cost, Insurance and Freight (CIF)

CIF (Cost, Insurance And Freight) Mal Bedeli, Sigorta ve Taşıma esas çerçevede CFR taşıma şekli ile aynıdır. Yalnızca bu teslim şekline ek olarak taşıma esnasında malla ilgili zarar ve ziyarı içeren sigortanın da satıcı tarafından yaptırılmasını öngören satış ve teslim şeklidir (Tuncel, 2006: 29). Bu terim ile satıcı CFR'de olan yükümlülüklerle aynı şekilde sahiptir (www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detay&yayinID=91&icerikID=82&dil=TR , 19.05.2008).

Malın, CIF bedelinin tamamının sigorta ettirilmelidir. CIF teslim şekli deniz taşımacılığı ile birlikte kara, hava ve demiryolu taşımacılığında da kullanılır (Dündar, 2006: 38).

Bu teslim şeklinin özelliklerini sıralarsak; satıcı sigorta primi, navlun ve yükleme masrafları ve riskleri üzerine alarak malları yükleyeceği limana kadar getirir. Malların gemiye yüklenmesinin ardından navlun ve sigorta primi dışındaki masraflar ve diğer her türlü (sigorta anlamında) risk alıcıya ait olur (Tuncel, 2006: 29).

1.5.7. Taşıma Ücreti Ödenmiş Olarak Teslim / Freight Carriage Paid to CPT

Karma taşımacılıkta kullanılan bir terimdir (Atabey-Saraç-Develi, 2006: 165). Bu terim satıcının, malın önceden belirlenen varış yerine kadar taşınması için gerekli navlunu ödediği anlamına gelir (www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detay&yayınID=91&icerikID=82&dil=TR, 19.05.2008). CPT (Carriage Paid To....) Taşıma Bedeli Ödenmiş Olarak Teslim şeklinde satıcı malların ihracat gümrük işlemlerini tamamlar, taşıyıcıya teslimini gerçekleştirir ve belirtilen varış limanına varıncaya kadar nakliye bedelini ödeme sorumluluğuna sahiptir (Tuncel, 2006: 30).

CPT gemi ile taşımada kullanılan CFR'nin çoklu taşıma sisteminde karşılığıdır. Bu teslim şeklinde de navlun bedelini satıcı karşılayacak ve malın fiyatına yansıtacaktır (Dündar, 2006: 38).

Bu teslim şeklinin özelliklerini sıralarsak; özellikle çok araçlı taşımacılık şekillerinde kullanılır. Satıcı varış yerine kadar navlun ücretini ödemekle sorumludur. Malları ilk taşıyıcının gözetimine devrettiği andan itibaren malla ilgili tüm risk ve navlun dışındaki masraflar genel bir kural olarak alıcıya geçmektedir (Tuncel, 2006: 30).

1.5.8. Taşıma ve Sigorta Bedeli Ödenmiş Olarak Teslim / Carriage and Insurance Paid to (CIP)

Karma taşımacılıkta kullanılan bir terimdir (Atabey-Saraç-Develi, 2006: 173). Belirtilen varış yerine varıncaya kadar navlun ve sigorta primi ödenmiş olarak teslim şeklidir. CIP'in, tek taşıma türünün kullanıldığı CIF'den farkı denizyolu taşımacılığı da dâhil olmak üzere diğer taşıma türlerinin kombine olarak birlikte kullanılmasıdır (Dündar, 2006: 39).

Bu teslim şeklinin özelliklerini sıralarsak; satıcı sigorta primi, navlun ve yükleme masrafları ve riskleri üzerine alarak malları yükleyeceği limana getirir. Satıcı

gemi acentesi ile anlaşma yapar ve temin eder. Satış sözleşmesindeki malların belirtilen tarihte ve yerde yüklemesinin tamamlandığını alıcıya bildirir. Satıcı sigorta primini ödeyerek yüklediği mal cinsine uygun olan en dar kapsamlı nakliyat sigortası yaptırır. Ancak alıcı olağandışı risklere (grev, savaş, doğal afet vb.) karşı sigorta yaptırılmasını talep ediyorsa primini kendisi ödemek kaydıyla satıcıdan sigorta kapsamının genişletilmesini isteyebilir (Tuncel, 2006: 31).

1.5.9. Sınırdaki Teslim/ Delivered At Frontier (DAF)

Karma taşımacılıkta kullanılan bir terimdir (Atabey-Saraç-Develi, 2006: 176). Bu terim satıcının teslim yükümlülüğünün, malların ihrac için gümrükten geçirilip, sınırdaki önceden belirlenmiş yer ya da noktada ancak bitişik ülkenin gümrük sınırından önce emre hazır tutulmasıyla tamamlanmasını ifade eder (www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detay&yayinID=91&icerikID=82&dil=TR, 19.05.2008).

Sınır, satıcının gümrüğü olabilir, ayrıca alıcının ya da herhangi bir ülkenin gümrüğü de olabilir. Sınırı kadar masraf ve riskler ihracatçıya, sınırdan geçildiğinde ithalatçıya aittir (Dündar, 2006: 39).

Bu teslim şeklinin özelliklerini sıralarsak; özellikle karayolu ve demiryolu taşımacılığında tercih edilir. Satıcı tüm riskleri ve masrafları üzerine alarak malı kararlaştırılan ülke sınırında, belirtilen yer ve tarihte gümrük işlemlerini tamamlayarak teslim eder. Teslimattan sonra tüm risk ve masraflar alıcıya aittir. İthalat ile ilgili gümrük vergileri alıcı öder (Tuncel, 2006: 32).

1.5.10. Gümrük Resmi Ödenmeksizin Teslim / Delivered Duty Unpaid (DDU)

Karma taşımacılıkta kullanılan bir terimdir (Atabey-Saraç-Develi, 2006: 187). Gümrük vergisi ödenmeksizin gerçekleştirilen bir teslim türüdür. İhracatçı, ithalatçının ülkesinde ve ismi belirtilen yerde malları ithalatçıya teslim etmekten sorumludur. Ancak

burada gümrük vergisinin ödemesi yapılmaz. Teslim yerine varıncaya kadar olan tüm masraf ve riskler ihracatçıya aittir (Dündar, 2006: 39). Bu terim ile satıcının teslim yükümlülüğü, malların ithal ülkesinde, önceden belirtilmiş yerde emre hazır tutulması ile tamamlanır (Demir, 2002: 162).

Bu teslim şeklinin özelliklerini sıralarsak; DDU çok araçlı taşımacılıkta kullanılmaktadır. Deniz taşımacılığında kullanılan DEQ şekline benzerken bununla birlikte bu teslim şeklinde satıcı malları belirlenen tarihte alıcının ülkesinde belirlenen yerde gümrük vergilerini ödemeksizin teslimatını gerçekleştirir. Teslime kadar tüm riskler tamamıyla ve eğer sözleşmede farklı hüküm mevcut değilse alıcıya geçer (Tuncel, 2006: 35).

1.5.11. Gümrük Resmi Ödenmiş Teslim / Delivered Duty Paid (DDP)

Bu teslim şekli, belirtilen varış yerinde teslimdir. Gümrük vergisi ödenerek teslim gerçekleştirilir (Dündar, 2006: 39). Bu terim ile satıcının teslim sorumluluğu, malların ithal ülkesinde belirtilmiş yerde emre hazır tutulması ile tamamlanır (Demir, 2002: 162).

Bu teslim şeklinin özelliklerini sıralarsak; DDU teslim şekli ile aynı özelliklere dayanır; ancak DDP teslim şeklinde satıcı ayrıca gümrük vergilerini ödemek zorunda durumu vardır. Alıcının ülkesindeki yerel bir satıcıdan, farksız biçimde malları devreder (Tuncel, 2006: 36).

1.5.12. Rıhtımda Teslim / Delivered Ex-Quay (DEQ)

DEQ (Delivered Ex Quay) Rıhtımda Teslim, satıcının malı, satış sözleşmesinde belirtilen varma yerinde, rıhtım üzerinde alıcının emrine sunması anlamındadır (Tuncel, 2006: 34).

Belirtilmiş varış limanında bu teslim şeklinde ihracatçı malın, satış sözleşmesinde belirtilen rıhtımda ithalatçıya teslimini gerçekleştirir. Rıhtıma kadar olan masraf ve riskler ihracatçı üzerindedir(Dündar, 2006: 40).

Bu terim ile satıcının teslim yükümlülüğü, malların belirlenen varış limanında ithal gümrüğünden geçirilmiş şekilde, rıhtım üzerinde alıcı emrine hazır tutmakla son bulur (Demir, 2002: 161).

Bu teslim şeklinin özelliklerini sıralarsak; DES teslim şekli ile aynı kurallara dayanmakla birlikte DES'ten farkı; malın teslimi, limanda boşaltma tamamlayıp ithalat gümrük vergilerini ödedikten sonra mal teslimi gerçekleşir (Tuncel, 2006: 34).

1.5.13. Gemide Teslim / Delivered Ex-Ship (DES)

DES (Delivered Ex Ship) Gemide Teslim, satıcının sözleşmede belirtilen varış limanında, geminin bordasında alıcının emrine vermesidir (Tuncel, 2006: 33).

O ana kadar olan masraf ve riskler ihracatçıya ait iken teslim gerçekleştikten sonra masraf ve riskler ithalatçıya geçmekte ve gemiden malın boşaltma masrafları da dâhil edilerek alıcı tarafından karşılanmaktadır (Dündar, 2006: 40).

Bu teslim şeklinin özelliklerini sıralarsak; satıcı malları varış limanında, gemide teslimi gerçekleştirir. Varış limanına kadar bütün risk ve masraflar navlun ücreti de dâhil olmak üzere satıcıya aittir. Belirlenen varış limanında mallar alıcının emrine hazır tutulduğu andan itibaren teslim gerçekleşmiş kabul edilir (Tuncel, 2006: 33).

Tablo – 1: Teslim Şekillerinde Maliyet-Risk Çizelgesi

	Taşıma Şekli	İhracat lisans, yetki ve formaliteleri	İhracat gümrük işlemleri	Yükleme İşlemleri ve masrafı	Navlun	Sigorta	Boşaltma Masrafı	İthalat gümrük işlemleri	Teslim	Harçlar ve vergiler
EXW	Belirlenen herhangi şekil	Alıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı
FCA	Belirlenen herhangi şekil	Satıcı	Satıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı
FAS	Deniz	Satıcı	Satıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı
FOB	Deniz	Satıcı	Satıcı	Satıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı
CFR	Deniz	Satıcı	Satıcı	Satıcı	Satıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı
CIF	Deniz	Satıcı	Satıcı	Satıcı	Satıcı	Satıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı
CPT	Belirlenen herhangi şekil	Satıcı	Satıcı	Satıcı	Satıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı
CIP	Belirlenen herhangi şekil	Satıcı	Satıcı	Satıcı	Satıcı	Satıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı
DAF	Belirlenen herhangi şekil	Satıcı	Satıcı	Satıcı	Satıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı
DES	Deniz	Satıcı	Satıcı	Satıcı	Satıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı
DEQ	Deniz	Satıcı	Satıcı	Satıcı	Satıcı	Alıcı	Satıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı
DDU	Belirlenen herhangi şekil	Satıcı	Satıcı	Satıcı	Satıcı	Satıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı	Alıcı
DDP	Belirlenen herhangi şekil	Satıcı	Satıcı	Satıcı	Satıcı	Satıcı	Alıcı	Satıcı	Alıcı	Satıcı

E ve F Grubunda navlun anlaşmaya göre alıcı veya satıcıya ait olabilir.

CIP ve CIF dışında sigorta anlaşmaya göre alıcı veya satıcıya ait olabilir.

Kaynak: Aktaran: Tuncel, Muhittin, Türk Dış Ticaretinde Teslim ve Ödeme Şekillerinin Ekonomik Analizi: Eğitim Gereklerinin Belirlenmesine İlişkin Bir Model Önerisi, Master Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara, 2006, sf. 37

II. BÖLÜM

TÜRKİYE'DE İHRACATIN TARİHSEL GELİŞİMİ

2.4. 1820-1923 Dönemleri Arası İhracat

Uluslararası ticaretin gerçekleştirildiği ülkelerdeki kurumsal yapı farklılığı, farklı siyasi egemenlik alanlarının varlığı, ticarete taraf olan ülkelerin para birimlerinin ve içinde bulundukları iktisadi sistemlerin farklılığı uluslararası iktisadi ilişkilerin her ülkenin sınırları içinde farklı ticaret politikaları uygulamalarına sebep olmuştur (Kılıç, 2006: 3).

İç ve dış ticaret, Osmanlı ekonomisinde önemli bir yere sahipti. İç ticaret kırsal ve kentsel alanlar arasında mal değişimini çoğaltırken, bu bölgeler arasında işbölümünün de gelişmesine katkısı olmuştur (Taşkın, 2003: 132).

Osmanlı dış ticaret politikası geleneksel olarak ülke sınırları içerisinde mal bolluğunu arttırarak ekonomik karlılığı, özellikle de fiyat karlılığını hedefleyen ithalatı teşvik edici, ihracatı kısıtlayıcı bir uygulamaya içermekteydi. Uygulanan bu politikalara destek olmak amacıyla ihracat yüksek oranlarda vergilendirilirken bazı mallara da ihracat yasağı getirilmekteydi (Kılıç, 2006: 4).

1823 yılı ile birlikte bazı ürünlerin ihracı tezkereye bağlandı. Örnek olarak meşe palamudu, debbağ esnafının ihtiyacı karşılanmasının ardından, tezkere alan tüccar tarafından ihraç edilebiliyordu (Çolak, 2005: 28). 19. yüzyılda Osmanlı İmparatorluğu'nun üretim birimleri bakıldığında, ağır ama dengesiz bir dönüşüm sürecine girildiği anlaşılır (Yürekli, 1992: 48).

19. Yüzyılın başlarında siyasal, askeri ve mali bakımlardan gücünü kaybeden düşen Osmanlı İmparatorluğu, Avrupa devletlerinin, özellikle de İngiltere'nin serbest ticaret ile ilgili baskılarına dayanamamış ve bu devletlerle bir dizi ticaret anlaşması imzalamıştır. Bu anlaşmalar ile Osmanlı İmparatorluğu ithalat ve ihracata uygulayabileceği gümrük vergilerini oldukça düşük düzeyde tutmuş ve bağımsız bir dış ticaret politikası uygulayabilme imkânından yoksun kalmıştır (Özcan, 1998: 41).

19. yüzyıl başlarında dış ticaretin hacmi, toplam üretime oranlandığında yüzde 1-2'sini geçmezken, 1820'lerden I. Dünya Savaşına kadar geçen sürede Osmanlı ekonomisinin Batı ve Orta Avrupa ülkeleri ile ilişkileri artmış ve İmparatorluğun dış ticareti 10 kat büyüklüğe ulaşmıştır (Taşkın, 2003: 134).

Bu artışta iki önemli sebep vardır: İlki, Batı Avrupa'nın yeni bir genişleme ve birikim dönemine girmesiyle Osmanlı hammaddelerine olan talebin artmasıdır. İkincisi ise, yabancı sermaye tarafından İç Anadolu, Batı Anadolu, Suriye ve Makedonya'da inşa edilmiş olan demiryollarıdır (Özcan, 1998: 43-44).

Osmanlı Devleti'nin dış ticaret rejimi ile alakalı ilk değişiklikler, 1838'de İngiltere ve Fransa'nın girişimleri (siyasi ve ticari baskıları) ile ithalatta gümrük resimlerinin yüzde 12'den, yüzde 3'e indirilmesi ve ihracatta alınan gümrük resimlerinin bütünü ile ortadan kaldırılması veya yüzde 1'e düşürülmesi şeklinde gerçekleşmiştir (Mollasalihoğlu, 1999: 36).

Bu büyümede 1838'de imzalanan Balta Limanı Ticaret Anlaşmasının sağladığı ticaret ortamının da payı bulunurken, sanayi devrimini tamamlamış Avrupa ülkeleri ile Osmanlı'nın üretim yapıları kıyaslandığında aradaki farklılıklar ve Avrupa mallarının rekabet gücünün yüksekliği de etkili unsurdur (Taşkın, 2003: 134).

Osmanlı Devleti'nin serbest ticarete geçişte ilk adımı 1838 yılında İngiltere ile Baltalimanı Ticaret Anlaşması adı verilen bir anlaşmayı imzalamasıdır. Bu anlaşma ile Osmanlı Devleti, iktisat politikasını tam serbest ticarete dönüştürmüştür (Sabır, 2003: 78-79).

Balta Limanı Ticaret Anlaşması ile Osmanlı Devleti, uygulayacağı gümrük vergilerini Avrupa devletleriyle beraber belirlemeyi kabul etmiş ve bağımsız bir dış ticaret politikası izleme hakkını bırakmıştır (Taşkın, 2003: 134).

Osmanlı Devleti'nin uygulamaya koyduğu serbest ticaret politikasının ilk sonucu olarak Avrupa mallarının Osmanlı pazarlarına fazlaca girmiş, Osmanlı Devlet açık pazar haline gelmiştir (Sabır, 2003: 78-79).

1886 yılında %8'e çekilen ithal vergi oranları, Avrupalı devletlerin baskıları sonucu yeniden 1914 yılında %15'e çıkartılmıştır. Ancak aynı tarihte I. Dünya Savaşı'nın başlamış olması üzerine Osmanlı Devleti kapitülasyonları tek taraflı olarak kaldırdığını bildirmiş ve gümrük vergilerini de değer üzerinden %15-16 olarak belirlediğini açıklamıştır (Kılıç, 2006: 7).

1830-1911 yılları arasında Osmanlı'nın ihracatı istikrarlı bir şekilde artmıştır. İthalat ve ihracatın her ikisinin de artış eğiliminde olmasına rağmen Birinci Dünya Savaşı'na kadar ithalatın ihracattan daha hızlı artış göstermesi Osmanlı Devleti'nin dış ticaret açıklarının giderek büyümesine sebep olmuştur (Kılıç, 2006: 5-6).

I. Dünya Savaşı döneminde İmparatorluğun uygulamakta olduğu dışa açık ekonomi politikaları bırakılmış, korumacı politikalar uygulanmaya konulmuştur (Taşkın, 2003: 135).

Zamanla ihracatın geliştirilmesi için çaba sarf edilmeye başlanmıştır. Bu girişimler neticesinde Osmanlı Devleti ve onun devamı olan Türkiye Cumhuriyetindeki ilk teşvik kararı çıktı. 1913 tarihli Teşviki Sanayi Kanun Muvakkati çıkarılmıştır (Cevahir, 2007: 30).

20. yüzyılın başlarında Osmanlı İmparatorluğunun dış ticaretinin yapısına bakıldığında, temel ihracat malları tütün, üzüm, incir, ham ipek, tiftik, afyon, meşe palamudu, fındık, pamuk, zeytinyağı iken, mamul mal olarak ihracatta ağırlığı olan tek ürün grubu elde dokunmuş halı ve kilimdir (Taşkın, 2003: 134-135).

Tablo- 2: 1830-1911 Osmanlı İmparatorluğu İhracat ve İthalatı ve Başlıca Ülkelere Göre Dağılımı

İHRACAT	Milyon Sterlin	İngiltere	Fransa	Almanya	Avusturya	Rusya
1830-32	4	13	14	2	31	13
1840-42	5	20	17	2	29	10
1850-52	9	20	16	1	28	8
1860-62	12	24	30	1	17	10
1870-72	19	27	25	0	14	15
1880-82	15	24	28	1	6	14
1890-92	18	26	25	4	6	4
1900-02	20	26	19	7	8	4
1908-11	26	18	14	11	8	4
İTHALAT						
1830-32	4	19	10	3	17	31
1840-42	6	29	9	5	22	17
1850-52	10	26	9	10	26	14
1860-62	13	27	12	10	17	12
1870-72	22	32	12	14	13	9
1880-82	15	45	12	2	12	10
1890-92	19	36	12	10	10	10
1900-02	20	30	10	10	15	10
1909-11	38	24	8	14	14	9

Kaynak: GÜVEN, Tarık C., Cumhuriyetin 75. Yıldönümünde Dış Ticaretimizin Geçmişi ve Bugünü, Dış Ticaret Dergisi, Ankara, 1998. sf.:28.

Kurtuluş savaşından Osmanlı ekonomisi tarım ve ticarete dayalıydı. Özellikle Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da feodal düzene benzeyen ağalık ve beylik düzenleri yaygındı. Aşar vergisi ve bu uygulamanın sebep olduğu mültezimlik tarımda modernleşmenin önüne geçmiştir (Ateş, 2005: 82-83).

Osmanlı döneminde dış ticaret politikası yalnızca gümrük resimlerinin belirlenmesiyle sınırlı olarak uygulanmış, bu alanda bile ülke menfaatlerine ve yerli sanayinin kurulup güçlenmesine faydalı olabilecek etkinlikte bir politika yürütülememiştir (Güven, 1998: 28).

2.5. 1923-1940 Dönemleri Arası İhracat

Cumhuriyetin kuruluşundan planlı döneme varıncaya kadar Türkiye'de daha çok içe dönük sanayileşme ve düşük döviz kuru politikasıyla hareket edilmiştir (Bakır, 1999: 11).

Kurtuluş savaşıdan çıkan Türkiye'yi gelişmiş ülkeler seviyesine yükseltmek ve bu doğrultuda uygulanabilecek bir ekonomi politikası tespit etmek için, 1923'de İzmir'de yapılan iktisat kongresi ile özel sektör, iktisadi kalkınmayı gerçekleştirecek başlıca unsur olarak belirlenmiş ve bu yönde, ekonomik yatırımlarda bulunması için teşvik edilmiştir (Özcan, 1998: 44).

17 Şubat 1923 tarihinde Cumhuriyetin ekonomik bağımsızlık temelini atmak ve ulusal kalkınma mücadelesinin niteliğini belirleyebilmek maksadıyla gerçekleştirilen İzmir İktisat Kongresi dönemin önemli bir adımıdır (Varol, 2003: 154).

Türkiye'nin 1923 yılında toplam ihracat tutarı 8.465.118.974 kuruştur. Osmanlı Devleti'nde olduğu gibi Cumhuriyetin ilk yılında ihracat tutarı ithalatın %40 gerisinde gerçekleşmiştir. Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk yılındaki ihracat rakamı için İmparatorluk döneminin ihracatının % 57.1'ini oluşturduğunu söyleyebiliriz (Çolak, 2005: 160-161).

Cumhuriyet'in ilk yedi yılında ticaret dengesi sürekli açık vermektedir. Bunun başlıca iki sebebi mevcuttur: Savaş sonrası dönemde, o zamana kadar kısıtlanmış ithal

talebinin serbest olması ve devam eden düşük gümrük vergileridir (İstanbul Sanayi Odası, 1981: 7).

Cumhuriyetin kurulduğu ilk yıllarda, 24 Temmuz 1923'te imzalanan Lozan Barış Anlaşması hükümlerinden dolayı, hükümetin bağımsız olarak gümrük koyma yetkisi 5 yıl süresince elinden alınmıştı ve bu beş yıl süresince, 1 Eylül 1916 tarihli Osmanlı gümrük tarifelerinin uygulanmasına devam edilmesi yönünde karar alınmıştır (Mor, 2006: 3).

Lozan Antlaşması 1916 tarihli Osmanlı gümrük tarifelerini 1929 yılına kadar aynen korumayı zorunlu kılmaktaydı. Bu sebeple, Türkiye 1929 yılına gelinceye kadar Osmanlı İmparatorluğu'nun düşük oranlardaki gümrük tarifelerini yükseltme hakkından yoksun bırakılmıştır (Özcan, 1998: 45).

Böylece, Osmanlı İmparatorluğu'nun 1916 tarihinde yayınlanan ilk koruyucu gümrük tarifesi, katsayılı olarak uygulanması devam etmiştir. Katsayılar Lozan Anlaşması sırasında 5-12 olarak belirlenmiş ve bağlı ticaret anlaşmasıyla 5 yıllık yürürlükte kalma süresi verilmiştir (İstanbul Sanayi Odası, 1981: 7).

1923'ten sonra, devlet desteğinde milli burjuvazi yetiştirilmesini ve bu yerli sermaye sahiplerinin büyüme ve kalkınmanın itici gücünü oluşturmalarını hedefleyen “milli iktisat” okulunun ekonomi politikaları uygulanırken, bu okulun yerli sanayiye korumacı ve sanayileşmeci politikaları Lozan Anlaşması ile gümrük politikalarına getirilen sınırlamalar sebebiyle uygulamaya konulamamıştır (Taşkın, 2003: 136).

İzmir İktisat Kongresini izleyen yıllarda, örneğin 1924 yılında ticari kredi sağlama amacıyla İş Bankası, 1925 yılında sanayi kredisi sağlamak maksadıyla Sanayi ve Maden Bankası kurulmuş, 1927 yılına gelindiğinde ise yeni bir Teşvik-i Sanayi Kanunu çıkarılmıştır (Güven, 1998: 29-30).

1929 yılında hükümetin, yeni özellikli gümrük tarifelerini yürürlüğe koymasıyla ülkemize giren tüm eşyalardan, kanuna ekli tarifede belirtilen oranda gümrük vergisi alınacaktı. Tarifede yer almayan mallar için rayiç bedelleri üzerinden %40 gümrük

resmi alınması öngörölmüştü, Teşvik-i Sanayi Kanunu ve Ziraat Kanunundaki mallar, bu kanunla da gümrük vergisinden muaf tutulmuştur (Bayrakdar, 2007: 24).

Dış ticaretimizi ekonomik gelişmemizi destekleyecek biçimde kontrol altına almamızı sağlayacak tedbirlerden biri olan gümrük tarifelerinin koruyucu bir niteliğe büündüğü 1929 yılı, aynı zamanda bütün dünya ülkelerinin ekonomik anlamda büyük sarsıntılar geçirmesine neden olan 1929-1930 Dünya Buhranının başlangıç yılıdır (Serin, 1975: 19). Cumhuriyetin kuruluşundan 1929 Dünya buhranına kadar süren dönemi, dışa açık ekonomi politikaları ile ekonominin yeni baştan yapılandırıldığı bir dönem olarak nitelendirebiliriz (Taşkın, 2003: 136).

Türkiye Cumhuriyeti'nin ekonomi ve dış ticaret politikalarında radikal değişikliklere gitmesi 1929 yılından sonradır (Varol, 2003: 155). Dünya pazarlarında Türkiye'nin ihracatında yer alan hammadde ve tarımsal ürünlerin fiyatları düşmüş ve döviz gelirleri azalmaya başlamıştır (Makaroğlu, 2006: 13).

1930 yılında Merkez Bankası kurulmuş ve Türk Parasını Koruma Kanunu TBMM'de çıkarılmıştır. 1931 yılında ithalata kota getirilmesi ve ihracatın denetimi hakkında çıkarılan kanunla korumacılığın ilk adımları atılmıştır. 1932 yılında ekonomi alanında devletin denetimini artıran bir dizi kanun çıkarılmıştır. Devlet, bu tarihte ilk defa faiz oranlarını tespit etmeye başlamıştır (Bayrakdar, 2007: 26).

“Beş Yıllık Sanayi Planı”nın yürürlüğe konması önemli bir olaydır. Mayıs 1934'te yürürlüğe girmiş olan bu planın hedefi; hammaddeleri yurt içinden sağlanması olanaklı sanayi kollarını devletçe kurmaktır (Özcan, 1998: 46). Türkiye Cumhuriyeti hükümetlerinin kuruluş yılları diye nitelendirdiğimiz 1923-1938 yıllarında karşılaştıkları en önemli mesele ülkenin ekonomik düzeninin yeniden kurulması olmuştur (www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/EAD/KonjokturIzlemeDb/1920don.doc, 21.05.2008).

1930-1939 döneminde dünya ekonomisi büyük bir buhran içine doğru kayarken, Türkiye ekonomisi dışa kapanmış ve devlet eliyle bir milli sanayileşme hamlesi gerçekleştirmeye amaçlamıştır (Alsu, 2006: 13).

Tablo- 3: 1923-1940 Dönemleri Arası Dış Ticaret Rakamları

Yıl	İhracat (dolar)	İthalat (dolar)	Karşılama Oranı (%)	Bir Önceki Yıla Göre Değişim Oranı(%)	
				İhracat	İthalat
1923	51	87	58,47		
1924	82	100	82,06	62,31	15,64
1925	103	129	79,64	24,58	28,36
1926	96	121	79,43	-6,10	-5,85
1927	81	108	74,94	-16,27	-11,25
1928	88	114	77,63	9,32	5,53
1929	75	124	60,56	-15,24	8,66
1930	71	70	102,65	-4,61	-43,72
1931	60	60	100,49	-15,63	-13,81
1932	48	41	117,82	-20,35	-32,06
1933	58	45	128,77	21,04	10,74
1934	73	69	106,18	25,73	52,49
1935	76	71	107,92	4,42	2,73
1936	94	74	127,24	22,87	4,22
1937	109	91	120,64	16,61	22,98
1938	115	119	96,74	5,30	31,32
1939	100	92	107,73	-13,36	-22,20
1940	81	50	161,69	-18,81	-45,91

Kaynak: www.gumruk.gov.tr/Istatistikler/DTI/06.xls, 19.07.2008

2.3. 1940-1960 Dönemleri Arası İhracat

Büyük Buhranın ardından, ekonomi politikaları ile önemli ölçüde düşmüş olan ithalat, savaş başladığında yarı yarıya azalmış, savaş yıllarında da dış ticaret dengesi fazla vermeye devam etmiştir (Taşkın, 2003: 142).

İkinci Dünya savaşının başladığı 1939 Eylül'ünden savaşın son bulduğu 1945 yılına kadar diğer ülkelere benzer şekilde Türkiye'de dış ticareti büyük güçlüklerle yürütebilmiştir (Serin, 1975: 22).

Türkiye İkinci Dünya Savaşına doğrudan katılmamasına rağmen, bu savaşın ekonomik etkilerinden büyük zarar görmüştür. Bir milyon kişilik bir ordunun silah altında tutulması zorunluluğu, toplam üretim ve tüketim üzerindeki etkisi kadar Devletin masraflarını da çok artırmış, yeni vergiler konulmasını, hazinenin tasarruf bonoları çıkararak borçlanmasını gerektirmiştir (www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/EAD/KonjokturIzlemeDb/1939don.doc,21.05.2008).

II. Dünya Savaşı sırasında ve savaş dönemini takip eden birkaç yıl boyunca ortaya çıkan toplam 500 milyon dolar dış ticaret açığı ise dış yardımlar ve krediler yoluyla kapatılmıştır (Taşkın, 2003: 143).

Savaştan sonra 1946, ticaret dengemizin artı yönde fazla verdiği son yıldır. 1946'da 208.2 milyon liraya ulaşmış olan ticaret fazlası bundan sonra olumsuz bir fark göstermeye başlamış ve ticaret dengesi 1947 yılında 60.5 milyon ve 1948 yılında 219.1 milyon, 1949 yılında 118.4 milyon lira ithalat fazlası vermiştir (Serin, 1975: 22).

II. Dünya Savaşı ardından, uluslararası ekonomik işbirliği, dünya ticaretinin geliştirilmesi hususlarını baz alarak dünya ekonomik ilişkileri, dış ticaret, gümrük, para-kredi konularının fikri temellerini atan Bretton-Woods konferansının etkileri Türk dış ticaret politikasına da etkilemiştir. 1949 yılında yeni bir Gümrük Kanunu yürürlüğe girmiştir (Varol, 2003: 156).

1950 yılında iktidarda olan Demokrat Parti Hükümeti döneminde 10 Ağustos 1950 kararıyla ülkede ilk defa sürekli bir dış ticaret rejimi ortaya konmuştur.

Türkiye'nin bu ilk ticaret rejimi, ihracat bakımından, serbest ihracatı, lisansa bağlı ihracatı, karşı ithal hakkı tanıyan ihracatı düzenlemekteydi (Mor, 2006: 7).

1950'lerde ülkemizin ekonomi yönetimine liberal fikirlerin yerleşmesi, Türkiye'ye dış yardımların çoğalması, tarımda makineleşme, bunun beraberinde ekim alanlarının hızla genişletilmesi, iyi ürün yıllarının birbirini takip etmesi ve Kore Savaşının sebep olduğu yüksek Dünya konjonktürünün etkisiyle, ülke ekonomisinde hızlı bir gelişme başlamıştır (www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/EAD/KonjokturIzlemeDb/1939don.doc, 21.05.2008).

Türkiye'nin, kıt olan döviz rezervlerini kısa zamanda eritmesinden dolayı, gerek ülke içinde, gerek uluslararası alanda sıkıntılar yaşanmış ve 1958'de yeni bir devalüasyon yapılmıştır. 1958 yılındaki devalüasyonun ardından, alınan istikrar tedbirleri, liberal politikanın bütünüyle ortadan kalktığını göstermiştir (Özcan, 1998: 46-47).

1950- 1958 döneminde, tarımsal ürünler ihracatın % 70' ini oluşturmaktaydı, bu sebeple ihracatta hava koşullarına olan bağımlılık nedeniyle dalgalanmalar meydana gelmiştir (Bayrakdar, 2007: 29-30).

Bu dönem içinde ve sonrasında Türkiye'nin iktisat politikalarının önemli sorunları; dış ticaret açığı başta olmak üzere dış ödemeler açığı, ihracat, ithalat ve sanayileşme olmuştur (Varol, 2003: 156).

Tablo- 4: 1940-1960 Dönemleri Arası Dış Ticaret Rakamları

Yıl	İhracat (dolar)	İthalat (dolar)	Karşılama Oranı (%)	İhracat	İthalat
1940	81	50	161,69	-18,81	-45,91
1941	91	55	164,51	12,55	10,62
1942	126	113	111,73	38,50	103,94
1943	197	155	126,65	56,00	37,62
1944	178	126	140,97	-9,55	-18,74
1945	168	97	173,52	-5,44	-23,18
1946	215	119	180,49	27,53	22,61
1947	223	245	91,28	4,06	105,78
1948	197	275	71,55	-11,87	12,43
1949	248	290	85,39	25,93	5,51
1950	263	286	92,21	6,29	-1,57
1951	314	402	78,11	19,23	40,75
1952	363	556	65,28	15,55	38,26
1953	396	533	74,37	9,13	-4,21
1954	335	478	70,02	-15,44	-10,17
1955	313	498	62,97	-6,44	4,03
1956	305	407	74,87	-2,67	-18,15
1957	345	397	86,93	13,19	-2,51
1958	247	315	78,47	-28,37	-20,66
1959	354	470	75,28	43,08	49,15
1960	321	468	68,51	-9,35	-0,38

Kaynak: Gümrük Müsteşarlığı, www.gumruk.gov.tr/Istatistikler/DTI/06.xls,
19.07.2008

2.5. 1960-1980 Dönemleri Arası İhracat

1950’lerden itibaren bahsedilen “planlama” kelimesi 1960’larla uygulanma olanağı bulmuştur. Bu dönemde Türkiye ithal ikameci, yerli sanayiye korumayı ve geliştirmeyi hedefleyen bir dış ticaret politikası izlemiştir (Mor, 2006: 9).

1960’lı yıllardan 1980’li yıllara kadar olan planlı dönemde, dış ticaret hacminde önemli gelişmeler gerçekleştirilememiştir. Bu dönemde ekonomik alanda, plânlı kalkınma esası dikkate alınmış ve bunu sağlamak üzere Devlet Plânlama Teşkilâtı kurulmuştur (Makaroğlu, 2006: 17).

Türkiye’nin iktisat politikalarına bakıldığında, 1960’lı yıllardan bu yana uygulanan iki temel strateji var denilebilir. Bunlardan ilki 1963-1980 arası uygulanan ithal ikameci sanayileşme stratejileri, diğeri ise 1980’den sonra uygulanan ihracata dönük sanayileşme stratejileridir (Kabal, 2007: 33).

1960 yılından sonra, ekonomi ve dış ticaret politikalarında ciddi değişikliklerin gerçekleştirildiği yeni bir döneme girilmiş, 1963 yılında “Planlı Kalkınma Dönemi”ne geçilmesi ile birlikte dış ticaret stratejisi olarak “İthal İkameci” politikalar uygulanmaya konulmuştur (Kayalar, 2003: 1).

Planlı Kalkınma döneminde ekonomi modeli, karma ekonomi modeli; dış ticaret politikası ise ithal ikamesine dayalı sanayileşmeye dönük yerli sanayiye ve üretimini koruyucu yapıdadır (Güven, 1998: 35).

1970-80 döneminde ihracat 4,9, ithalat ise 8,3 kat artış sergilemiştir. Bu dönemde ihracat artışı yüksek olmakla birlikte petrol fiyatlarının ve tüketiminin hızla yükselmesi nedeniyle dış ticaret açığı büyümüştür (Alsu, 2006: 20).

İthal ikameci yatırım politikalarının zamanla ekonominin dışa bağımlılığını azaltması düşünülürken, söz konusu dönemde uygulanan politikalar tam tersi bir sonuçla ekonomi daha çok dışa bağımlı bir hale gelmiştir (Taşkın, 2003: 144).

Tablo- 5: 1960-1980 Dönemleri Arası Dış Ticaret Rakamları

Yıl	İhracat (dolar)	İthalat (dolar)	Karşılama Oranı (%)	Bir Önceki Yıla Göre Değişim Oranı(%)	
				İhracat	İthalat
1960	321	468	68,51	-9,35	-0,38
1961	347	507	68,36	8,11	8,33
1962	381	619	61,54	9,94	22,13
1963	368	688	53,53	-3,44	11,00
1964	411	537	76,46	11,60	-21,87
1965	464	572	81,08	12,89	6,46
1966	491	718	68,29	5,77	25,58
1967	522	685	76,29	6,49	-4,68
1968	496	764	65,01	-4,96	11,54
1969	537	801	67,00	8,14	4,92
1970	588	948	62,10	9,62	18,27
1971	677	1.171	57,79	14,98	23,56
1972	885	1.563	56,64	30,80	33,46
1973	1.317	2.086	63,13	48,83	33,51
1974	1.532	3.778	40,56	16,33	81,07
1975	1.401	4.739	29,57	-8,56	25,44
1976	1.960	5.129	38,22	39,91	8,23
1977	1.753	5.796	30,24	-10,57	13,02
1978	2.288	4.599	49,75	30,53	-20,66
1979	2.261	5.069	44,60	-1,18	10,23
1980	2.910	7.909	36,79	28,70	56,02

Kaynak: Gümrük Müsteşarlığı, www.gumruk.gov.tr/Istatistikler/DTI/06.xls,
19.07.2008

Ekonominin beşer yıllık planlarla daha iyileştirildiği ve Planlı Kalkınma Dönemi'nin başlangıcı sayılabilecek 1960'lı yıllarda Türkiye'nin uygulamış olduğu sabit kur politikası sonucu yurtiçi fiyat artışlarının, yurtdışı fiyat artışları üzerinde olması Türk Lirasının aşırı değerlenmesine sebep olmuştur (Varol, 2003: 157).

2.5.1. Birinci Beş Yıllık Plan Dönemi (1963-1967):

1963 yılından itibaren “Planlı Kalkınma Dönemi” ne geçilmiş ve dış ticaret stratejisi olarak uygulanan ithal ikameci politika, sanayileşmeyi gerçekleştirme yolunda başlıca araç olarak kullanılmıştır (Horoz, 2006: 31).

Bu dönemde amaçlanan büyüme hızlarına büyük ölçüde yaklaşılmış ve ortalama yıllık yüzde 6.6'lık GSMH artışı yakalanmıştır. Dış ticaret açığındaki iyileşme daha çok ihracat artışı ile sağlanmıştır (Aydoğan, 2002: 16).

Birinci Beş Yıllık Plan döneminde ihracatta amaçlanan rakamlara ulaşılmasına rağmen ihracatın yapısında arzu edilen değişim sağlanamamıştır. Sanayi ürünlerinin payı artmamış hatta bazı yıllarda azalma bile yaşanmıştır (Kılıç, 2006: 17).

1957 Roma Anlaşması ile oluşturulan A.E.T.'ye Türkiye'de katılmak üzere müracaat etmiş, 4 yıllık müzakerelerden sonra 12 Eylül 1963'de imzalanarak 1 Aralık 1964'de yürürlüğe giren Ankara Anlaşması (Türkiye - A.E.T. Ortaklık Anlaşması) yeni bir dönemi başlatmıştır. Bununla ilgili olarak Türkiye - A.E.T. arasında 23.11.1970'de Katka Protokolü imzalanmış ve bu protokol 1.1.1973'de yürürlüğe koyulmuştur (Güven, 1998: 35).

Bu anlaşma, Türkiye ile Avrupa Ekonomik Topluluğu arasında kademeli olarak bir Gümrük Birliği'nin kurulmasını öngörüyordu. Anlaşmanın nihai hedefi ise Batı Avrupa ile ekonomik ve siyasi bir birlik oluşturulmasıydı (Özcan, 1998: 47).

2.5.2. İkinci Beş Yıllık Plan Dönemi (1968-1972)

Bu dönemde, ihracatta yaşanan yüksek oranlı artışlarda, dönem başında daha sistematik ve etkin şekilde uygulamaya konulan ihracatı teşvik tedbirleri ile vergi iadesi sistemi önemli bir paya sahiptir (Aydoğan, 2002: 17).

İkinci Beş Yıllık Plan döneminde dış ticaretteki açık artmıştır. Türk Lirası aşırı derecede değer kazanmış ve döviz girişleri azalmıştır. Bu olumsuz gelişmelerin giderilmesi amacıyla 1970 yılında yeniden devalüasyon yapılarak TL'nin değeri 1 dolar= 15 TL olarak yeniden belirlenmiştir (Kılıç, 2006: 17).

Türkiye ekonomisi 1962-1976 yılları arasında ithalata bağımlı durumdayken ve ihracatı durgun bir yol izlerken, istikrarlı ve yüksek oranlı büyümelerin gerçekleştirilmesinin ana sebebi, söz konusu dönemde ülkeye giren önemli büyüklükteki dış kaynaktır (Taşkın, 2003: 145-146).

1960 yılında 320.7 milyon dolar olan ihracat, 1970 yılında 588 milyon dolar seviyelerine ulaşmıştır (Varol, 2003: 158).

2.4.3. Üçüncü Beş Yıllık Plan Dönemi (1973-1977):

Bu dönem, Avrupa Topluluğu ile 1963 yılında imzalanan Ortaklık Anlaşmasının 1 Ocak 1973 tarihinde yasal olarak yürürlüğe koyulmasıyla birlikte başlamıştır. Söz konusu anlaşma sebebiyle gümrük indirimlerinin gerçekleşmesi ve geçen 10 yıllık plan dönemi içerisinde elde edilen sonuçlar ve karşılaşılan sorunlar, belirli bir yapısal değişikliğe zorlamıştır (Aydoğan, 2002: 17).

Üçüncü Beş Yıllık Plan döneminde, 1974 yılının ardından petrol fiyatlarındaki aşırı bir artış sonucunda dünya ekonomisinin yaşadığı bunalımın Türkiye ekonomisine etkileri, dış kaynak girişi ile ertelenmiş ve ithalattaki artış devam ettirilmiştir (Kılıç, 2006: 17-18).

Uygulanan kur politikaları TL'nin aşırı değerli hale gelmesinin önüne geçememiştir. Dengelerin sağlanmasına ilişkin, ithalat gerekli araçlar kullanılarak baskı altına alınmış, döviz kontrolleri artırılmıştır (www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/EAD/KonjokturIzlemeDb/1980so.doc, 22.05.2008).

1977'de ihracat büyük oranda düşerken, ithalat yüzde 13 artmış, böylece dış ticaret açığı 4 milyar doları geçerken ihracatın ithalatı karşılama oranı yüzde 30'lara düşmüştür (Taşkın, 2003: 147).

2.6.4. Dördüncü Beş Yıllık Plan Dönemi (1977-1980):

Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde, 1970'li yılların bir değerlendirilmesi gidilmiş, Türkiye'nin içinde bulunduğu döviz darboğazına nasıl geldiği değerlendirilmiştir (Cevahir, 2007: 44).

1974 yılından sonra ödemeler dengesinde oluşan aksaklıklar, 1977'de kritik bir boyuta gelmiştir. 1977'de ithalat 5,8 milyar dolar, ihracat 1,7 milyar dolar iken işçi döviz girişi 1 milyar dolar olmuş ve döviz dengesinde 3,1 milyar dolar açık oluşmuştur (Taşkın, 2003: 148).

Ekonominin genel gidişatındaki olumsuzluklar üzerine Hükümet, Nisan 1978 ve Mart 1979 tarihlerinde birbirine benzer iki istikrar paketini yürürlüğe koymuştur. İstikrar kararlarının başarıya ulaşmasında mutlaka dış kaynağa ihtiyaç duyulması ile IMF'nin desteğine ihtiyaç doğmuştur (www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/EAD/KonjokturIzlemeDb/planli.doc,21.05.2008)

Beşer yıllık dönemleri kapsayan Kalkınma Planları V., VI., VII, VIII. ve son olarak da 2007-2013 yılları dönemini kapsayan IX. Beş Yıllık Kalkınma Planı ile devam etmektedir.

2.7. 1980-2000 Dönemleri Arası İhracat

1980’li yılların başlarından itibaren ihracatın artırılması, takip edilen ekonomik politikaların en önemli hedeflerinden birisi haline gelmiştir (Bakır, 1999: 15).

İhracat bileşimlerindeki değişimlere göz atıldığında, Planlı Kalkınma Dönemi başlangıcı kabul edilen 1960’lı yılların başında ihracatın %76’sı tarım ve hayvancılık, %20’ye yakını ise sanayi ürünlerinden oluştuğu görülmektedir. 1980 yılına bakıldığında, 10’ar yıllık dönemlerde bu oranlar sırası ile tarım ve hayvancılıkta %75 ve %56, sanayi mallarında ise %18 ve %36 olarak gerçekleşmiştir (Erdoğan, 2006: 63).

1980 yılına kadar Türkiye’de dışa kapalı bir ekonomi modeli benimsenmiş, buna rağmen dış dünyada yaşanan ekonomik krizlerden ya da durgunluktan uzak durulamamıştır (Kılıç, 2006: 19–20).

1980 yılından itibaren ihracat rejimimizde gerekli değişiklikler ve düzenlemeler yapılmaya başlanmıştır (Tomanbay, 2001: 27).

1980’li yılların başlarından itibaren ihracatın artırılması, izlenen ekonomik politikaların en önemli amaçlarından biri olmuştur (Bakır, 1999: 15). Ancak olumsuzlukların çoğaldığı 1970’li yılların sonlarında 24 Ocak 1980 tarihinde “24 Ocak Kararları” olarak da ekonomik literatüre giren ve ekonomik yapıda önemli değişiklikleri içeren bir istikrar programı uygulamaya başlanmıştır (Kılıç, 2006: 19–20).

Cumhuriyetin kuruluşundan bu yana, dış ticarete liberalleşme eğilimleri görülmekle birlikte, 1980’e kadar ithal ikamesi politikaları uygulanmıştır. 24 Ocak 1980’den sonra ise ihracatın teşvikine büyük önem verilmiştir. Bu hedefle yoğun teşvik tedbirleri uygulanmış ve ihracatta önemli başarılar yakalanmıştır (Gerni, 1990: 3).

24 Ocak kararları adıyla anılan önlem paketiyle dış ticaret politikası yeni bir yön verilmiş, iç pazara dönük ithal ikamesi modeli yerini ihracata yönelik sanayileşme modeline bırakmıştır (Ayanoğlu, 1994: 19-20).

Söz konusu kararlar kapsamında oluşturulan politikalar ile ihracatın artırılması, fiyat sisteminin serbestleştirilmesi, yabancı sermaye girişinin artırılması ve faizlerin serbest bırakılması hedeflenmiştir (Taşkın, 2003: 148).

Türkiye Cumhuriyeti Devletinin o dönemde yönetici konumunda olan kişilerini bu kararları alma noktasına getiren, ekonominin dış dengelerinin bütünüyle bozulmuş olmasıdır. Uygulanan politikaların hedefi ihracat artışının sağlanması ve ithalatın zamanla daha da libere edilmesidir (Ege, 1998: 3-4).

1980 yılından sonra dışa açık sanayileşme sürecine girilmiştir. 1980 yılından sonra ithalatın serbestleşmesi ve ihracatın teşvik edilmesi sonrasında, bunların GSMH içindeki payları sırasıyla %15 ve %9,8'e yükselmiştir (Baykan, 2007: 35).

1980'den sonra ihracatta yakalanan artış ve yapısal değişimde esnek ve gerçekçi kur uygulamasının büyük payı vardır (Cevahir, 2007: 115).

1985'li yıllara gelindiğinde artık ihracat yapan firmalar, kendi ayakları üzerinde durmaya başlamış, nakit teşvik uygulamasına sona erdirilmiş, ihracatın kredi ve sigorta yolu ile desteklenmesi kararı alınmıştır. Yine aynı dönemde dış ticaret artışının devam sağlamak, yabancı sermayeyi çekmek, teknoloji transferini gerçekleştirmek ve mamul madde ihtiyacını arttırmak nedeniyle "Serbest Bölgelerin kurulmasına karar verilmiştir (Kılıç, 2006: 21).

Türkiye 14 Nisan 1987'de AT' ye tam üyelik müracaatı yapmış ve bu çerçevede yoğun bir şekilde hazırlık ve uyum çalışmalarına girmiştir (Özcan, 1998: 49).

1989 yılında yürürlüğe giren Türk Parası Kıymetini Koruma Hakkında 32 sayılı Karar ile Türk Lirasının tam konvertibl duruma getirilmesi bir diğer önemli değişiklik olarak karşımıza çıkmaktadır (Varol, 2003: 159).

1989 yılındaki değişikliklerle kambiyo rejiminde her türlü döviz ithali serbestleştirilmiştir. Aynı zamanda ihracatçılar için vergi iadesi, gelir vergisi istisnası, döviz tahsisi, hammadde de gümrük muafiyeti gibi farklı teşvikler konulmuştur. Kurulan fonlar ile ihracatçıya finansman kaynağı sağlanmaya çalışılmıştır (Kıyak, 2005: 4).

1990'nın başlarında A.B.D.'nin Körfez Savaşı'nı ilan etmesi, Türkiye ekonomisini kötü etkilemiştir. Savaşın varlığından etkilenen en önemli ekonomik faktör olan ihracatı büyüme yolunda en önemli araç gören ülke için sorunlar meydana çıkmıştır (Mor, 2006: 12).

Tüm bu olumsuz gelişmelerin baş gösterdiği bir alanda, dış ticaret açıklarını kapatmak, enflasyonu düşürmek ve ekonomik istikrarı yeniden sağlamak maksadıyla 5 Nisan 1994 tarihinde bazı istikrar kararları alınmıştır (Kılıç, 2006: 24).

Türkiye ile AB arasında Gümrük Birliği 1 Ocak 1996'da imzalanmıştır. Gümrük Birliği yalnızca, muhatapların karşılıklı uyguladıkları gümrük vergileri ile eş etkili vergilerle, ikili ticaretteki bütün engellerin kaldırılmasını ve üçüncü ülkeler kaynaklı ürünlerde ortak bir gümrük vergisi tahsil edilmesi konularını içermekle kalmayıp, topluluğun ortak ticaret ve ortak rekabet politikalarının temel unsurlarına uyumu da içermektedir (Özcan, 1998: 50).

1999 yılında ülke ekonomisi açısından meydana gelen bir diğer önemli gelişmeyi ise, 9 Aralık itibariyle uygulamaya başlanılan yeni İstikrar Programı olmuştur (Varol, 2003: 162).

20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren ülkelerin dış ticaret politikaları üzerinde, üyesi bulundukları veya üyeliğini amaçladıkları uluslararası ekonomik ve ticari bütünleşmelerin etkileri devamlı artarken, 1990'larda ve 2000'li yıllarda Türkiye'nin dış ticaret politikalarını büyük ölçüde etkileyip şekillendiren iki temel bütünleşme DTÖ (Dünya Ticaret Örgütü) üyeliği ve Avrupa Birliği ile girilen Gümrük Birliği olmuştur (Alsu, 2006: 23).

Tablo- 6: 1980-2000 Dönemleri Arası Dış Ticaret Rakamları

Yıl	İhracat (dolar)	İthalat (dolar)	Karşılama Oranı (%)	Bir Önceki Yıla Göre Değişim Oranı(%)	
				İhracat	İthalat
1980	2.910	7.909	36,79	#BAŞV!	#BAŞV!
1981	4.703	8.933	52,64	61,61	12,95
1982	5.746	8.843	64,98	22,18	-1,01
1983	5.728	9.235	62,02	-0,31	4,43
1984	7.134	10.757	66,32	24,55	16,48
1985	7.958	11.343	70,16	11,55	5,45
1986	7.457	11.105	67,15	-6,30	-2,10
1987	10.190	14.158	71,97	36,65	27,49
1988	11.662	14.335	81,35	14,45	1,25
1989	11.625	15.792	73,61	-0,32	10,16
1990	12.959	22.302	58,11	11,48	41,22
1991	13.593	21.047	64,58	4,89	-5,63
1992	14.715	22.871	64,34	8,25	8,67
1993	15.345	29.428	52,14	4,28	28,67
1994	18.105	23.270	77,80	17,99	-20,93
1995	21.637	35.709	60,59	19,51	53,46
1996	23.224	43.627	53,23	7,33	22,17
1997	26.261	48.559	54,08	13,08	11,30
1998	26.974	45.921	58,74	2,72	-5,43
1999	26.587	40.671	65,37	-1,43	-11,43
2000	27.775	54.502	50,96	4,47	34,01

Kaynak: www.gumruk.gov.tr/Istatistikler/DTI/06.xls, 19.07.2008

2.6. 2000-2007 Dönemleri Arası İhracat

Dışsal ve içsel faktörlere bağlı olumsuzluklar olmasına rağmen, 2000 yılında ihracatımız 1999 yılındaki azalışı tersine çevirmiş %4,4'lük artışla 27,8 milyar dolara ulaşmıştır (Varol, 2003: 162-163).

2000 yılı, ihracat tarafından bakıldığında zor bir yıl olmuştur. Ekonomik Programın ilk yılında, enflasyon hedefine paralel şekilde yürütülmekte olan “Yönlendirilmiş Sabit Kur” politikasında, gerçekleşen enflasyonun, önceden belirlenen kur artış oranından yüksek olması sebebiyle, ihracatın yarısının yöneldiği Avrupa Birliği ülkelerinin ortak para birimi olan Euro’ya karşısında Türk Lirası’nın reel olarak

değer kazanması ve iç talebin çok canlı olması, ihracat artış hızını azaltmıştır (Alsu, 2006: 27).

İhracatın özellikle 2000’li yıllardaki ürün kompozisyona bakıldığında, otomotiv ve yan sanayi, elektrik-elektronik ve makine sektörünün paylarının süratle artmakta olduğu, tekstil ve hazır giyim sektörünün payını koruduğu ve sanayi ürünleri ihracatının hissedilir ağırlığını devam ettirdiği görülmektedir (Alsu, 2006: 29).

Uygulamada olan istikrar programı 2001 yılı Şubat ayında başlayan krizle sektöre uğramış, bankacılık sektöründe mevcut olan yapısal sorunların bir türlü çözülmemesi ve diğer etkenler nedeniyle, faizler yeniden aşırı yükselmiş, bir gün içerisinde 5 milyar dolarlık sermaye çıkışı olmuş, borsa hızlı bir şekilde düşmüş, krizin önlenmesi düşüncesiyle, kurlar serbest bırakılmıştır. Dalgalı kur uygulamasına geçilince Türk Lirası, yabancı para birimleri karşısında süratle değer yitirmeye başlamıştır (Varol, 2003: 163).

2002 yılında ihracatımız 36 milyar dolar iken 2003 yılına gelindiğinde 47 milyar doları geçmiştir. 2004 yılında 63 milyar dolara ulaşan ihracat rakamımız 2005 yılında da artış göstermeye devam etmiş ve 73,3 milyar dolar seviyelerinde gerçekleşmiştir. 2006 yılı sonunda 85,1 milyar dolar olan ihracatımız 2007 sonu itibari ile 107 milyar dolara ulaşmıştır. İhracatımızda yaşanan olumlu gelişmeler, ileri dönemlerdeki ihracat hedeflemelerimize ulaşabileceğimiz yönünde cesaretimizi artırmaktadır.

Türkiye ihracatında iyi bir performans var olmasına rağmen, ticaret dengesindeki açığın gün geçtikçe artmasının temelinde ithalattaki artışın olduğu açıktır (Aktan, 2006: 80).

Tablo- 7: 2000-2007 Dönemleri Arası Dış Ticaret Rakamları

Yıl	İhracat (dolar)	İthalat (dolar)	Karşılama Oranı (%)	Bir Önceki Yıla Göre Değişim Oranı(%)	
				İhracat	İthalat
2000	27.775	54.502	50,96	4,47	34,01
2001	31.334	41.399	75,69	12,81	-24,04
2002	36.059	51.554	69,94	15,08	24,53
2003	47.253	69.340	68,15	31,04	34,50
2004	63.075	97.362	64,78	33,48	40,41
2005	73.390	116.537	62,98	16,35	19,69
2006	85.535	139.576	61,28	16,55	19,77
2007	107.215	170.057	63,05	25,35	21,84

Kaynak: Gümrük Müsteşarlığı, www.gumruk.gov.tr/Istatistikler/DTI/06.xls, 19.07.2008

2006 yılında 85 milyar doları yakalayan ihracat 2007 yılında ilk defa 100 milyar doları aşmış ve 107 milyar dolar ihracat gerçekleştirerek Türkiye Cumhuriyeti tarihindeki en yüksek ihracat rakamına ulaşmıştır.

Bütün olumlu gelişmelere rağmen ihracat ve ihracatçılarımızın yatırım-üretim-ihracat ekseninde hammadde ve yarı-mamul temini, girdi maliyetleri, ihracata uygun döviz kuru ve pazarlama sorunları gibi bir dizi etkenden olumsuz etkilendiği anlaşılmaktadır (MÜSİAD Konya Şubesi, 2007: 5).

III. BÖLÜM

TÜRK OTOMOTİV YAN SANAYİ

Gelişmiş bir otomotiv sanayini, yan sanayiden ayırmış gibi değerlendirmek mümkün olmadığı gibi, yan sanayinin de yalnızca yerli taşıt araçları imalatçılarına yedek parça ve donanım sunan bir sektör olarak düşünülmesi mümkün değildir (Bağbozan, 2007: 21).

3.1. Otomotiv Yan Sanayinin Tanımı ve Kapsamı

3.1.1. Otomotiv Yan Sanayinin Tanımı

Motorlu taşıt araçları; yük ve insan taşıyabilmeye yönelik olarak ve aynı zamanda karayolunda seyretmek üzere belirli teknik mevzuatlara göre üretilmiş olan yanmalı veya patlamalı motor ile hareket ettirilen, iki ve daha fazla lastikli araçlardır. Bu araçların üretimini sağlayan sanayi "Ana Sanayi" olarak adlandırılırken, ilgili aksam ve parçaları imal eden sanayi de "Yan Sanayi" olarak adlandırılmaktadır (Şan, 2001: 11).

Bir taşıt aracının binlerce farklı ürün çeşidinin bir araya getirilmesi ile oluşturulduğu, bunların içinde metal, plastik, cam, tekstil, kauçuk, parçaları ile elektrik ve elektronik cihazların olduğu düşünüldüğünde sektörün ne kadar geniş olduğu net bir şekilde ortaya çıkmaktadır (Bağbozan, 2007: 22).

Otomotiv yan sanayi adından da anlaşılacağı gibi, otomotiv üretimiyle doğrudan ilgilidir (Dalyanoğulları, 2007: 100).

Otomotiv yan sanayi, taşıt araçları imalat sektörüne bağımlı durumdadır. Genelde, bu firmaların siparişine göre çalışır ve parkta yer alan araçların parça yenileme talebini karşılamaktadır. Bu sebeple otomotiv imalat sanayindeki her türlü gelişme, yan sanayini de direk olarak etkilemektedir (Özbek, 2000: 7).

Otomotiv yan sanayi; taşıt aracı imal eden üreticilere montaj ve/veya yedek parça amaçlı üretim yapan firmalar, bakım ve servis istasyonları ile satış noktaları gibi oldukça geniş bir çevreyi içine alan bir sektördür. Yan sanayi ise, ana sanayi üretici firmalarının kendi üretim programlarına almadıkları ürün ve yarı ürün parçaları imal eden dalı olarak tanımlanabilir (Dalyanoğulları, 2007: 100).

Devlet Planlama Teşkilatı'nın tarafından hazırlanan 9. Kalkınma Planında; otomotiv yan sanayi genel bir şekilde; yurt içi ve yurtdışı motorlu taşıt araçları imalat ve yenileme pazarı (servis ve yedek parça) için doğrudan veya dolaylı yarı mamul ve mamul parça ile bunlardan meydana gelen modül ve sistemleri imal ve tedarik eden sanayi olarak tanımlanmaktadır (www.iaosb.com.tr/uploads/OTOMOTIVYANSANAYIIRAPORU2006.doc, 27.05.2008: 4).

"Otomotiv yan sanayi kuruluşları", otomotiv sanayisinin üretim programında bulunmayan parçaları üreten, yenileme piyasasına hammadde ve yarı mamul sunan ve yedek parça üreten ünitelere verilen addır (İyibozyurt, 1999: 115).

3.1.2. Otomotiv Yan Sanayinin Önemi ve Kapsamı

Otomotiv sanayi; ülkelerin ekonomik büyümesine ivme kazandıran, ulusal gelirlerine, ihracatlarına ve istihdamlarına ciddi katkı sağlayan sektörlerden birisidir (www.iaosb.com.tr/uploads/OTOMOTIVYANSANAYIIRAPORU2006.doc, 21.07.2008: 1).

Bir otomobilin yaklaşık 10.000 parçadan meydana geldiğini ve her bir parçanın ayrıntılı tasarımı, üretimi ve gerekli olan tesis yatırımları göz önüne alındığında, "her şeyi kendi şirketinde kendin yap" yaklaşımı doğrultusunda bir ana fabrika anlayışı içerisinde gerçekleştirilmesi büyük ölçüde verimsiz ve güçtür. Buradan hareketle, bir ana üreticinin, kendisine teslimat yapan yüzlerce hatta binlerce firmanın ölçeği ve tedarik sistemi anlayışına göre birden fazla yan sanayi ile çalışması kaçınılmazdır (Yeşilyurt, 2001: 67).

Sektör kapsamı olarak DİE, DPT gibi kamu kuruluşlarınca kabul gören yöntem, Uluslararası Sanayi Sınıflandırması (ISIC-2) yöntemidir. Bu yöntem, 3843 ve 3844 dört haneli faaliyet kodundaki ana ürünler (motorlu taşıt araçları ve motosiklet moped ve bisikletler) dışındaki aksam ve parçaları içermektedir. Bu yöntemde, lastik, cam, ayna, far, lastik, akümülatör, göstergeler vb. elektrik aksamı motorlu araç üretimine girdi teşkil etmesine rağmen, faaliyet konuları dikkate alınarak farklı sektörlerde değerlendirilmiştir (Bedir, 1999: 101).

Otomotiv endüstrisinin faaliyette olduğu her ülkede, ana ünite üreticisi firmaların kendi imalat programlarına dahil etmedikleri mamul ve yarı mamul parçaları temin eden bir endüstri kolu doğmuş ve bu kol, başlı başına bir sektör durumuna gelmiş bulunmaktadır (Kıraç, 1972: 155).

Taşıtlarda gerek duyulan komple motor ve motor parçaları, aktarma organları, fren sistemleri ve parçaları, hidrolik ve pnömatik aksamlar, süspansiyon parçaları, emniyet aksamları, kauçuk ve plastik parçalar, şasi aksam ve parçaları, dövme ve döküm parçaları, elektrik ekipmanları ve aydınlatma sistemleri, akü, oto camları ve koltuklar, yan sanayi tarafından imal edilmektedir (www.obitet.gazi.edu.tr/download/Otomotiv_Sekturu_io.doc, 27.05.2008: 24).

Sektörün bunların yanında, birçok ithal araca yedek parça temin eden ve ihracatta göz ardı edilemeyecek tutarda döviz girdisi sağlayan boyutlarının olduğu da dikkate alınmalıdır (Yeşilyurt, 2001: 67).

Otomotiv yan sanayi, %80'ini 150'den az işçi çalıştıran küçük ve orta ölçekli işletmelerden oluşmaktadır. Bu nedenle otomotiv yan sanayi (birkaç istisna haricinde) KOBİ olarak düşünülmelidir (İyibozyurt, 1999: 108).

“Bu geniş ürün çeşitliliğine karşın, belirli kurallar çerçevesinde taşıt araçları parçaları ve aksesuarları iki ana grupta ele alınabilir” (İstanbul Ticaret Odası, 2003: 12):

a) Orijinal parçalar ve aksesuarlar; Araç üreticisi veya markasının adı altında imal edilen ve genelde araç üreticisi firmaya direk, montaj hattında kullanılmak üzere veya ana sanayinin dağıtım kanalları kullanılarak pazarlanan ürünleri içerir.

b) Orijinal olmayan parçalar ve aksesuarlar; bağımsız imalatçılarca üretilen ve genel olarak markasız veya üretici firmanın markasından bağımsız kanallarca dağıtımı gerçekleştirilen ürünleri içerir.

“Otomotiv yan sanayi pazarında ürünleri fonksiyonlarına ve kullanım alanlarına göre üç ayrı ana grupta ele alabiliriz” (Bağbozan, 2007: 23):

- **Temel Motor Parçaları:** Genelde orijinal parça şeklinde ana sanayi tarafından kullanılan ve parça değişim hızı düşük olan motor bloğu, silindir, akslar vb. parçalardır.

- **Sık Değişen Parçalar:** Orijinal ve orijinal olmayan ayrımı yapılmaksızın sık değişen filtre, lastik, akü, debriyaj vb. parçalardır.

- **Aksesuarlar:** Kullanıcının ihtiyaç, talep ve zevkine göre belirlenen ve genellikle aracın marka ve modeline göre değişiklik göstermeyen korna, alarm, dikiz aynası, rüzgârlık gibi parçalardır.

Yan sanayi, know-how, hammadde ve değişik üretim yöntemleri ile yüzlerce parçayı içine aldığından, bu sektördeki firmalar belirgin farklılıklar göstermektedir. Otomotiv yan sanayinde üretim gerçekleştiren firmaların büyük bir bölümü optimal büyüklüklerin altında ve dağınık şekilde çalışmaktadır. Bunun doğal sonucu olarak üretim teknolojisi maliyet ve nihai ürün bakımından gelişmeler yakından takip edilememektedir (Özbek, 2000: 10).

Piyasaya çıkarılmaya hazır bir aracın fiyat ve kalite bakımından rekabet edebilirliği, büyük ölçüde ilgili yan sanayi ürünlerinin fiyat ve kalite üstünlüğüne bağlı olduğu için, güçlü bir otomotiv sanayi, güçlü bir yan sanayi ile sağlanır diyebiliriz (Yeşilyurt, 2001: 67).

“Otomotiv yan sanayide yer alan başlıca ürünler” (Dalyanoğulları, 2007: 101);

- Lastik
- Akü
- Koltuk
- Boya
- Saç aksamı, şasi aksam ve parçaları
- Motor ve motor parçaları,
- Aktarma organları,
- Fren sistemleri ve parçaları,
- Hidrolik ve pnömatik aksamlar,
- Süspansiyon parçaları,
- Emniyet aksamları,
- Dövme ve döküm parçalar,
- Elektrik ekipmanları ve aydınlatma sistemleri
- Oto camları gibi ekipmanlar akla gelmektedir.

Ana sanayide kapasitelerin artması nedeniyle, ana sanayi firmalarının teknik ve ekonomik desteği ile açılmaya başlanan yan sanayide, yatırımlar zamanla artmış, kaliteli üretimi ve tasarımlarıyla yan sanayi otomotiv sektörünün itici bir gücü haline gelmiş ve otomotiv üretiminin alt yapısı ve rekabetin ana unsuru haline gelmiştir (www.iaosb.com.tr/uploads/OTOMOTIVYANSANAYIIRAPORU2006.doc, 27.05.2008: 4).

3.2. Türkiye'de Otomotiv Yan Sanayi

3.2.1. Türkiye'de Otomotiv Yan Sanayinin Kuruluşu ve Tarihsel Gelişimi

Türk otomotiv yan sanayi, ana sanayide olduğu gibi başta Bursa olmak üzere Marmara Bölgesi'nde yoğunlaşmış durumdadır (Vakıflar Banksı, 2003: 12).

Firmaların % 57'sinin 1965-1970, %26,6'sının ise 1970-1980 yılları arasında açılmıştır. Açık ekonomiye geçiş yıllarında nispeten az sayıda yeni firma sektörde faaliyete geçmiştir. 1990 yılından sonra açılan firmaların oranı %10 civarındadır (Alişoğlu, 2001: 40).

Türkiye'de özellikle 1960'lı yıllardan itibaren politikacılar tarafından uygulanan stratejiler çerçevesinde, otomotiv sanayi ve otomotiv yan sanayi sektöründe gelişmeler meydana gelmiştir. Bu uygulamalar ile ülke içi üretim öne çıkarılmış ve daha sonraki yıllar için ihracatın büyütülmesi düşünülmüştür (Dalyanoğulları, 2007: 104).

1960'lı yıllarda bütün parçalar, üretici firmalar içinde üretilirken, kapasitelerin artması ve yan sanayide yatırımların çoğalması ile beraber sektörde önemi ve ağırlığı bulunan yan sanayi meydana gelmiştir (Şan, 2001: 64).

Ülke ekonomisinde özellikle 1960'lı yıllardan sonra uygulanan planlı dönemlerde otomotiv ana ve yan sanayinde önemli mesafeler alınmıştır (Özbek, 2000: 8-9).

1960'lı yılların ilk yarısında yalnızca koltuk, döşeme, lastik ve kauçuk parçalar ve akümülatör üretimi gerçekleştirilmekte iken 1970'li yılların ortasında daha çok yerli katkı oranlarına sahip entegre bir otomotiv sektörü oluşturularak, ileri teknolojiye ihtiyaç duyan hassas ve kaliteli motor aksamı (piston, segnan, supap) ve dişliler üretilmeye başlanmıştır (Alişoğlu, 2001: 42).

Otomotiv yan sanayide ilk önemli gelişme 1964 yılında çıkarılan Montaj Talimatnamesi olmuştur. 1964 Montaj Talimatnamesinde, döviz tasarruf oranı %20 olarak tespit edildi. Yerli katkı oranları 1970'de %75'e çıkarılmışken sonradan da %85'e seviyesine çıkarıldı. Bu dönemde ithal ikame modeli benimsendiğinden otomotiv ana sanayi firmaları kaliteye fazla önemsememişler, fiyatı ön planda tutmuşlardır. Bu durum doğal olarak, otomotiv yan sanayine de yansımış ve bu sektörde de kalite ikinci plana alınmıştır (İyibozkurt, 1999: 108).

1970'li yıllarda uygulanan korumacı ekonomi politikaları, yan sanayinin gelişmesine önemli katkıda bulunmuştur. 1980'li yıllardan itibaren ihracata dayalı büyüme modelinin uygulamaya konulması ile birlikte, otomotiv yan sanayi de dışa açılma ve küreselleşme sürecine girmiştir (www.iaosb.com.tr/uploads/OTOMOTIVYANSANAYIIRAPORU2006.doc, 27.05.2008: 5).

1980'li yıllara kadar devam ettirilen ithal ikamesi politikaları sonucu otomotiv sanayi iç pazara dönük, çok sayıda firmadan oluşan bir yapı içinde faaliyete devam etmiştir. Ana sanayi üretimine paralel olarak yan sanayi üretiminde de dalgalanmalar meydana gelmiştir (Bedir, 2002: 27).

1983'de ihracata dayalı büyüme modeline uygun biçimde, imalat sanayi talimatnamesinde yerli katkı oranları kaldırıldı ve ihracat teşviklerine öncelik verildi. Bu sayede ana sanayi, ithalata yönlendirilmiştir (İyibozkurt, 1999: 108).

Nicelik bakımından 1980'li yılların başında 6 milyon dolar civarında olan otomotiv yan sanayi ihracatımızın 1987 yılı itibarıyla 130 milyon dolar'a yükselmesi; yani 21 kat daha fazla artmış olması, 18 yıllık ortalama sanayi yaşı ile karşılaştırıldığında sektörün rekabet gücü daha iyi görülmektedir. 1987-1990 yılları arasında otomotiv yan sanayi ihracatı 100 milyon dolar 'a gerilemiştir (Yeşilyurt, 2001: 92).

1989-1993 yılları arasında taşıt araçları talep ve üretimi süratle artmış ve 1993 yılında maksimum düzeylerine ulaşmıştır. Bu gelişmeye paralel olarak yan sanayide de çok önemli teknolojik yatırımlar yapılmış ve ortaklıklar oluşmuştur (Dalyanoğulları, 2007: 105).

1996 yılında Gümrük Birliği'ne girilmesi ile ithalatta meydana gelen artışla beraber otomotiv sanayinin yaşadığı olumsuz koşullar ağırlaşmıştır (Vakıflar Bankası, 2003: 11).

Tablo- 8: 1993-1997 Yılları Arası Otomotiv Sektörü Ciroları

(milyon dolar)

	1993	1994	1995	1996	1997
Ana Sanayi Toplam Ciro	5.508	2.292	3.977	4.416	5.649
Yan Sanayi Toplam Ciro	3.448	1.894	2.826	3.107	3.947

Kaynak: Aktaran: ÇAKMAK, Umut, Otomotiv Sektörü, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2000. sf.: 156

1993-1997 yılları arası otomotiv ana ve yan sanayi ciroları birlikte incelendiğinde 1994 ekonomik krizin ne kadar ciddi boyutlarla sektörü etkilediği açıktır. Ancak sektörün kendisini hemen toparlayıp diğer yıllar artarak devam eden ciro rakamları, sektörün krizi kısa sürede atlattığı yönünde bilgi vermektedir.

1994 ekonomik krizinin ardından canlanan otomotiv sektörü, yan sanayide de etkisini göstermiş, bu canlanma 1998 yılına kadar istikrarlı şekilde sürmüştür. Ancak 1997 Güneydoğu Asya ve Rusya'da başlayan ikinci bir krizin Türkiye piyasalarına da etkisi sonucu 1998 yılında yan sanayi, gerek üretim gerekse iç satış açısından gerileme göstermiştir (Özbek, 2000: 15).

Tablo- 9: 1996-1998 Otomotiv Yan Sanayi Temel Göstergeleri
(milyon dolar)

	1996	1997	1998
Üretim	3.108	3.946	3.700
İç Satışlar	3.624	4.669	4.959
İthalat	1.325	1.639	2.340
İhracat	809	916	1.081

Kaynak: Aktaran: ULUSOY, Murat, Türk Otomotiv Sektörünün Yapısı ve İhracatı Geliştirme Stratejileri, Master Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2000. sf.: 61

3.2.2. Türk Otomotiv Yan Sanayinin Durumu ve Genel Yapısı

İlk olarak yan sanayi kullanma fikri, geleneksel otomotiv sanayisindeki yüksek iş gücü maliyetleri sebebiyle ortaya atıldı. Bir diğer sebep ise yatırımların dağıtılmasıydı (Bağbozan, 2007: 25).

Otomotiv yan sanayinde firmaların genellikle küçük ve orta boy işletmelerden meydana geliyor olması ve bazı işletmelerde otomotiv sektörü dışında başka sektörlerde üretim gerçekleştirilmesi, diğer ülkelerde olduğu gibi, otomotiv yan sanayi firma sayılarının sağlıklı belirlenmesini güçleştirmektedir (Bedir, 1999: 102).

“Sektör yapı itibarıyla üç farklı grupta incelenebilir” (Yeşilyurt, 2001: 69):

- Birinci grup, ileri teknoloji ve yeterli işgücü bulunan uluslar arası boyutlarda üretim gerçekleştiren büyük firmalardır.
- İkinci grupta faaliyet gösteren firmalar orta ölçekli, genellikle iyi ekipman ve makine potansiyeline sahip, gerek montaj ve gerekse yedek parça piyasasına ürün sunan ve iç piyasaya dönük firmalardır.
- Üçüncü grupta ki firmalar ise küçük ölçekli, sınırlı üretim imkanları bulunan, yalnızca yedek parça ve sipariş piyasasına hitap edecek düzeyde firmalardır.

TAYSAD verilerine göre Türkiye’de şu an 1200 otomotiv yan sanayi işletmesi mevcuttur. Bunların 400-450 tanesi ana sanayi ile üretim yapan firmalardır.

Otomotiv yan sanayi günümüzde; sahip olduğu üretim kapasitesi, geniş ürün yelpazesi ve kalitesiyle taşıt araçları sanayinin gerek duyduğu parça ve aksamların yüzde 90’ ını karşılayabilecek seviyeye ulaşmıştır (www.iaosb.com.tr/uploads/OTOMOTIVYANSANAYIIRAPORU2006.doc, 27.05.2008: 5).

Yan sanayinde faaliyette bulunan firmalar arasında tamamıyla Türk sermayesi ile faaliyet gösteren firmaların yanı sıra, çeşitli yabancı firmaların lisansı altında üretim yapan firmalar bulunmaktadır. Ayrıca, ortak girişimle gerçekleştirilen çok sayıda üretim faaliyeti de mevcuttur (Özbek, 2000: 10).

Bölgesel bağlamda değerlendirildiğinde, firmaların % 75’i Marmara, % 13’ü Ege, % 7’si İç Anadolu ve % 5’i de diğer bölgelerde faaliyette bulunmaktadır (Şan, 2001: 65).

Yan sanayinde faaliyette olan firmaların yüzde 30’ unun ISO 9000, QS 9001, ISO 14000, TS 16949 gibi kalite belgesi mevcuttur (www.iaosb.com.tr/uploads/OTOMOTIVYANSANAYIIRAPORU2006.doc, 27.05.2008: 9). Türk otomotiv yan sanayi incelendiğinde, kapasite kullanımında en çok taşıt araçları üretimine paralel olarak ürünlerin gelişmekte olduğu görülmektedir (Dalyanoğulları, 2007: 109).

Bu sebeple, ihracat potansiyelinin daha yüksek olması sebebiyle yan sanayi kapasite kullanımının, taşıt araçları imalat sanayi kapasite kullanımının üzerinde gerçekleştiği görülmektedir (Vakıflar Bankası, 2003: 12).

Türk otomotiv yan sanayine, Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Slovenya, Slovakya, Polonya, Bulgaristan gibi Doğu ve Orta Avrupa ülkeleri en önemli rakiplerdir(www.iaosb.com.tr/uploads/OTOMOTIVYANSANAYIIRAPORU2006.doc, 27.05.2008: 6).

Tablo- 10: Türk Otomotiv Yan Sanayinin 2006 Yılı Sonu İtibari İle Ekonomimize Katkısı

(milyon dolar)

Üretim değeri	9.000
Katma değer	3.600
Yatırım harcamaları	450
İhracat döviz	3.000
Direkt istihdam (kişi)	150.000 kişi

Kaynak: Aktaran: BAĞBOZAN, Kıvanç, Otomotiv Yedek Parça Sektöründe Tedarik Zinciri Uygulamaları, Tezsiz Yüksek Lisans Projesi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2007. sf.: 38

Türk otomotiv yan sanayinin ülkemiz ekonomisine katkısı, 9 milyar dolar üretim değerinin yanı sıra 3 milyar dolar ihracat girdisi ve direkt olarak 150.000'den fazla kişiye istihdam sahası olması yönü ile azımsanamayacak ölçüde önemlidir.

3.2.4. Türk Otomotiv Yan Sanayisinin İstihdam ve Üretimi

Otomotiv yan sanayimizin, mamul üretim kapasitesi, mamul çeşitliliği ve yakalamış olduğu standartlar açısından, ülkemizde imal edilen taşıt araçlarının parça ve ekipman ihtiyacının %85-90'ını karşılayabilecek düzeye ulaştığını söyleyebiliriz (Yeşilyurt, 2001: 71).

1995 ve 1996 yıllarında % 40 olarak gerçekleşen kapasite kullanım, 1997 yılında % 51'e yükselmiş, ancak 1998 yılında yeniden % 49'a kadar düşmüştür. 1999 yılında yaklaşık % 38, 2000 yılında yaklaşık % 55 düzeylerinde gerçekleşmiştir (Şan, 2001: 65).

Tablo- 11: 1997-2001 Yılları Arası Türk Otomotiv Yan Sanayinde Üretim
(milyon dolar)

	1997	1998	1999	2000	2001
Üretim	3.715	3.178	2.526	2.785	2.346

Kaynak: Aktaran: “Otomotiv Sektörü”, Türkiye Vakıflar Bankası Planlama ve İktisadi Araştırmalar Grup Yönetmenliği, Sektör Araştırmaları, No:28, Ankara, 2003.sf.:11

1997-2001 yılları arası üretim rakamlarına bakıldığında 1998 yılında dünyada yaşanan krizin ülkemizi de etkilediği anlaşılmaktadır. 1998’den sonraki yıllarda üretim 3 milyar doların altına düşmüş ve izleyen birkaç yılda eski seviyesine gelememiştir.

Tablo- 12: 2002-2004 Yılları Arası Türk Otomotiv Yan Sanayinde Üretim
(milyon dolar)

	2002	2003	2004
Üretim	3.167	4.280	5.300

Kaynak: Aktaran: SÖNMEZ, EĞDİRİCİ, Ayper, **Otomotiv Ana ve Yan Sanayi**, İGEME İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, 2005. sf.: 6
(www.atonet.org.tr/yeni/files/_images/distic/sektorler/otomotiv.pdf)

İzleyen yıllarda ise üretim artışı sağlanmış ve istikrarlı yükselme dönemleri ile birlikte olumlu bir süreç başlamıştır. 2002 yılında itibaren yeniden bir ivme kazanarak hızla üretim artışı devam etmiştir.

Kapsadığı alan açısından, yan sanayi; taşıt aracı üreten üreticileri, bakım ve servis istasyonları ve satış noktaları gibi oldukça geniş bir çevreyi içeren istihdam alanıdır (Özbek, 2000: 7). En çok istihdamın gerçekleştiği üretim sınıfları sırasıyla sac işleme, döküm, lastik, dövme, plastik ve elektrik yan sanayileridir. İstihdamın daha

yüksek oranlarda olduğu şehirler ise İstanbul, Bursa, İzmir ve Kocaeli'dir (İyibozkurt, 1999: 109-110).

TAYSAD üyesi 170 firma %80'ni işçi, %11 'i memur, %6'sı mühendis ve %3'ü de yönetici olmak üzere, toplam 35.000 kişiyi istihdam etmektedir (www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/EAD/IstatistikDb/otoyan.doc, 20.07.2008: 1).

ISIC kapsamında DİE'nin 1992 yılı Genel Sanayi ve İşyerleri Sayımına göre, 1-9 kişi arası istihdamı mevcut işyerlerinde 12.227, 10-24 kişi arası istihdamı mevcut işyerlerinde 2.031, 25 kişinin üzerinde istihdamı mevcut işyerlerinde 48.806 kişi olmak üzere otomotiv sanayi genelinde 63.044 kişilik istihdam olanağı sağlandığı görülmektedir (Bedir, 1999: 102).

İstihdam ile ilgili şu anda sanayimizde 40.000 beyaz yaka çalışmaktığını söyleyebiliriz. 2011 yılına kadar tahmin edilen büyüme ile birlikte kısa vadede artı 20.000, orta vadede artı 25.000 beyaz yaka istihdam edilmesi öngörülmektedir (www.subconturkey.com/2008/Mayis/haber-TAYSAD--Tasit-Araclari-Yan-Sanayicileri-Dernegi-nin-Genel-Sekreteri-Ozlem-Gulsen.htm, 12.08.2008).

3.2.3. Türk Otomotiv Yan Sanayisinin SWOT Analizi

“Otomotiv Yan Sanayiye SWOT Analizi noktasından değerlendirirsek” (www.obitet.gazi.edu.tr/download/Otomotiv_Sekturu_io.doc, 27.05.2008: 25);

Yan Sanayi Sektöründeki Güçlü Yanlar

- " Halihazırdaki Kurulu Kapasite,
- " Yan Sanayi Sahip Olduğu Potansiyel,
- " Dağıtım, Pazarlama Örgütünün Yaygın Oluşu,
- " Ortakların Sahip Oldukları Güç,
- " Kalifiye ve Girişimci İnsan Gücü ve Düşük İş Gücü Maliyetleri,
- " Teknoloji Bilgi Durumu,
- " Kalite Yönetim Sisteminin Mevcut Olması ve Belgelendirilmiş Olması,

- " İhracattaki Tecrübe,
- " Tamamı Kayıt Altında Üretim ve Ticari Faaliyet ile Güvenilir Vergi Kaynağı Olma Durumu,

Yan Sanayi Sektöründeki Zayıf Yanlar

- " Pazarlama Departmanının Niteliği,
- " Fazla Kapasite,
- " Düşük Kapasite Kullanma Oranı Kaynaklı Yüksek Üretim Maliyeti,
- " Ana Sanayi, Yan Sanayi ve Pazarlama Yapılarında Yetersiz Entegrasyon,
- " Firmalar Arası İşbirliğinin Yeterli Olmaması,

Yan Sanayi Sektöründeki Tehditler

- " Talep Düşüklüğü,
- " Kullanılmış Araç İthalatı,
- " Dövizde Düşük Kur Politikası,
- " Satış Vergisinin Yüksekliği ve Yüksek Reel Faiz,
- " Plan ve Strateji Yetersizliği,
- " Ekonomik ve Politik Belirsizlik Durumu,
- " Hâlihazırdaki Yabancı Sermaye Nezdinde Kredibilite Eksikliği,
- " Müşteri Tercihlerindeki Hızlı Değişimi ve Artması,
- " Dünyada Kapasite Fazlasının Doğurduğu Aşırı Rekabet

Yan Sanayi Sektöründeki Fırsatlar

- " Yüksek Talep Potansiyel,
- " Yüksek İhracat Potansiyeli,
- " Jeopolitik Konum ve Bölgesinde Üretim Merkeziliğine Adaylık Potansiyeli
- " Uluslar arası Teşkilatlarla İlişkiler (AB, BDT, ECO, KEIB, G-8 Ülkeleri),
- " İhracata Dönük Yapılandırma Çalışmaların Başlatılması

3.2.5. Türk Otomotiv Yan Sanayisinin İhracatı

Yan sanayi, otomotiv sanayinin ilk oluştuğu yıllarda devamlı olarak ithal edilen ürünleri artık üretir, hatta ihraç eder konuma gelmiştir (Özbek, 2000: 14).

Başlıca ihraç ürünleri; jant, enjektör, karoser, fren sistemi ve balatası, silindir bloğu, karter ve gömleği, piston ve segman, şasi aksamı, amortisör, rot, rot başı, rotiller ve bunların aksam ve parçalarından oluşmaktadır (Bedir, 1999: 105).

İhracatın yapısı incelendiğinde lastik ve motor parçaları üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Bu parçalar ileri teknolojiye gerek duymayan ve emek yoğun üretimler olması nedeniyle Türkiye’de yoğun bir şekilde üretilebilen parçalardır (Arabacı, 2006: 47-48). Oto yan sanayi ürünleri, dünyanın birçok ülkesine ihraç edilmektedir. Başlıca ihraç pazarı olan ülkeler; Almanya, İtalya, İngiltere, Fransa, Polonya, Belçika, ABD, İspanya ve Romanya’dır (Yüzal, 2007: 10).

Oto yan sanayi dış ticareti ekonomik krizler sebebiyle iç pazarda yaşadığı daralma ve istikrarsız gelişmenin olumsuz neticelerini gidermek maksadıyla ihracata yönelmiş, bunda da yıllar süren artış trendini yakalamasıyla başarı kazanmıştır (Özbek, 2000: 16-17).

Tablo- 13: 1990-1992 Yılları Arası Otomotiv Yan Sanayi İhracat Rakamları
(milyon dolar)

	1990	1991	1992
Yan Sanayi İhracatı	221	298	346

Kaynak: Aktaran: ÇAKMAK, Umut, Otomotiv Sektörü, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2000. sf.: 159

1990 yılında 221 milyon dolar, 1991 yılında 298 milyon dolar ve 1992 yılında da 346 milyon dolar gerçekleşen otomotiv yan sanayi ihracatı yıllar geçtikçe artış göstermiştir.

**Tablo- 14: 1993-2007 Yılları Arası Otomotiv Yan Sanayi İhracatı
(milyon dolar)**

Yıllar	Otomotiv Yan Sanayi
1993	352
1994	541
1995	724
1996	797
1997	916
1998	984
1999	1.088
2000	1.340
2001	1.576
2002	1.837
2003	2.391
2004	3.046
2005	3.659
2006	4.427
2007	6.322

Kaynak: Uludağ İhracatçılar Birliği

Tablodan da görüleceği üzere, 1993 yılında 352 milyon dolar, 1994 yılında 541 milyon dolar, 1995 yılında 724 milyon dolar ve 1996 yılında 797 milyon dolar ve 1997 yılında ise 916 milyon dolar gerçekleşen otomotiv yan sanayi ciddi bir lokomotif olma yolunda hızlar ilerlemektedir.

1997 yılında otomotiv sektör ihracatı 1.3 milyar dolar seviyesinde gerçekleşmiş olup toplam ihracatın büyük bir payını yan sanayi ihracatı oluşturmaktadır. İhracat, gerek değer olarak gerekse de sektör içindeki payı açısından artış sağlamıştır (Yeşilyurt, 2001: 80).

Tablo- 15: 1998-2007 Yılları Arası Otomotiv Ana-Yan Sanayi İhracat Rakamları
(milyon dolar)

Yıllar	Otomotiv Yan Sanayi	Otomotiv Ana Sanayi	Yan Sanayi Payı (%)
1998	984	1.665	59,1
1999	1.088	2.370	45,9
2000	1.340	2.636	50,8
2001	1.576	3.717	42,4
2002	1.837	4.715	39
2003	2.391	7.191	33,2
2004	3.046	10.698	28,5
2005	3.659	12.794	28,6
2006	4.427	14.876	29,8
2007	6.322	20.063	31,5

Kaynak: Uludağ İhracatçılar Birliği

1998 yılında otomotiv yan sanayi ihracatımız 984 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Aynı yıl otomotiv ana sanayi ihracatı 1.665 milyon dolardır. 1999 yılına gelindiğinde ise otomotiv yan sanayi 1.088 milyon dolar ihracat gerçekleştirirken, otomotiv ana sanayi ihracatı ise 2.370 milyon dolar gerçekleşmiştir.

2000 yılında otomotiv yan sanayinde ihracat 1.340 milyon dolar seviyesinde iken otomotiv ana sanayi ihracatı 2.636 milyon dolar seviyelerinde gerçekleşmiştir. Yan sanayinin payı %50,8'dir. 2000 yılında toplama bakıldığında dış ticaret açığı veren sektör, ilk defa 2001 yılında dış ticaret fazlası vermiştir. 2002 yılında otomotiv yan sanayinde yine dış ticaret açığı oluşmuş olsa da toplam taşıt araçları dış ticaret dengesi artı yönde olmuştur. Ancak, takip eden yıllarda yan sanayi ithalatından kaynaklı dış

ticaret açığı dikkat çekmektedir. Böylesi oluşan bir tabloda yaşanan ekonomik kriz sonucunda sektördeki üreticilerin ihracata yönelerek, iç talepte oluşan daralmayı, ihracatla kapama çabalarının payı büyüktür (Arabacı, 2006: 46).

2001 yılında otomotiv yan sanayi ihracatı 1.576 milyon dolar, otomotiv ana sanayi ihracatı ise 3.717 milyon dolardır. Yan sanayi payı %42,4'tür. 2003 yılı da önceki yıllara benzer şekilde ihracat artışı ile geçen bir yıl olmuştur. Otomotiv yan sanayi ihracatı 2003 yılında 2.391 milyon dolar iken otomotiv ana sanayi ihracatı 7.191 milyon dolar gerçekleşmiştir. Yan sanayinin payı ise bu dönem de %33,2 olmuştur.

Ağırlıklı olarak AB Ülkeleri'ne ihracat gerçekleştirilen otomotiv yan sanayi, 2004 yılına kıyasla % 20,11 oranında artış sağlayarak, 2005 yılında 3.659 milyon dolar'lık ihracat gerçekleştirmiştir. Yan sanayi ihracatında AB ülkelerinin payı 2005 yılında % 65,6 olarak gerçekleşmiştir. 2005 yılında Serbest Bölgelere gerçekleştirilen ihracat % 33,72 artarak 315.028.198 dolar'a ulaşmıştır. Üçüncü sıradaki yerini muhafaza eden Amerika ülkeleri grubuna 242.242.657 dolar ihracat gerçekleştirirken, dördüncü sırada yer alan Ortadoğu bölgesine 231.366.418 dolar ihracat gerçekleştirilmiştir. Bu değerler dikkate alındığında yan sanayi, 2005 yılı için 3 milyar dolar olarak belirlediği hedefine ulaşmıştır (Turan, 2006: 16).

Ayrıca, 2004 yılında otomotiv ana sanayi ihracatı 10 milyar dolar barajını ilk kez geçmiştir. 2005 yılında otomotiv yan sanayi 3.659 milyon dolar ihracat gerçekleştirirken, otomotiv ana sanayi ise 12.794 milyon dolarlık bir rakama ulaşmıştır. Yan sanayi payı ise bu dönemde %28,6 olarak gerçekleşmiştir.

2006 yılına gelindiğinde 4.427 milyon dolarlık otomotiv yan sanayi ihracatının yanında otomotiv ana sanayi ihracatı 14.876 milyon dolar olmuştur. Yan sanayi payına bakıldığında ise payın %29,8 olduğu görülmektedir. 2007 yılı ise önceki yılların benzeri şekilde ihracatta artış yılı olmuş ve otomotiv yan sanayi ihracatı 2007 yılında 6.322 milyon dolar gerçekleşmiştir. Aynı yıl otomotiv ana sanayi ihracatı ise 20.063 milyon dolar olarak gerçekleştirirken aynı zamanda 20 milyar dolar barajını da ilk kez aşmıştır. Yan sanayinin payı 2007 yılında %31,5'tir.

Otomotiv yan sanayi, zamanla teknoloji olarak çok ileri bir düzeye ulaşmış ve uluslararası denetimlerde, gelişmiş batı ülkelerinde faaliyette bulunan OEM firmalarına yönelik üretim yapacak düzeye gelmiştir (Yeşilyurt, 2001: 81).

Türkiye’de üretilen ve üretimi planlanan ihraç amaçlı araçların parça ihtiyacının karşılanması ve gerekli kalite güvence belgelerinin alınmasıyla gelişmiş pazarlara ihracat, otomotiv yan sanayi’nin en temel stratejik hedefleri arasında yer almaktadır (www.obitet.gazi.edu.tr/download/Otomotiv_Sekturu_io.doc, 21.07.2008, 23).

Yan sanayimiz toplam olarak 13 milyar dolar iş hacmi, 6,3 milyar dolar doğrudan ihracat gerçekleştirmiştir. Türk Otomotiv Sanayinde üretilen mamullerin %70’i Batı Avrupa ülkelerine ihraç edilmektedir. 2007 yılında 1,2 milyar dolar yeni yatırıma gidilmiş ve 2006 yılına kıyasla %8’lik bir üretim artışı söz konusudur (www.subconturkey.com/2008/Mayis/haber, 12.08.2008).

Türkiye’de otomotiv yan sanayini temsil eden tek kuruluş olan TAYSAD’dan aldığımız bilgilere göre 2007 yılında yaklaşık 20 milyar dolar ihracat gerçekleştiren otomotiv sektöründe otomotiv yan sanayinin payı 6.3 milyar dolardır. İç Pazar da hesaplara dâhil edildiğinde otomotiv yan sanayi 2007 yılı cirosu yaklaşık 15 milyar dolardır. 2008 yılı otomotiv sektörü ihracat beklentisi 28 milyar dolar iken otomotiv yan sanayinin payı 9 milyar dolar öngörülmektedir.

Sektörün sahip olduğu yüksek ihracat potansiyeli ve Türkiye'nin avantajlı coğrafi konumundan dolayı, Türkiye otomotiv yan sanayi, yabancı yatırımcıların ilgisini çekmektedir. Dünyadaki büyük şirketlerin pek çoğu Türk firmalarıyla ortak yatırımlarda bulunmuşlardır. Otomotiv yan sanayinde faaliyet gösteren firmaların %30'u uluslararası pazarlarda geçerli olan kalite belgelerine sahip bulunmaktadır (Vakıflar Bankası, 2003: 12).

Bugün ülkemiz, 1,5 milyondan fazla aracı üreten, 950 bin civarında aracı da dünyaya ihraç eden bir noktadadır. İhracatta 8 milyar doları geçen bir tutara yakalamış

bir otomotiv yan sanayiye sahiptir (www.haberkonya.com/haberdetay.asp?idno=10375, 27.07.2008).

“Türkiye'nin montaj veya yedek parça bazında ihracat potansiyeli içinde yer alan ürünlerini aşağıdaki gibi belirtebiliriz” (Yeşilyurt, 2001: 83-85):

Mekanik Parçalar

Alüminyum döküm parçalar

Alüminyum j antlar

Amortisör

Cam silecekleri

Debriyaj parçaları ve balataları

Döküm parçalar(otomotiv yan sanayi içinde her büyüklükte işlenmiş

Egzoz sistemleri ve parçaları

Filtreler

Fren sistemleri ve pabuçları

Hareketli mekanizmalar, pedallar

Kapı, cam kolu, vb. parçaları

Kapı ne direksiyon kilitleri

Koltuklar

Preslenmiş saç metal parçalar, kaporta aksamı

Radyatör, havalandırma üniteleri

Yağ ve Yakıt boruları

Motor / Transmisyon / Direksiyon Parçaları

Ateşleme sistemleri, distribütör

Dişliler

Hidrolik ekipmanlar

Motor yatakları

Pistonlar, segmanlar, silindir gömlekleri

Su, yağ, yakıt pompası

Transmisyon şaftı

Yakıt enerji sistemleri ve parçaları

Contalar sızdırmazlık elemanları

Elektrik ve Elektronik Parçalar

Akü, akü kabloları

Marş motoru

Anahtarlar (elektrik devresi)

Elektrik kabloları ve kablo grupları

Farlar, stop lambaları

Kornalar

Röleler, kontaklar

Sinyal mekanizmaları

Termostatlar

Kauçuk ve Plastik Parçalar

İç döşeme aksamı

Hortumlar, radyatör hortumları

Kauçuk eklemeler, profiller

Köpük kauçuk parçalar

Lastikler

Motor takozları

Plastik (enjeksiyon, diğer) parçalar

Diğer Parçalar

Atölye ekipmanları

Aynalar

Bağlantı elemanları

Direksiyon simidi ve diğer aksamı

Emniyet camları

Takometreler, ölçü kontrol cihazları

Yağ pompaları

Zincirler

Yan Sanayi Mal Grupları	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
MOTORLU TAŞITLARIN AKSAM VE PARÇALARI	23.972.301	37.589.921	43.673.766	46.648.266	57.795.067	81.949.318	110.212.615	121.994.639	116.041.583
AKSAM VE PARÇALARI	4.202.009	4.499.567	3.094.524	3.334.897	4.219.508	10.673.070	8.907.276	8.091.578	5.570.486
TAŞITLARIN İÇİN AKSAM VE PARÇALAR	9.215.126	16.983.045	21.077.350	33.137.564	35.394.166	41.355.723	49.294.728	78.706.206	149.570.191
MOTORLARININ MOTORLARI	15.257	77.060	10.525	20.154	11.233	48.166	106.430	52.529	314.777
MOTORLU TAŞITLARIN AKSAM VE PARÇALARI	4.533	20.317	141.930	264.030	886.386	541.557	1.054.130	143.118	1.049.089
MOTOR SİKLET AKSAM VE PARÇALARI	2.174.215	1.893.156	3.983.492	3.846.340	3.184.371	5.624.804	8.295.007	7.940.152	8.242.222
MOTOR TAŞITLARIN AKSAM VE PARÇALARI	0	1.380	0	544	5.236	0	0	0	0
MONTAJ VE MONTAJERLER	442.973	65.525	12.558	1.153.721	1.477.459	1.119.253	1.942.472	841.843	518.544
MOTOR DIŞ LASTİK	238.552.157	239.382.510	261.639.995	336.578.446	360.081.405	470.946.536	544.416.785	637.815.537	716.156.133
MOTOR İÇ LASTİK	5.675.479	3.803.891	2.952.879	1.546.024	1.187.757	773.781	698.679	1.158.549	645.354
MOTOR EN BALATALARI	6.883.827	4.661.128	4.477.469	4.914.717	5.717.042	6.409.122	6.482.954	6.823.526	6.877.541
MOTOR YET CAMLARI-FAR VE FAN L.CAMLAR	6.289.892	8.033.093	13.907.439	11.897.453	12.541.708	19.964.914	28.584.049	54.063.532	73.923.004
MOTOR AKSAM VE PARÇALARI	166.193.204	197.978.983	224.597.067	334.964.129	425.639.789	524.587.834	696.462.849	827.755.441	972.527.596
MOTOR YAĞ,HAVA FİLT.	9.716.186	10.088.447	14.264.927	12.638.233	16.552.986	23.878.311	37.742.727	46.048.826	51.915.657
MOTOR KÜMÜLATÖR	16.274.189	11.644.088	16.732.077	23.326.019	26.160.354	33.852.753	19.099.600	26.008.662	50.020.680
MOTOR LEME CİHAZLARI	31.097.428	34.147.191	39.134.485	47.581.761	40.494.223	54.021.091	46.056.433	44.370.862	44.483.198
MOTOR VE İŞARET CHZ.	10.512.286	10.005.282	9.606.529	8.620.589	10.423.236	14.852.499	25.878.890	32.522.919	50.228.861
MOTOR TAMPON	5.022.908	22.611.419	5.195.176	5.269.951	4.674.447	7.242.149	11.987.350	11.812.217	14.635.885
MOTOR İTES KUTUSU	7.057.628	8.100.209	10.975.576	15.411.768	19.756.668	23.591.501	10.039.432	5.763.411	2.719.741
MOTOR ANT VE AKSAM	64.836.400	87.462.221	107.814.409	122.762.915	145.937.137	191.479.570	240.987.400	275.708.615	347.960.924
MOTOR AMORTİSÖR	12.606.717	11.583.949	11.551.276	11.978.543	15.604.205	16.333.375	22.411.633	31.839.089	50.352.435
MOTOR RADYATÖR	7.152.878	8.791.163	11.024.247	14.234.927	17.151.302	25.381.086	31.825.950	29.458.593	39.671.318
MOTOR İÇİN DİKİZ AYNALARI	3.461.468	3.895.840	2.938.611	2.118.077	2.605.429	3.154.368	4.848.115	5.317.622	7.138.926
MOTOR YET KEMERLERİ	2.743.979	5.984.865	15.148.117	35.978.429	50.440.077	58.833.777	71.304.037	70.467.275	68.150.017
MOTOR DİREKSİYON KOLONLARI,KUTULARI	1.232.518	1.267.579	1.628.511	2.018.990	2.306.010	4.436.912	7.642.758	13.239.632	17.209.956

DİĞERLERİ	348.943.834	357.270.765	514.040.198	495.705.814	576.758.338	769.538.366	1.059.885.750	1.320.971.623	1.631.095.316
SANAYİ TOPLAM	984.279.391	1.087.842.591	1.339.623.134	1.575.952.303	1.837.005.538	2.390.589.839	3.046.168.049	3.658.915.996	4.427.019.432
MOTİV TOPLAM	1.664.054.400	2.369.844.958	2.636.173.942	3.716.784.196	4.715.058.925	7.191.259.571	10.698.069.051	12.794.461.606	14.875.822.232
ANAYİNİN PAYI (%)	59,1	45,9	50,8	42,4	39,0	33,2	28,5	28,6	29,8

Tablo- 16: 1998-2007 Mal Grupları İtibari İle Otomotiv Ana ve Yan Sanayi İhracatı, Kaynak: Uludağ İhracatçılar Birliği

IV. BÖLÜM

KONYA İLİ OTOMOTİV YAN SANAYİ

4.1. Konya İli'nin Genel Durumu

Konya, gerek ülkemizin gerekse de İç Anadolu Bölgesinin tarım, ticaret, sanayi ve turizm cazibe merkezi olarak ülke ekonomisine önemli katkıları bulunan, kadim tarım kenti sıfatı olma özelliğinin yanında son onlu yıllarda sanayi merkezi de olma özelliğini üstlenen adeta bir imalat şehridir (Konya Sanayi Odası, 2008: 2).

Konya, ilçeleri ile birlikte toplam 1.959.082 milyon kişi nüfuslu bir şehirdir. Toplam 31 ilçesi bulunan il Büyükşehir konumundadır (www.konya.gov.tr/default_B0.aspx?content=217). 38257 km² (göller hariç) yüzölçümü ile Türkiye'deki en büyük yüzölçümüne sahip olan ildir (www.konya.gov.tr/default_B0.aspx?content=219, 27.07.08).

Tablo- 17: Devlet, İl ve Köy Yollarının Durumu

Yolun Niteliği	Devlet Yolu (km)	İl Yolu (km)	Köy Yolu (km)	Yolların Niteliksel Toplamı (km)
ASFALT	1.394	1.481	3.865	6.740
STABİLİZE	0	7	2.265	2.272
TESVİYE	0	4	518	522
HAM	3	15	177	195
TOPLAM	1.397	1.507	6.825	9.729

Kaynak: Konya Valiliği, www.konya.gov.tr/default_B0.aspx?content=226

İlde, 1 üniversite ve bu üniversiteye bağlı 16 fakülte, 25 meslek yüksek okulu, 5 yüksek okul, 3 enstitü, 13 araştırma uygulama merkezi, 1 konservatuar mevcuttur. Bu üniversitede, toplam 61.338 öğrenci mevcuttur. Okul öncesi eğitimde 277 okul, ilköğretimde 1.252 okul, 99 genel lise, 122 meslek lisesi, 60 eğitim merkezi, 132 dersane ve kurs bulunmakta olup ve bunların 15 adedi özel ilköğretim okulu, 20 adedi özel lise, 52 adedi özel dershaneden oluşmaktadır. Sosyo-ekonomik gelişmişlik açısından Konya, DPT'nin 2003 yılı verilerine göre, 81 il içerisinde 26. sırada yer almaktadır (www.kto.org.tr/tr/konya/tanitim.asp?yno=17&bno=1, 27.07.08).

4.2. Konya Sanayisi

Konya Sanayisi, Osmanlı döneminde başlayan ilk sanayileşme hareketi esnasında potansiyelini ilk olarak eğitim alanında göstermiştir. İstanbul'dan sonra Anadolu'daki ilk "Sanayi Mektebi" Konya'da kurulmuştur (Konya Sanayi Odası, 2008: 4).

Konya'da, sanayi yatırımları 1950'lerden sonra şeker fabrikası ile başlamış, 1963 yılında çimento fabrikası, 1968 yılında krom magnezit tuğla fabrikası ve 1970 yılında Seydişehir alüminyum fabrikasının üretime geçmesi ile devam etmiştir. 1970'lerde, Konya'da faaliyet gösteren büyük ölçekli işletmelerin çoğu kamu kesimine ait işletmelerden oluşmaktaydı. Özel kesime ait işyerleri ise, seri bir üretime dönük olmayan bölgenin iş taleplerine dönük üretim yapan küçük ve orta ölçekli işletmelerden oluşmaktadır. Bu işyerleri küçük ölçekli ve tarım aletleri, motor ve yedek parçaları ve gıda sanayine yönelik üretim yapılmaktaydı (Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Sanayi Araştırma ve Geliştirme Genel Müdürlüğü, 2004: 73).

Organize Sanayi Bölgeleri, girişimcilerin işyerlerinin kuruluş yeri olarak seçtikleri büyük öneme sahip iş merkezlerindendir (Tekin, 2006: 89).

Organize sanayi bölgelerinin kurulmaya başlangıcı 1960'lı yıllardır. Konya İli'nde de I. Organize Sanayi Bölgesi 1967 yılında, II. Organize Sanayi Bölgesi 1976 yılında ve en son III. Organize Sanayi Bölgesi 1995 yılında kurulmuştur. III. Organize

Sanayi Bölgesi'nde parsel dağıtımı halen sürmektedir. 1 Mayıs 2006 tarihinde II ve III. Organize Sanayi Bölgeleri Konya Organize Sanayi Bölgesi (KOS) olarak birleştirilmiştir. IV. Organize Sanayi Bölgesi'nin imar planı hazırlanarak ilgili Bakanlık onayına sunulmuştur (Konya Ticaret Odası, 2007: 5).

Türkiye'de en fazla istihdam ve katma değer, İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa ve Antalya'dan sonra Konya İli'ndedir. İlde 50 ve üzeri işçi çalıştıran firma sayısı 263'tür. Bu işletmelerin 8'i devlete aitken 255'i özel sektörde faaliyet göstermektedir (Konya Sanayi Odası, 2008: 6).

Konya Sanayisinde 80 değişik alanda üretim gerçekleştirilmektedir. İlin, makine ve teknolojik altyapısı yeterli durumdadır. İşletmelerin yaklaşık % 40'ında özelliikli makine ve ekipman mevcuttur (www.kso.org.tr, 27.07.08).

Tablo- 18: Konya I. OSB ve Konya Organize Sanayi Bölgesinde Faaliyet Gösteren Firmaların Sektörel Dağılımı

Sıra	Sektör	1.OSB	KOS (2 ve 3. OSB)	TOPLAM
1	Otomotiv Yan Sanayi	27	51	78
2	Oto Dış Aksamı, Damper, Karasör Sanayi	-	9	9
3	Ziraat Alet Makineleri İmalat Sanayi	16	19	35
4	Makine ve Yedek Parça İmalat Sanayi	13	32	45
5	Döküm Sanayi	11	31	42
6	Kağıt ve Ambalaj Sanayi	4	10	14
7	Sondaj Boru ve Sulama Sistemleri	13	-	13
8	Plastik, Boya ve Kimya Sanayi	12	24	36
9	İnşaat Malzemeleri Sanayi	4	18	22
10	Deri ve Tekstil Ürünleri İmalat Sanayi	5	8	13
11	Madeni Eşya İmalat Sanayi ve Hırdavat	1	-	1
12	Değirmen Makineleri İmalat Sanayi	6	-	6
13	Demir Dışı Metaller (Alüminyum Sanayi)	5	12	17
14	Gıda Sanayi	-	9	9
15	Ağaç, Mobilya ve Orman Ürünleri	-	11	11
16	Diğer	33	40	73
	Toplam	150	274	424
	Genel Toplam	424		

Kaynak: Aktaran: Konya İli Sosyo-Ekonomik Görünümü Raporu, KONYA TİCARET ODASI, 2007: 6

Konya merkezindeki 3 organize sanayi bölgesi başta olmak üzere diğer üretim bölgeleriyle birlikte otomotiv yan sanayinin önemli üslerinden biridir. Mevcut 31 sanayi sitesinde 9.000 civarında işletme faaliyetleri göstermektedir. 1.150.000 m²'lik alan üzerine kurulmuş bulunan 1. Organize Sanayi Bölgesi'nde 153 işyeri otomotiv yan sanayi ve tarım makineleri imalat sanayi ağırlıklı olmak üzere 27.000.000 m² alanda kurulu Konya Organize Sanayi Bölgesi'nde 300'den fazla şirket faaliyet göstermektedir. 250'ye yakın kuruluş ise yatırım aşaması durumundadır (Konya Sanayi Odası, 2008: 10).

2007 yılı verilerine göre I.Organize Sanayi Bölgesi'nde 150, Konya Organize Sanayi Bölgesi'nde ise 274 adet firma faaliyettedir. I.Organize Sanayi Bölgesi'nde yaklaşık olarak 3.323 kişi, 2. ve 3. Organize Sanayi Bölgesi'nde ise yaklaşık 12.000 kişi çalışmaktadır (Konya Ticaret Odası, 2007: 6).

4.3. Konya İli İhracatı

Konya'lı ihracatçıların büyük bir kısmı, ihracatını gemi ile yapmaktadır. Konya'nın liman kenti olmaması ve limanlara uzaklığı nedeniyle nakliye maliyetleri son derece yüksektir. İhracat çıkışlarının büyük bir kısmı Mersin, İskenderun, İzmir limanlarından yapılmaktadır. Bu durum, Konya ihracatının rakamsal anlamda, daha az görünmesine sebep teşkil etmektedir. Gerçekleştirilen ihracatların Konya menşeli olması nedeniyle Konya'ya mal edilebilmesi son derece önemlidir (MÜSİAD Konya Şubesi, 2007: 3).

Dış ticaret açısından Konya sanayisi, Konya ve Konya dışı gümrüklerde toplamda 1 milyar doları aşan ihracatı ile ülkemizin genel büyüme kapasitesine, üretim ve ticaret ayağıyla ciddi bir katkıda bulunmuştur. Ancak, Ülkemizin ihracat rakamlarını ele aldığımızda, kişi başı düşen ihracat tutarı açısından bir değerlendirme yapacak olursak, Konya'mızın ihracatının 3 milyar dolar seviyelerinde olması gerektiği açıktır.

Konya'daki sanayicilerin % 64'ü ihracat gerçekleştirmektedir. Bu sayı içerisinde, ürettiğini kendi ihraç edenlerin yanı sıra ihracata mal veren yani fason üretim yapmakta olan firmalarda dâhildir (www.kso.org.tr, 27.07.08).

Tablo- 19: En Fazla İhracat Gerçekleştirilen 10 Ülke

Sıra	Ülke	Sıra	Ülke
1	Irak	6	Suriye
2	İran	7	Özbekistan
3	Arabistan	8	Gürcistan
4	Almanya	9	Libya
5	Kazakistan	10	İtalya

Kaynak: Konya İli Sosyo-Ekonomik Görünümü Raporu, Konya Ticaret Odası, 2007 sf.11

Tablo- 20: 2001-2007 Yılları Konya İlindeki İhracatçı Firmaların Sayısı

YILLIK							
İL ADI	İHRACATCI FİRMA SAYISI						
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
KONYA	462	520	558	627	679	779	850

Kaynak: DTM, www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/EAD/IstatistikDb/eko12.xls

Konya'da 2001 yılında 462 ihracatçı firma bulunurken, bu rakam 2007 yılı sonunda 850'ye çıkmıştır. Son 7 yılın geneline bakıldığında Konyalı firmalarda istikrarlı bir şekilde ihracat yönelme ve her geçen gün ihracat yapan firma sayılarının arttığı görülmektedir.

Tablo- 21: 2001-2007 Yılları Konya İl Merkezinde Kayıtlı Firmaların İhracat Rakamları

	YILLIK						
	İHRACAT DEĞERİ						1.000 Dolar
İL ADI	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
KONYA	107.612	130.241	177.871	274.496	417.290	493.228	695.437

Kaynak: DTM, www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/EAD/IstatistikDb/eko12.xls

Bir önceki tabloda ihracatçı firma sayıları verilmişti. Aynı yılları kapsayan dönemde bu firmaların ihracat değerlerine bakıldığında ise 2001 yılında 107,6 milyon dolar olan ihracatın, 2007 yılı sonu itibari ile 695,4 milyon dolara yükseldiği görülmektedir. Ancak, ihracat rakamlarının il merkezindeki kayıtlı firmaların ihracat rakamları ile elde edilen verilerle hazırlandığı unutulmamalıdır. Konya 2007 yıl sonu itibari ile 1 milyar doların üzerinde ihracatı gerçekleştirmiştir.

4.4. Konya İli Otomotiv Yan Sanayi

Konya'da başarının fitilini ateşleyen önemli bir sektör otomotiv yan sanayidir. Bugün Konya yaklaşık 500 milyon dolarlık yedek parça üretimi gerçekleştirmekte ve başta Avrupa Birliği (AB) olmak üzere, Güney Amerika, Afrika, Ortadoğu, Türkî Cumhuriyetler ve Uzakdoğu'ya ihracat yapılmaktadır (MÜSİAD Konya Şubesi, 2008: 51).

4.4.1. Genel Durum

Bugün otomotiv yan sanayi sektöründe önde gelen iller arasında yer alan Konya'da, otomotiv sanayinin ihtiyaç duyduğu tüm aksam ve parçaların imalatı gerçekleştirilebilmektedir (Erkek, 2008: 1).

Otomotiv yan sanayi 400 milyon dolarlık yedek parça üretimi yapmaktadır. Bugün 80 değişik alanda üretim gerçekleştirilen Konya'da, başı çeken sanayi dalı otomotiv yan sanayidir (Çelik, 2007: 20).

İki tanesi özel olmak üzere üç organize sanayi bölgesinin yer aldığı Konya’da yüksek teknolojiye sahip birçok fabrikada üretim gerçekleştirilmektedir (MÜSİAD Konya Şubesi, 2008: 57-58).

Konya Ticaret Odası’na kayıtlı oto yedek parça imal edenler, oto traktör tamircileri, rektifiyeciler, oto kaportacıları ve oto elektrikçileri grubunda 463, oto yedek parça toptan ve perakende satanlar grubunda 419, oto bayii, acenteleri ve oto galericileri, oto komisyoncuları, traktör satanlar ile oto lastiği satanlar, kaplamacılar grubunda toplam 275 firma mevcuttur. Konya Sanayi Odası’na otomotiv sektöründe kayıtlı 150 civarında firma mevcuttur (Çelik, 2007: 21).

Tablo- 22: Bursa-Konya Otomotiv Yan Sanayi Mukayesesi (2004)

	Bursa	Konya
Otomotiv Yan Sanayi Ciro	9 milyar dolar	6 milyar dolar
Yıllık İhracat	450 milyon dolar	400 milyon dolar
Şirket Sayısı	390	345
Ağırlıklı İhracat Yapılan Ülkeler	Avrupa, Uzakdoğu, Güney Amerika	AB ülkeleri, Güney Amerika, Afrika
Çalışan Sayısı	3.000 Kişi	2.250 Kişi
Ağırlıklı Üretim Alanı	Sac, piston, krank, dişli	Motor supap, motor piston, conta, krank

Kaynak: Aktaran: TURAN, Seyida, Otomotiv Sanayi Sektör Raporu, Konya Ticaret Odası Etüd Araştırma Servisi, Kasım, 2006. sf.: 21

Tablo- 23: Konya Sanayi Odası’na Üye Firmaların Otomotiv Yedek Parça Üretim Kapasiteleri

Parça	Adet
Motor Gömlekleri	2.381.889

Motor Pistonları	4.268.970
Supap	35.277.475
Supap Gaydı	36.462.211
Supap Bagası	13.990.328
Rot ve Rotiller	15.623.064
Porya	454.002
Aks	311.665
Balata	234.675
Bijon	16.398.560
Manifold	129.757
Dingil	28.221
Krank	64.777
Jant	196.432
Ayna Mahruti	122.044

Kaynak: Konya Sanayi Odası, 2008. sf. 19-20

Bunlardan başka, Konya’da hidrolik pompa, fren ekipmanları, hidrolik ve pnömatik sistemler, süspansiyon parçalar, emniyet aksamaları, oto cam, koltuk, döküm ve dövme parçalar da üretilmektedir (Konya Sanayi Odası, 2008: 21-22). Konya’da, dünyada mevcut her türlü marka ve model aracın yedek parçasının imal edilirken aynı zamanda Konyalı 70 firmanın mal sağladığı ana sanayi TÜMOSAN’ın, parça bazında üretiminin yüzde 20’sini Konya’dan temin etmektedir. Üretilen yedek parçaların çoğu, başta AB ülkeleri olmak üzere Güney Amerika, Kuzey ve Güney Afrika, Orta Doğu, Türk cumhuriyetleri ve Uzak Doğu ülkelerine ihraç edilmektedir (www.konyaorganizesanayi.com/haberler.php?haber_oku=228, 27.07.2008).

Otomotiv yan sanayi açısından da Konya, son yıllarda gösterdiği ciddi gelişmeyle zirveyi zorlar duruma gelmiştir. Bugün Mercedes, Ford gibi markaların yanı sıra Almanlar’ın Leopar tanklarına bile parça üretebilen Konya’nın otomotiv yan sanayi ihracatı Türkiye ortalamasının üzerinde seyir etmektedir. (www.byegm.gov.tr/yayinlarimiz/ANADOLUNUNSESI/221/AND26.htm, 27.07.2008).

Üretim kalitesinin daha da arttırılması ve belgeli üretici sayısının artması Konya otomotiv sanayi için önemli bir konudur ve bu çalışmalar teşvik edilmelidir. Ar-Ge ve kalite kontrol alanlarında yatırımda zorluklarla karşılaşan yan sanayi bu alanlarda teşvik edilmeli, bu alanlarda ana sanayi'den know-how transferi, her iki tarafa da cazip hale getirilmelidir (MÜSİAD Konya Şubesi, 2008: 2).

4.4.2. Konya Otomotiv Yan Sanayisinin SWOT Analizi

“Konya otomotiv sanayinin kısa bir SWOT Analizi yapılacak olunursa” (MÜSİAD Konya Şubesi, 2008: 2-3);

Kuvvetli Yönler

Üretimde esneklik yeteneği, parça çeşitliliği, düzenli organize sanayileri, iklim, ucuz yaşam, geniş topraklar, merkezi coğrafi konum.

Zayıf Yönler

Limana olan uzaklık ve limana demir yolu hattı olmaması, ana sanayilere olan uzaklık.

Fırsatlar

Gelişmeye müsait üretim tesisleri, gelişen teknoloji ile beraber dünya ya hızla entegre olabilme fırsatı, üniversite sanayi iş birliğinin arttırılabilmesi, markalaşma ve Marmara bölgesinde artan maliyetler.

Tehditler

Uzakdoğu'dan gelen ucuz ürünler, ülke genelinde maliyetlerin artması, dışa bağımlılık, yerli ana sanayi olmaması, kalifiye eleman problemi.

V. BÖLÜM

KONYA'DA FAALİYET GÖSTEREN OTOMOTİV YAN SANAYİ FİRMALARININ İHRACATTA KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR ÜZERİNE AMPİRİK BİR ÇALIŞMA

Çalışmanın bu bölümünde, Konya'da faaliyet gösteren otomotiv yan sanayi işletmelerinin ihracatta karşılaştıkları sorunları ve bu sorunlara ilişkin çözüm önerilerinin tespitine yönelik bir anket çalışmasına yer verilmiştir. Anketteki veriler istatistiksel bulgularla değerlendirilmiş olup bir sonuca ulaşılarak öneriler oluşturma amaçlanmıştır.

5.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Önemi

5.1.1. Araştırmanın Amacı

Firmalar markalaşma yolundaki adımlarını dış pazarlara ihracat yolu ile atmaktadırlar. Konya İli'ndeki önemli bir yere sahip olan otomotiv yan sanayisinin dış pazarlara açılma konusundaki sıkıntıları, hâlihazırdaki sorunlarının incelenmesi ve bu sorunlara ilişkin çözüm önerileri sunulması amaç edinilmiştir. İhracatın kavramsal ve gelişim anlamında alt yapısı kurulduktan sonra ilgili sektörle olan durumu ele alınmıştır.

Konya'nın en önemli ve gelişmiş sanayilerinden biri olan otomotiv yan sanayi dış pazarlar konusunda bir anket çalışması ile ele alınmaya çalışılmıştır. İhracat yapan otomotiv yan sanayi sektöründeki işletmelerin ihracatta karşılaştıkları sorunlar tespit edildikten sonra ortaya çözüme ilişkin önerileri sunulmaya çalışılmıştır. Bu çalışma aracılığı ile bölgedeki diğer firmalara yardımcı olmak amaçlanmaktadır.

5.1.2. Araştırmanın Kapsamı

Araştırma Konya İlinde faaliyet göstermekte olan bazı işletmeler üzerinde uygulanmıştır. Ankette yer alan firmaları KONYA SANAYİ ODASI aracılığı ile ulaşılan otomotiv yan sanayi sektöründeki çeşitli firmalardan oluşmaktadır.

5.1.3. Araştırmanın Önemi

Gelişen dünyada ve değişen rekabet koşulları dikkate alındığında her sektördeki işletmelerin kendi sektörlerine uygun strateji ve politikalar takip etmesi gerekmektedir. Dış pazarlara açılmak küreselleşen dünyanın en önemli aktörlerinden biri haline gelmiştir. İhracat, tüm sektörlerde olduğu gibi otomotiv yan sanayi sektöründe de gün geçtikçe önemli bir yere sahip hale gelmiştir.

Bu çalışma aracılığı ile Konya ilindeki firmalara yardımcı olmak amaçlanarak ihracatta yaşanan sıkıntıların genel bir değerlendirmesi ve bu sıkıntılara ilişkin çözüm önerilerini ortaya koymak açısından önemli bir çalışmadır.

5.2. Araştırmanın Hipotezleri ve Yöntemi

5.2.1. Araştırmanın Hipotezleri

Çalışmada ele alınan hipotezler şöyledir:

H1: Konya’da faaliyet gösteren otomotiv yan sanayi işletmeleri için fiyat, dış pazarlarda rakiplere göre önemli bir dezavantajdır.

H2: Konya’da faaliyet gösteren otomotiv yan sanayi işletmeleri proaktif müşteri ilişkileri uygulamaları, dış pazarlarda rakiplere göre önemli bir dezavantajdır.

H3: Konya’da faaliyet gösteren otomotiv yan sanayi işletmelerinin etkin bilişim teknolojisi kullanımı, dış pazarlarda rakiplere göre önemli bir dezavantajdır.

H4: Konya’da faaliyet gösteren otomotiv yan sanayi işletmelerinin ileri üretim teknolojileri kullanımı, dış pazarlarda rakiplere göre önemli bir dezavantajdır.

H5: Konya’da faaliyet gösteren otomotiv yan sanayi işletmelerinin kalite düzeyi, dış pazarlarda rakiplere göre önemli bir dezavantajdır.

H6: Konya’da faaliyet gösteren otomotiv yan sanayi işletmelerinin Ar-Ge faaliyetleri, dış pazarlarda rakiplere göre önemli bir dezavantajdır.

H7: Konya’da faaliyet gösteren otomotiv yan sanayi işletmelere göre otomotiv yan sanayinin karlılık seviyesi yüksektir.

H8: Konya’da faaliyet gösteren otomotiv yan sanayi işletmelere göre otomotiv yan sanayi büyüme eğilimli bir sektördür.

H9: Konya’da faaliyet gösteren otomotiv yan sanayi işletmelere göre otomotiv yan sanayinin teknoloji seviyesi yeterlidir.

H10: Konya’da faaliyet gösteren otomotiv yan sanayi işletmelere göre otomotiv yan sanayinin rekabet edebilirliği yüksektir.

H11: Konya’da faaliyet gösteren otomotiv yan sanayi işletmelere göre otomotiv yan sanayinin verimliliği yüksektir.

H12: Konya’da faaliyet gösteren otomotiv yan sanayi işletmelere göre otomotiv yan sanayinin yeni ürün geliştirme imkânları yüksektir.

5.2.2. Araştırmanın Yöntemi

Bu konuyla ilgili diğer tez çalışmaları da çalışma esnasında gözden geçirilmiştir. İnternet üzerinden yapılan taramalar ve gazete arşivleri de konuyla ilişkin bilgilere ulaşmak açısından değerlendirilmiştir. Bunun yanı sıra konu ile ilgili yabancı kaynaklarda incelenecek ve çalışma içerisinde yer almıştır. Ankara’daki kütüphanelerde kaynakça taraması etkin bir biçimde kullanılmıştır. Tüm bu kaynakların temininden ve değerlendirilmesinden sonra çalışma, bilimsel araştırma tekniklerine uygun bir biçimde hazırlanmıştır.

Çalışmanın oluşturulması sürecinde öncelikle, kaynakça taraması yapılmıştır. Kitap, dergi, makale ve diğer eserler incelenerek konuya hâkim olmak için gerekli materyaller sağlanmıştır. Ayrıca hazırlanan anket formu ile Konya’da faaliyet gösteren birçok otomotiv yan sanayi işletmelerine ulaşılmıştır. Sektördeki ithalata dayalı pazarlamadan çok üretime dayalı gelişen ihracat odaklı pazarlama açığa vurulmaya

çalışılmıştır. Bu çalışmamız, sektörün bölge için önemi dikkate alındığında ihracat ile olan ilişki ortaya koyulmuş ve sorunlara ilişkin çözüm önerileri sunulmaya çalışılmıştır.

5.2.2.1. Veri Toplama Yöntemi

Veri Toplama Yöntemi olarak faks, e-mail, telefon ve yüz yüze ikili görüşme yöntemleri seçilmiştir. Verilerin toplanmasında, anket formu gönderilen kişilerden görüşmeler sonucunda elde edilen bilgiler yolu ile sağlanmıştır.

5.2.2.2. Örneklem

Tez çalışmasının yapıldığı yer olan Konya ili otomotiv yan sanayi açısından Türkiye’de önemli bir yere sahip olduğu için tercih edilmiştir. Bu çalışmadaki firmaların belirlenmesinde öncelikle KSO’ya kayıtlı olan ve ihracat gerçekleştiren otomotiv yan sanayi sektöründe faaliyet gösteren üyelerden yararlanılmıştır.

5.2.2.3. Anket Formunun Hazırlanması

Anket çalışması, Konya’da Otomotiv Yan Sanayinde faaliyet gösteren işletmelerin ihracatta yaşadıkları sorunları tespit etmek ve bu sorunlara ilişkin çözüm önerileri sunabilmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Anket sonuçları sadece bilimsel amaçlar için kullanılmış olup şirket isimleri başta olmak üzere diğer tüm şirkete ilişkin bilgiler saklı tutulmuştur. Anket Formunda katılımcıların adı, soyadı, firma ismi gibi bilgiler sorulmayarak anketi dolduracak kişinin sorulara rahat ve güvenle cevap vermesi sağlanmıştır. Veriler firma ya da kişi bazlı olarak değil, genel ve ortalama değerler olarak ele alınıp yorumlanmıştır.

Anketteki soruların hazırlanmasında öncelikle Konyalı işadamları ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Literatür ve daha önce bu konuda yapılan çalışmalar incelenmiştir. Ayrıca incelenen bu çalışmalardan 4. Bölüm hazırlanırken de yardım alınmıştır. (Örneğin; Burak Emre Balantekin; İhracatta KOBİ’lere Sağlanan Devlet Destekleri ve KOBİ’lerin İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar ve Kayseri’de Bir Anket Uygulaması,

Aytaç Yıldız; Otomotiv Yan Sanayiinde Hızlandırma Tekniklerinin Ürün Geliştirme Zamanı Üzerindeki Etkileri, İstanbul Ticaret Odası Türk Yan Sanayi Borsası Üye Profili Araştırması Anket Formu, DTM AİB Antalya Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Üyelerine Özel Sirküler No: 2007 /110, Esen Şahin; Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama Yüksek Lisans Tezi, Atila Bedir; Gelişmiş Otomotiv Sanayilerinde Ana-Yan Sanayi İlişkileri ve Türkiye’de Otomotiv Yan Sanayiinin Geleceği Uzmanlık Tezi, Volkan Kınöğlu; Son Gelişmeler ışığında Türk Tekstil Sektöründeki İhracat Olanakları, İsa Makaroğlu; Türkiye Dış Ticaretinde Hindistan İhracatı ve İhracatçıların Eğitimi İle İlgili Bir Araştırma)

5.2.2.4. Verilerin Analizi

Verilerin analizinde SPSS (Sosyal Bilimler İçin İstatistik Paketi) programı kullanılmıştır. Elde edilen bilgilerin istatistiksel analizinden sonra sonuçlar tablo ve şekiller yardımıyla değerlendirilmiştir. Çalışmanın ortaya konan hipotezleri bu analiz sonuçları ve tablo ve şekil yorumlanması ile doğrulanmaya çalışılmıştır.

5.2.2.5. Araştırma Bulguları

Konya’da faaliyet gösteren otomotiv yan sanayi işletmelerinin ihracatta karşılaştıkları sorunları tespit etmek ve bu sorunlara ilişkin çözüm önerileri sunabilmek amacıyla hazırlanan çalışmamızda anket yolu ile sorunların ve mevcut durumun belirlenmesi amaçlanmıştır. Konya Sanayi Odası tarafından temin edilen Otomotiv Yan Sanayi Sektörü üye firmalardan ihracat yapan 170 firmaya anket formumuz faks ve mail yolu ile gönderilmiş olup bu firmalardan özellikle 1., 2. ve 3. Organize Sanayi Bölgeleri’nde faaliyet gösteren işletmelere telefon yolu ile ulaşılmıştır. Anketimize 55 işletmeden dönüş sağlanmıştır. Bu da örneklemimizin %32,3’üne tekabül etmektedir. Daha önceki ampirik çalışmalar incelendiğinde yüzdesel olarak elde ettiğimiz geri dönüşlerinden hareketle yapılacak veri analizinin anlamlı olacağı görülmüştür.

Araştırmaya katılan işletmelerin unvanlarına ilişkin bilgiler aşağıda Tablo 24’te görüldüğü gibidir:

Tablo- 24: Araştırmaya Katılan İşletmelerin Unvanları

	Sayı	Yüzde
Limited şirket	30	54,5
Anonim şirket	20	36,4
Diğer	5	9,1
Toplam	55	100,0

Tablo 24’te görüldüğü gibi araştırmaya katılan işletmelerin %54,5’i limited şirket, %36,4’ü anonim şirket ve %9,1’i ise diğer türlerde şirket veya ortaklık şeklindedir. Araştırmaya katılan işletmelerin çoğunlukla limited türü ortalıkla kurulduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılan yetkililerin işletme içindeki görevlerine ilişkin bilgiler aşağıda Tablo 25’de görüldüğü gibidir:

Tablo- 25: Araştırma Anketini Dolduran Yetkilinin Görevi

	Sayı	Yüzde
Şirket Sahibi/Ortağı	21	38,2
İhracat Müdürü	15	27,3
Yönetim Kurulu Üyesi	5	9,1
Genel Müdür	2	3,6
Diğer	12	21,8
Toplam	55	100,0

Tablo 25’de görüldüğü üzere araştırmaya katılan yetkililerin büyük çoğunluğu işletme sahibi veya ortağı iken 2. sırada ihracat müdürleri gelmektedir.

Araştırmaya katılan işletmelerin istihdamlarına ilişkin bilgiler aşağıda Tablo 26’de görüldüğü gibidir:

Tablo- 26: İşletmelerin İstihdam sayıları

	Sayı	Yüzde
5-25	21	38,2
26-50	14	25,5
101 ve üzeri	10	18,2
51-75	7	12,7
75-100	3	5,5
Toplam	55	100,0

Tablo 26’da görüldüğü üzere araştırmaya katılan işletmelerin %38,2’si 5 ila 25 arasında, %25,5’i 26 ila 50 arasında kişi istihdam etmektedir. 101 ve üzeri kişi istihdamı oranı %18,2 olarak belirlenmiştir. Sonuçlara bakıldığında Konya’da faaliyet gösteren işletmelerin çoğunlukla KOBİ oldukları söylenebilir.

Araştırmaya katılan işletmelerin üst yönetimlerinin yürütülme biçimine ilişkin bilgiler aşağıda Tablo 27’de görüldüğü gibidir:

Tablo- 27: İşletmelerin Üst Yönetiminin Yürütülme Şekli

	Sayı	Yüzde
İşletme Sahibi/Ortakları	44	80,0
Her ikisi İle	10	18,2
Profesyonel Üst Düzey Yönetici	1	1,8
Toplam	55	100,0

Tablo 27’de görüleceği üzere araştırmaya katılan işletmelerin, işletme sahibi veya ortağı ile yönetilen işletme oranı %80’dir. Profesyonel bir yönetici ile yürütme ise sadece %1,8’lik bir kısmı oluşturmaktadır. Her ikisi ile de yönetim oranı ise %10 düzeyindedir. Buradan çıkan sonuçla hareketle Konya’daki işletme sahiplerinin yönetimde etkin oldukları kadar, yürütmeyi de kendi başlarına yaptıkları sonucuna ulaşabiliriz.

Araştırmaya katılan işletmelerin faaliyet sürelerine ilişkin bilgiler aşağıda Tablo 28’de görüldüğü gibidir:

Tablo- 28: İşletmelerin Faaliyet Süreleri

	Sayı	Yüzde
20ve üzeri	29	52,7
15-20	10	18,2
10-15	7	12,7
5-10	6	10,9
1-5	3	5,5
Toplam	55	100,0

Tablo 28’de işletmelerin sektör içinde bulundukları süreler verilmiştir. Araştırmaya katılan 29 işletme 20 yıl veya 20 yıldan daha uzun süredir bu sektörde faaliyet gösterirken, bu işletmeler araştırmaya katılan işletmeler arasında %52,7’lik bir orana sahiptir. 15-20 yıl arası faaliyet gösteren işletme oranı %18,2, 5-10 yıl arası faaliyet gösteren işletme oranı %10,9, 1-5 yıl arası faaliyette bulunan işletme oranı ise %5’tir. Sonuçlardan hareketle Konya’daki otomotiv yan sanayini firmalarının genelde tecrübeli ve uzun yıllardır sektörde faaliyet gösteren firmalar olduğunu söyleyebiliriz.

Araştırmaya katılan işletmelerin ürün gruplarına ilişkin bilgiler aşağıda Tablo 29’da görüldüğü gibidir:

Tablo- 29: İşletmelerin Ürün Grupları

	Sayı	Yüzde
Aktarma Organı	11	20,0
Şasi Grubu	13	23,6
Hammaddeler	1	1,8
Karoser	11	20,0
Diğer	34	61,8

Tablo 29’dan hareketle, araştırmaya katılan işletmelerin %20’si aktarma organları üretmektedir. Şasi grubu üretenlerin oranı %23,6’dır. İşletmelerden hammadde üretenlerin oranı oldukça düşük olup %1,8’dir. Karoser üretenlerin oranı ise %20’dir. İşletmelerin %61,8’i ise diğer alanlar olarak işaretlenen traktör yedek parça, lastik ekipmanları, oto döşeme, jant imalatı, supap, fren sistemleri ve balataları gibi

alanlarda üretim yapmaktadır. Ayrıca, tabloya bakıldığında Konya ilinde ağırlıklı olarak aktarma organları, şasi grubu ve karoser imalatının teşkil ettiği söylenebilir.

Araştırmaya katılan işletmelerin kalite belgesi sahiplik durumuna ilişkin bilgiler aşağıda Tablo 30’da görüldüğü gibidir:

Tablo- 30: İşletmelerin Kalite Belgesi Sahiplik Durumu

	Sayı	Yüzde
Evet	41	74,5
Hayır	14	25,5
Toplam	55	100,0

Tablo 30’a bakıldığında araştırmaya katılan işletmelerin %74,5’i herhangi bir kalite belgesine sahiptir. İhracat yapmalarına karşın %25,5’lik bir kesim kalite belgesi sahibi değildir.

Araştırmaya katılan işletmelerin sahip oldukları kalite belgelerine ilişkin bilgiler aşağıda Tablo 31’de görüldüğü gibidir:

Tablo- 31: İşletmelerin Sahip Oldukları Kalite Belgeleri

	Sayı	Yüzde
ISO 9001:2000	37	67,3
QS 9000	3	5,5
ISO/TS 16949	1	1,8
ISO 14001	1	1,8
Diğer	15	27,3

Kalite Belgesine sahip araştırmaya katılan işletmelerin %67,3 gibi büyük bir çoğunluğu ISO 9001:2000 olarak adlandırılan kalite belgesine sahiptir. 37 işletme ISO 9001:2000 belgesine sahiptir. İşletmelerden yalnızca 3’ü QS 9000 belgesine sahipken ISO/TS 16949 ve ISO 14001 belgelerine 1’er işletme sahiptir.

Araştırmaya katılan işletmelerin gelecekteki tehditler konusuna bakışlarına ilişkin bilgiler aşağıda Tablo 32’de görüldüğü gibidir:

Tablo- 32: İşletmelere Göre Geleceklerini Tehdit Eden Unsurların Önem Dereceleri

	Ort.	Std.Sap.
Ekonomik Krizler	4,21	1,14
Haksız Rekabet	3,82	1,09
AR-GE Eksikliği	3,76	1,15
Ana Sanayiciler/Müşterilerle İletişimsizlik	3,34	1,21
Küreselleşmenin Olumsuz Yönleri	3,21	1,19
Rakipler	3,18	1,16

Notlar: (i) n=38, (ii) ölçekte ve anlamındadır. (iii) Friedman çift yönlü Anova testine göre $\chi^2=31,264$; $p<0,001$ sonuçlar istatistiksel bakımdan anlamlıdır.

Tablo 32’de görüldüğü üzere araştırmaya katılan işletmeler en çok yaşanan ekonomik krizleri gelecek tehdidi olarak görmektedirler. Ancak, haksız rekabet, Ar-Ge eksikliği, ana sanayici/müşterilerle iletişimsizlik, küreselleşmenin olumsuz yönleri ve rakipler de işletmeler tarafından ciddi bir gelecek tehdidi olarak algılanmaktadır.

Araştırmaya katılan işletmelerin ihracatla uğraşma sürelerine ilişkin bilgiler aşağıda Tablo 33’te görüldüğü gibidir:

Tablo- 33: İşletmelerin İhracat Yapma Süreleri

	Sayı	Yüzde
1-5 yıl	24	45,3
5-10 yıl	13	24,5
10-15 yıl	12	22,6
15-20 yıl	3	5,7
20 yıl ve üzeri	1	1,9
Toplam	53	100,0

Tablo 33’te görüldüğü üzere araştırmaya katılan işletmelerin %45,3 gibi büyük bir oranda çoğunluğu 1 ila 5 yıl süre ile ihracat gerçekleştirmektedir. 20 yıl ve üzeri ihracat gerçekleştiren işletme sayısı sadece 1’dir. Tablo 29’a tekrar dönecek olursak Konya’daki otomotiv yan sanayi işletmelerinin çoğunluğu 20 ve üzeri yıllarda faaliyette bulunan işletmelerdir. Bu işletmelerin oranı genel tablo içerisinde %52,7’dir. Bu

durumda, bu sektörde faaliyet gösteren işletmelerin çok eski ve köklü firmalar olduğunu ancak ihracatla geç tanıştıklarını söyleyebiliriz.

Araştırmaya katılan işletmelerin ayrı bir ihracat departmanlarına ilişkin bilgiler aşağıda Tablo 34’te görüldüğü gibidir:

Tablo- 34: İşletmelerin Ayrı Bir İhracat Departmanı Olma Durumu

	Sayı	Yüzde
Evet	30	54,5
Hayır	25	45,5
Toplam	55	100,0

Tablo 33’te araştırmaya katılan ve 1 ila 20 ve üzeri yıl süre ile ihracat yapan firmalara yer verildi. Bu firmaların ayrı bir ihracat departmanı olup olmadığına ilişkin bilgi veren tablo 34’te görüldüğü üzere 30 firmanın ihracat departmanı mevcut iken 25 firmanın henüz ayrı bir ihracat departmanı kurulmuş değildir. Araştırmaya katılan işletme sahipleri tarafından yapılan görüşmelerde bu durum işletme içinden bir kişinin departman kurulmadan ihracat ile görevli olduğu yada araçlarla ihracat gerçekleştirildiği şeklinde izah edilmiştir.

Araştırmaya katılan işletmelerin yabancı dil bilen personel sayılarına ilişkin bilgiler aşağıda Tablo 35’da görüldüğü gibidir:

Tablo- 35: İşletmelerin İhracat Departmanında Yabancı Dil Bilen Personel Sayısı

	Sayı	Yüzde
2 kişi	14	42,4
1 kişi	12	36,4
5 ve üzeri	4	12,1
3 kişi	2	6,1
4 kişi	1	3,0
Toplam	33	100,0

Tablo 35’te görüldüğü üzere araştırmaya katılan işletmelerin %42,4’nde 2, %36,4’nde ise sadece 1 yabancı dil bilen ihracat personeli mevcuttur. 5 ve daha üzeri

sayıda yabancı dil bilen ihracat personel sayısı ise 4 işletmedir. Bu durumda, ihracat gerçekleştiren ancak yabancı dil bilen personele sahip olmayan işletme sayısı 22'dir.

Araştırmaya katılan işletmelerin 2007 yılı sonu itibarı ile ihracatlarının üretimlerine oranına ilişkin bilgiler aşağıda Tablo 36'da görüldüğü gibidir:

Tablo- 36: İşletmelerin 2007 yılı Sonu İtibarı İle İhracatlarının Üretime Oranı

	Sayı	Yüzde
%0-25	24	46,2
%26-50	14	26,9
%51-75	10	19,2
%76-100	4	7,7
Toplam	52	100,0

Tablo 36'da görüldüğü üzere ihracat/üretim oranı %0-25 arası gerçekleşen araştırmaya katılan işletme sayısı 24'tür. %76 ve daha üzeri orana ulaşan işletme sayısı 10'dur.

Araştırmaya katılan işletmelerin en fazla ihracat gerçekleştirdikleri ülkelere ilişkin bilgiler aşağıda Tablo 37, Tablo 38 ve Tablo 39'da görüldüğü gibidir:

Tablo- 37: İşletmelerin En Fazla İhracat Gerçekleştirdikleri Ülkeler/1. Sıra

	Sayı	Yüzde
Almanya	7	15,2
Amerika	6	13,0
Iran	6	13,0
Mısır	4	8,7
Fransa	2	4,3
Suriye	2	4,3
Yunanistan	2	4,3
Katar	2	4,3
Kıbrıs	2	4,3
İtalya	2	4,3
İngiltere	1	2,2
Fas	1	2,2
Irak	1	2,2
B.A.E.	1	2,2
Libya	1	2,2
İrlanda	1	2,2
Suudi arabistan	1	2,2
Cezayir	1	2,2

Hollanda	1	2,2
Azerbaycan	1	2,2
Portekiz	1	2,2
Toplam	46	100,0

Tablo- 38: İşletmelerin En Fazla İhracat Gerçekleştirdikleri Ülkeler/2. Sıra

	Sayı	Yüzde
Suriye	5	10,9
Amerika	3	6,5
Irak	3	6,5
Iran	3	6,5
Mısır	3	6,5
Almanya	2	4,3
İngiltere	2	4,3
Fransa	2	4,3
Romanya	2	4,3
B.A.E.	2	4,3
Libya	2	4,3
İspanya	2	4,3
Suudi arabistan	2	4,3
Avustralya	2	4,3
Afrika	1	2,2
Pakistan	1	2,2
Tunus	1	2,2
Ürdün	1	2,2
Bulgaristan	1	2,2
Brezilya	1	2,2
İtalya	1	2,2
Cezayir	1	2,2
Küba	1	2,2
Kongo	1	2,2
Kazakistan	1	2,2
Toplam	46	100,0

Tablo- 39: İşletmelerin En Fazla İhracat Gerçekleştirdikleri Ülkeler/3. Sıra

	Sayı	Yüzde
Iran	6	14,0
Suriye	5	11,6
Afrika	4	9,3
Rusya	4	9,3
Almanya	3	7,0
İngiltere	2	4,7
Irak	2	4,7
İspanya	2	4,7
Pakistan	1	2,3
Fas	1	2,3

Fransa	1	2,3
Romanya	1	2,3
Yunanistan	1	2,3
B.A.E.	1	2,3
Ürdün	1	2,3
Bulgaristan	1	2,3
Mısır	1	2,3
İsrail	1	2,3
İtalya	1	2,3
Sudan	1	2,3
Ukrayna	1	2,3
Kazakistan	1	2,3
Arjantin	1	2,3
Toplam	43	100,0

Tablo 37, tablo 38 ve tablo 39'a bakıldığında araştırmaya katılan Konya'da faaliyet gösteren işletmelerin ihracat gerçekleştirdikleri ilk 4 ülke Almanya, Amerika, İran ve Suriye'dir.

Araştırmaya katılan işletmelerin dış pazarlarda yurtdışı rakiplerine karşı dezavantajlı yönlerini tespit etmek amacıyla Tablo 40'daki faktörler beşli likert ölçeği şeklinde sorulmuştur. Ölçekte 1 hiç önemli değil ve 5 çok önemli anlamındadır. Sonuçlar Tablo 40' da görüldüğü gibidir:

Tablo- 40: İşletmelerin Dış Pazarlarda Yurt Dışı Rakiplerine Göre Dezavantajlı Yönlerinin Önem Dereceleri

	Ort.	Std.Sap.
İleri Üretim Teknolojileriniz	3,51	1,42
Ar-Ge Faaliyetleriniz	3,41	1,20
Fiyatınız	3,37	1,51
Kaliteniz	3,17	1,64
Proaktif Müşteri İlişkileriniz	3,12	1,31
Esneklik, Hız ve Uyumunuz	3,07	1,42
Kalifiye İşgücü/Teknik Beceriniz	2,90	1,50
Etkin Bilişim Teknoloji Kullanımınız	2,80	1,57
Lojistik ve Coğrafi Yakınlık	2,66	1,48

Notlar: (i) n=41, (ii) ölçekte 1 hiç önemli değil ve 5 çok önemli anlamındadır. (iii) Friedman çift yönlü Anova testine göre $\chi^2=18,920$; $p<0,05$ sonuçlar istatistiksel bakımdan anlamlıdır.

Tablo 40 incelendiğinde araştırmaya katılan işletmelerin yurtdışı pazarlarda rakipleri karşısında dezavantajlı oldukları en önemli konu ileri üretim teknolojileridir. Bu yüzden araştırma kapsamındaki işletmelerin rekabet edebilecek düzeyde bir ileri üretim teknolojisine sahip olmadıkları söylenebilir. İkinci önemli konu Ar-Ge faaliyetleridir. İşletmenin malını piyasaya sunduğu fiyatı ve daha sonrasında da kalitesi karşımıza çıkan diğer dezavantajlı yönleri olarak gözükmektedir. Konuya ilişkin geliştirilen hipotezler ve bu hipotezlere ilişkin değerlendirme aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Araştırmaya katılan işletmelerin dış pazarlarda yurt dışı rakiplerine göre dezavantajlı yönlerine ilişkin hipotezler ilişkin bilgiler aşağıda Tablo 41’de görüldüğü gibidir:

Tablo- 41: İşletmelerin Dış Pazarlarda Yurt Dışı Rakiplerine Göre Dezavantajlı Yönlerine İlişkin Hipotezler

Varsayımlar	Test Değeri	Tek Örnek t Testi		Sonuç
		t	p	
İşletmeler için fiyat, dış pazarlarda rakiplere göre önemli bir dezavantajdır (H 1)	3	1,839	0,072	Ret
İşletmelerin proaktif müşteri ilişkileri uygulamaları dış pazarlarda rakiplere göre önemli bir dezavantajdır (H 2)	3	0,893	0,377	Ret
İşletmelerin etkin bilişim teknolojisi kullanımı, dış pazarlarda rakiplere göre önemli bir dezavantajdır (H 3)	3	-0,479	0,634	Ret
İşletmelerin ileri üretim teknolojileri kullanımı, dış pazarlarda rakiplere göre önemli bir dezavantajdır (H 4)	3	2,722	<0,05	Kabul
İşletmelerin kalite düzeyi, dış pazarlarda rakiplere göre önemli bir dezavantajdır (H 5)	3	1,187	0,241	Ret
İşletmelerin Ar-Ge faaliyetleri, dış pazarlarda rakiplere göre önemli bir dezavantajdır (H 6)	3	2,681	<0,05	Kabul

Not: (i) n=50, (ii) Tek Örnek t Testi

Araştırmamızda “İşletmeler için fiyat, dış pazarlarda rakiplere göre önemli bir dezavantajdır.” yönündeki hipotezin, analizlerimiz sonucu ret edildiği görülmektedir. Fiyat dış pazarlarda araştırmaya katılan işletmeler için bir dezavantaj olarak değerlendirilmemektedir. “İşletmelerin proaktif müşteri ilişkileri uygulamaları, dış

pazarlarda rakiplere göre önemli bir dezavantajdır.” yönündeki hipotezimiz, analizlerimiz sonucu ret edilmiştir. İşletmeler proaktif müşteri ilişkileri ile ilgili uygulamalarındaki eksikliklerini yurtdışı pazarlarda bir dezavantaj olarak görmemektedirler yada proaktif müşteri ilişkilerini yeterli ve başarılı görmemektedirler. “İşletmelerin etkin bilişim teknolojisi kullanımını, dış pazarlarda rakiplere göre önemli bir dezavantajdır.” hipotezimiz de araştırmaya katılan işletmelerden aldığımız bilgilerin analizi sonucu ret edilmiştir. Araştırmaya katılan işletmeler etkin bilişim teknolojisi ile ilgili kullanımdan kaynaklanan sorunları ya da kullanamamayla ilgili durumları yurtdışı pazarlarda rakipleri karşısında bir dezavantaj olarak görmemektedirler. “İşletmelerin ileri üretim teknolojileri kullanımı, dış pazarlarda rakiplere göre önemli bir dezavantajdır.” Hipotezimiz kabul edilmiştir. “İşletmelerin kalite düzeyi, dış pazarlarda rakiplere göre önemli bir dezavantajdır” hipotezimiz ret edilmiştir. İşletmeler sahip oldukları kalite düzeyini bir dezavantaj görmemektedirler. Çünkü, kalite düzeylerini yeterli bulmaktadırlar. “İşletmelerin Ar-Ge faaliyetleri, dış pazarlarda rakiplere göre önemli bir dezavantajdır” hipotezimiz kabul edilmiştir. İşletmeler Ar-Ge alanında yetersizlikler görmemektedirler. Bu sıkıntının ise dış pazarlarda kendileri için bir dezavantaj olduğunu düşünmektedirler.

Araştırmaya katılan işletmelerin yurtdışı fuarlara katılımlarına ilişkin bilgiler aşağıda Tablo 42’de görüldüğü gibidir:

Tablo- 42: İşletmelerin Yurtdışı Fuarlara Katılma Durumları

	Sayı	Yüzde
Evet	33	61,1
Hayır	21	38,9
Toplam	54	100,0

Tablo 42’de görüldüğü üzere işletmelerin %61,1’i yurtdışı fuarlara katılım sağlamaktadır.

Araştırmaya katılan işletmelerin teşviklerden yararlanmalarına ilişkin bilgiler aşağıda Tablo 43’te görüldüğü gibidir:

Tablo- 43: İşletmelerin Teşviklerden Yararlanma Durumları

	Sayı	Yüzde
Evet	30	55,6
Hayır	24	44,4
Toplam	54	100,0

Tablo-43’te görüldüğü üzere araştırmaya katılan işletmelerin %55,6’sı ihracata yönelik teşviklerden yararlanmaktadır.

Araştırmaya katılan işletmelerin unvanlarına ilişkin bilgiler aşağıda Tablo 44’te görüldüğü gibidir:

Tablo- 44: İşletmelerin İhracatta Karşılaştıkları Sorunların Önem Dereceleri

	Ort.	Std.Sap.
Hammadde Maliyetleri	4,46	0,90
Enerji Maliyetleri	4,37	0,92
Döviz Kurları	4,32	0,91
Genel Ülke Ekonomisi	4,17	0,92
Yurtdışı Standartlarına Uygunluk	3,90	1,34
Ekonomik ve Finansal Sorunlar	3,88	1,08
İşgücü Maliyetleri	3,83	1,38
Fiyat Dezavantajı	3,83	1,34
Yetişmiş İşgücü ve Yabancı Dil	3,68	1,35
Pazarlama Araştırması ve Ürün Tanıtımı	3,63	1,22
Ar-Ge Eksikliği	3,61	1,14
Ülke ve Firma İmajı	3,59	1,09
Yeni Pazar Bulabilmek	3,46	1,38
Taklit Mallar	3,41	1,34
Standartlaşma	3,37	1,22
Hükümet Politikaları, Hukuki Yapısı ve Kotalar	3,34	1,44
Kapasite Kullanımı ve Verimlilik	3,34	1,17
İhracat Yapılacak Ülkenin Ekonomik Durumu	3,34	1,39
Rakipler ve Rekabetin Şiddeti	3,34	1,37
Hedef Ülke Seçimi	3,29	1,38
Müşteri İlişkileri Eksikliği	3,17	1,20
Yeni Ürün Geliştirememe	3,17	1,28

Taşıma Depolama ve Dağıtım	3,10	1,36
Gümrük Birliği'nden Kaynaklanan Sorunlar	3,05	1,20
Teknoloji Yetersizliği	3,02	1,29
Kalite Yetersizliği	2,88	1,49
Güvenlik: CE İşareti	2,78	1,59
Kalite Belgesi Eksikliği	2,66	1,49

Notlar: (i) n=41, (ii) ölçekte 1 hiç önemli değil ve 5 çok önemli anlamındadır. (iii) Friedman çift yönlü Anova testine göre $\chi^2=187,595$; $p<0,001$ sonuçlar istatistiksel bakımdan anlamlıdır.

Tablo 44'te görüldüğü üzere araştırmaya katılan işletmelerin ihracatta karşılaştıkları sorunlara bakıldığında en önemli sorun olarak hammadde maliyetleri karşımıza çıkmaktadır. İkinci önemli sorun ise enerji maliyetleri gelmektedir. Döviz kurlarındaki hareketlilik ve genel ülke ekonomisi de diğer ana sorunlar olarak görülmektedir. Araştırmaya katılan işletmelerle yapılan görüşmelerde özellikle bu ilk 4 sorunun genel anlamda tüm ihracat faaliyetlerini olumsuz etkilediği yönünde genel kanı mevcuttur.

Araştırmaya katılan işletmelerin sektörlerini değerlendirmelerine ilişkin bilgiler aşağıda Tablo 45'te görüldüğü gibidir:

Tablo- 45: İşletmelerin Otomotiv Yan Sanayi Sektörüne İlişkin Değerlendirmeleri

	Ort.	Std.Sap.
Büyüme Eğilimli Olma	3,37	1,24
Teknoloji Seviyesi Yeterliliği	3,20	1,04
Verimliliği	3,16	0,90
Rekabet Edebilirliği	3,04	1,08
Yeni Ürün Geliştirme İmkânı	2,94	1,13
Kalifiye İşgücü	2,88	1,24
Karlılık Seviyesi	2,63	1,13
Maliyetler	2,45	1,31

Notlar: (i) n=49, (ii) ölçekte 1 çok kötü ve 5 çok iyi anlamındadır. (iii) Friedman çift yönlü Anova testine göre $\chi^2=30,282$; $p<0,001$ sonuçlar istatistiksel bakımdan anlamlıdır.

Tablo 45'e bakıldığında araştırmaya katılan işletmelerin kendi sektörleri ile ilgili olarak değerlendirmelerine yer verilmiştir. Genelde sektörün büyüme eğilimli olma ve teknoloji seviyesi yeterliliği açısından katılımcılar sektörlerini olumlu bulmaktadırlar. Tablo incelendiğinde en olumsuz değerlendirme maliyetler noktasında karşımıza çıkmaktadır. Genel anlamda sorulan bu soruya çoğunluğun maliyetleri en olumsuz yöne görmesi, ihracatta karşılaşılan sorunları gösteren tablo 44 incelendiğinde de benzer şekilde tutarlıdır.

Otomotiv yan sanayine ilişkin hipotezler ilişkin bilgiler aşağıda Tablo 46'da görüldüğü gibidir:

Tablo- 46: Otomotiv Yan Sanayine İlişkin Hipotezler

Varsayımlar	Test Değeri	Tek Örnek t Testi		Sonuç
		t	p	
İşletmelere göre otomotiv yan sanayinin karlılık seviyesi yüksektir (H7)	3	-2,825	<,05	Kabul
İşletmelere göre otomotiv yan sanayi büyüme eğilimli bir sektördür (H8)	3	2,454	<,05	Kabul
İşletmelere göre otomotiv yan sanayinin teknoloji seviyesi yeterlidir (H9)	3	1,543	0,129	Ret
İşletmelere göre otomotiv yan sanayinin rekabet edebilirliği yüksektir (H10)	3	0	1	Ret
İşletmelere göre otomotiv yan sanayinin verimliliği yüksektir (H11)	3	0,586	0,56	Ret
İşletmelere göre otomotiv yan sanayinin yeni ürün geliştirme imkânları yüksektir (H12)	3	-1,213	0,231	Ret

Not: (i) n=53, (ii) Tek Örnek t Testi

Araştırmamızda “İşletmelere göre otomotiv yan sanayinin karlılık seviyesi yüksektir.” yönündeki hipotezin, analizlerimiz sonucu kabul edildiği görülmektedir. Hipotezimizde de olduğu gibi araştırmaya katılan işletmeler sektörün karlılık seviyesini yüksek bulmaktadırlar. “İşletmelere göre otomotiv yan sanayi büyüme eğilimli bir sektördür.” hipotezimiz de kabul edilmiştir. Hipotezde olduğu gibi, araştırmaya katılan işletmeler sektörü büyüme eğilimli olarak değerlendirmektedirler. “İşletmelere göre otomotiv yan sanayinin teknoloji seviyesi yeterlidir.” yönündeki hipotezimiz ret edilmiştir. Araştırmaya katılan sektör temsilcileri, mevcut teknoloji seviyesini yeterli

bulmamaktadırlar. “İşletmelere göre otomotiv yan sanayinin rekabet edebilirliği yüksektir.” hipotezimiz ret edilmiştir. Araştırmaya katılan sektör temsilcileri, sektörü rekabet edebilirlik açısından yüksek bulmamaktadırlar. “İşletmelere göre otomotiv yan sanayinin verimliliği yüksektir.” hipotezimiz ret edilmiştir. Araştırmaya katılan sektör temsilcileri, sektörü düşük verimlilikle çalıştığını düşünmektedir. “İşletmelere göre otomotiv yan sanayinin yeni ürün geliştirme imkânları yüksektir.” yönündeki hipotezimizde ret edilmiştir. Araştırmaya katılan sektör temsilcileri, sektörlerini yeni ürün geliştirmeye imkân bakımından düşük olarak değerlendirmektedirler.

SONUÇ

Yapılan inceleme ve ampirik çalışmaların yanı sıra bazı sanayicilerle de tezimizin konusu üzerine konuşmalar yapılarak fikir ve görüşleri alınmıştır. Öte yandan, özellikle Konya’da hazırlanan çeşitli rapor ve dokümanlar elde edilmeye çalışarak, İlin bu sektördeki sorunları ve çözüm önerileri daha spesifik olarak tespit edilmeye çalışılmıştır.

Sonuç kısmında, genel anlamda her yönden çerçevesi çizilen ve son bölümde ise ampirik bir çalışma ile incelemede bulunduğumuz Konya İli Otomotiv Yan Sanayi’nin, Sorunları ve Bu Sorunlara İlişkin Çözüm Önerileri sunulacaktır:

Düşük Kapasite Kullanımı: Üretim, genel çerçevede; insan ihtiyaçlarını gidermek maksadıyla mal veya hizmetlerin oluşturulmasıdır. Üretimde temel hedef, bir mamul veya hizmeti ortaya koymaktır (Zerenler, 2007: 239). İşletmeler tam kapasitede üretim gerçekleştirememektedir.

Çözüm Önerisi: Kapasite kullanımı ihracata ve iç talebe bağlı durumdadır. Yatırımlarını ve kapasite kullanımını zamanla artıran Konya’nın bu gelişme ile kalmaması ve ihracatta sürdürülebilirliğe olanak tanıyan yeni projeler üretmesi gerekmektedir (Turan, 2006: 21).

Otomotiv sektöründe pek çok firma faaliyet göstermesine ve kapasite aşımı yaşanmasına karşın, mevcut kapasitenin kullanımında eksiklik mevcuttur. Bu sorundan kurtulabilmek için ise kamuoyunun desteğinin sağlanması gereklidir. Öncelikle, otomotiv sanayi için istikrarlı bir politika belirlenmelidir. Ayrıca mevzuatın etkin bir şekilde uygulanması sağlanmalıdır. Kapasiteyi en verimli kullanabilmek için iç pazarı büyütmek ve yerli ürün pazar payını artırarak, ithal ürün payını azaltmak gereklidir (Turan, 2006: 27).

Dövizdeki Dalgalanmalar ve İthalata Etkisi: Son yıllarda başlanılan dünya otomobillerinin üretiminde, yerli yan sanayi parça kullanım oranı daha az miktarda gerçekleşmekte, ayrıca döviz/TL kur farkından kaynaklanan maliyet farkı sebebiyle de

ithal parça kullanımı oranı yükselmektedir. Bu durum özellikle yan sanayide önemli sorunların ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Büyük emek ve özveriyle kurulmuş olan birçok yan sanayi firmasının kapanma durumu söz konusudur. Otomobilde yaşanan bu sorunların yan sanayi üzerindeki olumsuz etkisi sonucu olarak, yan sanayiden daha küçük adetlerde parça talep eden ticari araçların üretimi de zarara uğrayacaktır (Şan, 2001: 76).

Çözüm Önerisi: Sabit kur politikası ihracatçı ve ithalatçılar için uygulanabilir. Bu sayede sanayici, ticaretini bu yönde daha planlı ve verimli bir şekilde kontrol edebilir.

İthalatın yerli üretim ve sanayinin gelişmesine engel unsuru olmada ağırlığının önüne geçilmesi için, özellikle Uzakdoğu ülkelerinden otomobil ithaline özel teşvik verilmesi politikasından vazgeçilmelidir. Ayrıca otomotivde ihracatın ithalatı karşılama oranının ithalat lehine artış göstermesi halinde, döviz kurları ihracatı teşvik edecek biçimde düzenlenmelidir (Özbek, 2000: 35).

Yüksek Üretim ve Girdi Maliyetleri: Söz konusu maliyet kalemleri arasında yüksek enerji maliyetleri, yüksek vergiler, belgelendirme ücretlerinin yüksekliği, ar-ge yatırımlarının maliyetli olması denilebilir. Yüksek maliyetler firmaların, küreselleşme ile birlikte gün geçtikçe artan rekabet ortamında, rekabet güçlerini azaltıcı bir unsur olarak karşılırlarına çıkmaktadır (Turan, 2006: 22).

Ekonomik ölçeklerin altında otomotiv yan sanayinde birim maliyetlerin satış fiyatının üzerinde artması neticesinde, firmaların karlılık oranları düşerken, otomotiv yan sanayinin de istihdam azalmakta ve küresel rekabetin getirdiği yatırımlar gerçekleştirilememektedir (Yeşilyurt, 2001: 77).

Ayrıca, son yıllarda petrol, demir, sac ve benzeri hammaddelerde yaşanan aşırı fiyat artışı, otomotiv yan sanayi sektörünü olumsuz etkilemiştir. Maliyetlerdeki ani yükseliş ve sıçramalar, dış pazarlarda fiyat politikasını belirlemede sanayiciyi güç durumda bırakmaktadır.

Çözüm Önerisi: Modern işletmelerde maliyetler, bir planlama fonksiyonu olarak değerlendirilmelidir. Ürünün satış fiyatı, sadece oluşan maliyetlere göre değil, piyasanın koşullarına ve müşterinin beklentilerine göre de belirlenmeli ve maliyet, daha sonraki üretimde, belirlenen bu fiyata göre planlanmalıdır (Özbek, 2000: 35).

Kalite Belgelerindeki Eksiklik: Kalite, amaca uygunluk derecesi olarak tanımlanmaktadır. Kalitede ana hedef, mamulü kullanacak olan kişilerin ihtiyaçlarının görülme derecesine ve ödeme olanaklarına bağlı olarak belirlenmelidir (Tekin, 1993: 348).

Kalite bir üretim işletmesinin olmazsa olmazıdır. İşletmenin dış çevreye karşı vitrinine katkı sağlar. Ancak, sanayiciler OEM'lerin istediği kalite belgelerini henüz yeterince sağlamış değildir.

Oto yan sanayi ürünleri ihracatımıza bakıldığında, büyük bir bölümünün AB Ülkelerine olduğuna görülmektedir. Bu nedenle, Türk otomotiv yan sanayi firmaları açısından CE markası oldukça önem arz etmektedir (Doğan-Marangoz, 2001: 155).

Çözüm Önerisi: Kalite bilinci arttırılmalı. Gerekirse bu konuda Devlet kanalı ile girişimlerde bulunulmalıdır. OEM'ler ile Yan Sanayicimiz ortak platformlarda buluşturulmalıdır. Dış pazarlarda her ihracatta kalite belgeleri istenmektedir. Bir çok sanayici de bu belgeler olmasına rağmen, amaç daha çok ihracat yapan işletmeler kazanmaktır. İç Taleplerde bile kalite noktasında yetersiz kalan bazı sanayicilerimiz, dış pazarda tamamen zor durumda kalabilirler. Burada Odaların da bilinçlendirme ve bilgilendirme toplantıları ile sanayicilerin kalite belgelerini temini noktasında yardımcı olmaları gerekmektedir.

Kalifiye İşgücü ve Uzmanlaşma Eksikliği: Eğitim kalitesindeki düşüklük, üniversite-sanayi ilişkilerinin yeterli ve sağlıklı bir yapıda olmaması, sahip olunan kapasiteden yararlanamamanın sebepleri arasında gelmektedir. Yeteri kadar uzmanlaşmama, sistem ve parça tedarikçisine sahip olunmaması sektörün bir başka önemli sorunudur (Turan, 2006: 23).

Çözüm Önerisi: Firmaların ihtiyaçlarına göre yönetim, üretim teknolojisi, ürün tasarımı, pazarlama teknikleri vb. konulardaki kalifiye eleman için firma içi eğitime azami önem gösterilerek, sektöre, uluslararası kalite standartlarında üretim yapmak için destek olmak (ortak eğitim, test merkezleri kurulması, paylaşım), sektörü üretim çeşitliliği konusunda yönlendirmeye yönelik çalışmalar yapmak mümkündür (Turan, 2006: 25).

Bir firma için ürününü sadece yurtdışında bir müşteri bularak ön satışı gerçekleştirebilecek bir yapıya sahip olmak yeterli değildir. Genelde uluslararası pazarlarda ülkenizin imajı da ciddi önem taşımaktadır. Örneğin içinde bulunulan sektör uluslararası pazarlarda ülkenizin önde gelen ya da uzmanlaştığı alanlardan sayılıyorsa, dış pazarlara ticaret yapabilme noktasında etkili olacaktır.

Kalite ve verimlilikte en üst düzeyi yakalamak için işletme içi personel eğitimine önem verilmesi, ayrıca mesleki eğitim projelerinin uygulanmasına ağırlık verilmesi gereklidir (Özbek, 2000: 34).

Stratejik Açıdan Yetersizlik: Sektörün gelişimine yönelik strateji eksikliği ve vizyon sahibi olamayışı, sektörün sahip olduğu sorunların kaynağındaki sebeplerdendir (Turan, 2006: 23).

Çözüm Önerisi: Özellikle dış pazarlar noktasında büyük hedeflerin konulması gerekmektedir. STK'lar, Sanayi Odası, Ticaret Odası ve diğer işadamları birlikleri bir araya gelerek, sektörün temsilcileri ve uzmanlarının da yer aldığı toplantılar ile sektörün gelecek vizyonu çizilmeli ve stratejileri belirlenmelidir.

İşbirliği Yoksunluğu: Firmalar arası iletişim, tanıtım, eğitim gibi konularda işbirliğinden doğabilecek potansiyelden faydalanma konusundaki eksiklikler sektörün ileriye dönük adımlar atmasının önündeki engeldir (Turan, 2006: 24).

Çözüm Önerisi: Konya için önemli gelişmelerden birisi Konya Sanayi Odası bünyesinde kurulan Konya Kümelenme Merkezidir. Sektörün mutlaka kümeleşme

alışmalarına katkı sağlaması gerekmektedir. Bu sektörün ortak hareket etmesi atıl makine kapasitesinin oluşmaması, güçlü üretim ağının oluşması için gerekli ve önemlidir.

Sektörel derneklerin daha etkin çalışmalar yapmasında, bir sistem geliştirmesi için TAYSAD, OYDER, OSD gibi sektörel derneklerden destek sağlanarak geniş çaplı bilgilendirme toplantıları düzenlenebilir. Yan sanayi firmaları arasında güç birliğini sağlamak maksadıyla şirket işbirlikleri kurulmalıdır. Bu işbirliklerin sağlanabilmesi için otomotiv sanayindeki yapısal değişimin desteklenmesi gerekir (Turan, 2006: 25).

Rekabetçi Yapıda Eksiklik: Türkiye’de kurulmuş bulunan motorlu taşıt araçları-otomotiv sanayinde en önemli sorun rekabet gücünün sağlanması ve bunun sürdürülebilir bir yapıya sahip olmamasıdır (Şan, 2001: 76).

Firmalar, operasyonel etkinlik sağlayarak ya da rekabetçi strateji geliştirerek rakiplerine göre avantaj yakalayabilirler (Alişoğlu, 2001: 102).

Günümüzde işletmeler arasında yoğun bir rekabet vardır. Yoğunlaşarak giden rekabet ciddi bir unsurdur. Rekabet avantajı elde etme ve üstünlük sağlamada kalite kavramı ön plana çıkmaktadır (Tekin, 2002: 7).

Rekabetçi üstünlüğün sağlanmasında işçi nitelikleri, işçilik fiyatları ve maliyet avantajının önemli bir yeri vardır. Ulusal paranın gerçek değerinin altında olması da ülke firmalarının rekabet gücünü olumlu yönde etkileyecek unsurlar arasındadır (Turan, 2006: 24).

Çözüm Önerisi: Yerli üretimin ve yan sanayinin istikrarlı büyümesini gerçekleştirecek bir önlem olarak ülkemizde dünya pazarlarında rekabet edecek seviyede üretilecek, büyük bir bölümü ihraç edilecek, yerli parça kullanım oranı yüksek olan, ülke ekonomisine katma değer ve istihdam sağlayan araç yatırımlarının desteklenmesi lazımdır (Özbek, 2000: 36).

Türk otomotiv yan sanayi sektörünün daha rekabetçi bir hale gelmesi için öncelikle Gümrük Birliği kaynaklı uyum sorunlarının giderilmesi, üretim verimlilik ve etkinliğinin yükseltilmesi için tam zamanında üretim ve toplam kalite yönetimi modeli gibi modern üretim tekniklerin uygulanması, eğitim sisteminde yeni düzenlemelere gidilmesi ve istikrarlı makro ekonomik politika kararlarının alınması gerekmektedir (Alişoğlu, 2001: 104).

İşletmeler küresel rekabetin tüm koşullarına adapte olmalıdırlar. Bu yüzden, özellikle kalitenin yalnızca standartlara uyum sağlama anlamında kalmaması gerektiği ve sürekli izlenmesi gereken dinamik bir kavram olarak karşımıza çıktığı günümüzde, yalnızca ürünün değil, işletmede yönetimlerin, davranışların ve çalışanların da kaliteli olması önemli bir konudur (Özbek, 2000: 35).

Kalite Belgeleri ile ilgili firmaların hassasiyetleri ihracat firmalarda daha fazla görülmektedir. Zira kalite belgesi olmaksızın özellikle AB ülkelerine ihracatın zor hatta imkânsız olması firmalarımızın hassasiyetlerini de arttırmıştır. Bununla ilgili olarak Kalite ile ilgili birimler oluşturulmalı ve şirket içi görevlendirilen personellerle kalite belgesi gibi konular takip edilmelidir.

Dış pazarlarda tüm ülke firmaları ile rekabet edebilir bir konuma gelebilmek için, bu yapının güçlendirilmesi gerekmektedir.

Teknolojik Seviyedeki Yetersizlik: Bu konu hem iç hem de dış pazarlarda üreticinin karşısına çıkan temel sorunlardan birisidir. Sanayide büyük yatırımlar yapılmakta fakat yatırım için harcanılan paralarla alınan makineler bir süre sonra atıl hale gelmektedir. Ayrıca, dış pazarda rekabette teknoloji seviyesi istenilen noktada değildir. Sanayicide son teknoloji imalat cihazlarının olması da bu sorunun çözüldüğü anlama gelmemektedir. Çünkü, büyük ölçüde tüm makine, ekipman ve cihazlar ithalat ürünüdür.

Çözüm Önerisi: Otomotiv yan sanayinde küçük firmaların çoğunlukta olması teknoloji kullanımında bazı problemleri de beraberinde getirmektedir. Kalkınma

planlarının başlıca amacı olan küçük firma birleşmeleri ile modern teknoloji transferlerinin özendirilmesi gerekmektedir (Özbek, 2000: 35).

Türkiye, artık kendi imalat teknolojilerini üreten ve bu konuda dünyada da etkili bir ülke haline gelmelidir.

Taklit Mallar İle İlgili Sıkıntılar:

Çözüm Önerisi: Yan sanayinde yenileme piyasasına dönük olarak üretilen ürünlerin insanların can ve mal güvenliği ile direkt bir ilgisinin olduğu dikkate alınırsa, özellikle büyük sorun olarak görülen taklit malların üzerine çalışma yapılmalıdır (Alişoğlu, 2001: 104).

Türkiye'de, firmaların küçük ölçekli kuruluşlar olmasının yanı sıra dağınık halde olmasının taklit mallar sorununu, bu da arkasından, haksız rekabeti getirmektedir. Taklit mallar sebebiyle oluşan haksız rekabetin önüne geçilebilmesi maksadıyla yasal düzenlemeler yapılmalıdır (Özbek, 2000: 35).

Ar-Ge Yetersizliği: Yan sanayi imalatçılarının yaşadığı en önemli sorun Ar-Ge alanındadır. Burada kaynaklanan sıkıntı Ar-Ge yeterli finansman ayıramam sorunudur. Dış pazarlarda sürekli kendini yenileyen rakipler karşısında, sanayicimizi sıkıntı çekmektedir. Teknolojik anlamda yetersiz kalmakta ve ithalat ile teknolojik açığını gidermektedir. Böylece, ithale bağlı bir imalat endüstrisi öne çıkmaktadır.

Çözüm Önerisi: Otomobilde dünya pazarına girebilmek ve rekabet gücünün artması, teknolojik değişimlerin yakından takip edilebilmesiyle sağlanabilir. Bunun için Ar-Ge faaliyetlerine önem vermek gerekmektedir. Son yıllarda işletmelerde oluşturulan Ar-Ge takımlarının çalışmaları ve bu konuda üniversitelerdeki ilerlemelerin artarak devam etmesi ve işletme bütçelerinden Ar-Ge faaliyetlerine daha fazla pay ayrılması gerekmektedir. Bu çerçevede, hükümetin bu tür faaliyetleri teşvik edici, vergisel ve parasal yardımlar sağlaması gerekmektedir (Özbek, 2000: 34).

Yabancı Dil Sorunu: Dil sorunu, ürünlerini ihracat yapan firmalar için ortak bir sorundur (Doğan-Marangoz, 2001: 157).

Çözüm Önerisi: İşletmeler artık yabancı dil bilen personel arayışına girmiştir. Ancak burada sadece işe başvuruları beklememeli, bir işletme politikası gereği tüm dış ticaret elemanları, hatta mümkünse pazarlama-satış birimindeki elemanlara da işletme finansmanı ile yabancı dil eğitimi verilmelidir.

Ana-Yan Sanayi İlişkileri: Türkiye'de otomotiv ana sanayi istikrarlı bir yapıya sahip olamamıştır. Dolayısı ile bu sorun yan sanayiye de etkilemiştir. Ayrıca, ana sanayi yan sanayinin fiyat politikasının kontrolünü elinde tuttuğundan, yan sanayinin kar marjları zararı göstermiş, sermaye ve finans güçlükleri meydana gelmiştir (İyibozyurt, 1999: 108).

Çözüm Önerisi: Ana Sanayi noktasında büyük firmaların Konya'ya çekilebilmesi için yerel ve kamusal işbirliği ile çalışmalar başlatılmalıdır.

Ana ve yan sanayide karşılıklı fayda ve güven mekanizmasını kuracak, ana ve yan sanayinin bir bütün olarak ele alınıp daha rekabetçi olmasını sağlayan bir yapının kurulmasına çalışılmalıdır (Turan, 2006: 30).

Ana sanayideki bir çok firma yabancı ülke menşelidir. Buradan hareketle, dış pazarlarda güçlü olmak isteyen firmalar, ülke içindeki bu firmalarla çalışma imkânı buldukları takdirde, dış pazarlara da kolayca girebileceklerdir.

Tüm bu açıklamaların ışığında Konya İli Otomotiv Yan Sanayisi'nin genel itibari ile ve de özellikle ihracat noktasında gelişmesi için STK'lar, Odalar, İşadamları Birlikleri, Siyasilerin, Bürokratların, Yerel Basının ve toplumda kanaat önderi sıfatını taşıyan tüm kişi, kurum ve kuruluşların işbirliği içerisinde hareket etmesi öncelikli çözüm önerisi olarak sunulabilir.

Dış pazarlarda karşılaşılan sorunlara bakıldığında, aynı zamanda iç pazarda da işletmelerimizin karşısına çıkan sorunlar olduğu görülmektedir. Yukarıdaki sıkıntılar giderildiğinde, büyük ölçüde iç pazarda da işletmeler ciddi mesafeler kaydedecektir.

KAYNAKLAR

“Bölgesel ve Sektörel Teşvik Raporu”, MÜSİAD Konya Şubesi Konya Gelişim Grubu, Konya, 2008.

“Dış Ticarete Yaşanan Sorunlar ve Çözüm Önerileri”, MÜSİAD Konya Şubesi, Konya, Şubat, 2007.

“Konya İli Sosyo-Ekonomik Görünümü”, Konya Ticaret Odası Etüd-Araştırma Servisi, Konya, Aralık, 2007.
(http://www.kto.org.tr/dosya/rapor/Konya_sosyo_ekonomik.pdf)

“Konya Otomotiv Sanayi Raporu Sunumu”, MÜSİAD Konya Şubesi Konya Gelişim Grubu, Konya, Temmuz, 2008.

“Konya Otomotiv Sanayi Raporu Sunumu”, Konya Sanayi Odası, Konya, Temmuz, 2008.

“Konya Sanayi Potansiyeli ve Yatırım Alanları Araştırması”, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Sanayi Araştırma ve Geliştirme Genel Müdürlüğü, Ankara, 2004.

“Otomotiv Sanayi Sektör Raporu”, İstanbul Ticaret Odası, Şubat, 2003.
(<http://www.ito.org.tr/Dokuman/Sektor/1-70.pdf>)

“Otomotiv Sektörü”, Türkiye Vakıflar Bankası Planlama ve İktisadi Araştırmalar Grup Yönetmenliği, Sektör Araştırmaları, No:28, Ankara, 2003.

“Oto Ana ve Yan Sanayi İhracat Rakamları 1993-2007 Arası”, Uludağ İhracatçı Birlikleri

“Sanayi Kenti Konya”, Konya Sanayi Odası, Konya, 2008.

“Türkiye’nin Dışa Açılma Stratejisi İçinde İhracat Sorunu ve Sınai Ürünlerin İhracatını Artırma İmkanları”, İstanbul Sanayi Odası, Yayın Sayısı: 11, Çağlayan Basımevi, İstanbul, Kasım, 1981.

“Türkiye’de Yaş Meyve-Sebze Üretimi, İhracatı, Sorunları ve Çözüm Önerileri Anket Formu”, Gürbüzer, Ayhan.
(<http://www.aib.org.tr/sirkuler/srkymms2007110.pdf>)

“Üye Profili Araştırması Anket Formu”, İstanbul Ticaret Odası Türk Yan Sanayi Borsası (<http://www.ito.org.tr/itoportal/Dokuman/09.02.07.2008.pdf>)

AKTAN, Okan H., **Dünya Ekonomisindeki Gelişmeler ve Türk Dış Ticareti**, DTM Uluslararası Ekonomi ve Dış Ticaret Politikaları, Sayı:1, Yıl:1, Ankara, 2006.
(http://www.uedtp.org.tr/dtmadmin/upload/EAD/KonjokturIzlemeDb/dergi/2006_Sonbahar/Okan%20Aktan.pdf)

ALİŞOĞLU, Nihal, **Otomotiv Yan Sanayinde Rekabet ve Türkiye Örneği**, Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa, 2001.

ALSU, Erkan, **Döviz Kurları, Enflasyon ve Faiz Oranlarının Dış Ticaret Üzerindeki Etkileri Türkiye Örneği (1985-2005)**, Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, 2006.

ARABACI, Cengiz M., **Dünya Otomotiv Sanayinde Yaşanan Gelişmeler Çerçevesinde Türkiye’deki Otomotiv Ana ve Yan Sanayi İlişkileri**, Uzmanlık Tezi, Teşvik ve Uygulama Genel Müdürlüğü Hazine Müsteşarlığı, Ankara, Mayıs, 2006.
(<http://hazder2.googlepages.com/M.CengizArabaci-Tez.pdf>)

ATABEY, Ayşegül, **Dış Ticaret Ders Notları**, 2. Baskı, Atlas Kitabevi, Yayın No: 6, Konya, Şubat, 2005.

ATABEY, Ayşegül, SARAÇ, Taha B., DEVELİ, Abdülkadir, **Dış Ticarete Giriş**, 3. Baskı, Alfa Kitabevi, Yayın No: 6, Konya, Ekim, 2006.

ATAMAN, Ümit, SUMER, Haluk, **Dış Ticaret İşlemleri ve Muhasebesi**, 8. Baskı, Türkmen Kitabevi, İstanbul, 2003.

ATEŞ, İsmet, **Türkiye Dış Ticaretinde Gelişmeler ve Yoksullaştıran Büyüme (1993-2003)**, Doktora Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın, 2005.

AYANOĞLU, Kamil, **Türkiye İhracat Performansının Ekonomik Büyüme ve Üretkenliğe Etkisi**, Uzmanlık Tezi, DPT Yatırımlar Sektör Programları ve Koordinasyonu Genel Müdürlüğü Tetkik ve Tahlil Dairesi, Yayın No: DPT-2344, Ankara, Mayıs, 1994.

AYDOĞAN, Esra M., **Türkiye Dış Ticaretinin Yapısal Analizi**, Master Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2002.

BAĞBOZAN, Kıvanç, **Otomotiv Yedek Parça Sektöründe Tedarik Zinciri Uygulamaları**, Tezsiz Yüksek Lisans Projesi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2007.

BAKIR, Hasan, **İşletmelerde İhracatın Alternatif Finansman Olanakları**, Anadolu Üniversitesi Yayınları, No:1111, Eskişehir, 1999.

BALANTEKİN, Emre B., **İhracatta KOBİ' lere Sağlanan Devlet Destekleri ve KOBİ' lerin İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar ve Kayseri'de Bir Anket Uygulaması**, Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri, 2006.

BAYKAN, Sevim, **Türkiye İmalat Sanayinde Bölgesel Farklılıklar ve Dış Ticaret Yapısı**, Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2007.

BAYRAKDAR, Seda, **1980 Sonrası Uygulanan İktisat Politikalarının Türk Dış Ticareti Üzerindeki Etkisi**, Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü, Kırıkkale, 2007.

BEDİR, Atila, **Gelişmiş Otomotiv Sanayilerinde Ana-Yan Sanayi İlişkileri ve Türkiye’de Otomotiv Yan Sanayinin Geleceği**, Uzmanlık Tezi, DPT İktisadi Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü, Yayın No: DPT-2495, Ankara, Kasım, 1999. (<http://www.dpt.gov.tr/DocObjects/Download/3276/yansanay.pdf>)

BEDİR, Atila, **Türkiye’de Otomotiv Sanayii Gelişme Perspektifi**, DPT İktisadi Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü, Yayın No: DPT-2660, Ankara, Kasım, 2002. (www.dpt.gov.tr/DocObjects/Download/3310/gelisme.pdf)

CEVAHİR, Hatice, **Türkiye’de İhracat Teşviklerinin Etkinliği**, Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2007.

ÇAKMAK, Umut, **Otomotiv Sektörü**, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2000.

ÇELİK, Mehmet, **“Türkiye Otomotiv Yan Sanayinde Konya'nın Yeri”**, Konya Ticaret Odası İpekyolu Dergisi, Yıl: 20 Sayı: 236, Ekim, 2007. (<http://www.kto.org.tr/tr/dergi/dergiyazioku.asp?yno=1074&ano=75>)

ÇOLAK, Filiz, **II. Meşrutiyet’ten Cumhuriyete Batı Anadolu’da Üretim ve Dış Ticaret (1908-1923)**, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Enstitüsü, İzmir, 2005.

DALYANOĞULLARI, Muhittin, **Küreselleşme, Küreselleşmenin Otomotiv Ana ve Yan Sanayi Sektörüne Etkileri**, Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2007.

DEMİR, Musa, **Dış Ticaret İşlemleri ve Muhasebesi**, Detay Yayınları, Ankara, Ekim, 2002.

DOĞAN, Özlem İ., MARANGOZ, Mehmet, **Türk Otomotiv Yan Sanayiinde Faaliyet Gösteren İşletmelerin Dış Pazarlara Açılmasında Karşılaştıkları Kalite ve Kapasite Sorunlarına Yönelik Bir Analiz**, VII. Otomotiv ve Yan Sanayii Sempozyumu, TMMOB Makina Mühendisleri Odası, Yayın No: E/2001/276, Kardelen Ofset, Bursa, Ekim, 2001.

DÖLEK, Ali, **Gümrük Birliği Sonrası Uygulamalı İhracat Bilgileri**, 2. Basım, Beta Basım A.Ş., İstanbul, Ağustos, 1999.

DÖLEK, Ali, **Mevzuat Işığında Dış Ticaret İşlemleri ve Piyasa Uygulamaları**, 1. Bası, Yayın No: 908, Beta Basım A.Ş., İstanbul, Ağustos, 1999.

DÜNDAR, Sibel, **Dış Ticaret İşlemleri Çerçevesinde İthalat ve İhracat İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi**, Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli, 2006.

EGE, Yavuz A., **Türkiye'nin Dış Ticaretinin Bugünü ve 21.Yüzyıla Doğru Muhtemel Gelişmeler**, DTM Dış Ticaret Dergisi, Özel Sayı, Ankara, Ekim, 1998.

ERDOĞAN, Savaş, **Türkiye'nin İhracat Yapısındaki Değişme ve Büyüme İlişkisi: Koentegrasyon ve Nedensellik Testi Uygulaması**, Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 2006.

ERKEK, Seyida, **Konya’da Otomotiv Yan Sanayinin Mevcut Durumu, Sorunları ve Çözüm Önerileri Raporu**, Konya Ticaret Odası Etüd-Araştırma Servisi, Konya, Temmuz, 2008.

GERNİ, Cevat, **Dış Ticaretin Finansmanı**, TOBB Yayınları Genel: 139, Ünal Ofset Matbaası, Ankara, 1990.

GÜVEN, Celal T., **Cumhuriyetin 75.Yıldönümünde Dış Ticaretimizin Geçmişi ve Bugünü**, Dış Ticaret Dergisi, Özel Sayı, Ankara, Ekim, 1998.

HOROZ, Yeşim, **İhracata Yönelik Vergi Teşvikleri ve Türkiye Uygulaması**, Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa, 2006.

İYİBOZKURT, Erol, **KOBİ’LER ve Yan Sanayinin Sektörüne Gelişim Sürecine Katkıları**, VI. Otomotiv ve Yan Sanayii Sempozyumu Bildiriler Kitabı, TMMOB Makine Mühendisleri Odası, Yayın No: 236, Kardelen Ofset, Bursa, Kasım, 1999.

KABAL, A. Korhan, **1980-2005 Yılları Arasında Uygulanan Ekonomik Politikalar ve Bunların Dış Ticaret Üzerindeki Etkileri**, Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum, 2007.

KARAFAKIOĞLU, Mehmet, **Uluslararası Pazarlama Yönetimi**, 3. Baskı, Yayın No: 1009, Beta Basım A.Ş., Kırklareli, Temmuz, 2000.

KAYALAR, Tuncer, **Cumhuriyetin 80. Yılında İhracatımızda Son Gelişmeler**, DTM Dış Ticaret Dergisi, Özel Sayı, Ankara, Ekim, 2003.

KEMER, Osman B., **Pratik Dış Ticaret Teknikleri**, 1. Baskı, Alfa Basım Yayın, Bursa, Ekim, 2003.

KILIÇ, Cüneyt, **Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne Uyum Sürecinde Dış Ticaret Politikası**, Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale, 2006.

KINOĞLU, Volkan, **Son Gelişmeler ışığında Türk Tekstil Sektöründeki İhracat Olanakları**, Tezsiz Yüksek Lisans Projesi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2006.

KIRAÇ, Can, **Türkiye'de Otomotiv Sanayi ve Otomotiv Yan Sanayi**, İktisadi Araştırmalar Vakfı, Seminerler Serisi, Seminer Özeti, Bursa, Haziran, 1972.

KIYAK, Hasan, **Türkiye'nin Dış Ticaret Yapısı ve Ortadoğu Ülkeleri İle Dış Ticaret İlişkileri**, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Ortadoğu Araştırmaları Enstitüsü, İstanbul, 2005.

KIZIL, Ahmet, ŞOĞUR, Macide, **İthalat-İhracat İşlemleri ve Muhasebesi**, 3. Basım, Der Yayınevi, İstanbul, 1997.

MAKAROĞLU, İsa, **Türkiye Dış Ticaretinde Hindistan İhracatı ve İhracatçıların Eğitimi İle İlgili Bir Araştırma**, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2006.

MAVİOĞLU, Nazmi İ., **Dış Ticaret İşlemleri**, Konya Ticaret Odası Kültür ve Eğitim Yayınları, No:14, Seminer Notları, İnci Ofset, Konya, Haziran, 1998.

MELEMEN, Mehmet, ARZOVA, Burak, **Uluslararası Ticaret Alternatif Finansman Teknikleri ve Muhasebeleştirilmesi Ticari Yazışma Örnekleri**, Türkmen Kitabevi, İstanbul, 2000.

MOLLASALİHOĞLU, Yavuz, **İhracat Teşvikleri**, Dış Ticaret Dergisi, Sayı: 13, Ankara, Nisan, 1999.

MOR, Gül, **Türkiye’de İhracat, Ekonomik Büyüme ve Yapısal Değişim**, Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya, 2006.

ÖZBEK, Orkun, **Otomotiv Yan Sanayi**, İzmir Ticaret Odası, İzmir, Mayıs, 2000.

ÖZCAN, Avni H., **Dünden Bugüne Dış Ticaretimizdeki Gelişmeler**, DTM, Dış Ticaret Dergisi, Özel Sayı, Ankara, Ekim, 1998.

PİRTİNİ, Serdar, MELEMEN, Mehmet, **İhracat Uygulamaları Pazarlama Yönlü Bir Yaklaşım**, Yayın No: 255, Türkmen Kitabevi, İstanbul, Mayıs, 2004.

SABİR, Hasan, **Atatürk’ün İktisat Zihniyeti**, DTM Dış Ticaret Dergisi, Sayı: 28, Ankara, Nisan, 2003.

SELİMOV, Aslan, **Dış Ticaretin Finansmanında Banka Uygulamaları ve Azerbaycan Bankacılık Sistemi İçin Bir Değerlendirme**, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2007.

SERİN, Necdet, **Dış Ticaret ve Dış Ticaret Politikası: 1923-1973**, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, No: 388, Ankara Üniversitesi Basımevi, Ankara, 1975.

SÖNMEZ, EĞDİRİCİ, Ayper, **Otomotiv Ana ve Yan Sanayi**, İGEME ,2005. (www.atonet.org.tr/yeni/files/_images/distic/sektorler/otomotiv.pdf)

ŞAHİN, Arif, **İhracatta Ödeme Şekilleri**, İhracat Geliştirme Etüd Merkezi, Mart,2002.(<http://www.akib.org.tr/akib/UserFiles/File/pratikbilgiler/IhracattaOdemeKosullari.pdf>)

ŞAHİN, Esen, **Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama**, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 2006.

ŞAN, İlhami, **Otomotiv Sanayii Sektör Araştırması**, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, Sanayi Araştırma ve Geliştir Genel Müdürlüğü, Ankara, 2001. (<http://www.abmankara.gov.tr/sectorRap/sectorrap.htm>)

TAŞKIN, Murat M., **1923-2003 Döneminde Türkiye Cumhuriyeti'nin Dış Ticaret Politikaları**, Dış Ticaret Dergisi, Özel Sayı, Ankara, Ekim, 2003.

TEKİN, Mahmut, **Toplam Kalite Yönetimi**, Günay Ofset, Konya, Nisan, 2002.

TEKİN, Mahmut, **Üretim Yönetimi**, 2. Baskı, Günay Ofset, Konya, Kasım, 1993.

TEKİN, Mahmut, **Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği**, 6. Baskı, Günay Ofset, Konya, 2006.

TOMANBAY, Mehmet, **Dış Ticaret Rejimi ve İhracatın Finansmanı**, 3. Baskı, Yayın No: 85, Hatiboğlu Yayınevi, Ankara, 2001.

TOROSLU, Vefa M., **Uygulamalı Dış Ticaret İşlemleri ve Muhasebesi**, 2. Bası, Beta Basım A.Ş., Yayın No: 884, İstanbul, Mayıs, 1999.

TUNCEL, Muhittin, **Türk Dış Ticaretinde Teslim ve Ödeme Şekillerinin Ekonomik Analizi: Eğitim Gereklilerinin Belirlenmesine İlişkin Bir Model Önerisi**, Master Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2006.

TURAN, Seyida, **Otomotiv Sanayi Sektör Raporu**, Konya Ticaret Odası Etüd Araştırma Servisi, Kasım, 2006. (http://www.kto.org.tr/dosya/rapor/otomotiv_yan_sanayi.pdf)

ULUSOY, Murat, **Türk Otomotiv Sektörünün Yapısı ve İhracatı Geliştirme Stratejileri**, Master Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2000.

VAROL, Müge G., **Cumhuriyetin 80. Yılında 1923-2003 Türk Dış Ticaretinin Gelişiminin Kısa Tarihçesi**, DTM Dış Ticaret Dergisi, Özel Sayı, Ankara, Ekim, 2003.

YEŞİLYURT, Sercen S., **Otomotiv Yan Sanayinde İthalat-İhracat**, Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa, 2001.

YILDIZ, Aytaç, **Otomotiv Yan Sanayiinde Hızlandırma Tekniklerinin Ürün Geliştirme Zamanı Üzerindeki Etkileri**, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Fen Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2007.

YÜREKLİ, Sıtkı, **Osmanlı İmparatorluğu 19. Yüzyıl Dış Ticaret Üzerine Bir Deneme: İzmir Limanı Örneği 1865-1912**, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, Temmuz, 1992.

YÜZAL, Sinan, **Otomotiv Ana ve Yan Sanayi**, İGEME İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, 2007. (<http://kobi.mynet.com/pdf/Otomotiv.pdf>)

ZERENLER, Muammer, **Digital İş Yaşamı: Tüm Boyutlarıyla Elektronik Ticaret**, Öz Baran Ofset Matbaacılık, Ankara, Aralık, 2007.

<http://tr.wikipedia.org/wiki/%C4%B0hracat>

<http://www.byegm.gov.tr/yayinlarimiz/ANADOLUNUNSESI/221/AND26.htm>

<http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/EAD/IstatistikDb/eko12.xls>

<http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/EAD/IstatistikDb/otoyan.doc>

<http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/EAD/KonjokturIzlemeDb/1920don.doc>

<http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/EAD/KonjokturIzlemeDb/1939don.doc>

<http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/EAD/KonjokturIzlemeDb/1980so.doc>

<http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/EAD/KonjokturIzlemeDb/planli.doc>

<http://www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detay&yayinID=26&icerikID=75&dil=TR>

<http://www.dtm.gov.tr/dtmweb/yaziciDostu.cfm?dokuman=pdf&action=detay&yayinID=26&icerikID=75&dil=TR>

<http://www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detay&yayinID=91&icerikID=82&dil=TR>

<http://www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detaymvzt&yayinID=781&icerikID=883&dil=TR>

<http://www.gumruk.gov.tr/Istatistikler/DTI/06.xls>

<http://www.gumruk.gov.tr/ihracat.aspx#Sekil>

<http://www.haberkonya.com/haberdetay.asp?idno=10375>

<http://www.iaosb.com.tr/uploads/OTOMOTIVYANSANAYIIRAPORU2006.doc>

c

http://www.kobifinans.com.tr/tr/yazici.php?Article=149&Category=02080101&Where=bilgi_merkezi

<http://www.kobinet.org.tr/hizmetler/bilgibankasi/ekonomi/005.html>

http://www.konya.gov.tr/default_B0.aspx?content=217

http://www.konya.gov.tr/default_B0.aspx?content=219

http://www.konya.gov.tr/default_B0.aspx?content=226

<http://www.konyahaber.com/haber/ksodan-2006-yili-degerlendirmesi-19108.htm>

http://www.konyaorganizesanayi.com/haberler.php?haber_oku=228

<http://www.kso.org.tr>

<http://www.kto.org.tr/tr/konya/tanitim.asp?yno=17&bno=1>

http://www.obitet.gazi.edu.tr/download/Otomotiv_Sekturu_io.doc

<http://www.subconturkey.com/2008/Mayis/haber-TAYSAD--Tasit-Araclari-Yan-Sanayicileri-Dernegi-nin-Genel-Sekreteri-Ozlem-Gulsen.html>

ANKET FORMU

Sayın Yönetici/Yetkili,

Bu anket çalışması, Konya’da Otomotiv Yan Sanayinde faaliyet gösteren işletmelerin ihracatta yaşadıkları sorunları tespit etmek ve bu sorunlara ilişkin çözüm önerileri sunabilmek amacıyla gerçekleştirilmektedir. Anket sonuçları sadece bilimsel amaçlar için kullanılacak olup şirket isimleri başta olmak üzere diğer tüm şirkete ilişkin bilgiler saklı tutulacaktır. Veriler firma ya da kişi tabanlı olarak değil, genel ve ortalama değerler olarak ele alınıp yorumlanacaktır.

Anketi dilerseniz aşağıda sizlere sunulan mail ya da faks yolu ile de tarafıma ulaştırabilirsiniz.

Anketi cevaplayarak bu çalışmaya yapacağınız katkı için şimdiden teşekkür eder, çalışmalarınızda başarılar, işlerinizde bereket dilerim.

İsmail ÜNVER

1. İşletme Unvanınız nedir?

a) Limitet Şirket b) Anonim Şirket c) Holding A.Ş. d) Kolektif e) Diğer.....

2. Anketi Dolduran Yetkilinin Görevi

a) Şirket Sahibi/Ortağı b)Yönetim Kurulu Üyesi c) Genel Müdür
d) İhracat Müdürü e) Diğer (Lütfen Belirtiniz:.....)

3. İşletmedeki Mevcut İstihdam Sayısı:

☐ 5-25 ☐ 26-50 ☐ 51-75 ☐ 75-100 ☐ 101 ve üzeri

4. İşletmenizin üst yönetimini aşağıdakilerden hangileri yürütmektedir?

☐ İşletme Sahibi/Ortakları ☐ Profesyonel Üst Düzey Yönetici ☐ Her İkisi İle

5. İşletmenizin Faaliyet Süresi Nedir? (Yıl)

☐ 1-5 ☐ 5-10 ☐ 10-15 ☐ 15-20 ☐ 20ve üzeri

6. İşletmeniz Aşağıdaki Ürün Gruplarından Hangilerinde Faaliyet Göstermektedir?

(Birden Fazla Seçenek İşaretlenebilir.)

- ☐ Aktarma Organı ☐ Şasi Grubu
☐ Oto Elektrik ve Elektrik Aksamları ☐ Hammaddeler
☐ Karoser ☐ Diğer (Lütfen Belirtiniz.....)

7. İşletmenizin Herhangi Bir Kalite Belgesine Sahip Mi?

- ☐ EVET ☐ HAYIR

(Cevabınız Hayır İse Lütfen 10. Soruya Geçiniz.)

8. Cevabınız EVET İse İşletmeniz Aşağıdaki Kalite Belgelerinden Hangilerine Sahiptir? (Birden Fazla Seçenek İşaretlenebilir.)

- ☐ ISO 9001:2000 ☐ QS 9000
☐ ISO/TS 16949 ☐ ISO 14001
☐ Diğer (Lütfen Belirtiniz:.....)

9. Gelceğinizi Tehdit Eden Unsurlar Önem Derecesine Göre Nelerdir?

(Önem Sırasına Göre Belirtiniz. 1: Hiç Önemli Değil 5: Çok Önemli)

	1	2	3	4	5
Küreselleşmenin Olumsuz Yönleri					
Ekonomik Krizler					
Rakipler					
Haksız Rekabet					
AR-GE Eksikliği					
Ana Sanayiciler/Müşterilerle İletişimsizlik					

10. İşletmeniz Kaç Yıldır İhracat Gerçekleştirmektedir? (Yıl)

- ☐ 1-5 ☐ 5-10 ☐ 10-15 ☐ 15-20 ☐ 20 ve üzeri

11. İşletmenizde Ayrı Bir İhracat Departmanı Mevcut Mudur?

- ☐ EVET ☐ HAYIR

(Cevabınız Hayır İse Lütfen 13. Soruya Geçiniz.)

12. Cevabınız EVET ise İhracat Departmanınızda Yabancı Dil Bilen Kaç Personeliniz Mevcuttur?

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ve üzeri

13. İşletmenizde 2007 Yılı Sonu İtibari İle İhracatınızın Üretime Oranı Nedir?

a) %0-25 b) %26-50 c) % 51-75 d) %76-100

14. En Fazla İhracat Gerçekleştirdiğiniz 3 Ülkeyi Yazınız:

1.
2.
3.

15. Dış Pazarlarda Yurt Dışı Rakiplerinize Göre Dezavantajlı Yönleriniz Nelerdir?

(Önem Sırasına Göre Belirtiniz. 1: Hiç Önemli Değil 5: Çok Önemli)

	1	2	3	4	5
Fiyatınız					
Kalifiye İşgücü/Teknik Beceriniz					
Proaktif Müşteri İlişkileriniz					
Lojistik ve Coğrafi Yakınlık					
Etkin Bilişim Teknoloji Kullanımınız					
İleri Üretim Teknolojileriniz					
Kaliteniz					
Esneklik, Hız ve Uyumunuz					
Ar-Ge Faaliyetleriniz					

16. Yurtdışı Fuarlara Katılıyor Musunuz?

☐ EVET ☐ HAYIR

17. İhracat Teşviklerinden Yararlanıyor Musunuz?

☐ EVET ☐ HAYIR

18. İhracatta Karşılaştığınız Sorunları Önem Derecesine Göre İşaretleyiniz?

(Önem Sırasına Göre Belirtiniz. 1: Hiç Önemli Değil 5: Çok Önemli)

	1	2	3	4	5
İşgücü Maliyetleri					
Enerji Maliyetleri					
Hammadde Maliyetleri					
Ar-Ge Eksikliği					
Ülke ve Firma İmajı					
Taklit Mallar					
Ekonomik ve Finansal Sorunlar					
Genel Ülke Ekonomisi					
Müşteri İlişkileri Eksikliği					
Yeni Ürün Geliştirememe					
Standartlaşma					
Döviz Kurları					
Yurtdışı Standartlarına Uygunluk					
Yetişmiş İşgücü ve Yabancı Dil					
Yeni Pazar Bulabilmek					
Fiyat Dezavantajı					
Kalite Yetersizliği					
Kalite Belgesi Eksikliği					
Hükümet Politikaları, Hukuki Yapısı ve Kotalar					
Güvenlik: CE İşareti					
Kapasite Kullanımı ve Verimlilik					
Pazarlama Araştırması ve Ürün Tanıtımı					
Taşıma Depolama ve Dağıtım					
Hedef Ülke Seçimi					
İhracat Yapılacak Ülkenin Ekonomik Durumu					
Teknoloji Yetersizliği					
Rakipler ve Rekabetin Şiddeti					
Gümrük Birliği'nden Kaynaklanan Sorunlar					

19. Otomotiv Yan Sanayi Sektörünü Aşağıdaki Başlıklar Bakımından Nasıl Değerlendiriyorsunuz?

(Önem Sırasına Göre Belirtiniz. 1: Çok Kötü 5: Çok İyi)

	1	2	3	4	5
Karlılık Seviyesi					
Büyüme Eğilimli Olma					
Teknoloji Seviyesi Yeterliliği					
Rekabet Edebilirliği					
Verimliliği					
Kalifiye İşgücü					
Yeni Ürün Geliştirme İmkânı					
Maliyetler					

Anketimiz tamamlanmıştır. İlginizden ve katkılarınızdan dolayı teşekkürlerimi sunarım.

Özgeçmiş

Adı Soyadı:	İSMAİL ÜNVER	İmza:	
Doğum Yeri:	KONYA		
Doğum Tarihi:	04.10.1981		
Medeni Durumu:	BEKÂR		

Öğrenim Durumu

Derece	Okulun Adı	Program	Yer	Yıl
İlköğretim	Konya Hakim Ömer Onsun İlköğretim Okulu		KONYA	1988-1993
Ortaöğretim	Konya Mehmet Akif Ersoy Lisesi (Ortaokul)		KONYA	1993-1996
Lise	Konya Mehmet Akif Ersoy Yabancı Dil Ağırlıklı Lisesi		KONYA	1996-2000
Lisans	Konya Selçuk Üniversitesi- İİBF-	İşletme Bölümü Lisans Programı	KONYA	2000-2005

Yüksek Lisans	Konya Selçuk Üniversitesi- Sosyal Bilimler Enstitüsü –	Üretim Yönetimi ve Pazarlama Ana Bilim Dalı- Tezli Yüksek Lisans Programı	KONYA	2005-2008
İlgi Alanları:	Araştırma yapmak, spor yapmak (futbol, voleybol ve masa tenisi oynamak), müzik dinlemek			
İş Deneyimi:	MÜSİAD Konya Şubesi – Şube Müdürü MÜSİAD Konya Şubesi - Raporlama ve Proje Uzmanı Bürotime Ltd. Şti. – Dış Ticaret Departmanı (Staj) EVG Yatırım A.Ş – Konya Şubesi – Yatırım Portföy Departmanı (Staj)			
Hakkımda bilgi almak için önerebileceğim şahıslar:	Yrd. Doç. Dr. Muammer ZERENLER			
Tel:	0 332 241 00 41			
Adres	Selçuk Üniversitesi			