

Makine Sektörü Envanter Araştırması



Mart 2017

Her hakkı saklıdır.
İzinsiz kullanılamaz, çoğaltılamaz, dağıtılamaz.
Copyright @ Orta Anadolu Makine ve Aksamları İhracatçıları Birliği

Başarı "bir"den değil, "biz"den gelir!

www.turkiyeninmakinecileri.org

www.makfed.org



TÜRKİYE'NİN
MAKİNECİLERİ



MAKFED

Makine İmalat Sanayii
Dernekleri Federasyonu

Önsöz

Değerli Paydaşlarımız;

“Türkiye’nin Makinecileri”, sektörün tamamına mal olmuş, üreterek, satarak, sorunlarının çözümü için uğraşarak, içeride ve dışarda temsil ederek, veya ihtiyaçlarını sağlayarak, hatta dayanışarak bu seçkin ailenin ferdi haline gelmiş ya da bir şekilde bağ kurmuş herkesi, kendini makineci kabul eden her gerçek ve tüzel kişiyi tanımlayan bir marka haline geldi; yükselen bir değeri ifade ediyor.

MAKFED, yegane sivil tepe örgütümüz olarak, uluslararası eşdeğerleri arasında yer almak, makine sektörünün küresel zirvelerinde bizleri tek başına temsil etmek yeteneği ve hakkına sahip bir başka markamız, değerimiz.

Türkiye’nin Makinecileri ve MAKFED, Federasyonun kuruluşundan itibaren, sektörün bütün birikimini konsolide ederek, mevcut bilgiyi küresel ekonomik ve siyasi gelişmelerin ışığı altında yorumlayıp, üyelerinin ve paydaşlarının istifadesine sunmak için birlikte çalışıyorlar. Dernekler, bütün dünyada sektörlerinin hafızası olarak kabul ediliyor; endüstrilerinin tarihi ve uzmanlık onlarda birikiyor, kurumsallaşıyor. Özellikle teknoloji yoğun alanlarda, uzmanlık işin içine katılmadığında, ne tanıtım, ne temsil görevi layıkınca yapılabiliyor; ne de gelişmeyi sağlayacak tedbirler geliştirilebiliyor.

Yoğun çalışmalarımız 2017 yılının hemen başında iki yeni rapor ile meyvelerini verdi. Bunlardan biri Mart 2017 tarihli “Makine Sektör Envanteri”, diğeri Nisan 2017 tarihli “Makine Sektörü Makro Analizi, Mevcut Durum Değerlendirmesi, Strateji ve Uygulama Planı” başlıklıdır. Bir seneye yakın araştırma süresi gerektiren ve birbirini besleyen bu iki raporu iki seçkin kurumla işbirliği halinde hazırladık; referans değerleri yüksektir. Bir üçüncü raporumuz Mayıs’ta yayınlanacak olup; pazar ve üretim altyapımızla ilgili teferuatlı bilgileri içerecektir.

Bir ilk olarak, dünya makine sektöründe ileri gitmiş ülkelerin ne seviyede oldukları, hangi yolları izledikleri, yükselme çabaları içinde sektörün sivil örgütlerinin nasıl katkı yaptığı, devletlerinin bunları nasıl destekledikleri, itibar ettikleri ve hangi sorumlulukları verdiği de bilgilerin arasına dahil edildi; kapatmamız gereken mesafe ve boğuştuğumuz imkansızlıklar, kıyaslamalarla tanımlanmaya çalışıldı.

Deloitte ve Estima’ya zorlu ama uyumlu hazırlık dönemi boyunca ortaya çıkardıkları değerli bilgiler için ve bunları kendi birikimleri ile hepimizin istifade edeceği, kolay anlaşılır tespit ve öneriler haline getirdikleri için teşekkür ediyoruz. Bu raporların tamamlanmasında büyük katkıları bulunan bütün derneklerimize ve tecrübelerini, sorunlarını, imkanlarını bizimle paylaşan üye firmalarımıza müteşekkiz.

Faydalı olmasını temenni ediyoruz.

Saygılarımızla.

Türkiye’nin Makinecileri ve MAKFED
Yönetim Kurulları Başkanı
Adnan Dalgakıran

İÇİNDEKİLER

SLAYT 3. ESTİMA KALİTE POLİTİKASI	7
SLAYT 4. ESOMAR ETİK KODLARI	7
SLAYT 5. METODOLOJİ	8
SLAYT 6. AMAÇ & İÇERİK & HEDEF KİTLE	8
SLAYT 7. METODOLOJİ	9
SLAYT 8. ÖRNEKLEM YAPISI / Coğrafi Dağılım	9
SLAYT 9. ÖRNEKLEM YAPISI / Firma Segment	10
SLAYT 10. ÖRNEKLEM YAPISI / Faaliyet Alanları	10
SLAYT 11. ÖRNEKLEM YAPISI / Görüşülen Kişinin Ünvanı	11
SLAYT 12. YÖNETİCİ ÖZETİ-1	12
SLAYT 13. YÖNETİCİ ÖZETİ-2	12
SLAYT 14. YÖNETİCİ ÖZETİ-3	13
SLAYT 15. YÖNETİCİ ÖZETİ-4	13
SLAYT 16. YÖNETİCİ ÖZETİ-5	14
SLAYT 17. BÖLÜM 1 / İŞLETME YÖNETİCİSİNE İLİŞKİN BİLGİLER	14
SLAYT 18. YÖNETİCİ PROFİLİ	15
SLAYT 19. BÖLÜM 2 / İŞLETME HAKKINDA GENEL BİLGİLER	16
SLAYT 20. İŞLETME PROFİLİ	16
SLAYT 21. İHRACAT DURUMU	17
SLAYT 22. İLK İHRACAT	18
SLAYT 23. FAALİYET ALANLARI	19
SLAYT 24. FAALİYET ALANLARI / Alt Sektör Kırılımı	20
SLAYT 25. BÖLÜM 3 / İŞLETME ÜRÜN GRUBUNUN TESPİTİ	21
SLAYT 26. ÜRETİLEN ÜRÜNLER - 1 / Her Bir Alt Sektörde İlk 5	21
SLAYT 27. ÜRETİLEN ÜRÜNLER - 2 / Her Bir Alt Sektörde İlk 5	22
ŞEKİL 28. ÜRETİLEN ÜRÜNLER - 3 / Her Bir Alt Sektörde İlk 5	22
SLAYT 29. ORTALAMA KAPASİTE KULLANIM ORANI	23
SLAYT 30. ÜRETİMDE KULLANILAN GİRDİLER	23
SLAYT 31. ÜRETİMDE KULLANILAN GİRDİLERİN TEMİNİ	24
SLAYT 32. STRATEJİK EN ÖNEMLİ ÜRÜN VE TOPLAM İÇİNDEKİ PAYI	24
SLAYT 33. STRATEJİK ÖNEMDEKİ ÜRÜN GRUPLARININ İTHALİ	25
SLAYT 34. STRATEJİK ÖNEMDEKİ ÜRÜNLERDE İTHAL ORANI & "DIR"	26
SLAYT 35. FİRMA BÜNYESİNDE HAMMADDE ÜRETİMİ	27
SLAYT 36. ÜRÜNLERİN SATILDIĞI ALANLAR-TÜKETİCİ & SANAYİ	28
SLAYT 37. HİZMET ALANLARI	28
SLAYT 38. BÖLÜM 4 / İŞ YERİ BÜYÜKLÜĞÜ VE SERMAYE KAPASİTESİ	29
SLAYT 39. İŞYERİ BÜYÜKLÜĞÜ	29
SLAYT 40. PERSONELİN EĞİTİM DURUMU	30
SLAYT 41. ÇALIŞANLAR İÇİN EĞİTİM SEMİNERLERİ	31
SLAYT 42. ÇALIŞANLAR İÇİN DÜZENLENEN EĞİTİM PROGRAMLARI	32
SLAYT 43. FİRMADA AR-GE ÇALIŞMALARI VE PERSONEL SAYISI	33
SLAYT 44. AR-GE BİRİMİ VE MERKEZİ	33
SLAYT 45. ÜRÜN GELİŞTİRMEDE KULLANILAN YÖNTEMLER	34
SLAYT 46. LABORATUVAR İHTİYAÇLARININ TEMİNİ	34
SLAYT 47. ÜNİVERSİTELERLE İŞBİRLİĞİ	35

SLAYT 48. TESCİLLİ MARKA, PATENT VE FAYDALI MODEL SAHİPLİĞİ	36
SLAYT 49. TESCİLLİ MARKA, PATENT VE FAYDALI MODEL KAPASİTESİ	36
SLAYT 50. BÖLÜM 5 / SABİT SERMAYE YATIRIMLARI	37
SLAYT 51. SABİT SERMAYE YATIRIMLARI	37
SLAYT 52. KULLANILAN YAKIT TÜRLERİ	38
SLAYT 53. MAKİNELERİN TOPLAM GÜCÜ / KİLOWATT	38
SLAYT 54. TEZGAH SAYISI VE YAŞI	39
SLAYT 55. CNC TEZGAH SATIN ALMA EĞİLİMİ	39
SLAYT 56. NANOTEKNOLOJİ BİLİNİRLİK	40
SLAYT 57. NANOTEKNOLOJİ HAZIRLIĞI	40
SLAYT 58. NANOTEKNOLOJİ VE REKABET ÜSTÜNLÜĞÜ	41
SLAYT 59. BÖLÜM 6 / MARKET & REKABET GÜCÜ	41
SLAYT 60. YAZILIM VE MALİYETİ	42
SLAYT 61. FİYAT POLİTİKASI	42
SLAYT 62. YARARLANILAN DEVLET DESTEKLERİ	43
SLAYT 63. İHRACATA YÖNELİK DESTEKLERİN BİLİNİRLİĞİ	43
SLAYT 64. İHRACATA YÖNELİK DESTEKLERDEN YARARLANMA	44
SLAYT 65. İHRACATÇILARIN DEVLET DESTEKLERİNE İLİŞKİN GÖRÜŞLERİ	44
SLAYT 66. DEVLET DESTEKLERİNDEN FAYDALANAMAMA NEDENLERİ	45
SLAYT 67. KULLANILAN FİNANSMAN TEKNİKLERİ	45
SLAYT 68. EXIMBANK KREDİ LİMİTLERİNE İLİŞKİN GÖRÜŞLER	46
SLAYT 69. DÖVİZ KURU RİSKİ İÇİN KULLANILAN ARAÇLAR	46
SLAYT 70. “TİCARET KURALLARI & HUKUK” YETKİN PERSONEL	47
SLAYT 71. İÇ PAZARA SATIŞ	47
SLAYT 72. DIŞ PİYASADA SATILAN ÜRÜNLERİN FİYATININ BELİRLENMESİ-1	48
SLAYT 73. DIŞ PİYASADA SATILAN ÜRÜNLERİN FİYATININ BELİRLENMESİ-2	49
SLAYT 74. HAKSIZ REKABET UNSURLARI	50
SLAYT 75. YERLİ & YABANCI GİRDİDE KALİTE-FİYAT ALGISI	51
SLAYT 76. BÖLÜM 7 / İŞLETMENİN ÜRETİM MALİYET YAPISI	52
SLAYT 77. ANA ÜRÜN MALİYETİNİN SATIŞ FİYATINDAKİ PAYI	52
SLAYT 78. ÜRETİM ALANININ BÜYÜKLÜĞÜ	53
SLAYT 79. ÜRETİMDE KULLANILAN ALANIN MÜLKİYETİ	53
SLAYT 80. İŞ GÜCÜ MALİYETLERİNİN CİRODAKİ PAYI	54
SLAYT 81. TAŞIMA MALİYETLERİNİN CİRODAKİ PAYI	54
SLAYT 82. BÖLÜM 8 / SATIŞLAR	55
SLAYT 83. SATIŞ KANALLARI VE İÇ PAZARDAKİ PAYI	55
SLAYT 84. YILLIK ORTALAMA HİZMET CİROSU	56
SLAYT 85. FİRMANIN KENDİ MARKASI İLE İHRACATI	56
SLAYT 86. İHRACATTA MARKADA ORTAKLIK EĞİLİMİ	57
SLAYT 87. YURT DIŞINDA TEMSİLCİLİK	58
SLAYT 88. İHRACATIN CİROYA ORANI	59
SLAYT 89. İHRACAT ŞEKLİ	59
SLAYT 90. İHRACATTA SORUNLA KARŞILAŞILAN ÜLKELER	60
SLAYT 91. İHRACATTA KARŞILAŞILAN SORUNLAR	61
SLAYT 92. YURT DIŞI PAZARLARDA KARŞILAŞILAN ENGELLER	61
SLAYT 93. HEDEF PAZARLAR-TOP 10	62

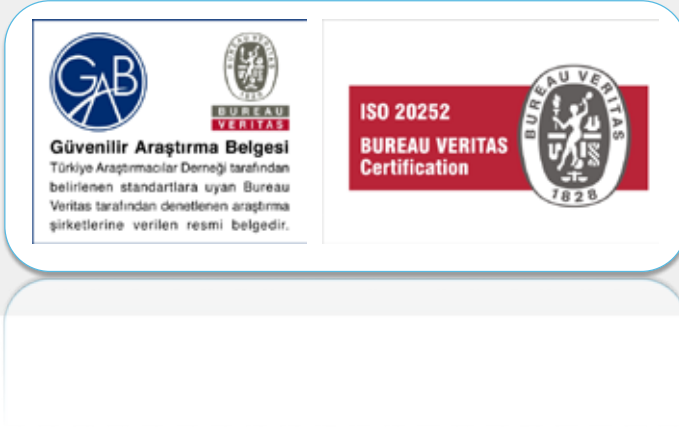
<u>SLAYT 94. YURT İÇİ & YURT DIŞI FUARLARA KATILIM</u>	63
<u>SLAYT 95. KATILINAN FUAR SAYISI VE BÜTÇE</u>	64
<u>SLAYT 96. FUARLARA KATILIMDAN DUYULAN MEMNUNİYET</u>	65
<u>SLAYT 97. FUAR DESTEKLERİ</u>	65
<u>SLAYT 98. FUAR SEÇİM KRİTERLERİ</u>	66
<u>SLAYT 99. SEKTÖREL DERNEK ÜYELİĞİ</u>	66
<u>SLAYT 100. MAKİNE İHRACATÇILARI BİRLİĞİ HİZMETLERİ</u>	67
<u>SLAYT 101. REKABET GÜCÜNÜ ETKİLEYEN UNSURLAR</u>	68
<u>SLAYT 101. UNSURLAR AÇISINDAN DIŞ RAKİPLERE GÖRE KONUM</u>	69
<u>SLAYT 103. KRİTERLERE GÖRE RAKİPLERLE KONUM-1</u>	70
<u>SLAYT 104. KRİTERLERE GÖRE RAKİPLERLE KONUM-2</u>	71
<u>SLAYT 105. İHRACAT YAPMAMA NEDENLERİ</u>	71
<u>SLAYT 106. KALİTE & STANDART SERTİFİKASI SAHİPLİĞİ</u>	72
<u>SLAYT 107. SATIŞLARDA BELGELENDİRMEYE İLİŞKİN SORUN DURUMU</u>	72
<u>SLAYT 108. YILLIK BELGELENDİRME HARCAMALARI</u>	73
<u>SLAYT 109. SERTİFİKALARI YURT DIŞINDAN TEMİN ETME NEDENLERİ</u>	73
<u>SLAYT 110. BÖLÜM 9 / KREDİLER</u>	74
<u>SLAYT 111. KREDİ KULLANIMI</u>	74
<u>SLAYT 112. DÖVİZ-TL KREDİSİ</u>	75
<u>SLAYT 113. KREDİ ALIM SÜRESİ VE BANKALAR</u>	76
<u>SLAYT 114. KREDİ KULLANMAMA NEDENLERİ</u>	77
<u>SLAYT 115. BÖLÜM 10 / SİSTEMLER VE SÜREÇLER</u>	77
<u>SLAYT 116. UYGULANAN SİSTEMLER & SÜREÇLER-1</u>	78
<u>SLAYT 117. UYGULANAN SİSTEMLER & SÜREÇLER-2</u>	79
<u>SLAYT 118. UYGULANAN SİSTEMLER & SÜREÇLER-3</u>	80
<u>SLAYT 119. UYGULANAN SİSTEMLER & SÜREÇLER-4</u>	81
<u>SLAYT 120. BÖLÜM 11 / İŞLETME PERFORMANSI</u>	82
<u>SLAYT 121. İŞLETME PERFORMANSI-1</u>	82
<u>SLAYT 122. İŞLETME PERFORMANSI-2</u>	83
<u>SLAYT 123. İŞLETME PERFORMANSI-3</u>	84
<u>SLAYT 124. İŞLETME PERFORMANSI-4</u>	85
<u>SLAYT 125. BÖLÜM 12 / KÜMELENME</u>	86
<u>SLAYT 126. ÜRETİM YERİ SEÇİM NEDENLERİ</u>	86
<u>SLAYT 127. ÜRETİM YERİNİN İHTİYAÇLARI KARŞILAMA DURUMU</u>	87
<u>SLAYT 128. MAKİNE VE EKİPMAN TEMİNİ</u>	88
<u>SLAYT 129. YEDEK PARÇA TEMİNİ</u>	89
<u>SLAYT 130. BAKIM HİZMETİ ALINAN İŞLETMELER</u>	90
<u>SLAYT 131. HAMMADDE SATIN ALINAN İŞLETMELER</u>	90
<u>SLAYT 132. ÜRÜNLERİN SATILDIĞI İŞLETMELER</u>	91
<u>SLAYT 133. RAKİP İŞLETMELER</u>	91
<u>SLAYT 134. ENDÜSTRİ 4.0 BİLİNİRLİK</u>	92
<u>SLAYT 135. MAİB VE MTG BİLİNİRLİK</u>	92

Not: Slayt numaraları, envanter çalışması kapsamında ESTİMA tarafından hazırlanan sunumdaki slayt numaraları ile aynıdır.

KALİTE POLİTİKAMIZ //

3

- ESTİMA, tüm süreçlerin iç denetim prosedürleri ile takip edildiği evrensel kalite standartlarını benimsemektedir.
- ESTİMA, Kasım 2012 itibarıyla **GAB** (*Güvenilir Araştırma Belgesi*) ve **ISO20252** (*Global Araştırma Belgesi*) belgelerini almaya hak kazanarak, araştırma hizmetlerini bu kalite standartları çerçevesinde vermeye başlamıştır.



ESTİMA
Araştırma & Danışmanlık A.Ş.

SLAYT 4. ESOMAR ETİK KODLARI

ESOMAR ETİK KODLARI //

4

Araştırmanın her bir aşaması ESOMAR (European Society of Marketing Research) ve ICC (International Chamber of Commerce) tarafından düzenlenen kodlara uygun bir şekilde yürütülmüştür.

- **ESOMAR Kod 4** | Araştırma kapsamında görüşülen kişilerin isimleri gizli tutulacaktır.
- **ESOMAR Kod 19** | Estima, hizmetlerini Makine İhracatçıları Birliği'nin (MAİB) faaliyet gösterdiği sektörde faaliyet gösteren diğer kuruluşlara da sunma hakkını mahfuz tutar. Ancak Estima, MAİB projesinde görevli uzmanlarının, aynı anda veya birbirini izleyen dönemlerde MAİB'in yazılı onayı olmaksızın MAİB'in rakiplerinin projelerinde çalışmayacağını taahhüt eder.
- **ESOMAR Kod 20** | Bu araştırmanın gerçekleştirilmesi için MAİB'in Estima'ya sağladığı her türlü bilgi ile, araştırmada elde edilen bulgular ve veriler, MAİB'in mülkiyetinde olacaktır. MAİB'in yazılı onayı temin edilmedikçe, söz konusu bulgular ve veriler Estima tarafından üçüncü şahıslara açıklanmayacaktır.
- **ESOMAR Kod 21** | Bu araştırmanın gerçekleştirilmesinde kullanılan araştırma tekniklerinin ve yöntemlerinin mülkiyeti Estima'ya aittir.

ESTİMA
Araştırma & Danışmanlık A.Ş.

METODOLOJİ //

SLAYT 6. AMAÇ & İÇERİK & HEDEF KİTLE

AMAÇ & İÇERİK & HEDEF KİTLE//

- Araştırmanın ana amacı, makine sektöründe faaliyet gösteren üretici ve üretici/ihracatçıların tam sayım çalışmasının yapılmasıdır.
- Araştırma kapsamı dahilinde makine ve aksamları üreticilerinin ve üretici/ihracatçılarının genel durumları (istihdam, üretim, ihracat, satış, girdiler, Ar-Ge çalışmaları vb.) ve ürün profilleri belirlenmiştir. Böylece, makine sektöründeki çalışmaların daha sistematik ve verimli yapılmasını sağlayacak, rekabet gücünü artıracak stratejilerin hazırlanmasına ışık tutacak verilerin elde edilmesi hedeflenmiştir.
- Araştırmanın hedef kitlesi, Makine İhracatçıları Birliği'ne (MAİB) üye olan ya da olmayan makine ve makine aksamları alanında faaliyet gösteren üretici firmaların karar verici pozisyonundaki (sahip/ortak/üst düzey yönetici) yöneticileri olarak belirlenmiştir.

METODOLOJİ //

Örneklem Hacmi

Ortalama
Görüşme Süresi

7

● **Kantitatif**N
2.1711,5
SAAT● **CAPI (bilgisayar destekli yüz yüze görüşme) tekniği**● **Kolayda Örneklem Yöntemi**

Çalışmada MAİB yetkililerince temin edilen veritabanı kullanılmıştır. Araştırma, kolayda örneklem tekniği kullanılarak yürütülmüştür. Estima CATI operatörleri firmaları arayarak randevu talebinde bulunmuş, görüşmeyi kabul eden firma yöneticileri ile tüm görüşmeler yüzyüze randevulu şekilde gerçekleştirilmiştir.

● **Saha Çalışması ve Eğitimler**

Çalışma öncesindeki eğitim toplantısında anketörlere araştırmanın amacı, kapsamı, soru formuna özel bilgilerin yanı sıra görüşülecek kişinin seçimi, doğru soru sorma teknikleri gibi genel bilgiler de verilmiştir.

● **Zaman Planı**

Veri toplama aşaması, süpervizör eğitimlerini takiben 2 Ağustos 2016 tarihinde başlatılmış, 7 Eylül tarihine kadar 262 firma ile pilot gerçekleştirilmiş – 22 Aralık 2016 tarihinde ise süreç sonlandırılmıştır. Veri toplama aşamasının tamamlanmasını, 23 Aralık 2016 - 6 Ocak 2017 tarihleri arasında yürütülen veri temizleme, veri analizi ve raporlama süreçleri izlemiştir.

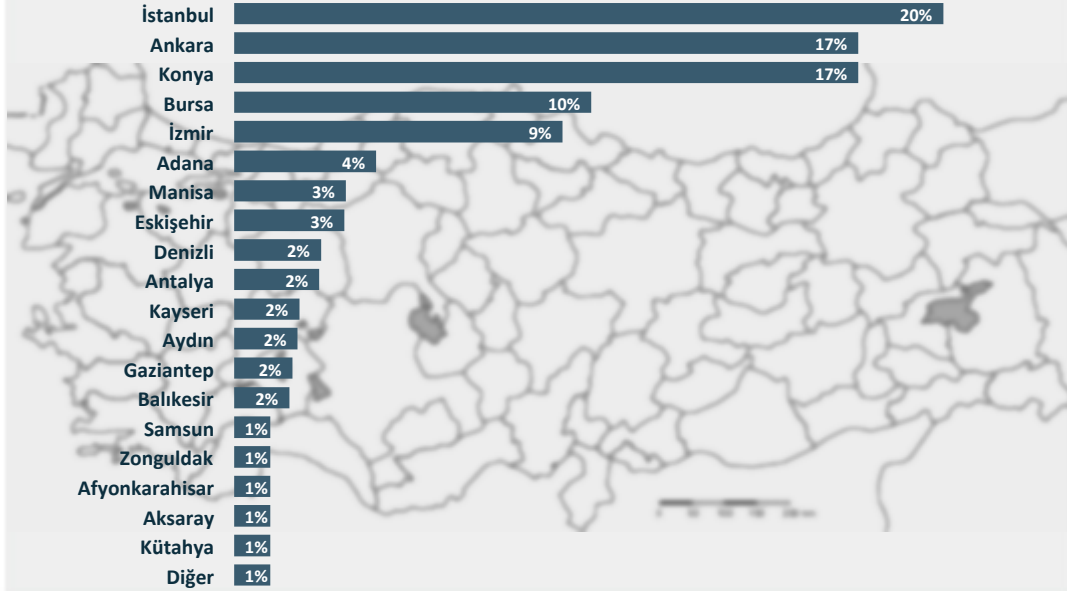
● **Kalite Kontrolleri**

Veri toplama sürecince toplam 2.171 görüşme gerçekleştirilmiştir. Toplanan verilerin kontrol ve temizlik aşamasında matris soru türlerinin cevaplanma düzeni, yanıtlar arası tutarlılık dikkate alınmıştır. Herbir süpervizörün tamamladığı anketlerin %20'si kontrol aşamasında aranarak teyit edilmiştir. Bu hususlara aykırı bulunan 33 anket iptal edilerek analiz dışında bırakılmıştır.

ESTIMA 
 Araştırma & Danışmanlık A.Ş.

SLAYT 8. ÖRNEKLEM YAPISI / Coğrafi Dağılım

ÖRNEKLEM YAPISI // Coğrafi Dağılım



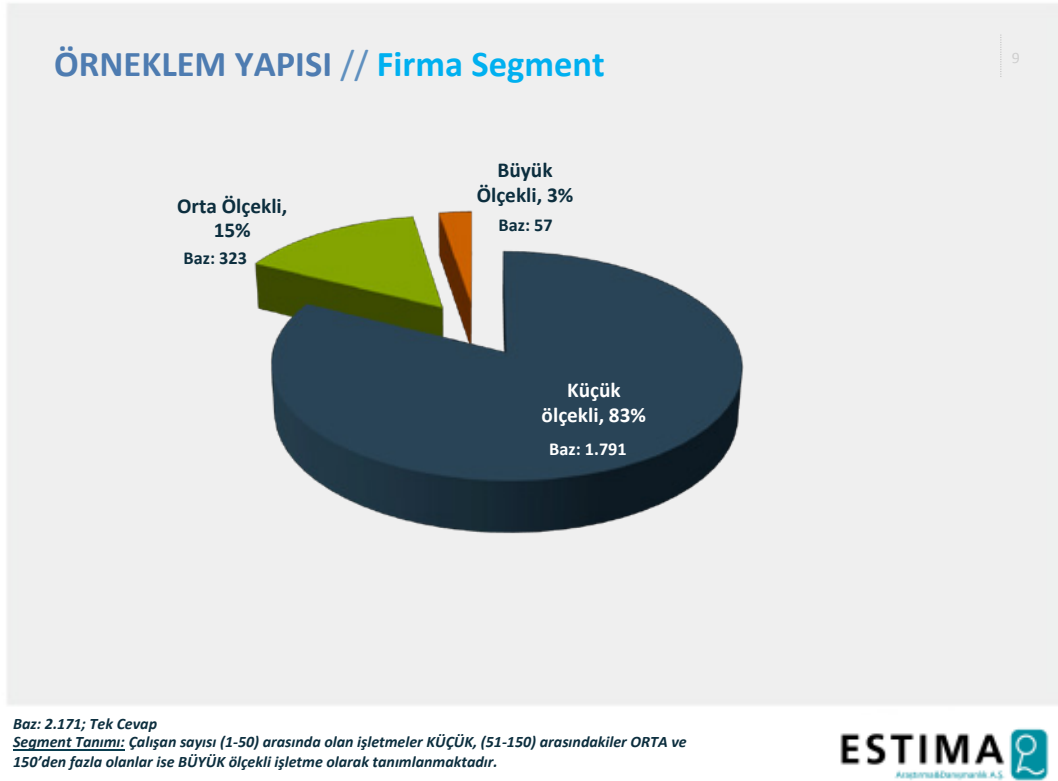
Baz: 2.171, Tek Cevap

Diğer başlığı altında toplanan iller; Kocaeli / Muş / Trabzon / Diyarbakır / Hatay / Kars / Mersin

ESTIMA 
 Araştırma & Danışmanlık A.Ş.

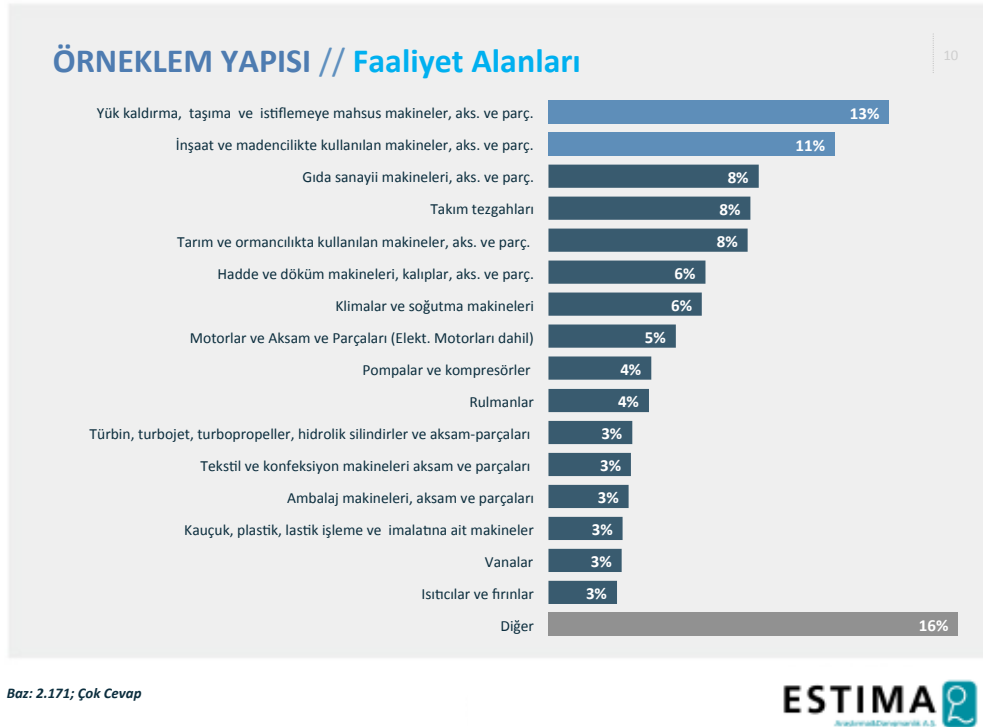
Makine ve aksamları sektöründe faaliyet gösteren 2.171 firmayı kapsayan çalışmada, görüşülen firmalar başta İstanbul, Ankara, Konya, Bursa ve İzmir olmak üzere, toplam 26 ile yayılmaktadır. Yarıdan fazlasını ise İstanbul, Ankara ve Konya firmaları oluşturmaktadır.

SLAYT 9. ÖRNEKLEM YAPISI / Firma Segment



Görüşülen firmaların %83'ü küçük ölçekli (1-50 arası çalışanlı), %15'i orta ölçekli (51-150 çalışanlı)'dır. Büyük ölçekli (150'den fazla çalışan) firmaların oranı ise örneklem içerisinde sadece %3'tür.

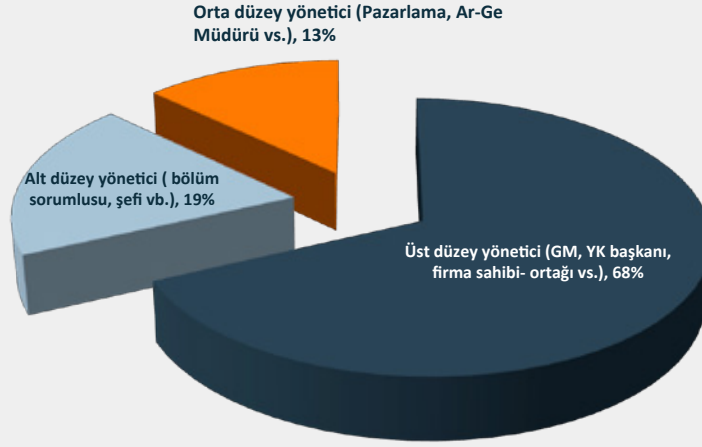
SLAYT 10. ÖRNEKLEM YAPISI / Faaliyet Alanları



Çalışmanın uygulandığı firmaların faaliyet alanları arasında yük kaldırma, taşıma ve istiflemeye mahsus makineler (%13), inşaat ve madencilikte kullanılan makineler (%11), takım tezgahları (%8), gıda sanayii makineleri (%8), tarım ve ormancılıkta kullanılan makineler (%8) ön plana çıkmaktadır.

ÖRNEKLEM YAPISI // Görüşülen Kişinin Ünvanı

11



Baz: 2.171; Tek Cevap

ESTIMA 
Araştırma & Danışmanlık A.Ş.

Çalışma sırasında görüşülen kişilerin büyük bölümü (%68) üst düzey (genel müdür, yönetim kurulu başkanı, firma sahibi/ortağı) yöneticidir.

SLAYT 12. YÖNETİCİ ÖZETİ-1

12

YÖNETİCİ ÖZETİ //



SLAYT 13. YÖNETİCİ ÖZETİ-2

13

YÖNETİCİ ÖZETİ//

Firma Yapısına İlişkin Bilgiler

Görüşülen firmaların %83'ü küçük ölçekli (1-50 arası çalışanlı), %15'i ise orta ölçekli (51-150 çalışanlı)'dır. Başta İstanbul, Ankara, Konya, Bursa ve İzmir olmak üzere coğrafik kapsam toplam 26 ile yayılmaktadır.

Faaliyet alanları arasında yük kaldırma, taşıma ve istiflemeye mahsus makineler (%13), inşaat ve madencilikte kullanılan makineler (%11), takım tezgahları (%8), gıda sanayii makineleri (%8), tarım ve ormancılıkta kullanılan makineler (%8) ön plana çıkmaktadır. Yaklaşık olarak her 10 firmadan 5'i üretim yanı sıra ticaret ve hizmet alanlarında da faaliyet göstermektedir. Sadece üretim yaptığını belirtenlerin payı ise 12% olarak hesaplanmaktadır. Hizmet alanında faaliyet gösteren firmalarda ise en çok; satış sonrası servis (%75), yedek parça ve aksesuar temini (%71) ve montaj (%68) hizmeti verilmektedir.

Her 10 firmadan 5'i organize sanayi bölgesi, 3'ü küçük sanayi sitesi, 2'si ise şehir içi yerleşim yerlerinde faaliyet göstermektedir.

Firmaların çoğunluğu tamamen bağımsız olup sadece %3'lük bir kesim holdinge bağlı yönetilmektedir. Holdinge bağlı firmaların oranı büyük ölçekli firmalar nezdinde %19'a yükselmektedir.



YÖNETİCİ ÖZETİ//

14

İhracata İlişkin Bulgular

Bugüne kadar en az bir kez ihracat yapmış firmaların oranı %68, halihazırda ihracat yapmaya devam edenlerin oranı ise %62'dir. Büyük ölçekli firmalar nezdinde ihracatçı firmaların oranı %79'a yükselmektedir. İhracata devam etmeme nedenleri arasında; gerçek alıcıya ulaşamama, fiyatların yüksek kalması en belirgin bariyerlerdir. Her 10 ihracatçı firmadan 7'sinin ilk ihracatını müşteri talebi üzerinde gerçekleştirmiş olması dikkat çekicidir.

Üretime İlişkin Bulgular

2016'da kapasite kullanım oranı %75 olarak hesaplanmaktadır.

Kendi bünyesinde son ürün üretiminde kendi kullanmak üzere hammadde/ ara madde üreten firma oranı %8'dir. Üretimde kullanılan girdiler çoğunlukla yurtiçinde temin edilmektedir. Paslanmaz çelik (%61), çelik (%55) ve sac (%35) üretimde kullanılan girdilerde başı çekmektedir. Bu bulgu paralelinde; paslanmaz çelik ve çelik girdiler içerisinde stratejik açıdan en önemli/ en yoğun kullanılanlardır. Stratejik önemdeki girdilerin toplam hammadde girdileri içindeki parasal tutar olarak payı %44 olarak hesaplanmaktadır. Stratejik önemdeki ürün gruplarının %35'i ithal edilmektedir.

Firmaların %58'i sadece doğrudan tüketiciye giden ürün, %23'ü ise sanayi girdisi üretmektedir. Her ikisini de üretenlerin oranı ise %19'dur.

Üretilen ana ürünün maliyeti satış fiyatının ortalama %43'üne tekabül etmektedir. İşgücü maliyetlerinin toplam ciro içerisindeki ortalama payı %27, iç piyasa ve / veya ihraç ürünler için ödenen toplam taşıma giderlerinin toplam maliyetler içindeki payı ise %13 olarak hesaplanmaktadır.

YÖNETİCİ ÖZETİ//

15

Firmaların %60'ında üretim alanı kira olup, %44'ünde şirkete ait alandır. Üretime ayrılan kapalı alanın toplam üretim alanı içerisindeki ortalama payı %76 olup, bu oran büyük ölçekli firmalarda %86'ya yükselmektedir.

Ar-Ge Çalışmalarına İlişkin Bulgular

Yaklaşık olarak her 4 firmadan 1'i ar-ge çalışmaları yaptığını belirtmektedir. Bu oran büyük ölçekli firmalarda %35'e yükselmektedir. Yıllık ar-ge harcamalarının ciro içerisindeki payı %11'dir. Ar-ge çalışmaları yürüten firmaların %23'ü özel ar-ge merkezi olduğunu, %43'ü ise çalışmaları firmada ayrı bir birimde gerçekleştirdiğini belirtmektedir. Bu oranlar büyük ölçekli firmalarda daha yüksektir. Test ve laboratuvar ihtiyaçları çoğunlukla yurtiçinden temin edilmektedir.

Ürün geliştirmede mühendislik hizmetleri (%76), müşteri bildirimleri (%74) ve patron/ yönetici görüşleri (%66) en fazla başvurulan yöntemlerdir.

Ar-ge çalışmaları olan firmaların yarısı üniversitelerle ortak çalışmaları, işbirlikleri olduğunu belirtmektedir. Söz konusu işbirlikleri daha çok ürün geliştirme (%65) ve ar-ge danışmanlığı (%52) alanındadır.

Firmaların %43'ü tescilli marka, patent veya faydalı modele sahiptir. Kalan %57'lik kesimin ise %24'ü halihazırda tescilli marka, patent veya faydalı model alabilme kapasitesine sahip olduğunu ifade etmektedir.

YÖNETİCİ ÖZETİ//

16

Market & Rekabet Gücüne İlişkin Bulgular

2016 yılı içerisinde işletmelerde en fazla makine ve teçhizatı (%48), bilgisayar ve yazılım programları (%33) ile demirbaş türünden büro malzemelerinde (%29) sabit sermaye yatırımı olduğu görülmektedir. Parasal değer açısından ise en yüksek payı bina inşaatı ile CNC tezgah yatırımları almaktadır. Halihazırda CNC tezgah sahibi olmayan firmalar nezdinde gelecekte satın alma eğilimi olanların oranı %25'tir.

Yaklaşık olarak her 10 firmadan 6'sı ürettikleri ürünler ve sundukları hizmetlere yönelik fiyat politikalarını maliyet yapılarına göre belirlediklerini vurgulamaktadır. İç pazar fiyatlarını dikkate alanların oranı %47, dış pazarı dikkate alanların oranı ise %33'tür.

Her 10 firmadan 7'si bugüne kadar herhangi bir devlet desteğinden yararlanmadığını belirtmektedir. En fazla oranda başvurulmuş kurum KOSGEB'dir. İhracat yapan firmalar nezdinde ihracata yönelik destekler sorgulandığında ise ihracatçı firmaların %58'i yararlanmadığını belirtmektedir. En yüksek oranda yararlanılan destek ise istihdam desteğidir. İhracatçı firmaların %20'si firmaların devlet yardımlarından yeterince faydalanamadığı kanaatindedir. Devlet desteklerinden yararlanmama nedenleri arasında vergi indirimi sağlanmaması, yeterince bilgilendirme yapılmaması ve bürokrasi fazlalığı ön plana çıkmaktadır.

Her 10 ihracatçı firmadan 7'si dış finansman ihtiyacı olmadığını belirtmektedir. İhracatçı firmaların %23'ü ihracatın finansmanında özel bankalara, %16'sı ise kamu bankalarına (Eximbank hariç) başvurmaktadır. Firmaların %80'i döviz riskine karşı herhangi bir araç kullanmadığını belirtmektedir.

SLAYT 17. BÖLÜM 1 / İŞLETME YÖNETİCİSİNE İLİŞKİN BİLGİLER

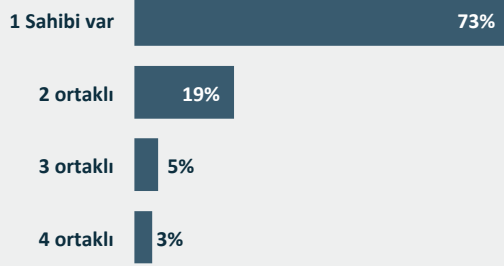
BÖLÜM1 //

İŞLETME YÖNETİCİSİNE İLİŞKİN BİLGİLER

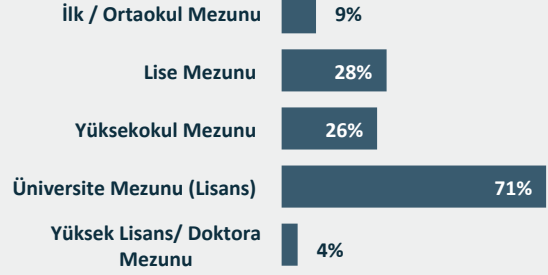
YÖNETİCİ PROFİLİ //

18

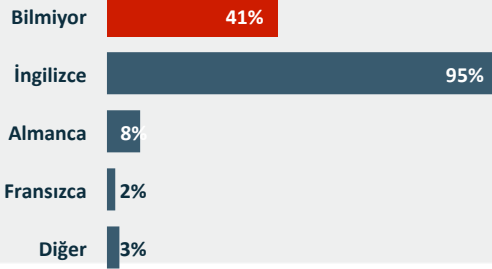
Ortaklık Yapısı



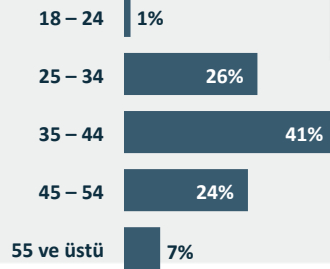
Sahip/Ortakların Eğitim Durumu



Yabancı Dil Bilgisi



Yaş

Ortalama Yaş
40

Baz: 2.171

ESTIMA
Araştırma & Danışmanlık A.Ş.

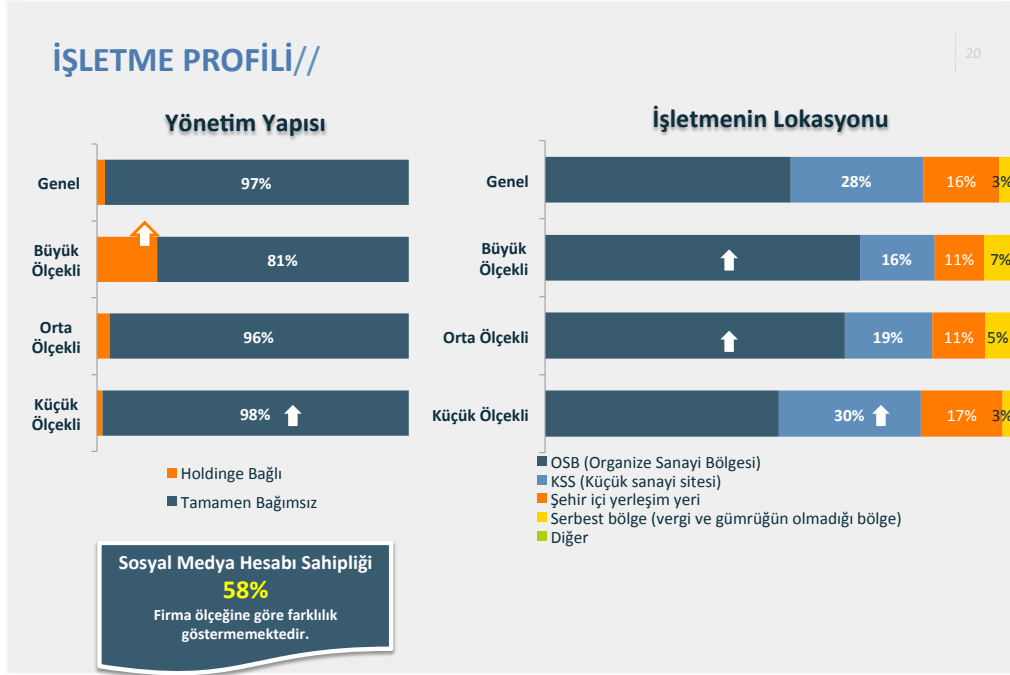
Şirketlerin ortaklık yapısına bakıldığında; 10 firmadan 7'sinin tek sahibinin olduğu görülmektedir. Yönetici profili incelendiğinde ise; eğitim seviyesinin yüksek olduğu dikkat çekmektedir. Yöneticilerin ortalama yaşı 40 olup, %41'i 35-44 yaş aralığında, %26'sı 25-34 yaş aralığında, %24'ü ise 45-54 yaş aralığındadır. Sektördeki üst düzey yöneticilerin eğitim seviyesinin yüksek oluşu ve yaş ortalamasının genç olması, yeniliklere açık ve uluslararası rekabette dinamik bir yönetim anlayışının hakim olduğunu göstermektedir.

BÖLÜM2 //

İŞLETME HAKKINDA GENEL BİLGİLER

ESTIMA 

SLAYT 20. İŞLETME PROFİLİ

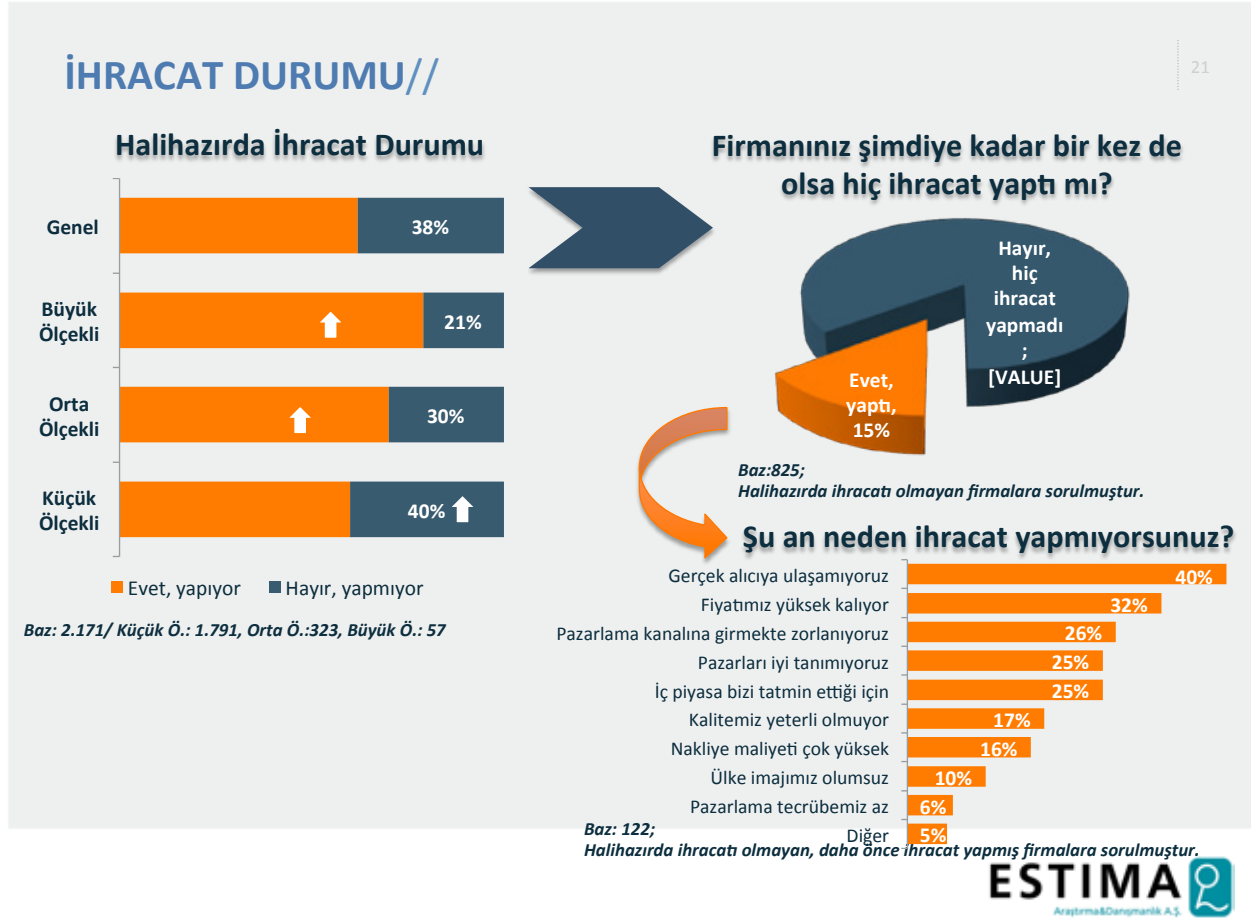


Baz: 2.171/ Küçük Ö.: 1.791, Orta Ö.:323, Büyük Ö.: 57

ESTIMA 

Her 10 firmadan 5'i organize sanayi bölgesi, 3'ü küçük sanayi sitesi, 2'si ise şehir içi yerleşim yerlerinde faaliyet göstermektedir. Makine İhracatçıları Birliği tarafından 2006 yılında yaptırılan envanter çalışması ile kıyaslandığında, son on yılda OSB'de faaliyet gösteren işletmelerin oranında önemli ölçüde artış olduğu söylenebilir. (2006 yılında yapılan çalışmada bugün %52 olan oran %37 idi.)

Firmaların çoğunluğu tamamen bağımsız olup, sadece %3'lük bir kesim holdinge bağlı yönetilmektedir. Holdinge bağlı firmaların oranı büyük ölçekli firmalar nezdinde %19'a yükselmektedir. Ayrıca, firmaların yarısından fazlası sosyal medya mecrasını kullanmakta olup, günümüz iletişim hızı ve ağları düşünüldüğünde bu mecra daha fazla önem verilmesi gerektiği düşünülmektedir.



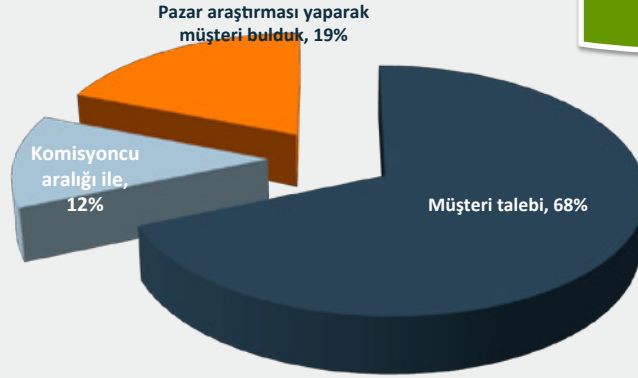
Bugüne kadar en az bir kez ihracat yapmış firmaların oranı %68, halihazırda ihracat yapmaya devam edenlerin oranı ise %62'dir. Büyük ölçekli firmalar nezdinde ihracatçı firmaların oranı %79'a yükselmektedir. İhracata devam etmeme nedenleri arasında; gerçek alıcıya ulaşamama, fiyatların yüksek kalması en belirgin bariyerlerdir. Her 10 ihracatçı firmadan 7'sinin ilk ihracatını müşteri talebi üzerinde gerçekleştirmiş olması dikkat çekicidir.

İLK İHRACAT //

22

S

Yapmış olduğunuz ilk ihracatı düşünerek ilk ihracatınızı ne şekilde yaptığınızı söyler misiniz?



Bugüne Kadar En Az Bir Kez
İhracat Yapmış Firma Oranı
68%

İlk ihracatın gerçekleştirilme yöntemi firmaların ölçeğine göre farklılaşmamaktadır.

Bazı:1.468; Tek Cevap

Halihazırda ya da geçmişte ihracatı olan firmalara sorulmuştur.

ESTIMA 
 Araştırma & Danışmanlık A.Ş.

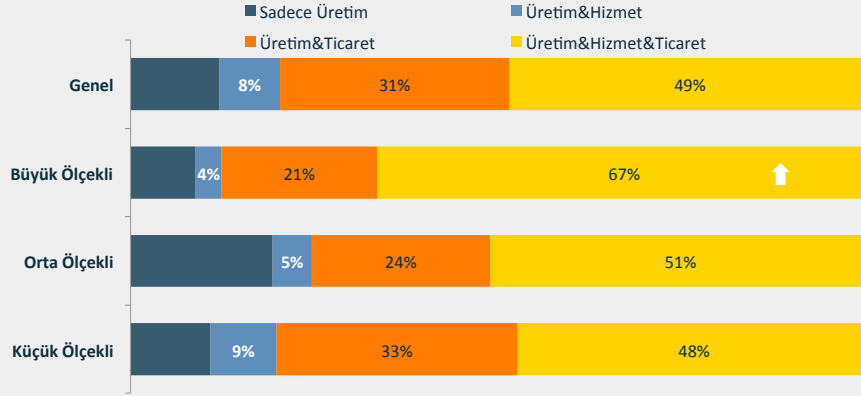
Firmalara ilk ihracatlarını nasıl yaptıkları sorusu yöneltildiğinde; 10 firmadan yaklaşık 7 tanesi müşteri talebi ile gerçekleştirdiğini ifade etmiştir. Pazar araştırması yaparak müşteri bulunduğunu söyleyenler ise sadece 10 firmadan 2 tanesidir. Günümüz rekabet koşulları göz önünde bulundurulduğunda yurt dışı pazarları iyi takip etmek, potansiyel ve hedef pazarlara uygun üretim ve satış anlayışı geliştirmek bakımından önem taşımaktadır.

FAALİYET ALANLARI//

23



İşletmenizin yaptığı işin / faaliyet alanlarının neler olduğunu üretim, hizmet ve ticaret olmak üzere her bir başlık için ayrı ayrı söyler misiniz?



Baz: 2.171 / Küçük Ö.: 1.791, Orta Ö.:323, Büyük Ö.: 57

ESTIMA
Anket ve Danışmanlık A.Ş.

Yaklaşık olarak her 10 firmadan 5'i üretimin yanı sıra ticaret ve hizmet alanlarında da faaliyet göstermektedir. Sadece üretim yaptığını belirtenlerin payı ise %12 olarak hesaplanmaktadır. Hizmet alanında faaliyet gösteren firmalarda ise en çok; satış sonrası servis (%75), yedek parça ve aksesuar temini (%71) ve montaj (%68) hizmeti verilmektedir.

FAALİYET ALANLARI//



İşletmenizin yaptığı işin / faaliyet alanlarının neler olduğunu üretim, hizmet ve ticaret olmak üzere her bir başlık için ayrı ayrı söyler misiniz?

24

FAALİYET ALANI	ÜRETİM	HİZMET	TİCARET
Yük kaldırma, taşıma ve istiflemeye mahsus makineler, aks. ve parç.	13%	8%	12%
İnşaat ve madencilikte kullanılan makineler, aks. ve parç.	11%	6%	9%
Gıda sanayii makineleri, aks. ve parç.	8%	4%	7%
Takım tezgahları	8%	3%	7%
Tarım ve ormancılıkta kullanılan makineler, aks. ve parç.	8%	4%	6%
Hadde ve döküm makineleri, kalıplar, aks. ve parç.	6%	3%	4%
Klimalar ve soğutma makineleri	6%	4%	5%
Motorlar ve Aksam ve Parçaları (Elekt. Motorları dahil)	5%	3%	4%
Pompalar ve kompresörler	4%	3%	3%
Rulmanlar	4%	2%	3%
Tekstil ve konfeksiyon makineleri aksam ve parçaları	3%	2%	2%
Türbin, turbojet, turbopropeller, hidrolik silindirler ve aksam-parçaları	3%	2%	3%
Ambalaj makineleri, aksam ve parçaları	3%	2%	2%
Kauçuk, plastik, lastik işleme ve imalatına ait makineler	3%	2%	2%
Vanalar	3%	1%	2%
Isıtıcılar ve fırınlar	3%	1%	2%
Kağıt imaline ve matbaacılığa mahsus makineler	1%	0%	0%
Büro makineleri	1%	1%	1%
Deri işleme ve imalat makineleri, aks.ve parç.	1%	1%	1%
Yıkama ve kurutma makineleri, aks. ve parç.	1%	0%	0%
Diğer	12%	7%	10%
Alanda faaliyet yok		43%	20%
TOPLAM	105%	103%	104%

Üretici firmaların 13%'ü yük kaldırma/taşıma ve istiflemeye mahsus makineler alanında faaliyet göstermektedir. İlgili faaliyet alanı üretim yanı sıra hizmet ve ticaret yapan firmalarda da en yüksek paya sahiptir. Firmalar birden fazla alanda faaliyet gösterdiklerinden her bir kolondaki toplam 100%'ün üzerindedir.

Baz: 2.171, Çok Cevap

ESTIMA Araştırma & Danışmanlık A.Ş.

Firmalar üretimin yanı sıra hizmet ve ticaret alanında da faaliyet göstermektedir.

BÖLÜM3 //

İŞLETME ÜRÜN GRUBUNUN TESPİTİ

ESTIMA 
Araştırma & Danışmanlık A.Ş.

SLAYT 26. ÜRETİLEN ÜRÜNLER - 1 / Her Bir Alt Sektörde İlk 5

ÜRETİLEN ÜRÜNLER// TOP 5

26

S İşletmenizin ürettiği ürün gruplarının her biri için ürünlerin detaylı isimlerinizi söyler misiniz?

Yük kaldırma, taşıma ve istifleme

Asansör aksamaları / parçaları
Kaldırma Makinaları
İskele
Vinç Palangası
Forklift

İnşaat ve madencilik

İnşaat makine ve kalıpları
Çelik Kontrüksiyon
Beton Şekillendiren Makina Kalıpları
Gerilim Panoları
Mermer Makinası

Gıda Sanayi

Ambalaj Paketleme Makinası
Tütün / Tütün İşleme Makinası
Dolum Makinaları
Mutfak Ekipmanları
Fırın / Konveksiyonlu Fırın

Takım Tezgahları

Takım Tezgahları
Kaynak Makinaları
Ağaç Desen / İşleme Makinası
Metal İşleme Makineleri
Cam İşleme Makinaları

Tarım ve Ormancılık

Tarım Makinası / Parçaları
Traktör
Römork
Çapa / Çapa Makinası
Zirai İlaçlama / İlaçlama Makinası

Klimalar ve Soğutma

Klima Odaları
Soğuk Hava Depoları
Buzdolabı (Endüstriyel & Sanayi Tipi)
Soğutma Kuleleri
Kabinli Soğutucular

Baz: Soru ilgili alanda «üretim» yapan firmalara yöneltilmiştir.
Çok Cevap

ESTIMA 
Araştırma & Danışmanlık A.Ş.

SLAYT 27. ÜRETİLEN ÜRÜNLER - 2 / Her Bir Alt Sektörde İlk 5



Baz: Soru ilgili alanda «üretim» yapan firmalara yöneltilmiştir.
Çok Cevap

ESTIMA 
Araştırma & Danışmanlık A.Ş.

ŞEKİL 28. ÜRETİLEN ÜRÜNLER - 3 / Her Bir Alt Sektörde İlk 5



Baz: Soru ilgili alanda «üretim» yapan firmalara yöneltilmiştir.
Çok Cevap

ESTIMA 
Araştırma & Danışmanlık A.Ş.

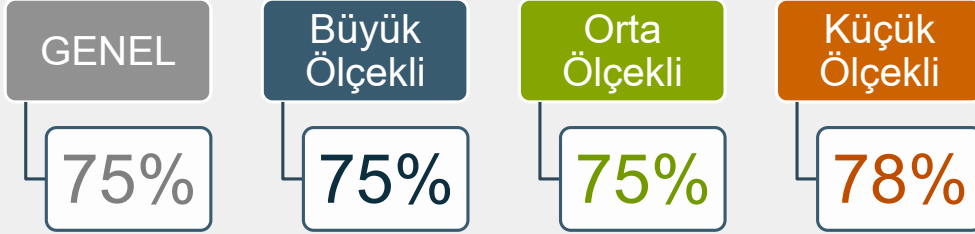
SLAYT 29. ORTALAMA KAPASİTE KULLANIM ORANI

ORTALAMA KAPASİTE KULLANIM ORANI//

29

S

Ürettiğiniz tüm ürünleri düşünerek son 1 yıl için Ortalama Kapasite Kullanım Oranınızın yüzde kaç olduğunu söyler misiniz? Burada yıllık üretim kapasiteniz değil, kullanım kapasiteniz sorulmaktadır.



Baz: 2.171 / Küçük Ö.: 1.791, Orta Ö.:323, Büyük Ö.: 57
Tek Cevap

ESTIMA
Anapara & Danışmanlık A.Ş.

2016 yılında örneklemin genelinde kapasite kullanım oranı %75 olarak hesaplanmaktadır. Bu oran büyük ölçekli ve orta ölçekli işletmelerde aynı iken, küçük ölçekli işletmelerde %78'dir. KKO oranı Makine İhracatçıları Birliği'nce 2006 yılında yaptırılan envanter çalışmasında %64 çıkmıştır.

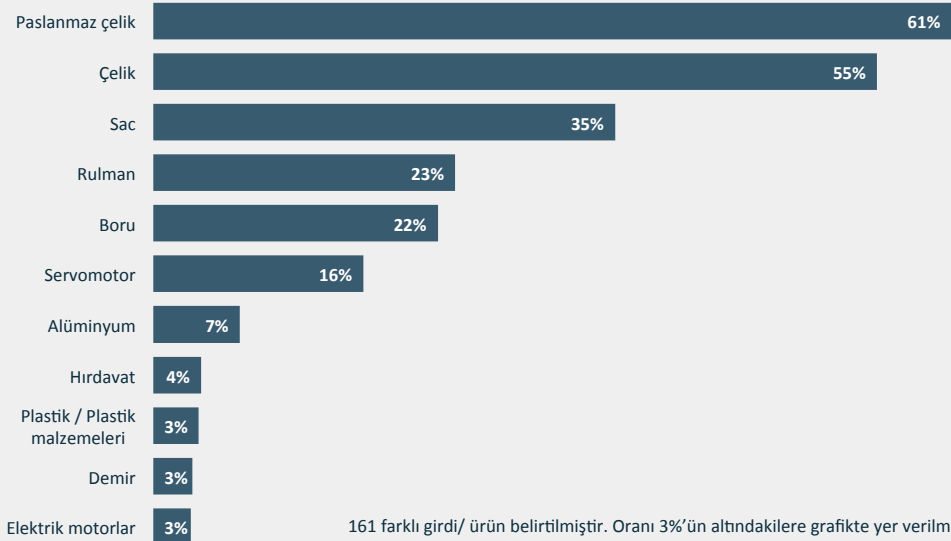
SLAYT 30. ÜRETİMDE KULLANILAN GİRDİLER

ÜRETİMDE KULLANILAN GİRDİLER//

30

S

İşletmenizin üretimde kullandığı girdilerin / ürünlerin neler olduğunu söyler misiniz?



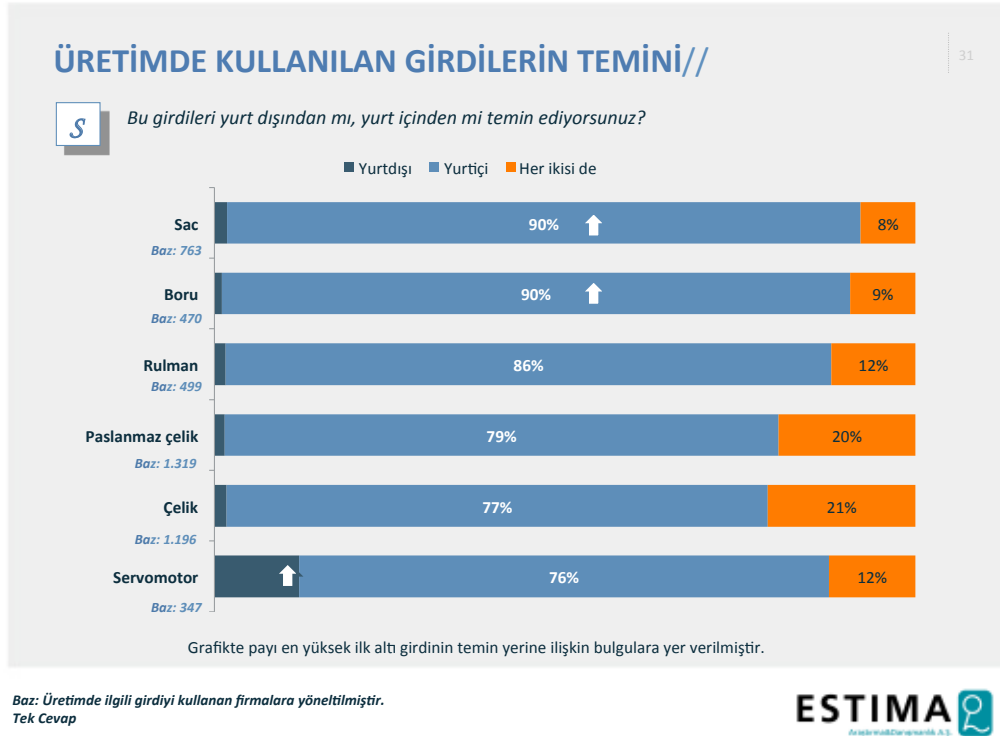
161 farklı girdi/ ürün belirtilmiştir. Oranı 3%'ün altındakilere grafikte yer verilmemiştir.

Baz: 2.171
Çok Cevap

ESTIMA
Anapara & Danışmanlık A.Ş.

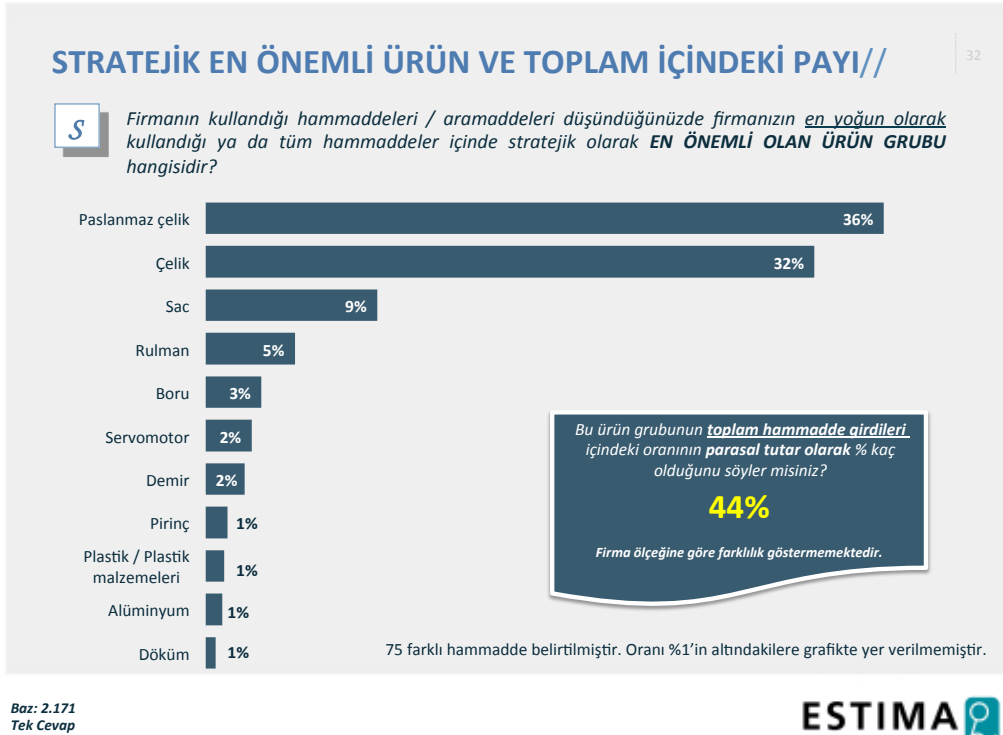
Paslanmaz çelik (%61), çelik (%55) ve sac (%35) üretimde kullanılan girdilerde başı çekmektedir.

SLAYT 31. ÜRETİMDE KULLANILAN GİRDİLERİN TEMİNİ



Firmalar üretimde kullandıkları girdileri ağırlıklı olarak yurt içinden temin etmektedir. Yurt dışından en fazla temin edilen girdi servomotor olup, bu ürün grubunu firmaların %12'si yurt dışından temin ettiğini, %12'si de hem yurt içinden hem de yurt dışından temin ettiğini belirtirken, bu ürün grubunda yurt içinden temin ettiğini söyleyen firmaların oranı ise %76'dır.

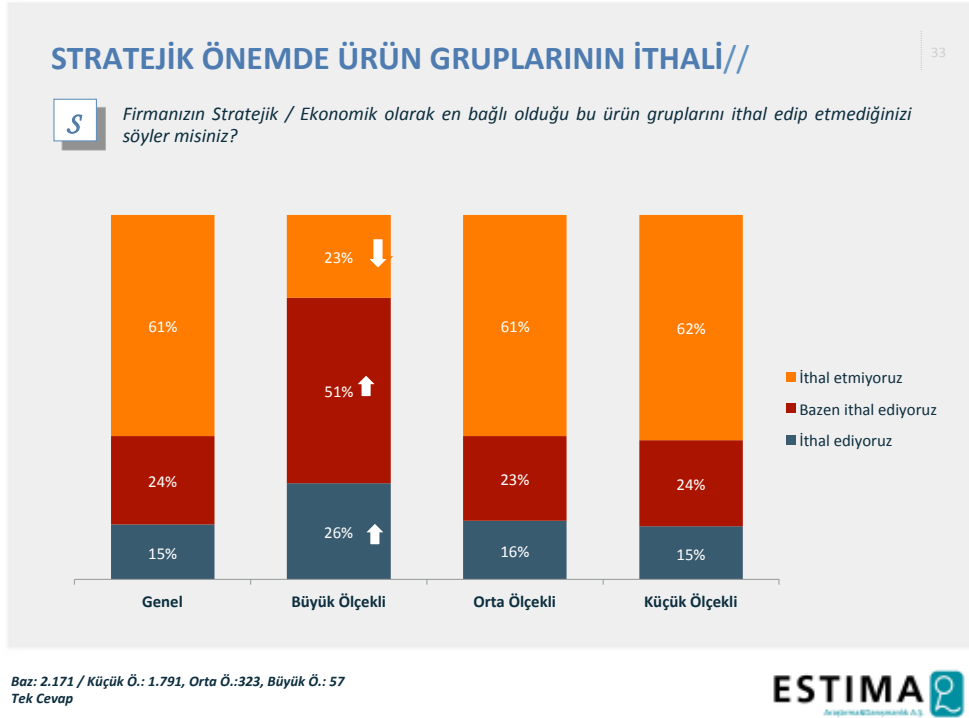
SLAYT 32. STRATEJİK EN ÖNEMLİ ÜRÜN VE TOPLAM İÇİNDEKİ PAYI



Paslanmaz çelik ve çelik, girdiler içerisinde stratejik açıdan en önemli/en yoğun kullanılanlardır. Stratejik önemdeki girdilerin toplam hammadde girdileri içindeki parasal tutar olarak payı %44 olarak hesaplanmak-

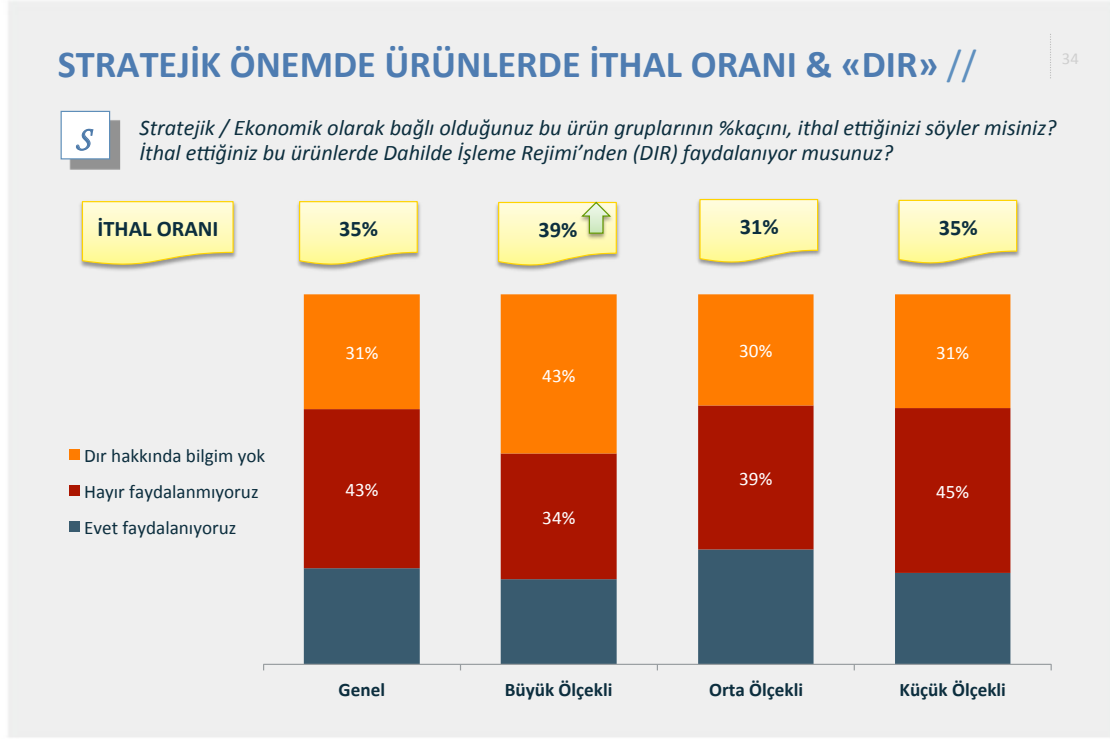
tadır.

SLAYT 33. STRATEJİK ÖNEMDEKİ ÜRÜN GRUPLARININ İTHALİ



Firmalara stratejik olarak gördüğü/ekonomik olarak en çok bağlı olduğu ürünleri ithal edip etmediği sorulduğunda; %15'i ithal ettiğini, %61'i ithal etmediğini, geri kalanı ise bazen ithal ettiğini belirtmiştir. Büyük ölçekli firmalarda ise ithal eden firmaların oranı daha yüksektir ve bazen ithal ettiklerini söyleyen firmalar da dahil edildiğinde büyük ölçekli firmaların %77'sinin stratejik ürünlerini ithal ettiği görülmektedir.

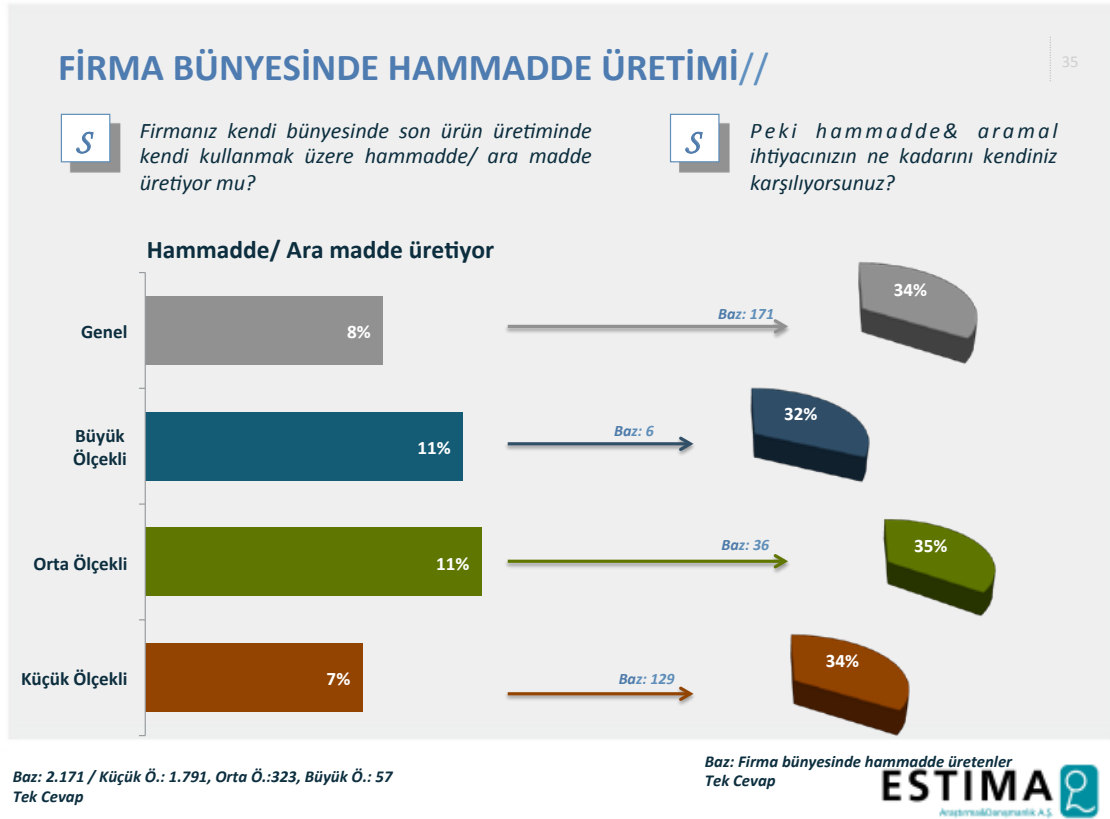
SLAYT 34. STRATEJİK ÖNEMDEKİ ÜRÜNLERDE İTHAL ORANI & “DIR”



Baz: 854 / Küçük Ö.: 683, Orta Ö.:127, Büyük Ö.: 44
Tek Cevap
Soru stratejik ürün grubunu ithal eden firmalara yöneltilmiştir.

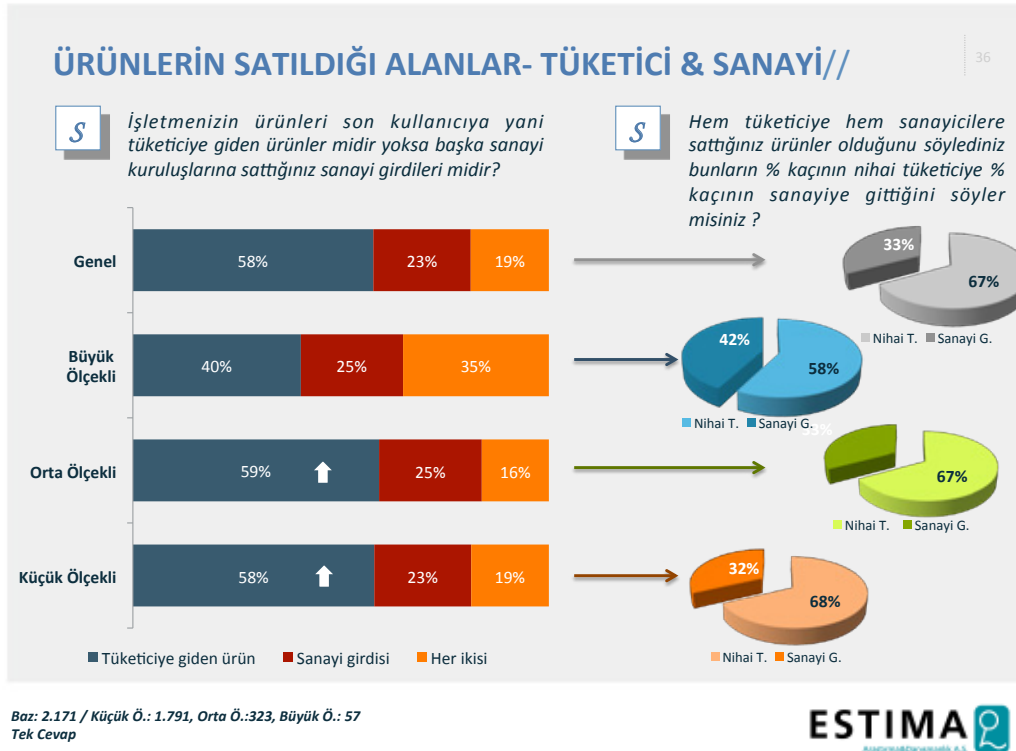
ESTIMA
Araştırma ve Danışmanlık A.Ş.

Firmalara stratejik önemdeki ürün gruplarının yüzde kaçını ithal ettikleri ve ithal ettikleri bu ürünlerde DIR'ı kullanıp kullanmadıkları sorusu yöneltilmiştir. Alınan cevaplara göre genelde stratejik ürünlerin %35'inin ithal edildiği sonucu çıkmıştır. Büyük ölçekli firmalarda bu ürün gruplarının ithal edilme oranı ise %39'a yükselmektedir. Stratejik ürünlerin ithalatında firmaların sadece dörtte biri DIR'ı kullanmaktadır. Büyük ölçekli firmalarda DIR hakkında bilgisi olmayan firmaların oranının %43 olması ise dikkat çekicidir.



Firmalara kendi bünyesinde son ürün üretiminde kullanmak üzere hammadde/ara mal üretip üretmedikleri, üretiyorlarsa bu üretimle hammadde/ara mal ihtiyaçlarının ne kadarını karşıladıkları sorulmuştur. Kendi bünyesinde kullanmak üzere hammadde/ara mal ürettiğini söyleyen firma oranı %8'dir ve bu üretimleriyle toplam hammadde/ara mal ihtiyaçlarının %34'ünü karşılamaktadırlar.

SLAYT 36. ÜRÜNLERİN SATILDIĞI ALANLAR-TÜKETİCİ & SANAYİ



Firmalara, ürettikleri ürünlerin son kullanıcıya yani tüketiciye mi giden ürünler mi, yoksa başka sanayi kuruluşlarına sattığı sanayi girdileri mi olduğu sorulmuştur. Firmaların %58'i sadece doğrudan tüketiciye giden ürün, %23'ü ise sanayi girdisi üretmektedir. Her ikisini de üretenlerin oranı ise %19'dur. Hem tüketiciye hem sanayicilere satış yaptığını söyleyen firmalara (%19'a) bu satışlarının % kaçını nihai kullanıcıya sattığı da sorulmuş olup, bu oran %33 çıkmıştır.

SLAYT 37. HİZMET ALANLARI

HİZMET ALANLARI//

S İşletmenizin hizmetlerinin neler olduğunu söyler misiniz?

Hizmetler	Genel	Büyük Ölçekli	Orta Ölçekli	Küçük Ölçekli
Satış sonrası servis (bakım onarım vb)	75%	65%	64%	77%
Montaj (kurulum ve çalıştırma)	68%	53%	57%	71%
Yedek parça ve aksesuar temini	71%	58%	61%	73%
Eğitim (her çeşit eğitim)	37%	33%	30%	38%
Danışmanlık hizmeti	32%	23%	31%	33%
Yazılım hizmetleri	14%	10%	11%	15%
Otomasyon	16%	13%	11%	17%
TOPLAM	313%	253%	265%	324%

Firmaların en yüksek oranda hizmet gösterdiği alan satış sonrası servistir. Küçük ölçekli işletmelerde montaj ve yedek parça temin hizmeti orta ve büyük ölçekli işletmelere kıyasla daha yüksek oranda sunulmaktadır.

Baz: 1.237 / Küçük Ö.: 1.014, Orta Ö.:183, Büyük Ö.: 40

Çok Cevap

Soru üretimin yanı sıra «hizmet» alanında faaliyet gösteren firmalara sorulmuştur.

ESTIMA

Firmalara işletmelerinin hizmetlerinin neler olduğu sorulduğunda; satış sonrası servis, yedek parça ve aksesuar temini ile montaj (kurulum ve çalıştırma) en çok belirtilen hizmetler olmuştur.

BÖLÜM4 //

İŞYERİ BÜYÜKLÜĞÜ VE SERMAYE KAPASİTESİ

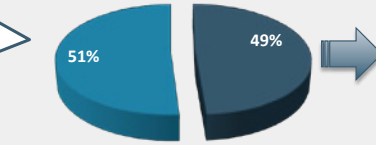
SLAYT 39. İŞYERİ BÜYÜKLÜĞÜ

İŞYERİ BÜYÜKLÜĞÜ //

39

ORTALAMA PERSONEL SAYISI	Genel	Büyük Ölçekli	Orta Ölçekli	Küçük Ölçekli
Toplam personel sayısı	66,4	218,3	131,3	49,9
Sadece üretimde çalışan personel sayısı	36,4	151,5	60,3	28,6
Toplam mühendis sayısı	6,2	16,8	9,0	5,3
Toplam teknisyen / tekniker sayısı	7,0	18,1	10,1	6,0
Tecrübeli uzman işçi sayısı	14,9	42,1	20,8	13,0
İdareci / yönetici olarak çalışan personel sayısı	4,8	16,0	7,8	4,0

Mühendis ve Teknik Personelin firmanızdaki ortalama çalışma yılı kaçtır, yani bir mühendis / teknik personel firmanızda ortalama kaç yıl çalışmaktadır?



■ Evet çalışıyor
■ Mühendis / Teknik personel çalışmıyor

**ORTALAMA
ÇALIŞMA SÜRESİ
7 YIL**

Baz: 1.064, Mühendis & Teknik personel istihdam edenler

Baz: 2.171 / Küçük Ö.: 1.791, Orta Ö.:323, Büyük Ö.: 57
Aynı personel farklı kategorilerde birlikte yer alabildiğinden (mühendis ve yönetici gibi) kategori toplamları toplam personel sayısına eşit değildir.

İşletmelerde ortalama çalışan personel sayısı 66'dır. Bunun %55'i sadece üretimde çalışan personeldir. Büyük ölçekli işletmelerde sadece üretimde çalışanların toplam personel sayısına oranı ise daha yüksektir (%69).

Firmaların %49'unda mühendis/teknik personel çalışmakta olup, bu firmalarda mühendis/teknik personelin ortalama çalışma süresi ise 7 yıldır. Firmaların %51'inde mühendis/teknik personel olmaması küçük ölçekli işletmelerin sektörde ağırlıklı olmasından kaynaklanmaktadır.

PERSONELİN EĞİTİM DURUMU//

40



Çalışanlarınızın Öğrenim Durumu açısından dağılımını öğrenmek istiyorum, biraz önce toplam personel sayınızın olduğunu söylemiştiniz. Bunun şimdi okuyacağım eğitim kurumlarına göre dağılımını söyler misiniz?

ÇALIŞANLARIN EĞİTİM DURUMU	Genel	Büyük Ölçekli	Orta Ölçekli	Küçük Ölçekli
Üniversite mezunu sayısı	12,0	53,2	32,3	7,7
Yüksekokul (iki yıllık) mezunu sayısı	8,1	20,8	12,9	6,2
Teknik ve endüstri meslek lisesi mezunu sayısı	10,3	33,4	18,4	8,2
Lise mezunu sayısı	12,9	33,5	21,0	9,4
Çıraklık okulu mezunu sayısı	5,7	15,5	10,0	5,7
İlköğretim mezunu sayısı	13,3	57,0	25,4	10,7
Eğitimsiz / okuryazar değil	4,1	4,9	11,3	2,0
TOPLAM	66,4	218,3	131,3	49,9

Baz: 2.171 / Küçük Ö.: 1.791, Orta Ö.:323, Büyük Ö.: 57



İşletmelerdeki personel sayısının %30'u üniversite/yüksekokul mezunu olup, teknik ve endüstri meslek lisesi mezunlarının oranı %15'dir.

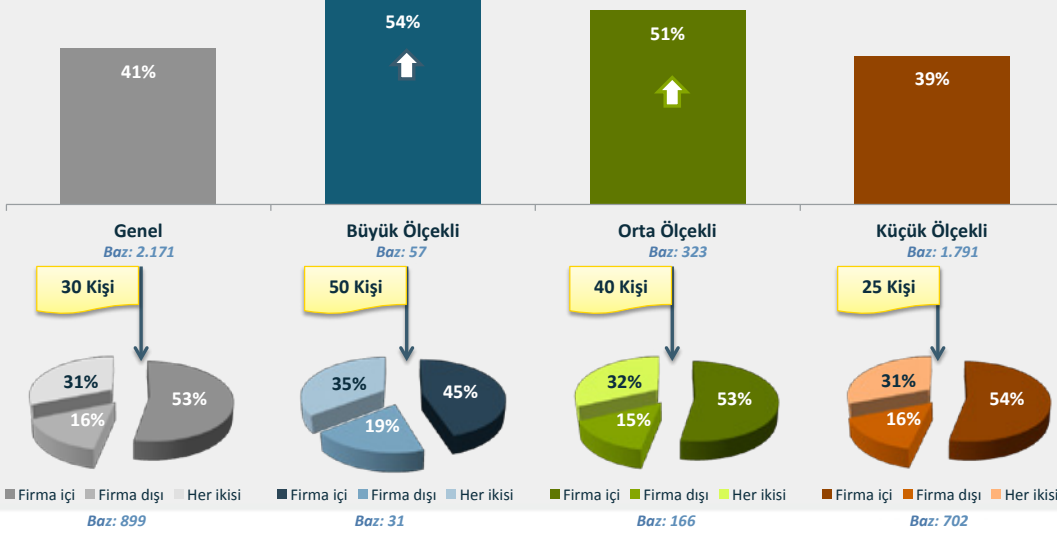
ÇALIŞANLAR İÇİN EĞİTİM SEMİNERLERİ//

41



Firmanızda çalışanlar için eğitim seminerleri düzenleniyor mu? Bu eğitim seminerleri firmanız tarafından mı gerçekleştiriliyor yoksa dışarıdan mı sağlanıyor? Yılda ortalama kaç kişi bu eğitim seminerlerine katılıyor?

Evet, düzenleniyor



Baz: Soru çalışanlar için eğitim seminerleri düzenleyen firmalara yöneltilmiştir.

ESTIMA
Araştırma & Danışmanlık A.Ş.

İşletmelere firmalarında eğitim seminerleri düzenlenip düzenlenmediği, düzenleniyor ise eğitimin firma bünyesinden mi yoksa dışarıdan mı sağlandığı, yılda ortalama kaç kişinin bu eğitimlerden faydalandığı sorusu yöneltilmiştir.

İşletme büyüklüğüne göre oranlar ve sayılar değişmekle birlikte; genele bakıldığında firmaların %41'inde eğitim düzenlendiği, eğitimlerin %53'ünün firma tarafından, %16'sının firma dışından, geri kalanının ise hem firma hem dışarıdan sağlandığı, yılda ortalama 30 kişinin eğitimlerden faydalandığı sonucu çıkmıştır.

ÇALIŞANLAR İÇİN DÜZENLENEN EĞİTİM PROGRAMLARI//

42



Çalışanlarınız için hangi alanlarda eğitim programları yürüttüğünüzü söyler misiniz?

EĞİTİM PROGRAMI	Genel	Büyük Ölçekli	Orta Ölçekli	Küçük Ölçekli
Teknik eğitimler/ standartlar	72%	68%	70%	72%
Kişisel gelişim	41%	45%	48% ↑	39%
İletişim	37%	32%	39%	37%
Pazarlama	37%	32%	40%	37%
Mevzuat	27%	45% ↑	33%	25%
İş Güvenliği	16%	13%	15%	16%
Arge- proje geliştirme	14%	23%	16%	13%
TOPLAM	243%	258%	261%	238%

Baz: 899/Küçük Ö.: 702, Orta Ö.:166, Büyük Ö.: 31

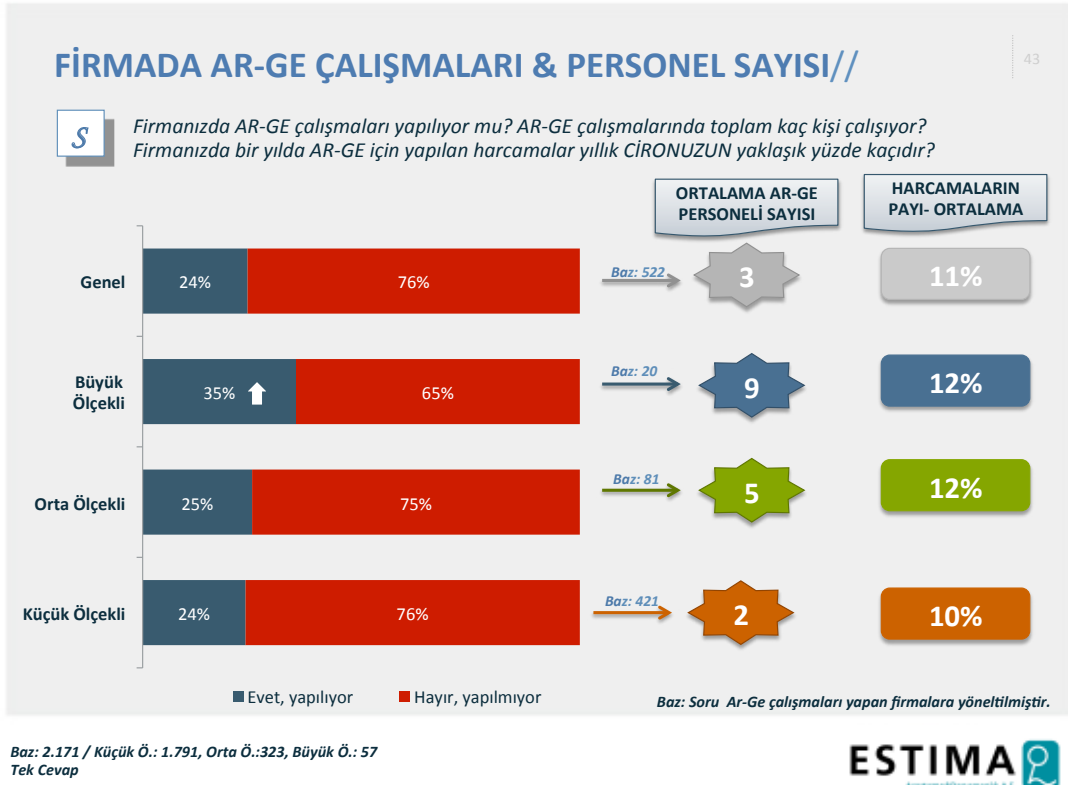
Çok Cevap

Soru çalışanlar için eğitim seminerleri düzenleyen firmalara yöneltilmiştir.



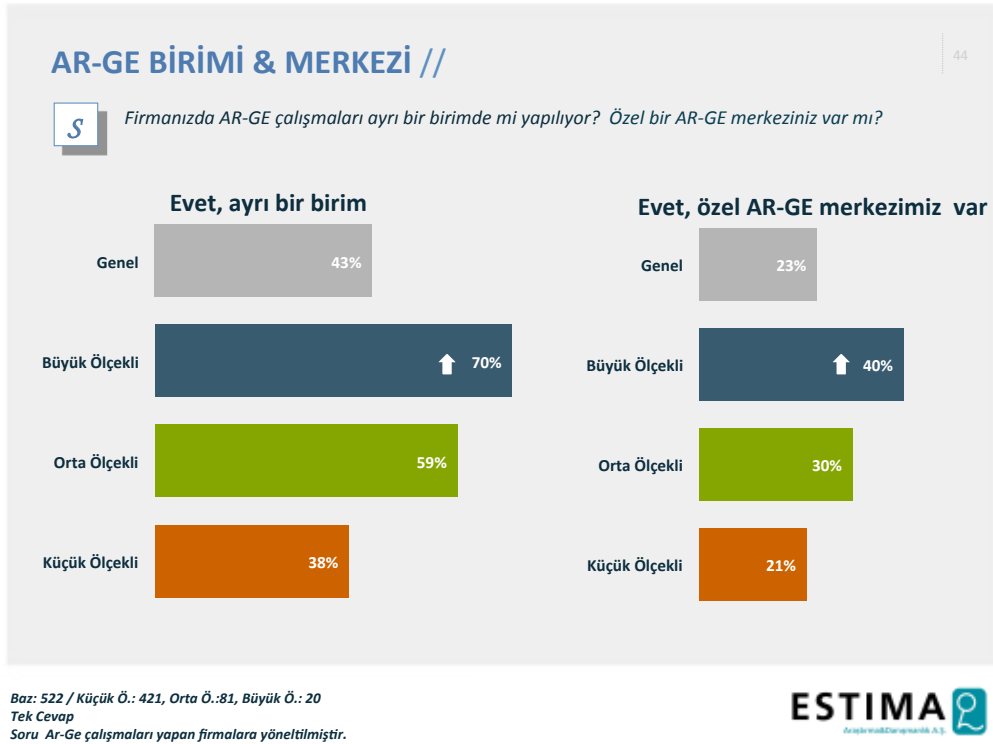
Düzenlenen eğitim programları ağırlıklı olarak teknik/standart eğitimleri olup, ikinci sırada kişisel gelişim eğitimleri gelmektedir. Kişisel gelişim eğitimlerinin oranının en yüksek olduğu işletmeler orta ölçekli işletmelerdir.

SLAYT 43. FİRMADA AR-GE ÇALIŞMALARI VE PERSONEL SAYISI



Yaklaşık olarak her 4 firmadan 1'i Ar-Ge çalışmaları yaptığını belirtmektedir. Bu oran büyük ölçekli firmalarda %35'e yükselmektedir. Yıllık Ar-Ge harcamalarının ciro içerisindeki payı %11'dir. Ortalama Ar-Ge personeli sayısı 3 olup, bu sayı büyük işletmelerde ortalama 9'dur.

SLAYT 44. AR-GE BİRİMİ VE MERKEZİ



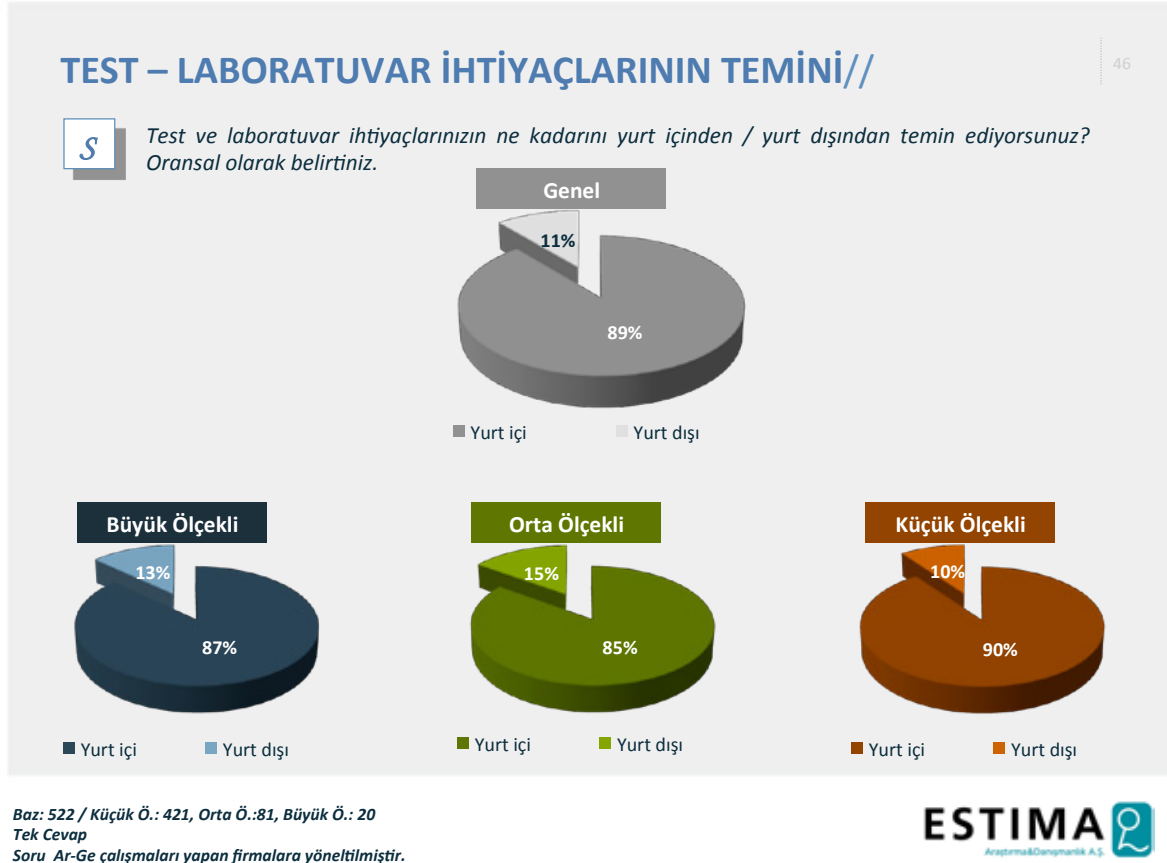
Ar-Ge çalışmaları yürüten firmaların %23'ünün Ar-Ge merkezi vardır, %43'ü de çalışmaları firmada ayrı bir birimde gerçekleştirmektedir. Bu oranlar büyük ölçekli firmalarda daha yüksektir.

SLAYT 45. ÜRÜN GELİŞTİRMEDE KULLANILAN YÖNTEMLER

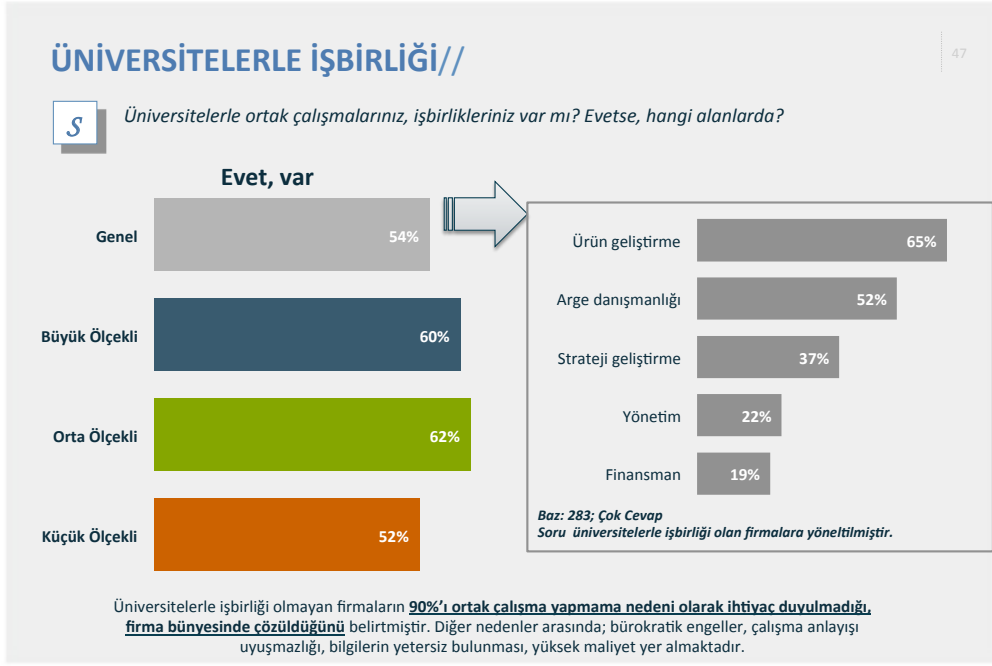


Firmalara ürün geliştirmede kullandığı yöntemler ve bu yöntemlerin her birinin genel içindeki payları (toplamı 100 olacak şekilde) sorulmuştur. Ürün geliştirmede mühendislik hizmetleri, müşteri bildirimleri ve patron/yönetici görüşleri en fazla başvurulanan yöntemlerdir.

SLAYT 46. LABORATUVAR İHTİYAÇLARININ TEMİNİ



Test ve laboratuvar ihtiyaçları çoğunlukla yurt içinden temin edilmektedir.

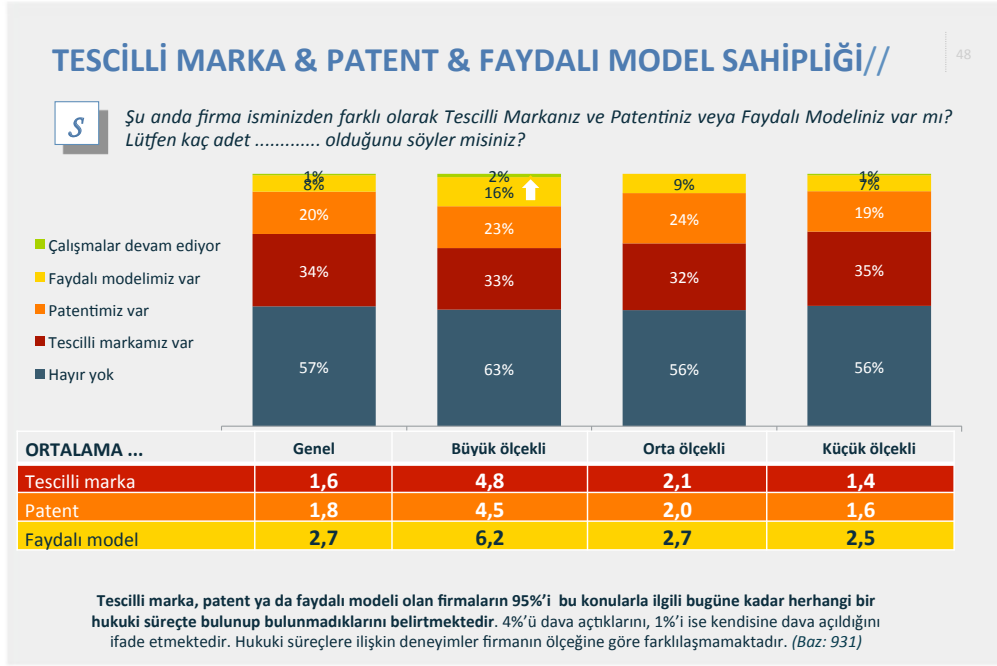


Baz: 522 / Küçük Ö.: 421, Orta Ö.:81, Büyük Ö.: 20
Tek Cevap
Soru: Ar-Ge çalışmaları yapan firmalara yöneltilmiştir.

ESTIMA 
Akademi ve Danışmanlık A.Ş.

Ar-Ge çalışmaları olan firmaların yarısı üniversitelerle ortak çalışmaları, işbirlikleri olduğunu belirtmektedir. Söz konusu işbirlikleri daha çok ürün geliştirme (%65) ve Ar-Ge danışmanlığı (%52) alanındadır.

SLAYT 48. TESCİLLİ MARKA, PATENT VE FAYDALI MODEL SAHİPLİĞİ

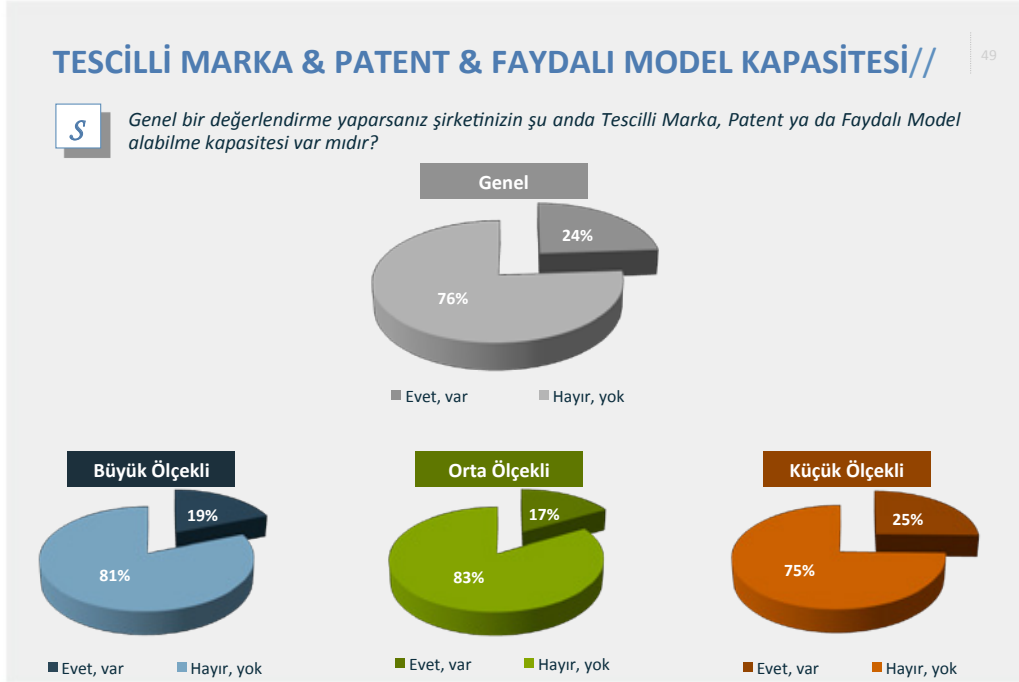


Baz: 2.171 / Küçük Ö.: 1.791, Orta Ö.:323, Büyük Ö.: 57
Çok Cevap

ESTIMA
Anket Araştırma ve Danışmanlık A.Ş.

İşletmelere firma isimlerinden farklı olarak tescilli marka, patent ve faydalı modellerinin olup olmadığı, var ise kaç adet olduğu sorulmuştur. Firmaların %43'ü tescilli marka, patent veya faydalı modele sahiptir. Ortalama sayılara bakıldığında ise; firma başına tescilli marka 1,6, patent 1,8, faydalı model de 2,7'dir. Büyük ölçekli firmalarda bu sayılar daha yüksektir.

SLAYT 49. TESCİLLİ MARKA, PATENT VE FAYDALI MODEL KAPASİTESİ



Baz: 1.241/ Küçük Ö.: 1.022, Orta Ö.:181, Büyük Ö.: 37
Tek Cevap

Soru tescilli marka, patent ya da faydalı modeli olmayan firmalara yöneltilmiştir.

ESTIMA
Anket Araştırma ve Danışmanlık A.Ş.

Tescilli marka, patent ve faydalı modeli olmayan firmalara (%57'lik kesim) bu belgeleri alabilme kapasitesi sorulmuş olup, 1.241 firmanın %24'ü halihazırda bu kapasitede olduğunu ifade etmiştir.

BÖLÜM5 //

SABİT SERMAYE YATIRIMLARI



SLAYT 51. SABİT SERMAYE YATIRIMLARI

SABİT SERMAYE YATIRIMLARI//

51



Şimdi de işletmenizin 2016 yılına ait sabit sermaye yatırımlarına ilişkin bazı sorularım olacak, şimdi okuyacağım konularda 2016 yılı için sabit sermaye yatırım rakamlarınızı TL cinsinden söyler misiniz?

SABİT SERMAYE YATIRIMLARI	Genel		Büyük Ölçekli	Orta Ölçekli	Küçük Ölçekli
Bilgisayar ve yazılım programlarına ait	33%	21.087 TL	46%	42%	31%
Makine ve teçhizata ait	48%	76.462 TL	40%	46%	49%
CNC tezgaha ait	13%	165.561 TL	28%	17%	11%
Normal tezgaha ait	19%	74.426 TL	28%	21%	19%
Ulaştırma araçlarına ait	19%	55.495 TL	12%	24%	18%
Bina inşaatına ait	17%	237.412 TL	26%	15% ↑	17%
Arsa ve arazi ıslahı, bina dışı inşaatı	7%	14.571 TL	5%	9%	7%
Demirbaş türünden büro malzemeleri Ve döşenmesine ait	29%	4.500 TL	18%	19%	31% ↑

Baz: 2.171 / Küçük Ö.: 1.791, Orta Ö.:323, Büyük Ö.: 57
Çok Cevap



2016 yılı içerisinde işletmelerde en fazla makine ve teçhizat (%48), bilgisayar ve yazılım programları (%33) ile demirbaş türünden büro malzemelerinde (%29) sabit sermaye yatırımı olduğu görülmektedir. Parasal değer açısından ise en yüksek payı bina inşaatı ile CNC tezgah yatırımları almaktadır.

SLAYT 52. KULLANILAN YAKIT TÜRLERİ

KULLANILAN YAKIT TÜRLERİ//

52



İşletmenin Üretim, Satış, Büro vb. İşlerde kullandığı yakıt türlerini söyler misiniz?
Aylık ödediğiniz Ortalama Yakıt Miktarını TL cinsinden söyler misiniz?
Elektrik giderlerinizin toplam giderler içindeki payını % olarak söyler misiniz?

YAKIT TÜRLERİ	Genel	Büyük Ölçekli	Orta Ölçekli	Küçük Ölçekli
Sadece elektrik	53%	40%	35%	56% ↑
Doğalgaz	29%	32%	39%	28%
Motorin	13%	21%	20%	12%
Benzin	10%	18% ↑	11%	9%
Fuel-oil	7%	11%	8%	7%
LPG	5%	5%	7%	5%
AYLIK ORTALAMA YAKIT MİKTARI	25.000 TL	130.000 TL	51.000 TL	16.000 TL
ELEKTRİK GİDERLERİNİN PAYI	19%	21%	18%	19%

Baz: 2.171 / Küçük Ö.: 1.791, Orta Ö.:323, Büyük Ö.: 57
Çok Cevap

ESTIMA Analiz ve Danışmanlık A.Ş.

Üretim, satış, büro vb. işlerde kullanılan yakıt türleri, ortalama ödenen yakıt tutarı, elektrik giderlerinin toplam giderler içindeki payına bakıldığında; en önemli yakıt kaleminin elektrik olduğu anlaşılmaktadır. Elektrik giderinin toplam giderlerdeki payı ise %19'dur. Doğalgaz ise ikinci en önemli yakıt gideridir.

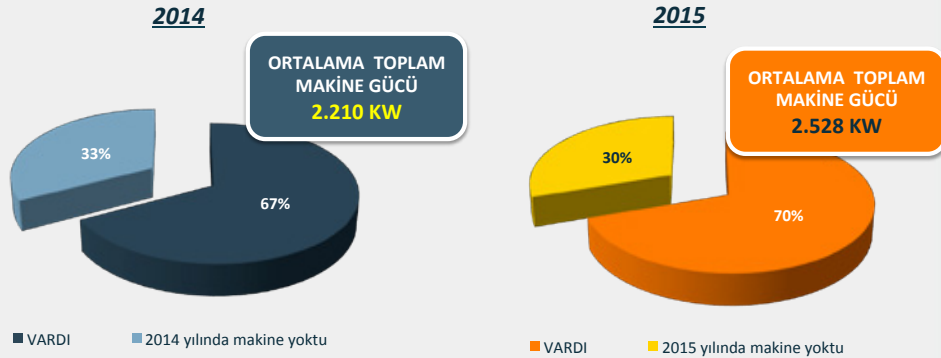
SLAYT 53. MAKİNELERİN TOPLAM GÜCÜ / KİLOWATT

MAKİNELERİN TOPLAM GÜCÜ- KİLOWATT//

53



İşletmenizin sahip olduğu tüm makineleri düşündüğünüzde makinaların toplam gücünü kilowatt cinsinden söyler misiniz, bu bilgiyi verirken lütfen 2014 ve 2015 yılları için ayrı ayrı söyler misiniz?

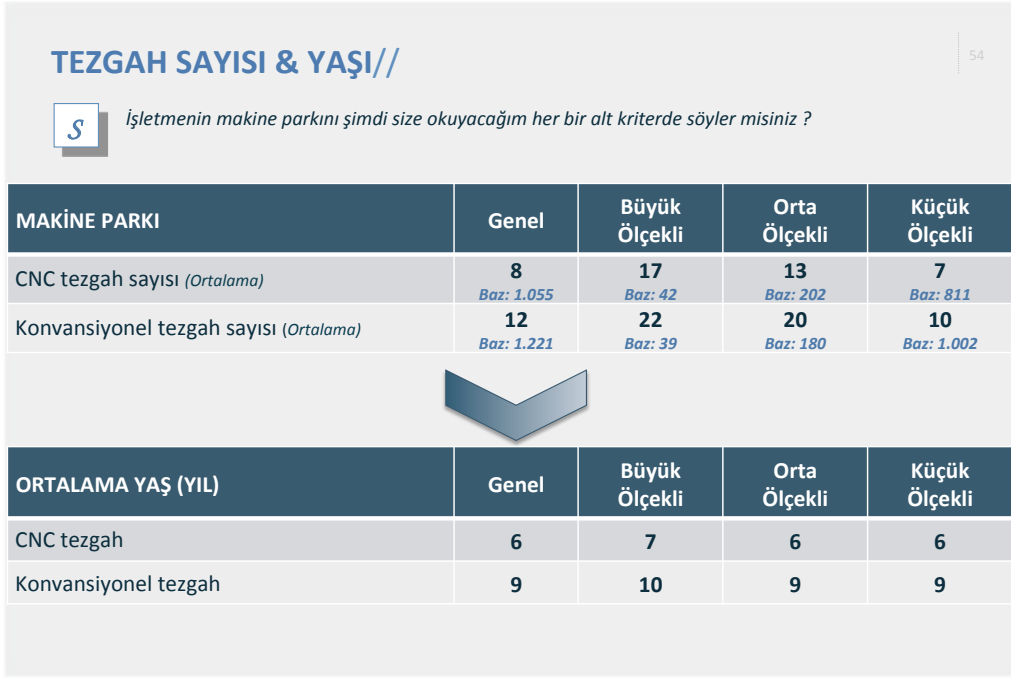


Baz: 2.171 / Küçük Ö.: 1.791, Orta Ö.:323, Büyük Ö.: 57
Tek Cevap

ESTIMA Analiz ve Danışmanlık A.Ş.

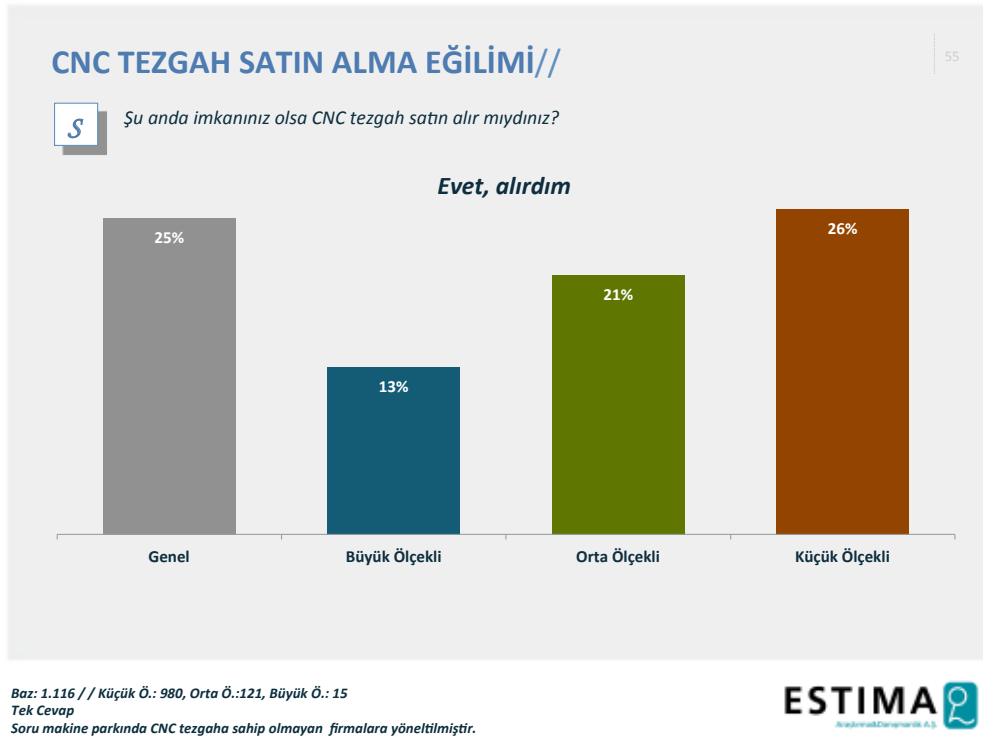
Firmalara, işletmelerinin sahip olduğu tüm makinelerin toplam gücü sorulmuş olup, 2015 yılı itibariyle ortalama toplam makine gücü 2.528 kilowatttır ve 2014 yılına göre %15 fazladır.

SLAYT 54. TEZGAH SAYISI VE YAŞI



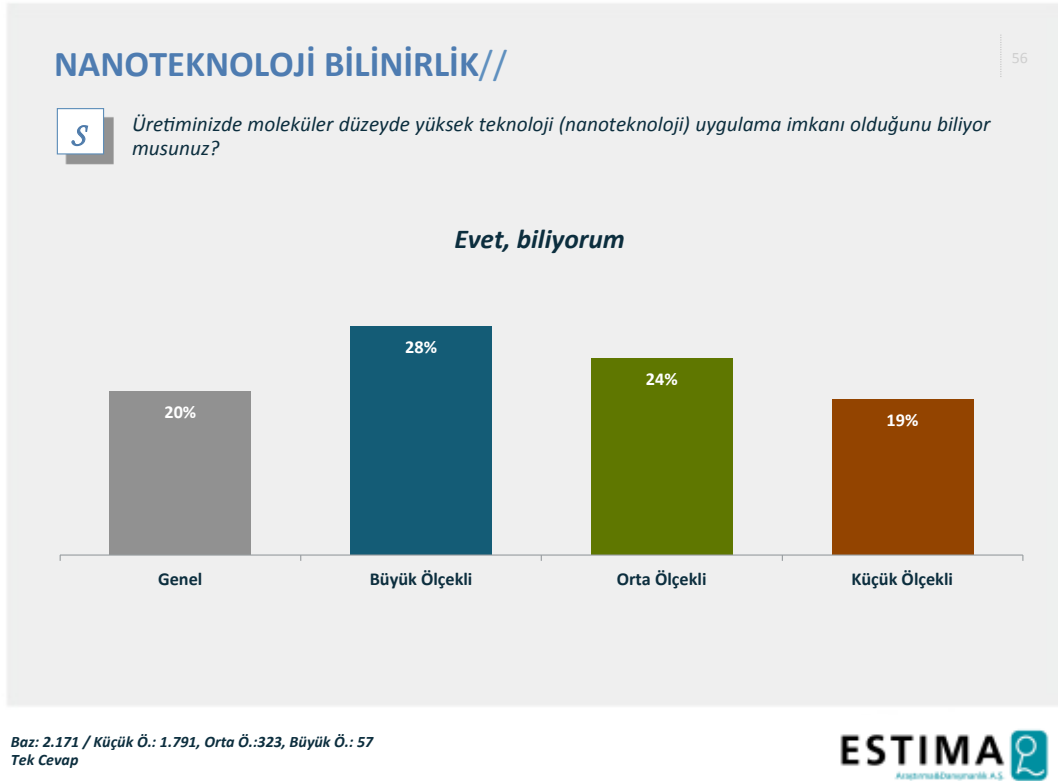
İşletmelerin makine parkına bakıldığında; CNC tezgahı olan firmalarda ortalama CNC tezgah sayısı 8 ve ortalama tezgah yaşı ise 6 olup, konvansiyonel tezgahı olan firmalarda ise ortalama tezgah sayısı 12 ve ortalama tezgah yaşı 9'dur. Tezgah sayıları büyük işletmelerde bu sayıların iki katıdır.

SLAYT 55. CNC TEZGAH SATIN ALMA EĞİLİMİ



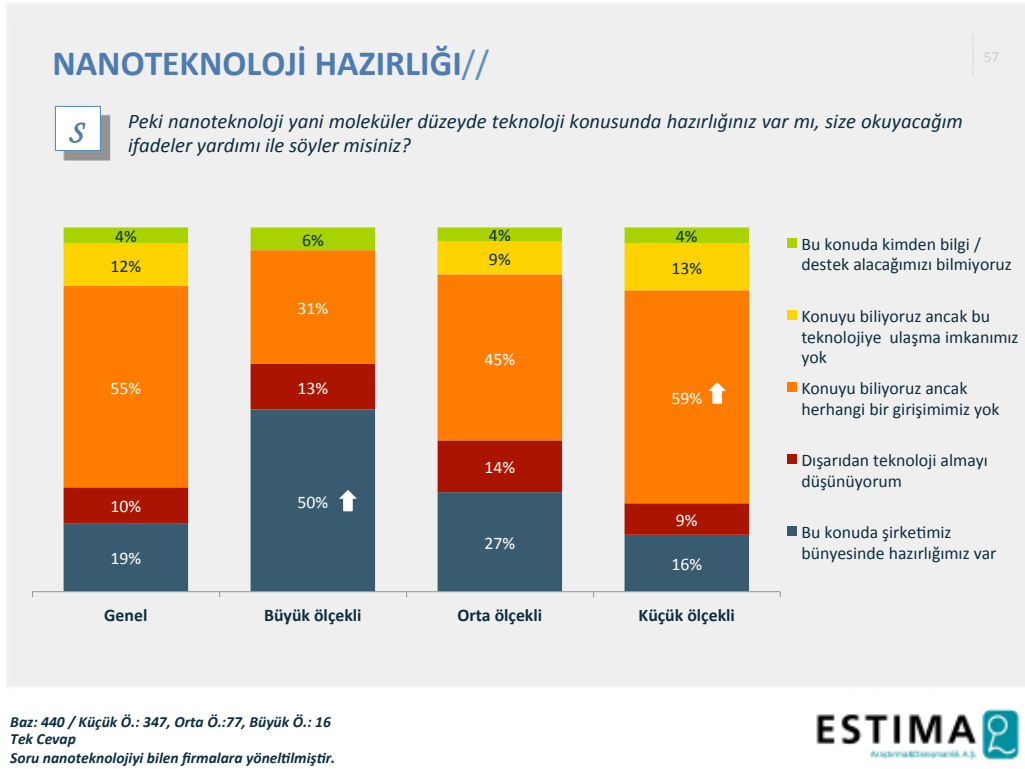
CNC tezgahı olmayan firmalara imkanları olsa CNC tezgah alıp almayacakları sorulmuş olup, satın alma eğilimi olanların oranı sadece %25'tir. Büyük ölçekli firmalarda bu oran daha da azdır.

SLAYT 56. NANOTEKNOLOJİ BİLİNLİRLİK



5 firmadan 1'i üretimlerinde nanoteknoloji uygulama imkanı olduğunu bilmektedir.

SLAYT 57. NANOTEKNOLOJİ HAZIRLIĞI



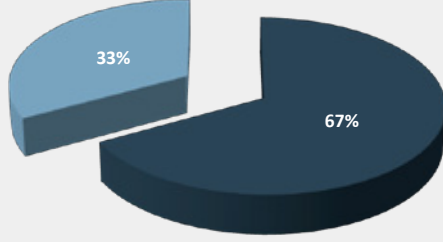
Nanoteknolojiyi bilen firmaların beşte birinde nanoteknoloji konusunda firma bünyesinde hazırlık mevcut olup, büyük ölçekli firmalarda bu oran %50'dir.

NANOTEKNOLOJİ & REKABET ÜSTÜNLÜĞÜ//

58



Üretimizde nanoteknoloji kullanmanız halinde nasıl bir rekabet üstünlüğüne sahip olacağınızı biliyor musunuz? Nanoteknoloji ile nasıl bir rekabet üstünlüğüne sahip olursunuz, size birazdan okuyacağım ifadeler yardımı ile söyler misiniz?



■ Evet, biliyorum ■ Hayır, bilmiyordum

Baz: 440 , Tek Cevap
Soru nanoteknolojiyi bilen firmalara yöneltilmiştir.

Türkiye’de rakiplerimizi yakalarız

46%

Türkiye’de bu sektörde öncü üretici firma oluruz

28%

Dünya pazarlarında yabancı rakiplerimizi yakalarız

20%

Dünyada bu sektörde önemli bir konuma geliriz, rakiplerimizi geçeriz

7%

Baz: 296, Tek Cevap
Soru nanoteknolojinin rekabet üstünlüğü yaratacağını belirten firmalara yöneltilmiştir.

ESTIMA

Nanoteknolojiyi bilen firmaların %67’si üretimlerinde bu teknolojiyi kullanarak nasıl bir rekabet üstünlüğüne sahip olacağını bildiğini ve en çok da Türkiye’de rakiplerini yakalayabileceğini ifade etmektedir. Uluslararası pazarlarda rekabette önemli bir avantaj elde edeceğini vurgulayan firmaların oranı ise toplamda %27’dir.

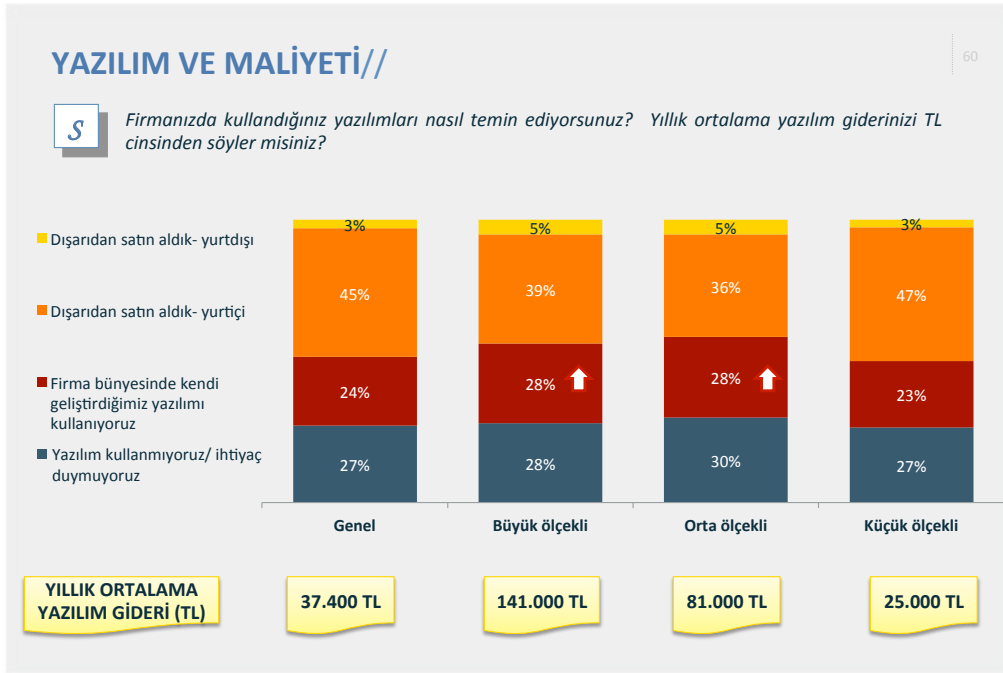
SLAYT 59. BÖLÜM 6 / MARKET & REKABET GÜCÜ

BÖLÜM6 //

MARKET & REKABET GÜCÜ

ESTIMA

SLAYT 60. YAZILIM VE MALİYETİ



Firmaların %24'ü kullandığı yazılımı kendi bünyesinde geliştirmekte, %45'i de dışarıdan yurtiçinden almaktadır. Yazılım konusunda yurt içinden temin böylece toplamda %70 olmaktadır ve dışa bağımlılık yok denecek kadar azdır.

SLAYT 61. FİYAT POLİTİKASI

FİYAT POLİTİKASI//

S Ürettiğiniz ürünlere /sunduğunuz hizmetlere yönelik fiyat politikanız nedir, size birazdan okuyacağım ifadeler yardımıyla söyler misiniz?

FİYAT POLİTİKALARI	Genel	Büyük Ölçekli	Orta Ölçekli	Küçük Ölçekli
Maliyet yapımıza göre belirleriz	61%	53%	59%	62%
İç pazardaki fiyatlara göre belirleriz	47%	39%	51% ↑	46%
Dış pazardaki fiyatlara göre belirleriz	33%	39%	28%	34%
Arz / talep dengesine göre belirleriz	35%	26%	33%	36%

Baz: 2.171 / Küçük Ö.: 1.791, Orta Ö.:323, Büyük Ö.: 57
Çok Cevap

ESTIMA

Yaklaşık olarak her 10 firmadan 6'sı ürettikleri ürünler ve sundukları hizmetlere yönelik fiyat politikalarını maliyet yapılarına göre belirlediklerini vurgulamaktadır. İç pazar fiyatlarını dikkate alanların oranı %47, dış pazarı dikkate alanların oranı ise %33'tür.

SLAYT 62. YARARLANILAN DEVLET DESTEKLERİ

YARARLANILAN DEVLET DESTEKLERİ//

62



Şimdiye kadar kurumların sağlamış olduğu desteklerden hiç yararlandınız mı? En sık hangi kurumun desteklerinden yararlandığınızı öğrenebilir miyiz?

DESTEKLER	Genel	Büyük Ölçekli	Orta Ölçekli	Küçük Ölçekli
HİÇ YARARLANMADIM	69%	63%	71%	69%
KOSGEB	18%	12%	15%	19%
Sanayi Bakanlığı	7%	12%	7%	6%
Ekonomi Bakanlığı	3%	9%	4%	3%
TÜBİTAK/ TEYDEB	3%	4%	3%	3%

Baz: 2.171 / Küçük Ö.: 1.791, Orta Ö.:323, Büyük Ö.: 57
Tek Cevap



Her 10 firmadan 7'si bugüne kadar herhangi bir devlet desteğinden yararlanmadığını belirtmektedir. En fazla oranda başvuru alan kurum KOSGEB'dir.

SLAYT 63. İHRACATA YÖNELİK DESTEKLERİN BİLİNİRLİĞİ

İHRACATA YÖNELİK DESTEKLERİN BİLİNİRLİĞİ//

63



Size birazdan okuyacağım ihracata yönelik devlet yardımlarının hangilerinden haberdar olduğunuzu söyler misiniz?

DEVLET YARDIMLARI	Genel	Büyük Ölçekli	Orta Ölçekli	Küçük Ölçekli
HİÇBİRİ BİLİNİYOR	41%	47%	47%	39%
İstihdam desteği	43%	32%	37%	44% ↑
Marka desteği	34%	26%	33%	34%
Eğitim desteği	32%	23%	29%	33%
Yurt dışı fuar katılım desteği	28%	30%	22%	29%
Ar-ge desteği	25%	21%	19%	26%
Pazar araştırma desteği	23%	18%	20%	23%
Yurt dışı ofis mağaza desteği	22%	21%	18%	23%
Çevre desteği	18%	18%	16%	19%

Baz: 2.171 / Küçük Ö.: 1.791, Orta Ö.:323, Büyük Ö.: 57
Çok Cevap



Firmaların %41'i ihracata yönelik devlet desteklerinden haberdar değildir. En bilinen destek ise istihdam ve marka desteğidir.

SLAYT 64. İHRACATA YÖNELİK DESTEKLERDEN YARARLANMA

İHRACATA YÖNELİK DESTEKLERDEN YARARLANMA//

64



Peki ihracata yönelik devlet yardımlarından hiç yararlandınız mı, yararlandınız ise hangilerinden yararlandığınızı söyler misiniz?

DEVLET YARDIMLARI	Genel	Büyük Ölçekli	Orta Ölçekli	Küçük Ölçekli
Hiç yararlanmadım	58%	40%	52%	59%
İstihdam desteği	21%	36%	33%	19%
Yurt dışı fuar katılım desteği	16%	28%	15%	16%
Marka desteği	12%	20%	17%	11%
Ar-ge desteği	9%	20%	14%	8%
Eğitim desteği	6%	16%	10%	6%
Pazar araştırma desteği	4%	4%	7%	4%
Yurt dışı ofis mağaza desteği	3%	4%	2%	3%
Çevre desteği	3%	4%	6%	2%

Baz: 1.346/ Küçük Ö.: 1.075, Orta Ö.:226, Büyük Ö.: 45
Çok Cevap
Soru ihracatçı firmalara yöneltilmiştir.

ESTIMA
Araştırma & Danışmanlık A.Ş.

İhracat yapan firmalar nezdinde ihracata yönelik destekler sorgulandığında ihracatçı firmaların %58'i yararlanmadığını belirtmektedir. En yüksek oranda yararlanan destek ise istihdam desteğidir. Yurt dışı fuar katılımı desteği ise ikinci sırada yararlanan destektir.

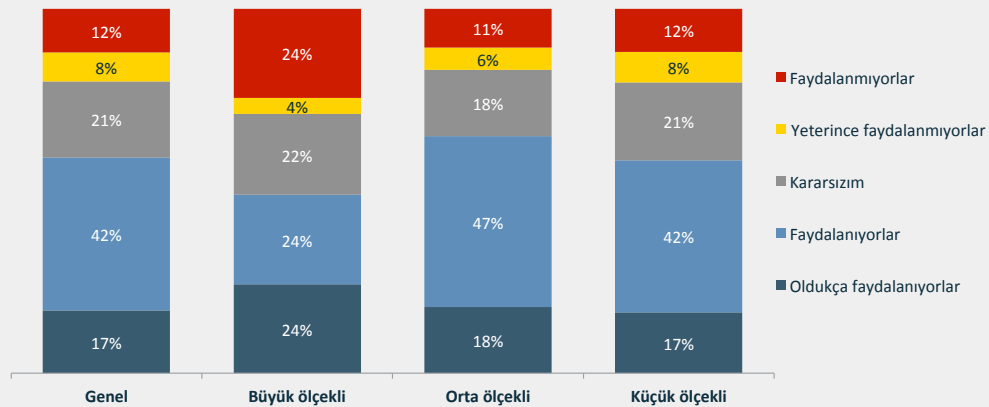
SLAYT 65. İHRACATÇILARIN DEVLET DESTEKLERİNE İLİŞKİN GÖRÜŞLERİ

İHRACATÇILARIN DEVLET DESTEKLERİNE İLİŞKİN GÖRÜŞLERİ//

65



Genel anlamda değerlendirdiğinizde size göre ihracatçı firmalar devlet yardımlarından ne ölçüde faydalanıyorlar?

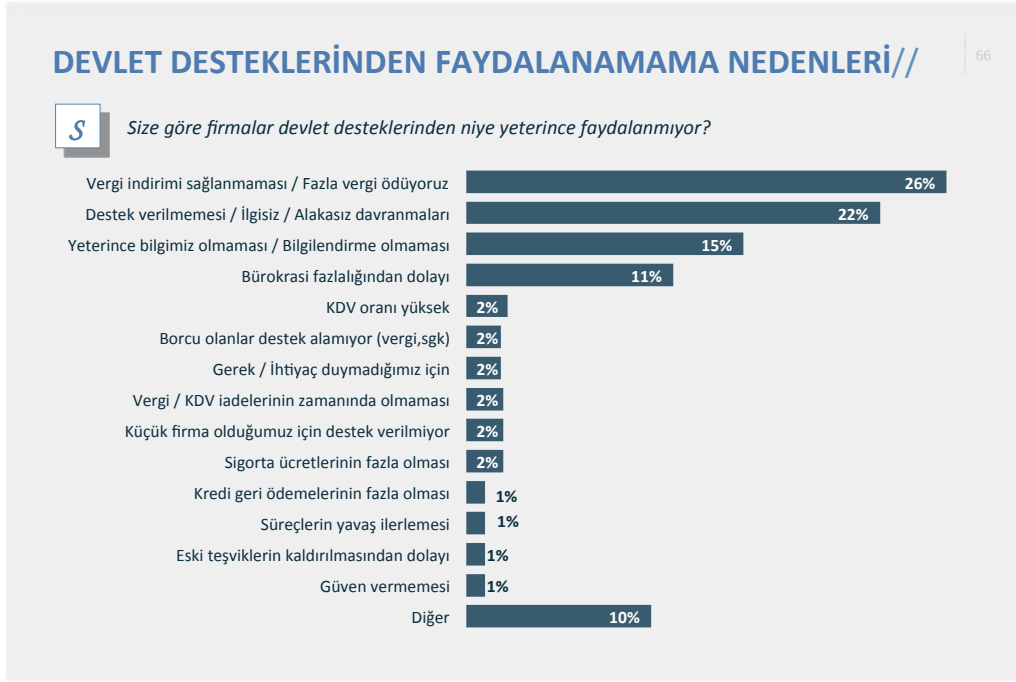


Baz: 1.346/ Küçük Ö.: 1.075, Orta Ö.:226, Büyük Ö.: 45
Tek Cevap
Soru ihracatçı firmalara yöneltilmiştir.

ESTIMA
Araştırma & Danışmanlık A.Ş.

İhracatçı firmaların %20'si firmaların devlet yardımlarından yeterince faydalanamadığı kanaatindedir.

SLAYT 66. DEVLET DESTEKLERİNDEN FAYDALANAMAMA NEDENLERİ



Baz: 268
Tek Cevap
Soru devlet desteklerinden faydalanılmadığını düşünen ihracatçı firmalara yöneltilmiştir.

ESTIMA
Araştırma & Danışmanlık A.Ş.

Devlet desteklerinden yararlanmama nedenleri arasında vergi indirimini sağlanmaması, yeterince bilgilendirilme yapılmaması ve bürokrasi fazlalığı ön plana çıkmaktadır.

SLAYT 67. KULLANILAN FİNANSMAN TEKNİKLERİ

KULLANILAN FİNANSMAN TEKNİKLERİ//

67

S İhracatın finansmanı konusunda, firmanızda kullanılan farklı finansman teknikleri var mı? Neler olduğunu söyler misiniz?

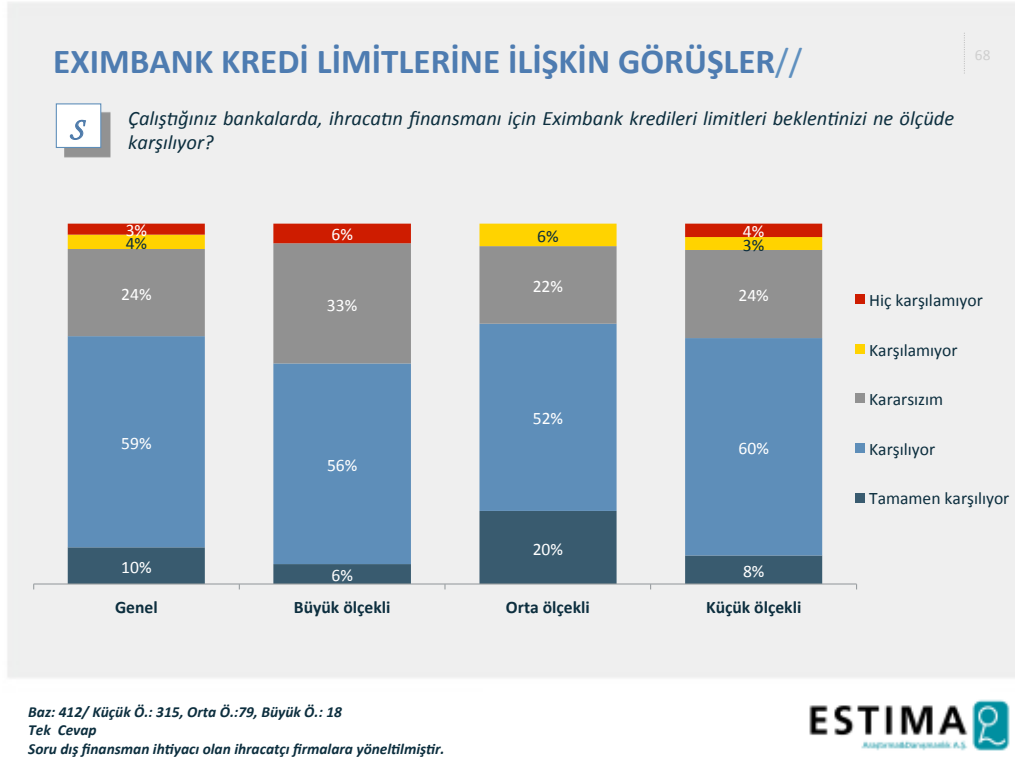
FİNANSMAN TEKNİKLERİ	Genel	Büyük Ölçekli	Orta Ölçekli	Küçük Ölçekli
Dış finansman ihtiyacımız yok	69%	60%	65%	71% ↑
Özel bankalar	23%	29%	27%	22%
Kamu bankaları (Eximbank hariç)	16%	22%	18%	16%
Eximbank	4%	4%	4%	4%
Faktoring	2%	2%	2%	2%
Leasing	1%	-	1%	1%
Yurtdışı Finans Kurumları	1%	2%	-	1%

Baz: 1.346/ Küçük Ö.: 1.075, Orta Ö.:226, Büyük Ö.: 45
Çok Cevap
Soru ihracatçı firmalara yöneltilmiştir.

ESTIMA
Araştırma & Danışmanlık A.Ş.

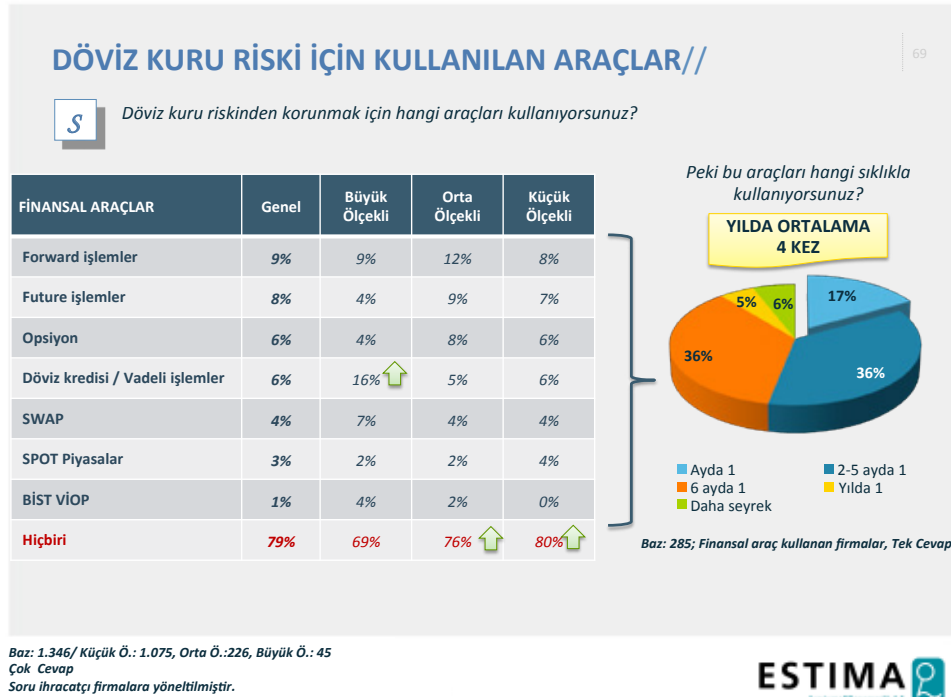
Her 10 ihracatçı firmadan 7'si dış finansman ihtiyacı olmadığını belirtmektedir. İhracatçı firmaların %23'ü ihracatın finansmanında özel bankalara, %16'sı ise kamu bankalarına (Eximbank hariç) başvurmaktadır. Firmaların %80'i döviz riskine karşı herhangi bir araç kullanmadığını belirtmektedir.

SLAYT 68. EXIMBANK KREDİ LİMİTLERİNE İLİŞKİN GÖRÜŞLER



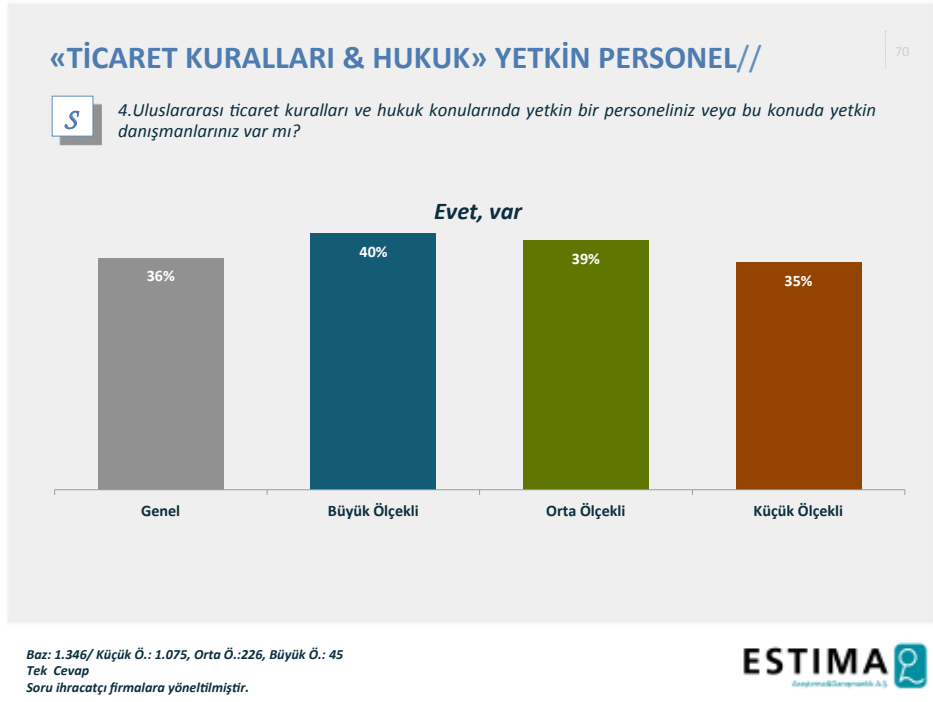
Dış finansman ihtiyacı olan ihracatçı firmaların %70'i Eximbank kredi limitlerinin ihtiyaçlarını karşıladığını belirtmiştir.

SLAYT 69. DÖVİZ KURU RİSKİ İÇİN KULLANILAN ARAÇLAR



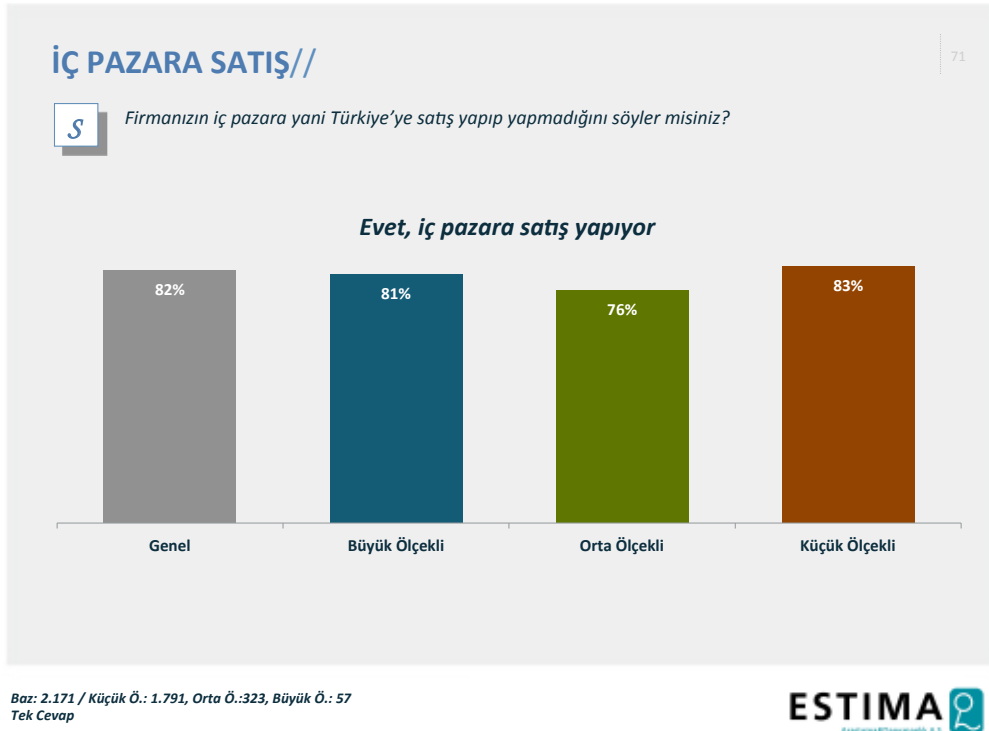
İhracatçı firmalara yöneltilen “Döviz kuru riskinden korunmak için hangi araçları kullanıyorsunuz?” sorusuna firmaların %79'u hiçbir finansal aracı kullanmadığı cevabını vermiştir. Bu oran büyük ölçekli firmalarda %69 iken, orta ölçekli firmaların %76'sı ve küçük ölçekli firmaların %80'i hiçbir finansal araç kullanmamaktadır. Büyük ölçekli döviz kuru riskinden korunmak için daha çok döviz kredisi/vadeli işlemleri tercih etmektedir. Döviz kuru riskinden korunmak için finansal araç kullanan 285 firma, yılda ortalama 4 kez bu işlemleri kullanmaktadır.

SLAYT 70. "TİCARET KURALLARI & HUKUK" YETKİN PERSONEL

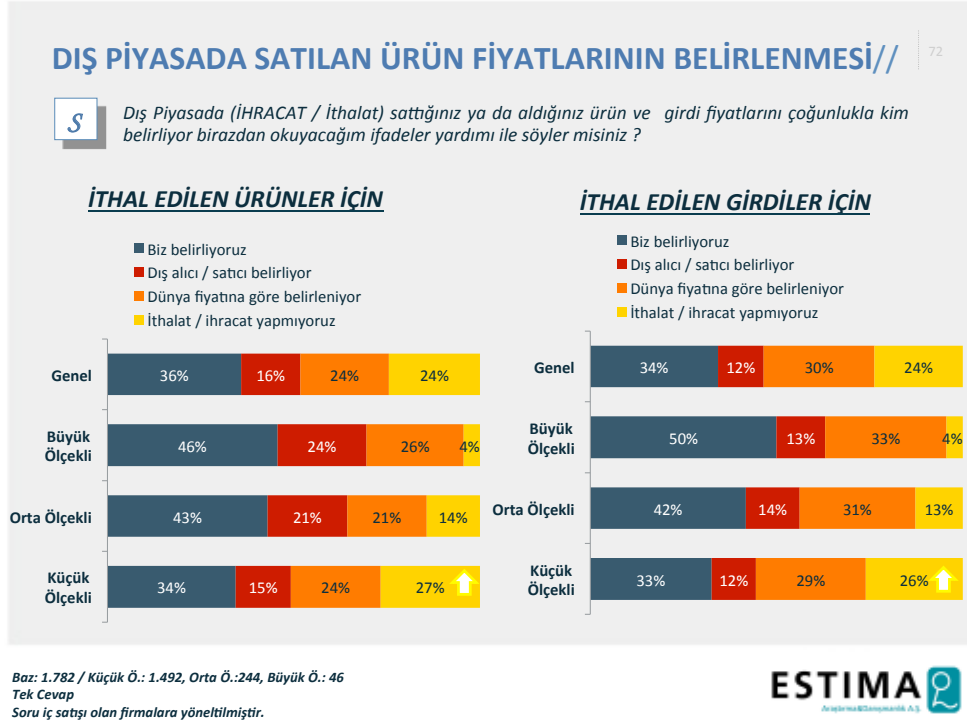


İhracatçı firmaların %36'sı ticaret kuralları ve hukuk konusunda yetkin personel çalıştırmaktadır. Bu oran büyük ölçekli işletmelerde %40'ı bulurken, küçük ölçekli işletmelerin %35'inin ticaret kuralları ve hukuk konusunda yetkin personeli bulunmaktadır.

SLAYT 71. İÇ PAZARA SATIŞ



2.171 firma baz alınarak yürütülen çalışma kapsamında, firmaların %82'si iç pazara da satış yaptığını belirtmiştir. 2006 yılında yapılan çalışmada bu oran %92'dir.



İç satışı da bulunan 1.782 firmanın %36'sı ithal ettiği ürünlerin fiyatını kendisi belirlemektedir. Firmaların %16'sı fiyatın satıcı tarafından belirlendiğini ve %24'ü ise dünya fiyatlarına göre belirlendiğini düşünmektedir. Söz konusu firmaların %24'ü ise ithalat yapmamaktadır. Büyük ölçekli firmalardan sadece %4'ü ithalat yapmazken, bu oran küçük ölçekli firmalarda %27'ye çıkmaktadır. Büyük ölçekli firmalar ithal edilen ürünlerin fiyatının belirlenmesinde daha çok söz sahibi olduklarını düşünmektedir. Bu firmaların %46'sı ithal ürünün fiyatını kendisi belirlerken, bu oran küçük ölçekli firmalarda %34'e gerilemektedir.

İthal girdilerin fiyatının belirlenmesi ithal ürünler ile paralel seyretmektedir. Firmaların %34'ü ithal girdinin fiyatını kendisi belirlediğini, %13'ü satıcının belirlediği fiyatlara razı olmaktadır. Firmaların %32'si dünya fiyatlarını baz alarak ithal girdi maliyetini belirlerken, %21'i ise ithal girdi temin etmemektedir.

DIŞ PİYASADA SATILAN ÜRÜN FİYATLARININ BELİRLENMESİ//

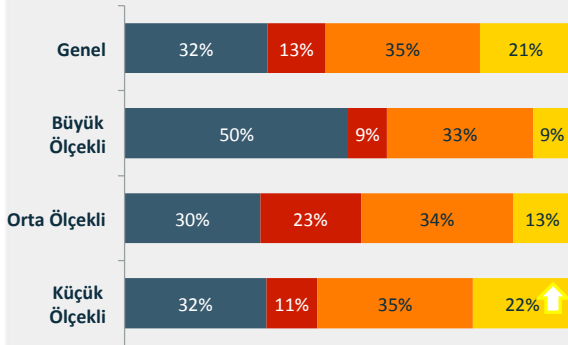
73



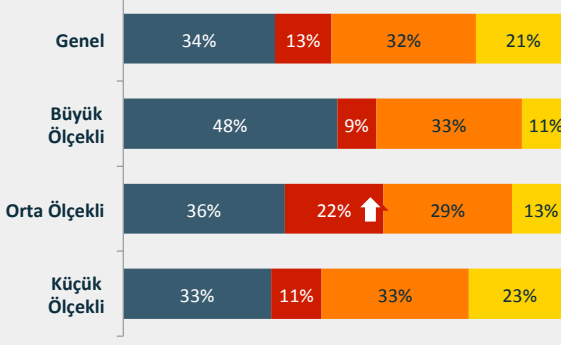
Diş Piyasada (İHRACAT / İthalat) sattığınız ya da aldığınız ürün ve girdi fiyatlarını çoğunlukla kim belirliyor birazdan okuyacağım ifadeler yardımı ile söyler misiniz ?

İHRAÇ EDİLEN ÜRÜNLER İÇİN

- Biz belirliyoruz
- Diş alıcı / satıcı belirliyor
- Dünya fiyatına göre belirleniyor
- İthalat / ihracat yapmıyoruz

**İHRAÇ EDİLEN GİRDİLER İÇİN**

- Biz belirliyoruz
- Diş alıcı / satıcı belirliyor
- Dünya fiyatına göre belirleniyor
- İthalat / ihracat yapmıyoruz



Baz: 1.782 / Küçük Ö.: 1.492, Orta Ö.:244, Büyük Ö.: 46
Tek Cevap
Soru iç satışı olan firmalara yöneltilmiştir.

ESTIMA
Araştırma & Danışmanlık A.Ş.

İç satışı da olan 1.782 firmanın %32'si ihrac ettiği ürünün fiyatını kendisi belirlemektedir. Büyük ölçekli firmaların yarısı ihrac fiyatını kendisi belirlerken, bu oran küçük ölçekli firmalarda %32'ye gerilemektedir. Firmaların %13'ü ürününü dış alıcının belirlediği fiyattan satmaya razı olurken, büyük çoğunluk fiyatlarını dünya standartlarına göre belirlemektedir.

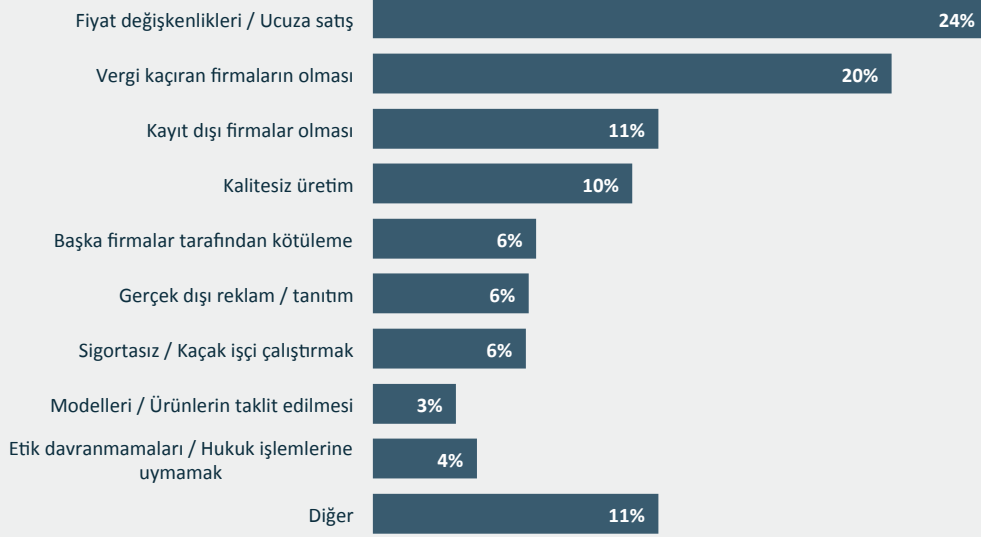
İhrac edilen girdiler için de durum paralel seyretmektedir. Firmaların %13'ü ihrac ettiği ürünü alıcının belirlediği fiyata göre satarken, orta ölçekli firmaların %22'si fiyatlarını alıcıya göre belirlemektedir.

HAKSIZ REKABET UNSURLARI//

74



Size göre en önemli **haksız rekabet** unsuru nedir?



Baz: 1.782, Çok Cevap
Soru iç satışı olan firmalara yöneltilmiştir.



Firmaların %24'ü fiyat değişkenlikleri ve ucuza satışın en önemli haksız rekabet unsuru olduğunu belirtmektedir. Firmaların yaklaşık %40'ı ise vergi kaçıran, kayıt dışı ve kalitesiz üretim yapan firmaların piyasada haksız rekabet yarattığını düşünmektedir.

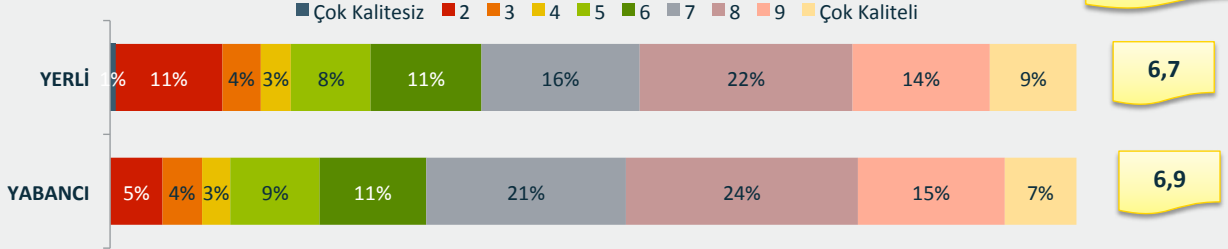
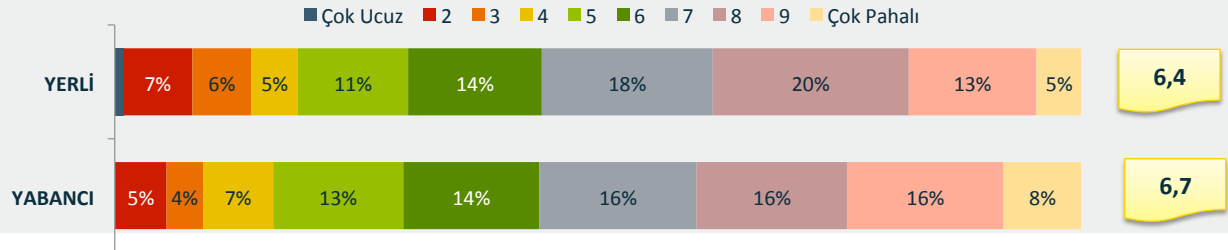
YERLİ & YABANCI GİRDİDE KALİTE- FİYAT ALGISI//

75

S

Kullandığınız yerli ve yabancı aramal ve girdilerin herbirine ilişkin görüşünüzü “1- çok kalitesiz,...,10- Çok kaliteli”yi göstermek üzere 10 puanlık bir cetvel üzerinde nasıl yerleştirirsiniz?

Fiyat için değerlendirme yapmanızı rica ediyorum. “1-Çok ucuz,...,10- Çok pahalı’yı göstermek üzere yerli ve yabancı aramal/ girdileri nasıl yerleştirirsiniz?

KALİTE**ORTALAMA
PUAN****FİYAT**

Baz: 1.782, Tek Cevap
Soru iç satışı olan firmalara yöneltilmiştir.

ESTIMA
Araştırma & Danışmanlık A.Ş.

Firmalar yerli ve yabancı girdilerin hemen hemen aynı kalitede olduğunu ve yerli girdilerin daha uygun fiyatlı olduğunu düşünmektedir.

BÖLÜM7 //

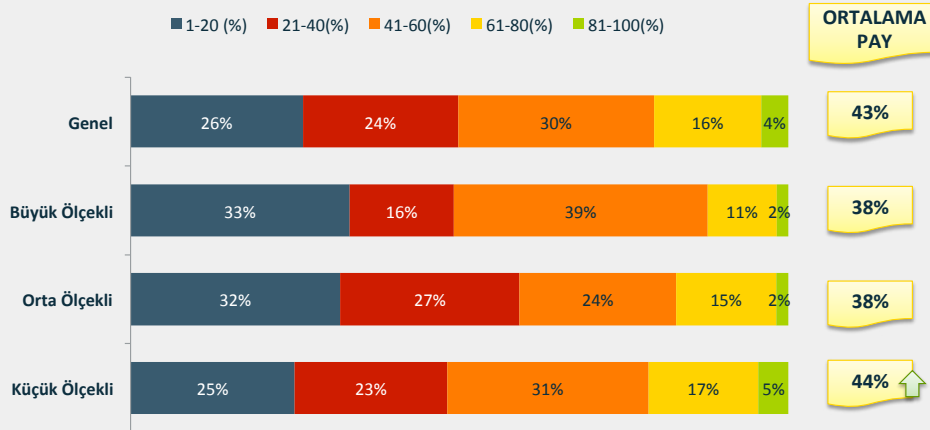
İŞLETMENİN ÜRETİM MALİYET YAPISI

ANA ÜRÜN MALİYETİNİN SATIŞ FİYATINDAKİ PAYI//

77



Üretilen Ana Ürünün Maliyeti Satış Fiyatının Yüzde Kaçındır? Farklı ürünler üretiyor iseniz ve maliyet değişiyor ise lütfen ortalama düşünerek cevap veriniz.



Baz: 2.171 / Küçük Ö.: 1.791, Orta Ö.:323, Büyük Ö.: 57
 Tek Cevap

Üretilen ana ürünün maliyeti satış fiyatının ortalama %42'sine tekabül etmektedir. (2006 yılında yapılan çalışmada bu oran %68'dir.) Büyük ölçekli firmalarda ana ürün maliyetinin satış fiyatına oranı %38 iken, bu oran küçük ölçekli firmalarda %44'e yükselmektedir.

SLAYT 78. ÜRETİM ALANININ BÜYÜKLÜĞÜ

ÜRETİM ALANININ BÜYÜKLÜĞÜ//

78



Üretim Yeri Alanının büyüklüğünü kapalı alan ve toplam alan olarak m² cinsinden söyler misiniz ?
Kapalı alana bürolar, depolar ve diğer kapalı tüm hacimler dahildir.

Toplam Üretim Alanı (m²)



Üretim için toplam kapalı alan(m²)



Baz: 2.171 / Küçük Ö.: 1.791, Orta Ö.:323, Büyük Ö.: 57
Tek Cevap

ESTIMA
Anket ve Danışmanlık A.Ş.

Makine imalatçıların ortalama üretim alanı 2.453 m²'si kapalı olmak üzere toplam 3.225 m²'dir. Kapalı üretim alanının toplam üretim alanı içerisindeki payı %76 iken, büyük ölçekli firmalarda bu oran %86'ya yükselmektedir.

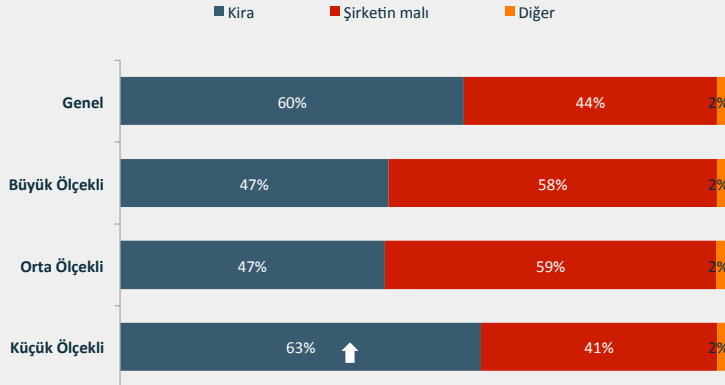
SLAYT 79. ÜRETİMDE KULLANILAN ALANIN MÜLKİYETİ

ÜRETİMDE KULLANILAN ALANIN MÜLKİYETİ//

79



Üretimde kullandığınız alan kira mı yoksa şirkete mi ait?

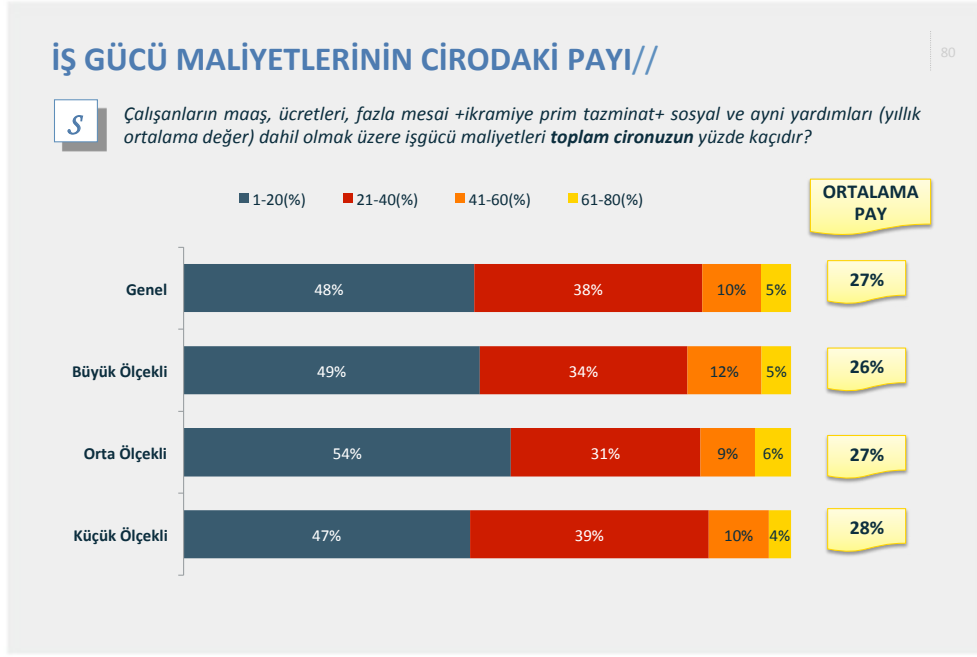


Baz: 2.171 / Küçük Ö.: 1.791, Orta Ö.:323, Büyük Ö.: 57
Tek Cevap

ESTIMA
Anket ve Danışmanlık A.Ş.

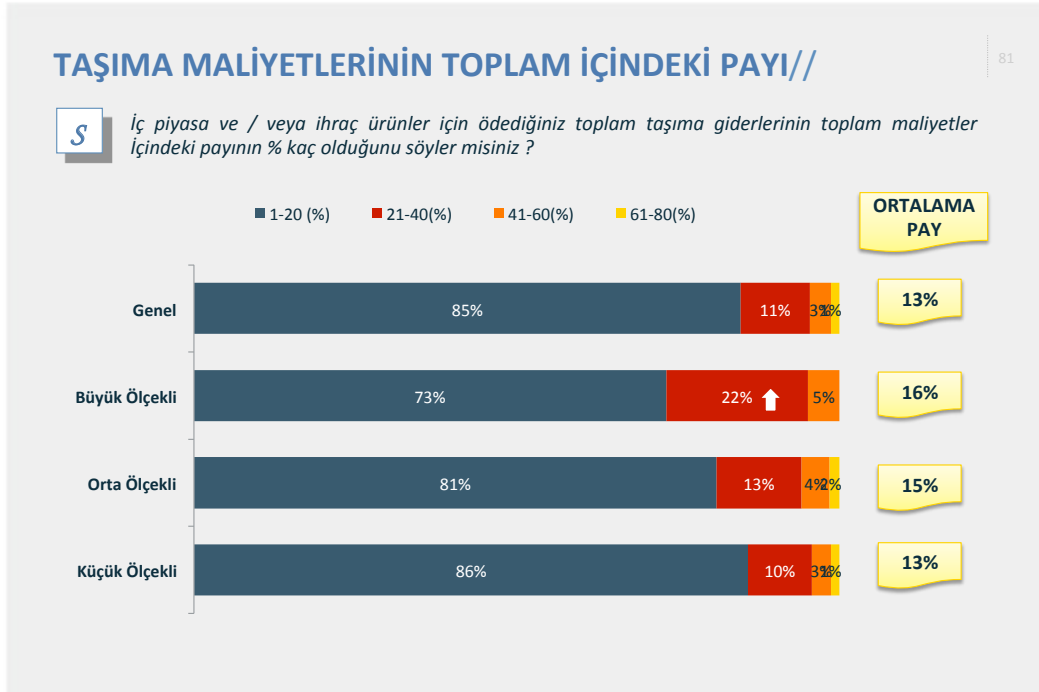
Makine imalatçıların %60'ı üretim alanı için kira öderken, %44'ü kendi mülklerinde üretim yapmaktadır.

SLAYT 80. İŞ GÜCÜ MALİYETLERİNİN CİRODAKİ PAYI



Çalışanların maaş, fazla mesai ücretleri, ikramiye ve prim tazminatı giderleri, sosyal ve ayni yardım giderleri gibi iş gücü maliyetlerinin toplam ciro içerisindeki ortalama payı %27'dir. (2006 yılında yapılan çalışmada bu oran %18'dir.) Küçük ölçekli firmalarda bu oran %28'e yükselmektedir.

SLAYT 81. TAŞIMA MALİYETLERİNİN CİRODAKİ PAYI



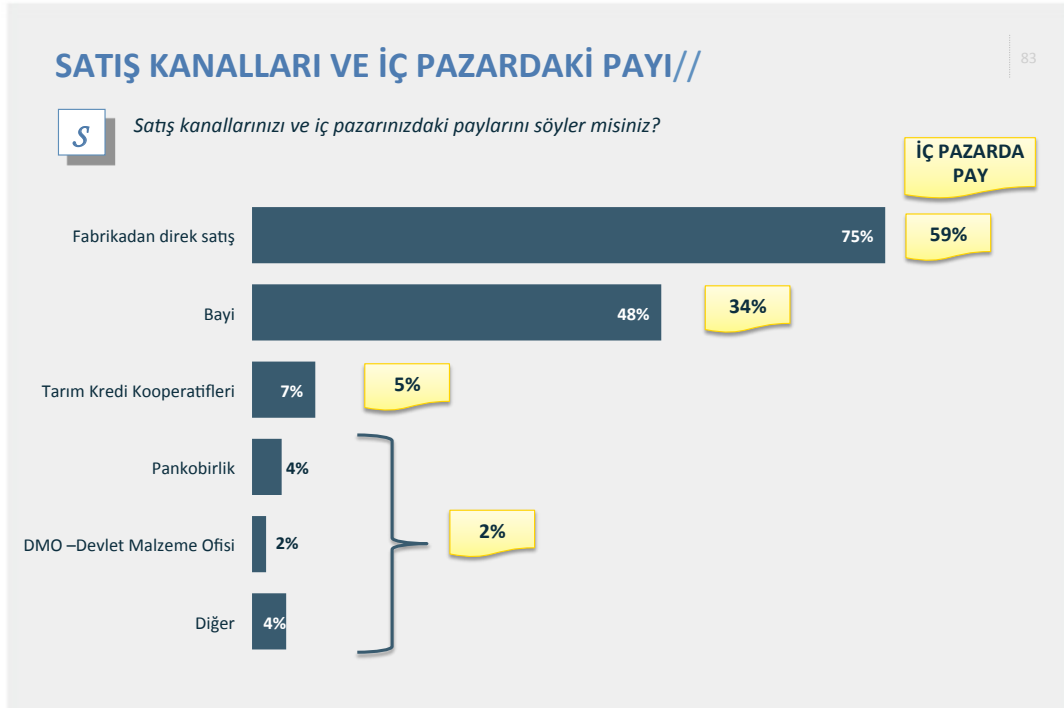
Makine imalatçıların iç piyasa ve/veya ihraç ettiği ürünler için ödediği taşıma giderleri toplam maliyetlerinin %13'ünü oluşturmaktadır. (2006 yılında yapılan çalışmada bu oran %5'tir.) Büyük ölçekli firmaların ise toplam maliyetlerinin %16'sı taşıma giderlerinden kaynaklanmaktadır.

BÖLÜM8 //

SATIŞLAR

ESTIMA 

SLAYT 83. SATIŞ KANALLARI VE İÇ PAZARDAKİ PAYI



Baz: 2.171
Çok Cevap

ESTIMA 

Makine imalatçıların %75'i fabrikadan direkt satış yaparken, firmaların %48'i ise ürünlerini bayileri aracılığıyla satmayı tercih etmektedir. Fabrikadan satış yöntemi iç pazardaki satış payının toplam %59'unu oluştururken, bayi aracılığıyla yapılan satışlar, iç pazardaki satışların %34'üne tekabül etmektedir.

SLAYT 84. YILLIK ORTALAMA HİZMET CİROSU

YILLIK ORTALAMA HİZMET CİROSU//

84



Şirketinizin hizmet alanındaki yaptığı yıllık cirosunu TL cinsinden 2014 ve 2015 yılı için ayrı ayrı söyler misiniz?

2014
853.343TL

2015
1.708.933 TL

Baz: 105

Tek Cevap

Soru «hizmet» alanında faaliyet gösteren firmalara yöneltilmiş, yanıt verenler üzerinden raporlanmıştır. Firmaların 92%'si soruya cevap vermemiştir.

ESTIMA
Anket Araştırma ve Danışmanlık A.Ş.

Hizmet sektöründe faaliyet gösteren firmaların 2014 yılı cirosu 853.343 TL iken, 2015 yılında bu rakam 2 kat-tan fazla artarak 1.708.933 TL'ye ulaşmıştır.

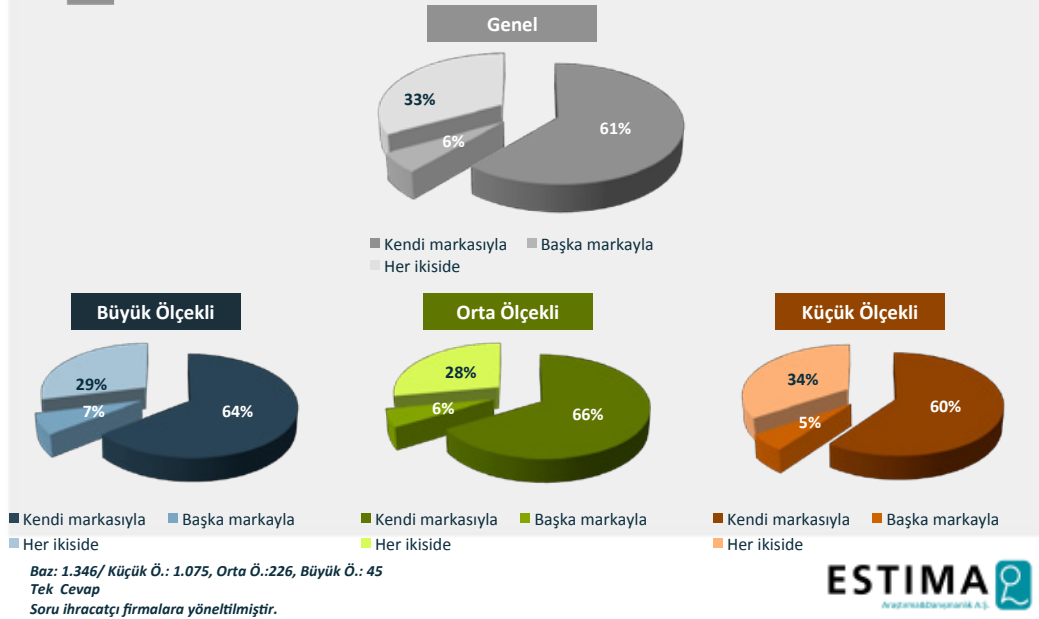
SLAYT 85. FİRMANIN KENDİ MARKASI İLE İHRACATI

FİRMANIN KENDİ MARKASI İLE İHRACATI//

85



Firmanız yurtdışına kendi markasıyla mı İHRACAT yapıyor?



Firmaların ortalama %61'i kendi markasıyla, %33'ü farklı bir markayla ihracat yapmaktadır. Kendi markasıyla ihracat yapan firmaların oranı büyük ölçekli firmalarda %64'e, orta ölçekli firmalarda ise %66'ya yükselmektedir. 2006 yılında yapılan çalışmada, firmaların %64'ünün kendi markasıyla, %24'ünün ise başka bir marka ile ihracat yaptığı bilgisi edinilmiştir.

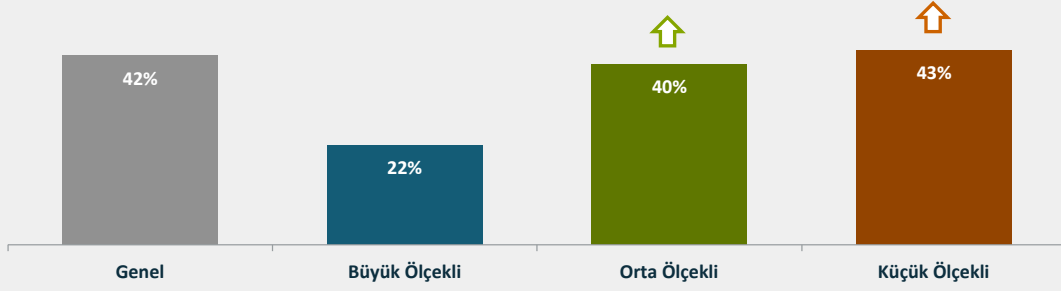
İHRACATTA MARKADA ORTAKLIK EĞİLİMİ//

86



İhracat için başka firmalarla ortak marka altında hareket etmeyi düşünür müsünüz?

Evet, düşünürüm



Baz: 1.346/ Küçük Ö.: 1.075, Orta Ö.:226, Büyük Ö.: 45
Tek Cevap
Soru ihracatçı firmalara yöneltilmiştir.

ESTIMA Araştırma & Danışmanlık A.Ş.

Firmaların ortalama %42'si ihracat yapmak için başka firmalarla ortak marka altında hareket etmeyi düşünmektedir. Büyük ölçekli firmaların sadece %22'si ortaklığa sıcak bakarken, küçük ölçekli firmaların %43'ü ihracat yapmak için ortak bir marka yaratma konusunda olumlu düşünmektedir.

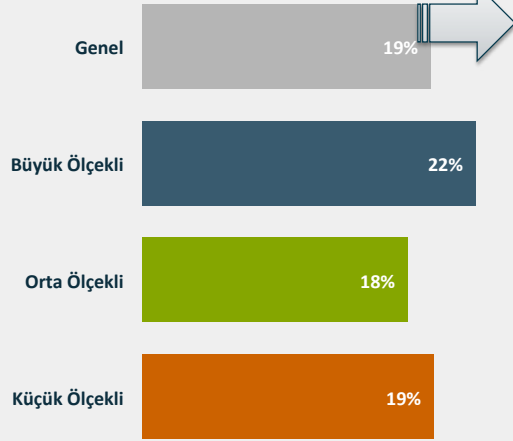
YURTDIŞINDA TEMSİLCİLİK //

87

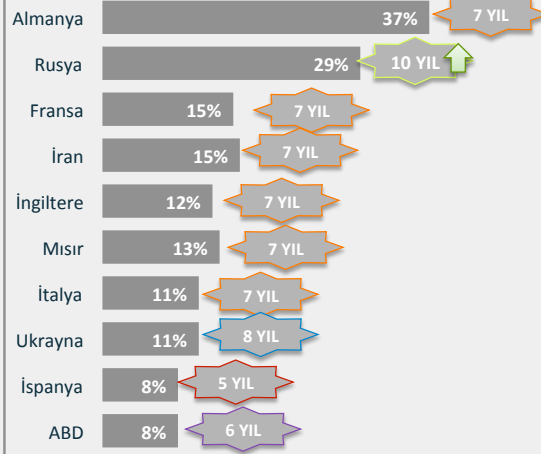


Firmanızın yurt dışında temsilcisi/ mümessili var mı? Firmanızın hangi ülkelerde mümessili olduğunu ve kaç yıldır bu ülkelerde faaliyet gösterdiğini söyler misiniz?

Evet, var



Ülkeler – TOP10



Baz: 259; Çok Cevap

Soru yurtdışında temsilcisi olan ihracatçı firmalara yöneltilmiştir.

Baz: 1.346/ Küçük Ö.: 1.075, Orta Ö.:226, Büyük Ö.: 45

Tek Cevap

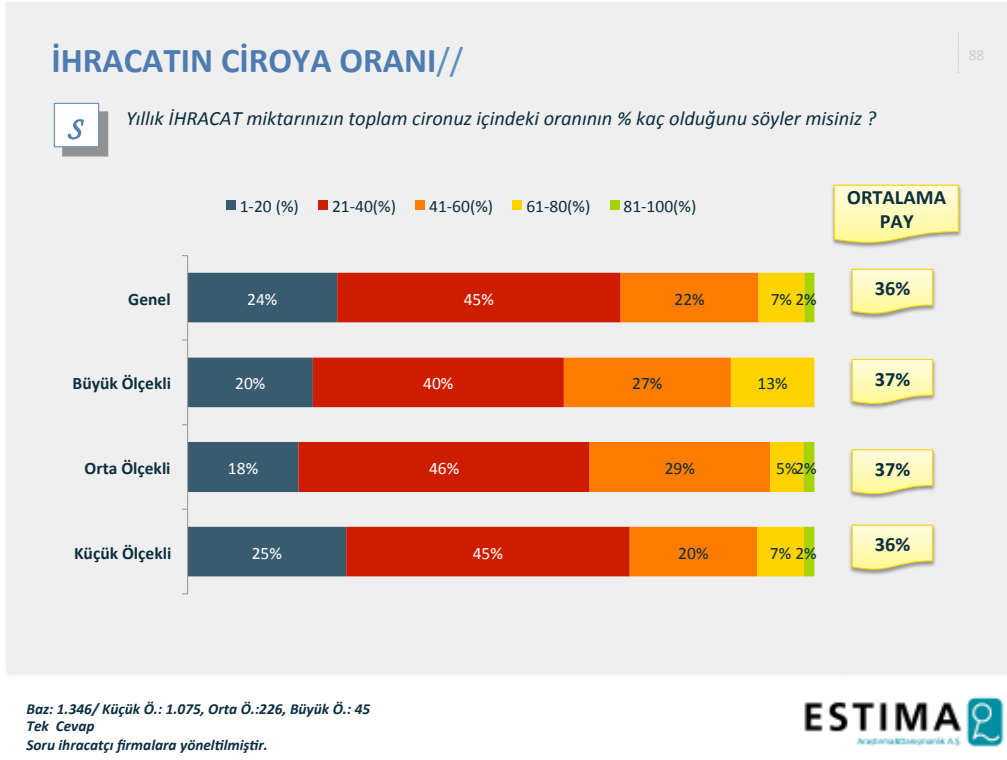
Soru ihracatçı firmalara yöneltilmiştir.

ESTIMA

 Araştırma & Danışmanlık A.Ş.

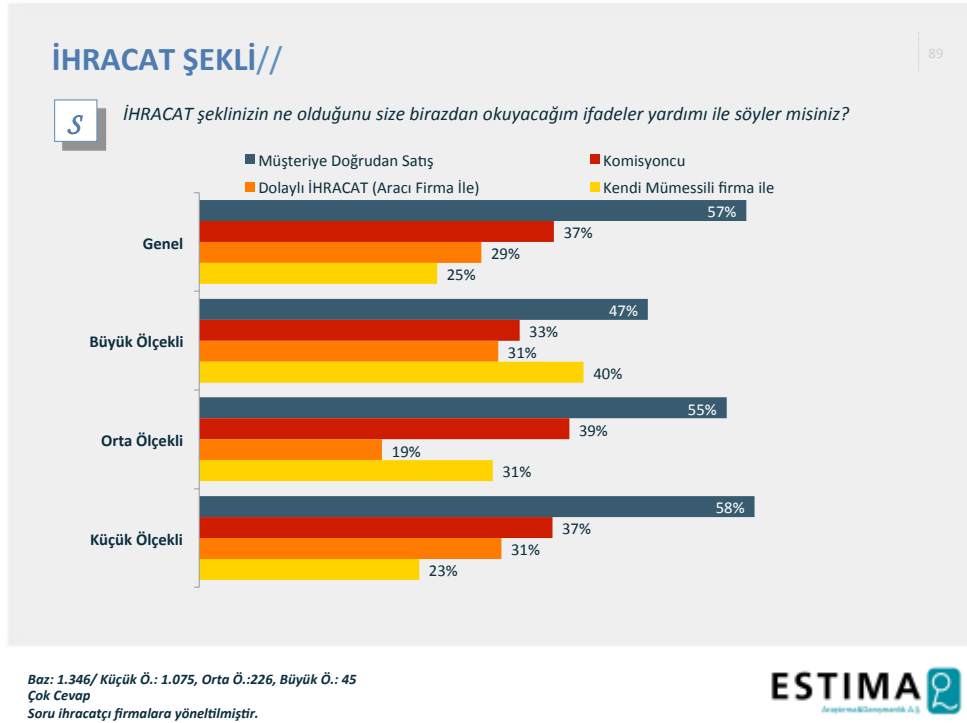
Firmaların ortalama %19'unun yurt dışında bir temsilciliği bulunmaktadır. Yurt dışında temsilciliği olan firmaların %37'sinin ortalama 7 yıldır Almanya'da temsilciliği bulunurken, %29'unun ise 10 yıldır Rusya'da bir temsilciliği vardır.

SLAYT 88. İHRACATIN CİROYA ORANI



Firmaların yaptıkları ihracat toplam cirolarından ortalama %36 pay almaktadır. Firmaların sadece %2'lik bir kısmının yaptığı ihracat, toplam cirolarından %81 ila %100 pay almaktadır.

SLAYT 89. İHRACAT ŞEKLİ



Firmaların %57'si müşteriye doğrudan satış yaparken, %37'si komisyoncu aracılığıyla ihracatını gerçekleştirmektedir. Firmaların %29'u aracı firma vasıtasıyla yurt dışına satış yapmakta ve %25'i kendi bayileri aracılığıyla satış işlemlerini gerçekleştirmektedir. Büyük ölçekli firmaların ise %40'ı ihracatlarını bayileri aracılığıyla yapmaktadır.

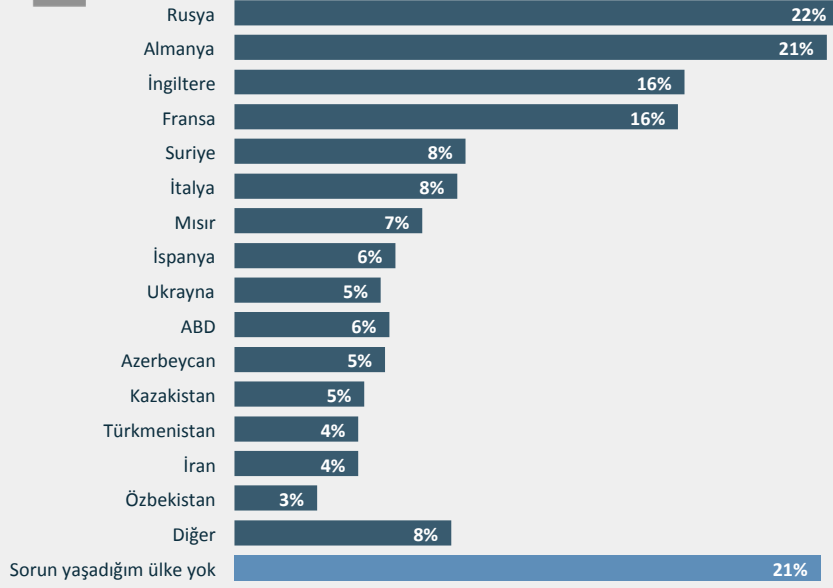
2006 yılında yapılan çalışmada firmaların yaklaşık %87'si müşteriye doğrudan satış yaptığını ifade etmiştir.

İHRACATTA SORUNLA KARŞILAŞILAN ÜLKELER//

90



Özellikle hangi ülkelerle İHRACAT yaparken sorunlarla karşılaşıyorsunuz, söyler misiniz?

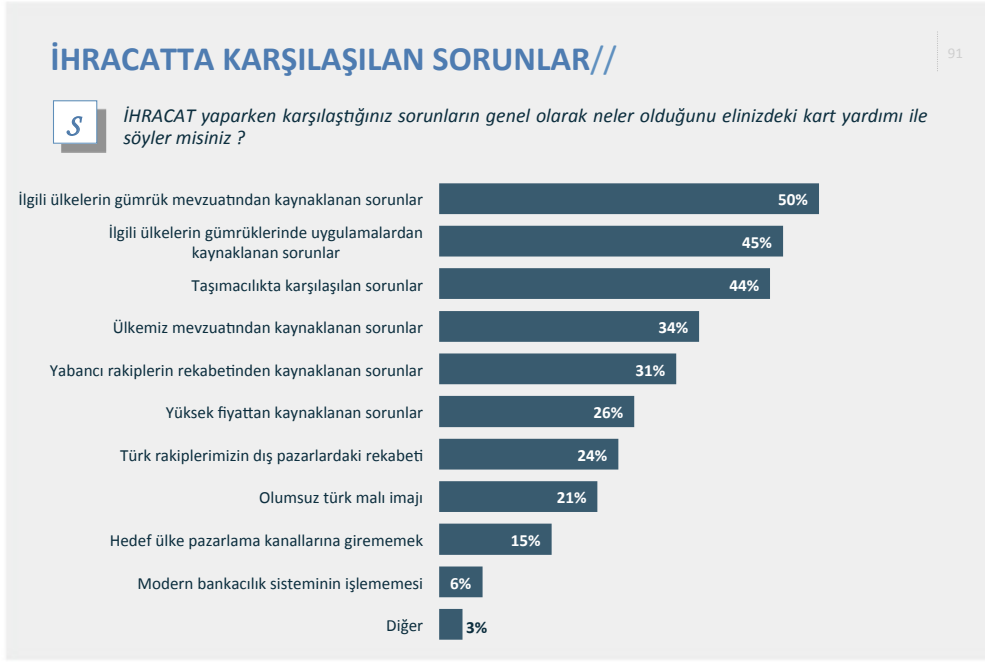


Baz: 1.346/ Küçük Ö.: 1.075, Orta Ö.:226, Büyük Ö.: 45
Çok Cevap
Soru ihracatçı firmalara yöneltilmiştir.

ESTIMA Araştırma & Danışmanlık A.Ş.

Firmaların ihracatta en fazla sorun yaşadığı ülke Rusya'dır. Rusya'yı Almanya, İngiltere, Fransa, Suriye ve İtalya takip etmektedir. 2006 yılında yapılan çalışmada ise firmalar, en fazla Rusya, Suriye, İran, Mısır ve Irak'ta sorun yaşadıklarını ifade etmişlerdir.

SLAYT 91. İHRACATTA KARŞILAŞILAN SORUNLAR



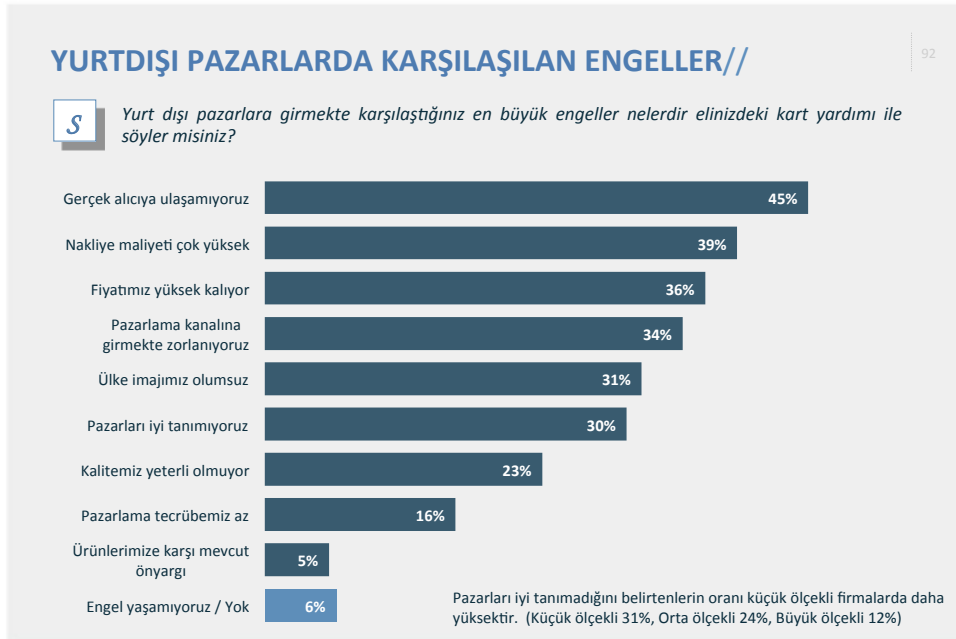
Baz: 1.346; Çok Cevap
Soru ihracatçı firmalara yöneltilmiştir.

ESTIMA
Araştırma ve Danışmanlık A.Ş.

Makine ihracatı yapan firmaların en çok karşılaştığı sorunların başında ilgili ülkelerin gümrük mevzuatından ve uygulamalarından kaynaklanan sorunlar ile taşımacılıkta karşılaşılan problemler gelmektedir.

2006 yılında yapılan çalışmada da firmaların en çok sorun yaşadığı konu ilgili ülkelerin gümrük mevzuatından kaynaklanan sorunlardı. Firmalar aynı yıl ülkemiz mevzuatından kaynaklanan sorunlar ve yüksek fiyattan kaynaklanan sorunları da dile getirmişlerdir.

SLAYT 92. YURT DIŞI PAZARLARDAKİ KARŞILAŞILAN ENGELLER



Baz: 2.171
Çok Cevap
Soru tüm firmalara yöneltilmiştir.

ESTIMA
Araştırma ve Danışmanlık A.Ş.

Gerçek alıcıya ulaşamama, nakliye maliyeti yüksekliği ve fiyatta rekabet edememek ilk üç engel olarak dile getirilmiştir. 2006 yılındaki çalışmada, firmalar yurt dışı pazarlara girerken karşılaştığı ilk üç engeli yüksek fiyat, pazarları iyi tanımama ve pazarlama kanalına girmekte zorlanma olarak belirtmişlerdir.

HEDEF PAZARLAR- TOP 10//

93



Gelecek dönemde ilk kez girmeyi planladığınız 10 hedef ülkeyi öncelik sıranıza göre söyler misiniz?

Genel	%	Büyük Ölçekli	%	Orta Ölçekli	%	Küçük Ölçekli	%
Almanya	11%	Almanya	21%	Almanya	8%	Almanya	12%
Rusya	9%	İspanya	9%	ABD	7%	Rusya	10%
ABD	7%	Rusya	7%	Ukrayna	7%	ABD	8%
Ukrayna	6%	Tayland	5%	Rusya	7%	Ukrayna	5%
İngiltere	5%	Çin	5%	Kazakistan	5%	İran	5%
İran	5%	Romanya	4%	İtalya	4%	İngiltere	5%
Çin	4%	İtalya	4%	İsviçre	4%	Çin	4%
Fransa	4%	Azerbaycan	4%	Fransa	4%	Fransa	4%
Kazakistan	4%	Fransa	4%	Brezilya	4%	Kazakistan	4%
Azerbaycan	4%	İngiltere	4%	İngiltere	4%	Azerbaycan	4%
Hedef ülke yok	40%	Hedef ülke yok	33%	Hedef ülke yok	31%	Hedef ülke yok	42%

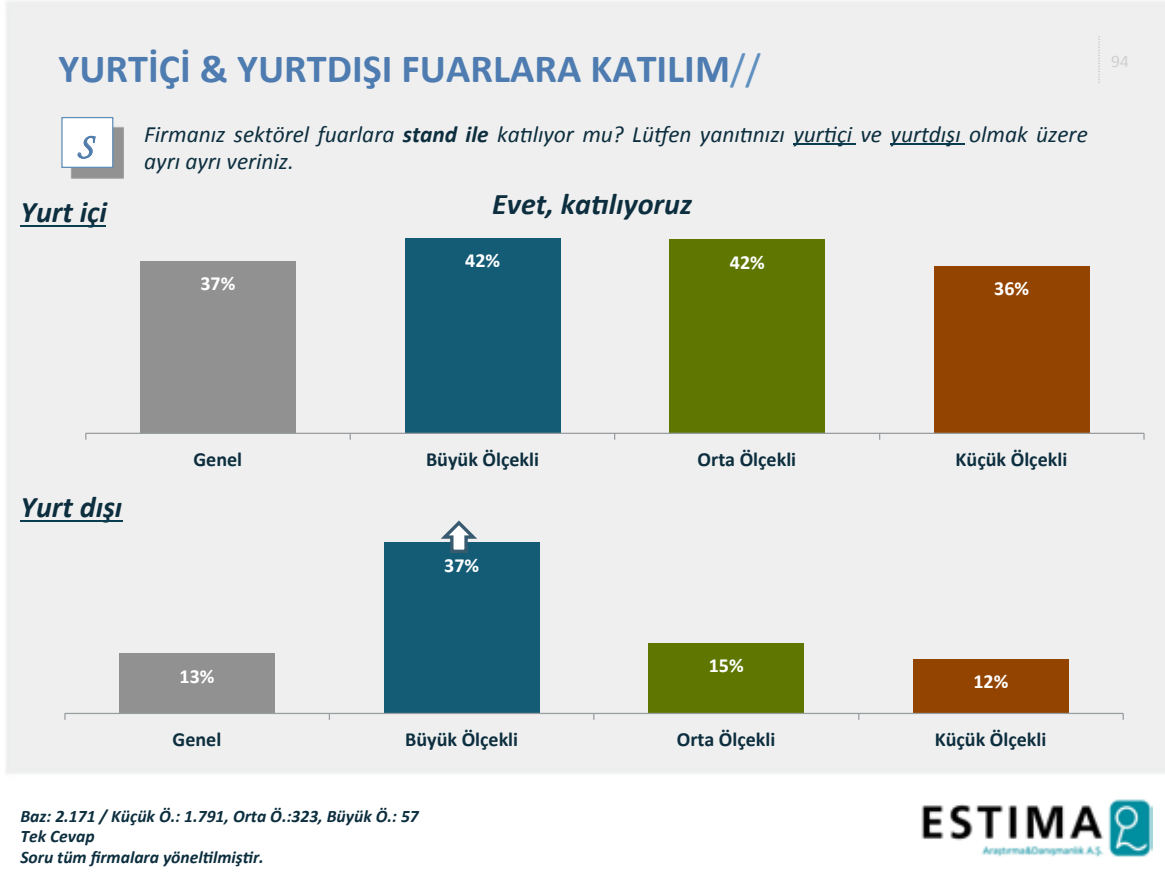
Firmaların 97%'si hedef pazar olarak önemli gördüğü ancak çeşitli ticari engellerden dolayı vazgeçtiği ülkeler olmadığını vurgulamaktadır. Bu eğilim firmaların ölçeğine göre farklılaşmamaktadır.

Baz: 2.171 / Küçük Ö.: 1.791, Orta Ö.:323, Büyük Ö.: 57
Soru tüm firmalara yöneltilmiştir.
İlk 10 ülke cevapları raporlanmıştır.



Makine imalatçıların gelecek dönemde ilk kez girmeyi hedefledikleri ilk ülke Almanya'dır. Firmaların ortalama %11'i Almanya'ya girmeyi hedeflerken, büyük ölçekli firmaların %21'i Almanya pazarını hedef olarak belirlemiş durumdadır.

Firmaların ortalama %40'ı ise önümüzdeki dönemde herhangi bir ülkeye ilk kez satış yapmayı planlamamaktadır.

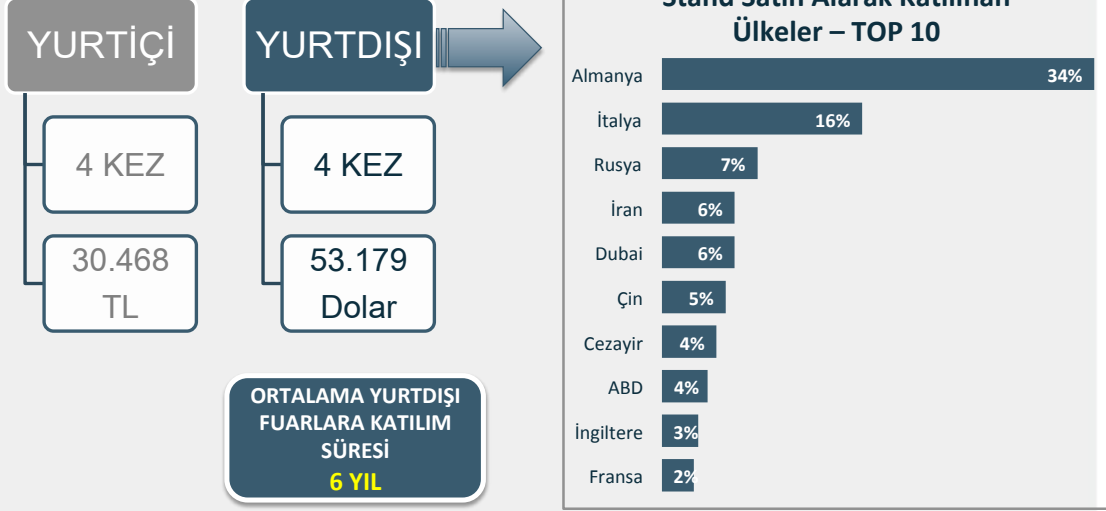


Firmaların ortalama %37'si yurt içindeki fuarlara katılırken, yalnızca %13'ü yurt dışındaki fuarlara katılmaktadır. Büyük ölçekli firmalarda ise yurt içindeki fuarlara katılım oranı %42'ye, yurt dışındaki fuarlara katılım oranı %37'ye yükselmektedir.

KATILINAN FUAR SAYISI VE BÜTÇE//

95

S 2015 yılında **stand satın alarak** katıldığınız YURTIÇİ/YURTDIŞI sektörel fuar sayısını ve bu fuarlara katılım için ayırdığınız toplam bütçeyi TL cinsinden söyler misiniz?



Baz- Yurtiçi: 805/ Baz- Yurtdışı:281

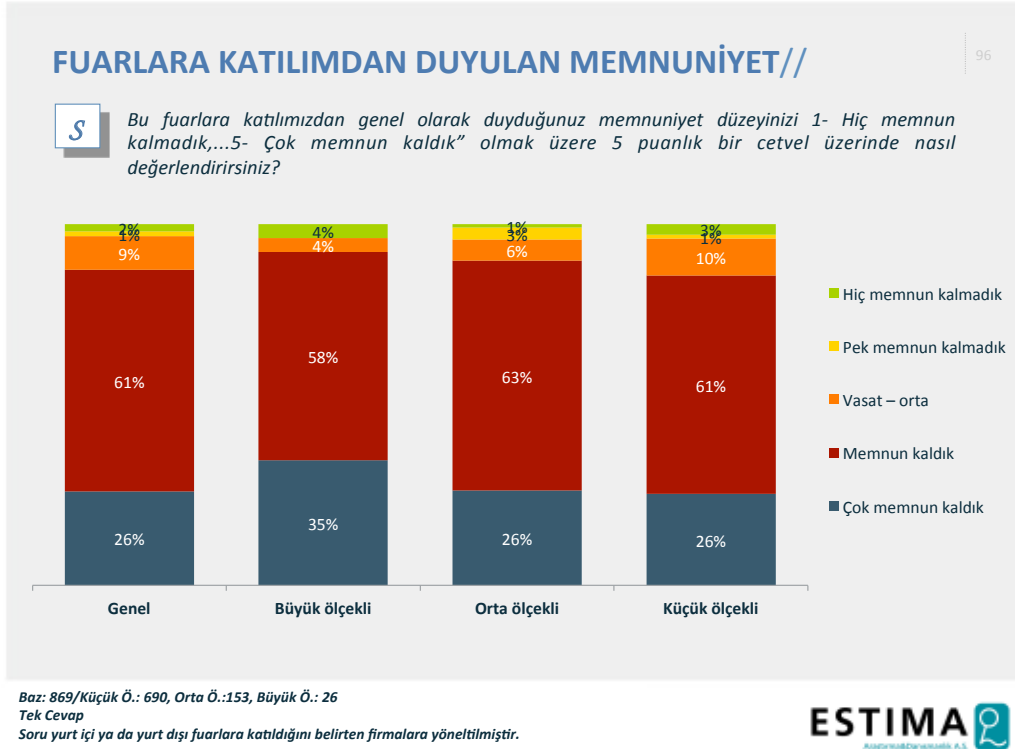
Soru yurt içi/ yurtdışı fuarlara katıldığını belirten firmalara yöneltilmiştir.

ESTIMA

Firmalar hem yurt içinde hem de yurt dışında yılda ortalama 4 kez fuara katılmaktadır. Bu firmalar yurt içi fuarlara yılda ortalama 30.468 TL, yurt dışı fuarlara ise yılda ortalama 53.179 Dolar harcamaktadır. Ortalama 6 yıldır yurt dışında fuara katılan Türk firmalarının en çok tercih ettiği ilk üç ülke Almanya, İtalya ve Rusya'dır.

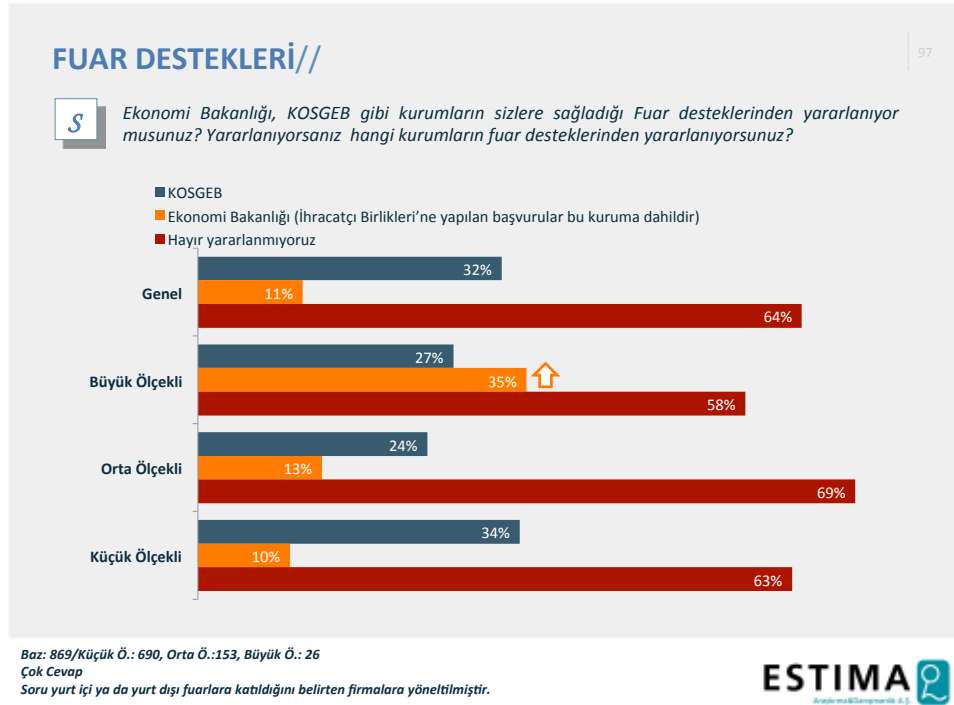
2006 yılında yapılan çalışmada en fazla fuara katılınan ilk üç ülke: Almanya, Suriye, Mısır'dır.

SLAYT 96. FUARLARA KATILIMDAN DUYULAN MEMNUNİYET



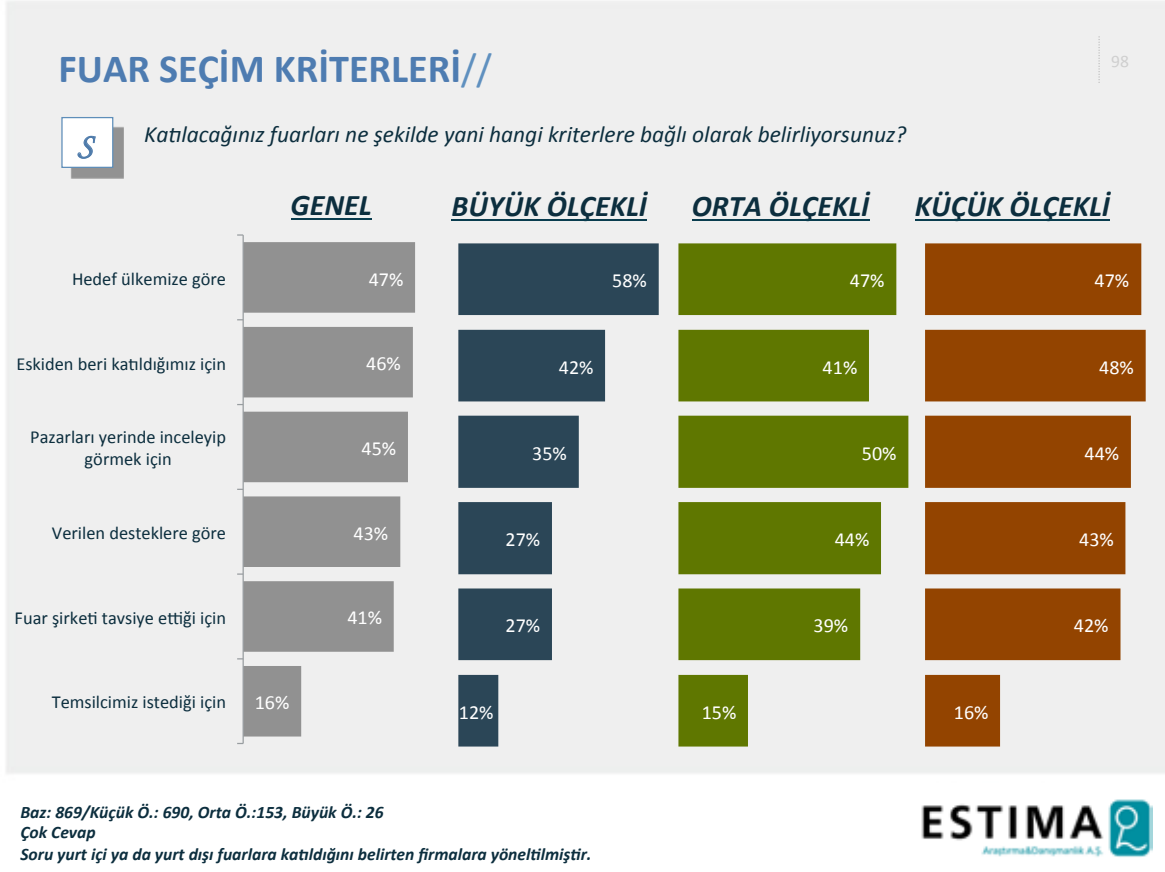
Fuarlara katılan firmaların %87'si fuarlara katılımdan memnuniyet duymaktadır. (2006 yılında yapılan çalışmada fuarlara katılımdan duyulan memnuniyet oranı %67'dir.) Büyük ölçekli firmaların ise %93'ü fuarlardan memnun ayrılmaktadır.

SLAYT 97. FUAR DESTEKLERİ



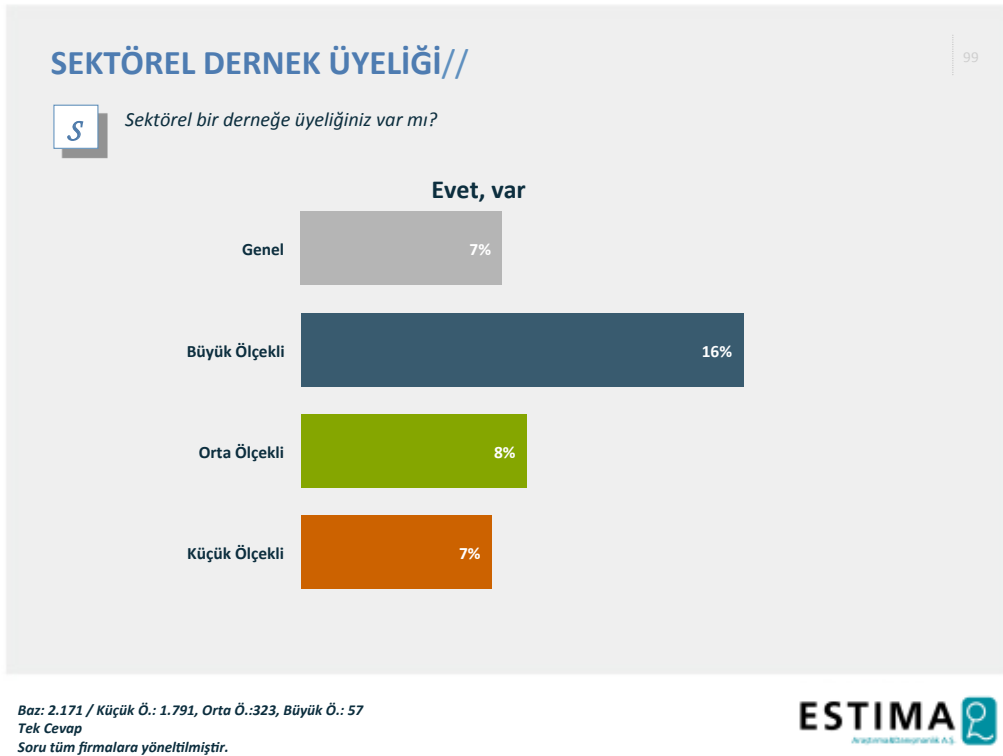
Fuarlara katılan firmaların ortalama %32'si KOSGEB desteklerinden, %11'i ise Ekonomi Bakanlığı tarafından verilen ihracata yönelik devlet desteklerinden faydalanmaktadır. Firmaların %64'ü ise hiçbir devlet desteğinden faydalanmamaktadır. Büyük ölçekli firmalar Ekonomi Bakanlığı tarafından sağlanan desteklerden daha aktif olarak faydalanmaktadır. 2006 yılında yapılan çalışmada, firmaların %57'sinin hiçbir destekten faydalanmadığı sonucu çıkmıştır.

SLAYT 98. FUAR SEÇİM KRİTERLERİ

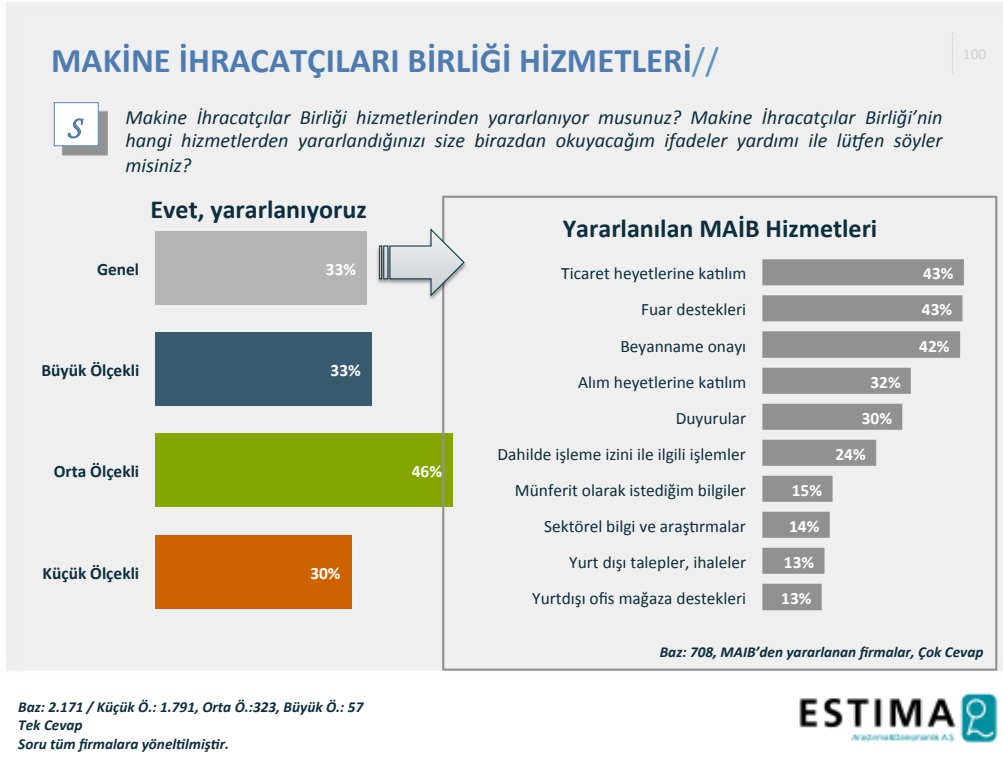


Makine sektörüyle ilgili fuarlara katılan firmaların %47'si katılacakları fuarları belirlerken hedef ülkelerini göz önünde bulundurmaktadır. Firmaların %46'sı ise alışkanlıklarını sürdürmekte ve fuarlara eskiden katıldıkları için katılmaya devam etmektedirler.

SLAYT 99. SEKTÖREL DERNEK ÜYELİĞİ



Firmaların ortalama %7'si bir sektörel derneğe üyedir. Bu oran büyük ölçekli firmalarda %16'ya yükselmektedir.



Firmaların %33'ü Makine İhracatçıları Birliği'nin verdiği hizmetlerden faydalandıklarını belirtmişlerdir. Orta ölçekli firmaların ise %46'sı Birliğin hizmetlerinden faydalanmaktadır.

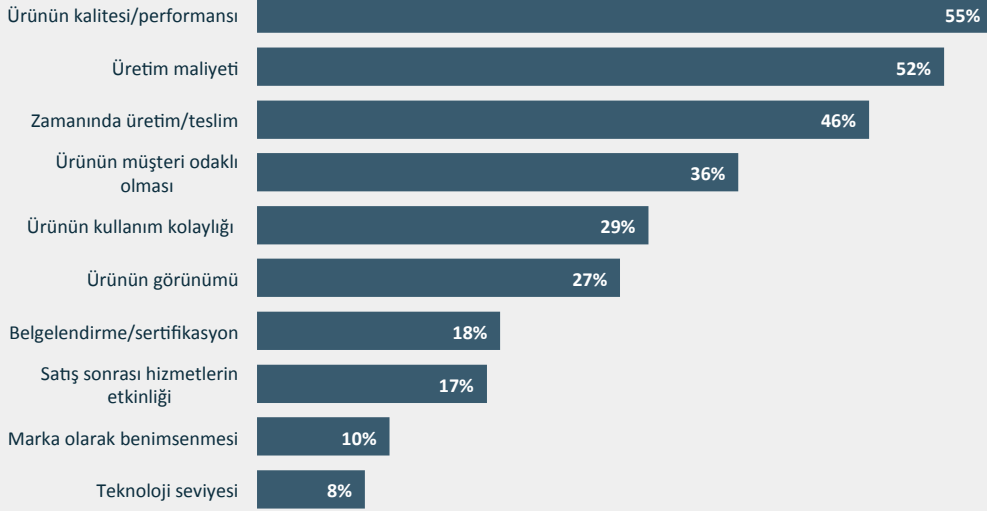
2006 yılında yapılan çalışmada firmaların %49'u Makine İhracatçıları Birliği'nin verdiği hizmetlerden yararlandığını belirtmiştir. Söz konusu yılda yararlanılan kalemler arasında duyurular, yurt dışı çıkış harç muafiyet işlemleri ve beyanname onayı başta gelmektedir.

REKABET GÜCÜNÜ ETKİLEYEN UNSURLAR//

101



Sizin sektörünüzde uluslararası rekabet gücünü etkileyen en önemli üç unsurun neler olduğunu elinizdeki kart yardımıyla söyler misiniz?



Baz: 2.171; Çok Cevap
Soru tüm firmalara yöneltilmiştir.



Çalışmada ürünün kalitesi/performansı, üretim maliyeti ve zamanında üretim/teslim rekabet gücünü etkileyen en önemli unsurlar olarak vurgulanmıştır.

2006 yılında yapılan çalışmada, firmalar uluslararası rekabet gücünü etkileyen en önemli ilk 3 unsuru üretim maliyeti (%67), ürünün kalitesi/performansı (%43) ve belgelendirme/sertifikasyon (%32) olarak belirtmiştir.

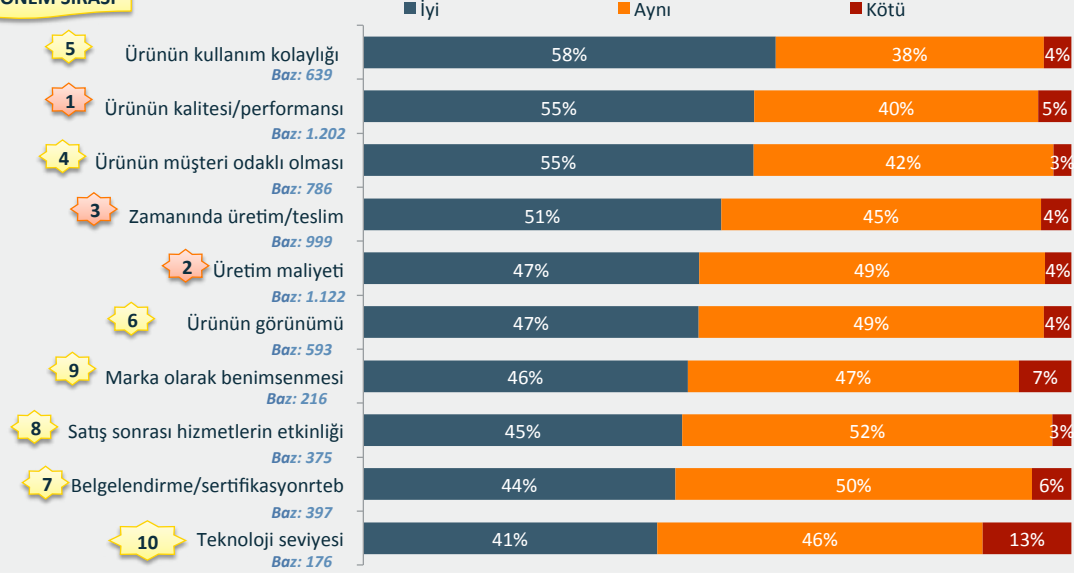
UNSURLAR AÇISINDAN DIŞ RAKİPLERE GÖRE KONUM//

102

S

Bu üç unsurun herbiri açısından işyerinizin dış rakiplerinize göre konumu nasıldır, “iyi, aynı ya da kötü” olmak üzere söyler misiniz?

ÖNEM SIRASI



Baz: Unsuru rekabet gücü açısından ilk 3'te belirtenler
Tek Cevap

ESTIMA
Araştırma & Danışmanlık A.Ş.

Firmalar, dış rakiplere göre avantaj yaratan ilk 3 unsuru ürünün kalitesi/performansı, üretim maliyeti ve zamanında üretim/teslim olarak belirtmektedir. Ürünün kalitesi/performansı açısından firmaların %55'i dış rakiplere göre daha iyi konumda olduğunu düşünmektedir. Firmaların dış rakiplere göre kendilerini en yetersiz gördükleri alanlar teknoloji seviyesi ve markalaşmadır.

KRİTERLERE GÖRE RAKİPLERLE KONUM//

103



Şimdi size okuyacağım kriterler açısından rakiplerinize göre konumunuzun nasıl olduğunu size okuyacağım ifadeler yardımı ile söyler misiniz?

GENEL	Dünyadaki Firmalardan Daha İleride	Dünyadaki Önde Gelen Firmalarla Aynı Düzeyde	Rekabet Edebilecek Düzeyde	Kısmen/Çok Yetersiz
Makine ve teçhizat	6%	28%	47%	19%
Üretim ölçeği	4%	22%	51%	23%
Üretimde esneklik	5%	21%	51%	23%
İşgücünün niteliği	4%	24%	48%	23%
Teknoloji kullanım becerisi	4%	20%	49%	26%
Fikri mülkiyet hakları (patent vb.)	4%	18%	36%	41% ↓
Pazarlama bilgisi	4%	19%	40%	36% ↓

BÜYÜK ÖLÇEKLİ	Dünyadaki Firmalardan Daha İleride	Dünyadaki Önde Gelen Firmalarla Aynı Düzeyde	Rekabet Edebilecek Düzeyde	Kısmen/Çok Yetersiz
Makine ve teçhizat	16%	28%	32%	25%
Üretim ölçeği	5%	28%	44%	23%
Üretimde esneklik	7%	33%	30%	30%
İşgücünün niteliği	9%	25%	40%	26%
Teknoloji kullanım becerisi	5%	26%	37%	32%
Fikri mülkiyet hakları (patent vb.)	9%	33%	32%	26%
Pazarlama bilgisi	9%	35%	32%	25%



Firmaların ortalama %6'sı makine ve teçhizat üretiminde dünyadaki rakiplerinden daha ileride, %47'si ise rakipleriyle rekabet edebilecek seviyede olduklarını düşünmektedir. (2006 yılında yapılan çalışmada firmaların sadece %2'si rakiplerinden daha ileride olduğunu düşünürken, %50'si rakipleriyle rekabet edebilecek düzeyde olduklarını belirtmiştir.)

Firmaların kendilerini en yetersiz gördükleri alanlar ise fikri mülkiyet hakları (patent vb.) ile pazarlama bilgisidir. (2006 yılında firmaların kendilerini en yetersiz gördükleri alanlar işgücünün niteliği, teknoloji kullanım becerisi ve üretimde esnekliktir.) Büyük ölçekli firmaların kendilerini rakiplerine karşı en yetersiz konumlandıkları iki unsur teknoloji kullanım becerisi ve üretimde esnekliktir.

SLAYT 104. KRİTERLERE GÖRE RAKİPLERLE KONUM-2

KRİTERLERE GÖRE RAKİPLERLE KONUM//

104



Şimdi size okuyacağım kriterler açısından rakiplerinize göre konumunuzun nasıl olduğunu size okuyacağım ifadeler yardımı ile söyler misiniz?

ORTA ÖLÇEKLİ	Dünyadaki Firmalardan Daha İleride	Dünyadaki Önde Gelen Firmalarla Aynı Düzeyde	Rekabet Edebilecek Düzeyde	Kısmen/Çok Yetersiz
Makine ve teçhizat	7%	37%	41%	15%
Üretim ölçeği	6%	23%	54%	17%
Üretimde esneklik	6%	29%	47%	18%
İşgücünün niteliği	6%	32%	45%	17%
Teknoloji kullanım becerisi	7%	24%	48%	21%
Fikri mülkiyet hakları (patent vb.)	7%	25%	35%	34% ↓
Pazarlama bilgisi	6%	25%	38%	31% ↓

KÜÇÜK ÖLÇEKLİ	Dünyadaki Firmalardan Daha İleride	Dünyadaki Önde Gelen Firmalarla Aynı Düzeyde	Rekabet Edebilecek Düzeyde	Kısmen/Çok Yetersiz
Makine ve teçhizat	6%	26%	49%	19%
Üretim ölçeği	4%	21%	51%	24%
Üretimde esneklik	4%	20%	52%	24%
İşgücünün niteliği	4%	23%	49%	25%
Teknoloji kullanım becerisi	4%	19%	50%	27%
Fikri mülkiyet hakları (patent vb.)	4%	16%	37%	43% ↓
Pazarlama bilgisi	4%	18%	41%	38% ↓



Orta ve küçük ölçekli firmalar, fikri mülkiyet hakları (patent vb.) ve pazarlama bilgisi konusunda kendilerini yetersiz görmektedir.

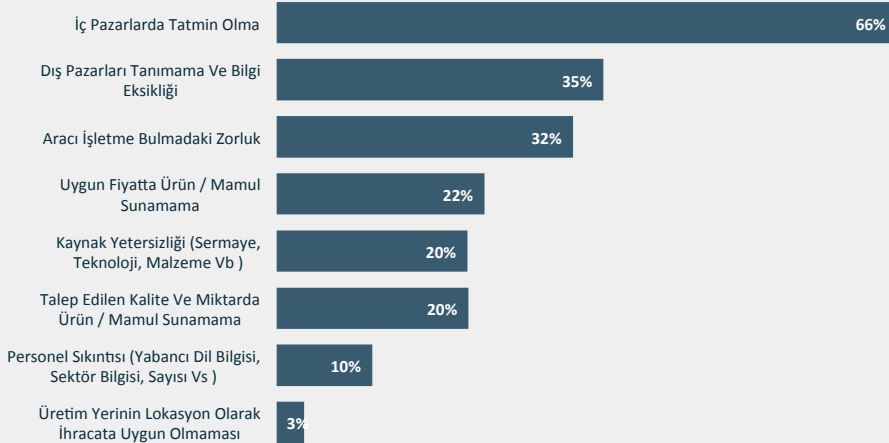
SLAYT 105. İHRACAT YAPMAMA NEDENLERİ

İHRACAT YAPMAMA NEDENLERİ//

105



İHRACAT yapmama nedenlerinizin neler olduğunu söyler misiniz?



Baz: 825; Çok Cevap
Soru ihracatı olmayan firmalara yöneltilmiştir.



İç pazarda tatmin olma ihracat yapmama nedenleri arasında ilk sıradadır. 2006 yılında yapılan çalışmada, firmaların ihracat yapmama nedenlerin başında yine iç pazardaki durumlarından tatmin olmaları gelmektedir. Aynı yıl firmaların belirttiği diğer nedenler ise talebin yetersiz olması ve pazarlama kanalına girmekte zorlanmalarıdır.

SLAYT 106. KALİTE & STANDART SERTİFİKASI SAHİPLİĞİ

KALİTE & STANDART SERTİFİKASI SAHİPLİĞİ//

106



İşletmenizin sahip olduğu kalite, standartlar belgeleri / sertifikaları var mı varsa bunlar nelerdir söyler misiniz?

	Genel	Büyük Ölçekli	Orta Ölçekli	Küçük Ölçekli
HAYIR, YOK	38%	40%	36%	38%
ISO 9001	44%	33%	49% ↑	44%
TSE	22%	40%	26%	21%
CE İŞARETİ	20%	18%	17%	21%
ISO 9000	7%	9%	6%	7%
ISO 9004	3%	2%	3%	3%
ISO 14000	3%	11% ↑	3%	2%
ISO 19011	2%	2%	3%	2%
Diğer	3%	7%	5%	3%

Baz: 2.171 / Küçük Ö.: 1.791, Orta Ö.:323, Büyük Ö.: 57
Çok Cevap
Soru tüm firmalara yöneltilmiştir.



Firmaların ortalama %38'inin herhangi bir kalite, standart belgesi veya sertifikası bulunmamaktadır. 2006 yılında yapılan çalışmada bu oran %54'tü.

SLAYT 107. SATIŞLARDA BELGELENDİRMEYE İLİŞKİN SORUN DURUMU

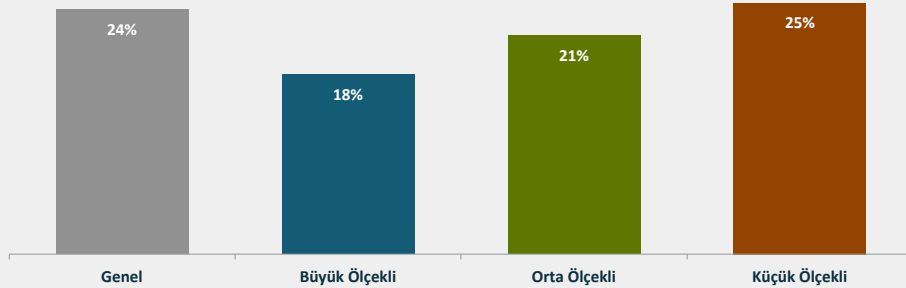
SATIŞLARDA BELGELENDİRMEYE İLİŞKİN SORUN DURUMU//

107



Yurt içi ve yurtdışı ürün satışlarında belgelendirmeye ilişkin sorun ile karşılaşıyor musunuz?

Evet, sorunla karşılaşıyoruz

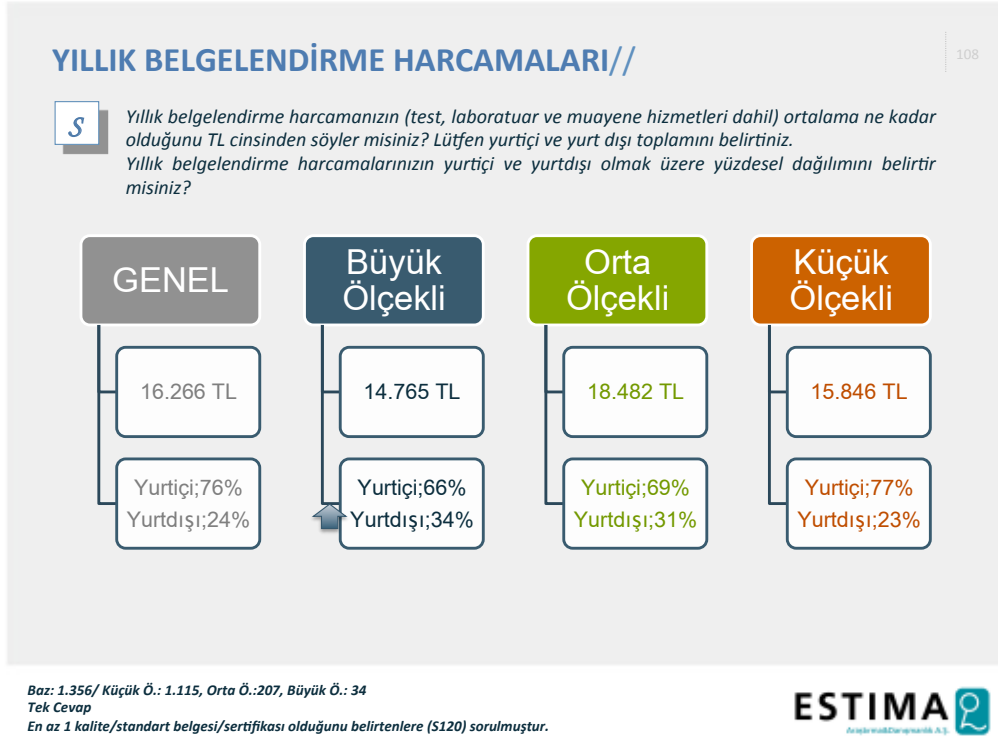


Baz: 2.171 / Küçük Ö.: 1.791, Orta Ö.:323, Büyük Ö.: 57
Tek Cevap
Soru tüm firmalara yöneltilmiştir.



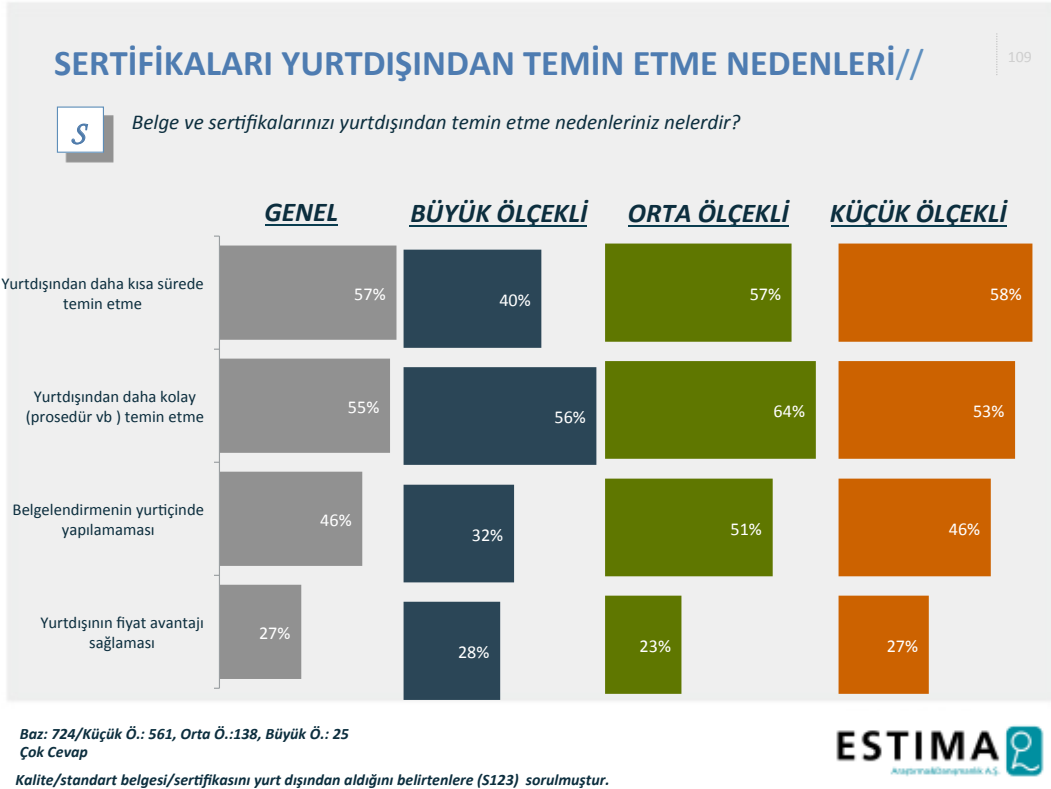
Firmaların ortalama %24'ü yurt içi ve yurt dışı ürün satışlarında belgelendirmeye ilişkin sorunla karşılaştıklarını belirtmektedir. Büyük ölçekli firmaların ise yalnızca %18'i belgelendirme sorunu yaşamaktadır.

SLAYT 108. YILLIK BELGELENDİRME HARCAMALARI



En az 1 kalite/standart belgesi/sertifika olan firmaların test, laboratuvar ve muayene hizmetleri dahil ortalama yıllık belgelendirme harcamaları 16.266 TL'dir. Bu tutarın %76'sı yurt içi belgelendirmeden, %24'ü ise yurt dışı belgelendirme masraflarından kaynaklanmaktadır.

SLAYT 109. SERTİFİKALARI YURT DIŞINDAN TEMİN ETME NEDENLERİ



Firmaların %57'si temin süresinin kısa olması, %55'i ise prosedürlerin kolaylığı sebebiyle sertifikaları yurt dışından temin etmektedir.

BÖLÜM9 //

KREDİLER

ESTIMA 
Anket ve Danışmanlık A.Ş.

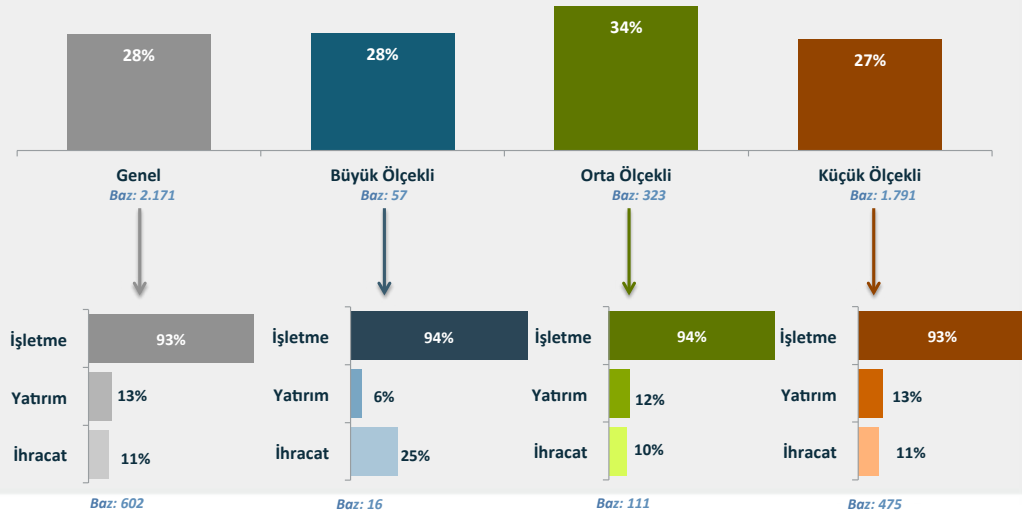
SLAYT 111. KREDİ KULLANIMI

KREDİ KULLANIMI//



Kredi kullanıyor musunuz? Kullandığınız kredi türü ya da türlerinin neler olduğunu söyler misiniz ?

Evet, kullanıyoruz



Baz: Soru kredi kullanan firmalara yöneltilmiştir.

ESTIMA 
Anket ve Danışmanlık A.Ş.

Firmaların ortalama %28'i kredi kullanmaktadır. Bu oran orta ölçekli firmalarda %34'e yükselmektedir. Kredi kullanan firmaların ortalama %93 işletme kredisi kullanmakta, sadece %11'lik kısmı ihracat kredisine başvurmaktadır. Büyük ölçekli firmalarda ise ihracat kredisi kullanım oranı %25'e yükselmektedir.

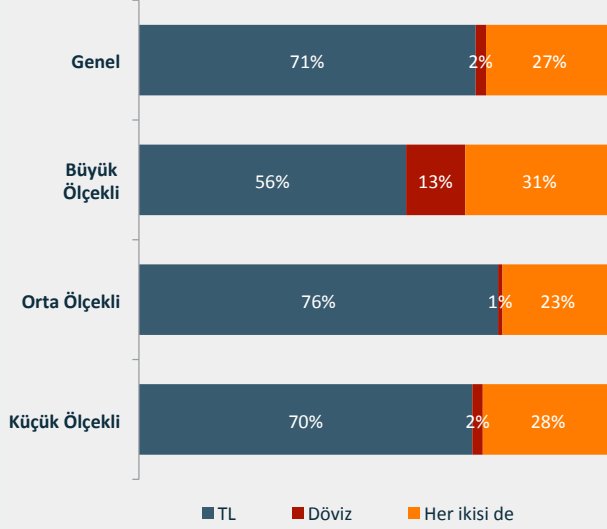
2006 yılında yapılan çalışmada, üreticilerin %53'ünün kredi kullanmadığı bunun da en önemli nedeninin kredi koşullarının çok ağır olduğu ortaya çıkmıştır. Kredi kullananların ise üçte ikisi işletme kredisi kullanmıştır.

DÖVİZ – TL KREDİSİ//

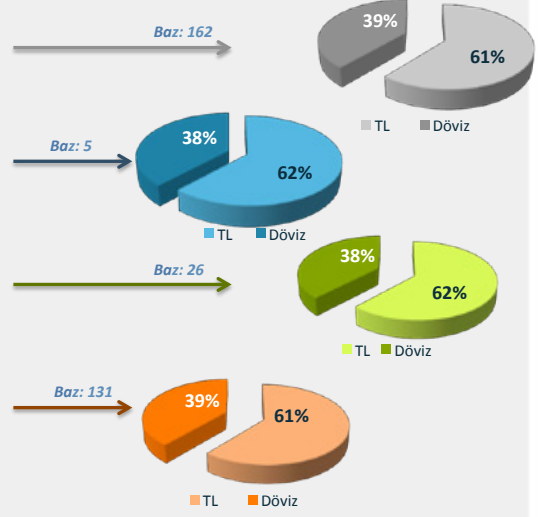
112



Kullanmış olduğunuz kredilerin TL mi Döviz kredisi mi olduğunu söyler misiniz?



Her ikisini de kullanıyorsanız TL / Döviz olarak yüzdesele dağılımını belirtir misiniz ?



Baz: 602/Küçük Ö.: 475, Orta Ö.:111, Büyük Ö.: 16
Tek Cevap
Soru kredi kullanan firmalara yöneltilmiştir.

Baz: TL ve Döviz kredisi kullanan firmalar

ESTIMA
Araştırma & Danışmanlık A.Ş.

Kredi kullanan firmaların %71'i TL, %2'si döviz kredisi kullanmakta ve %27'si ise her iki kredi türüne de başvurmaktadır. Büyük ölçekli firmalarda ise döviz kredisi kullanım oranı %13'e yükselmekte, hem TL hem döviz kredisi kullanan firmaların oranı %31'e çıkmaktadır.

KREDİ ALIM SÜRESİ VE BANKALAR//

113



Kredi kullandığınız kurumun hangisi / hangileri olduğunu söyler misiniz ? Kullandığınız kredilerde kredi başvuru tarihi ile krediyi alış süresi arasındaki zaman ne kadardır, **ortalama olarak söyler misiniz ?**

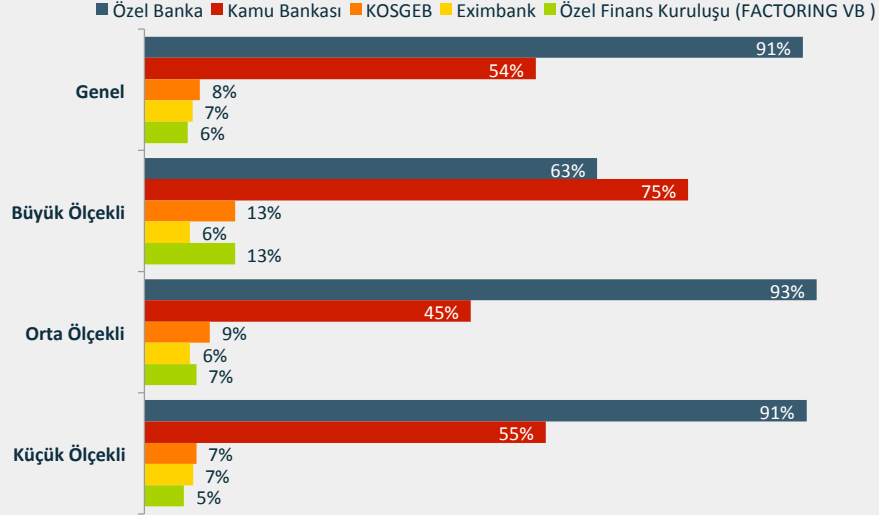
ORTALAMA SÜRE

16 GÜN

15 GÜN

17 GÜN

16 GÜN



Baz: 602/Küçük Ö.: 475, Orta Ö.:111, Büyük Ö.: 16
Çok Cevap
Soru kredi kullanan firmalara yöneltilmiştir.

ESTIMA
Araştırma & Danışmanlık A.Ş.

Kredi kullanan firmaların %91'i özel bankalardan, %54'ü kamu bankalarından kredi kullanmaktadır. (2006 yılında firmaların %84'ü özel bankalardan, %26'sı ise kamu bankalarından kredi kullandığı belirtmiştir.) Büyük firmalarda kamu bankalarından kullanılan kredilerin oranı %75'e çıkmaktadır. Ortalama kredi alım süresi 16 gündür.

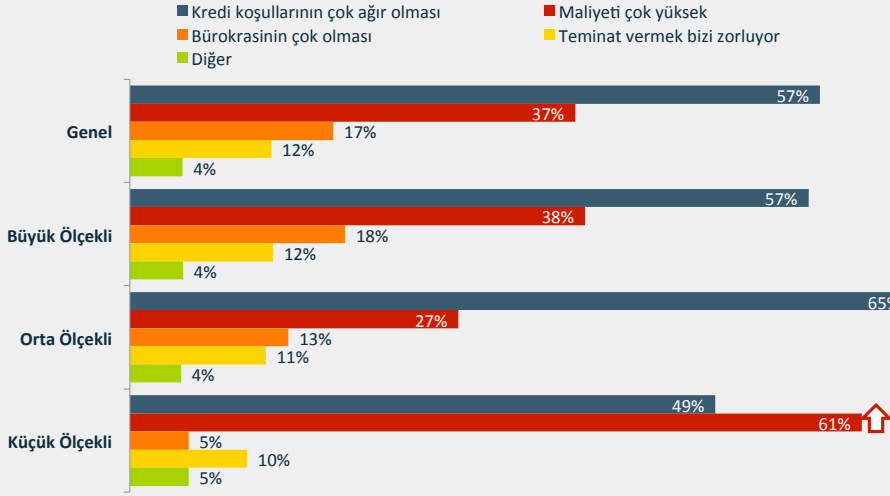
SLAYT 114. KREDİ KULLANMAMA NEDENLERİ

KREDİ KULLANMAMA NEDENLERİ//

114

S

Kredi kullanmadığınızı söylediniz, özellikle kredi kullanmama nedenlerinizin neler olduğunu söyler misiniz?



Baz: 1.569/Küçük Ö.: 1.316, Orta Ö.:212, Büyük Ö.:41
Çok Cevap
Soru kredi kullanmayan firmalara yöneltilmiştir.

ESTIMA
Araştırma & Danışmanlık A.Ş.

Kredi kullanmayan firmalar genellikle kredi koşullarının ağır olması, kredi maliyetlerinin yüksek olması ve bürokrasinin çok olması sebebiyle kredi kullanmadıklarını belirtmektedir. Küçük ölçekli firmaların kredi kullanmama sebeplerinde ise kredi maliyetinin yüksek olması öne çıkmaktadır.

SLAYT 115. BÖLÜM 10 / SİSTEMLER VE SÜREÇLER

BÖLÜM10 // SİSTEMLER VE SÜREÇLER

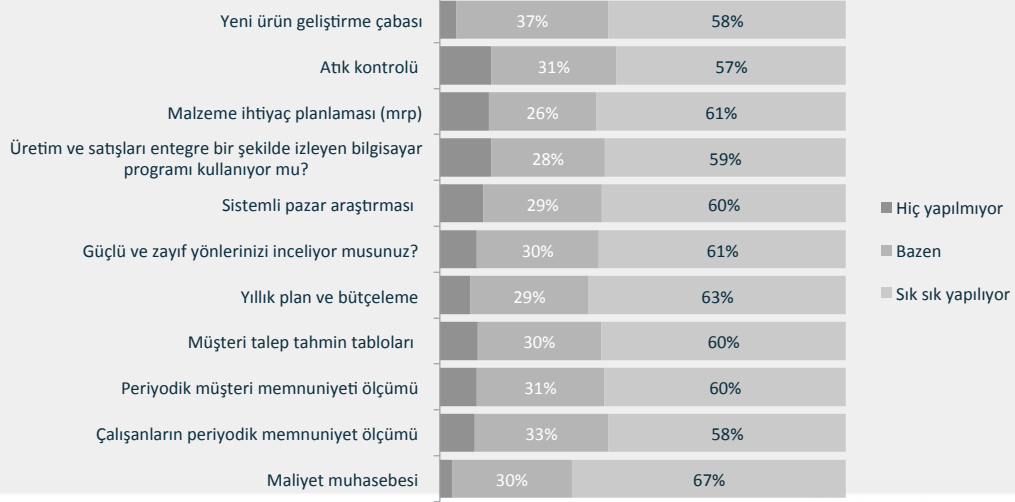
ESTIMA
Araştırma & Danışmanlık A.Ş.

UYGULANAN SİSTEMLER & SÜREÇLER//

116



İşletmenizde şimdi size okuyacağım sistemler ve süreçler uygulanıyor mu, uygulanıyorsa ne sıklıkta uygulandığını "BAZEN YA DA SIK SIK" olmak üzere söyler misiniz?

GENEL

Baz: 2.171
Her unsura tek cevap
Soru tüm firmalara yöneltilmiştir.

ESTIMA
Araştırma & Danışmanlık A.Ş.

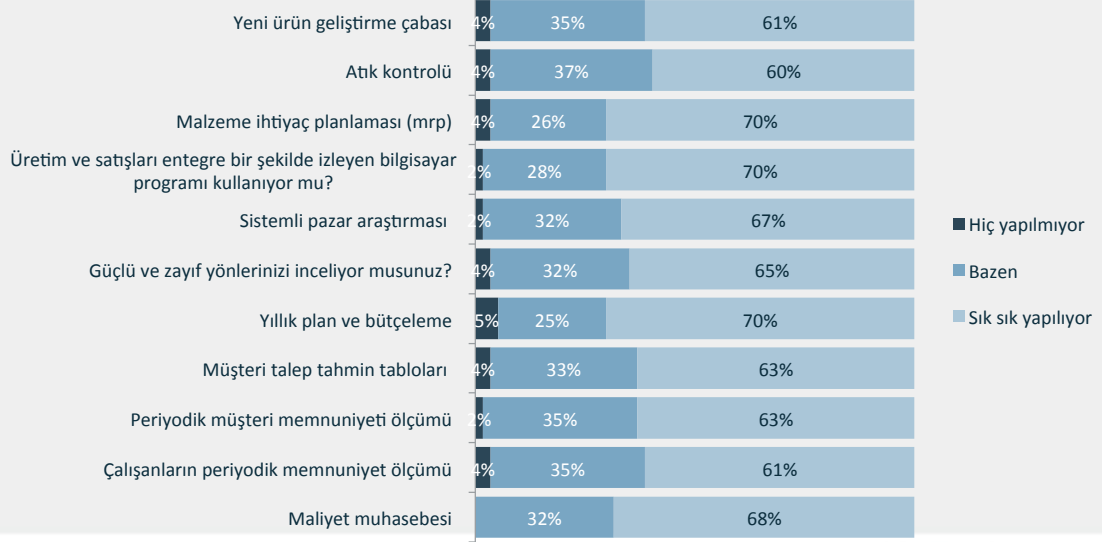
Firmaların yeni ürün geliştirme çabası, maliyet muhasebesi ve yıllık plan ve bütçeleme gibi sistem ve süreçleri iyi uygularken, atık kontrolü, üretim ve satışları entegre olarak izleyen bilgisayar programları ve malzeme ihtiyaç planlaması konularında zayıf kaldıkları görülmüştür. 2006 yılındaki çalışmada firmaların sıkça uyguladıkları ilk 3 sistem/süreç: güçlü ve zayıf yönlerin analizi, malzeme ihtiyaç planlaması ve yeni ürün geliştirme çabasıdır. Aynı yıl firmaların, atık kontrolü ile üretim ve satışları entegre olarak izleyen yazılımlar ve sistemli pazar araştırması konusunda zayıf kaldıkları anlaşılmıştır.

UYGULANAN SİSTEMLER & SÜREÇLER //

117



İşletmenizde şimdi size okuyacağım sistemler ve süreçler uygulanıyor mu, uygulanıyorsa ne sıklıkta uygulandığını “BAZEN YA DA SIK SIK” olmak üzere söyler misiniz?

BÜYÜK ÖLÇEKLİ

Baz: 57
Her unsura tek cevap

ESTIMA
Araştırma & Danışmanlık A.Ş.

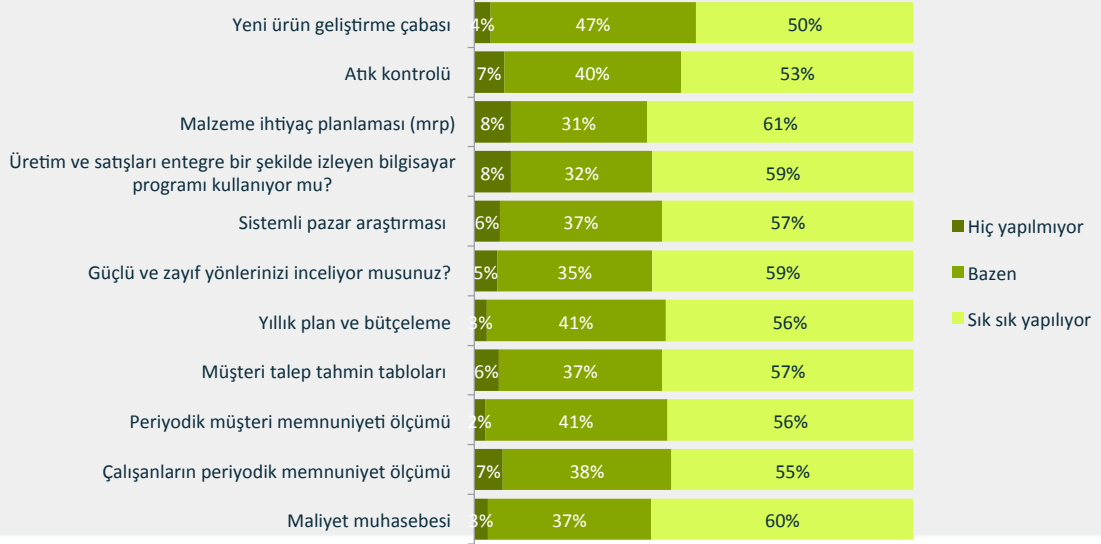
Büyük ölçekli firmaların tamamı maliyet muhasebesi yapmaktadır.

UYGULANAN SİSTEMLER & SÜREÇLER //

118



İşletmenizde şimdi size okuyacağım sistemler ve süreçler uygulanıyor mu, uygulanıyorsa ne sıklıkta uygulandığını “BAZEN YA DA SIK SIK” olmak üzere söyler misiniz?

ORTA ÖLÇEKLİ

Baz: 323
Her unsura tek cevap

ESTIMA
Araştırma & Danışmanlık A.Ş.

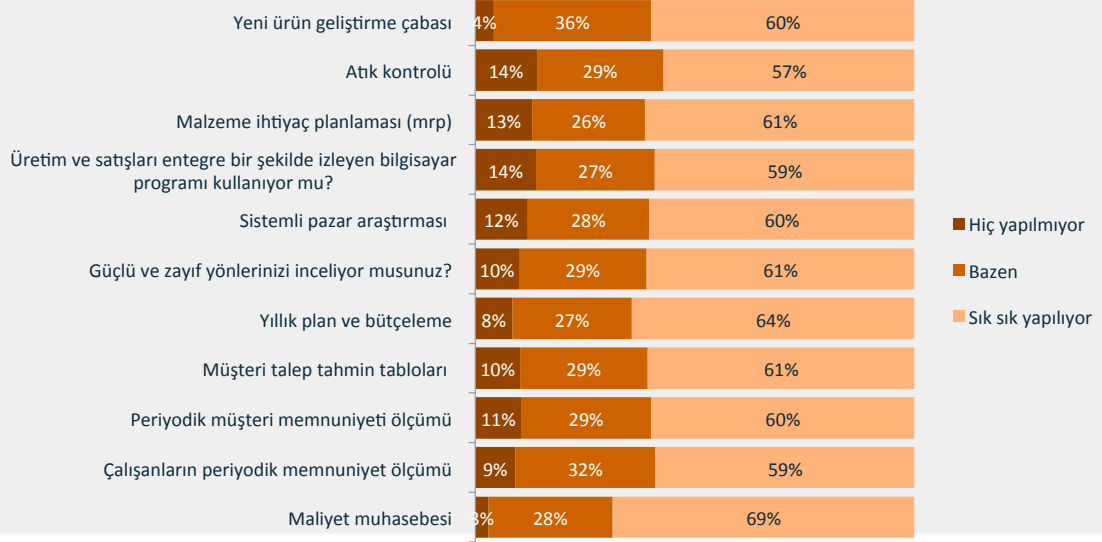
Orta ölçekli firmaların %8'inde malzeme ihtiyaç planlaması ve üretim ve satışları entegre bir şekilde izleyen bir bilgisayar programı hiç kullanılmamaktadır.

UYGULANAN SİSTEMLER & SÜREÇLER //

119



İşletmenizde şimdi size okuyacağım sistemler ve süreçler uygulanıyor mu, uygulanıyorsa ne sıklıkta uygulandığını “BAZEN YA DA SIK SIK” olmak üzere söyler misiniz?

KÜÇÜK ÖLÇEKLİ

Baz: 1.791
Her unsura tek cevap

ESTIMA
Araştırma & Danışmanlık A.Ş.

Küçük ölçekli firmaların %14'ünde atık kontrolü, %14'ünde üretim ve satışları entegre bir şekilde izleyen bir bilgisayar programı ve %13'ünde malzeme ihtiyaç planlaması (mrp) hiç kullanılmamaktadır.

BÖLÜM11 //

İŞLETME PERFORMANSI



SLAYT 121. İŞLETME PERFORMANSI-1

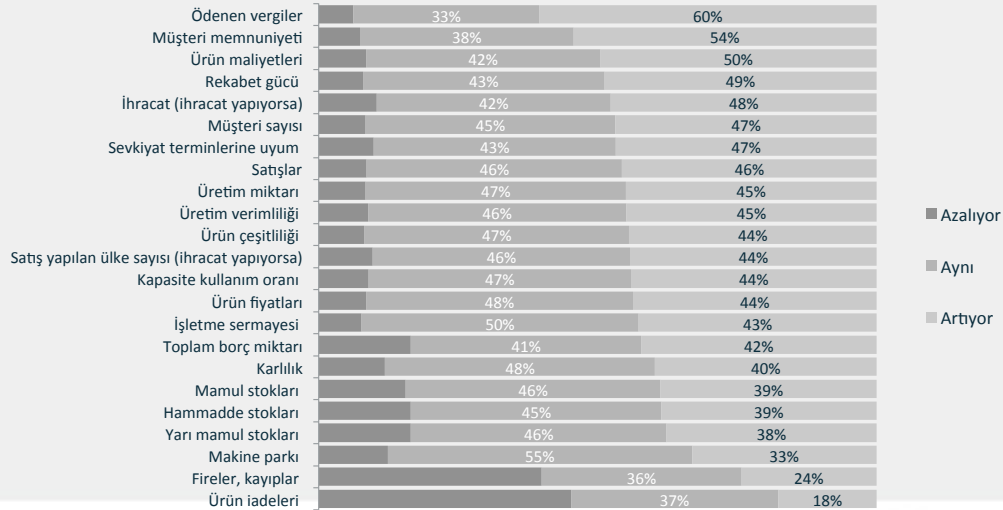
İŞLETME PERFORMANSI//

121

S

İşletmenin son iki yılda elde ettiği sonuçlara göre yapılan değerlendirmelerde şimdi size okuyacağım konularda bir artış mı yoksa azalış mı olduğunu elinizdeki karttaki seçeneklere göre söyler misiniz ?

GENEL



Baz: 2.171

Her unsura tek cevap

Soru tüm firmalara yöneltilmiştir.



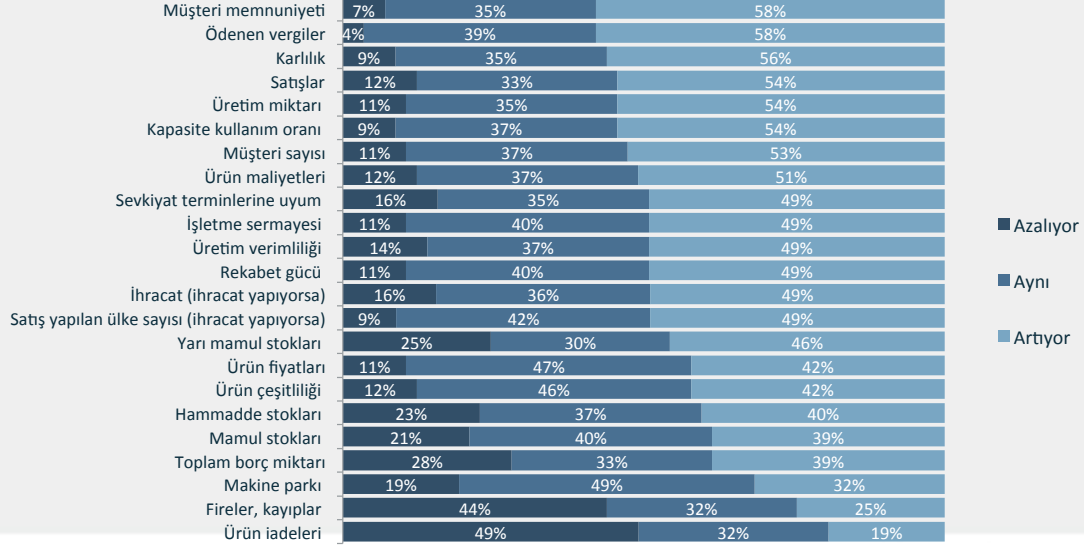
Firmalar son iki yılda ödenen vergilerin elde ettiği sonuçlara göre yaptıkları değerlendirmelerde ödedikleri vergilerin %60, müşteri memnuniyetinin %54 ve ürün maliyetlerinin %50 oranında arttığını belirtmektedir. Firmaların kendi yaptıkları değerlendirmelere göre fireler ve kayıplar son 2 yılda %40 azalırken, ürün iadeleri de %45 azalış göstermektedir.

İŞLETME PERFORMANSI//

122

S

İşletmenin son iki yılda elde ettiği sonuçlara göre yapılan değerlendirmelerde şimdi size okuyacağım konularda bir artış mı yoksa azalış mı olduğunu elinizdeki karttaki seçeneklere göre söyler misiniz ?

BÜYÜK ÖLÇEKLİ

Baz: 57
Her unsura tek cevap

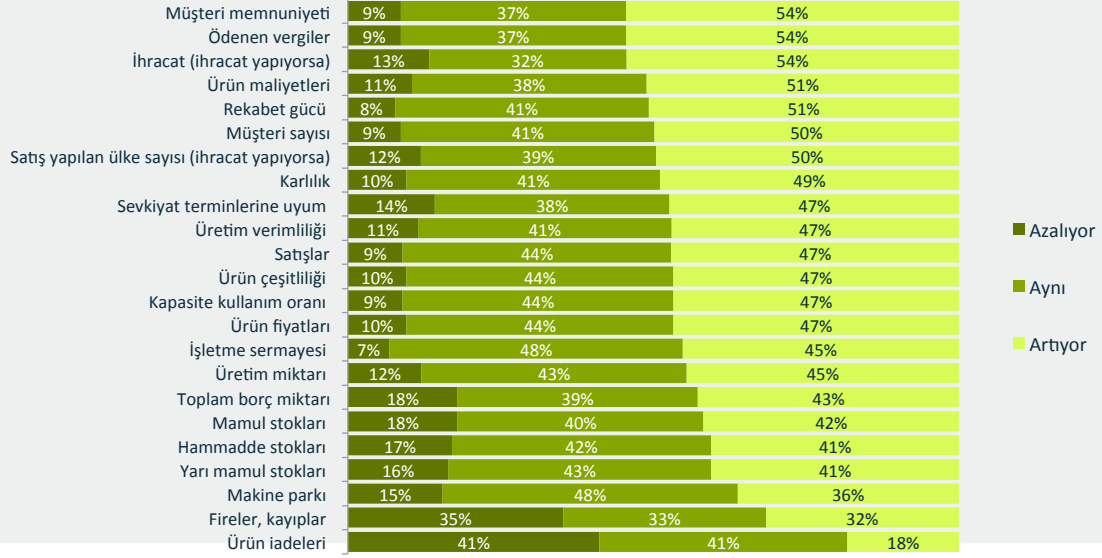
ESTIMA
Araştırma & Danışmanlık A.Ş.

Büyük ölçekli firmaların %50'den fazlası, son iki yılda elde ettikleri sonuçlara göre müşteri memnuniyeti, ödenen vergiler, karlılık, satış ve üretim miktarının arttığını belirtmektedir.

İŞLETME PERFORMANSI//

123

S İşletmenin son iki yılda elde ettiği sonuçlara göre yapılan değerlendirmelerde şimdi size okuyacağım konularda bir artış mı yoksa azalış mı olduğunu elinizdeki karttaki seçeneklere göre söyler misiniz ?

ORTA ÖLÇEKLİ

Baz: 323
Her unsura tek cevap

ESTIMA
Araştırma & Danışmanlık A.Ş.

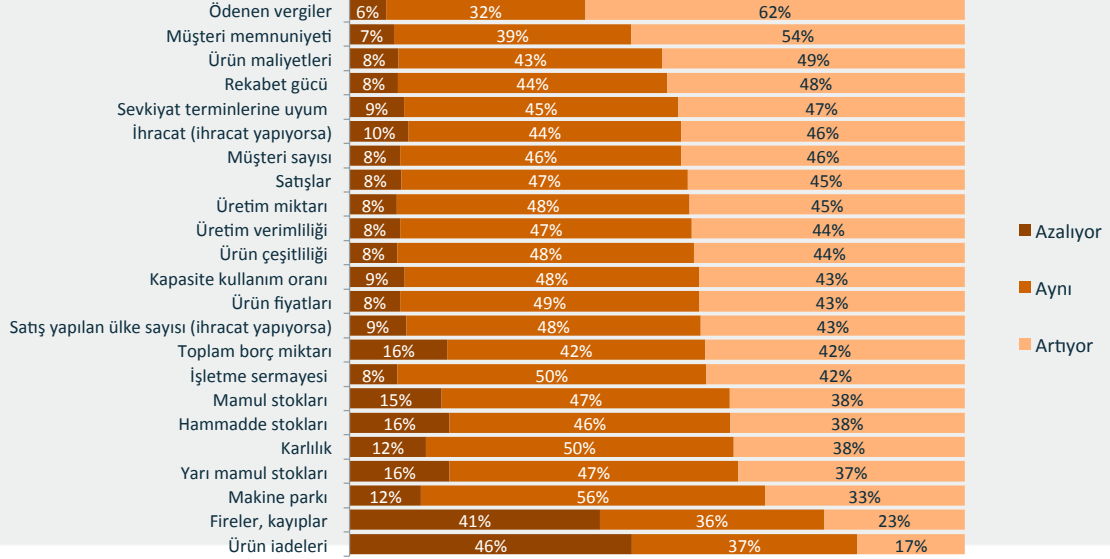
Orta ölçekli firmaların %50'den fazlası ise son 2 yıl değerlendirmelerinde müşteri memnuniyeti, ödenen vergiler, ihracat, ürün maliyeti ve rekabet gücünün arttığını belirtmektedir.

İŞLETME PERFORMANSI//

124

S

İşletmenin son iki yılda elde ettiği sonuçlara göre yapılan değerlendirmelerde şimdi size okuyacağım konularda bir artış mı yoksa azalış mı olduğunu elinizdeki karttaki seçeneklere göre söyler misiniz ?

KÜÇÜK ÖLÇEKLİ

Baz: 1.791
Her unsura tek cevap

ESTIMA
Araştırma & Danışmanlık A.Ş.

Küçük ölçekli firmaların son 2 yıl değerlendirmelerinde, ödenen vergiler, müşteri memnuniyeti, ürün maliyetleri, rekabet gücü ve sevkiyat terminlerine uyum hususlarında artış dikkat çekmektedir.

BÖLÜM12 //

KÜMELENME

SLAYT 126. ÜRETİM YERİ SEÇİM NEDENLERİ

ÜRETİM YERİ SEÇİM NEDENLERİ//

126



İşletmenizin üretim birimlerini neden bu bölgede olduğunu / neden işletmenizi bu bölgede kurduğunuzu detaylı olarak belirtir misiniz?

NEDENLER	Genel	Büyük Ölçekli	Orta Ölçekli	Küçük Ölçekli
Hammadde ve aramallara yakınlık	59%	49%	52%	61%
Benzer firmalarla birlikte olmak	57%	33%	52%	58%
Pazara yakınlık	55%	47%	51%	56%
İthalat / ihracat nedeniyle	26%	25%	31%	25%
Kira ucuz	19%	21%	22%	19%
İşgücü ucuz	17%	12%	12%	18%
Lojistik destekler ucuz	16%	14%	21%	16%
Arsa maliyeti ucuz	3%	11% 	4%	3%
Özel bir nedeni yok	5%	5%	4%	5%

Baz: 2.171 / Küçük Ö.: 1.791, Orta Ö.:323, Büyük Ö.: 57
Çok Cevap

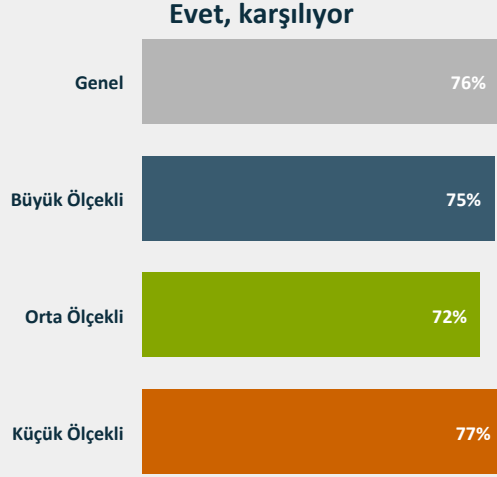
Hammadde ve aramallara yakınlık, benzer firmalarla birlikte olmak ve pazara yakınlık üretim yeri seçiminde ilk üç unsurdur. 2006 yılındaki çalışmada, firmaların %33'ü tesadüf veya özel bir sebebi olmadan üretim yerini seçtiklerini belirtmişlerdir. Üretim yeri seçiminde aynı yıl ortaya çıkan diğer iki önemli sebep hammadde ve ara mallara yakınlık ve pazara yakınlıktır.

ÜRETİM YERİNİN İHTİYAÇLARI KARŞILAMA DURUMU//

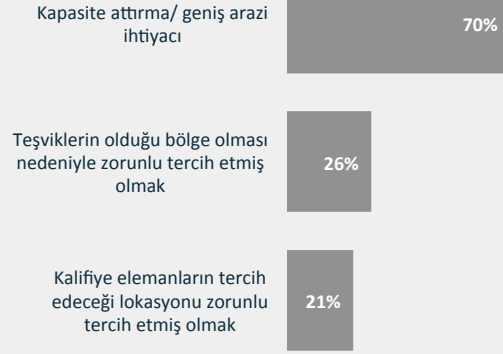
127



İşletmenizin üretim birimlerinin bulunduğu lokasyon, ihtiyaç ve beklentilerinizi tam olarak karşılıyor mu? Az önce üretim birimleri lokasyonunun ihtiyaçlarınızı karşılamadığını belirttiniz. Bu görüşünüzün nedenlerini paylaşır mısınız?



Lokasyonun İhtiyacı Karşılamama Nedenleri



Baz: 517, Lokasyonun ihtiyacı karşılamadığını belirten firmalar, Çok Cevap

Baz: 2.171 / Küçük Ö.: 1.791, Orta Ö.:323, Büyük Ö.: 57
Çok Cevap

ESTIMA Araştırma & Danışmanlık A.Ş.

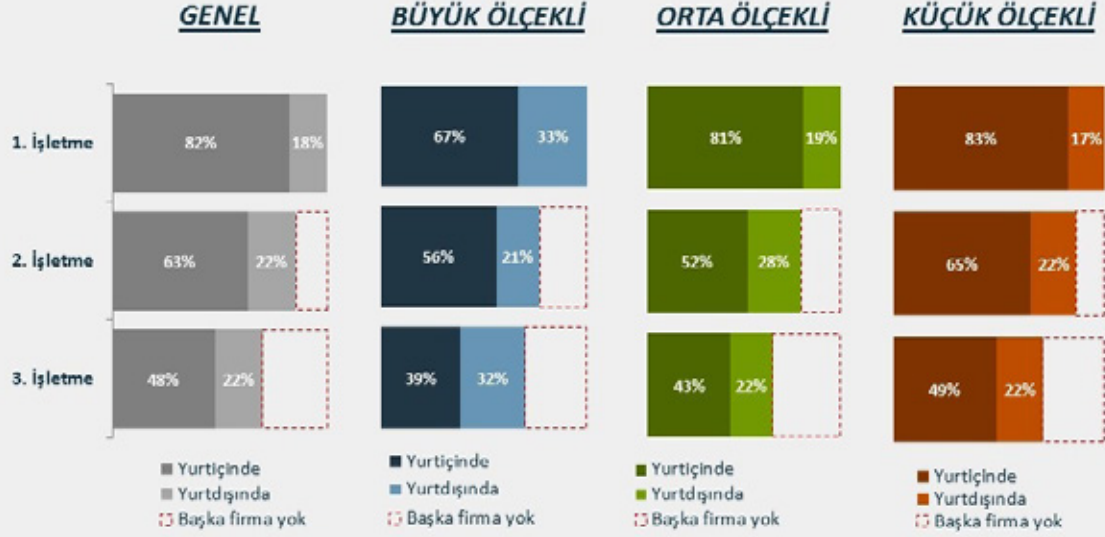
Firmaların %76'sı üretim birimlerinin bulunduğu lokasyonun, ihtiyaç ve beklentilerini tam olarak karşıladıklarını belirtmektedir. Lokasyonun ihtiyaçlarını karşılamadığını belirten firmalar için öne çıkan sebepler ise kapasite artırma/geniş arazi ihtiyacı, teşviklerin olduğu bölge olması nedeniyle zorunlu tercih etmiş olmak ve kalifiye elemanların tercih edeceği lokasyonu zorunlu tercih etmiş olmaktır.

MAKİNE VE EKİPMAN TEMİNİ//

128



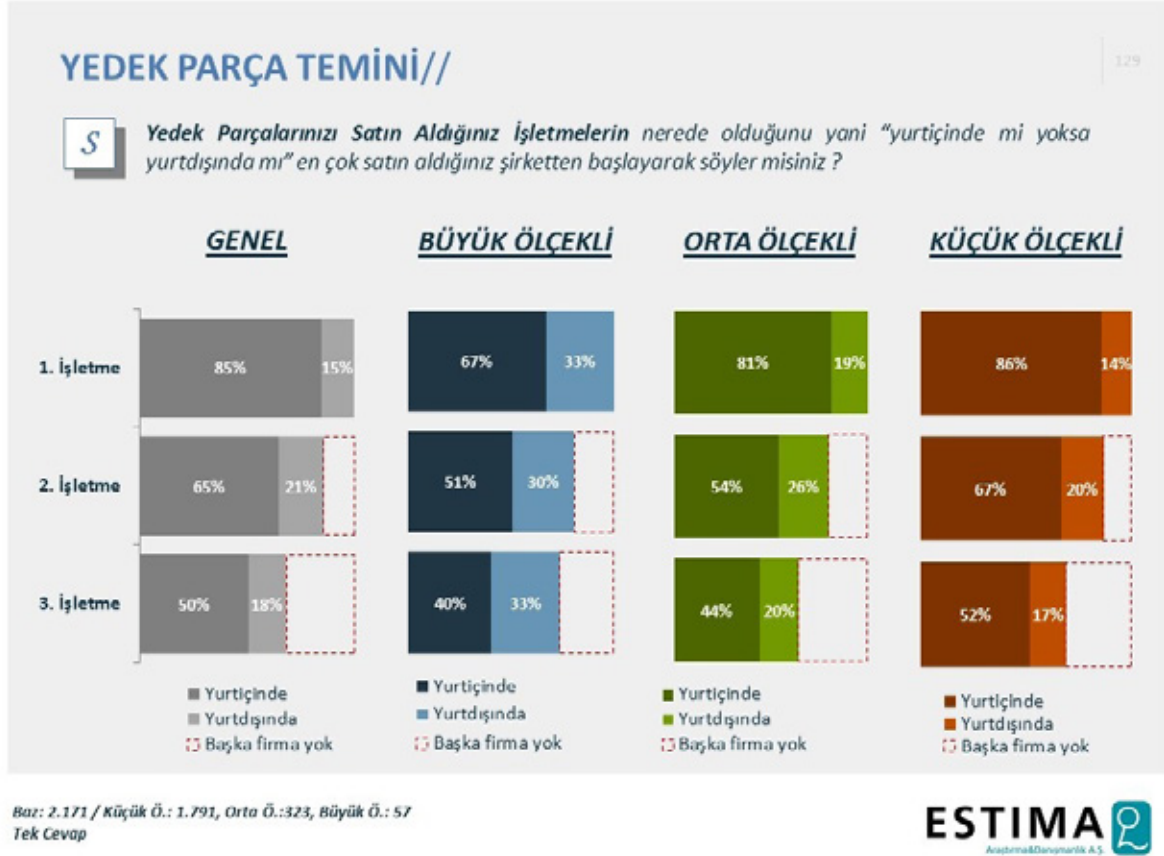
Kullandığınız Makina ve Ekipmanı Satın Aldığınız İşletmelerin nerede olduğunu yani "yurtiçinde mi yoksa yurtdışında mı" en çok satın aldığınız şirketten başlayarak söyler misiniz?



Baz: 2.171 / Küçük Ö.: 1.791, Orta Ö.:323, Büyük Ö.: 57
Tek Cevap

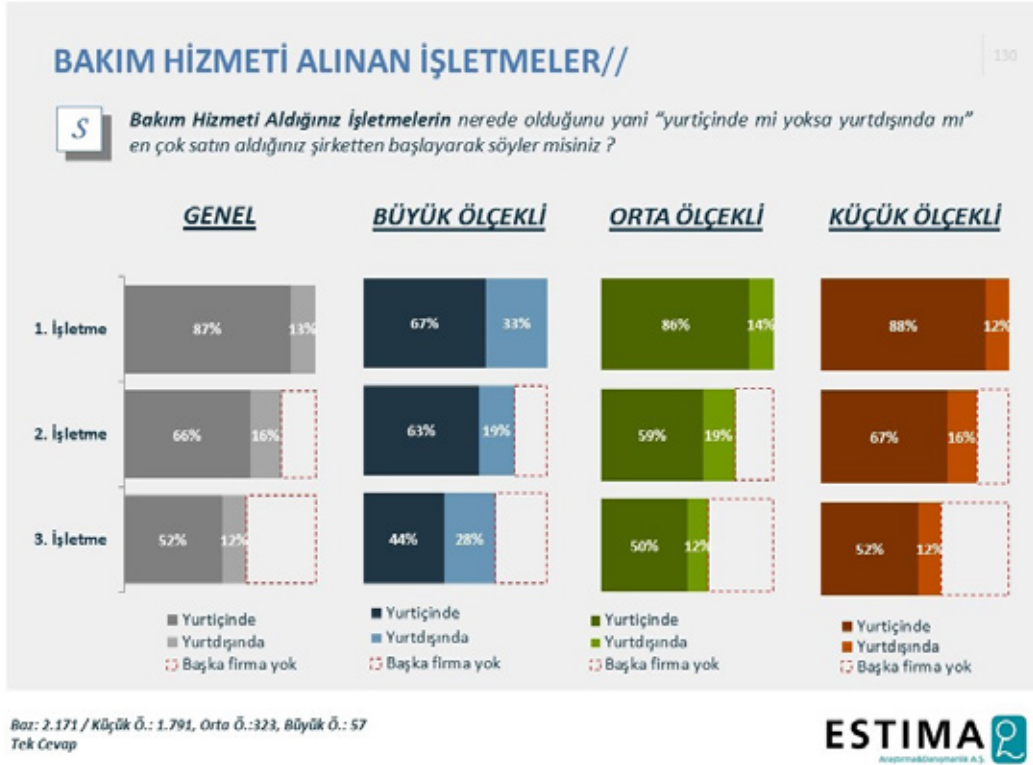
ESTIMA
Araştırma & Danışmanlık A.Ş.

Firmaların %82'sinin üretim yapmak için kullandıkları makine ve ekipmanı en fazla satın aldığı şirket yurt içindedir. (2006 yılında yapılan çalışmada bu oran %84'tür.) Büyük ölçekli firmaların ise en fazla makine ve ekipman satın aldıkları işletmelerin %67'si yurt içinde faaliyet göstermektedir. Firmaların %15'i makine ve ekipman satın aldığı ikinci bir işletme olmadığını, %30'u ise makine ve ekipman temini için üçüncü bir işletme ile çalışmadığını belirtmektedir.



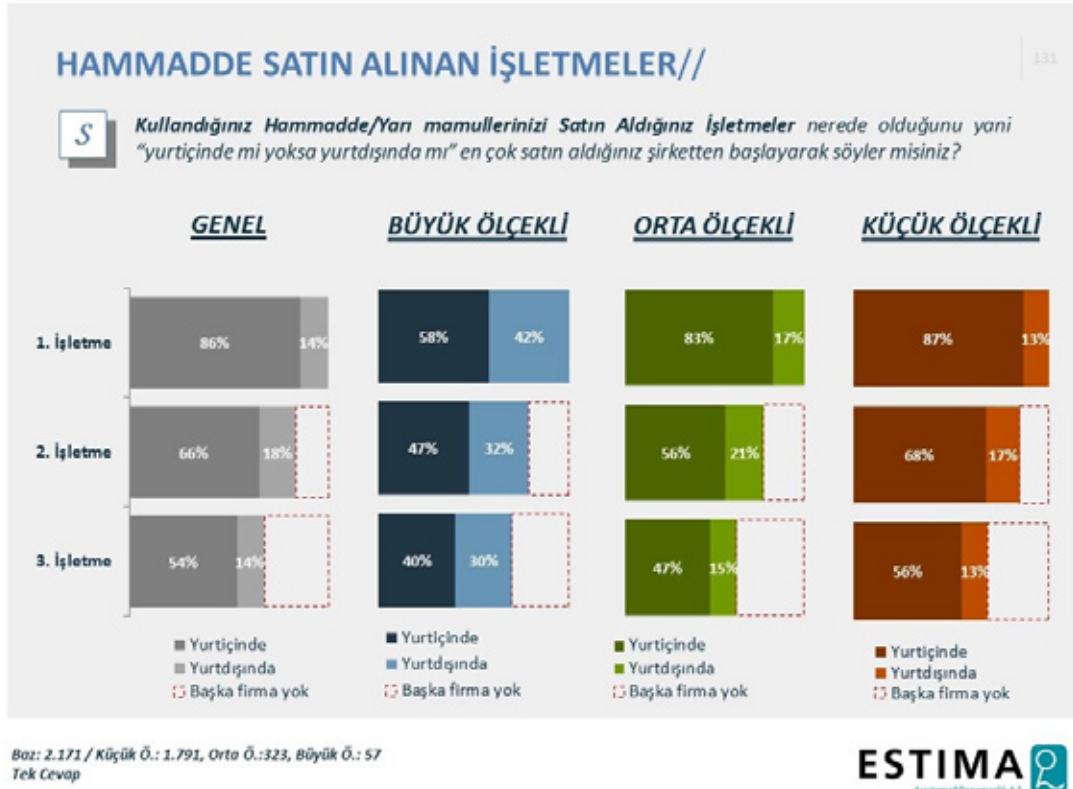
Firmaların en fazla yedek parça satın aldığı işletmelerin %85'i yurt içindedir. (2006 yılında yapılan çalışmada bu oran %92,6'dır.) Büyük ölçekli firmalarda yedek parçayı yurt dışından temin etme oranı ortalamaya göre daha yüksektir. (%33) Firmaların %14'ü yedek parça satın aldığı ikinci bir işletme olmadığını, %32'si ise 3. bir işletme ile çalışmadığını vurgulamaktadır.

SLAYT 130. BAKIM HİZMETİ ALINAN İŞLETMELER



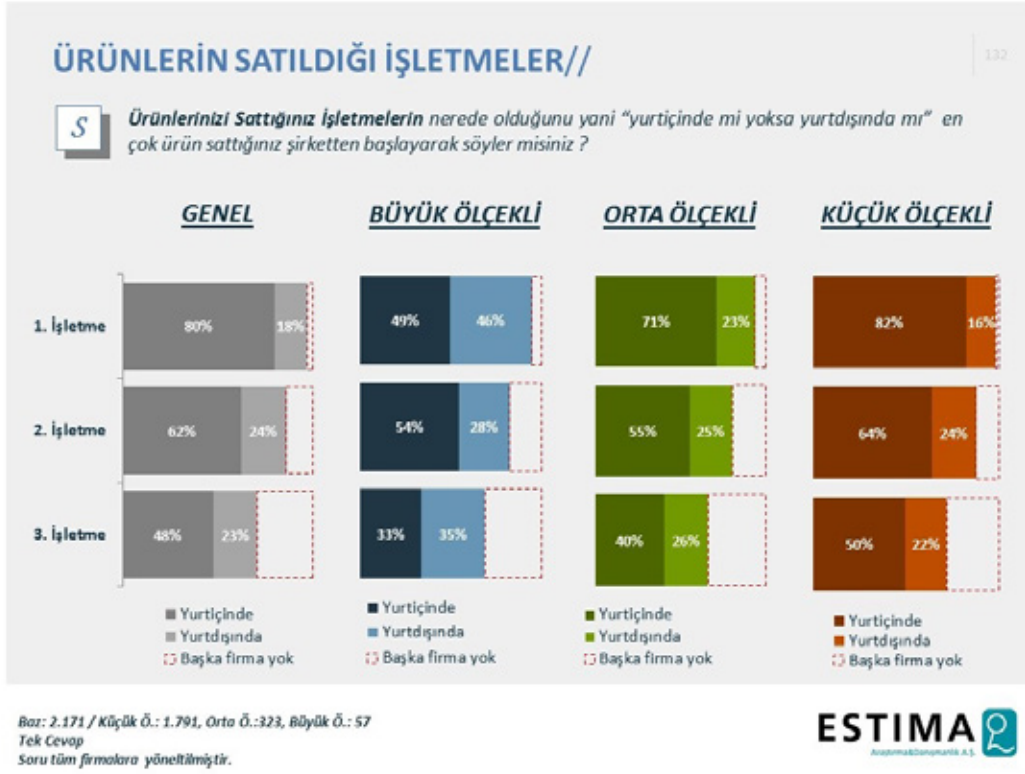
Firmaların %87’sinin en fazla bakım hizmeti aldığı şirket yurt içindedir. (2006 yılında yapılan çalışmada bu oran %98’dir.) Büyük ölçekli firmaların yurt içinden bakım hizmeti alma oranı ortalamaya göre daha azdır. (%67)

SLAYT 131. HAMMADDE SATIN ALINAN İŞLETMELER



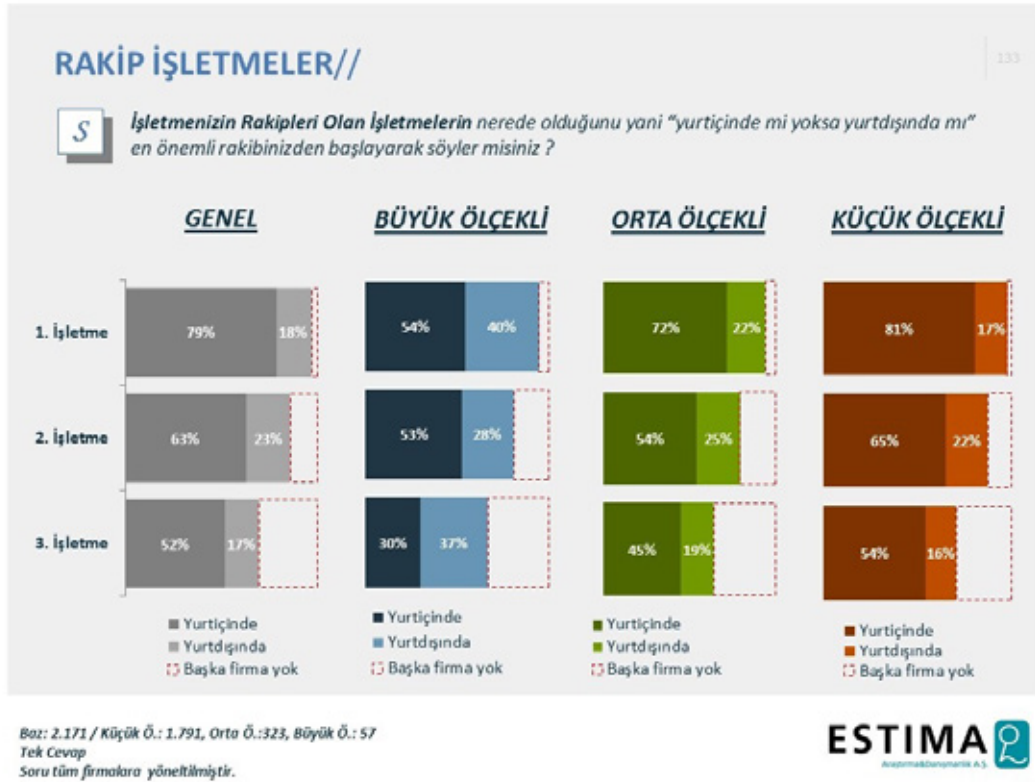
Firmaların %86’sının en fazla hammadde satın aldığı şirket yurt içindedir. 2006 yılında yapılan çalışmada bu oran %96’dır. Büyük ölçekli firmaların ise %58’inin en fazla hammadde satın aldığı şirket yurt içinde faaliyet göstermektedir.

SLAYT 132. ÜRÜNLERİN SATILDIĞI İŞLETMELER



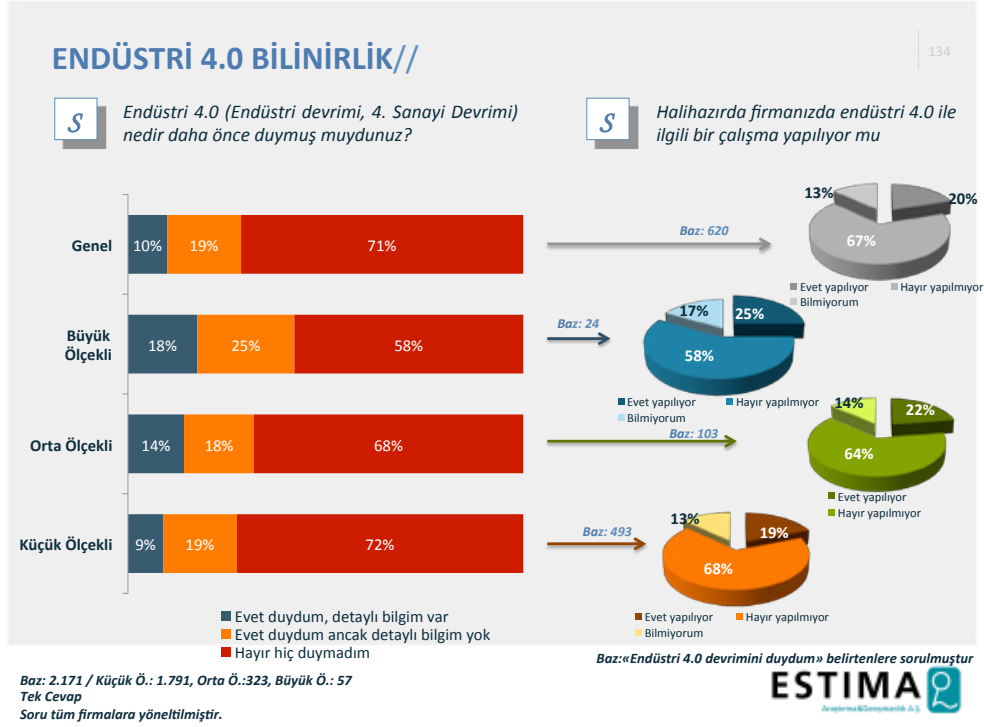
Firmaların %80'i ürünlerini sattıkları ilk işletmenin yurt içinde olduğunu belirtmektedir. (2006 yılında yapılan çalışmada bu oran yine %80'di.) Bu oran büyük ölçekli firmalarda %59'a düşmektedir. Firmaların %14'ü ürünlerini sattığı ikinci bir işletmenin olmadığını, %29'u ise üçüncü bir işletme ile çalışmadıklarını belirtmektedir.

SLAYT 133. RAKİP İŞLETMELER



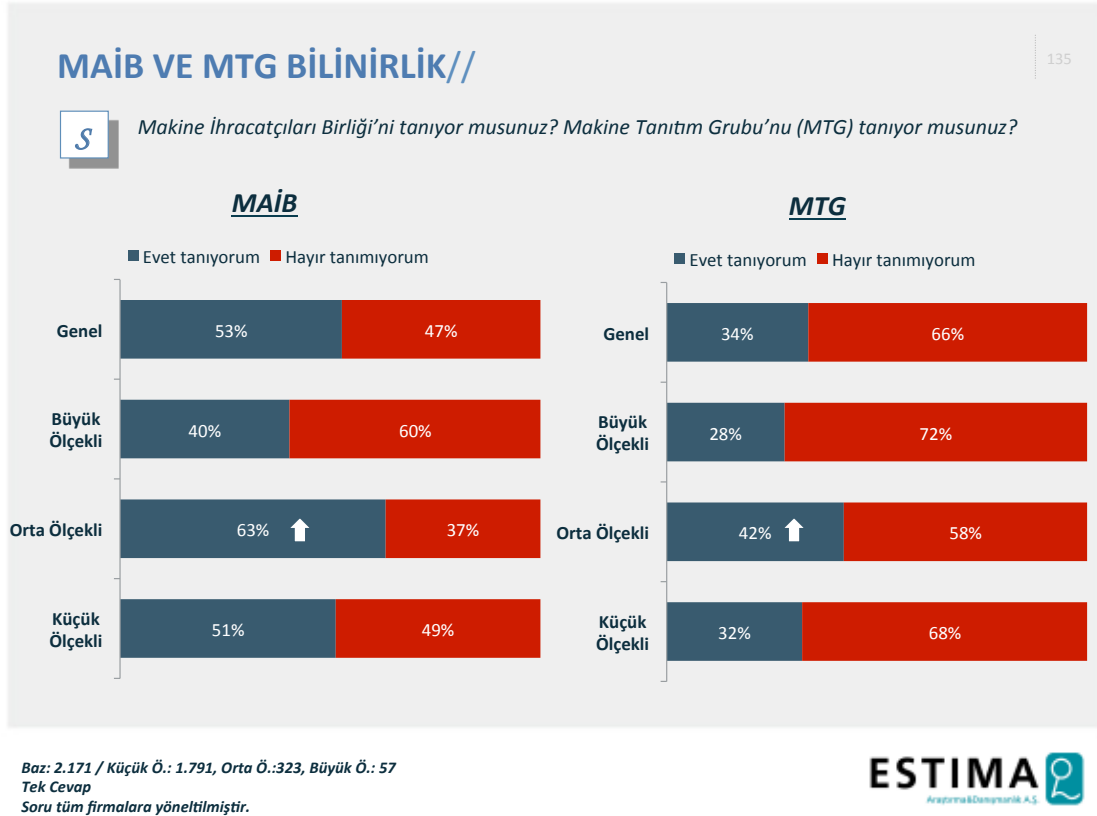
Firmaların %79'u en önemli rakiplerinin yurt içinde olduğunu belirtmektedir. (2006 yılında yapılan çalışmada bu oran %87'dir.) Büyük ölçekli firmalarda bu durum değişiklik göstermekte, firmaların %40'ının en önemli rakipleri yurt dışında faaliyet göstermektedir.

SLAYT 134. ENDÜSTRİ 4.0 BİLİNLİRLİK



Firmaların %71'i 4. Sanayi Devrimi olarak adlandırılan Endüstri 4.0 kavramını hiç duymamıştır. Bu kavramı bilen firmaların sadece %20'sinde Endüstri 4.0 ile ilgili bir çalışma yapılmaktadır. Büyük ölçekli firmaların ise yine büyük çoğunluğu Endüstri 4.0 kavramını hiç duymadıklarını belirtmektedir.

SLAYT 135. MAİB VE MTG BİLİNLİRLİK



TÜRKİYE'NİN BÜYÜME MAKİNESİ



Bizim işimiz makineler üretmek. Teknolojiyi yaşamla buluşturan, çalıştıkça değer yaratan, dünyanın 200 ülkesinde kullanılan ve ihracatı milyarlarca doları bulan makineler...

Hepimiz ayrı ayrı, bambaşka işler yapan makineler üretsek de bir araya geldiğimizde büyük bir makineye dönüşüyoruz. Ülkemizin refahı için tıkr tıkr çalışan bir büyüme makinesine.



TÜRKİYE'NİN
MAKİNECİLERİ

Biz üretiyoruz,
Türkiye büyüyor.

www.turkiyeninmakinecileri.org