

MUŞ TARIM ALET VE MAKİNA ÜRETİCİLERİNİN YOL HARİTASI FİZİBİLİTE RAPORU





DAKA
DOĞU ANADOLU
KALKINMA AJANSI

Bu raporun oluşturulmasında
Proje Koordinatörü Yrd. Doç. Dr. İskender DÖLEK'e,
Araştırmacılar Öğr. Gör. Fırat KURT, Öğr. Gör. Nazan GÜNGÖR,
Öğr. Gör. Tunahan SAMANCI ve Öğr. Gör. Fatih Sinan NUHOĞLU'na
teşekkürlerimizi sunarız.

İÇİNDEKİLER TABLOSU

1. GİRİŞ	7
2. TARIM ALET VE MAKİNA SEKTÖRÜNÜN DÜNYADAKİ DURUMU	9
2.2. ENDÜSTRİNİN DÜNYADAKİ YAPISI.....	9
2.3. TARIM ALET VE MAKİNALARININ DÜNYADAKİ TİCARETİ	12
2.3.1. <i>Tarım Alet ve Makinalarının Dünya'daki İthalatı</i>	12
2.3.2. <i>Tarım Alet ve Makinaların Dünya'daki İhracatı</i>	14
2.4. DÜNYADAKİ TARIM ALET VE MAKİNA TRENDİ (TİCARET PORTFÖYÜ)	16
3. TARIM ALET VE MAKİNA SANAYİNİN TÜRKİYE'DEKİ DURUMU	26
3.2. SEKTÖRÜN TÜRKİYE'DEKİ YAPISI.....	26
3.3. TÜRKİYE'DE TARIM ALET VE MAKİNA ÜRETİMİ.....	28
3.4. TÜRKİYE'NİN TARIM ALET VE MAKİNA TİCARETİ	30
3.4.1. <i>Türkiye'nin Tarım Alet ve Makina İthalatı</i>	30
3.4.2. <i>Türkiye'nin Tarım Alet ve Makina İhracatı</i>	31
3.4.3. <i>Türkiye'nin Tarım Alet ve Makina Sektöründeki Ticaret Açığı</i>	32
3.4.4. <i>Türkiye'nin Tarım Alet ve Makina Sanayinin Trendi (Portföy Analizi)</i>	33
4. TARIM ALET VE MAKİNA SEKTÖRÜNDE KAZANAN VE KAYBEDEN ÜRÜN GRUPLARI	45
4.1. DÜNYA GENELİNDE KAZANAN VE KAYBEDEN ÜRÜN GRUPLARI	46
4.2. TÜRKİYE'NİN KAZAN VE KAYBEDEN ÜRÜN GRUPLARI.....	46
5. MUŞ TARIM ALET VE MAKİNA SEKTÖRÜ ARAŞTIRMASI	48
5.1. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ	48
5.2. ARAŞTIRMA MATERYALİ, KAPSAM VE YÖNTEMİ	49
5.3. ARAŞTIRMA BULGULARI VE DEĞERLENDİRME.....	51
5.3.1. <i>Anket Verilerine İlişkin Bulgular</i>	51
5.3.1.1. İşletmelerin Yapısına İlişkin Bulgu ve Değerlendirmeler	51
5.3.1.1.1. İşletmelerin Genel Yapısı	51
5.3.1.1.2. İşletmelerde İstihdam Edilen İşçi Sayısı	51
5.3.1.1.3. İşletmelerin Yönetimi	52
5.3.1.1.4. İşletmelerdeki Yöneticiler.....	53
5.3.1.1.5. Mesleki Eğitim Durumu	53
5.3.1.2. Firmaların Yönetim Yapısına İlişkin Değerlendirmeler	53
5.3.1.2.1. Yönetim İle Çalışanlar Arasındaki İlişkiler	54
5.3.1.2.2. Çalışanların İş Dışındaki İlişkileri	55
5.3.1.2.3. Yöneticiler ve Çalışanlar Arasındaki İlişki Kriteri	55
5.3.1.2.4. İşletmelerde Motivasyon.....	56
5.3.1.2.5. Kişisel Gelişim ve Fikir Üretimi.....	56
5.3.1.2.6. İnsan Kaynakları Planlaması	57
5.3.1.2.7. İşletmelerde Eğitim Faaliyetinden Çalışanları Yararlandırma	57
5.3.1.2.8. Ortak Paylaşım Alanlarının Etkileri	58
5.3.1.3. İşletmelerin Finansal Yapısına İlişkin Değerlendirmeler	58
5.3.1.3.1. Kuruluş Sermayesi Kaynakları.....	59
5.3.1.3.2. Finansman Kararları.....	59
5.3.1.3.3. İşletmelerde Elde Edilen Cirolar	60
5.3.1.3.4. İşletmelerin Finansman Sorunları.....	60
5.3.1.3.5. İşletmelerin Kredi Kullanımı	61
5.3.1.3.6. Kullanılan Kredi Süresi	62
5.3.1.3.7. Kredili Satışlar	62

5.3.1.3.8. İşletmelerin Kullandıkları Finansman Araçları	63
5.3.1.3.9. Barter Sistemi Hakkındaki Bilgi Düzeyleri	64
5.3.1.3.10. İşletmelerin İhracat Durumları	65
5.3.1.3.11. Kısa Vadeli Finansman Kaynaklarının Maliyetleri ve Kolay Sağlanması	65
5.3.1.3.12. Kısa Vadeli Finansman Sorununun Nedenleri	66
5.3.1.3.13. Ürünlerin Fiyatlandırılması	67
5.3.1.4. İşletmelerin Üretim Yapısına İlişkin Bulgular	67
5.3.1.4.1. İşletmelerin Kapasite Kullanım Oranları (KKO)	67
5.3.1.4.2. Talep Yetersizliği	68
5.3.1.4.3. Hammadde Yetersizliği	68
5.3.1.4.4. Finansal Sorunlar	69
5.3.1.4.5. Kapasite Kullanım Oranının Arttırılması	69
5.3.1.4.6. İşbirliği İçinde Çalışmanın Etkileri	70
5.3.1.4.7. Kümelenmenin Üretim Kapasitesi Üzerine Etkisi	71
5.3.1.4.8. Üretim ve Satış Arasındaki İlişki	71
5.3.1.4.9. Üretim ve Pazarlamada Kümelenmenin Etkisi	71
5.3.1.4.10. Bölgede kümelenmeyi etkileyen (olmasını engelleyen) en önemli unsurlar	72
5.3.1.4.11. İşletmelerin Ürün Politikaları	72
5.3.1.4.12. İşletmelerin Yeni Ürün Üretme ve Geliştirme Hakkındaki Düşünceleri	73
5.3.1.4.13. Hammadde Temin Kaynakları	73
5.3.1.5. Firmaların Pazarlama Yapısına İlişkin Değerlendirmeler	74
5.3.1.5.1. Pazarlama Sorunu	74
5.3.1.5.2. Hedef Pazara Ulaşmak İçin Takip Edilen Politikalar	74
5.3.1.5.3. Hedef Pazar Seçiminde İzlenen Yöntemler	75
5.3.1.5.4. İşletmeler İçin Markalaşmanın Önemi	76
5.3.1.5.5. İşletmelerin Marka Politikaları	76
5.3.1.5.6. İşletmelerin Ürün Dağıtım Kanalları	76
5.3.1.5.7. İşletmelerin Ürün Dağıtım Kanallarını Çeşitlendirme İsteği	77
5.3.1.5.8. Ürünlerin Tutundurulması İçin Yapılan Çalışmalar	78
5.3.1.5.9. Pazarlama Bilgi Sistemi Gerekliliği	78
5.3.1.5.10. İşletmelere Göre Piyasadaki Rekabet Düzeyi	79
5.3.2. İşletmelerin Mali Durum Analizleri ve İşletmelerin Mali Durumlarının Değerlendirilmesi	80
5.3.2.1. Mali Tablo Analizleri Hakkında Genel Bilgi	80
5.3.2.2. Analiz Çalışmasının Planlanması ve Şekli	81
5.3.2.3. İşletmelerin Yapılan Analizlerin Genel Değerlendirmesi	83
5.3.2.4. İşletmelerin Yapılan Mali Analizlerine Göre Öneriler	86
5.4. MUŞ TARIM ALET VE MAKİNA SANAYİNİN YAPISI	87
5.4.1. Muş Tarım Alet ve Makina Üreticilerinin Sorunları	92
5.4.2. Muş Tarım Alet ve Makina Üreticilerinin Sorunlarına Çözüm Önerileri	93
6. SONUÇ	95

ŞEKİLLER DİZİNİ

ŞEKİL 1: TARIM ALET VE MAKİNALARININ TOPLAM OLARAK DÜNYA'DAKİ VE AB'DEKİ İTHALATI	13
ŞEKİL 2: EN FAZLA TARIM ALET VE MAKİNA İTHALATINI GERÇEKLEŞTİREN ÜLKELER (2007-2011)	13
ŞEKİL 3 : TARIM ALET VE MAKİNALARININ TOPLAM OLARAK DÜNYA'DAKİ VE AB'DEKİ İHRACATI	15
ŞEKİL 4 : EN FAZLA TARIM ALET VE MAKİNA İHRACATINI GERÇEKLEŞTİREN ÜLKELER (2007-2011)	15
ŞEKİL 5 : 2010 YILINDA İHRAÇ EDİLEN ÜRÜN GRUPLARI İÇİN ULUSLARARASI TALEBİN VE ULUSAL ARZIN GELİŞİMİ 1-5	17
ŞEKİL 6 : 2010 YILINDA İHRAÇ EDİLEN ÜRÜN GRUPLARI İÇİN ULUSLARARASI TALEBİN VE ULUSAL ARZIN GELİŞİMİ 6-10	19
ŞEKİL 7: 2010 YILINDA İHRAÇ EDİLEN ÜRÜN GRUPLARI İÇİN ULUSLARARASI TALEBİN VE ULUSAL ARZIN GELİŞİMİ 11-15	20
ŞEKİL 8: 2010 YILINDA İHRAÇ EDİLEN ÜRÜN GRUPLARI İÇİN ULUSLARARASI TALEBİN VE ULUSAL ARZIN GELİŞİMİ 16-20	22
ŞEKİL 9: 2010 YILINDA İHRAÇ EDİLEN ÜRÜN GRUPLARI İÇİN ULUSLARARASI TALEBİN VE ULUSAL ARZIN GELİŞİMİ 21-25	23
ŞEKİL 10 : 2010 YILINDA İHRAÇ EDİLEN ÜRÜN GRUPLARI İÇİN ULUSLARARASI TALEBİN VE ULUSAL ARZIN GELİŞİMİ 26-30	24
ŞEKİL 11: 2010 YILINDA İHRAÇ EDİLEN ÜRÜN GRUPLARI İÇİN ULUSLARARASI TALEBİN VE ULUSAL ARZIN GELİŞİMİ 31-32	25
ŞEKİL 12: TÜRKİYE'NİN YILLARA GÖRE TARIM ALET VE MAKİNA ÜRETİMİ (ADET/YIL)	28
ŞEKİL 13: TÜRKİYE'NİN EN ÇOK İTHALAT YAPTIĞI ÜLKELER (BİN \$)	31
ŞEKİL 14: TÜRKİYE'NİN TARIM ALET VE MAKİNA SEKTÖRÜNDEKİ İHRACAT, İTHALAT VE AÇIĞI (BİN\$)	32
ŞEKİL 15: 2010 YILINDA İHRAÇ EDİLEN ÜRÜN GRUPLARI İÇİN ULUSLARARASI TALEBİN VE TÜRKİYE'NİN ARZININ GELİŞİMİ 1-5	34
ŞEKİL 16: 2010 YILINDA İHRAÇ EDİLEN ÜRÜN GRUPLARI İÇİN ULUSLARARASI TALEBİN VE TÜRKİYE'NİN ARZININ GELİŞİMİ 6-10	36
ŞEKİL 17: 2010 YILINDA İHRAÇ EDİLEN ÜRÜN GRUPLARI İÇİN ULUSLARARASI TALEBİN VE TÜRKİYE'NİN ARZININ GELİŞİMİ 11-15	37
ŞEKİL 18: 2010 YILINDA İHRAÇ EDİLEN ÜRÜN GRUPLARI İÇİN ULUSLARARASI TALEBİN VE TÜRKİYE'NİN ARZININ GELİŞİMİ 16-20	39
ŞEKİL 19: 2010 YILINDA İHRAÇ EDİLEN ÜRÜN GRUPLARI İÇİN ULUSLARARASI TALEBİN VE TÜRKİYE'NİN ARZININ GELİŞİMİ 21-25	40
ŞEKİL 20: 2010 YILINDA İHRAÇ EDİLEN ÜRÜN GRUPLARI İÇİN ULUSLARARASI TALEBİN VE TÜRKİYE'NİN ARZININ GELİŞİMİ 26-30	42
ŞEKİL 21: 2010 YILINDA İHRAÇ EDİLEN ÜRÜN GRUPLARI İÇİN ULUSLARARASI TALEBİN VE TÜRKİYE'NİN ARZININ GELİŞİMİ 31-32	44
ŞEKİL 22: İŞLETMELERİN HUKUKİ YAPISI	51
ŞEKİL 23: İŞLETMELERDE İSTİHDAM EDİLEN KİŞİ SAYISI	52
ŞEKİL 24: İŞLETMELERDE YÖNETİM	52
ŞEKİL 25: İŞLETME YÖNETİCİLERİ	53
ŞEKİL 26: MESLEKİ EĞİTİM DURUMU	54
ŞEKİL 27: YÖNETİM VE ÇALIŞANLAR ARASINDAKİ İLİŞKİ	54
ŞEKİL 28: ÇALIŞANLARIN İŞ DIŞINDAKİ İLİŞKİLERİ	55
ŞEKİL 29: YÖNETİCİLER VE ÇALIŞANLAR ARASINDAKİ İLİŞKİ KRİTERİ	55
ŞEKİL 30: İŞLETMELERDE MOTİVASYON	56
ŞEKİL 31: İŞLETMELERDE KİŞİSEL GELİŞİM VE FİKİR ÜRETİMİ	57
ŞEKİL 32: İŞLETMELERDE İNSAN KAYNAKLARI PLANLAMASI	57
ŞEKİL 33: İŞLETMELERDE EĞİTİM FAALİYETLERİNDEN ÇALIŞANLARI YARARLANDIRMA	58
ŞEKİL 34: FİNANSMAN KARARLARI	60
ŞEKİL 35: İŞLETMELERDE ELDE EDİLEN CİROLAR	60
ŞEKİL 36: İŞLETMELERİN FİNANSMAN SORUNLARI	61
ŞEKİL 37: İŞLETMELERİN KREDİ KULLANIMI	62
ŞEKİL 38: KREDİ SÜRESİ	62
ŞEKİL 39: KREDİLİ SATIŞLAR	63
ŞEKİL 40: İŞLETMELERİN KULLANDIKLARI FİNANSMAN ARAÇLARI	64
ŞEKİL 41: BARTER SİSTEMİ HAKKINDAKİ BİLGİ DÜZEYLERİ	65
ŞEKİL 42: İŞLETMELERİN İHRACAT DURUMLARI	65
ŞEKİL 43: ÜRÜNLERİN FİYATLANDIRILMASI	67
ŞEKİL 44: İŞLETMELERİN KAPASİTE KULLANIM ORANLARI	68
ŞEKİL 45: TALEP YETERSİZLİĞİ	68
ŞEKİL 46: HAMMADDE YETERSİZLİĞİ	69
ŞEKİL 47: FİNANSMAN SORUNLARI	69

ŞEKİL 48: KAPASİTE KULLANIM ORANLARININ ARTTIRILMASI.....	70
ŞEKİL 49: İŞBİRLİĞİ İÇİNDE ÇALIŞMANIN ETKİLERİ.....	70
ŞEKİL 50: KÜMELENMENİN ÜRETİM KAPASİTESİ ÜZERİNE ETKİLERİ	71
ŞEKİL 51: ÜRETİM VE SATIŞ ARASINDAKİ İLİŞKİ	71
ŞEKİL 52: ÜRETİM VE PAZARLAMADA KÜMELENME	72
ŞEKİL 53: ÜRÜN POLİTİKALARI	73
ŞEKİL 54: YENİ ÜRÜN ÜRETİMİ VE ÜRÜN GELİŞTİRME	73
ŞEKİL 55: HAMMADDE TEMİN KAYNAKLARI	74
ŞEKİL 56: PAZARLAMA SORUNU.....	74
ŞEKİL 57: HEDEF PAZARA ULAŞMAK İÇİN TAKİP EDİLEN POLİTİKALAR	75
ŞEKİL 58: HEDEF PAZAR SEÇİMİNDE İZLENEN YÖNTEMLER	75
ŞEKİL 59: MARKA POLİTİKALARI	76
ŞEKİL 60: ÜRÜN DAĞITIM KANALLARI	77
ŞEKİL 61: ÜRÜN DAĞITIM KANALLARINI ÇEŞİTLENDİRME İSTEĞİ.....	77
ŞEKİL 62: ÜRÜNLERİN TUTUNDURULMASI İÇİN YAPILAN ÇALIŞMALAR	78
ŞEKİL 63: PAZARLAMA BİLGİ SİSTEMİ GEREKLİLİĞİ	79
ŞEKİL 64: PİYASADAKİ REKABET DÜZEYİ.....	79

TABLÖLAR DİZİNİ

TABLO 1: TÜRKİYE’DE ÜRETİLEN BAŞLICA TARIM ALET VE MAKİNALAR (ADET/YIL).....	29
TABLO 2: TÜRKİYE’DE ÜRETİLEN BAŞLICA ÜRÜNLERDE KAPASİTE KULLANIM ORANI	30
TABLO 3: ÜLKELERE VE YILLARA GÖRE TÜRKİYE’NİN TOPLAM TARIM ALET VE MAKİNA İTHALATI (BİN\$)	31
TABLO 4: ÜLKELERE VE YILLARA GÖRE TÜRKİYE’NİN TOPLAM TARIM ALET VE MAKİNA İHRACATI (BİN \$)	32
TABLO 5: YILLARA VE ÜLKELERE GÖRE TÜRKİYE’NİN TARIM ALET VE MAKİNA SEKTÖRÜNDEKİ TİCARET AÇIĞI.....	33
TABLO 6: ORTAK PAYLAŞIM ALANIN ETKİLERİ	58
TABLO 7: KURULUŞ SERMAYESİ KAYNAKLARI	59
TABLO 8: KISA VADELİ FİNANSMAN KAYNAKLARININ MALİYETLERİ VE KOLAY SAĞLANMALARI	66
TABLO 9: KISA VADELİ FİNANSMAN SORUNLARININ NEDENLERİ	66
TABLO 10: MARKALAŞMANIN ÖNEMİ.....	76
TABLO 11: MUŞ İLİNDE ÜRETİLEN TARIM ALET VE MAKİNA SAYISI	87

EKLER DİZİNİ

EK 1: DÜNYADA EN FAZLA İTHAL EDİLEN TARIM ALET VE MAKİNALARI	99
EK 2: DÜNYA GENELİNDE EN FAZLA İHRAÇ İTHAL EDİLEN TARIM ALET VE MAKİNALARI.....	101
EK 3: DÜNYA GENELİNDE TARIM ALET VE MAKİNA ÜRÜN GRUPLARININ TİCARET İNDİKATÖRLERİ.....	103
EK 4: TÜRKİYE TARIM ALET VE MAKİNA ÜRÜN GRUPLARININ TİCARET İNDİKATÖRLERİ.....	105
EK 5: 2011 VERİLERİNE GÖRE TÜRKİYE'NİN DIŞ TİCARET AÇIĞI VERDİĞİ ÜRÜN GRUPLARI.....	107

1.GİRİŞ

Tarım Makinaları imalat sanayi, imalat sanayiinin yatırım malları üreten bir alt sektördür. Sektörde üretilen tarım Makinalarının tümü tarımsal üretim faaliyetlerinde kullanılmaktadırlar. Tarımsal mekanizasyon araçları olarak da adlandırılan bu ürünler tarımsal üretimde işgücü verimliliğini arttıran, maliyetleri düşüren, modern üretim teknolojilerinin kullanılmasını ve işlemlerin zamanında, agroteknik ihtiyaçlara uygun şekilde yapılmasını sağlayarak ürün kalitesini ve verimini arttıran, çok önemli bir tarımsal üretim girdileri grubunu oluşturmaktadırlar (Çakır, 2005)

Tarım Alet ve Makinaları Sanayii, tarımsal üretimin tohum, gübre, su v.b. girdileri arasında yer alan ve uygulanan üretim teknolojisinin düzeyi oranında önemi artan tarımsal mekanizasyon girdisi için gerekli güç kaynağı, makina ve ekipmanların üretildiği bir sektördür. Tarım traktörleri; tek-akslı motorlu çapalar (motokültörler), motorlu biçme makinaları; toprak işleme ve tohum yatağı hazırlama makina ve ekipmanları; ekim, dikim makina ve ekipmanları; gübreleme makinaları; bitki koruma ve sulama için araç ve donanımlar; hasat makinaları ve ekipmanları; ürün harmanlama, kurutma, savurma, temizleme, sınıflandırma, işleme için makina ve ekipmanlar; hayvansal üretim için makina ve ekipmanlar; tarla ve bahçe üretimi için diğer makina ve ekipmanları bu sektörün sınırları içinde yer almaktadır (DPT, 2001).

Devlet Planlama Teşkilatı'nın 8. Beş Yıllık Kalkınma Planı çalışmaları kapsamında kurulan Tarım Makinaları Özel İhtisas Komisyonu'nun çalışmaları sonucunda yayınladığı raporda esas alınan tarım Makinaları Gümrük Tarifeleri İstatistik Pozisyonu (GTİP) numaraları listesi ve ürün tanımları aşağıda verilmektedir (Çakır, 2005) :

Tarım Traktörleri

8701.90 Traktörler (Lastik Tekerli)

Toprak İşleme Alet ve Makinaları

8432.10 Pulluklar

8432.21 Diskli Tırmıklar (Diskarolar)

8432.29 Diğer Tırmıklar, Kültivatörler, Ot Ayıklama ve Çapalama Makinaları

8432.80 Tarla ve Bahçe Tarımına Ait Diğer Makina ve Cihazlar

Ekim Dikim ve Gübreleme Makinaları

8432.30 Tohum Ekme, Fidan Dikme, Fide Söküp Dikme Makinaları

8432.40 Gübre Yayma-Saçma Makinaları

Hasat ve Harman Makinaları

8433.11 Motorlu Çim Biçme Makinaları

8433.19 Diğer Çim Biçme Makinaları

8433.20 Çayır Biçme Makinaları – Traktöre Takılan Kesme Çubukları Dahil

8433.30 Ot Hazırlama Makina ve Cihazları

8433.40 Ot ve Samanı Demet veya Balya Yapan Makinalar

8433.51 Kombine Biçerdöverler (Hasat-Harman Makinaları)

8433.52 Diğer Harman Makina ve Cihazları

8433.53 Kök ve Yumru Sökme Makinaları

8433.59 Diğer Hasat Makinaları

8433.60 Yumurta, Meyve ve Ürünleri Ayırma, Temizleme Makina ve Cihazları

8435.10 Şarap, Meyve Suları vb. İçin Kullanılan Makina ve Cihazlar

Zirai Mücadele Makinalar

8424.81 Tarla, Bahçe Ziraatına Mahsus Pülverizatörler

Hayvancılık Makinaları

8434.10 Süt sağma Makinaları

8434.20 Sütçülükte Kullanılan Makina ve Cihazlar

8436.10 Hayvan Yemlerini Hazırlamaya Mahsus Makina ve Cihazlar

8436.21 Cıvciv Çıkartma ve Büyütmeye Mahsus Makina ve Cihazlar

8436.29 Kümes Hayvancılığına Mahsus Diğer Makina ve Cihazlar

8436.80 Tarla, Bahçe, Ormancılık, Arıcılık için Diğer Makina ve Cihazlar

Tarım Alet ve Makinaları Aksam ve Parçaları

8432.90 Tarım ve Bahçe, Ormancılıkta Kullanılan Makinaların Aks. Ve Parçaları

8433.90 Hasat Makinalarına ait Aksam ve Parçalar

8434.90 Sütçülükte Kullanılan Makina ve Cihazların Aksam ve Parçaları

8435.90 Şarap, Meyve Suları vb. Makina ve Cihazların Aksam ve Parçaları

8436.91 Kümes Hayvancılığı / Cıvciv Çıkarma Makinalarının Aksam ve Parçaları

8436.99 Diğer Tarla, Bahçe, Kümes vb. Mak. Ve Cihazların Aksam ve Parçaları

Tarım sektörü, Tarım Alet ve Makinaları İmalat Sanayii sektöründe üretilen ürünlerin pazarı durumundadır. Dolayısıyla tarım sektöründe ortaya çıkan olumlu ya da olumsuz gelişmeler doğrudan bu sektöre yansımakta, bu sektördeki olgular da dolaylı biçimde tarım sektörünü etkilemektedir. Bir başka deyişle anılan iki sektör bir sebep-sonuç ilişkisi içindedir. Bu nedenle sektörün, tarım sektörü dikkate alınmaksızın, bağımsız olarak irdelenmesi ve planlanması düşünülemez; tarım sektörü için belirlenen hedefler bu sektöre ilişkin plan çalışmalarında temel alınmak durumundadır (Köse, 2010).

Tarım alet ve Makina sektörü, traktör ve diğer tarım alet ve makina sektöründen oluşmaktadır. Bu raporun hazırlanmasında tarım alet ve makina verileri oluşturulurken 8. Kalkınma planı çerçevesinde Tarım Alet ve Makina Özel İhtisas Komisyonu tarafından belirlenen makinalardan 8701.90 kodlu Traktörler (lastik tekerli) grubu; Muş merkezde yer alan sektörün yapısına paralellik oluşturmadığından dikkate alınmamıştır.

2.Tarım Alet ve Makina Sektörünün Dünyadaki Durumu

Bu bölümde tarım alet ve makina sektörünün dünyadaki durumu ele alındıktan sonra; söz konusu sektörde yıllara ve ürün gruplarına göre ihracat ve ithalat rakamları verilecektir.

2.2.Endüstrinin Dünyadaki Yapısı

Dünya genelinde 50'den fazla ülkede tarım alet ve makina üretimi gerçekleştirilmektedir (Anand, 2007). Tarım alet ve makina üretimi ülkelerin coğrafi, gelişmişlik ve politik özelliklerine göre oldukça farklılık göstermektedir. Bu nedenle üretim ve pazarlama döngüsünde ülkeler kendi konumlarına göre yeni pazarlama ve üretim stratejileri geliştirmektedirler.

Gelişmekte olan ülkelerde teknolojik, sosyo-kültürel ekonomik, çevresel problemler, küçük ölçekli işletmeler, kırsal kesimin zayıf alt yapısı, teknolojik alet geliştirmedeki sıkıntılar, v.b. sorunlara bağlı olarak tarımsal mekanizasyonun sürdürülebilirliği ve gelişimi engellenmektedir. Bu nedenle bu ülkelerde üretilecek tarım alet ve makinaların az yer kaplayan, düşük güçle çalışan ve çok amaçlı kullanılabilen makinalar olması gerekmektedir.

Bunlara ek olarak özellikle fosil yakıtların maliyetlerindeki yüksekliklere bağılı olarak enerji verimi yüksek aletler geliştirilmesi planlanmaktadır (Faroque, 2012).

Gelişmekte olan ülkelerde tarım alet ve makina ürünlerinin pazarlanması için etkili hükümet destek servisleri ve uygun politika çerçeveleri ile güçlendirilmiş özel sektöre ihtiyaç duyulmaktadır. İhtiyaç duyulan devlet destek servisleri pazar altyapısını hazırlamanın yanı sıra; pazara ait bilgilerin sağlanması ve tarımsal yayım servislerini içermelidir. Ayrıca çıkarılan yasalarla birlikte etkili bir özel sektör pazarlaması ve rekabet ortamı için yasa ve mevzuat oluşturulmalıdır. Buna ek olarak her düzeyde üniversite mezunlarından çiftçilere uzanan bir pazarlama eğitim faaliyeti olmalı ve sektörün tarımsal ticaret, büyük perakendeciler ve çiftçiler arasında yeni pazarlama linkleri kurulmalıdır (Faroque, 2012).

Tarım alet ve makina üretimi gerek gelişmiş gerekse de gelişmekte olan ülkelerde standart dizaynlara göre bilinen tekniklerle üretilmektedir. Bu durum özellikle son yıllarda Brezilya ve Çin gibi ülkelerdeki küçük üreticilerin, maliyet düşüklüğüne paralel olarak sektöre girmesine neden olmaktadır (Anand 2007). Çin, söz konusu sektörde bilimsel araştırma, üretim, servis ve satışları içeren entegre bir sistem inşa ederek 2002 yılından 2005 yılına kadar ihracatını yıllık %37 oranında arttırmıştır. Özellikle yeni ürün geliştirilmesi konusunda ülkede 20 üniversitede yer alan tarım makinaları araştırma enstitüsünün rolü büyüktür. Ayrıca küçük ve orta ölçekli işletmelerin entegrasyonu ile 2005 yılında 8.000 tarım makina üreticisinden oluşan tarım alet ve makina endüstri zinciri oluşmuştur. Ancak hala Çin'de büyük ölçülü yüksek teknolojiye sahip ürünler üretilmemekte ve dışarıdan ithal edilmek zorunda kalınmaktadır. Alet işleminde kullanılan teknoloji eski, verimsiz ve üretim düşük kalitelidir. Ayrıca sektördeki üretim iyi organize olamamış ve düşük üretim düzeyine sahip olan küçük işletmelerden oluşmaktadır. Buna karşın büyük işletmeler yeterince güçlü değilken küçük olanlar profesyonel değildirler (Yuan'en, 2012).

AB'de bulunan büyük üretici şirketlerin yanı sıra birçok tarım alet ve makina üreticisi küçük ve orta ölçekli ancak teknoloji üretebilen şirketlerdir. Bu şirketlerin bir çoğu büyük şirketlerin ortağı ya da tedarikçisi olarak hizmet vermektedirler. Birçok yeni ürün bu küçük ölçekli üreticiler tarafından dışarıdan gelen finansman ile geliştirilmektedir. Şirketler kendi bünyelerinde bulunan araştırma ve geliştirme (AR-GE) birimlerinden daha az faydalanmaktadır. Bu nedenle üniversitelerde ileri bakan araştırmalar ve araştırma kurumlarının performansları önem kazanmaktadır. Bu bağlamda AB 'de kabul edilen Lizbon

stratejisi çerçevesinde Gayri Safi Yurt İçi Hasıla (GSYİH)'larının % 3'ünü endüstriyel alanda yürütülecek Ar-Ge faaliyetlerine ayırmaktadırlar (AET, 2006).

AB'de endüstride karşılaşılan en önemli sorun üretilen tarım alet ve makine fiyatlarının maliyetlerinin yüksek olmasıdır. Bununla birlikte özellikle emeğin ucuz olmasından dolayı AB dışına taşınan tarım alet ve makina üretiminde, ekipman parçalarının sahtelerinin yapılması AB pazarlarını olumsuz yönden etkilemektedir (Dryancour, 2011).

Global olarak her yıl üretilen toplam alet ve makina miktarının % 40'ından fazlası uluslararası piyasalar girmektedir. Bu nedenle özellikle gelişmiş ülkelerdeki teknolojik alet ve makina üretimi, coğrafyaya bağlı dağınık müşteri profili ve kullanılmış alet ve makinaları sahipleri ve satıcı arasında yaşanan keskin rekabet; ilgili piyasanın uluslararası rekabetini arttırmaktadır. Bütün bunlara ek olarak arz kanallarının karmaşıklığı ve yeterli koordinasyon içerisinde bulunmaması pazarın olumsuz yanlarıdır. Bu negatifliklerin ortadan kaldırılması, kaliteli ve iyi özellikli ürün üretiminin yanı sıra, iyi eğitilmiş satıcı ağı ve cesur fiyatlandırma ve promosyon tekniklerinin uygulanması gerekmektedir (Anand, 2007).

Tarım alet ve makina üreticilerinin dünya piyasalarında zorlandıkları diğer bir konu dağıtım sorunlarıdır. Coğrafi yakınlık, servis ve satışların sürdürülmesindeki anahtar konu olmasının yanı sıra; özellikle yedek parça ve teknik desteğe erişimi sağlayacak güçlü bir servis ağı markanın imajı açısından önem kazanmaktadır (Anand, 2007). Son yıllarda otomotiv sektöründe de olduğu gibi tarım alet ve makina üreten şirketler birleşerek ortak üretim yapmaya başlamışlar ve servis, dağıtım ve pazarlama kanallarını arttırmışlardır. Örneğin, 1992 yılında Fiat ve Ford birleşerek New Holland adını almışlar ve ardından "Case" adlı başka bir büyük traktör firmasıyla birleşerek Case New Holland (CHN Global) adıyla dev bir traktör üreticisi olarak ortaya çıkmışlardır. Yine Japon "Kubota" ve İsveçli "Alfa Laval" gibi firmalar ABD ve dünyanın başka yerlerinde tesisler ve dağıtım şebekeleri kurmuşlardır. Son yıllarda sektörde yaşanan bu gelişmeler fiyat rekabeti ve büyük ölçekli talepleri karşılama konularında önemli avantajlar sağlamaktadır (EB, 2012)

Müşteriye satışlarda iyi finansman olanaklarının sağlanması dikkate alınması gereken diğer bir konu başlığı olarak karşımıza çıkmaktadır. Büyük şirketlerin sahip oldukları finansal olanaklar ile toplam satış finansmanına ve perakende borçlanmaya gitmeleri bu şirketlerin pazar güçlerini arttırmaktadır. Bunun yanı sıra özellikle son yıllarda finansal sektörün devlet kontrolünden çıkarılması ve gerek gelişmiş gerekse de gelişmekte olan ülkelerde bilgi işleme olanaklarının gelişmesi alet ve makina pazarının gelişmesi açısından olumlu sonuçlar

doğurmaktadır. Kamu İktisadi Teşebbüsü niteliğinde Asya ve Latin Amerika'da bulunan şirketlerin iş yaratma ve teknoloji transferi yoluyla ulusal pazarlara erişebilen Batı firmalarıyla büyük ve ortak müteşebbis yatırımlara girmek zorunda kalması pazar geliştirmenin diğer bir pratiği olarak ortaya çıkmaktadır (Anand 2007).

Tarım alet ve makina üretimi globalleşme, tarımsal üretim, teknolojik gelişme ve diğer alanlarda meydana gelen bir takım eğilimler tarafından gerek Avrupa da gerek dünyada sürekli bir değişim ve gelişim içerisinde. Özellikle AB ve AB'ye uyum doğrultusunda çıkarılacak yasalar, çevresel hedefler (emisyonların düşürülmesi, enerji verimi yüksek alet ve makinalar, bu değişimlere bağlı gerçekleşecek finansal destekleme kriterlerindeki değişim, toprak koruma, su kirliliği, kimyasal ve pestisitlerin korunması) sürdürülebilirlik kriterine bağlı olarak destek verilmesi tarım alet ve makina üretimini etkileyecektir. Avrupa Birliği Tarım Alet ve Makina Üreticileri Federasyonu'na göre yukarıda meydana gelecek değişiklikler tarım alet ve makina sektörü 2 yönde etkileyecektir. İlk olarak, yüksek verimli çiftlik ürünlerinin yetiştirilmesine sebep olacak ve daha sonra orta ölçekteki uzmanlaşmış çiftçileri güçlendirecektir.

Günümüzde sektörün karşılaşacağı asıl zorluklar özellikle yenilenebilir enerji üretimi, yeni enerji kaynaklarının bulunması, iklim değişikliği ve nüfus artışına bağlı gıda üretimi konularıdır. Bu durum doğrudan teknolojik süreçlere bağlı olan yeni ve daha verimli tarım alet ve makina üretiminin gerçekleşmesi ihtiyacını doğuracaktır (Anand, 2007).

2.3.Tarım Alet ve Makinalarının Dünyadaki Ticareti

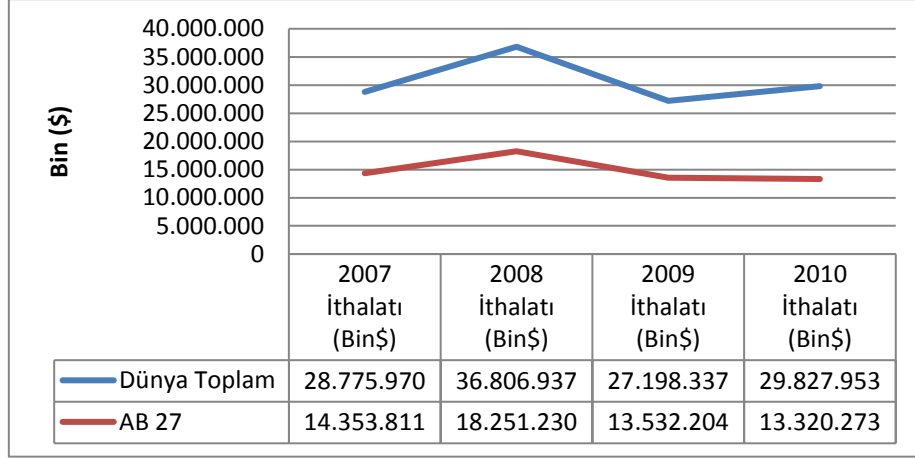
2.3.1.Tarım Alet ve Makinalarının Dünya'daki İthalatı

2010 yılı rakamlarına göre bütün dünyada tarım alet ve Makinaların ithalatı 29 milyar doları aşmıştır. Söz konusu ithalatın yaklaşık %50'si Avrupa Birliği (AB 27) ülkelerinden gerçekleşmektedir (Şekil 1).

Dünya'da en fazla tarım alet ve makina ithal edilen ülkeler 2010 yılı rakamlarına göre Amerika, Fransa, Kanada Almanya ve Rusya'dır. Türkiye 2010 yılı rakamlarına göre dünyada 30. sırada yer almaktadır (İlk 15 ülkeden sonra Türkiye şekilde gösterilmiştir) (Şekil 2). Dünyada en fazla ithalatı yapılan ilk beş tarım alet ve Makina grubu sırasıyla; hasat Makinalarına ait aksam ve parçalar, kombine biçerdöverler, motorlu çim biçme Makinaları, tarım, bahçe ve ormancılıkta kullanılan Makinaların aksam ve parçaları ve tarla bahçe ormancılık arıcılık için diğer Makina ve cihazlardır. En az ithalatı yapılan Makina grupları ise

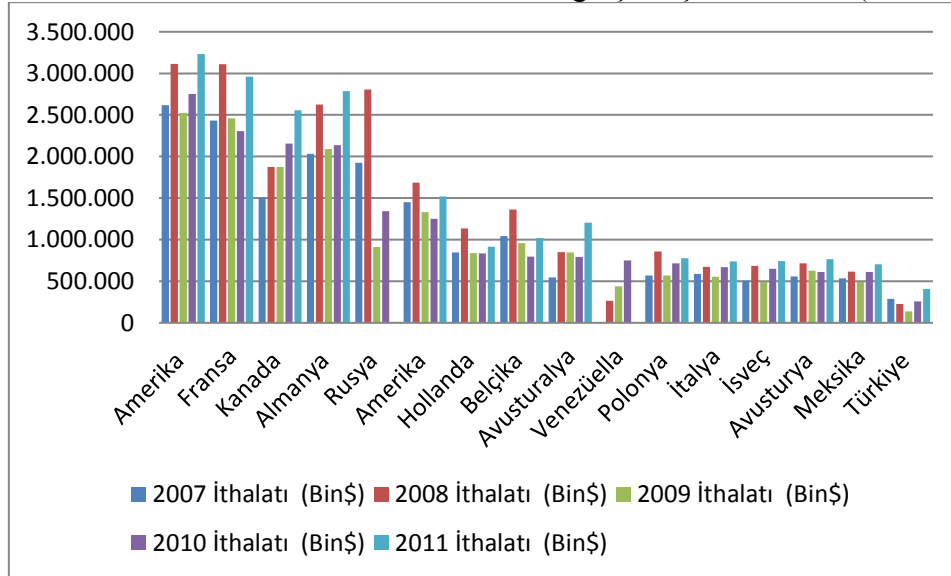
sondan başa doğru şarap meyve suları vb Makinaların aksam ve parçaları, diğer harman Makina ve cihazları, Diskli tırmıklar, Şarap meyve suları için kullanılan Makina ve cihazlar ve civciv çıkartma ve büyütme mahsus Makina ve cihazlarıdır¹.

Şekil 1: Tarım alet ve Makinalarının toplam olarak Dünya'daki ve AB'deki ithalatı



Kaynak: Trade Map (2012)

Şekil 2: En fazla tarım alet ve Makina ithalatını gerçekleştiren ülkeler (2007-2011)



Kaynak: Trade Map (2012)

Dünya ithalat verilerine dikkat edildiğinde tarım alet ve Makinalarının üretilen yedek parçalarında global pazarlarda önemli bir gelir kaynağı olarak yer etmektedirler. Her ne kadar tarım alet ve Makina üreticileri bütünleşmiş mal üreterek piyasaya sunsalar da, yedek parça üretimi bütün dünyada üreticiler için önemli bir gelir kaynağını oluşturmaktadır.

¹ Bakınız Ek 1

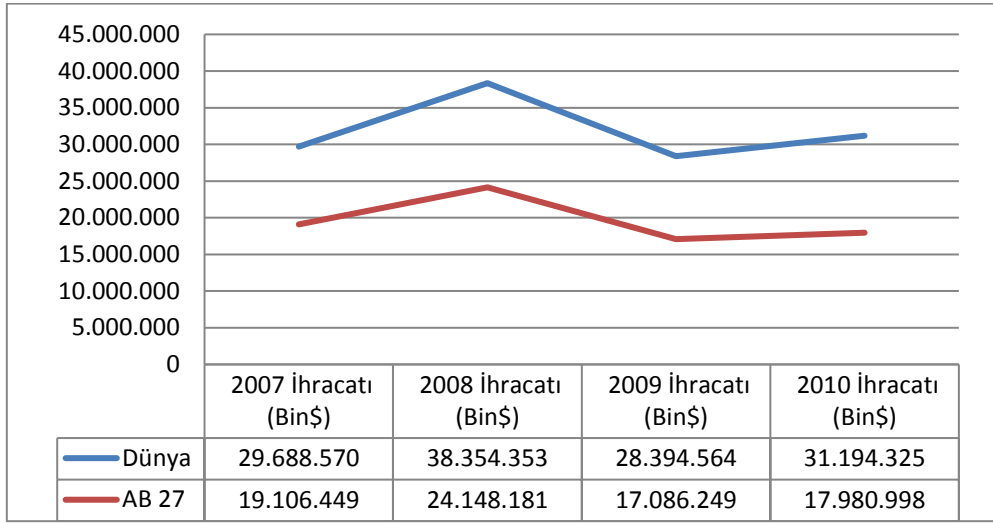
2.3.2. Tarım Alet ve Makinaların Dünya'daki İhracatı

Dünya tarım alet ve Makina ihracatı 2010 yılı rakamlarına göre 31 milyar doları aşmıştır. 2008 yılında dünya finansal piyasalarında yaşanan krizi tarım alet ve makina sektöründe önemli ölçüde etkilemiştir. Bu nedenle toplam ithalatta olduğu gibi toplam ihracatta aynı dönem içerisinde 2007 yılına göre %36 gerileme göstererek 28 milyar dolar seviyesine inmiştir.

İhracat verilerine bakıldığında sektördeki en önemli aktörün Avrupa Birliği ülkeleri olduğu (AB- 27) görülmektedir. Bu dönemde 2007 yılına göre AB-27 ülkeleri ihracatta % 37 gerileyerek 17 milyar dolar seviyesine inmiştir. 2007 yılına göre dünya ihracatında %64'lük paya sahip olan AB ülkelerinin ihracattaki payı 2010 yılında %54 'e gerilemiştir (Şekil 3). Avrupa Metal İşçileri Federasyonuna (MİF) göre, AB ülkeleri 4500 şirket ile 275.000 kişiyi istihdam etmektedir (Dryancour, 2011) ve çoğunluğu küçük ve orta ölçekli işletmelerden oluşmaktadır. Sektörün yüksek rekabet gücü müşteri ihtiyacına uygun, yenilikçi ve kusursuz tarım alet ve Makina üretimi yapabilme yeteneğinden kaynaklanmaktadır.

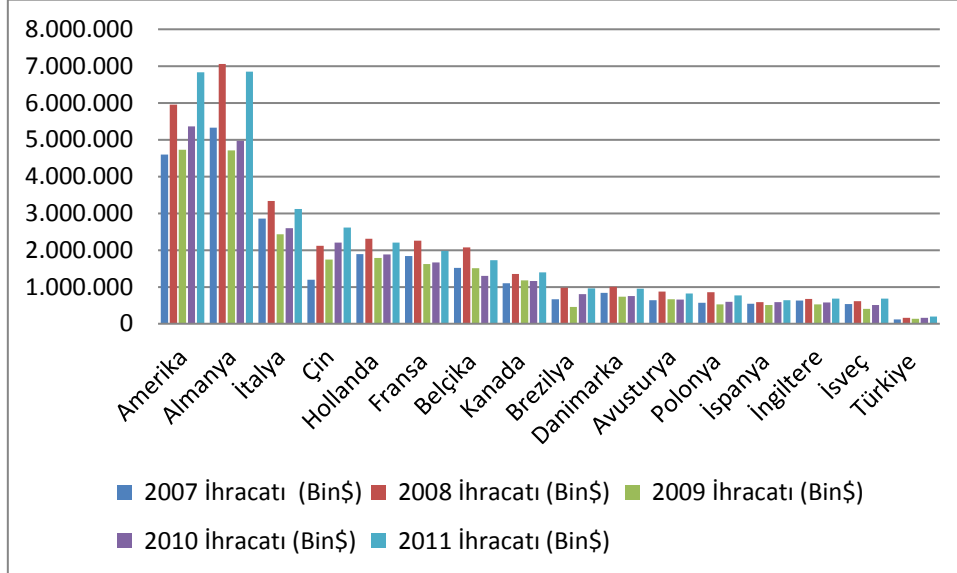
Şekil 4'ten de görülebileceği gibi Amerika, Almanya, İtalya, Çin, Hollanda ve Fransa dünya ihracatında öne çıkan ülkelerdir. Ancak, AB içerisinde üretimde özellikle ekonomik krizin etkisiyle gözlenen düşüşe paralel olarak; AB tarafından yapılan toplam ihracatta düşüş göstermektedir. Üretimde en fazla düşüş Almanya'da gerçekleşmektedir (EMF, 2010). Alman Mühendislik Federasyonu'nun (VDMA) raporuna göre, Avrupa'da faaliyet gösteren tarım alet ve Makina işletmeleri 2009 yılında %15 ciro kaybına uğramıştır. Özellikle Merkezi ve Doğu Avrupa'da faaliyet gösteren işletmelerin tarım alet ve Makina talebindeki ve üretimindeki sert düşüşler; Rusya ve Ukrayna gibi Doğu Avrupa pazarlarına ve çok uluslu tedarikçi firmalara olan bağlılıktan kaynaklanmıştır (EMF, 2010). Türkiye 2011 yılı rakamlarına göre tarım alet ve Makinaların toplam ihracatında 26. sırada yer almaktadır.

Şekil 3 : Tarım alet ve Makinalarının toplam olarak Dünya'daki ve AB'deki ihracatı



Kaynak: Trade Map (2012)

Şekil 4 : En fazla tarım alet ve Makina ihracatını gerçekleştiren ülkeler (2007-2011)



Kaynak: Trade Map (2012)

2012-2017 yılları arasında 122.9 milyar dolar olması beklenmektedir(Traktör pazarı dahil). Bu büyüme üzerinde gelişmiş ülkelerde beklenen yavaş üretim ve ihracat artışı; gelişmekte olan ekonomiler de sağlanacak gelişme ile dengelenmesi beklenmektedir. Bu gelişim üzerindeki asıl faktör i artan dünya nüfusuna paralel olarak genişleyen gıda talebi olacaktır (GIA, 2012) .

Dünyada en fazla ticareti yapılan ürün gruplarına bakıldığında² hasat makinalarına ait aksam ve parçalar, kombine biçerdöverler, motorlu çim biçme makinaları, tarla bahçe ziraatına mahsus pülverizatörler ve tarım, bahçe ve ormancılıkta kullanılan Makinaların

² Bakınız Ek 2

aksam ve parçaları ilk beş sırayı almaktadır. İthalat edilen ürünlerle karşılaştırıldığında tarla bahçe ziraatına mahsus pülverizatörlerin ihracatta farklılaştığı görülmektedir. İthalat ve ihracat edilen mal ve hizmetlerin birbirine eşit olması gerektiği göz önünde bulundurulduğunda söz konusu mal grubunda ülkelerin mevcut ihracat ve ithalat verilerini tam olarak paylaşmadığı ortaya çıkmaktadır. Dünyada en az ihraç edilen mal grupları da tıpkı ithalattaki gibi şarap meyve suları vb. Makinaların aksam ve parçaları, diğer harman Makina ve cihazları, diskli tırmıklar, şarap meyve suları için kullanılan Makina ve cihazlar ve civciv çıkartma ve büyütme mahsus Makina ve cihazlardır.

2.4. Dünyadaki Tarım Alet ve Makina Trendi (Ticaret Portföyü)

Dünyadaki ticaret portföyünün belirlenmesi özellikle ürün gruplarına dair ihracat dinamiklerinin belirlenmesi ve tarım alet ve Makina sektörü ile ilgili verilecek yatırım kararları açısından önemlidir. Bu amaçla raporun başında da belirtildiği gibi GTİP numaraları kullanılarak elde edilen tarım alet ve Makinalarının ürün grupları kullanılarak 32 farklı ürün grubu için trend analizleri yapılmıştır. Ek 3'te görüldüğü gibi ürün gruplarının ticaret indikatörleri arasında yer alan 2006-2010 arasındaki yıllık büyüme değeri (%) ve 2006-2010 arasında dünya ithalatının yıllık büyümesi (%) kolonlarının altında yer alan değerler sektöre ilişkin önemli ipuçları vermektedir. Örneğin, 843352 ürün kodlu “Diğer harman Makina ve cihazları” gelecek vadeden bir sektördür. Çünkü 2006-2010 arasındaki ve son 12 aylık periyotta “Diğer harman Makina ve cihazları” dünya ithalatı %11 büyürken sırasıyla %33 ve % 4 büyümüştür.

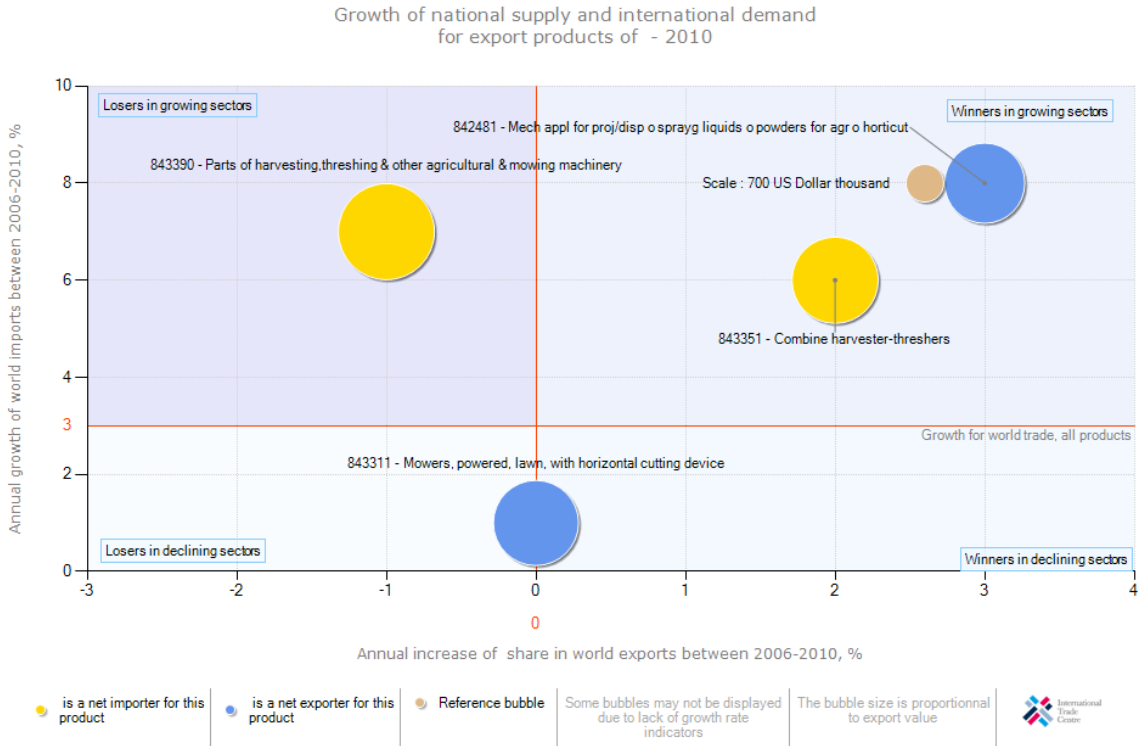
Şekil 5'te ilk 5 ürün grubu için (32 ürün grubu toplamına göre) ürün gruplarına ait ihracat performansı dinamik anlamda gösterilmeye çalışılmıştır. Burada, her bir ürün grubuna ait ihracat değeri sarı veya mavi dairelerle gösterilmektedir. Apsis eksenini 2006-2010 yılları arasında dünya ihracatındaki payın yıllık artışını temsil etmektedir. Ordinat eksenini ise 2006-2010 yılları arasında uluslararası talebin yıllık artışını göstermektedir. Dünya ihracatındaki payın yıllık artışı, 2006-2010 arasındaki yıllık büyüme değerinden 2006-2010 arasında dünya ithalatının yıllık büyüme değerinin çıkarılmasıyla elde edilmektedir. Örneğin, 843352 ürün kodlu “Diğer harman Makina ve cihazları” için bu değer $33-11=22$ 'dir.

Şekil 5'te yer alan kırmızı çizgi, 2006-2010 periyodunda dünya “seçilmiş” toplam ihracatının ortalama nominal gelişimini ifade etmektedir. Sıfır noktasındaki dikey kırmızı çizgi dünya Pazar payının “0” olduğu noktayı göstermektedir. Burada herhangi bir ürün grubunun ihracat performansının artması ya da azalması kararı, 2006-2010 periyodunda

dünya toplam ihracatının ortalama nominal gelişimine (Şekil 5’te yatay kırmızı çizginin geçtiği % 3 değeri) göre verilmektedir. Buna göre, ithalat değeri %3’ün altın yer alan ürün gruplarının ihracat potansiyelinin azaldığı; bu çizginin üzerinde kalan noktalarda ise ihracat potansiyelinin arttığı sonucu çıkmaktadır. Çünkü bu ürün grupları dünya pazarından daha hızlı büyümektedirler. Yatay ve dikey çizgiler Şekil 5’te görüldüğü gibi 4 farklı alanın oluşmasına neden olmaktadır. Bu alanlar:

- Büyüyen sektörlerde kazananlar (Şampiyonlar)
- Büyüyen sektörlerde kaybedenler (Az becerenler)
- Küçülen sektörlerde kazananlar
- Küçülen sektörlerde kaybedenler olmak üzere sınıflandırılmışlardır.

Şekil 5 : 2010 Yılında ihraç edilen ürün grupları için uluslararası talebin ve ulusal arzın gelişimi 1-5



Kaynak: Trade Map (2012)

Eğer bir ürün “Büyüyen sektörlerde kazananlar” grubunda ise (Şekil 5’te yukarı sağ bölüm), bu durum o ürün ya da ürün grubunu üretenlerin uluslararası piyasalarda rekabet gücü açısından kendilerini kanıtlamış olduklarını göstermektedir. Bu sektörlerde yapılacak promosyonlar arz kapasitesini artırır.

Eğer ürün ya da ürün grubu “büyüyen sektörlerde kaybedenler” grubunda ise (Şekil 5’te yukarı sol bölüm) yatırımcılar ve ticaret teşvikçileri kaynakların artan uluslararası talepten daha iyi bir gelir elde etmek için nasıl kullanılması gerektiği konusunda dikkatli değerlendirme yapmak zorundadırlar. Bunun için ticaret ve üretime ait veriler, hangi ürün ya da ürün grubunun daha iyi bir gelişme sunacağı konusunda detaylı olarak incelenmelidir. Çünkü söz konusu ihracat performansındaki bu düşüklüğün nedeni arz kapasitesi üzerindeki engeller, ürün kalite sorunları ve pazara erişim engelleri olabilir.

Küçülen sektörlerde kazananlar (Şekil 5’te aşağı sağ bölüm) kısmında yer alan ürün ya da ürün grubu spesifik ürünler için pozitif ticaret performansının belirlenmesine yardım etmekte olup, “niş pazarlamadan” yararlanabilir. Bu kısımda yer alan ürünlerin ihracatı belirli bir ülke tarafından artarken dünya genelinde söz konusu ürün grubunun pazarı azalmakta ve dünya ihracat pazarı, dünya ortalamasının altında büyümektedir.

Küçülen sektörlerde kaybedenler (Şekil 5’te aşağı sol bölüm) kısmında yer alan ürünler, dünya ortalamasının altında büyüyen dünya ithalat pazarlarında ihracatçıların azalan payını göstermektedir. Başka bir deyişle belirli bir ürün ya da ürün grubunun dünya ithalatı dünya ortalamasının altında artmaktadır. Bu gibi ürünler için çok detaylı arz ve talep çalışması yapılmalıdır.

Şekil 5’te görüldüğü gibi “ 842481 Tarla Bahçe Ziraatına Mahsus Pülverizatörler” dünyada rekabetin en yüksek olduğu ürün grubudur Dünya pazar payı bu ürün grubu için yıllık %3 artarken, dünya ithalatındaki yıllık artış %8’dir. Daire renginin mavi olması bu ürünü ihracat eden ülkelerin net ihracatçı olduğunu göstermektedir. Daire renginin sarı olması ise bu ürün grubu için önemli bir talebin var olduğunu göstermektedir. Bu ürün koluna yapılacak yatırımlar olumlu sonuç verebilecektir. Ürünün toplam ihracat değeri 3 milyar dolar civarındadır.

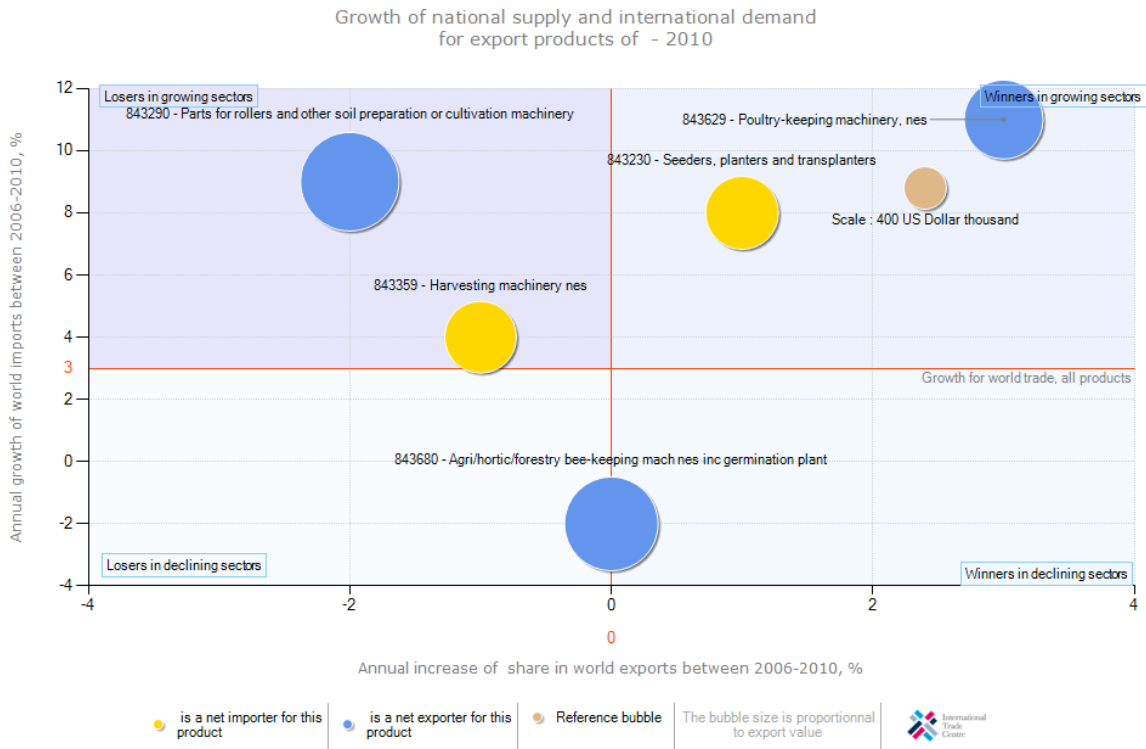
843351 Kombine Biçerdöverler için dünya pazar payı yıllık %2 artarken, dünya ithalatındaki yıllık artış % 6’dir. Bu ürünü üreten ülkeler, dünya pazarında net ithalatçıdırlar. Bununla birlikte dünyadaki ticaret değeri 3 milyar doların üzerinde olan bu ürünü üreten işletmelerin rekabet edebilirlik düzeyleri oldukça yüksektir. Bu ürün kolunda teşvikler arttırılırsa ürünü üreten ülke daha fazla kazanç sağlayabilecektir.

843390 Hasat Makinalarına Ait Aksam ve Parçalar için dünya pazar payı yıllık % 1 azalırken, dünya ithalatındaki yıllık artış % 7’dir. Dünya genelinde 4 milyar dolar ihraç

edilmekte olan bu ürüne dünya piyasalarında yoğun bir talep olmasına rağmen; ithalat yapan ülke ürünü, çeşitli nedenlerle talebi karşılayacak kadar üretememekte ve pazarlayamamaktadır.

843311 Motorlu Çim Biçme Makinaları için dünya pazar payı yıllık artış göstermemektedir, Dünya ithalatındaki yıllık artış % 1'dir. Bu ürün grubu için üretim kararı çok detaylı pazarlama araştırmalarından sonra verilmelidir. Ürün grubunun dünya ticaretindeki hacmi 3 milyar dolar civarındadır (ihraç edilmektedir).

Şekil 6 : 2010 Yılında ihraç edilen ürün grupları için uluslararası talebin ve ulusal arzın gelişimi 6-10



Kaynak: Trade Map (2012)

843629 Kümes Hayvancılığına Mahsus Diğer Makina ve Cihazlar için dünya pazar payı yıllık % 3 artarken, dünya ithalatındaki yıllık artış % 11'dir. 1.3 milyar dolar civarında ihraç edilmekte olan ürün grubunu üreten ülkeler bu ürün grubu için net ihracatçıdırlar. Ürün grubu ile ilgili yapılan teşvikler; ürünü üreten ülkelerin arz kapasitesini arttıracak ve bu durum ülkelerin daha fazla gelir elde etmesine yardımcı olabilecektir.

843230 Tohum Ekme, Fidan Dikme, Fide Söküp Dikme Makinaları için dünya pazar payı yıllık % 1 artarken, dünya ithalatındaki yıllık artış % 8'dir. Bu ürün grubunu üreten ülkeler

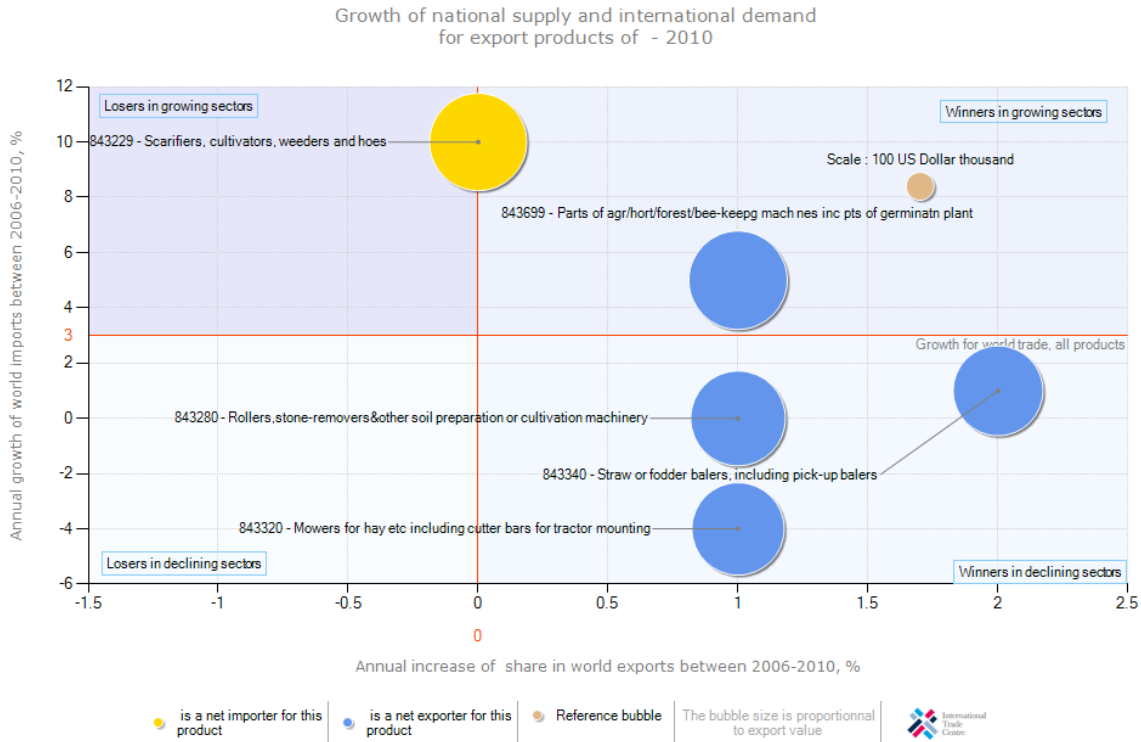
dünya pazarlarında net ithalatçılardır. 1.13 milyar dolar civarında dünya ihracatına sahip olan ürün grubu büyüyen sektörlerde kazananlar grubunda bulunmaktadır.

843359 Diğer Hasat Makinaları için dünya pazar payı yıllık % 1 azalırken, dünya ithalatındaki yıllık artış % 4'dir. 1.1 milyar dolar civarında ihraç edilmekte olan bu ürün grubunu üreten ülkeler dünya pazarlarında net ithalatçılardır. Detaylı piyasa ve kalite analizleri yapan ülkeler; bu ürün dalından elde edecekleri geliri arttırabileceklerdir.

843290 Tarım, Bahçe ve Ormancılıkta Kullanılan Makinaların Aksam ve Parçaları için dünya pazar payı yıllık % 2 azalırken, dünya ithalatındaki yıllık artış % 9'dir. Bütün dünyada 2 milyar dolar civarında ihraç edilmektedir. Bu ürün grubunu üreten ülkeler dünya pazarlarında net ihracatçı olup; ürünün arz düşüklüğündeki problemleri ve pazardaki tutundurma problemleri çözülürse, üretici ülkeler için ciddi bir gelir kaynağı olacaktır.

843680 tarla bahçe ormancılık arıcılık için diğer Makina ve cihazlar için dünya pazar payı yıllık % 0'ken, dünya ithalatındaki yıllık azalış % 2'dir. 1,8 milyar dolar civarında ihraç edilmektedir (Şekil 6).

Şekil 7: 2010 Yılında ihraç edilen ürün grupları için uluslararası talebin ve ulusal arzın gelişimi 11-15



Kaynak: Trade Map (2012)

843699 Diğer Tarla, Bahçe, KÜmes v.b. Makinaların ve Cihazların Aksam ve Parçaları için dünya pazar payı yıllık % 1 artarken, dünya ithalatındaki yıllık artış % 5'dir. Bu ürün grubunu üreten ülkeler dünya pazarlarında net ithalatçı olup; 0,98 milyar dolar civarında ihraç edilmektedir. Ürün grubu ile ilgili yapılan teşvikler; ürünü üreten ülkelerin arz kapasitesini arttıracak ve bu durum ülkelerin daha fazla gelir sağlamasına katkıda bulunabilecektir(Şekil 7).

843229 Diğer Tırmıklar Kültivatörler Ot Ayıklama ve Çapalama Makinaları için dünya pazar payı yıllık % 0 olup, dünya ithalatındaki yıllık artış % 10'dir. 0,96 milyar dolar civarında ihraç edilmektedir (Şekil 7).

843340 Ot ve Samanı Demet ya da Balya Yapan Makinalar için dünya pazar payı yıllık % 2 artarken, dünya ithalatındaki yıllık artış % 1'dir. 0.8 milyar dolar civarında ihraç edilmektedir. 843280 Tarla ve Bahçe Tarımına Ait Diğer Makina ve Cihazlar için dünya pazar payı yıllık % 1, dünya ithalatındaki yıllık artış % 0'dir. 0,9 milyar dolar civarında ihraç edilmektedir. 843320 Çayır Biçme Makinaları için dünya pazar payı yıllık % 1, dünya ithalatındaki yıllık azalış % 4'dir. 0,86 milyar dolar civarında ihraç edilmektedir. Bu üç ürün grubunu üreten ülkeler, dünya genelinde söz konusu ürün grupları için net ihracatçıdırlar. Bu ürün grupları “niş pazarlar” denen son derece özelleşmiş alıcısı ve satıcısı olan ürün gruplarıdır. Bu nedenle hem satıcılar hem de alıcılar bahsedilen ürün grupları için özelleştiğinden dünya ticareti son derece sınırlıdır (Şekil 7).

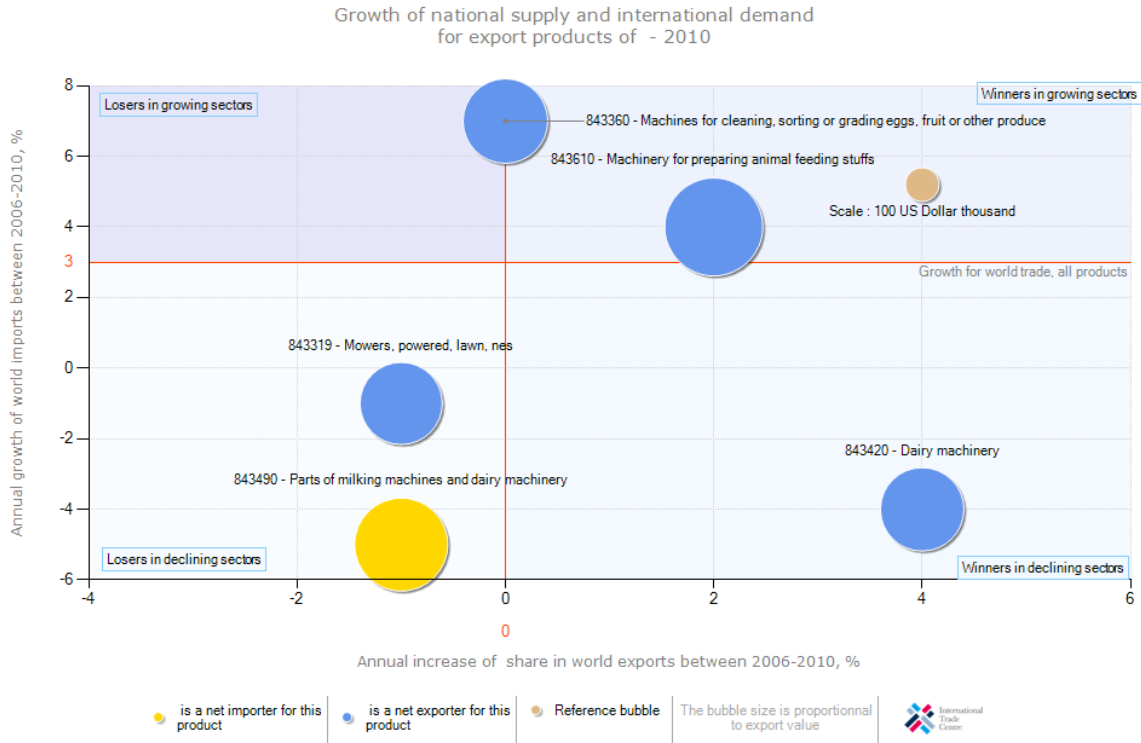
843360 Yumurta, Meyve ve Ürünleri Ayırma Temizleme Makinaları ve Cihazları için dünya pazar payı yıllık % 0'dır. Dünya ithalatındaki yıllık artış % 7'dir. 0,52 milyar dolar civarında ihraç edilmektedir. Bu ürün grubu için üretim kararı çok detaylı pazarlama araştırmalarından sonra verilmelidir (Şekil 8).

843610 Hayvan Yemlerini Hazırlamaya Mahsus Makina ve Cihazlar için dünya pazar payı yıllık % 1, dünya ithalatındaki yıllık azalış % 4'dir. 0,86 milyar dolar civarında ihraç edilmekte olan ürün grubunu üreten ülkeler bu ürün grubu için net ihracatçıdırlar. Ürün grubu ile ilgili yapılan teşvikler; ürünü üreten ülkelerin arz kapasitesini arttıracak ve bu durum ülkelerin daha fazla gelir elde etmesine yardımcı olabilecektir (Şekil 8).

843420 Sütçülükte Kullanılan Makina ve Cihazları için dünya pazar payı yıllık % 4, dünya ithalatındaki yıllık azalış % 4'dir. 0,52 milyar dolar civarında ihraç edilmektedir. Bu ürün grubunu üreten ülkeler, dünya genelinde söz konusu ürün grubu için net ihracatçıdırlar. Bu ürün grupları “niş pazarlar” denen son derece özelleşmiş alıcısı ve satıcısı olan ürün

gruplarıdır. Bu nedenle hem satıcılar hem de alıcılar bahsedilen ürün grupları için özelleştikten dünya ticareti son derece sınırlıdır (Şekil 8)

Şekil 8: 2010 Yılında ihraç edilen ürün grupları için uluslararası talebin ve ulusal arzın gelişimi 16-20

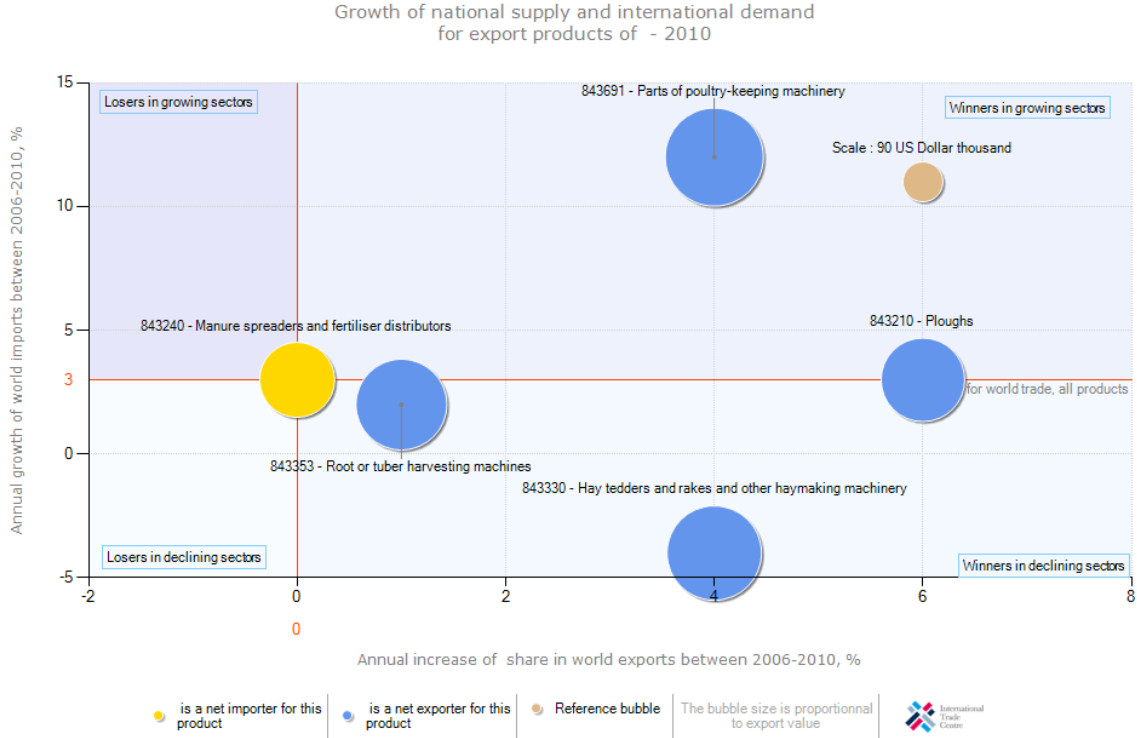


Kaynak: Trade Map (2012)

843319 Diğer Çim Biçme Makinaları için dünya pazar payı yıllık % 1 azalmaktadır. Bununla birlikte, dünya ithalatındaki yıllık azalışta % 1'dir. 0,51 milyar dolar civarında ihraç edilmekte olan ürünü üreten ülkeler net ihracatçıdır. 843490 Sütçülükte Kullanılan Makina ve Cihazların Aksam ve Parçaları için dünya pazar payı yıllık % 1 azalmaktadır. Aynı zamanda bu ürün grubunun dünya ithalatındaki yıllık azalışı % 5'dir. 0,86 milyar dolar civarında ihraç edilmekte olan ürün grubunu üreten ülkeler dünya genelinde net ithalatçıdır. Bu ürün grupları için üretim kararı çok detaylı pazarlama araştırmalarından sonra verilmelidir (Şekil 8).

843691 Kümes Hayvancılığı, Cıvciv Çıkartma Makinalarının Aksam ve Parçaları için dünya pazar payı yıllık % 4'ken; dünya ithalatındaki yıllık artış % 12'dir. 0,49 milyar dolar civarında ihraç edilmekte olan ürün grubunu üreten ülkeler, bu ürün grubu için net ihracatçıdır. Ürün grubu ile ilgili sağlanan teşvikler; ürünün arz miktarını arttıracak ve üretici ülkeler daha fazla gelir elde etme avantajına sahip olabilecektir (Şekil 9)

Şekil 9: 2010 Yılında ihraç edilen ürün grupları için uluslararası talebin ve ulusal arzın gelişimi 21-25



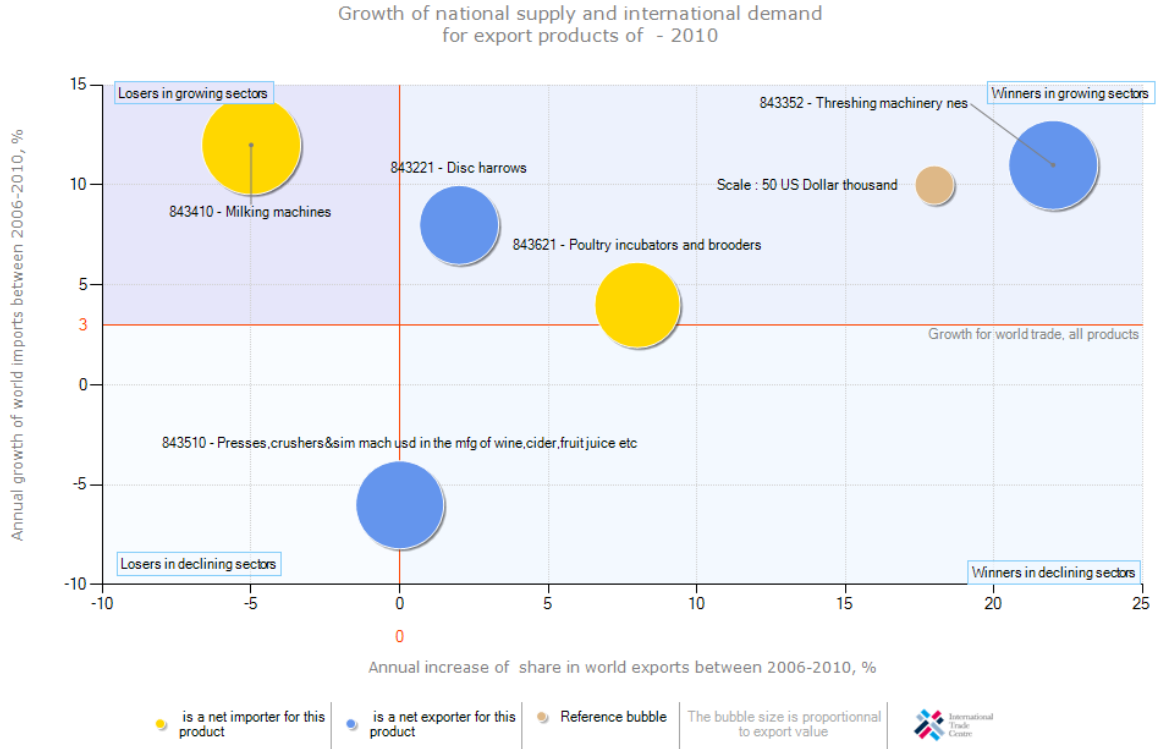
Kaynak: Trade Map (2012)

843210 Pulluklar dünya pazar payı yıllık % 6'dır. Dünya ithalatındaki yıllık artış ise % 3'tür. Bütün dünyada 0,36 milyar dolar civarında ihraç edilmektedir. Bu ürün grubunu üreten ülkeler dünya da net ihracatçıdırlar (Şekil 9)

843240 Gübre yayma saçma Makinaları dünya pazar payı sıfırdır. Bu ürün grubunun dünya ithalatındaki yıllık artış oranı % 3'tür. 0,29 milyar dolar civarında ihraç edilmekte olan ürün grubunu üreten ülkeler, dünya genelinde net ithalatçıdırlar (Şekil 9)

843353 Kök ve Yumru Sökme Makinaları dünya pazar payı yıllık % 1 olurken; ürünün dünya ithalatındaki yıllık artışı % 2'dir. 0,42 milyar dolar civarında ihraç edilmekte olan ürünü üreten ülkeler dünya ticaretinde net ihracatçıdırlar. 843330 Ot Hazırlama Makina ve Cihazları için dünya pazar payı yıllık % 4 civarındayken; dünya ithalatındaki yıllık azalış % 4'tür. Bu ürün dünya piyasalarında 0,45 milyar dolar civarında ihraç edilmektedir. Bu iki ürün grupları "niş pazarlar" denen son derece özelleşmiş alıcısı ve satıcısı olan ürün grupları arasında yer almaktadırlar. Bu nedenle hem satıcılar hem de alıcılar, bahsedilen ürün grupları için özelleştiklerinden dünya ticareti son derece sınırlıdır (Şekil 9)

Şekil 10 : 2010 Yılında ihraç edilen ürün grupları için uluslararası talebin ve ulusal arzın gelişimi 26-30



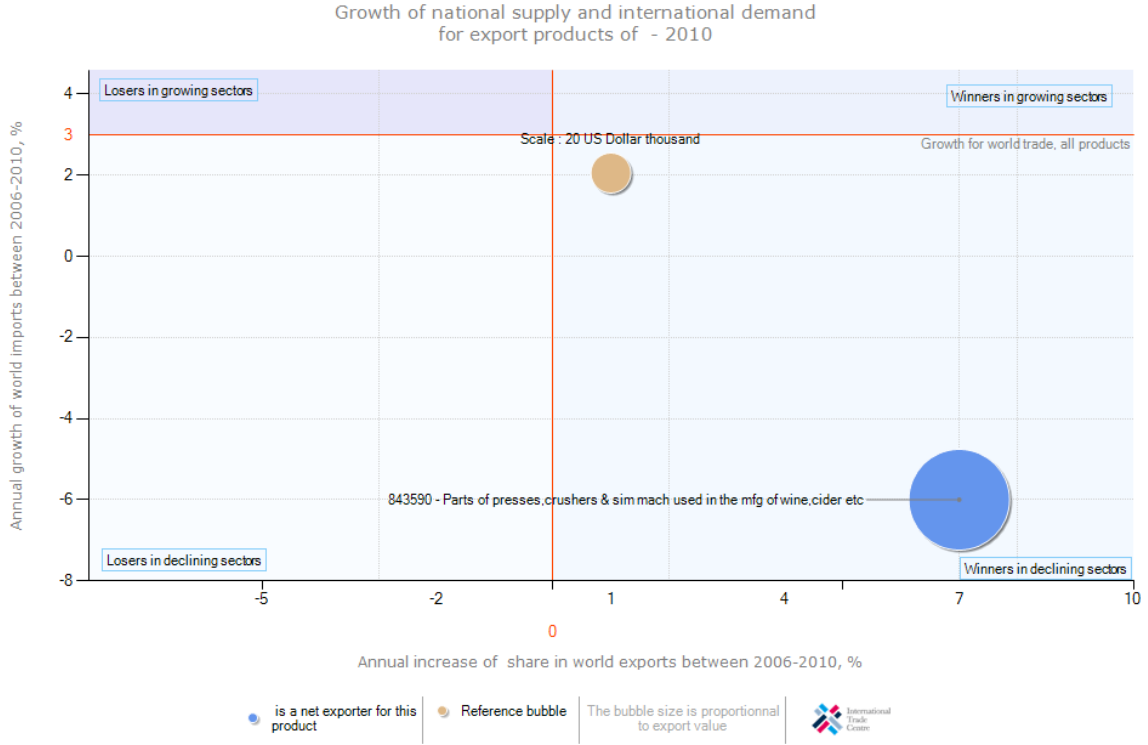
Kaynak: Trade Map (2012)

843410 Süt Sağım Makinaları için dünya pazar payı yıllık % 5 azalırken; dünya ithalatındaki yıllık artış % 12'dir. 0,29 milyar dolar civarında ihraç edilmekte olan bu ürün grubunu üreten ülkeler dünya pazarlarında net ithalatçıdırlar. Detaylı piyasa ve kalite analizleri yapan ülkeler; bu ürün dalından elde edecekleri geliri arttırabileceklerdir (Şekil 10).

843621 Cıvcıv Çıkartma ve Büyütmeye Mahsus Makina ve Cihazlar için dünya pazar payı yıllık % 8 olurken; dünya ithalatındaki yıllık artış % 4'dir. 0,21 milyar dolar civarında ihraç edilmektedir. Bu ürün grubunu üreten ülkeler, dünyada net ithalatçıdırlar. 843221 Diskli Tırmıklar için dünya pazar payı yıllık % 2'dir. Bu ürün grubu için dünya ithalatındaki yıllık artış % 8'dir. 0,19 milyar dolar civarında ihraç edilmektedir. 843352 Diğer Harman Makina ve Cihazları için dünya pazar payı yıllık % 22 olurken; dünya ithalatındaki yıllık artış % 11'dir. 0,23 milyar dolar civarında ihraç edilmekte olan ürünü ihraç eden ülkeler dünya piyasalarında net ihracatçıdırlar. Bu ürün koluna yapılacak yatırımlar ürünün arz miktarı üzerinde olumlu sonuç verebilecek ve söz konusu ürün grubunun ihracatından dolayı ihracatçı ülkeler iyi bir gelir elde edebileceklerdir (Şekil 10)

843510 Şarap Meyve Suları İçin Kullanılan Makina ve Cihazlar için dünya pazar payı yoktur. Ürün grubunun dünya ithalatındaki yıllık azalışı %6'dır. Bütün dünyada 0,23 milyar dolar civarında ihraç edilmektedir.

Şekil 11: 2010 Yılında ihraç edilen ürün grupları için uluslararası talebin ve ulusal arzın gelişimi 31-32



Kaynak: Trade Map (2012)

843590 Şarap Meyve Suları v.b. Makinaların Aksam Ve Parçaları için dünya pazar payı yıllık % 7; dünya ithalatındaki yıllık azalış % -6'dır. Bütün dünyada 0,11 milyar dolar civarında ihraç edilmekte olan ürünü ihraç eden ülkeler net ihracatçıdırlar. Bu kısımda yer alan ürünlerin ihracatı belirli bir ülke tarafından artarken dünya genelinde söz konusu ürün grubunun pazarı azalmakta ve dünya ihracat pazarı, dünya ortalamasının altında büyümektedir (Şekil 11)

3.Tarım Alet ve Makina Sanayinin Türkiye'deki Durumu

Türkiye'de tarım alet ve makina üretimi 1949 yılında traktör üretimi ile başlamıştır. Bu dönemden önce imalat sektörü bulunmamakla birlikte sadece çok sınırlı sayıda bulunan tarım alet ve makinaların tamir ve onarımını gerçekleştiren küçük bir sanayi bulunmaktaydı. (Yaltırık, 2002). Türkiye'de tarım sektöründeki istihdam oranı yıllara göre azalmaktadır. Tarım sektörünün gelişmişlik düzeyini belirlemede önemli bir ölçüt olarak kullanılan bu değer, tarım sektöründe istihdam edilen nüfusun tarımdan ayrılmasını ifade ederken söz konusu emek yoğun tarımın yerini makinalaşmaya bıraktığının bir göstergesi olarak kullanılmaktadır. 2011 yılı verilerine tarım sektörünün önceki yıllara göre toplam istihdamdaki payı daha da gerileyerek %26'ya gerilemiştir(EB,2012). Tarım sektörü, Tarım Alet ve Makinaları İmalat Sanayii sektörünce üretilen ürünlerin pazarı durumundadır. Bu nedenle, tarım sektöründe ortaya çıkan olumlu ya da olumsuz gelişmeler doğrudan bu sektöre yansımakta, bu sektördeki olgular da dolaylı biçimde tarım sektörünü etkilemektedir. Tarım Alet ve Makinaları İmalat Sektörünün tarım sektörü dikkate alınmaksızın, bağımsız olarak irdelenmesi ve planlanması düşünülemez. Tarım sektörü için belirlenen hedefler, tarım alet ve makinaları sektörüne ilişkin plan çalışmalarında temel alınmak durumundadır (DPT, 2011) Türk tarım sektörü güçlü bir potansiyele sahip olduğundan, bu durumun bir neticesi olarak; tarım alet ve makina sektörü güçlü bir yapıya sahiptir (EB,2012).

3.2. Sektörün Türkiye'deki Yapısı

İstihdamda tarım sektörünün sahip olduğu duruma paralel olarak Türkiye'de tarım alet ve makina sektöründe yaklaşık olarak 1000 adet üretici ve ithalatçı faaliyet göstermekte ve toplam 20 000 kişiden fazla kişiye istihdam sağlanmaktadır. Sektör, traktör üretimi ve tarım alet ve makina üretimi olmak üzere 2'ye ayrılmıştır. (EB 2012). Bunların yaklaşık 400 adedi kabul edebilecek ölçekte ve normlarda tarım makinası imal etmekte olup (Ulusoy ve ark., 2012), sektör bilincine ulaşmış ve üretici firmaların 230 tanesi Türk Tarım Alet ve Makinaları İmalatçıları Birliği (TARMAKBİR) çatısı altında 1978'den beri örgütlenmişlerdir (İleri, 2012).

Türkiye'de çok çeşitli tarım alet ve makina ürünleri üretilmekte olup bu ürünler şunlardır: Tarım traktörleri; tek-akslı motorlu çapalar (motokültörler), motorlu biçme makinaları; toprak işleme ve tohum yatağı hazırlama makina ve ekipmanları; ekim, dikim makina ve ekipmanları; gübreleme makinaları; bitki koruma ve sulama için araç ve donanımlar; hasat makinaları ve ekipmanları; ürün harmanlama, kurutma, savurma,

temizleme, sınıflandırma, işleme için Makina ve ekipmanlar; hayvansal üretim için makina ve ekipmanlar; tarla ve bahçe üretimi için diğer makina ve ekipmanlar (Çakır, 2005)

Tarım iş makinaları için imalat merkezleri 1998 verileriyle büyüklük sırasına göre İstanbul (91.967); Bursa (55.005); Manisa (48.821), Aydın (48.279), Konya (46.047); Ankara (40.804), Balıkesir (24.867) ve İzmir (24.331 adet) illeridir. İmalatta yerli bileşen oranı traktörde %90, tarım Makinalarının pek çoğunda ise %100'e ulaşmıştır (Çakır, 2005)

Tarımsal makina sanayinde faaliyet gösteren ve traktör imalatı ile uğraşan firmalar dışında kalan firmalar bir dizi orta ölçekli firma hariç tutulmak kaydıyla genellikle küçük ölçekli işletmelerdir. Firmaların %56'sı 10 kişiden az işçi istihdam etmektedir (Çakır, 2005). Bu durum bir yandan küçük ve orta ölçekli sanayicilerin diğer büyük işletmeler gibi yüksek bedeller ödeyerek CE belgesi gibi ihracatın olmazsa olmaz koşulunu yerine getirmesi zorlaşmaktadır; diğer yandan ülkemizde tarım alet ve makinalarının imalatına ağırlıklı olarak başka kaynaklardan taklit etme yoluyla başlanmaktadır. Tarım makinaları imalatçıları üzerinde yapılan bir anket çalışmasına göre firmaların %78'i Ar-Ge çalışmalarının olmadığını, %57'si teknik eleman istihdam etmediğini beyan etmiştir (DPT, 2001)

Firmaların yarısından çoğu teknik elemandan yoksundur. Büyük bir bölümünün ise, araştırma ve geliştirme birimi ve bu konudaki çalışması yoktur. Buna rağmen, imalatçıların yenilik yapma eğilimleri son yıllarda yurt dışı fuarlara katılım ve becerikli çiftçilerin feedback desteği ile sürmektedir. Bazı firmalar pazarlama elemanlarının bu amaç için kullanmakta ve Makina kalitesini etkileyen bölge ve yöre taleplerini imalatlarına yansıtmaktadır (DPT, 2001).

Geometrik olarak tam kopyalama yapılsa bile malzeme ve mühendislik detayları eklenmediği sürece makinaya kaliteli demek gerçekçi değildir. Ankete katılan firmaların çoğunda tarım alet ve makinaları imalatında kullanılan standart ölçülerin (üç nokta askı düzeni, kategorileri, pulluk alt ve yön kavrama payları, çizel batma açısı gibi) bilinmediği saptanmıştır. Makina kalitesini çiftçiler ve ustalar doğrudan etkilemektedir (DPT, 2001).

Firmaların imalatta yaşadıkları en büyük sıkıntı vasıflı eleman yetersizliğidir. Firmalar, bu sektörde çalışmak isteyen eleman sayısının giderek azaldığını belirtmektedirler. Diğer önemli sorunlar ise malzeme kalitesi ve temininde yaşanmaktadır. Buna ek olarak ülkemizde, halen emek-yoğun üretim yapıldığından, dışarıdan bakıldığında ucuz işgücüne sahipmiş gibi görünürse de gerçek bunun tam tersidir (DPT, 2001).

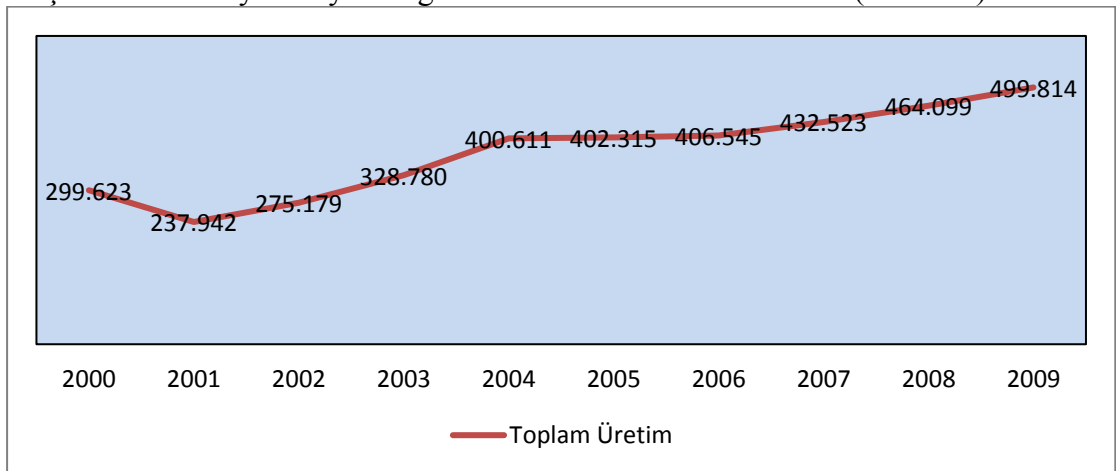
2007 yılında uygulamaya başlanan “kırsal kalkınma makina ve ekipman desteği”, özellikle 2009 yılından itibaren sektöre kayda değer bir ivme kazandırmıştır. Geçtiğimiz yıl 35 farklı tarım makinası için yaklaşık 290 milyon TL hibe desteği verilmiş olup, bu programla yapılan satışlarda yaklaşık 630 milyon TL bir ciroya ulaşılmıştır. Raporlara göre özellikle balya makinası, damla ve yağmurlama sulama sistemleri, ilaçlama makinaları, el traktörü ve ekim makinalarına çiftçiler büyük rağbet göstermiştir. Kırsal kalkınma destekleri kapsamında makina ve ekipman alımlarının desteklenmesi programı ile 5 yılda yaklaşık 640 milyon TL hibe desteğine ve 1 milyar 400 milyon TL satış değerine ulaşılmıştır. Bu desteklemelerin önümüzdeki yıllarda artarak devam etmesi, eski makina parkımızın yenilenmesi adına çok önemli bir çalışma olacaktır (İleri, 2012)

2011 yılında GAP ve DAP hibe destekleri kapsamında süt sağım tesisleri, süt soğutma tankı, yem hazırlama üniteleri ve silaj makinası alımlarına hibe destekler söz konusu olmuştur. Ayrıca süt sağım tesisleri ile sulama sistemleri için sıfır faizli zirai krediler bu sektörlere olan talebi oldukça arttırmıştır. Bu dönemde en fazla teknolojik gelişme hasat ekipmanlarında yaşanmıştır. Tarım makinalarında elektronik parça kullanımı giderek yaygınlaşmaktadır.

3.3. Türkiye’de Tarım Alet ve Makina Üretimi

Türkiye’de 2009 yılına göre 136 farklı tarım alet ve makina üretimi gerçekleştirilmekte olup; 2000 yılına göre toplam üretim %66 artarak 299.623 adet tarım alet ve makinadan 499.814’e ulaşmıştır. 2001 yılında Türkiye’de yaşanan kriz yine 2000 yılına göre tarım alet ve makina üretimi %20 azalmasına neden olmuştur (Şekil 12) .

Şekil 12: Türkiye’nin yıllara göre tarım alet ve makina üretimi (Adet/Yıl)



Kaynak:TUGEM

Türkiye’de 2009 yılı verilerine göre üretilen başlıca tarım alet ve makinaları şöyledir: yağmurlama başlığı, sıra arası çapa aleti, dalgıç pompa, tarla ve bahçe pülverizatörü, süt sağım makinası ve kulaklı pulluktur. Bu alet ve makinaların dışında özellikle Muş ilinde üretilmekte olan alet ve makinaların Türkiye’de üretilen miktarlarına bakıldığı zaman tarım römorku, çayır biçme makinası ve akrobat ot tırmığının toplam tarım alet ve makina üretimi içerisinde sırasıyla 8.,12. ve 16. Sırada oldukları görülmektedir (Tablo 1).

Tablo 1: Türkiye’de üretilen başlıca tarım alet ve makinalar (Adet/Yıl)

Sıra	Tarım Alet ve Makina Tipi	2009
1	Yağmurlama Başlığı	74.740
2	Sıra Arası Çapa Aleti	56.350
3	Dalgıç Pompa	31.189
4	Tarla ve Bahçe Pülverizatörü	31.003
5	Süt Sağım Makinası	29.515
6	Kulaklı Pulluk	22.662
8	Tarım Römorku	18.928
12	Çayır Biçme Makinası	14.580
16	Akrobat Ot Tırmığı	11.337
21	Diskli Tırmık Dişli Tırmık	6.271
23	Ot Tırmığı	5.550
25	Su Tankeri	3.581
28	Traktör Kepçesi	2.898
32	Çizel	2.454
36	Diskli Pulluk	1.751
52	Goble Disk	794
55	Sap Toplama Saman Yapma Mak.	541
84	Sandıklı Gübre Dağıtma Makinası	61
Toplam		517.046

Kaynak:TUGEM

Türkiye ‘de üretilmekte olan 136 üründen seçilmiş bazı makinalarda mevcut kapasite, üretim ve kapasite kullanma oranları Tablo 2’de gösterilmiştir. Buna göre sıra arası çapa aleti (%95), ot tırmığı (%84) ve süt sağım makinasında (%64) kapasite kullanım oranı diğer tarım alet ve makinalarına göre çok daha yüksektir.

Ortaya konan rakamlar, gelecekte düşünülmesi gereken yatırımların yeni kurulu kapasite artırımına yönelik olmaması gerektiğini göstermektedir. Bu nedenle günümüzde büyümekte olan tarım alet ve makina alt sektörlerinden kümes hayvancılığına mahsus diğer makina ve cihazlar harman makina ve cihazları, hasat makinalarına ait aksam ve parçalar,

tarım, bahçe ve ormancılıkta kullanılan makinaların aksam ve parçaları ve süt sağım makinaları gibi ürün gruplarının üretimi için imalathaneler teknolojilerini yenilemelidirler.

Tablo 2: Türkiye’de üretilen başlıca ürünlerde kapasite kullanım oranı

CİNSİ	Kapasite (Ad/Yıl)	İmalat (Ad/Yıl)	Fark (Ad/Yıl)	K.K.O (%)
Yağmurlama Başlığı	167.882	74.740	93.142	44,50
Sıra Arası Çapa Aleti	59.320	56.350	2.970	95,00
Dalgıç Pompa	141.574	31.189	110.385	22,00
Tarla ve Bahçe Pülverizatörü	66.853	31.003	35.850	46,40
Süt Sağım Makinası	46.225	29.515	16.710	63,90
Kulaklı Pulluk	53.411	22.662	30.749	42,40
Tarım Römorku	58.808	18.928	39.880	32,20
Çayır Biçme Makinası	30.796	14.580	16.216	47,30
Akrobat Ot Tırımı	24.183	11.337	12.846	46,90
Diskli Tırmık Dişli Tırmık	21.072	6.271	14.801	29,80
Ot Tırımı	6.550	5.550	1.000	84,70
Su Tankeri	17.301	3.581	13.720	20,70
Traktör Kepeçesi	13.373	2.898	10.475	21,70
Çizel	8.662	2.454	6.208	28,30
Diskli Pulluk	10.745	1.751	8.994	16,30
Goble Disk	3.601	794	2.807	22,00
Sap Toplama Saman Yapma Mak.	2.480	541	1.939	21,80
Sandıklı Gübre Dağıtma Makinası	176	61	115	34,70
Toplam	1.565.968	517.046	1.048.922	33,00

Kaynak:TUGEM

3.4. Türkiye’nin Tarım Alet ve Makina Ticareti

Türk tarım alet ve makina sektörü genel olarak iç piyasadaki talebi karşılamak üzere yapılanmıştır. Ancak günümüzde gerek Türkiye tarım alet ve makina piyasasının yeni teknoloji ürünü alet ve makina ihtiyacını gidermek ve gerekse de özellikle gelişmekte olan ülkelerin gereksinim duydukları fazla teknolojik olmayan tarım alet ve makina talebini karşılamak için bu sektörde faaliyet gösteren işletmeler artan bir ihracat ve ithalat faaliyeti içinde bulunmaktadır.

3.4.1. Türkiye’nin Tarım Alet ve Makina İthalatı

Türkiye’nin tarım alet ve ithalatı 2008 yılında finansal piyasalarda yaşanan küresel krize bağlı olarak 2009 yılında azalmıştır. 2009 yılından 2011 yılına kadar olan sürede toplam ithalatımız 2009 yılına göre yaklaşık 3 kat artarak 400 milyon doları geçmiştir (Tablo 2)

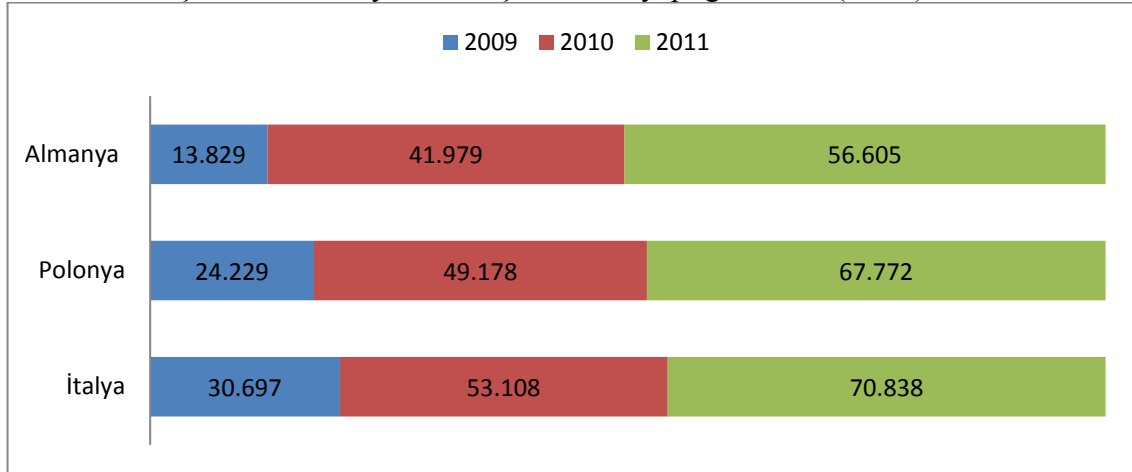
. Özellikle son 3 yıl içerisinde Türkiye'nin en fazla ithalat yaptığı ülkeler sırasıyla İtalya, Polonya ve Almanya'dır (Şekil 12). En fazla tarım alet ve makina ithalatı gerçekleştirdiğimiz diğer ülkeler Amerika, Hollanda, Çin ve Belçika gibi ülkelerdir.

Tablo 3: Ülkelere ve yıllara göre Türkiye'nin toplam tarım alet ve makina ithalatı (Bin\$)

İhracatçı Ülkeler	2007 İthalat Değeri (Bin \$)	İhracatçı Ülkeler	2008 İthalat Değeri (Bin \$)	İhracatçı Ülkeler	2009 İthalat Değeri (Bin \$)	İhracatçı Ülkeler	2010 İthalat Değeri (Bin \$)	İhracatçı Ülkeler	2011 İthalat Değeri (Bin \$)
Türkiye'nin toplam ithalatı	288.202	Türkiye'nin toplam ithalatı	225.911	Türkiye'nin toplam ithalatı	139.177	Türkiye'nin toplam ithalatı	258.173	Türkiye'nin toplam ithalatı	406.762
Amerika	69.116	İtalya	61.783	İtalya	30.697	İtalya	53.108	İtalya	70.838
İtalya	62.897	Almanya	22.859	Polonya	24.229	Polonya	49.178	Polonya	67.772
Polonya	26.425	İsrail	22.551	Almanya	13.829	Almanya	41.979	Almanya	56.605
Belçika	24.698	Portekiz	18.883	Belçika	12.859	Hollanda	19.605	Amerika	52.749
Almanya	20.776	Amerika	17.437	Hollanda	10.842	Amerika	17.738	Çin	30.222

Kaynak: Trade Map (2012)

Şekil 13: Türkiye'nin en çok ithalat yaptığı ülkeler (Bin \$)



Kaynak: Trade Map (2012)

3.4.2. Türkiye'nin Tarım Alet ve Makina İhracatı

Türkiye'nin toplam tarım alet ve makina ihracatı 2007 yılı esas alındığında 2011 yılına kadar % 67 artış göstererek 200 milyon dolara ulaşmıştır. 2008 yılındaki ekonomik krize bağlı olarak 2009 yılında ihracatımız düşüş göstermiştir. En fazla tarım alet ve makina ihracatını gerçekleştirdiğimiz ülkeler 2011 yılı verilerine göre Azerbaycan, Irak, Sudan, İtalya ve İran'dır.

Tablo 4: Ülkelere ve yıllara göre Türkiye'nin toplam tarım alet ve makina ihracatı (Bin \$)

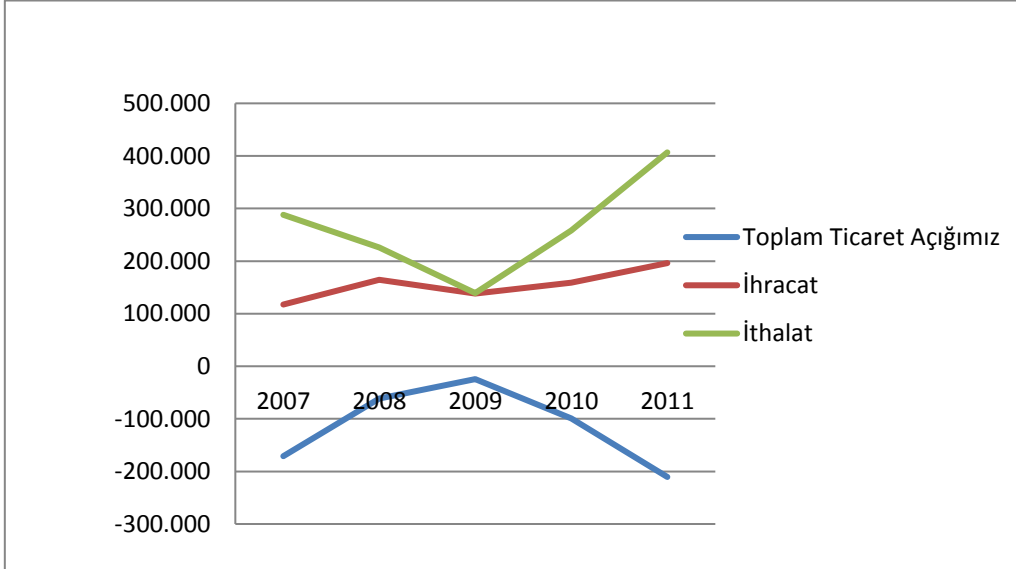
İthalatçı Ülkeler	2007 İthalatı (Bin \$)	İthalatçı Ülkeler	2008 İthalatı (Bin \$)	İthalatçı Ülkeler	2009 İthalatı (Bin \$)	İthalatçı Ülkeler	2010 İthalatı (Bin \$)	İthalatçı Ülkeler	2011 İthalatı (Bin \$)
Türkiye'nin toplam ihracatı	117.398	Türkiye'nin toplam ihracatı	164.270	Türkiye'nin toplam ihracatı	138.381	Türkiye'nin toplam ihracatı	158.785	Türkiye'nin toplam ihracatı	196.218
Fransa	14.182	Fransa	19.031	Fas	12.021	İran	14.493	Azerbaycan	16.310
Türkmenistan	10.429	Bulgaristan	14.745	Azerbaycan	10.801	Azerbaycan	13.690	Irak	15.920
Bulgaristan	8.858	Fas	12.630	İran	8.488	Irak	12.566	Sudan	15.044
İran	8.077	Sudan	12.145	Irak	8.123	Fas	10.795	İtalya	13.092
Sudan	6.346	İtalya	11.741	Bulgaristan	6.853	İtalya	8.229	İran	12.757

Kaynak: Trade Map (2012)

3.4.3. Türkiye'nin Tarım Alet ve Makina Sektöründeki Ticaret Açığı

Türkiye'nin toplam ticaret açığı 2009 yılından itibaren tekrar artış göstermektedir. 2009 yılındaki ticaret açığındaki daralmanın en önemli nedeni 2008 yılında yaşanan krizin Türkiye'nin hem ihracatında hem de ithalatında yapmış olduğu daralmadır (Şekil 13). 2011 yılı verilerine göre en fazla ticaret açığı verdiğimiz ülkeler sırasıyla Polonya, İtalya, Almanya, Amerika ve Çin'dir (Tablo 3).

Şekil 14: Türkiye'nin tarım alet ve makina sektöründeki ihracat, ithalat ve açığı (Bin\$)



Kaynak: Trade Map (2012)

Ticaret açığı verdiğimiz ülkelere 2011 yılında ithal ettiğimiz ürün gruplarına aşağıdaki şekildedir³:

³ Bakınız Ek 5

- Amerika'dan; Kombine Biçerdöverler, Ot ve Samanı Balya veya Demet Yapan Makinalar, Hayvan Yemi Hazırlama Makinaları, Saman Makinaları ve Hasat Makinalarına Ait Parçalar
- İtalya'dan Tohum Ekme, Fidan Dikme ve Fide Söküp Dikme Makinaları, Çayır Biçme Makinaları, Diğer Hasat ve Harman Makinaları, Kombine Biçerdöverler ve Tarım, Bahçe ve Ormancılıkta Kullanılan Makinaların Aksam ve Parçaları

Tablo 5: Yıllara ve ülkelere göre Türkiye'nin tarım alet ve makina sektöründeki ticaret açığı

Türkiye'nin Ticaret Ortakları	2007 Ticaret açığı (Bin \$)	Türkiye'nin Ticaret Ortakları	2008 Ticaret açığı (Bin \$)	Türkiye'nin Ticaret Ortakları	2009 Ticaret açığı (Bin \$)	Türkiye'nin Ticaret Ortakları	2010 Ticaret açığı (Bin \$)	Türkiye'nin Ticaret Ortakları	2011 Ticaret açığı (Bin \$)
Amerika	-68.316	İtalya	-50.042	Polonya	-23.876	Polonya	-48.624	Polonya	-67.105
İtalya	-57.199	İsrail	-21.881	Belçika	-12.605	İtalya	-44.879	İtalya	-57.746
Polonya	-26.138	Almanya	-21.136	Almanya	-12.184	Almanya	-39.635	Almanya	-54.519
Belçika	-24.237	Polonya	-17.768	Hollanda	-9.057	Hollanda	-19.093	Amerika	-49.544
Almanya	-20.012	Amerika	-16.435	Amerika	-5.593	Amerika	-15.208	Çin	-28.515

Kaynak: Trade Map (2012)

- Almanya'dan; kombine biçerdöverler, Kümes Hayvancılığına Mahsus Diğer Alet ve Cihazlar, Sütçülükte kullanılan Makina ve cihazlar ve Süt Sağma Makinaları
- Amerika'dan; Diğer Hasat ve Makinaları, Hasat Makinalarına Ait Aksam ve Parçalar, Tarla ve Bahçe Ziraatına Mahsus Pülverizatörler, Hayvan Yemi Hazırlamaya Yönelik Makinalar ve Kümes Hayvancılığına Yönelik Makinalar
- Çin'den; Tırmıklar, Kültivatörler, Ot Ayıklama ve Çapalama Cihazları, Tarla ve Bahçe Ziraatına Mahsus Pülverizatörler, Motorlu Çim Biçme Makinaları, Diğer Çim Biçme Makinaları ve Tarım Bahçe ve Ormancılıkta Kullanılan Makina Aksam ve Parçaları üretilmektedir

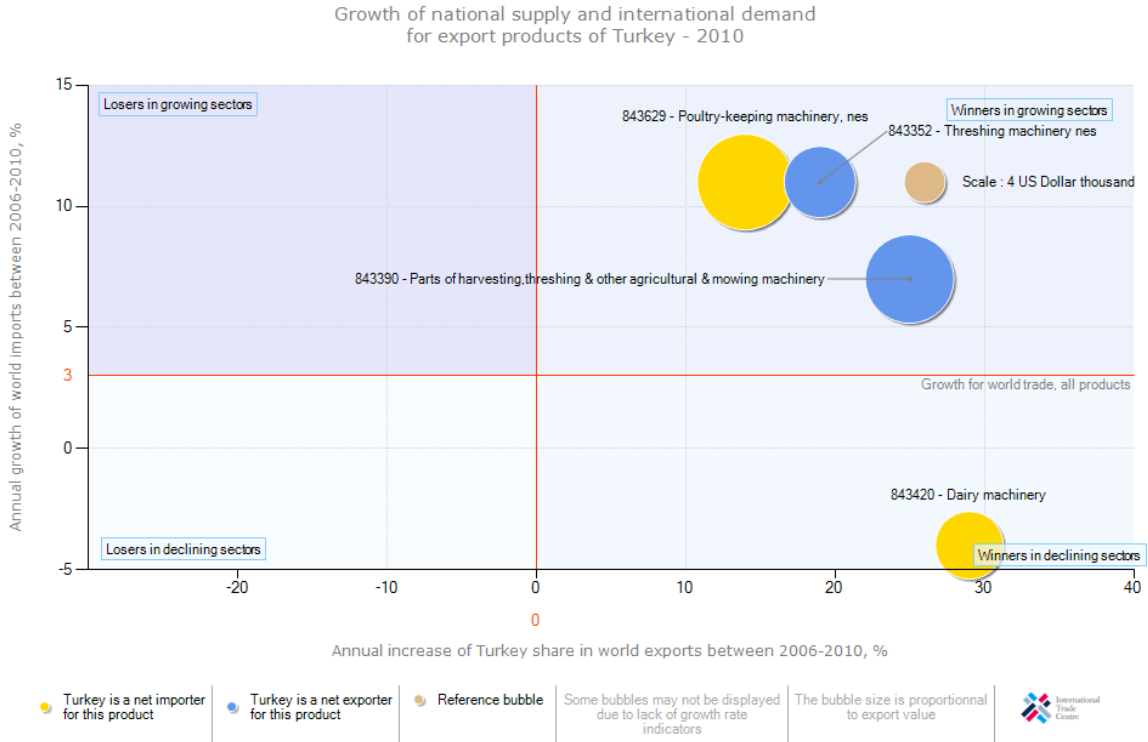
3.4.4. Türkiye'nin Tarım Alet ve Makina Sanayinin Trendi (Portföy Analizi)

Türkiye'nin ticaret performansının belirlenmesi ve sektördeki rakiplerine karşılık Türkiye'nin ulusal rekabet gücünün değerlendirilebilmesi için yapılan bu analiz; dünyada ölçeğinde tarım alet ve makina grupları için yapılan portföy analizi ile aynı niteliktedir. Analizin sonucunda Türkiye açısından en dinamik ürün grupları belirlenerek en fazla ithalat ve ihracatı yapılan ürün ya da ürün gruplarının pazar durumları hakkında bilgi verilmesi amaçlanmaktadır. Analizin anlaşılması için "Dünyadaki tarım alet ve makina trendi" başlığının incelenmesi faydalı olacaktır. Analize konu olan ürün sayısı raporun başında

belirtilen GTİP kodlarına göre seçilmiş olup; 32 ürüne ait değerlendirmeler 5'erli gruplar halinde verilecektir.

Şekil 15'te 843629 ürün kodlu Kümes Hayvancılığına Mahsus Diğer Makina ve Cihazlar için yıllık dünya pazar payı % 14'tür ve dünya ithalatındaki yıllık artış % 11'olarak belirlenmiştir. Bu ürün grubunda ihracatımız 20 milyon dolar civarındadır. Ancak, Türkiye bu ürün grubunda net ithalatçıdır. Ancak, Türkiye'nin rekabet gücü bu ürün grubunda oldukça yüksektir. Bu nedenle eğer söz konusu ürün grubunda iç piyasa talebi karşılanır ve daha sonra ihracat kapasitesi teşviklerle arttırılırsa, Türkiye'nin elde edeceği gelir miktarı önemli ölçüde artış gösterebilecektir. Bu ürün grubunda en fazla ihracat sırasıyla İran (2.7 milyon dolar), Romanya (2.18 milyon dolar) ve Sudi Arabistan'a (2.16 milyon dolar) yapılmaktadır. En az ihracat yapılan ülkeler ise, Kıbrıs (0.19 milyon dolar), Hindistan (0.21 milyon dolar) ve Gürcistan (0.25 milyon dolar)'dır.

Şekil 15: 2010 Yılında ihraç edilen ürün grupları için uluslararası talebin ve Türkiye'nin arzının gelişimi 1-5



Kaynak: Trade Map (2012)

⁴ Bu bölümde belirtilen ticaret indikatörleri hakkında daha fazla bilgi sahibi olmak için Ek 4'te verilen tabloya bakınız

843352 ürün kodlu diğer Harman Makina ve Cihazları için yıllık dünya pazar payı % 19'dur ve dünya ithalatındaki yıllık artış % 11dir. 11.2 milyon dolar civarında ihraç gerçekleştiren Türkiye, bu ürün grubu için net ihracatçıdır. Bu ürün grubunda ihracatımızın önemli bir bölümü Fas'a (8,2 milyon dolar) yapılmaktadır. Fas'ı; Sudan (1.04 milyon dolar) ve İran (0.34 milyon dolar) izlemektedir. En az ihracat yaptığımız ülkeler, Cezayir (0.013 milyon dolar), Yunanistan (0.028 milyon dolar) ve İsrail'dir (0.033 milyon dolar). Türkiye bu ürün grubunda güçlü bir ihracat alt yapısına sahip olduğundan söz konusu ürün grubuna yapılacak teşvikler ülke gelirinin artmasını sağlayabilir (Şekil 15).

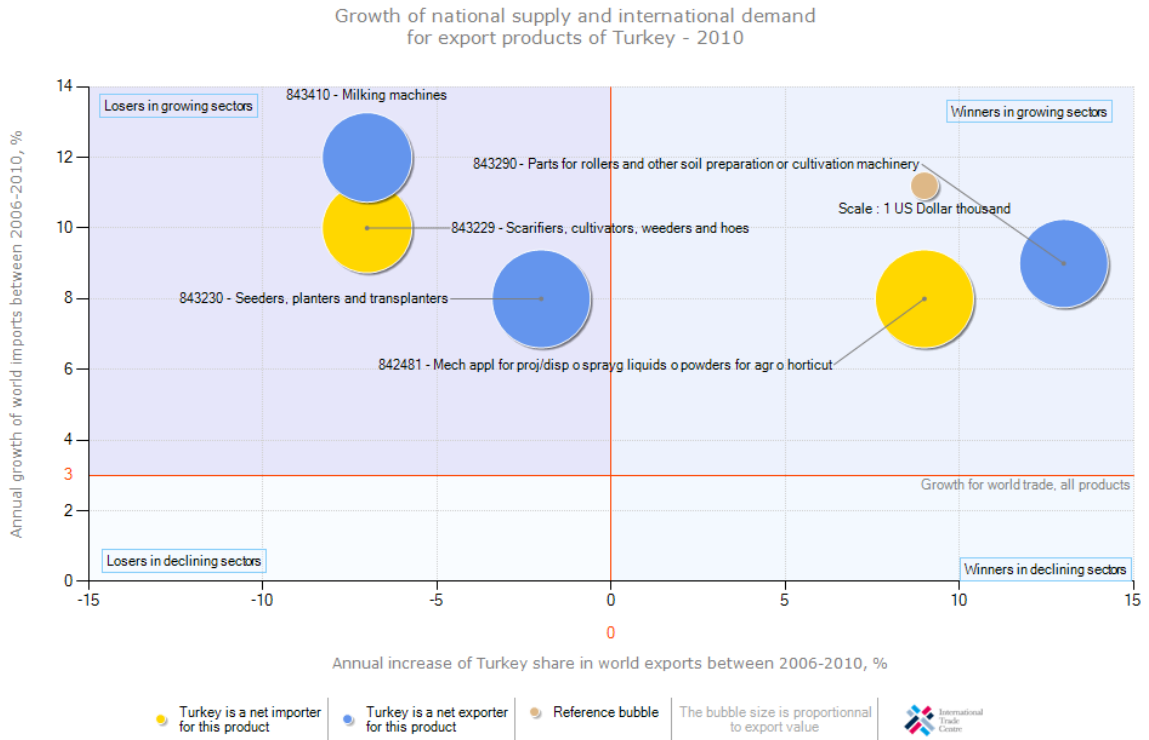
843390 ürün kodlu Hasat Makinalarına Ait Aksam ve Parçalar için dünya pazar payı yıllık % 25'tir ve bu ürün grubu için dünya ithalatındaki yıllık artış % 7'dir. 17 milyon dolar civarında ihraç gerçekleştiren Türkiye'nin en fazla ihracat yaptıkları ülkeler İtalya (6.5 milyon dolar) , Fransa (4.01 milyon dolar) ve Rusya'dır (0.64 milyon dolar). En az ihracat gerçekleştirdiğimiz ülkeler Bulgaristan (0.11 milyon dolar), Malezya (0.18 milyon dolar) ve Danimarka'dır (0.11 milyon dolar). Türkiye bu ürün grubunda net ihracatçıdır. Ürün grubunun arzını arttırmaya yönelik politikalar, dış ticaretten elde edilecek gelirin artmasına yardımcı olabilecektir (Şekil 15).

843420 ürün kodlu Sütçülükte Kullanılan Makina ve Cihazlar için yıllık dünya pazar payı % 29'dur. Dünya ithalatındaki yıllık azalış % 4'dir. 10 milyon dolar civarında ihraç edilmektedir. 6,5 milyon dolarlık ihracat yaptığımız Azerbaycan bu ürün kolundaki en iyi ihracat partnerimizdir. İran 0.68 milyon dolar ile ve Suriye 0.68 milyon dolar ile Azerbaycan'ı takip etmektedir. En az ihracat yaptığımız ülkeler olan (sondan başa) Özbekistan (18 bin dolar), Tunus(18 bin dolar) ve Lübnan'dır (39 bin dolar). Türkiye bu ürün kolunda net ithalatçıdır. Bu ürün grubunun kendine has alıcıları bulunduğundan niş pazarlama stratejileri kullanarak pazarlanmalıdır (Şekil 15).

Şekil 16'da 843230 kodlu Tohum Ekme, Fidan Dikme ve Fide Söküp Dikme Makinaları için yıllık dünya pazar payı % -2'dir. Yıllık dünya ithalatındaki artış % 8 olmakla birlikte; Türkiye, 9.91 milyon dolar civarında ihraç gerçekleştirmektedir. Sudan (3.18 milyon dolar), Bulgaristan (2.28 milyon dolar) ve Irak (0.58 milyon dolar) başlıca ithalatçı ülkelerdir. En az ihracat gerçekleştirdiğimiz ülkeler Yeni Zelanda (57 bin dolar), Moldova (59 bin dolar) ve Meksika'dır (64 bin dolar). Türkiye bu ürün grubunda 2010 yılı verilerine göre dünyada net ihracatçıdır. 843229 ürün kodlu diğer Tırmıklar Kültivatörler, Ot Ayıklama ve Çapalama Makinaları için yıllık dünya pazar payı % -7, dünya ithalatındaki yıllık artış % 10'dir. 10 milyon dolar civarında bu ürün grubunda ihracat gerçekleştiren Türkiye'nin başlıca ihracat

ortakları sırasıyla Fransa (1.29 milyon dolar), Kıbrıs (1 milyon dolar) ve Irak (1 milyon dolar)'dır. Türkiye bu ürün grubunda net ithalatçı durumda olup; Türkiye'den en az ithalat gerçekleştiren ülkeler sırasıyla Eski Yugoslavya (57 bin dolar), Suriye (66 bin dolar) ve Bosna Hersek'tir (83 bin dolar). 843410 kodlu Süt Sağım Makinaları için yıllık dünya pazar payı % -7'dir. Yani pazar küçülmektedir. Buna karşın dünya ithalatındaki yıllık artış % 12'dir. 8.2 milyon dolar civarında ihraç edilmektedir. Türkiye bu ürün grubu için net ihracatçıdır. Başlıca ihracat gerçekleştirilen ülkeler Suriye (2.7 milyon dolar), Cezayir (1.5 Milyon dolar) ve Tunus'tur (0.94milyon dolar). En az ihracat gerçekleştirilen ülkeler ise Arnavutluk (56 bin dolar), Meksika (69 bin dolar) ve İsrail'dir (69 bin dolar). Bu ürün grupları için ticaret ve üretime ait veriler detaylı olarak incelenmelidir. Çünkü, söz konusu ihracat performansındaki bu düşüklüğün nedeni arz kapasitesi üzerindeki engeller, ürün kalite sorunları ve pazara erişim engelleri olabilir.

Şekil 16: 2010 Yılında ihraç edilen ürün grupları için uluslararası talebin ve Türkiye'nin arzının gelişimi 6-10



Kaynak: Trade Map (2012)

842481 ürün kodlu Tarla Bahçe Ziraatına Mahsus Pülverizatörler için yıllık dünya pazar payı %9'dur. Dünya ithalatındaki yıllık artış % 8 olmakla birlikte Türkiye 2010 yılında bu ürün kodunda 9.9 milyon dolar civarında ihraç gerçekleştirmiştir. Ancak Türkiye bu ürün grubunda net ithalatçı konumdadır. Türkiye'nin en fazla ihracat gerçekleştirdiği ülkeler sırasıyla Sudan (3.1 milyon dolar), Bulgaristan (2.28 milyon dolar) ve Irak'tır (0.58 milyon

dolar). En az ihracat gerçekleştirilen ülkeler Arnavutluk (56 bin), Meksika (69 bin) ve İsrail'dir (69 bin). 843290 ürün kodlu Tarım, Bahçe ve Ormancılıkta Kullanılan Makinaların Aksam ve Parçaları için yıllık dünya pazar payı % 13 olmakla birlikte; bu ürün grubunda dünya ithalatındaki yıllık artış % 9'dur. Türkiye 2010 yılında 8 milyon dolar civarında ihracat gerçekleştirmiş olup en fazla ihracat gerçekleştirilen ülkeler İtalya (1.13 milyon dolar), Fransa (1.12 milyon dolar) ve Almanya'dır (0.77 milyon dolar). Türkiye bu ürün grubunda net ihracatçı olup; en az ihracat yapılan ülkeler Sırbistan (0.1 milyon dolar), Polonya (0.109 milyon dolar) ve Kıbrıs'tır (0.11 milyon dolar). Bu ürün gruplarının arzını arttırmaya yönelik politikalar, dış ticaretten elde edilecek gelirin artmasına yardımcı olabilecektir (Şekil 16).

Şekil 17: 2010 Yılında ihraç edilen ürün grupları için uluslararası talebin ve Türkiye'nin arzının gelişimi 11-15



Kaynak: Trade Map (2012)

843699 GTİP kodlu Diğer Tarla, Bahçe, Kümes v.b. Makinaları ve Cihazların Aksam ve Parçaları için yıllık dünya pazar payı % 22 olmasına karşın; bu ürün grubunda dünya ithalatındaki yıllık artış % 5'tir. Türkiye bu ürün grubunda net ihracatçı olup 2010 yılına göre 4.2 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirmiştir. En önemli ihracat ortaklarımız Ortadoğu bölgesinden olup, en fazla ihracatı sırasıyla Mısır (0.97 milyon dolar), Irak (0.58 milyon dolar) ve İran'dır (0.56 milyon dolar). En az ihracat yaptığımız ülkeler Cezayir (30 bin dolar), Norveç (33 bin dolar) ve İsrail (37 bin dolardır). 843359 kodlu diğer Hasat Makinaları için yıllık dünya pazar payı % 9 olmakla birlikte; bu ürün grubunda dünya ithalatındaki yıllık artış

% 4'dur. Bu ürün grubunda toplam ihracat 5.2 milyon dolardır ve Türkiye bu ürün grubunda net ithalatçıdır. En fazla ticaret yaptığımız ülkeler sırasıyla Çin (2.5 milyon dolar), Özbekistan (0.69 milyon dolar) ve Meksika'dır (0.32 milyon dolar). En az ticaret yaptığımız ülkeler Kosta Rika (16 bin dolar), Polonya (19 bin dolar) ve Avusturya'dır (23 bin dolar). 843610 ürün koduna sahip Hayvan Yemlerini Hazırlamaya Mahsus Makina ve Cihazlar için yıllık dünya pazar payı % 22 olmakla birlikte; bu ürün grubunda dünya ithalatındaki yıllık artış % 14'dur. 7.3 milyon dolar 2010 yılı ihracatını gerçekleştiren Türkiye, bu ürün kodunda net ihracatçıdır. En fazla ihracat yapılan ülkeler Irak (1.6 milyon dolar), İran (1.5 milyon dolar) ve Mısır'dır (1.01milyon dolar).Türkiye tarafından en az ihracat yapılan ülkeler ise Kosta Rika (22 bin dolar), Azerbaycan (24 bin dolar) ve Suudi Arabistan'dır (35 bin dolar). Bu ürün gruplarının arzını arttırmaya yönelik politikalar, dış ticaretten elde edilecek gelirin artmasına yardımcı olabilecektir (Şekil 17)

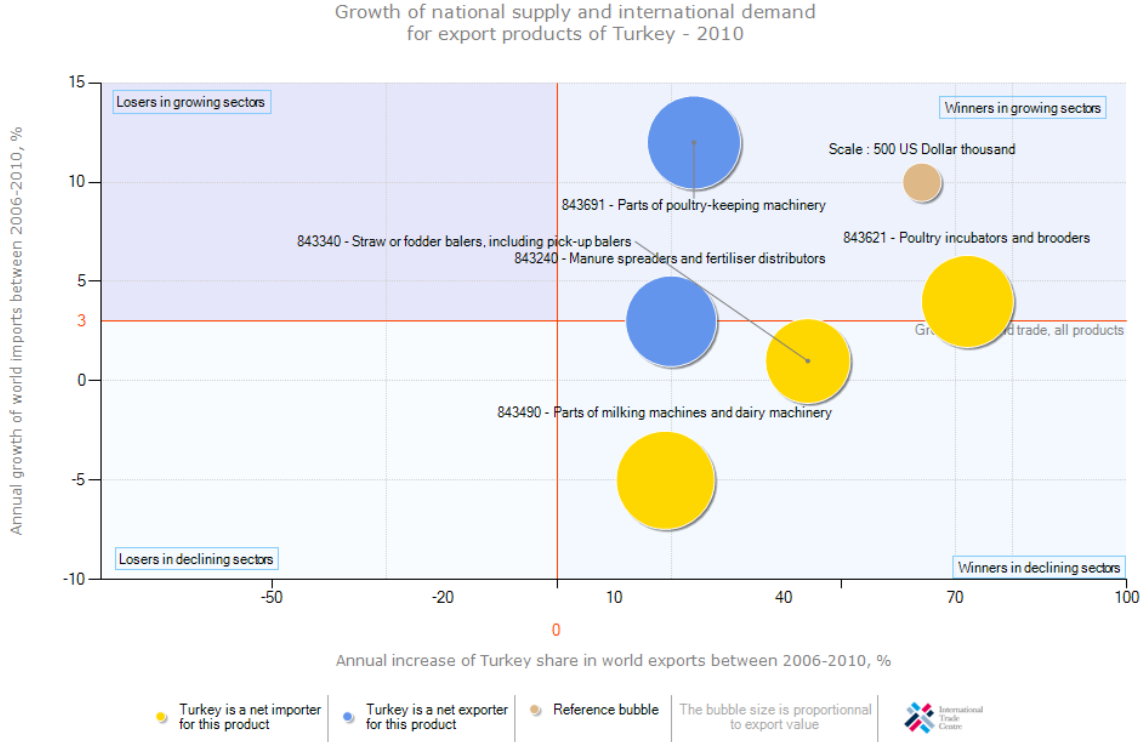
843320 kodlu Çayır Biçme Makinaları için yıllık dünya pazar payı % 25 olurken aynı ürün grubu için yıllık dünya ithalatındaki artış % 9'dur. En fazla ihracat gerçekleştirdiğimiz ülkeler İran (2.7 milyon dolar), Azerbaycan (0.80 milyon dolar) ve Amerika'dır (0.60 milyon dolar). En az ihracat yaptığımız ülkeler Sudan (39 bin dolar), Güney Afrika (40 bin dolar) ve Yemen'dir (61 bin dolar). Türkiye'nin 2010 yılı toplam ihracatı bu ürün grubunda 7.5 milyon dolar civarındadır. Aynı zamanda Türkiye bu ürün grubunda net ihracatçıdır. Bu ürün grubu spesifik ürünler için pozitif ticaret performansının belirlenmesine yardım etmekte olup; “niş pazarlamadan” yararlanabilir. Bu kısımda yer alan ürünlerin ihracatı belirli bir ülke tarafından artarken dünya genelinde söz konusu ürün grubunun pazarı azalmakta ve dünya ihracat pazarı, dünya ortalamasının altında büyümektedir (Şekil 17).

843210 ürün kodlu Pulluklar için yıllık dünya pazar payı % -11'ken; bu ürün grubunda dünya ithalatındaki yıllık artış % 3'tür. En fazla ihracat gerçekleştirdiğimiz ülkeler İran (2.7 milyon dolar), Azerbaycan (0.80 milyon dolar) ve Amerika (0.60 milyon dolar)'dır. Türkiye bu ürün grubunda net ihracatçı olup; 2010 yılı rakamlarına göre toplam 7 milyon dolar ihracat gerçekleştirmiştir. En az ihracat yaptığımız ülkeler Sudan(39 bin dolar), Güney Afrika (40 bin dolar)'dır (Şekil 17).

843691 GTİP kodlu Kümes Hayvancılığı ve Cıvciv Çıkartma Makinalarının Aksam ve Parçaları için yıllık dünya pazar payı % 24 olmakla birlikte; bu ürün grubunda dünya ithalatındaki yıllık artış % 12'dir. Türkiye bu ürün grubunda net ihracatçıdır ve toplam ihracatı 2010 yılında 2.4 milyon dolardır. En fazla ihracat yapılan ülkeler Gürcistan (0.34 milyon dolar), İran (0.28 milyon dolar) ve Almanya'dır (0.34 milyon dolar). En az ihracat

yapılan ülkeler ise Çek Cumhuriyeti (36 bin dolar), Azerbaycan (38 bin dolar) ve Sudi Arabistan'dır (44 bin dolar). Bu ürün grubunu üretenlerin uluslararası piyasalarda rekabet edebilirlik açısından kendilerini kanıtlamış olduklarını göstermektedir. Bu sektörlere yapılacak promosyonlar arz kapasitesini arttırır (Şekil 18).

Şekil 18: 2010 Yılında ihraç edilen ürün grupları için uluslararası talebin ve Türkiye'nin arzının gelişimi 16-20



Kaynak: Trade Map (2012)

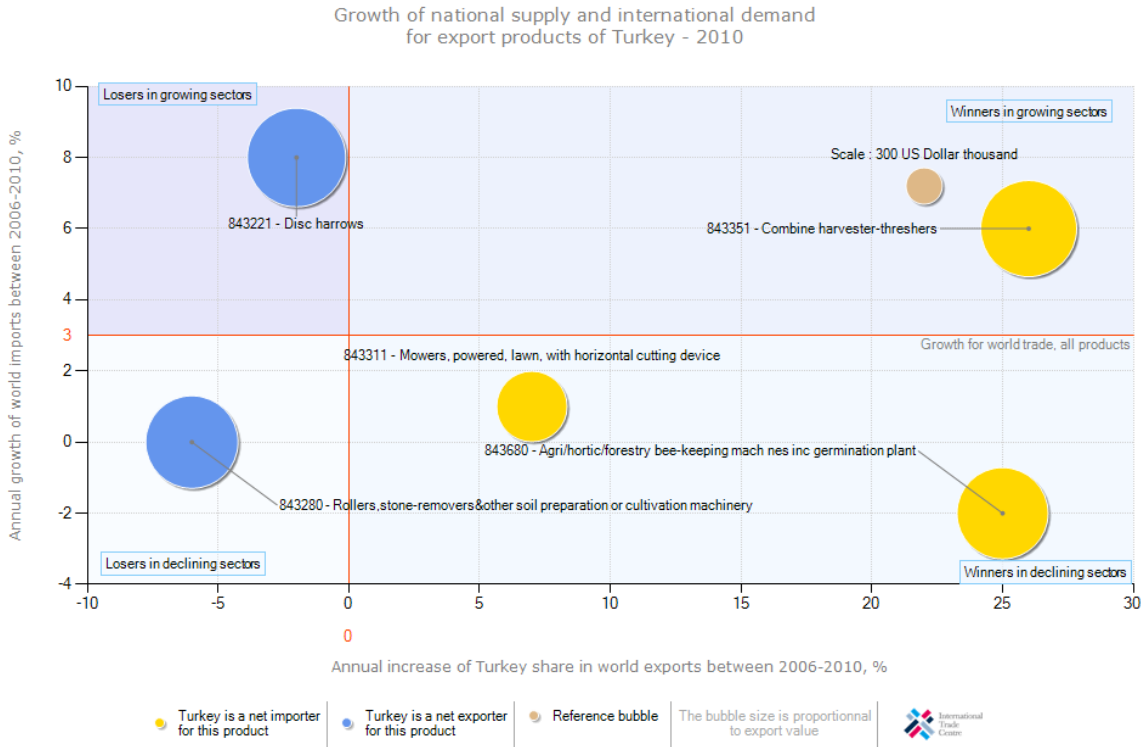
843240 ürün kodlu Gübre Yayma Saçma Makinaları için yıllık dünya pazar payı % 20'dir. Buna karşın bu ürün grubunda dünya ithalatındaki yıllık artış % 3'dir. Türkiye bu ürün grubunda net ihracatçıdır. 2010 yılında toplam ihracat 2.3 milyon dolardır. Başlıca ürün ihracı yapılan ülkeler Irak (0.64 milyon dolar), Bulgaristan (0.32 milyon dolar) ve Kıbrıs'tır (0.12 milyon dolar). En az ihracat yaptığımız ülkeler İsrail(24 bin dolar), Avusturya (25 bin dolar) ve İsviçre'dir (27 bin dolar). 843490 kodlu Sütçülükte Kullanılan Makina ve Cihazların Aksam ve Parçaları için yıllık dünya pazar payı % 19 olmakla birlikte; bu ürün grubunda dünya ithalatındaki yıllık artış % -5'tir. Türkiye'nin 2010 yılı toplam ihracatı 2.78 milyon dolardır. Türkiye bu ürün grubunda net ithalatçı olup; Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı ülkeler sırasıyla İran (0.60 milyon dolar), Kıbrıs (0.30 milyon dolar) ve Cezayir'dir (0.22 milyon dolar). En az ihracat yaptığımız ülkeler ise Irak (33 bin dolar) Kosta Rika (37 bin dolar) ve Hırvatistan'dır (38 bin dolar). Bu ürün grubu spesifik ürünler için pozitif ticaret

performansının belirlenmesine yardım etmekte olup; “niş pazarlamadan” yararlanabilir (Şekil 18).

843621 ürün kodlu Cıvciv Çıkartma ve Büyütmeye Mahsus Makina ve Cihazlar için yıllık dünya pazar payı % 72 olmakla birlikte; bu ürün grubunda dünya ithalatındaki yıllık artış % 4’tür. Türkiye bu ürün grubunda net ithalatçıdır ve 2010 yılı ihracatı 2.4 milyon dolardır. En fazla ihracat yapılan ülkeler Azerbaycan (0.49 milyon dolar), Malezya (0.46 milyon dolar) ve Sudi Arabistan’dır (0.36 milyon dolar). Türkmenistan (bin dolar) ve Yunanistan (3 bin dolar)ve Kamerun’dur (6 bin dolar) (Şekil 18).

843340 nolu ürün grubu olan Ot ve Samanı Demet ya da Balya Yapan Makinalar için yıllık dünya pazar payı % 44 olmakla birlikte; bu ürün grubunda dünya ithalatındaki yıllık artış % 1’dir. Bu ürün grubunda en fazla ihracatımızın gerçekleştiği ülkeler İran (0.88 milyon dolar), Azerbaycan (0.41 milyon dolar) ve Irak’tır (0.25 milyon dolar). Türkiye bu ürün grubunda dünyada net ithalatçı konumundadır ve 2010 yılı toplam ihracatı 2.09 milyon dolardır. En az ihracatın yapıldığı ülkeler ise Yunanistan (11 bin dolar), Güney Afrika (13 bin dolar) ve Katar’dır (13 bin dolar) (Şekil 18).

Şekil 19: 2010 Yılında ihraç edilen ürün grupları için uluslararası talebin ve Türkiye’nin arzının gelişimi 21-25



Kaynak: Trade Map (2012)

843221 kodlu Diskli Tırmıklar için yıllık dünya pazar payı % -2 olmakla birlikte; bu ürün grubunda dünya ithalatındaki yıllık artış % 8'dir. 2010 yılı toplam ihracat 1.9 milyon dolar olurken Türkiye bu ürün grubunda net ihracatçıdır. En fazla ihracat yapılan ülkeler Irak (0.52 milyon dolar), Fas (0.23 milyon dolar) ve Gana'dır (0.17 milyon dolar). En az ihracatımızın gerçekleştiği ülkeler Ukrayna (18 bin dolar), Bulgaristan (21 bin dolar) ve Kıbrıs'tır (28 bin dolar) İhracat performansındaki bu düşüklüğün nedeni arz kapasitesi üzerindeki engeller, ürün kalite sorunları ve pazara erişim engelleri olabilir (Şekil 19).

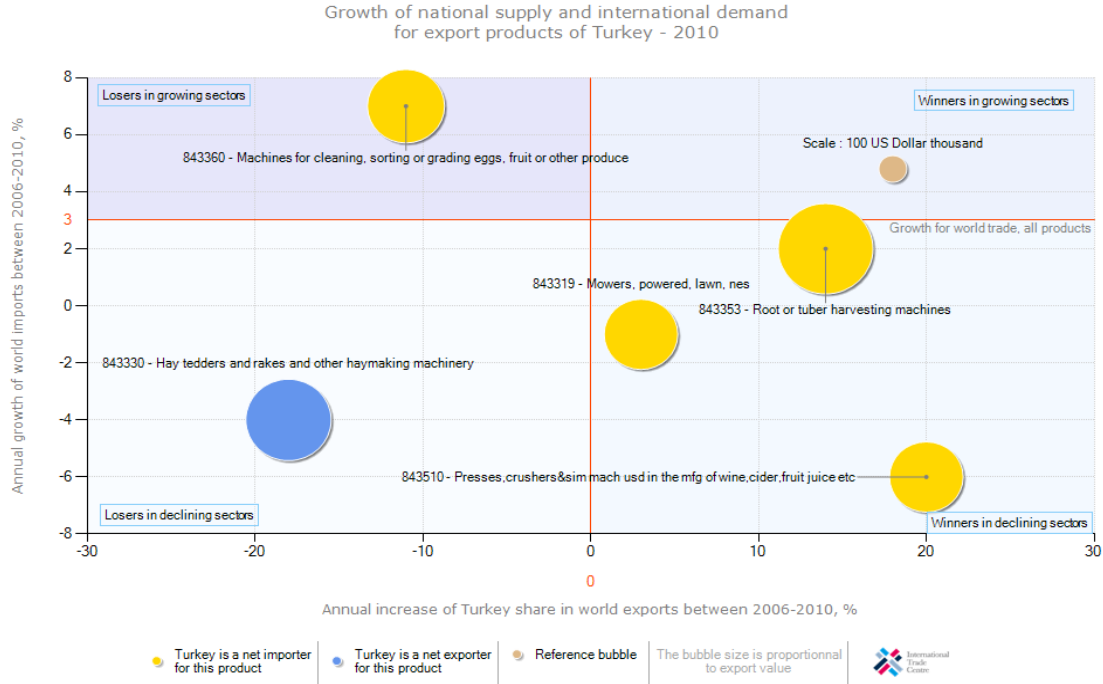
843680 GTİP koduna sahip Tarla, Bahçe, Ormancılık ve Arıcılık İçin Diğer Makina ve Cihazlar için yıllık dünya pazar payı % 25 olmakla birlikte; bu ürün grubunda dünya ithalatındaki yıllık azalış -2'dir. Türkiye'nin toplam ihracatı 1.6 milyon dolar olmakla birlikte, Türkiye, bu ürün grubunda net ihracatçıdır. En fazla ihracat yaptığımız ülkeler Amerika (0.61 milyon dolar), İngiltere (0.13 milyon dolar) ve İran'dır (0.13 milyon dolar). En az Türkiye'den ithalat yapan ülkeler ise Sırbistan (13 bin dolar), Çin (15 bin dolar) ve İtalya'dır (17 bin dolar). 843311 kodlu Motorlu Çim Biçme Makinaları için yıllık dünya pazar payı % 7'dir. Bu ürün grubu için dünya ithalatındaki yıllık artış % 1'dir. Türkiye bu ürün grubunda net ithalatçıdır. Bu ürün grubunda 1 milyon dolar ihracat gerçekleştiren Türkiye'nin en iyi ihracat ortakları İran (0.32 milyon dolar), Azerbaycan (0.14 milyon dolar) ve Türkmenistan' tır (0.13 milyon dolar). En az ihracatın yapıldığı ülkeler ise Etiyopya (bin dolar), Kamerun (bin dolar) ve Cezayir'dir (2 bin dolar). Bu ürün grubu spesifik ürünler için pozitif ticaret performansının belirlenmesine yardım etmekte olup, "niş pazarlamadan" yararlanabilir (Şekil 19).

843351 ürün kodlu Kombine Biçerdöverler için yıllık dünya pazar payı % 26 olmakla birlikte; bu ürün grubunda dünya ithalatındaki yıllık artış % 6'dır. Türkiye bu ürün grubunda net ithalatçıdır. 2010 yılında 1.87 milyon dolar toplam ihracat gerçekleştiren Türkiye; en fazla ihracatı, Rusya (1.14 milyon dolar), Bulgaristan (0.16 milyon dolar ve Kıbrıs'a (0.12 milyon dolar) yapmıştır. Sudan (22 bin dolar), Suriye (24 bin) ve Ukrayna (45 bin) en az ihracatımızın gerçekleştiği ülkelerdir. Bu ürün grubu sektöründe arz kapasitesini arttırmaya yönelik olan bütün faaliyetler başarılı sonuçlar verebilecektir (Şekil 19).

843280 Tarla ve Bahçe Tarımına Ait Diğer Makina ve Cihazlar için yıllık dünya pazar payı % -6 olmakla birlikte; bu ürün grubunda dünya ithalatındaki yıllık artış % 0'dır. En fazla ihracat yaptığımız ülkeler Azerbaycan(0.32 milyon dolar), Bulgaristan (0.29 milyon dolar) ve Kıbrıs'tır (0.20 milyon dolar). En az ihracat ortaklığı yaptığımız ülkeler Panama (9 bin dolar), Rusya (13 bin dolar) ve Çin'dir (17 bin dolar). Türkiye bu ürün grubunda net ihracatçıdır ve

toplam ihracatı 2010 dönemi için 1.7 milyon dolardır. Bu ürünler, dünya ortalamasının altında büyüyen dünya ithalat pazarlarında ihracatçıların azalan payını göstermektedir. Başka bir deyişle belirli bir ürün ya da ürün grubunun dünya ithalatı dünya ortalamasının altında artmaktadır. Bu gibi ürünler için çok detaylı arz ve talep çalışması yapılmalıdır (Şekil 19).

Şekil 20: 2010 Yılında ihraç edilen ürün grupları için uluslararası talebin ve Türkiye'nin arzının gelişimi 26-30



Kaynak: Trade Map (2012)

843330 kodlu Ot Hazırlama Makina ve Cihazları İçin Diğer Makina ve Cihazlar için yıllık dünya pazar payı % -18 olmakla birlikte; bu ürün grubunda dünya ithalatındaki yıllık artış % -4'tür. Türkiye bu ürün grubunda net ihracatçı olup 2010 yılında 0.78 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirmiştir. En fazla Türkiye'den ithalat yapan ülkeler Amerika (0.27 milyon dolar), Azerbaycan (0.10 milyon dolar) ve Fransa'dır (74 bin dolar). En az ihracatımızın gerçekleştiği ülkeler İran (5 bin dolar), Malezya (5 bin dolar) ve Hindistan'dır (10 bin dolar). Bu kısımda yer alan ürünlerin ihracatı belirli bir ülke tarafından artarken dünya genelinde söz konusu ürün grubunun pazarı azalmakta ve dünya ihracat pazarı, dünya ortalamasının altında büyümektedir. Bu ürün grubu spesifik ürün konumunda olduğundan ticaret performansının olumlu olarak sağlanmasına yardım edebilecektir ve bu nedenle niş pazarlama stratejilerinden yararlanmalıdır (Şekil 20).

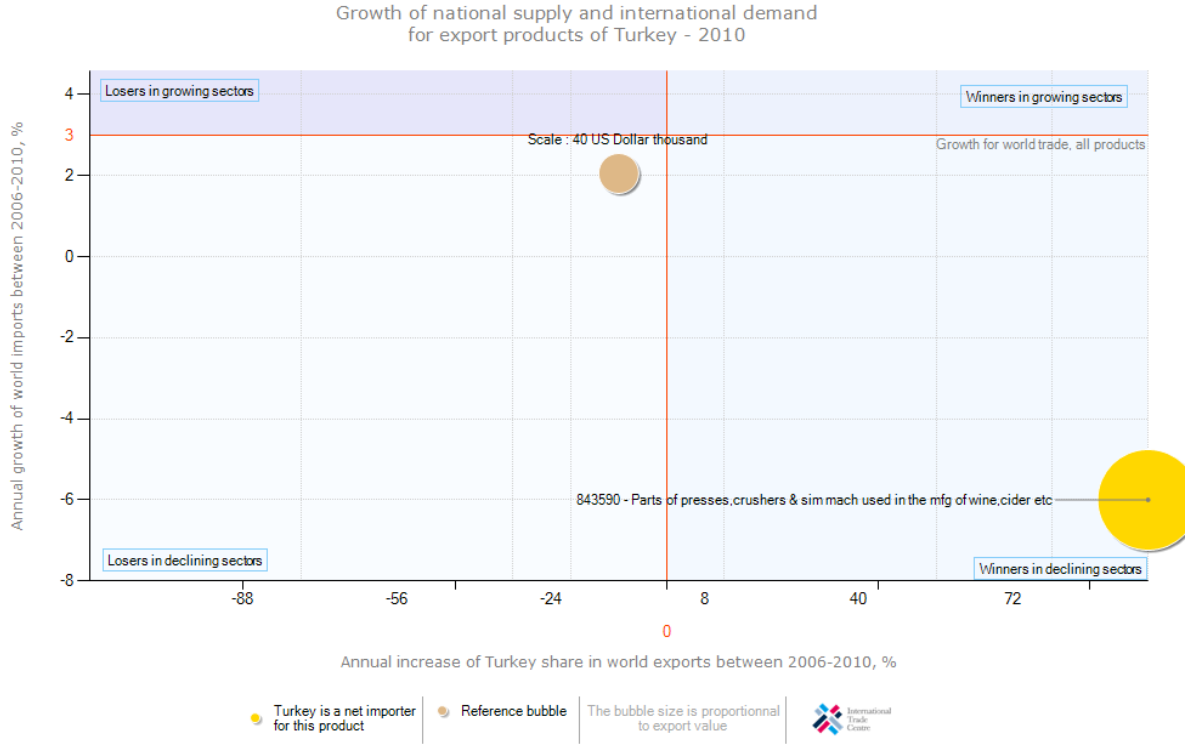
843360 GTİP kodlu Yumurta Meyve ve Ürünleri Ayırma Temizleme Makinaları ve Cihazları için yıllık dünya pazar payı küçülmektedir (% -11). Buna karşın, bu ürün grubunda dünya ithalatındaki yıllık artış % 7'dir. Türkiye bu ürün grubunda net ithalatçıdır ve

Türkiye'nin toplam ihracatı 0.65 milyon dolardır. Sudi Arabistan (0.16 milyon dolar), İran (52 bin dolar) ve Hollanda (52 bin dolar) Türkiye'nin en fazla ihracatının gerçekleştiği ülkeler olup; en az ihracat yapılan ülkeler Romanya (11 bin dolar), Nijerya (11 bin dolar) ve Afganistan'dır (11bin dolar) (Şekil 20).

843319 kodlu diğer Çim Biçme Makinaları İçin Diğer Makina ve Cihazlar için yıllık dünya pazar payı % 3 olmakla birlikte; bu ürün grubunda dünya ithalatındaki yıllık azalış % -1'dir. Türkiye bu üründe 0.60 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirmiştir. Bu ürün grubunda Türkiye net ithalatçıdır. Türkiye'den en az ithalat yapan ülkeler Cibuti (bin dolar), Birleşik Arap Emirlikleri (2 bin dolar) ve Azerbaycan'dır (10 bin dolar). Türkiye'nin en fazla ihracat gerçekleştirdiği ülkeler İran(0.21 milyon dolar), Irak (88 bin dolar) ve Kıbrıs'tır (62 bin dolar). 843510 ürün kodlu Şarap ve Meyve Suları İçin Kullanılan Makina ve Cihazlar için diğer Makina ve cihazlar için yıllık dünya pazar payı % 20 olmakla birlikte; bu ürün grubunda dünya ithalatındaki yıllık azalışı % -6'dır. Türkiye bu ürün grubunda net ithalatçıdır ve 2010 yılında toplam ihracatı 0.21 milyon dolardır. En fazla ihracat yapılan ülkeler Kanada (0.13 milyon dolar), Pakistan (0.10milyon dolar) ve Amerika'dır. (54 bin dolar). En az Türkiye'den ithalat yapan ülkeler Sırbistan(4 bin dolar), Gürcistan(4 bin dolar), Türkmenistan'dır (5 bin dolar). 843353 ürün kodlu Kök ve Yumru Sökme Makinaları İçin Diğer Makina ve Cihazlar için yıllık dünya pazar payı % 14 olmakla birlikte; bu ürün grubunda dünya ithalatındaki yıllık artış % 2'dir. Toplam ihracat 2010 yılına göre 0.97 milyon dolardır. Türkiye bu ürün grubunda net ithalatçıdır. En fazla ürün ihraç edilen ülkeler Irak (0.24 milyon dolar), Serbest Bölgeler (0.17 milyon dolar) ve Cezayir'dir (0.13 milyon dolar). Kuveyt (2 bin dolar) Tacikistan (3 bin dolar) ve Rusya (3 bin dolar) bu ürün grubunda Türkiye'den en az ithalat yapan ülkelerdir (Şekil 20).

843590 kodlu şarap Meyve Suları vb Makinaların Aksam ve Parçaları İçin Diğer Makina ve Cihazlar için yıllık dünya pazar payı % 113 olmakla birlikte; bu ürün grubunda dünya ithalatındaki yıllık azalış % -6'dır. En fazla ihracatın yapıldığı ülkeler sırasıyla Almanya (0.18 milyon dolar), Nijerya (11 bin dolar) Tunus'tur (9 bin dolar). Türkiye'nin toplam ihracatı 0.21 milyon dolar olup en az ihracat yapılan ülkeler Irak (bin dolar), Amerika (2 bin dolar) ve Azerbaycan'dır (2 bin dolar). Türkiye bu ürün grubu için net ithalatçıdır (Şekil 21). Bu ürün grupları, spesifik ürünler oldukları için pozitif ticaret performansının belirlenmesine yardım etmekte olup, "niş pazarlamadan" yararlanabilir.

Şekil 21: 2010 Yılında ihraç edilen ürün grupları için uluslararası talebin ve Türkiye'nin arzının gelişimi 31-32



Kaynak: Trade Map (2012)

4.Tarım Alet ve Makina Sektöründe Kazanan ve Kaybeden Ürün Grupları

Aşağıda toplu bir şekilde Dünya ve Türkiye’de kazanan ve kaybeden tarım alet ve makina ürün grupları GTİP kodlarıyla birlikte yer almaktadır. İlgili başlıklarla ilgili değerlendirme şu şekilde yapılmalıdır:

Büyüyen sektörlerde kazananlar: Ürün ya da ürün grubunu üretenlerin uluslararası piyasalarda rekabet edebilirlik açısından kendilerini kanıtlamış olduklarını göstermektedir. Bu sektörlerde yapılacak promosyonlar arz kapasitesini artırır.

Büyüyen sektörlerde kaybedenler: Yatırımcılar ve ticaret teşvikçileri kaynakların artan uluslararası talepten daha iyi bir gelir elde etmek için nasıl kullanılması gerektiği konusunda dikkatli değerlendirme yapmak zorundadırlar. Bunun için ticaret ve üretime ait veriler, hangi ürün ya da ürün grubunun daha iyi bir gelişme sunacağı konusunda detaylı olarak incelenmelidir.

Küçülen sektörlerde kazananlar: Bu kısımda yer alan ürünlerin ihracatı belirli bir ülke tarafından artarken dünya genelinde söz konusu ürün grubunun pazarı azalmakta ve dünya ihracat pazarı, dünya ortalamasının altında büyüme göstermektedir. Bundan dolayı Niş pazarlama teknikleri uygulanmalıdır.

Küçülen sektörlerde kaybedenler: Bu bölümde yer alan ürünler, dünya ortalamasının altında büyüyen dünya ithalat pazarlarında ihracatçıların azalan payını göstermektedir. Başka bir deyişle belirli bir ürün ya da ürün grubunun dünya ithalatı dünya ortalamasının altında artmaktadır. Bu gibi ürünler için çok detaylı arz ve talep çalışması yapılmalıdır.

Daha genel bir ifade ile büyüyen sektör denildiğinde dünyadaki ticaretindeki ortalama büyümeye karşılık ticaret payı dünya ortalamasının üzerinde büyüyen sektör kastedilmektedir. Küçülen sektör ise, ticaret payı dünya ortalamasındaki büyümenin altında olan sektördür. Sektörlerde kazananlar terimiyle, belirtilen sektörde (örneğin tarla bahçe ziraatına mahsus pülverizatörler sektörü) ülkenin bu ürün kolunda yüksek gelişim içerisinde olduğu (ülkedeki diğer sektörlerle göre) ya da dünyada ilgili ürün kolunda çok büyük bir talep olduğu kastedilmektedir. Sektörde kaybedenler terimiyle ilgili ürün kolunda yeterli gelişimin olmadığı veya dünyadaki bu ürün koluna ait talebin düşük olduğu sektörler kastedilmektedir.

4.1.Dünya Genelinde Kazanan ve Kaybeden Ürün Grupları

Büyüyen sektörlerde kazananlar: 842481 tarla bahçe ziraatına mahsus pülverizatörler, 843351 kombine biçerdöverler, 843629 kümes hayvancılığına mahsus diğer makina ve cihazlar, 843230 tohum ekme, fidan dikme, fide söküp dikme makinaları, 843699 diğer tarla, bahçe, kümes vb makinaların ve cihazların aksam ve parçaları, 843610 hayvan yemlerini hazırlamaya mahsus makina ve cihazlar, 843691 kümes hayvancılığı, civciv çıkartma makinalarının aksam ve parçaları,843352 diğer harman makina ve cihazları ve 843621 civciv çıkartma ve büyütme mahsus Makina ve 843221 diskli tırmıklardır.

Büyüyen sektörlerde kaybedenler: 843390 hasat makinalarına ait aksam ve parçalar, 843290 tarım, bahçe ve ormancılıkta kullanılan makinaların aksam ve parçaları ve 843410 süt sağım makinalarıdır.

Küçülen Sektörlerde Kazananlar: 843320 çayır biçme makinaları, 843340 ot ve samanı demet ya da balya yapan makinalar, 843280 tarla ve bahçe tarımına ait diğer makina ve cihazlar, 843420 sütçülükte kullanılan makina ve cihazları, 843353 kök ve yumru sökme Makinaları, 843330 ot hazırlama makina ve cihazları ve 843590 şarap meyve suları v.b. makinaların aksam ve parçalarıdır.

Küçülen sektörlerde kaybedenler: 843319 diğer çim biçme makinaları ve 843490 sütçülükte kullanılan makina ve cihazların aksam ve parçalarıdır.

4.2.Türkiye'nin Kazan ve Kaybeden Ürün Grupları

Büyüyen Sektörlerde Kazananlar: 843629 kümes hayvancılığına mahsus diğer makina ve cihazlar, 843352 diğer harman makina ve cihazları, 843390 hasat makinalarına, 842481 tarla bahçe ziraatına mahsus pülverizatörler, 843290 tarım, bahçe ve ormancılıkta kullanılan makinaların aksam ve parçaları, 843699 diğer tarla, bahçe, kümes v.b. makinaları ve cihazların aksam ve parçaları, 843610 hayvan yemlerini hazırlamaya mahsus makina ve cihazlar, 843359 hasat makinaları, 843691 kümes hayvancılığı ve civciv çıkartma makinalarının aksam ve parçaları ve 843351 kombine biçerdöverlerdir.

Büyüyen Sektörlerde Kaybedenler: 843230 tohum ekme, fidan dikme ve fide söküp dikme Makinaları, 843229 tırmıklar kültivatörler, ot ayıklama ve çapalama Makinaları, 843410 süt sağım Makinaları, 843221 diskli tırmıklar ve 843360 yumurta meyve ve ürünleri ayırma temizleme Makinaları ve cihazlarıdır.

Küçülen Sektörlerde Kazananlar: 843420 sütçülükte kullanılan makina ve cihazlar, 843490 sütçülükte kullanılan makina ve cihazların aksam ve parçaları, 843680 tarla, bahçe, ormancılık ve arıcılık için diğer makina ve cihazlar, 843311 motorlu çim biçme makinaları, 843320 çayır biçme makinaları, 843340 ot ve samanı demet ya da balya yapan makinalar, 843319 çim biçme Makinaları için diğer makina ve cihazlar, 843353 kök ve yumru sökme makinaları için diğer makina ve cihazlar, 843510 şarap ve meyve suları için kullanılan makina ve cihazlar ve 843590 meyve suları v. b. makinaların aksam ve parçaları için diğer makina ve cihazlardır.

Küçülen Sektörlerde Kaybedenler: 843280 tarla ve bahçe tarımına ait diğer Makina ve cihazlar ve 843330 ot hazırlama Makina ve cihazları için diğer Makina ve cihazlardır.

5. Muş Tarım Alet ve Makina Sektörü Araştırması

Bu projenin amacı çoğunluğu Malazgirt ve Bulanık ilçelerinde bulunan Muş ilindeki Tarım Alet ve Makina üreticilerinin üretim, işletme organizasyonu ve pazarlama ile ilgili karşılaştıkları problemleri tespit ederek geleceğe ilişkin üreticilere bir yol haritası sunmaktır.

5.1. Araştırmanın Önemi

Muş'ta iktisaden faal nüfusun % 84'ü tarım sektöründe, % 13'ü hizmet sektöründe, % 2'si sanayi sektöründe ve % 2'si de inşaat sektöründe istihdam edilmektedir. Tarım ve hayvancılık il ekonomisinin temel sektörüdür. İlin toplam arazi miktarı 819.551 ha. olup, bunun yüzde 42'si tarım arazisidir. Muş, önemli derecede tarımsal potansiyele sahip olmasına rağmen tarımsal sanayii istenen gelişmişlikte değildir.

İl'de Muş Organize Sanayi Bölgesi, Muş Sanayi Merkezi, Malazgirt Tarım Makinaları İhtisas Sanayi Sitesi ve 4 adet Küçük Sanayi Sitesi bulunmaktadır. Özellikle Malazgirt ilçesindeki Tarım Makinaları İhtisas Sanayi Sitesi ilin geleceği açısından önemli bir yere sahiptir.

Muş sanayisi ağırlıklı olarak orta ve küçük işletmelerden meydana gelmektedir. Büyük ölçekli sanayi kuruluşları olarak; Muş Şeker Fabrikası ve Çimento fabrikası, orta ölçekli işletme olarak; Barit fabrikası, Tuğla fabrikası, Süt fabrikası, Tuz fabrikası, Mermer fabrikası, Tekstil fabrikası, Ayakkabı fabrikası ve muhtelif gıda, plastik ve metal eşya fabrikaları vardır. İldeki sanayii geliştirmek amacıyla "Teşvik Yasası" kapsamında desteklenen emek yoğun sektörlerden tekstil, deri, plastik, metal eşya ve mobilya alanlarında son iki yılda önemli yatırımlar gerçekleştirilmektedir. Bu bağlamda özellikle emek yoğun sektörlerde işçilik maliyetlerinin halen düşük seviyesini korumaktadır.

İlde gerek tarımsal sanayii gerekse de teknolojiye dayalı sanayiinin gelişmesine yardım edecek önemli bir alt yapı sistemi mevcuttur. Bu bağlamda ilde toplam 625 km olan ve komşu illerle bağlantısını sağlayan gelişmiş bir karayolu ağı bulunmaktadır. Ayrıca il merkezine 3 km uzaklıkta bulunan tren garı ilin Tahran, Şam ve İstanbul üçgenindeki noktalara olan bağlantısını sağlamaktadır. Son olarak 1992 yılından beri sivil ulaşımına açık olan ve şehir merkezine 18 km uzaklıkta olan NATO askeri hava alanıyla haftanın her günü İstanbul ve Ankara'ya ulaşabilmektedir.

İlde yer alan sanayi işletmelerinin elektrik tüketimi 72.032 MWh'dir. Bu oran Muş, ile Van, Bitlis, Hakkari ve Muş illerini kapsayan TRB2 Bölgesinde ilk sıradadır. İl'de 2 adet

işletmede hidroelektrik santrali vardır. İlin gelecekteki enerji ve su ihtiyacını karşılamak için geçmiş yıllarda yapımına başlanan Alparslan I barajı 2011 yılında işletilmeye başlanmıştır. Söz konusu barajda yıllık 500 milyon kw/h enerji üretimi gerçekleştirilmektedir. Ayrıca içinde bulunduğumuz 2012 yılında tamamlanması beklenen Alparslan II barajı ile, 78 bin hektarlık tarım arazisinin sulanması planlanmaktadır.

İlde tarım ve sanayinin gelişmesi için mevcut olan bütün bu olumlu koşullara rağmen; il genelinde yetersiz yatırımın bir sonucu olarak TRB2 bölgesindeki Muş, DPT Müsteşarlığı tarafından 2003 yılında yapılan illerin sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralamasına göre iller sıralamasında - 1,43 endeks değeri ile son sırada yer almaktadır. Bu nedenle Muş'un ekonomik kalkınması ilde uygun sektörlerde yapılacak yatırımlar ile gerçekleştirilmelidir. İlin kaynaklarının yerinde ve etkin kullanımının teşvik edilmesiyle ekonomik kalkınma sağlanmalıdır. Bu bağlamda ilde imalat sektörünün önde günde parçası olan ve özellikle Malazgirt ve Bulanık İlçelerinde faaliyet göstermekte olan ve Tarım Alet ve Makina üreticilerinin sorunlarının açık bir şekilde ortaya konması gerekmektedir.

İlgili sektörde faaliyet gösteren firmaların verimlilik, karlılık ve rekabet güçlerinin artması; uzun dönemde ilde kronikleşmiş olan işsizlik ve buna bağlı gerçekleşen göç probleminin kalkmasında da etkili olacaktır. Bu amaçla Tarım Alet ve Makina sektörüne dair bilimsel verilere dayana bir durum tespitinin yapılması ve sektörün genel durumunun ortaya konması gerekmektedir. Böylece gelecek yıllarda sektörün geliştirilmesi için yapılması gereken devlet desteklerine temel bir altyapı hazırlandığı gibi; firma ölçeğinde yatırımların daha uygun alanlara yapılması sağlanacaktır. Ayrıca sektördeki kümelenme potansiyeli ve bu potansiyelin geliştirilerek firma düzeyinde yaşanan sıkıntıların kümelenme ile aşılabileceğine dair elde sağlam veriler bulunacaktır.

Bu araştırmada Muş ili Malazgirt ilçesinde faaliyet gösteren firmaların finansal yapıları, finansal sorunları, üretim aşamasında yaşadıkları sıkıntılar, pazarlama konusundaki eksiklikler ve bunlara bağlı olarak sahip oldukları fonksiyonları ne kadar tanıdıkları ve kullandıklarının tespit edilmesi amaçlanmaktadır.

5.2.Araştırma Materyali, Kapsam ve Yöntemi

Araştırmaya konu olan tarım alet ve Makina üreticileri daha önceden Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı tarafından hazırlanan raporlarda adı geçen işletmelerden oluşmaktadır. Bununla birlikte Muş ili, Bulanık ve Malazgirt ilçelerinin sanayi sitelerinde yer alan ve

kendileri ile iletişime geçilebilen işletmelerin de araştırmaya dâhil edilmesiyle toplam 15 işletme araştırma materyalini oluşturmuştur.

İşletmelerden veriler anket yöntemi ile toplanmış olup, anketin içerdiği sorular, konu ile ilgili literatür incelemesi sonucunda hazırlanmıştır. Söz konusu ankette işletmelere, yapısal, yönetsel, finansal, pazarlama ve üretim niteliklerini ölçen sorular yöneltilmifitir. Bütün bu verileri toplamak amacıyla işletmelere 99 soruluk bir anket uygulaması yapılmıştır. Sonuçların değerlendirilmesinde SPSS istatistik analiz yöntemleri kullanılmış olup; tanımlayıcı istatistiğe bağlı elde edilen sonuçlar tablo ve grafikler halinde sunulmuştur.

İşletmelerin mali durumlarına ait veriler işletme muhasebecilerinden işletme sahiplerinin rızası ile alınmıştır. Mali analizler için toplam 10 işletme veri sağlamıştır. Analiz çalışmasına ilk olarak Konsolide oluşturulan tablolardan başlanıp tek tek firmalara ait tabloların sırasıyla Karşılaştırmalı Tablolar Analizi, Yüzde Yöntemi Analizi, Eğilim Analizi ve Oran Analizleri tablolar oluşturularak yapılmıştır. Son olarak yapılan çalışmada bilgileri bulunan bilanço esaslı işletmelere ait konsolide oluşturulmuş bilanço ve gelir tablosu verileri olan 6 işletmenin 2010 yılına ait verilerinden hareketle ortalama bir yatırım miktarı ve gelir tablosu üzerinden yıllık getirileri hesaplanmış ve mevcut verilerden tarım makineleri üretim işletmeleri için yatırım geri dönüş süresi hesaplanmaya çalışılmıştır.

5.3.Araştırma Bulguları ve Değerlendirme

Bu bölümde hem anket verilerinden hem de işletmelerin mali durumlarına ilişkin elde edilen verilerin bir değerlendirmesi yapılmıştır.

5.3.1.Anket Verilerine İlişkin Bulgular

Yapılan ankete ait olan sonuçlar işletmelerin genel yapılarına, finansal yapılarına, üretim yapılarına ve pazarlama yapılarına ait bulgu ve değerlendirmeler alt başlıklarında detaylı olarak grafik ve tablolar eşliğinde aşağıdaki biçimde sunulmuştur.

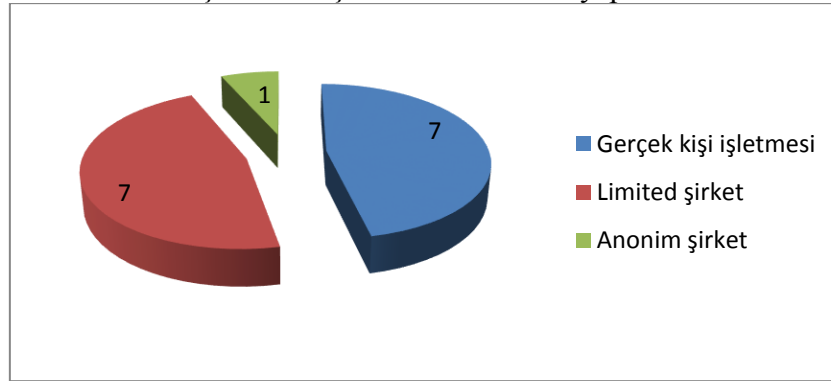
5.3.1.1.İşletmelerin Yapısına İlişkin Bulgu ve Değerlendirmeler

Bu bölümde Muş ilinde faaliyet gösteren işletmelerin ne tür işletmeler olduğu, işletmelerde istihdam edilen işçi sayıları, işletmelerin mülkiyet ve yönetim durumları gibi durumları saptanmaya çalışılmıştır.

5.3.1.1.1.İşletmelerin Genel Yapısı

İşletmelerin hukuki yapısına bakıldığı zaman katılım sağlayan 15 firmanın çoğunu gerçek kişi işletmesi ve limited şirket yapısı oluşturmaktadır. Bu verilerden yola çıkarak ankete katılım sağlayan firmaların daha çok aile işletmesi şeklinde kurulmaya yöneldiklerini ifade edilebiliriz (Şekil 22).

Şekil 22: İşletmelerin hukuki yapısı

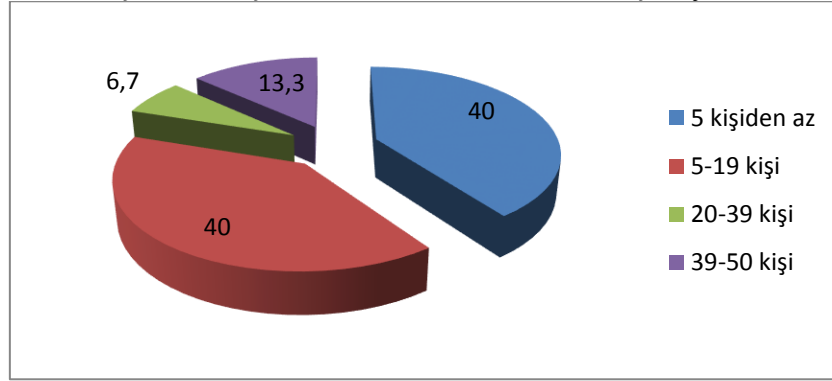


5.3.1.1.2.İşletmelerde İstihdam Edilen İşçi Sayısı

Tarım makineleri işletmelerinin genel yapısına bakıldığında, istihdam edilen işçi sayısının 5-19 kişi arasında değiştiği görülmektedir. Aynı zamanda bu işletmelerde teknik personel ve kalifiyeli personel eksikliği göze çarpmaktadır. Söz konusu işletmelerde alanında uzman teknik personel (mühendis, tekniker vb.) olması o işletmelerin daha etkin çalışmasına katkıda

bulunacaktır. Bu bağlamda, yörede bulunan katılımcı işletmeler teknik personel sayısını arttırmalı ve personellerini eğitime yoluna gitmelidirler (Şekil 23)

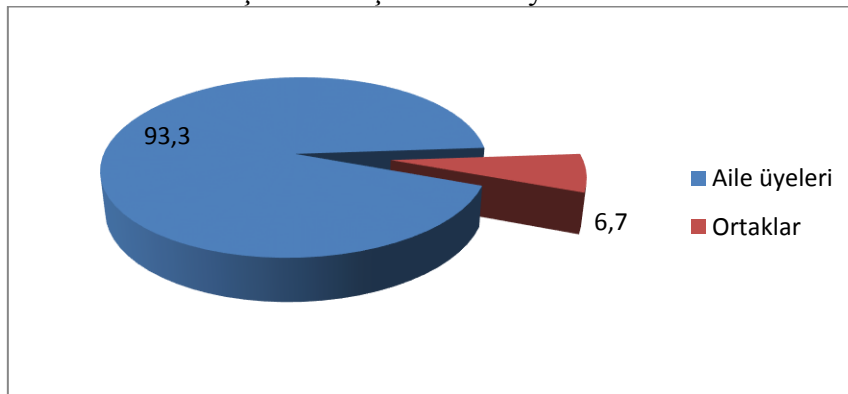
Şekil 23: İşletmelerde istihdam edilen kişi sayısı



5.3.1.1.3. İşletmelerin Yönetimi

İşletmeler yönetim durumları açısından değerlendirildiğinde; ankete katılan işletmelerin ağırlıklı olarak aile üyeleri tarafından yönetildiğini görülmektedir. Gerçek kişi işletmelerinin kuruluş şekilleri daha çok “tek kişi ya da iki kardeşin bir araya gelerek çoğunluk hisseleri paylaşmaları” şeklinde olmaktadır. Bu tür aile şirketlerinin toplam şirketler içindeki payı Türkiye’de % 95’lere kadar varırken, Avrupa ülkelerinde oran % 70-80 civarındadır. Anket kapsamında değerlendirilen işletmelerin ise % 93,3’ü gerçek kişi işletmesidir. Ancak bazen aile üyeleri tarafından yönetilen işletmelerde üretim, pazarlama, finans vb. alanlarda etkin ve tarafsız kararlar alma noktasında sıkıntılar yaşanabilmektedir. Bunu en az seviyeye indirmek için yönetici seçimi iyi yapılmalıdır. Yönetici seçimi yapılırken objektif bakış açısıyla seçim yoluna gidilmeli ve yönetim alanında uzman olan bireyler tercih edilmelidir (Şekil 24).

Şekil 24: İşletmelerde yönetim

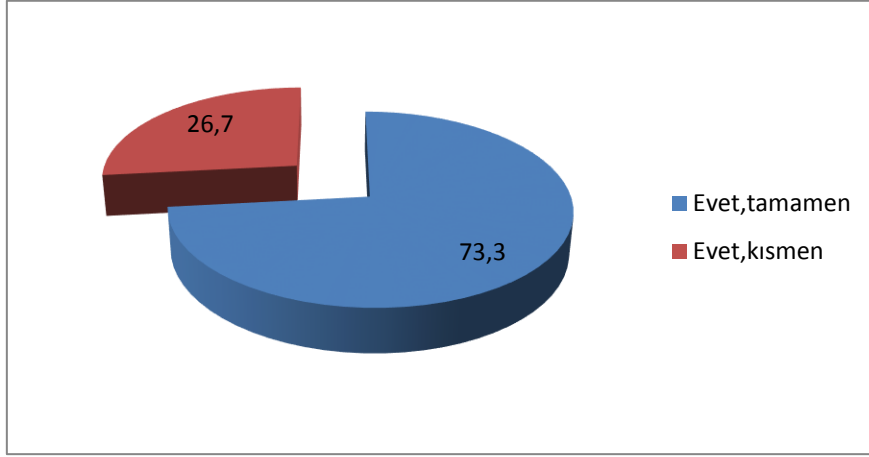


5.3.1.1.4.İşletmelerdeki Yöneticiler

İşletmenin kim/kimler tarafından yönetildiği o işletmenin başarısını etkileyen en önemli unsurlardan biridir. İşletmelerde üst yöneticinin işletme sahibi ya da ortağı olması kimi zaman ciddi sorunlar teşkil etmektedir. Ortaklar arasında sürtüşme, “iş ben bilirim” tarzındaki yaklaşımlar, yönetim vb. kadroları eş dost ile doldurmaya yönelmek, iş prensibinden ödün vermek ve sonuç olarak kurumsallaşamama gibi sorunlar örnek olarak gösterilebilir.

Bu çalışmada işletmelerdeki yöneticilerin % 73,3 oranında işletme sahibi veya ortağı görülmektedir. Bu da işletmelerde etkin bir yönetim sisteminin olmadığını göstermektedir (Şekil 25).

Şekil 25: İşletme yöneticileri



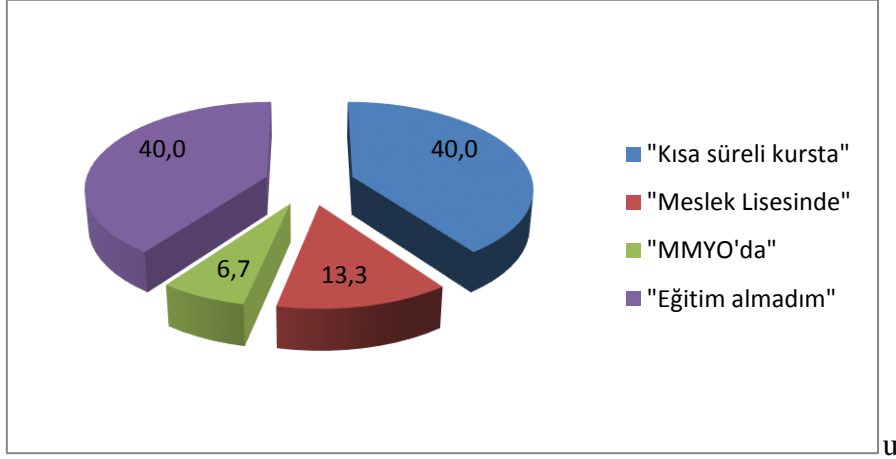
5.3.1.1.5.Mesleki Eğitim Durumu

Eğitim faktörü her alanda olduğu gibi işletmelerde de işin başarısını ölçen önemli bir unsurdur. Anket sonuçlarına göre, firmaların çoğunun “kısa süreli kurs” ya da “eğitim almadım” cevaplarını verdikleri görülmüştür. Bu durum işletme çalışanlarının mesleki yeterliliklerinin minimum seviyede olduğunu göstermektedir. Bu olumsuz durum da işletmenin faaliyetlerinde başarı sağlanması oranını en az seviyeye indirmektedir. Bu yüzden, söz konusu alanda bulunan işletme çalışanları eğitim programları ile desteklenmelidir. Bu sorunun çözülmesi halinde, çalışanlar gerek üretim açısından gerekse satış açısından işletmeye daha olumlu yönde katkı sağlayacaklardır (Şekil 26).

5.3.1.2.Firmaların Yönetim Yapısına İlişkin Değerlendirmeler

Bu başlığın altında yönetim ve çalışanlar arasındaki ilişkiler, ilişki kriterleri, işletme içerisindeki motivasyon, kişisel gelişim ve fikir üretimi ve insan kaynakları gibi konular hakkında elde edilen anket verilerine dair değerlendirme sonuçları sunulmuştur.

Şekil 26: Mesleki eğitim durum

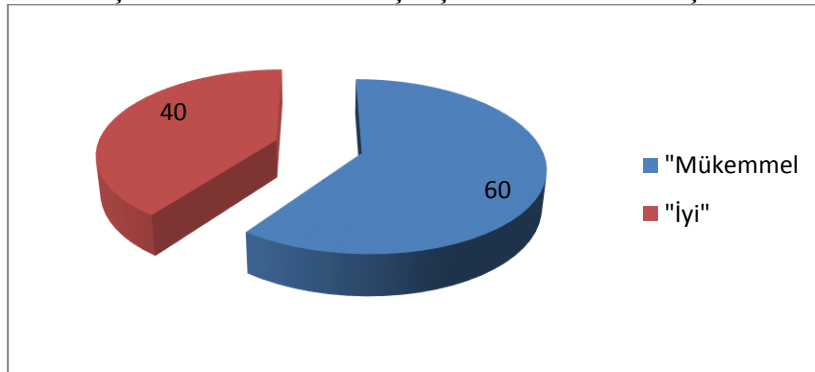


5.3.1.2.1.Yönetim İle Çalışanlar Arasındaki ilişkiler

Yönetici seçimi konusunda, günümüzde seçiciliğin arttığı kaçınılmaz bir gerçektir. Yöneticilerin öncelikle insani açıdan iyi özelliklere (insanları anlayabilme, tanıyabilme, objektif ve adil olma; iyi bir iletişim becerisine sahip olma; düşüncelerini açık bir şekilde ifade edebilme yeteneğine sahip olma, sorun çözme, hızlı karar verme yeteneğine sahip olma, zamanı iyi yönetebilme v.b.) sahip olması gerekmektedir. İyi bir yönetici; bu özellikleri barındıran yönetici rollerini (bireysel, bilgisel, karar verme vb. rolleri) başarılı bir şekilde üstlenen birey ya da bireylerdir.

Anket çalışmamıza katılım sağlayan işletmelere bakıldığında işletmecilerin % 60'ı yönetici –çalışan ilişkisinin mükemmel olduğunu vurgulamıştır. Bu sonuç işletmelerin aile şirketleri olmasında kaynaklanmaktadır. Çünkü aile bireyleri ile oluşturulmuş işletmelerde çalışan ve yöneticiler arasında olumsuz ilişki olasılığı diğer şekillerde kurulmuş olan işletmelere nazaran daha az seviyededir (Şekil 27).

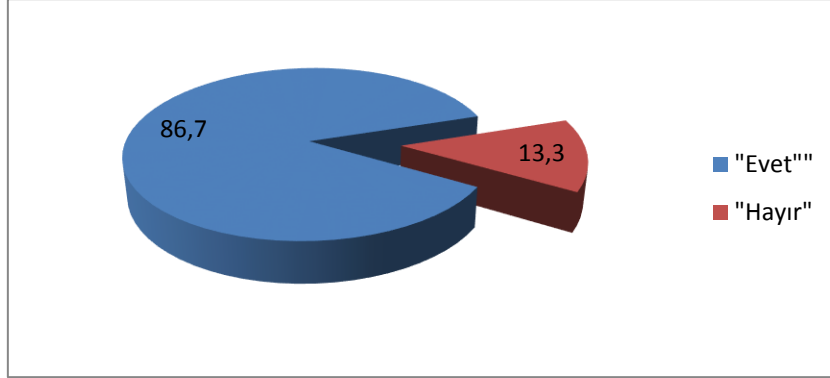
Şekil 27: Yönetim ve çalışanlar arasındaki ilişki



5.3.1.2.2.Çalışanların İş Dışındaki İlişkileri

İletişim kavramı, genelde duyguların, düşüncelerin ve bilgilerin en az iki kişi arasında paylaşılması ve anlamlandırılması olarak tanımlanır. İletişim kavramında mekân unsuru önemli bir sorun olarak görülmemelidir. Kişi kendini en iyi nerde ifade ediyorsa; paylaşım o ölçüde olumlu sonuç verecektir. Bu bilgi doğrultusunda; işletmelerde yönetici-çalışan arasında iş dışı ilişkilerin % 86,7 olduğu saptanmıştır (Şekil 28).

Şekil 28: Çalışanların iş dışındaki ilişkileri

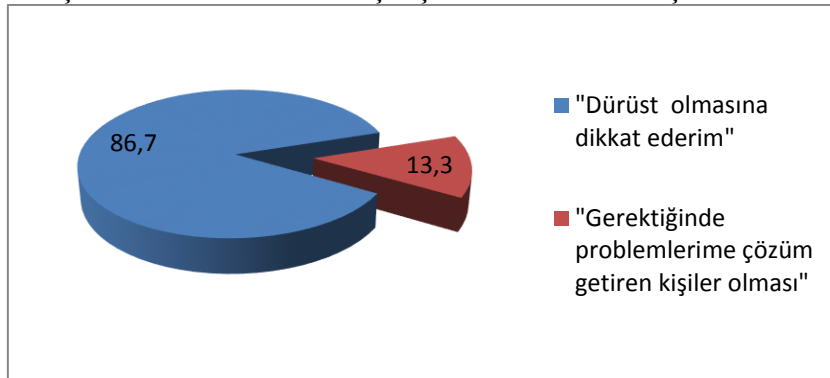


5.3.1.2.3.Yöneticiler ve Çalışanlar Arasındaki İlişki Kriteri

Her başarılı yönetici, başarılı ve kendisiyle benzerlik gösteren bireylerle çalışmayı tercih eder. Dürüstlük kavramı hemen hemen her yöneticinin çalışanında aradığı temel özellikler içinde yer almaktadır. Bununla beraber, çalışanlarda analitik düşünme, hızlı karar verme, alanında iyi eğitim almış olması, sorunlara kısa zamanda çözüm bulma yetisinin bulunması gibi birçok özellik aranır.

Proje kapsamında incelenen işletmeler değerlendirildiğinde, çalışanların seçiminde %86,7 oranında dürüstlük kavramının birinci sırada yer aldığını; ikinci sırada ise problemlere çözüm getiren bireylerin tercih edildiği görülmektedir (Şekil 29)

Şekil 29: Yöneticiler ve çalışanlar arasındaki ilişki kriteri

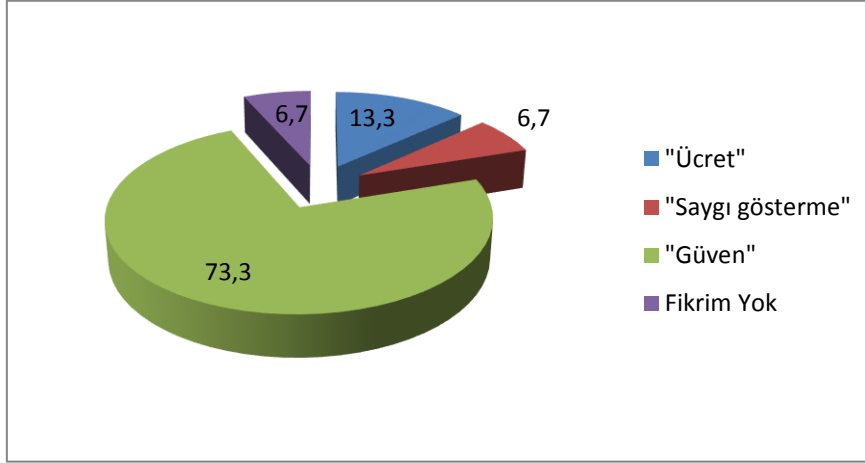


5.3.1.2.4.İşletmelerde Motivasyon

Motivasyon, bireylerin kendini mutlu hissetmesi ve başarılı olması için önem arz eden kavramlardan biridir. Her işletmede işletme sahibi/ sahipleri, yönetici/yöneticileri çalışanlarından en yüksek verimi almak ister. Bunun içinde çalışanlarının motivasyonunu arttırmaya yönelik eğitim, sosyal aktivite, ücret iyileştirme, çalışanlar-yöneticiler arasında güven unsurunun geliştirilmesi vb. çalışmalar yapmalıdırlar. Aksi takdirde üretim, satış, pazarlama vb. işletme faaliyetlerini başarısızlığa uğratabilir.

Çalışma kapsamındaki işletmelerde, iş yerinde motivasyonu sağlayan en önemli unsurun “güven” olduğu bu unsuru “ücretin” takip ettiği görülmektedir (Şekil 30) .

Şekil 30: İşletmelerde motivasyon

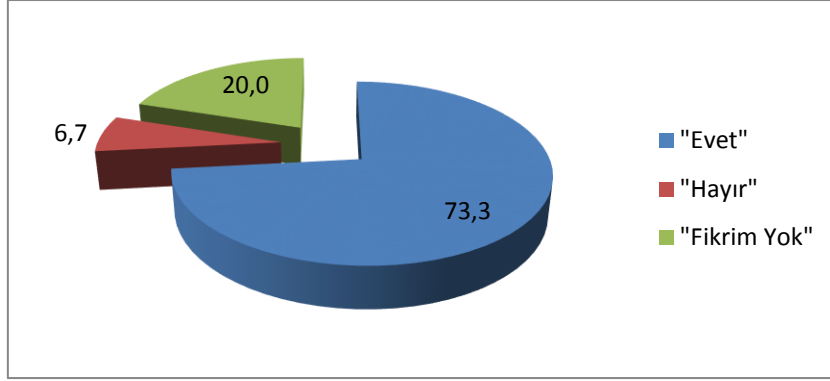


5.3.1.2.5.Kişisel Gelişim ve Fikir Üretimi

Bir işletmede çalışan bireylere kişisel gelişim ve fikir üretme fırsatının verilmesi; çalışan bireylerin başarısının büyük ölçüde artacağına en belirgin göstergelerinden biridir. Ankete katılan işletmelerin % 73,3'ü bu düşüncede olduklarını belirtmekle birlikte şartların uygun olması halinde çalışanlarını bu yönde destekleyeceklerini ve desteklediklerini ifade etmektedirler. Ancak yörede, gerek çevresel faktörler ve gerekse de konu ile ilgili eğitim olanağı sağlayan kurs, okul vb. faaliyetlerin olmaması; işletmeciler tarafından, çalışanların fikir üretme ve kişisel gelişim konularında gelişimini engelleyen en önemli problemler olarak görülmektedir.

Ankete katılan işletmelerin önemli bir bölümü bu konuda önemli bir eksikliğin bulunduğu konusunda hem fikirdirler (Şekil 31).

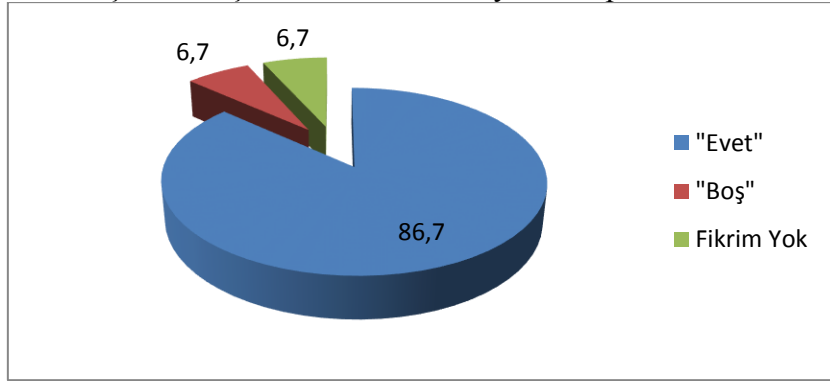
Şekil 31: İşletmelerde kişisel gelişim ve fikir üretimi



5.3.1.2.6. İnsan Kaynakları Planlaması

İşletmelerin % 86,7'si insan kaynakları planlaması yaptıklarını ifade etmektedirler. Ancak bu oranı kendi iş deneyimlerine bağlı yaptıklarını bildirmektedirler. Yani büyük ve kurumsallaşmış işletmelerde olduğu gibi etkin bir insan kaynakları planlaması yoktur; ancak işletmeciler bu uygulamanın gerekliliği konusunda bilinç sahibidirler (Şekil 32).

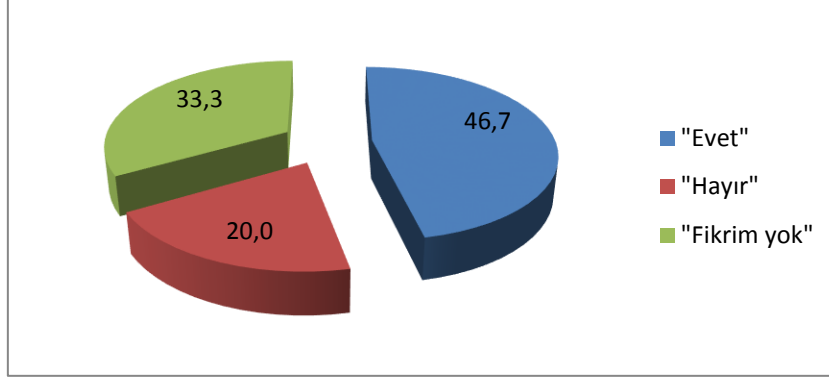
Şekil 32: İşletmelerde insan kaynakları planlaması



5.3.1.2.7. İşletmelerde Eğitim Faaliyetinden Çalışanları Yararlandırma

Anket sonuçlarına göre işletmeler, kısıtlı imkânlarıyla çalışanlarını eğitim faaliyetlerinden yararlandırmaya çalışmaktadırlar (%46,7). Ancak daha önce de ifade edildiği gibi eğitim faaliyetlerinin düzenlenmesi ciddi bir sorundur ve işletmeler bu noktada desteklenmelidir. İşletmelerde hem çalışan hem de yöneticilerin eğitim düzeyi istenilen düzeyde olmadığı için yapılan faaliyetlerde yetersiz kalabilmektedir (Şekil 33).

Şekil 33: İşletmelerde eğitim faaliyetlerinden çalışanları yararlandırma



5.3.1.2.8.Ortak Paylaşım Alanlarının Etkileri

Bir önceki değerlendirmede ortak paylaşım alanlarının önemli olduğu; ancak katılımcı firmalarda bu durumun bulunmadığı tespit edilmiştir. Verilen yanıtlara bakıldığında işletmelerde kısıtlı olan ortak çalışma alanı sadece “Üst-Alt ilişkisini daha ılımlı boyuta taşır” seçeneğinde önem kazanmaktadır. Bu seçeneğin olumlu sonuç vermesinin en önemli sebebi, katılımcı işletmelerin aile işletmeleri olması ve çalışanların aile içinden seçilmiş olmasıdır. Diğer seçeneklerde değişken değerinin 2,00 altında olması bu konularda eksiklik olduğunu yansıtmaktadır. Bu açıdan, ortak paylaşım alanı sorunu da çözülmesi gereken sorunlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Tablo 6).

Tablo 6: Ortak paylaşım alanının etkileri

	Sonuçlar
Çalışanlar ve yöneticilerin birbirini daha yakından tanımalarına olanak sağlar	1,29
Çalışanlar ve yöneticiler arasındaki sorunları daha az seviyeye indirir	1,50
Çalışanların yöneticilere bakış açısını daha pozitif kılar	1,21
Üst-Alt ilişkisini daha ılımlı boyuta taşır	2,00
Çalışanlar arasındaki uyumu yöneticilerin daha net görmesine imkân tanır	1,64
Çalışanların yaşadığı sorunları daha net bakış açısıyla görmeyi sağlar	1,71

5.3.1.3.İşletmelerin Finansal Yapısına İlişkin Değerlendirmeler

Bu bölümde işletmelerin finansman kaynakları, finansman kaynakların yönetimi, işletmelerde yaşanan finansman sorunlarının nedenleri ve ürün fiyatlandırmaları gibi konulara ilişkin elde edilen veriler sunulmaya çalışılacaktır.

5.3.1.3.1.Kuruluş Sermayesi Kaynakları

İşletmeler kuruluş aşamasında sermayeye ihtiyaç duymakta ve bu ihtiyaçlarını gidermek için de çeşitli kaynaklara yönelmektedirler. Bu kaynaklar; 3. şahıslara borçlanma, ticari kredi, mevcut gayri menkullerin (ev, arsa, bina vb.) satışı, banka kredisi vb. kaynaklar olabilmektedir. Günümüzde risk sermayesi de işletmelerin kuruluş aşamasında yöneldikleri bir diğer sermaye ve finansman kaynağı olarak karşımıza çıkmaktadır. Her işletme belli oranda kuruluş sermayesi gerektirmektedir. Kuruluş sermayesi miktarı, işletmenin büyüklüğüne, sektördeki pazar payına, hukuki yapısına, çalıştırdığı personel sayısına vb. faktörlere göre değişebilir özellik taşımaktadır.

Bu araştırmada işletmelerin kuruluş sermayelerini kendi özkaynakları vasıtasıyla sağlamış oldukları görülmektedir. Bu oranın % 100 olması anket çalışmamıza dâhil olan bütün işletmelerin bu şekilde kurulduğunu ve kurulma aşamasında finans sıkıntısı yaşamadıklarını yansıtmaktadır (Tablo 7).

Tablo 7: Kuruluş sermayesi kaynakları

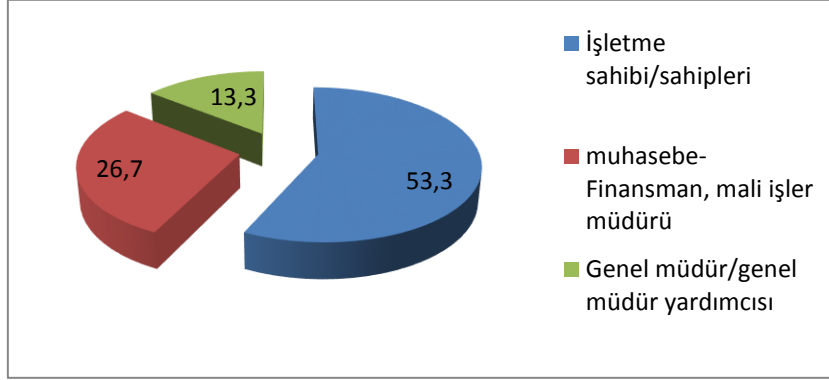
	Sonuçlar
Kendi öz kaynakları ile	100

5.3.1.3.2.Finansman Kararları

İşletmelerin başarısında ya da başarısızlığında finansal kararların özel bir önemi vardır. Bu sebeple, finansman kararlarında etkinlik arttıkça; buna paralel olarak işletmelerin başarı oranı da artmaktadır. Ancak belirsizliğin ve değişimin hızla arttığı çağımızda finansal kararlarda etkinliği ve verimliliği arttırmak gittikçe zor olmaya başlamıştır. Bu zorluğun aşılması finansal açıdan gerekli olan ilkelerin ve kararların (yatırım kararları, finansal kararları, vb.) uygulanmasıyla ilgilidir. Bununla birlikte, bu kararların etkin bir şekilde verilmesi için; alanında uzman personelin işletmelerde istihdam edilmesi gerekir. Bugün birçok işletmenin sorunu da, yeterli eğitime sahip finans personelinin bulunmamasıdır.

Anket sonuçlarına göre Muş'ta faaliyet gösteren tarım alet ve makine üreticileri de aynı sorunla karşı karşıya bulunmaktadır. Verilen yanıtlarda finans kararlarını veren organın "İşletme sahibi/sahipleri" olması bu alanda ciddi sorunlar olduğunu açıkça göstermektedir. Bu da bir kez daha çalışanların yeterli eğitimlerle desteklenmesi gerçeğini ortaya koymaktadır (Şekil 35).

Şekil 34: Finansman kararları

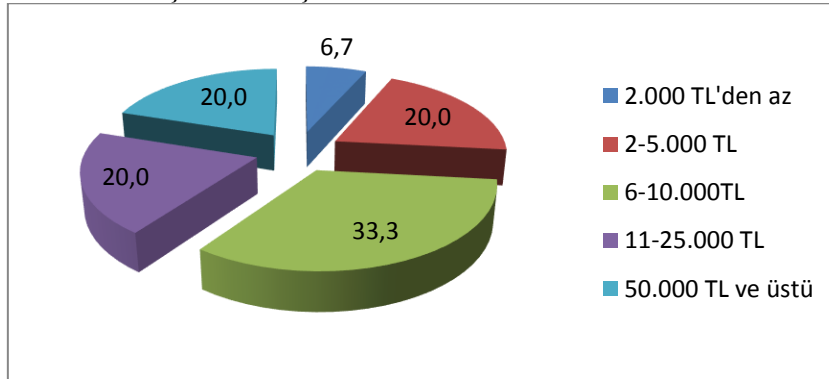


5.3.1.3.3. İşletmelerde Elde Edilen Cirolar

İşletmeler kurulurken ve faaliyetlerini yerine getirirken devamlılık, büyüme, kâr elde etme gibi unsurları göz önüne alırlar. Bu açıdan bir işletmelerin öncelikli amaçlarından biri de kar elde etmek ve faaliyetlerini de buna göre şekillendirmektir. İşletmeler, daha az maliyete katlanarak daha yüksek kâr elde etmek içinse, haftalık, aylık ve yıllık cirolarını belirlemek zorundadırlar. Bunun içinde bütün maliyet kalemlerini ve gider kalemlerini de dikkate almalıdırlar.

Araştırma sonuçlarına göre işletmelerin aylık ciroları 6-10.000 TL'dir (%33.3). İşletmelerin %6.7 oranı ise, 50.000 TL ve üstü ciroya sahiptir. Bu durum işletmelerin üretim kapasitelerinin artmasını gerektiğini göstermektedir. Pazarlama satış ve dağıtım alanlarında ise işletmeler daha çok başarı elde etmek zorundadırlar. Bu bağlamda işletmeler ciroları üzerine olumlu katkı sağlayacak çalışmalara ve düzenlemelere yönelmelidirler (Şekil 36).

Şekil 35: İşletmelerde elde edilen cirolar

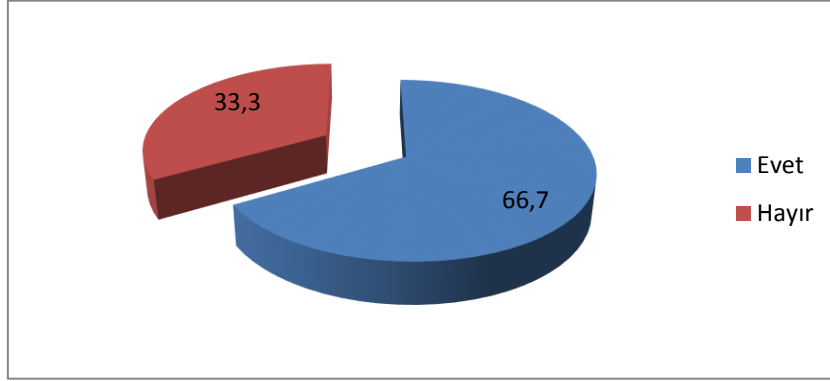


5.3.1.3.4. İşletmelerin Finansman Sorunları

Günümüzde birçok işletme ciddi finansal sorunlarla karşı karşıya gelmektedir. Finansal sorunlar, yönetim ve organizasyondan kaynaklanan sorunlar; sermaye yapılarına ilişkin

sorunlar; mali piyasalarla ilgili sorunlar ya da teşvik noktasında karşılaşılan sorunlar olarak sıralanabilir. Bu sorunlar, ülkemizde olduğu gibi, Doğu Anadolu bölgesinde de faaliyet gösteren birçok işletmede önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu veriyi doğrulayan diğer bir önemli bulgu da yapılan bu çalışmanın sonucudur.

Şekil 36: İşletmelerin finansman sorunları

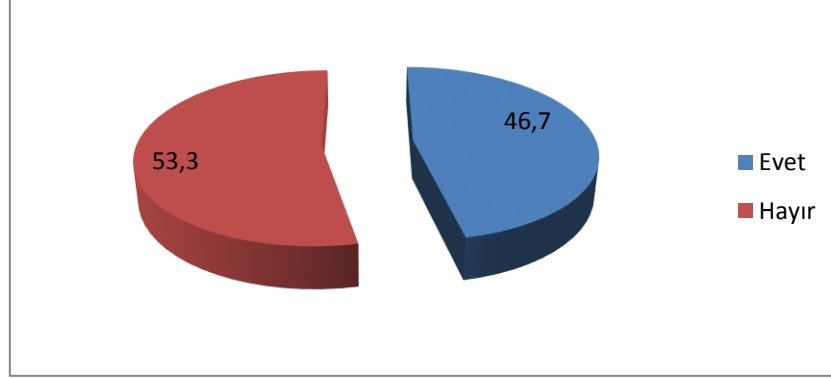


5.3.1.3.5. İşletmelerin Kredi Kullanımı

İşletmeler yaşanan finansal sıkıntılarını gidermek amacıyla çeşitli şekillerde finansman edinme yollarına başvurular. Bunlar; satıcının alıcıya, malın satılması nedeniyle vermiş olduğu kısa vadeli kredi şeklinde olan “ticari kredi” ya da bankalar tarafından desteklenme yoluyla edinilen kısa ya da uzun vade şeklinde olan “banka kredileri” olabileceği gibi günümüzde önem kazanan leasing, forfaiting, barter, risk sermayesi vb. alternatif finansman kaynakları da olabilir. Ancak küçük işletmeler geniş çaplı olmadığı ve kurumsallaşmadıkları için alternatif finansman kaynaklarına başvurmadan ziyade daha çok kredi almaya yönelmektedirler.

Anket çalışmasının sonucuna göre, işletmelerin %53.3’ü kredi kullanmamaktadır (Şekil 38). Ancak bu durum, finansal sorun yaşadıklarını yansıtan işletmelerin vermiş oldukları yanıtla çelişkilidir. Eğer işletmeler finansal sorun yaşıyor ve kredi kullanmaksızın bu sorunlarını hafifletebiliyor ya da giderebiliyorsa bu durumda işletmeler özkaynak artırımına gidiyor demektir. Ancak işletmelerin böyle bir özkaynak artırımına gitmediği bilinmektedir. Bu durumda işletmeler finansman sıkıntısını gidermek için başka bir finansal enstrümanına başvurumaktadırlar. Anket sonuçlarına göre bu enstrüman risk sermayesidir. (Şekil 41).

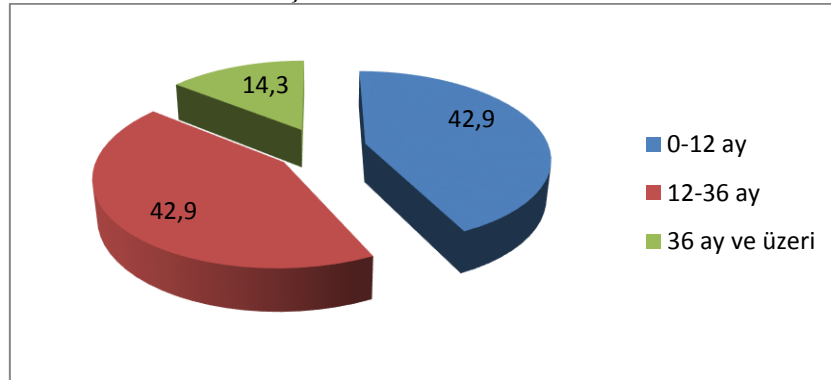
Şekil 37: İşletmelerin kredi kullanımı



5.3.1.3.6.Kullanılan Kredi Süresi

Kredi kullanımı ölçüldüğünde işletmelerin çoğunluğu kredi kullanmadığını ifade ederken; işletmelerin geri kalan % 46.7'si kredi kullandığını belirlemektedir. Kredi kullanımı sorusuna “evet” yanıtını veren işletmelerin kredi kullanım sürelerini öğrenmek amacıyla oluşturulan anket sorusunda vadeler aylık olarak dikkate alınmıştır. Bilindiği gibi kredi süreleri kısa vade, orta ve uzun vade olarak iki grupta değerlendirilmektedir. Normal faaliyet döneminden yani bir yıldan az süreli olan krediler “kısa vadeli” iken “bir yıl ve daha fazla süreli olanlar ise “orta ve uzun vadeli krediler” kapsamına girmektedir. Kredi kullanan işletmelerin, kredi kullanım sürelerini incelendiğinde kısa ve orta vadenin de eşit ölçüde kullanıldığı görülmektedirken, uzun vadeli kredilerin daha az kullanıldığı görülmektedir (Şekil 39).

Şekil 38: Kredi Süresi



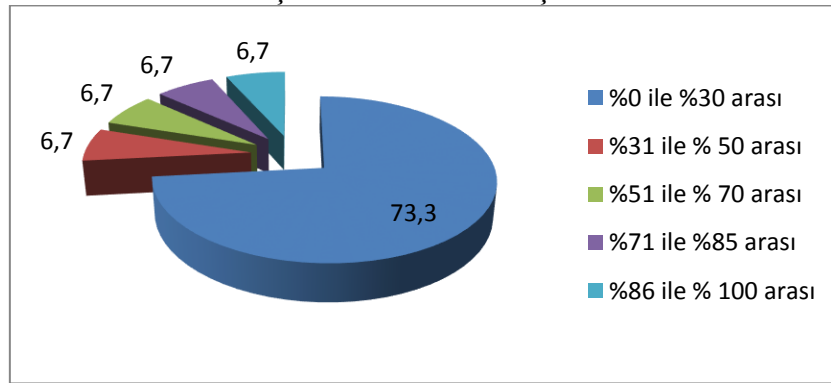
5.3.1.3.7.Kredili Satışlar

Mal ve hizmet satışlarında satış tutarı tahsilâtının, satışın yapıldığı tarihten sonraki bir tarihe ertelenmesi durumu vadeli satışlar ya da kredi satışlar tanımlamaktadır. Kredili satış kavramı, birçok işletmenin satış faaliyetini gerçekleştirirken göz önünde bulundurduğu bir faktördür. Ülkemizde, kredili satış yapan birçok işletme bulunmaktadır. Bu satış işlemi hem

nihai tüketicilere hem de diğer işletmelere uygulanabilmektedir. Ancak kredili satışların olumlu sonuçları olabileceği gibi olumsuz sonuçları da olabilmektedir. Müşteri potansiyelini arttırma açısından düşünüldüğünde olumlu görünen bu uygulama; alacakların tahsilâtı noktasında yaşanan sıkıntıları düşünüldüğünde ise olumsuz görülebilmektedir. Ülkemizde olduğu gibi Doğu Anadolu bölgesinde de birçok işletme alacaklarını tahsil etme konusunda sorun yaşamaktadır. Bölgeye dair bu genel durum, yapılan bu çalışma ile de desteklenmektedir. Bu durum işletmeler için ciddi finansal sorunları da beraberinde getirmektedir.

Ankete katılan işletmeler, hem kredili olarak satın almaya yönelmekte hem de ürünleri kredili satış yoluyla sunmaktadır. Çıkan veri sonucu, bu işletmelerin % 73.3 oranında kredili satış yaptığını göstermektedir. Bu durum, işletmelerin yaşadığı finansal sorunlara katkı sağlayabilmektedir (Şekil 40).

Şekil 39: Kredili satışlar



5.3.1.3.8. İşletmelerin Kullandıkları Finansman Araçları

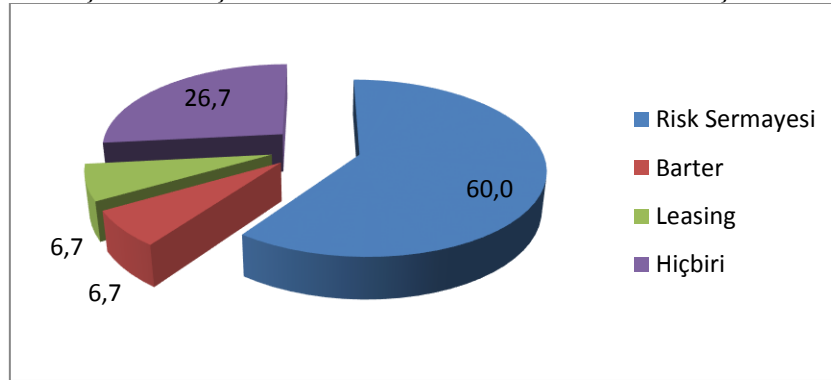
İşletmeler kimi zaman farklı finansal araçlara ihtiyaç duyabilmektedirler. Son yıllarda dünyada ve ülkemizde ticari, banka kredileri gibi araçlar dışında risk sermayesi, barter sistemi, leasing, factoring, forfaiting vb. yeni alternatif finansman kaynakları geliştirilmiştir. Ülkemizde daha çok uygulama alanı bulan “şirketlerin yatırımları doğrultusunda satın alacakları makine ve ekipmanların finansal kiralama şirketi tarafından satın alınarak, yatırımcıya orta ve uzun vadede sağlanan finansman kaynağı” şeklinde tanımlanan ve finansal kiralama olarak da adlandırılan leasing’tir. Bir diğer uygulama alanı bulan kaynak ise, “işletmelerin ihtiyaç duydukları mal ve hizmetleri para ödmeden satın alabilmelerini, aldıkları bu mal ve hizmetlerin bedelini de kendi ürettiği mal ve hizmetlerle ödeyebilmelerini sağlayan bir finansal sistem” olarak tanımlanan barter (değiş-tokuş, takas) sistemidir. “Kendilerine finansman arayan şirketlerin ve/veya yeni fikirleri olan girişimcilerin;

kendilerine yatırım yapabilecekleri yeni fikirleri olan girişimciler ve şirketler arayan, risk almaya hazır finansör/ sermayedarlar ile buluşması” olarak tanımlanan risk sermayesi de uygulanan bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır.

Factoring, vadeli satışlardan doğan alacakların finansal kurum tarafından peşin bir bedelle satın alınması, kısaca alacakların peşinen nakde dönüştürülmesi olarak tanımlanmaktadır. Ancak ülkemizde çok az uygulama alanı bulabilmiştir. Bunun en belirgin sebebi; 1994 yılında yaşanan ve ekonomi dünyasını sarsan kriz olarak gösterilmektedir (Güngör, 2011).

İşletmelerin bugüne değin kullandıkları alternatif finansman kaynakları incelendiğinde, % 60 oranında risk sermayesi birinci sırayı almakta, barter ve leasing sistemleri ise % 6,7’lik dilimde aynı oranda tercih edilmektedir. Risk sermayesinin yüksek oranda kullanılmış olması işletmelerimizin risk almaktan çekinmediklerini gösteren önemli bir bulgudur. İşletmelerin risk sermayesine yönelmelerindeki en etkin sebepler; uzun vadeli yatırım yapmaya istekli olmaları, yatırım yapılacak olan çalışmaların teknolojik verimliliklerini en yüksek düzeyde elde ederek kâr amacı gütmeleri gibi sebeplerdir. Leasing ve barter sisteminin düşük oranda kullanılmasının sebebi ise, yeterli finansal bilgiye sahip olmama, finansal bağlantıların zayıf olması ve takas sistemine uygun üretim faaliyetinin gerçekleşmemesi gibi sebepler gündeme gelmiştir. Katılım sağlayan birkaç firma ise hiçbir alternatif finansman kaynağı kullanmaktadır. Kullanılmama sebebi ise bu kaynaklarla ilgili yaşanan bilgi eksikliği sorunu ve kullanıma elverişli finansal yapının olmamasıdır.

Şekil 40: İşletmelerin kullandıkları finansman araçları

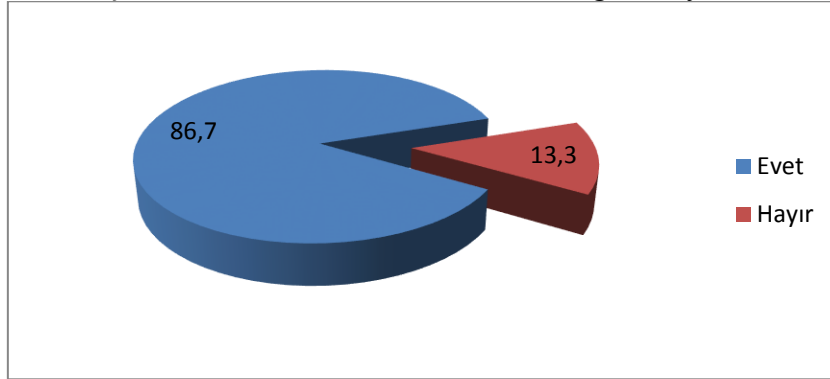


5.3.1.3.9.Barter Sistemi Hakkındaki Bilgi Düzeyleri

İşletmecilerin %86.7’si barter sisteminden haberdar olduklarını vurgulamaktadırlar (Şekil 44). Ancak işletmelerin sadece % 6.7’si barter sistemi kullandıklarını vurgulamaktadırlar (Şekil 41). Bunun nedeni yeterli finansal bilgiye sahip olunmaması, finansal bağlantıların

zayıf olması ve takas sistemine uygun üretim faaliyetinin gerçekleşmemesi gibi sebepler olabilir .

Şekil 41:Barter sistemi hakkındaki bilgi düzeyleri

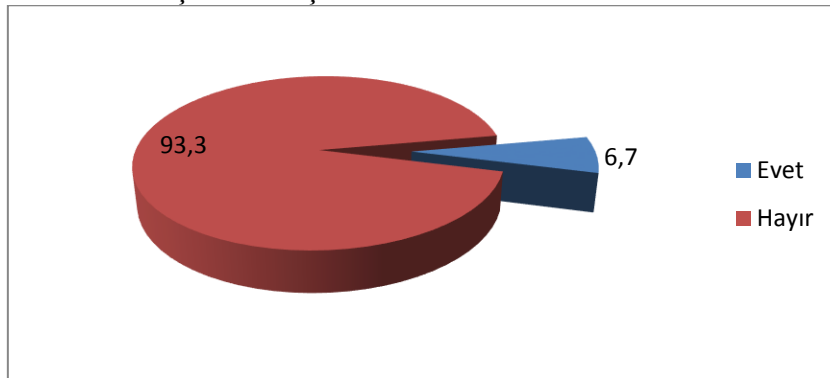


5.3.1.3.10.İşletmelerin İhracat Durumları

İhracat kavramı, genelde bir malın yabancı ülkelere döviz karşılığı olarak satışının yapılması olarak tanımlanmaktadır. Bilindiği işletmeler genel olarak ihracat yaparak satış gelirlerini arttırmayı ve dış piyasalar da yer edinmeyi hedeflerler. Bununla birlikte aynı alanda faaliyet gösteren firmalar rekabet üstünlüğü sağlamayı amaç edinirler. Herhangi bir işletmenin ihracatta iyi olması; o işletmenin hem iyi bir pazar araştırmasını hem de üretim alanında üstün başarı sağlamış olmasını gerektirmektedir.

Araştırma kapsamında ankete katılan işletmelerin ihracat ile ilgili durumları değerlendirildiğinde bu işletmelerden sadece 1 tanesinin ihracat yapmakta olduğu görülmektedir (Şekil 47).

Şekil 42: İşletmelerin ihracat durumları



5.3.1.3.11.Kısa Vadeli Finansman Kaynaklarının Maliyetleri ve Kolay Sağlanmaları

İşletmeler bazen kısa vade bazen de orta ve uzun vade krediye ihtiyaç duyar. Bazen de aşağıda yer alan finansman kaynaklarına ihtiyaç duyarlar.

İşletmelerde finansman kaynaklarının maliyeti ve sağlanabilirliğinin kolay mı zor mu olduğuna yönelik inceleme yapıldığında, değişkenler arasında en yüksek oranda değer yansıtan sonucun “banka kredisi” olduğu görülmüştür. Bu durum işletmelerin finansal sıkıntılarını gidermek için kullandıkları en önemli enstrüman olan banka kredisi sonucunu doğrular niteliktedir. (Tablo 9)

Tablo 8: Kısa vadeli finansman kaynaklarının maliyetleri ve kolay sağlanmaları

	Sonuçlar
Ticari kredi	3,27
Banka kredisi	3,73
Faktoring	3,00
Forfaiting	3,00
Varlığa dayalı menkul kıymet	3,20

5.3.1.3.12.Kısa Vadeli Finansman Sorunun Nedenleri

Bölgede yer alan tarım makineleri işletmeleri ile yapılan çalışmada finansal açıdan daha çok kısa vadeli sorunlar yaşandığı ortaya çıkmıştır. Birçok işletme yetersiz işletme sermayesi sıkıntısı yaşamakta, harcanan giderleri iyi tespit edememekte, alternatif finansman kaynaklarıyla ilgili sorunlar yaşamaktadır.

Muş ilinde faaliyet gösteren tarım makineleri işletmelerinin de yaşadığı en önemli kısa vadeli sorunların başında “yetersiz işletme sermayesi”, ikinci sırada “üretim maliyetlerindeki artışlar”, üçüncü sırada ise “satış karlılığının düşük olması” yer almaktadır. Diğer sebeplerde belirtilen ancak çok fazla etkileyici olmayan sebepler içinde yer almaktadır (Tablo 10).

Tablo 9: Kısa vadeli finansman sorunlarının nedenleri

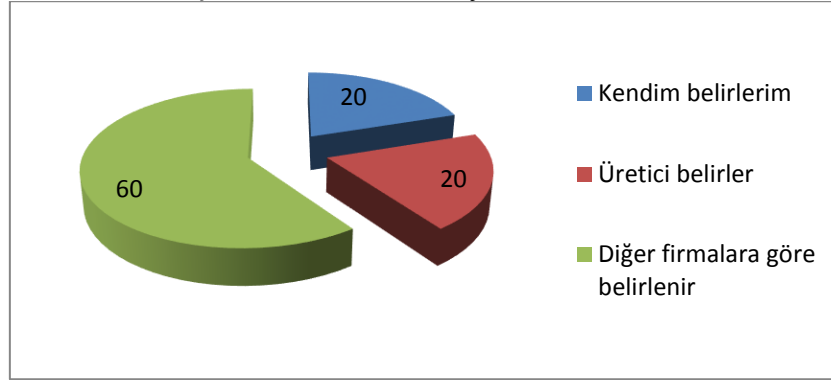
	Sonuçlar
Yetersiz işletme sermayesi	4,71
Banka kredilerinin pahalı/faizlerin yüksek oluşu	3,57
Alacaklarımızı tahsilatta karşılaştığımız güçlükler	3,38
Faktoring'ten kaynaklanan sorunlar	2,71
Satış karlılığının düşüklüğü	4,00
Banka kredisi sağlamada güçlükler	3,43
Önceden yapılan yatırımlara harcanan kaynaklar	3,50
Maliyetlerdeki artışlar	4,13

5.3.1.3.13. Ürünlerin Fiyatlandırılması

Doğru fiyatlandırma kararları bir ürün ya da hizmetin pazarlarda başarılı olabilmesi için en önemli kararlar içinde yer almaktadır. Bu yüzden ürün fiyatlandırması yaparken doğru kararlar alınmalıdır. Bir işletme ürün fiyatlandırması yaparken sadece maliyetini değil; müşteriler üzerinde yarattığı değeri de esas almalıdır. Fiyatlandırma sürecinde ürünün kalitesi, sunulması, farklılaşması, markalaşması gibi birçok değer söz konusudur. Ancak Muş ilinde faaliyet gösteren işletmelerde hammadde nitelikli ürün temini gerçekleştirmektedir. Bu yüzden hammaddeyi alırken daha çok maliyet unsurunu dikkate alınmaktadır.

Anket sonuçlarına göre işletmeciler, en az maliyete katlanarak hammadde temin etmeye yöneldikleri için piyasa araştırması yapmayı etkin bir yol olarak görmekte ve diğer firmaların önerdiği fiyatları dikkate alarak ürünlerini temin etmektedirler (Şekil 48).

Şekil 43: Ürünlerin fiyatlandırılması



5.3.1.4. İşletmelerin Üretim Yapısına İlişkin Bulgular

İşletmelere ait kapasite kullanım oranları, talep yetersizliği, hammadde yetersizliği, finansal sorunlar gibi anket verileri bu bölümde sunulmuştur.

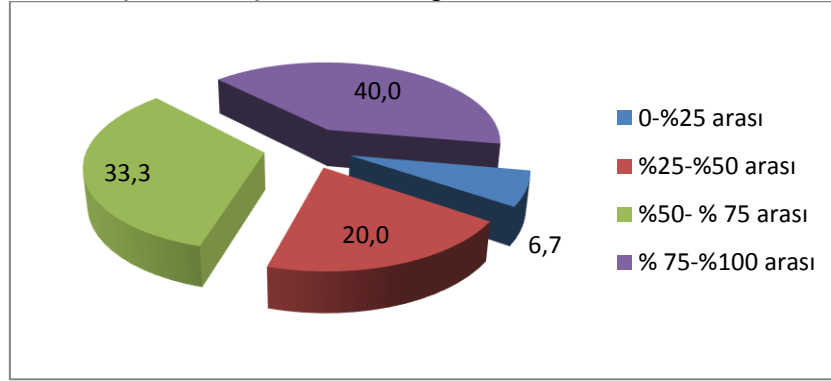
5.3.1.4.1. İşletmelerin Kapasite Kullanım Oranları (KKO)

KKO, bir üretim biriminin kullanım kapasitesinin, aynı üretim biriminin maksimum kapasitesine olan oranıdır. Her işletme mevcut kapasitesini kullanmayı tercih eder. Ancak bazen finansal sıkıntılar, talep yetersizliği, yeterli teknik personelin olmaması, hammadde yetersizliği, çevresel faktörler ya da teknolojik yetersizlikten kaynaklanan sorunlar kapasite oranının % 100 kullanılmasını kısıtlar.

Anket sonuçlarına göre ankete katılan işletmelerin % 40'ı, %75-%100 arasında kullanım oranına sahiptir. İşletmelerde KKO'nun % 100'ü bulamaması önemli bir konu olmakla

birlikte, mevcut bir bölgede kurulu kapasite üzerine yatırım yapmak yani aynı alet ve makinaları üretecek işletmeler kurmak, kaynak israfına neden olmaktadır (Şekil 49).

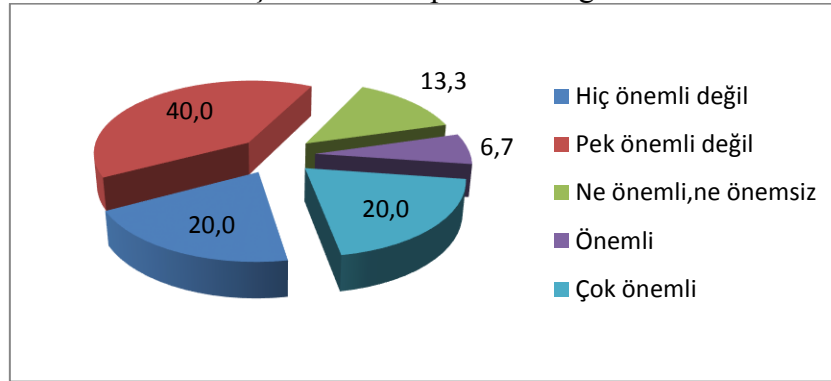
Şekil 44: İşletmelerin kapasite kullanım oranları



5.3.1.4.2. Talep Yetersizliği

İşletmelerde kapasite kullanım oranının % 100 olmamasının nedenlerini öğrenmek için sorulan bu soruda işletmelerin kapasite kullanım oranlarındaki düşüklüğün nedenleri arasında “talep yetersizliğinin pek önemli olmadığını” ağırlık kazanmaktadır (%40). Bununla birlikte, üreticilerin %26’sı açısından, talep yetersizliği önemlidir. İşletmelerin neredeyse tümü aynı alet ve makinaları ürettiğinden; bu durum bazı işletmelerin diğer işletmelere göre mallarını pazarda daha iyi tutundurabildiğini göstermektedir (Şekil 50).

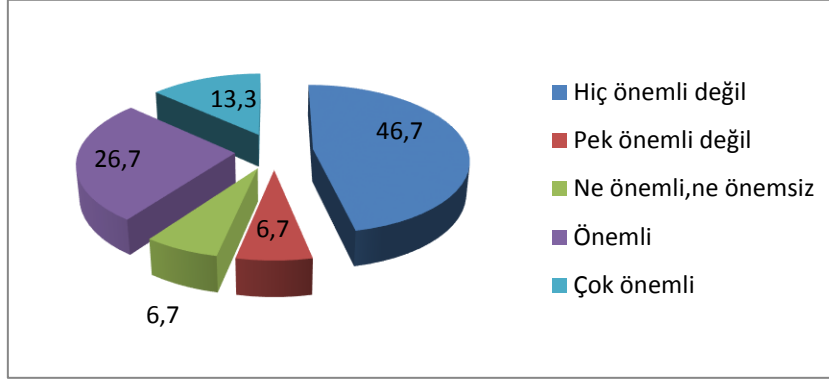
Şekil 45: Talep Yetersizliği



5.3.1.4.3. Hammadde Yetersizliği

Yine kapasite kullanım oranının az seviyede çıkması bağlamında sorulan hammadde yetersizliğine dair soruda bazı işletmeler için hammadde yetersizliği hiçbir sorun olmazken (kümülatif olarak %53.4) diğer işletmeler için önemli sorun olarak görülmektedir (kümülatif olarak %40) (Şekil 51)

Şekil 46: Hammadde yetersizliği

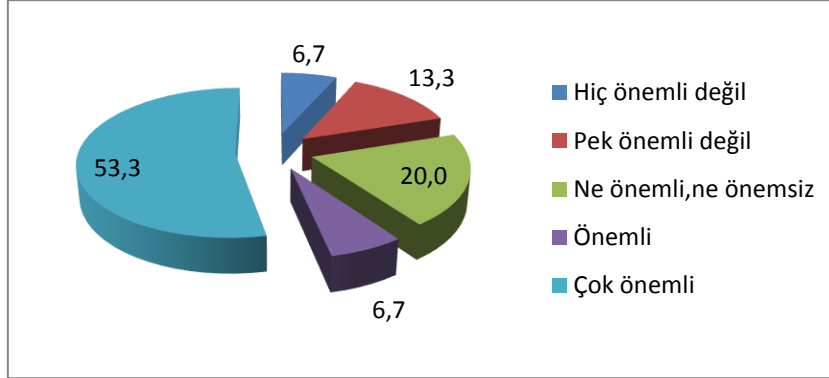


5.3.1.4.4.Finansal Sorunlar

Kapasite kullanım oranının tamamen kullanılmamasının ya da az oranda kullanılmasının sebepleri içinde yer alan finansal sorunlar birçok işletmeyi olumsuz yönde etkilemektedir ve birçok işletmenin belirttiği en önemli sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

Anket sonuçlarına göre katılımcı işletmelerin % 53,3'ü işletmelerinde finansal sorun yaşadıklarından mevcut kapasitelerini %100 olarak kullanamadıklarını bildirmektedirler (Şekil 52)

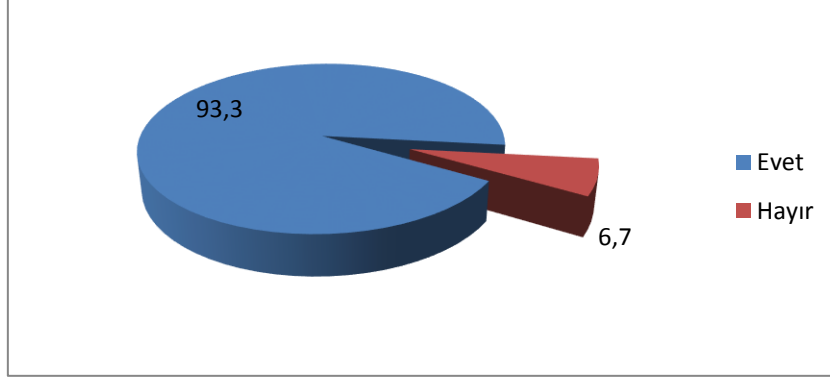
Şekil 47: Finansal sorunlar



5.3.1.4.5.Kapasite Kullanım Oranının Arttırılması

İşletme sahipleri düşük kapasiteyle çalıştıklarının farkındadırlar ve kapasite kullanım oranlarını arttırmak istemektedirler. Bu durum bize işletmelerin daha çok üretim yapmak istediklerini ve buna paralel olarak satışlarını arttırıp kârlarını arttırmak istediklerini göstermektedir (Şekil 53)

Şekil 48: Kapasite kullanım oranlarının arttırılması

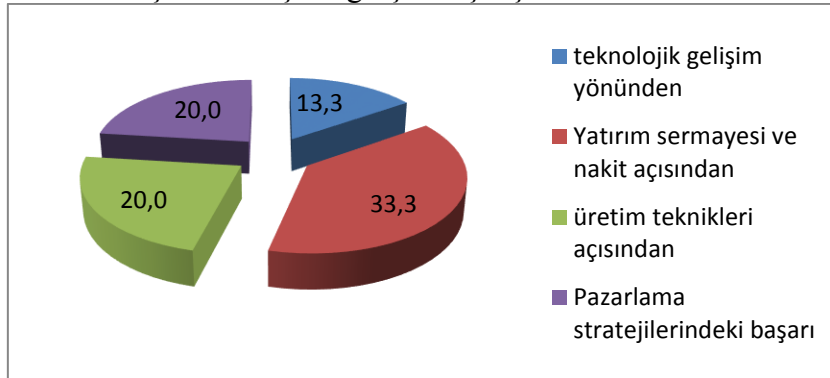


5.3.1.4.6.İşbirliği İçinde Çalışmanın Etkileri

Son zamanlarda kümeleşme kavramı olarak ifade edilen işbirliği kavramı; coğrafi açıdan birbirine yakın olan ve birbiriyle ilişkili işletmelerin, komşu sektörlerin ya da tedarikçilerin, kurumların bir araya gelerek rekabet içinde çalışmasıdır şeklinde tanımlanır. Bugün alanını genişletmek isteyen birçok işletme yönetsel, üretim, finansal ve teknoloji kaynaklı sıkıntılardan dolayı işbirliği yapmayı tercih etmektedir. İşletmeler kümeli bir şekilde çalışmanın işletme başarısını arttırmada önemli bir rol üstlendiği gerçeğini kabul etmişlerdir. Bir işletmenin ekonomide kümeli şekilde çalışmasında elde edeceği başarıyı ölçen coğrafi kapsam, yoğunluk, genişlik, derinlik, büyüme potansiyeli, inovasyon (yenilik) kapasitesi, örgütlenme, yürütme gibi ölçütler vardır. Bu ölçütlerin sağlanmış olması küme konusunda başarı sağlandığının göstergesi olarak kabul edilebilmektedir.

Ankete katılan işletmelere kümelenmenin işletmeler arasında nasıl bir avantaj yaratacağına dair soru sorulduğunda; işletmeler kümelenmenin, “yatırım sermayesi ve nakit açısından yaşanan sıkıntıdan” ve “üretim teknikleri ve pazarlama stratejileri” kolaylık getirebileceği için tercih edilebileceğini belirtmektedirler (Şekil 54).

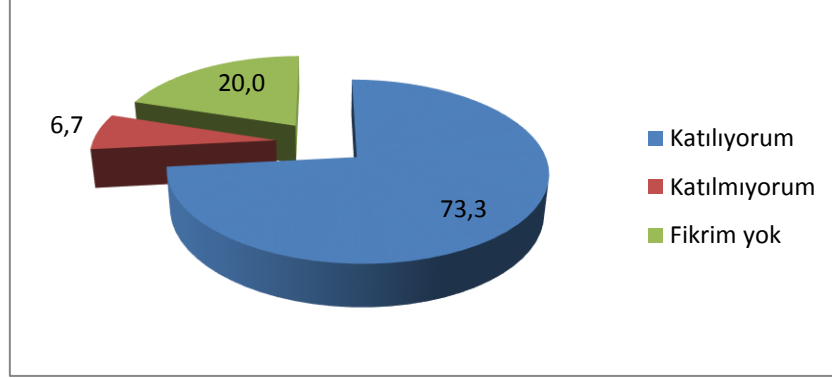
Şekil 49: İşbirliği içinde çalışmanın etkileri



5.3.1.4.7. Kümelenmenin Üretim Kapasitesi Üzerine Etkisi

İşbirliği içinde çalışmanın işletmenin birçok alanda başarı sağlamasına önemli katkısı bulunmaktadır. Bu bağlamda kümelenmenin üretim kapasitesi üzerinde nasıl bir etkisi olduğunu saptanmaya çalışıldığında işletmelerin %73,3'ünün kümelenmenin üretim kapasitelerini arttıracığına inandıklarını belirtmektedirler.

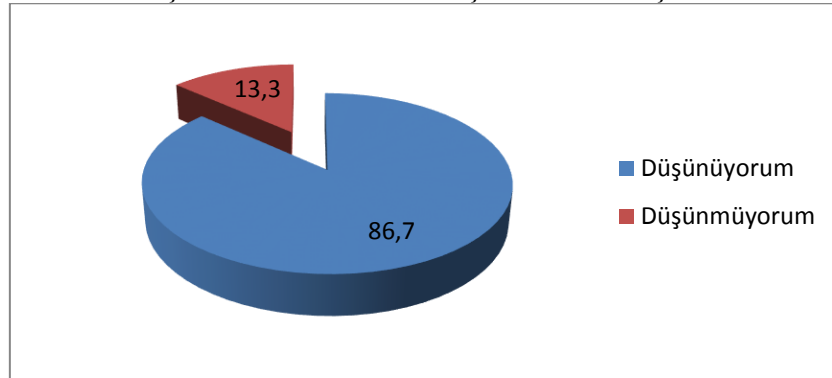
Şekil 50: Kümelenmenin üretim kapasitesi üzerine etkileri



5.3.1.4.8. Üretim ve Satış Arasındaki İlişki

Bir işletmenin üretim alanındaki başarı ile satış alanındaki başarısı birbiri ile çoğu zaman doğru orantılıdır. Ancak bu ürünün müşteri tarafından talep edilmesiyle de yakından ilişkilidir. Talep oranı yüksek olmayan bir ürün ne kadar fazla üretilirse işletmeye o ölçüde maliyet oluşturur ve elinde kalma riskini ortaya koyar. Ancak talep arttıkça ürünün arzı da artacaktır. Bu açıdan işletmelerin üretim ve satış arasında bağlantı olup olmadığı yönündeki fikrini almaya yönelik yapılan analizde % 86,7 oranı bu görüşü desteklemektedir.

Şekil 51: Üretim ve satış arasındaki ilişki



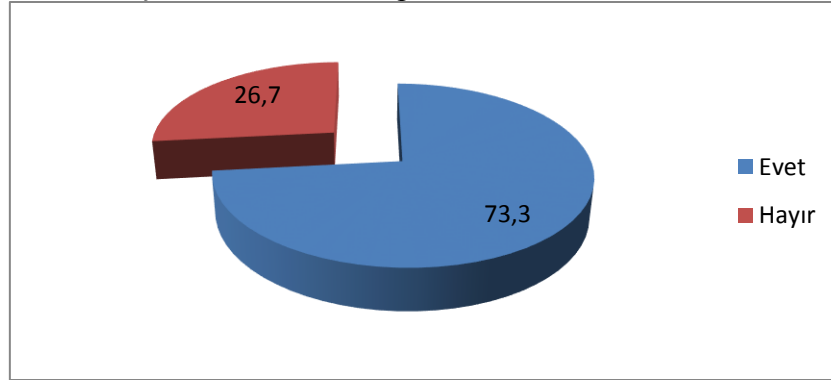
5.3.1.4.9. Üretim ve Pazarlamada Kümelenmenin Etkisi

Üretim kavramı, sonsuz olan insan ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla kısıtlı olan mal ve hizmetlerin miktarını, faydasını arttırmaya yönelik çabalar olarak tanımlanmaktadır.

İşletmeler, çoğu zaman mal ve hizmetlerin değeri, ürünün şeklini, yerini, zamanını ve mülkiyetini değiştirerek arttırma yolunu tercih ederler. Pazarlama ise, firmaların, hangi malların veya hizmetlerin müşterilerinin ilgisini çekeceğini tayin etmeleri ve satışlar, iletişim ve işletme idaresi geliştirmeleri için stratejileri belirlemeleri süreci olarak tanımlanmaktadır. Bu iki kavram tamamen birbiri ile bağlantılıdır. Bu ikisinin entegre olması halinde işletmenin performansı da artış sağlayacaktır. Birbirlerini üretim ve pazarlama eksikliği içinde tamamlamaya yönelik işletmeler bu alanda kümeleşmeye yönelmekte ve başarıları daha da artıcı özellik göstermektedir.

Katılımcı işletmeler eğer kümeleşmenin işletmelerin üretim ve pazarlama sorunlarına çözüm getireceğini vurgulamaktadırlar (Şekil 57).

Şekil 52: Üretim ve pazarlamada kümeleşme



5.3.1.4.10. Bölgede kümeleşmeyi etkileyen (olmasını engelleyen) en önemli unsurlar

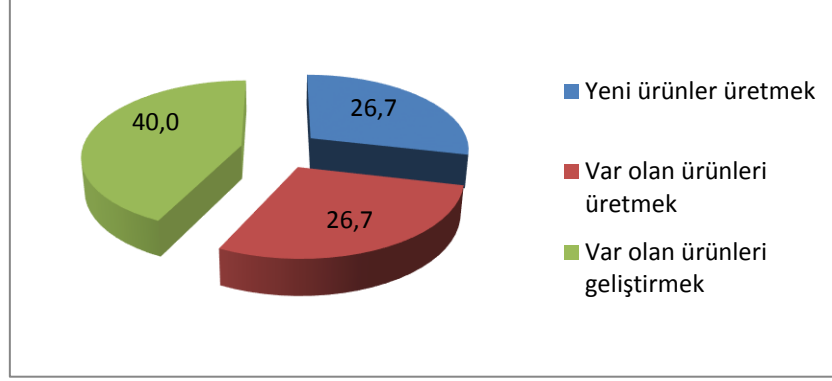
İşletmeciler kümeleşmenin üretim kapasitesi, üretimi ve pazarlamayı arttıracağını vurgulamaktadırlar. Bununla birlikte bütün firmaların tek bir işletme gibi davranacağı kümeleşme fikrine hepsi karşı çıkmaktadır. Firmaların kümeleşmesinin önündeki en büyük engeller ise “örgütlenme” (kümülatif olarak %66.7), finansal kapasite (kümülatif olarak % 60’ı) ve sahip olunan üretim teknikleridir (kümülatif olarak % 33.3.) (Data gösterilmedi).

5.3.1.4.11. İşletmelerin Ürün Politikaları

Her işletmenin kendine has ürün politikaları vardır. Bu politikalar işletme faaliyetlerine göre şekillenmektedir. Pazarlama, üretim, finansman, yönetim politikaları işletmelerin başarı potansiyellerini arttırmada önemli rol oynamaktadırlar. Ürün politikalarında yeni ürün oluşturma, var olan ürünleri daha ileri seviyeye taşıma, ürünün markasında değişiklik yapma, ürünün kalitesini arttırma gibi çeşitli politikalar söz konusu olmaktadır. Ancak her işletmede olduğu gibi tarım makineleri işletmelerinde de hiç üretilmemiş bir ürünü üretime yönelmek

oldukça riskli olmakta ve maliyet gerektirmektedir. Bu yüzden araştırma kapsamındaki işletmecilerin çoğu yeni ürün üretmeye olumlu yaklaşmamaktadır. % 40 oranında işletme var olan ürünlerini geliştirmeyi tercih etmektedir. Bu da bu oranı oluşturan işletmelerin risk üstlenme konusunda başarılı olmadıkları gerçeğini ortaya çıkarmaktadır.

Şekil 53: Ürün politikaları

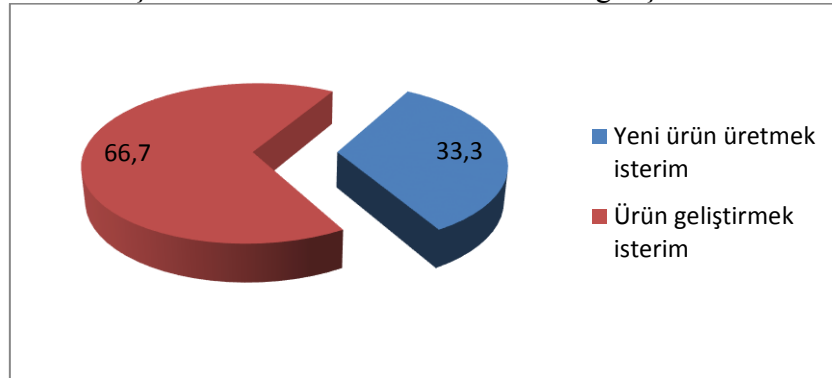


5.3.1.4.12. İşletmelerin Yeni Ürün Üretme ve Geliştirme Hakkındaki Düşünceleri

Ankete katılan işletmelerin bir önceki soruda yeni ürün üretmekten çok var olan ürünlerini geliştirmeyi tercih ettikleri saptanmıştı.

Aşağıdaki veride katılımcıların % 66,7'si yeni ürün üretmekten çok var olan ürünlerini geliştirmeyi istediklerini belirtmektedirler.

Şekil 54: Yeni ürün üretimi ve ürün geliştirme

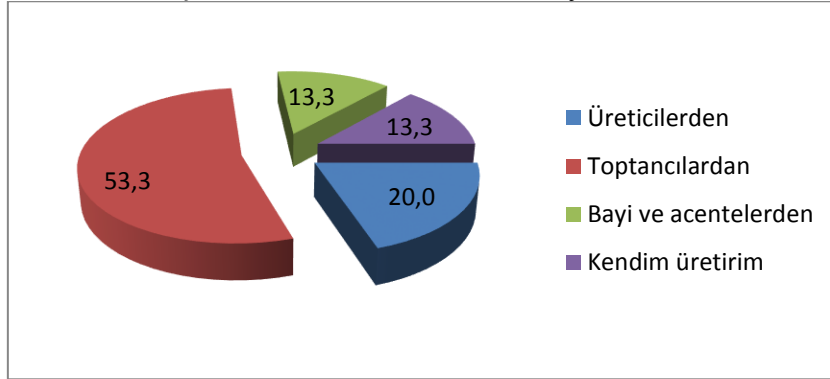


5.3.1.4.13. Hammadde Temin Kaynakları

Hammadde; işletmelerde bir ürün ya da yapının oluşturulmasında kullanılan ancak işlenmemiş mahiyette olan maddeler olarak tanımlanmaktadır. Her işletme üreteceği ürün için hammaddeye ihtiyaç duymakta ve bunu en kolay şekilde ve en az maliyetle temin etme yoluna gitmektedir. Kolay şekilde temin edilmiş olması işletmeye zaman açısından üstünlük sağlamaktadır.

Ankete katılan işletmelerin hammadde temin ettikleri kaynaklarının başında toptancılar ve üreticiler gelmektedir (Şekil 60)

Şekil 55: Hammadde temin kaynakları



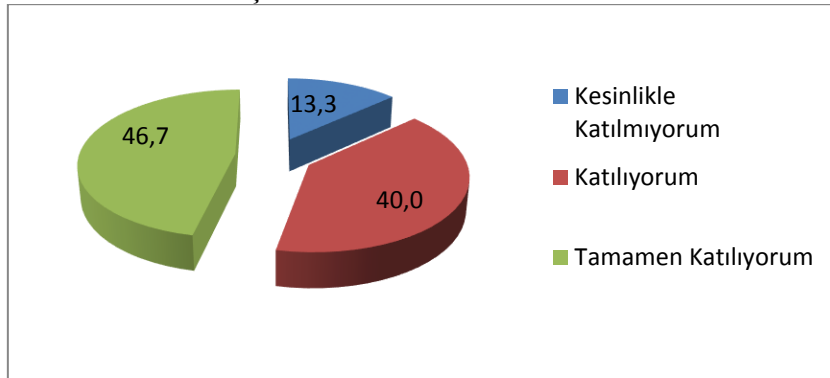
5.3.1.5.Firmaların Pazarlama Yapısına İlişkin Değerlendirmeler

Bu bölümde işletmelerin pazar sorunları, pazarlama politikaları, markalaşma, üretilen ürünlerin tutundurulması gibi konulara ilişkin veriler değerlendirilmiştir.

5.3.1.5.1.Pazarlama Sorunu

Son zamanlarda işletmelerin pazarlama alanında ciddi sorunlar yaşadığı gerçeği göz ardı edilemez ölçüdedir. Sınırlı bütçeye sahip olma, pazar bilgisi eksikliği, dış pazarlara açılmama, müşteri hizmetlerinde yetersizlik, e-ticaretten yararlanamama, pazarlama konusunda yeterli ve eğitilmiş eleman sıkıntısının yaşanması gibi sorunların olduğu görülmektedir. Bu bağlamda işletmecilere sorulan soruya işletmecilerin % 46.7'si işletmelerinde pazarlama sorunu olduğunu düşündüklerini ifade etmişlerdir (Şekil 62)

Şekil 56: Pazarlama Sorunu



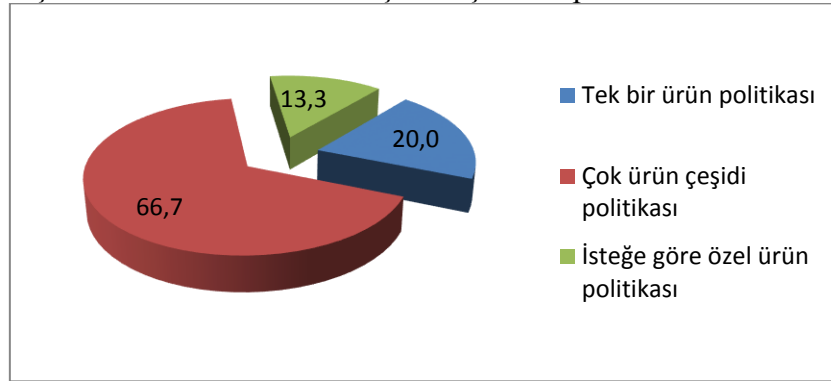
5.3.1.5.2.Hedef Pazara Ulaşmak İçin Takip Edilen Politikalar

Hedef pazar seçiminin başarılı olması, işletmenin pazarlama stratejisini oluşturmasının ilk ve en önemli adımı olarak görülmektedir. Gerek ulusal alanda gerekse de uluslararası alanda

pazar payını arttırmak isteyen işletmeler, hedef pazar seçimi sorusuna yanıt aramalı ve müşteri istek ve ihtiyaçları, rekabet, pazar büyüklüğü vb. konularda da bilgi sahibi olmalıdır. Hedef pazara yönelik detaylı bilgi toplaması işletmeye hedef pazar seçiminde kolaylık ve avantaj sağlayacaktır. Hedef pazarı arttırmak için benimsenen diğer bir strateji ürün politikasında değişiklik yapma fikridir.

Ankete katılan işletmeler, hedef pazar payını arttırmak için imkân olması halinde “çok ürün çeşidi politikasını seçmek istediklerini belirtmektedirler (% 66,7) (Şekil 63).

Şekil 57: Hedef Pazara Ulaşmak İçin Takip Edilen Politikalar

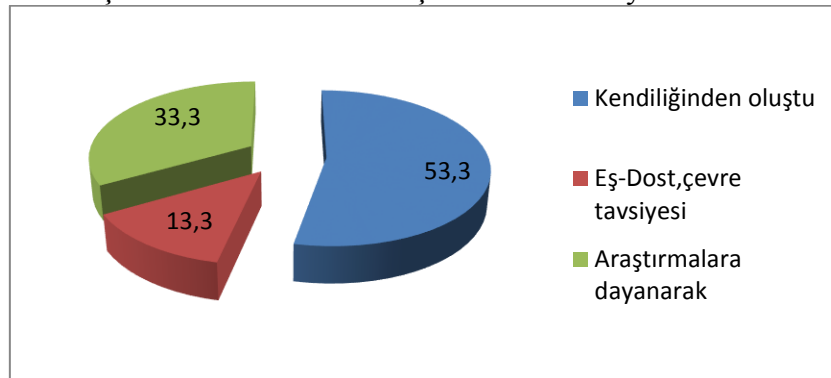


5.3.1.5.3.Hedef Pazar Seçiminde İzlenen Yöntemler

Hedef pazarını arttırmaya yönelik işletmeler bunun için ihtiyaç duydukları bilgileri ya kendi öz çabalarıyla ya da çevredeki katkı sağlayıcı destekler aracılığıyla edinebilirler.

Katılımcı işletmelerin çoğu hedef pazar seçimi konusunda herhangi bir yöntem izlemediklerini ve pazarlarının kendiliğinden oluştuğunu belirtmişlerdir (%53.3). Bu durum işletmelerin pazarlama faaliyetlerini ve bu faaliyetlerin sonuçlarını; işletmecilerin tahmini bilgileriyle bütünleştirip karara bağladıklarını göstermektedir (Şekil 64).

Şekil 58: Hedef Pazar seçiminde izlenen yöntemler



5.3.1.5.4.İşletmeler İçin Markalaşmanın Önemi

Markalaşma kavramı, bir işletmenin en önemli stratejik yatırımlarından biridir. Bir işletmenin markası, o işletmeye ya da ürüne kişilik kazandırmaktadır. Günümüzde yapılan bir çok araştırma, tüketicilerin markalarla bütünleştiğini ortaya koymaktadır. Bazı markalar tüketicilerin rasyonel yönlerine hitap ederken; kimi markalar da tüketicinin aidiyet hissetme gibi duygusal yönlerine hitap etmektedir. Bu hitap şekilleri söz konusu markaya olan talebi arttırmaktadır. Bu da talep karşısında arzı arttırıcı özellik taşımaktadır.

Ankete katılan işletmeler de markalaşma gerekliliğinin farkında olduğu için markalaşmaya büyük ölçüde önem vermektedirler (Tablo 11).

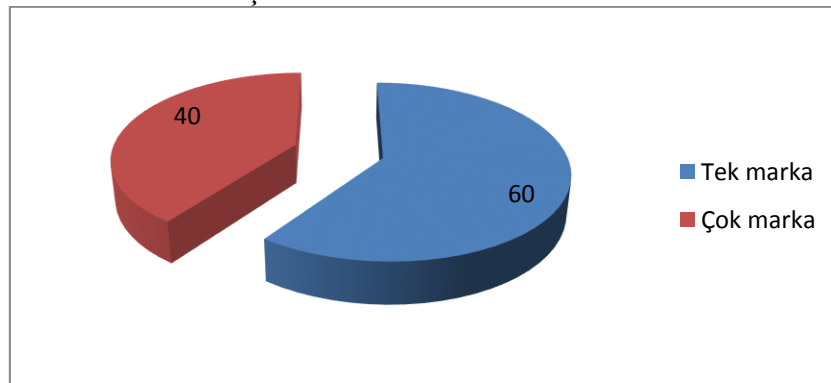
Tablo 10: Markalaşmanın önemi

	Sonuçlar
Evet	14
Hayır	1

5.3.1.5.5.İşletmelerin Marka Politikaları

İşletmelerin marka politikaları ile ilgili yanıtları ile ilgili bir değerlendirme yapıldığında işletmecilerin %60'ı tek marka politikasını benimserken; %40'ı tek marka politikasını benimsemektedir. Tek marka istemelerinin belirgin sebepleri içinde, çok marka için alt yapının elverişli olmaması, finansal durumun el vermemesi, bilgi eksikliği gibi sebepler yar almaktadır.

Şekil 59: Marka Politikaları



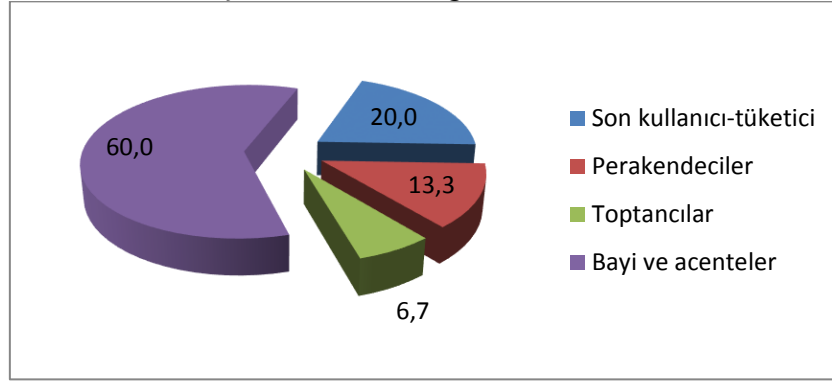
5.3.1.5.6.İşletmelerin Ürün Dağıtım Kanalları

İşletmeler ürünlerini direkt son kullanıcıya sunabileceği gibi bayi ve acente ya da toptancı gibi çeşitli dağıtım kanallarına da sunabilmektedir. Dağıtım kanalları, bir ürün ya da hizmetin üreticisinden tüketiciye kadar izlediği süreç olarak tanımlanmaktadır. Dağıtım kanallarının

aktif çalışması üreticiler için ürettikleri ürünleri pazarlama noktasında önemli katkı sağlamaktadır. Dağıtım kanallarının üreticilere sağladığı diğer bir fayda pazar çevresi ve tüketici hakkında bilgi verme konusundadır. Bu yüzden etkin oluşturulmuş olan kanallar işletme başarısını artırıcı öneme sahip olan kararları içermektedir.

Anket sonuçlarına göre tarım alet ve makine işletmecileri daha çok bayi ve acenteleri tercih etmektedirler.

Şekil 60: Ürün dağıtım kanalları

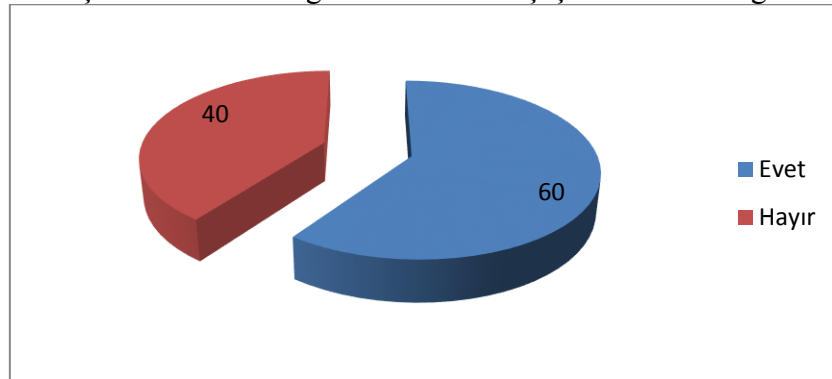


5.3.1.5.7.İşletmelerin Ürün Dağıtım Kanallarını Çeşitlendirme İsteği

Tarım alet ve makine üreticileri üzerinde yaptığımız anketin diğer bir sonucuna göre; işletmelerin büyük bir çoğunluğu ürün dağıtım kanallarını çeşitlendirmek istemektedirler.

İşletmeciler, bu durumun pazarlama ve pazar payı açısından kendilerine üstünlük yaratacağı inancını taşımaktadırlar.

Şekil 61: Ürün dağıtım kanallarını çeşitlendirme isteği

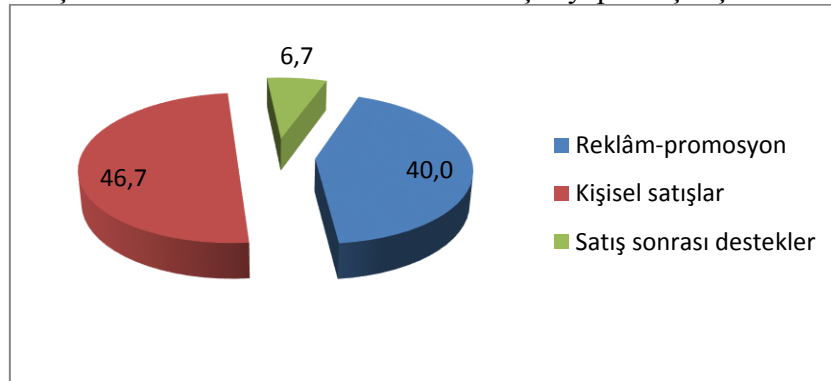


5.3.1.5.8. Ürünlerin Tutundurulması İçin Yapılan Çalışmalar

Tutundurma kavramı, pazarlama faaliyetleri ile diğer faaliyetlerin uyum içinde olmasını sağlayan elemanları barındıran bir yöntem olarak kullanılmaktadır. Ürünlerin tutundurulması için çeşitli yöntemler vardır. Bunlar, kişisel satış, reklâm-promosyon, halkla ilişkiler ve satış sonrası destek gibi yöntemlerdir. Kişisel satış bir yandan satın almaya yönelik satış programları, örnek ürün dağıtımlarını içerirken; diğer yandan reklâm; poster, afiş, yazılı basın reklâmları gibi yöntemleri de içermektedir. Halkla ilişkiler ise, konuşmalar, seminerler, basın bülteni ya da toplantılarını içerirken; satış sonrası destekler ise; satıştan sonra yapılan satış teşviklerini içermektedir. Bu yöntemlerin bütünü işletmenin ürün ve pazarlama çalışmalarını başarılı yönde arttıracaktır.

İşletmeler tarafından ürün tutundurulmasına yönelik soruya verilen cevapta işletmecilerin % 46.7'si “Kişisel satışlar”, % 40 ‘ı “Reklâm-promosyon” ve; % 6.7'si “ Satış sonrası destekler” yoluyla ürünlerini tutundurmaya çalışmaktadırlar (Şekil 68).

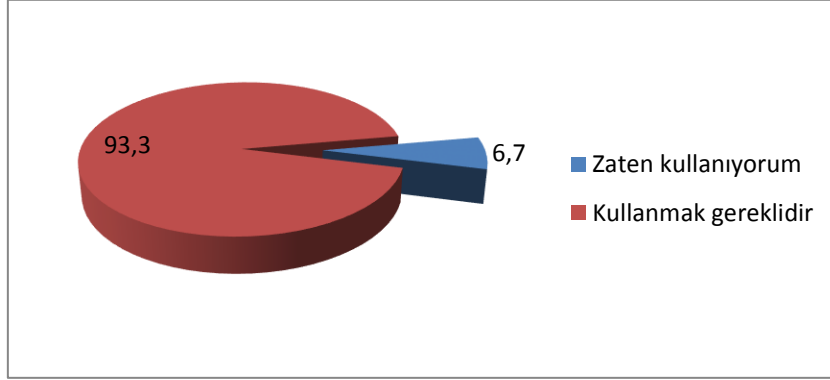
Şekil 62: Ürünlerin tutundurulması için yapılan çalışmalar



5.3.1.5.9. Pazarlama Bilgi Sistemi Gerekliliği

İşletmeler pazarlama alanında üstün başarı sağlamak için bilgi sistemini etkin kullanma ihtiyacı duyarlar. Muş tarım alet ve makine üretimini gerçekleştiren işletmeler pazarlama sorunu yaşadıklarından bu sorunu çözmek istemektedirler. Sorunun çözümüne katkı sağlayacak pazarlama bilgi sistemleri, bu nedenle belirtilen sektörde faaliyet gösteren işletmecilerin çoğunluğu tarafından istenmektedir (%93.3) (Şekil 69)

Şekil 63: Pazarlama bilgi sistemi gerekliliği



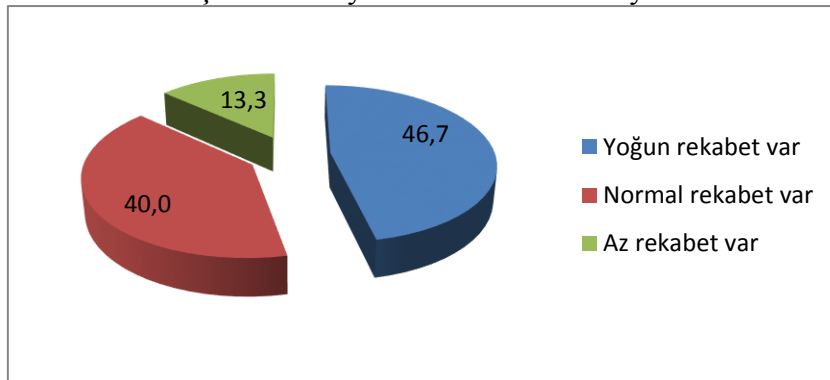
5.3.1.5.10.İşletmelere Göre Piyasadaki Rekabet Düzeyi

Muş ilinde tarım alet ve makine sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin neredeyse hepsi aynı tür tarım alet ve makinalarını üretmekte ve aynı yerel ve bölgesel pazarlara hitap etmektedirler. Bu durum doğal olarak pazarda yoğun bir rekabetin bulunduğunu işaret etmektedir.

Ankete katılan işletmelere pazar rekabetiyle ilgili soru yöneltildiğinde işletmecilerin önemli bir bölümü pazarda yoğun ya da normal bir rekabetin olduğunu belirtmektedirler (kümülatif olarak %86.7)

Rekabet konusunda başarılı olmak isteyen bir işletme, ürün kalitesini arttırmalı, daha az maliyet ile üretim yapmalı ve ekonomik, sosyal ve teknolojik alanda üstünlük sağlamalıdır. Bunları sağlaması halinde yoğun rekabet ortamında başarı elde edebilecektir.

Şekil 64: Piyasadaki rekabet düzeyi



5.3.2.İşletmelerin Mali Durum Analizleri ve İşletmelerin Mali Durumlarının Değerlendirilmesi

Bu bölümde firmaların geçmişe ait muhasebe bilgilerini; finansal kararlarda kullanılabilecek işletmenin geleceğine ilişkin bilgilere dönüştürebilmek için mali tablolar analizi ve yatırım geri dönüşüm analizleri yapılmıştır. Mali analizlere ait tablolar ve dataylı yorumlar bu proje raporuna ek olarak hazırlanan “Muş Tarım Alet ve Makine Üreticilerinin Yol Haritası -Fizibilite Ek Raporu” adlı kitapçıkta yer almaktadır.

5.3.2.1.Mali Tablo Analizleri Hakkında Genel Bilgi

Ülkemizde Finansal tablolar temel mali tablolar ve ek mali tablolar olmak üzere ikiye ayrılır.

A) Temel Finansal Tablolar

Bilanço (dipnot ve ekleriyle birlikte)

Gelir Tablosu (dipnot ve ekleriyle birlikte)

B) Ek Finansal Tablolar

Satışların Maliyeti Tablosu

Fon Akım Tablosu

Nakit Akım Tablosu

Net İşletme (Çalışma) Sermayesindeki Değişim Tablosu

Mali tabloların analiz edilmesi sonucu işletmelerin likidite durumu, karlılık durumu, sermaye yapısı, aktiflerin kullanım durumu ve işletmelerin trendleri hakkında bilgiler elde edilir. Mali Tablolar analizlerinin yapılabilmesi için mali tablolar ulusal ve uluslararası muhasebe standartlarına göre oluşturulmalı, analize konu olan tablolar muhasebe standartlarına göre hazırlanmalı, mali tabloların tek düzen hesap planının mevcut olduğu bir ortamda düzenlenmeli ve hesap planına ait bilgiler güvenilir olmalıdır. Son olarak analiz sonuçlarının karşılaştırılıp yorumlanabilmesi için standartların belirlenmiş olması gerekir. Bu standartlar sanayi standartları (işletmenin içinde bulunduğu sektör için ortalama olarak hesaplanan değerler), tarihi standartlar (işletmenin geçmiş yıllardaki verileri dikkate alınarak hesaplanan standartlardır), bütçe standartları (İşletmenin cari dönemdeki bütçelerini dikkate alınarak belirlenen standartlardır) ya da ideal veya hedef standartlar (İşletmenin içinde

bulunduğu sektördeki en başarılı firmalar verileri dikkate alınarak hesaplanan standartlardır) olabilir.

Mali Tablolar analizinde çeşitli yöntemler kullanılmakta olup bu yöntemler aşağıdaki şekilde açıklanmıştır.

Karşılaştırmalı Tablolar Analizi: Bir işletmenin birbirini izleyen aynı uzunluktaki dönemlere ait finansal tablolarında yer alan kalemlerdeki değişmelerin belirlenmesi, incelenmesi ve değerlendirilmesine olanak tanıyan analiz tekniğidir.

Yüzde Yöntemi İle Analiz: Bilanço açısından tanımı; Bir işletmenin bir hesap dönemine ait bilançosunun aktif ve pasif toplamını 100 olarak kabul edip aktif ve pasif kalemlerin her birinin aktif ya da pasif toplamı içindeki ve/veya ilgili bilanço grubu içindeki payını yüzde olarak belirler ve inceler. Gelir tablosu açısından tanımı : Gelir tablosu kalemlerinin her birinin net satışlar tutarı içindeki yüzde payını belirler ve inceler.

Trend (Eğilim Yüzdeleri) Analizi: İşletmeyi daha uzun bir süreç içinde inceleme ve aralarında anlamlı ilişkiler bulunan kalemlerin gelişme seyrini izleme olanağı sağlayan, işletmenin mali durumuna ve faaliyet sonuçlarına ilişkin kalemlerinin değişim trendini (eğilimini) belli bir yılın sonuçlarına endeksleyerek gösteren , daha çok işletmenin satışlarının ve satışlarla ilişkilendirilebilen kalemlerin uzun dönemdeki eğilimin incelenmesine yoğunlaşan, dinamik bir analiz yöntemidir. Kısaca Mali durumun ve faaliyet sonuçlarının uzun dönemdeki eğilimini inceleyen analiz yöntemidir. İlgili mali tablo kalemlerinin dönemler itibariyle artış veya azalış şeklindeki değişikliklerinin, seçilen temel (baz) yıla göre oransal önemlerinin ortaya konulması ve buna göre işletmenin gelişme yönünün belirlenmesi amaçlanır.

Oran Analizi: Bir İşletmenin tek bir yıla ait finansal tablolarında yer alan kalemler arasında matematiksel ilişkiler kurularak bulunan oranlarla yapılan incelemeye "oran analizi" denir. Bu analiz tekniğinde finansal tablolardaki kalemler arasındaki ilişkiler birbirinin yüzdesi veya katı şeklinde belirlenir. Oranlar yardımıyla çok sayıda ve büyük tutarlarda ifade edilen finansal tablo kalemleri az sayıda oran gruplarına dönüştürülerek analiz ve yorumda kolaylık sağlanır. Bu yöntem reşyo ya da rasyo analiz tekniği olarak da adlandırılır.

5.3.2.2. Analiz Çalışmasının Planlanması ve Şekli

Proje kapsamında bulunan 15 adet firmadan analiz çalışması ile ilgili bilanço esasına göre defter tutan firmalardan 2006-2010 yıllarına ait Temel mali tabloları (Bilanço ve Gelir tabloları) istenmiş, işletme hesabı defteri tutan işletmelerden ise 2006-2010 yıllarına ait

İşletme hesabı özeti bilgileri istenmiştir. Ayrıca henüz Gelir vergisi ve Kurumlar vergisi beyanname verme süreleri dolmadığı için 2011 yılına ait beyanı yapılmamış ama kesinleşmiş olan bilanço, gelir tablosu ve işletme hesabı özetleri firmalardan istenmiştir. Ayrıca işletmelerden 2006-2011 dönemlerine ait bilanço üzerinde gözüken ve gözükmeyen tüm hesaplarının yıl içerisindeki işleyişlerini görebilmek için detay mizanları istenmiştir. İşletme hesabı esasına göre defter tutan işletmelerin sadece gelir ve giderlerinden oluşan işletme hesabı özeti yanında bu işletmeler için aktif varlıklarının dağılımı, sermaye borç yapıları ve karlılık oranları analizi yapabilmek için güncel varlıkları (kasa, çek, senet, maddi duran varlıklar vs.) ve bu varlıkları elde ettikleri kaynakları (Satıcılar, borç senetleri vs) hakkında bilgiler istenmiştir.

Firmalardan bilanço esasına tabi olan 7 adet firmadan 2006-2011 arası kimi 6 yıl kimi 3 yıl olan mali tablolar ve çok az miktarda özet mizanlar teslim alınmıştır. Firmalardan işletme esasına tabi olan 5 adet işletmeden 2006-2011 arası kimi 6 yıl kimi 3 yıl olan işletme hesabı özetleri teslim alınmıştır. Bu işletmelerden istenen varlık ve kaynak bilgileri ile ilgili bilgi alınamamıştır. Firmaların Yüzde yöntemi ve oran analizlerinde kullanılmak üzere ülke çapında tarım makine üreticilerine ve diğer tüm ülke üreticilerine göre ne durumlarda olduklarını görebilmek adına TÜİK ve Maliyeden 2005-2011 yıllarına ait Tarım makine üreticilerinin ve Üretim firmalarının mali bilgileri istenmiştir. Bu bilgiler için TÜİK özel bilgi olduğu gerekçesiyle bilgi vermemiş, Maliyeden istenen bilgiye cevap alınamamıştır.

Öncelikle Proje Muş Tarım Alet ve Makina Üretici işletmelerinin kümeleşmeleri ile ilgili olduğu için ve İşletmelerin analizlerinde Muş tarım makine üreticilerine göre ne durumda olduklarını görebilmek ve Muş tarım makinelerini bir bütün olarak inceleyebilme adına 7 adet Bilanço esaslı işletmenin Mali tabloları birleştirilerek Konsolide Bilanço ve Konsolide Gelir tablosu oluşturulmuştur.

İşletmelerin tek tek analizlerinde Muş tarım makine üreticilerine ait konsolide tablolardan oluşturulan ortalamalara göre karşılaştırmalar yapılmış ve Muş tarım makine üreticileri yerine kısaltma yapılarak Muş ortalaması kullanılmıştır. Diğer 5 adet işletme hesabı defterinden de bir karşılaştırmalı konsolide işletme hesabı özeti adı altında tablo oluşturulmuş ve 5 işletme hesabı defteri adına sadece konsolide oluşturulan tablo analiz edilmiştir.

Geçmişe ait muhasebe bilgilerini finansal kararlarda kullanılacak işletmenin geleceğine ilişkin bilgilere dönüştürmektir şeklinde belirtilen mali analizin temel amacından hareketle proje kapsamındaki firmaların muhasebe bilgileri ile oluşmuş başta konsolide oluşturulan mali tablo ve tek tek firmaların mali tabloları analiz edilerek firmaların mevcut

durumları ve gelecekte karşılaşılabilecekleri olumlu ya da olumsuz durumları ile mali tablolarının hazırlanışı ve şekilleri analiz ile ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Çalışma ile ilgili olarak firma isimlerinin belirtilmemesi için işletme isimleri harflerle anılmış ve A işletmesi, B işletmesi v.b. şeklinde işletmeler isimlendirilmiştir.

Analiz çalışmasına ilk olarak Konsolide oluşturulan tablolardan başlanıp tek tek firmalara ait tabloların sırasıyla Karşılaştırmalı tablolar analizi, yüzde yöntemi analizi, eğilim analizi ve oran analizleri tablolar oluşturularak yapılmıştır.

Karşılaştırmalı tablolar analizi: İşletmelerin öncelikli olarak son iki yıl mali tablo kalemleri karşılaştırılmak ve ihtiyaç duyulduğunda ise bir önceki yılı da görebilmek amacıyla başta konsolide tablolar olmak üzere işletmelerin son üç yıllık temel mali tablolarının hareketli bazlı yöntemine göre karşılaştırmalı tabloları hazırlanarak analizleri yapılmıştır.

Yüzde yöntemine göre analiz: İşletmelerin temel mali tablolarının son dönem için yüzde yöntemine göre tabloları oluşturulmuş ve analiz edilmiştir.

Eğilim yüzdeleri (Trend) analizi: İşletmelerden alınan tüm dönemlere ait analizi uygun görülen temel mali tablo kalemlerine ait eğilim tabloları hazırlanmış ve analizleri yapılmıştır.

Oran Analizi: Bilanço esaslı defter tutan işletmeler için işletmelerin son yıllarına ait temel mali tablolarından analizi uygun görülen kalemler arasındaki ilişkileri analiz edilmek üzere uygun görülen temel mali tablo kalemlerinin ve uygun görülen devir hızlarının hesaplarına ait oranlar hazırlanmış ve analizleri yapılmıştır. İşletme hesabına göre defter tutan beş adet işletme ile ilgili olarak bu işletmelerin işletme hesabı özetlerinden oluşturulan bir konsolide karşılaştırmalı işletme hesabı özeti tablosu oluşturulmuş ve tablo altına yıllık karlılık oranları da hesaplanarak bir tablo oluşturularak yıllar itibariyle gelişme ve karlılıkları analiz edilmiştir. İşletme hesabı defter tutan işletmeler tek tek analiz edilmemiştir. Tüm analizlerin sonunda genel olarak analiz değerlendirmeleri yapıp son kısımda ise öneriler yer almıştır.

5.3.2.3. İşletmelerin Yapılan Analizlerin Genel Değerlendirmesi

Genel olarak firmalarda 2010 yılında sermayeden kaynaklanan artışlar olmuş ve bu artışın büyük bir çoğunluğu dönen varlıklarda kullanılmıştır.

Son yıllarda çekli satışlar yükselmiş, senetli satışlara yeni başlanmış ve çek senetli satışlar açık hesap satışların üzerine çıkmış ve işletmelerin son yıllar satışlarında bir artış olmamıştır.

İşletmelerin büyük bir çoğunluğunda banka hesabı hiç kullanılmamış olup İşletmelerin hiçbirisinde verilen çekler hesabı kullanılmamıştır.

Genel olarak işletmeler yüksek stok bulundurmaktadırlar

İşletmelerin yüksek seviyelerde olan stoklarında son dönemlerde artış veya azalış olmamış ve stoklarının yüksek olması ve işletmelerin satışlarında indirimli oran KDV'nin olması nedeniyle işletmelerin yüksek devreden KDV'leri bulunmaktadır.

İşletmelerin büyük bir çoğunluğunun üretim işletmesi olmalarına rağmen bilanço, gelir tablosu ve mevcut mizanlardan; 150 ilk madde ve malzeme hesabı, 151 Yarı mamüller üretim hesabı, 152 mamüller hesabı, 720 Direk işçilik giderleri hesabı ve 730 genel üretim giderleri hesabını ve dolayısıyla gelir tablosu üzerindeki satılan mamüller maliyeti hesaplarını kullanmadıkları görülmüştür. Bu hesapların yerine Ticari Mallar ve genel yönetim giderleri hesaplarını kullandıkları anlaşılmaktadır.

İşletmelerin tümünün hiç ihracat KDV, ihraç kayıtlı satış ve indirimli oran KDV iadeleri almadıkları tespit edilmiştir.

İşletmelerden sadece bir işletmenin ve sadece son 2010 yılında çok düşük bir tutarda yurt dışı satışları bulunmakta olup işletmelerin hiçbirinin ihraç kayıtlı satış da yapmadığı KDV iade işlemi olmamasından tahmin edilmiştir.

İşletmelerin gelir tablolarının hiç birinde Ar-Ge gideri yer almamıştır.

İşletmelerin gelir tablolarından sadece bir tanesinde pazarlama gideri yer almış olup diğer işletmelerde ise hiç pazarlama gideri yer almamıştır.

Bazı işletmelerin bilançoları üzerinde gözükmemesi gereken hesaplanan KDV kalemi bulunmakta olup mahsup işlemi yapılmadığını yada yapılan mahsup işleminin kayıtlara alınmadığını göstermektedir.

İşletmelerin gelir tablolarının büyük bir çoğunluğunda satış indirimleri yer almamış olup satış indirimleri kalemi olan işletmelerde ise çok düşük düzeylerde yer almış olup bilanço kalemlerinden alınan sipariş avansları kaleminin yüksek tutarlarda yer almasıyla birlikte işletmelerin ürünlerinin kalite problemi olmayıp satışlarda zorlanmadıklarının bir göstergesi olmuştur.

İşletmelerin büyük bir çoğunluğunun gelir tablosunda dönem karına ait vergi bulunmamakla birlikte; gelir tablosu üzerinde bulunan Dönem net karı ile Bilanço pasifinde bulunan Dönem karı ve yasal yükümlülükleri karşılığı hesapları birbirleri ile uyuşmamaktadır.

Bazı işletmelerde bilanço kalemlerinde ters kayıtlar bulunmaktadır. Örneğin alacak bakiyesi veren Kasa hesabı gibi.

Üretim işletmeleri için toplam aktifin üçte ikileri seviyesinde olması beklenen duran varlıklar üçte bir seviyelerinde olup bu miktar üretim işletmeleri açısından çok düşük bir miktardır.

Genel olarak bakıldığında işletmelerin öz kaynaklarının borçlarının üzerinde olduğu ve alacaklılar için bir emniyet payının olduğu görülmektedir.

Genel olarak dönen varlıklar kısa vadeli borçların iki katı seviyesinde olup işletme sermayesi sıkıntıları bulunmamaktadır.

İşletmelerin son yıllarda kısa vadeli borçları azalmıştır.

Net satışa göre satışların maliyeti oranlarında fazla bir değişme yada azalma olmamıştır.

Genel olarak İşletmelerin işletme sermayesi problemleri olmayıp bazı işletmelerin ise hiç kısa vadeli borçları bulunmamaktadır.

İşletmelerin kısa vadeli borçları ödemede likidite problemleri gözükmemektedir.

İşletmelerin stok devir hızları çok düşük ve ortalama stokta kalma süreleri 7 ay gibi çok uzun bir süredir.

İşletmelerin alacak devir hızları da düşük olup ortalama tahsilat süreleri yaklaşık 5 aydır.

İşletmelerin aktifinde bulunan Maddi duran varlıklar için ya hiç amortisman ayrılmamış ya da az sayıda amortisman ayrılmıştır.

İşletmelerin genelinde 2009 yılında % 10 olan Öz kaynakların karlılığı oranı 2010 yılında % 6 seviyesine gerilemiş olup düşük düzeydedir.

İşletme defteri usulüne tabi olan beş işletmenin son yılda hasılatlarında bir artış olmamış ve 2011 yılı 5 işletmenin karlılıkları %1,04 mutlak olarak ise 1759,88 TL gibi çok düşük bir tutarda gerçekleşmiştir.

5.3.2.4.İşletmelerin Yapılan Mali Analizlerine Göre Öneriler

İşletme sermayesi sıkıntısı çekmeyen işletmelerin üretim işletmeleri olmaları nedeniyle çok düşük seviyede görülen duran varlıklarına özelliklede kapasite ve verimliliği artırıcı maddi duran varlıklara yatırım yapmaları için uzun vadeli finansman temininin sağlanmalıdır.

İşletmelerin devir hızı çok düşük olan ve dönen varlıkların büyük bir kısmını oluşturan stok kaleminin atıl durmasının sebepleri araştırılarak (hammadde tedarik zorlukları vs) stok seviyesinin normal seviyelere çekilmesi ve stok devrinin yükseltilip stokta kalma süresinin azaltılması ve dolayısıyla stok maliyetlerinin (finans depolama vs.) azaltılması sağlanmalı. Ayrıca stok seviyelerinin satışa engel olmayacak şekilde düşük seviyelere indirilmesi stok fazlalığından kaynaklanan ve atıl duran devreden KDV'nin de azalmasına neden olacaktır.

İşletmelerin muhasebe tekniklerine uymayan kayıtları ile ilgili olarak İşletme bünyelerinde muhasebe bilgisine sahip Üniversite mezunu elemanların istihdamı sağlanabilir.

İşletmelerin alım siparişinden satışa, satış sonrasında kadar stokların, üretim kayıtlarının, malzeme ihtiyaç planlamalarının, cari hesapların ve bunlarla entegre olarak muhasebe kayıtlarının düzenli olabilmesi için ticari program almaları ve bu programlar ile ilgili eğitimlerin verilmesi sağlanabilir.

İşletmelere İhracat, ithalat, ihraç kayıtlı satış, dahilde işleme izin belgesi, ihracat KDV iade, ihraç kayıtlı satış KDV iade ve indirimli oran KDV iadeleri ile ilgili eğitimler verilmesi sağlanabilir.

Üretim işletmesi olan işletmelerin yeni ürünler geliştirerek satışlarını artırma, yeni üretim teknikleri geliştirerek maliyetlerini azaltmaları için Ar-Ge yapmaları ve Ar-Ge Teşviklerinden faydalanmaları için Ar-ge bilgilendirme eğitimleri verilebilir.

Çok az pazarlama gideri olan İşletmelerin ürünlerini tanıtmaları ve kendi alanları ile ilgili fuarlara katılmaları sağlanabilir.

İşletme defteri usulüne tabi olan işletmelere neredeyse sıfır düzeylerinde kar elde etmeleri nedeniyle işletmelerini kapatmaları ya da işletmelerinin sürekliliğini sağlama ve büyüme için satış ve dolayısıyla karlarını artırma yollarını aramaları önerilebilir.

5.4. Muş Tarım Alet ve Makina Sanayinin Yapısı

Muş ilinde tarım alet ve Makina üretimi 1946 yılında Malazgirt'te kurulan Haşimoğlu ve Haryo A.Ş ile; patos, diskaro, su tankeri, römork gibi alet ve Makinaların üretimi ile başlamıştır. Bugün Muş İlinde çoğunluğu Malazgirt ve Bulanık ilçelerinde bulunmak üzere toplam 16 Tarım Alet ve Makina üreticisi bulunmaktadır. Bu işletmelerin 1 tanesi Muş merkezde, 4 tanesi Bulanık ilçesinde ve geri kalanı da Malazgirt ilçesinde faaliyet göstermektedir. Malazgirt'te faaliyet gösteren firmalardan biri, 1990'lı yıllarda İstanbul'a taşınmıştır ancak; hala Muş Ticaret Odası'na kayıtlı bulunmaktadır. İşletmelerde 11 çeşit tarım alet ve Makina üretimi⁵ yapılmaktadır. Sektörde üretilen başlıca tarım alet ve Makinaları ot toplama makinası (Ahtapot ve Rus tipi), çayır biçme makinası (tek bıçaklı ve çift bıçaklı), römork, kepçe (ön ve arka), diskaro, tek diskli gübre dağıtma makinası, goble disk, su tankeri, çizel ve tesviye küreğidir. Yıllara göre üretilen sayı değişmekle birlikte ilde en fazla ot toplama makinası, çayır biçme makinası ve römork üretilmektedir (Tablo 11).

Tablo 11: Muş ilinde üretilen tarım alet ve Makina sayısı

Üretim	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Ot toplama Makinası	2.345	2.590	3.130	3.110	4.000	4.680
Çayır Biçme Makinası	1.575	1.690	1.870	1.960	2.400	2.800
Römork	55	85	121	212	268	338
Kepçe (Ön ve Arka)	20	135	155	175	207	266
Diskaro	20	40	50	70	100	150
Tek diskli gübre dağıtma makinası	0	0	0	0	0	70
Goble Disk	30	30	30	30	30	30
Su tankeri	20	20	20	20	20	20
Çizel	15	15	15	15	15	15
Tesviye küreği	0	50	50	50	0	0
Toplam Üretim	4.080	4.655	5.441	5.642	7.040	8.369

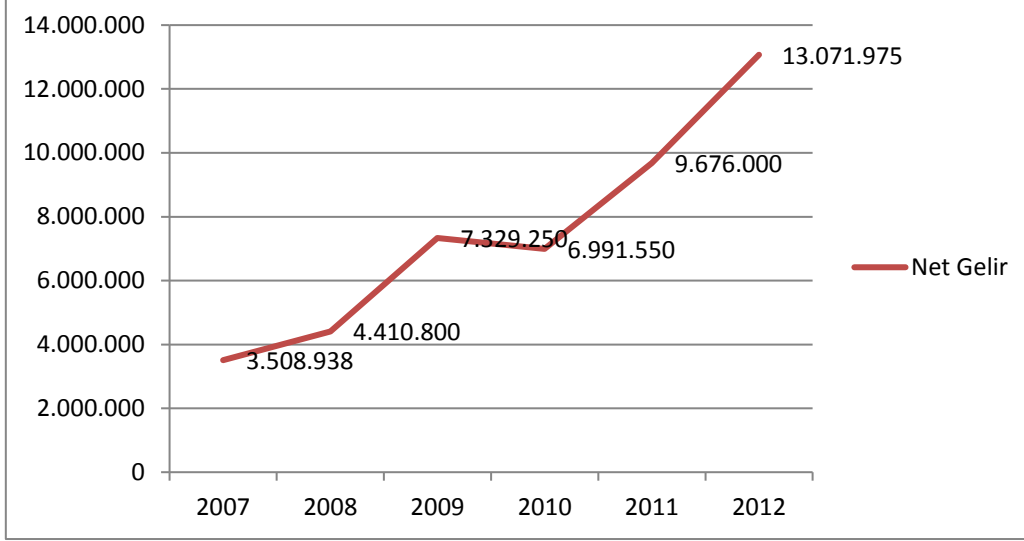
İl genelinde üretilen toplam tarım alet ve Makina üretiminin değeri⁶ Şekil 71'de gösterilmiştir. Buna göre ildeki tarım alet ve Makina üretimi ve bu üretimden elde edilen net gelir yıllara göre artış göstermektedir. 2010 yılında bir önceki yıllara göre yaklaşık %10 düşüş gösteren net gelir 2012 yılında, 2007 yılına göre yaklaşık 3 kat artış göstererek 13 milyon TL'yi geçmiştir (Şekil 73).

⁵ Üreticilerden birebir görüşme ile elde edilen verilerdir.

⁶ Tarım alet ve Makina sayısında olduğu gibi üretilen ürünlerin değeri üreticilerden alınan bilgilere göre elde edilmiştir. Bu amaçla her yıla ait net gelir ilgili yıla ait üretim miktarının o yıla ait satış fiyatı ile çarpılması ile bulunmuştur.

İşletmeler genellikle aile şirketleri olup “gerçek kişi işletmesi” veya “limited” şirket olarak sınıflandırılmaktadır. Söz konusu sektör Muş genelinde toplam 130 kişiye istihdam sağlamaktadır.

Şekil65:Muş ilinde üretilen tarım alet ve makinalarından elde edilen net değer (TL)



İşletmelerin hemen hepsi kurumsallaşmadığından işletmelerin yönetim düzeyi, yönetici ve çalışanlar olarak sınıflanmakta ve kurumsallaşmış işletmelerde bulunması gereken üretim, pazarlama, araştırma ve geliştirme gibi birimler bu işletmelerde bulunmamaktadır. Aynı zamanda günümüz işletmelerinde önemli bir başarı unsuru olan insan kaynakları yönetimi işletmelerde uygulanmamaktadır.

İşletme yöneticileri aynı zamanda işletme sahipleri veya ortağı olup; gerek kendileri ve gerekse de çalışanları, yaptıkları işle ilgili yeterli düzeyde bir eğitime sahip değildirler. İşletmelerde 4 Makina mühendisi ve 3 tekniker istihdam ediliyor gözükmesine rağmen; söz konusu teknik personel genellikle üretim aşamalarına katılmamaktadırlar. Bu nedenle üretim sırasında yapılması gerekli olan teknik çizim, malzeme bilgisi ve mühendislik işleri, işletmede çalışan ustalar veya bizzat işletme sahipleri tarafından yapılmaktadır.

İşletme sahiplerinin ankete verdikleri yanıtlara göre işletmelerde kullanılacak hammaddeler için ortalama hammadde tedarik süresi 1-3 ay arasında değişmektedir. Yine işletme sahiplerinin verdikleri bilgiler doğrultusunda 2011 yılına göre üretim için gerekli olan toplam tedarik masrafları (nakliye masrafları) 411.000 TL ve hammadde maliyetleri toplam 4.295.000 TL'dir. Hammadde alımı genellikle İstanbul, Konya veya Gazi Antep'ten yapılmaktadır. Bu durum işletmelerde verimlilik ve etkinlik kaybına neden olmaktadır. Hammadde tedarik süresince işletmeler, üretim yapamamaktadırlar. Ayrıca hammaddenin işletmelere nakliyesi, yarı mamul haline gelen ürünlerin tam mamul haline gelmesi için

yeniden İstanbul, Gaziantep veya Konya gibi illere tekrar gönderilmesi nakliye masraflarının katlanmasına neden olmakta ve üretim maliyetleri arttırmaktadır. Tedarik süresinin olumsuz etkilediği diğer önemli bir konu ise, işletmelerin kapasite kullanım oranlarıdır (Anket sonuçlarına göre bu durumla çelişen bir cevap vermişlerdir). Hammadde tedarik süresi ve hammadde tedarik maliyetleri, işletmelerin finansal sorunlarının artmasına katkı sağlamakta ve işletmelerin kapasite kullanım oranını düşürmektedir. İşletmelerin kapasite kullanım oranı düşüklüğünün talep yetersizliği ile ilgisi bulunmamaktadır (İşletmecilerin yanıtları bu çıkarım ile örtüşmektedir.). Bununla birlikte işletmeler üretim kapasitesi ve satış arasındaki ilişkiyi değerlendiren soruya verdikleri cevaplarda üretim yaptıkça daha çok satabileceklerini vurgulamışlardır. Bu durum talep yetersizliği sorunun bulunmadığını göstermektedir.

İşletmelerin hepsi kendi öz sermayeleri ile kurulmuştur ve gerek kısa ve gerekse de uzun dönem de finansal sıkıntı çekmekte olduklarını belirtmektedirler. Kısa vadeli finansman sıkıntısının nedenleri “yetersiz işletme sermayesi “üretim maliyetlerindeki artışlar”, üçüncü sırada ise “satış karlılığının düşük olması” olmasıdır.

İşletmelerde kurumsallaşma olmadığı için finansman yönetimleri, özellikle bu konuda yetersiz bilgiye sahip olan işletme yöneticileri tarafından yapılmaktadır. İşletmeler, finansman sorununu gidermek için en çok banka kredilerinden yararlanmaktadırlar. Ancak banka kredilerinin alınmasındaki güclük ve faiz oranları nedeniyle 0-12 ay ya da 12-36 aylık banka kredilerine müracaat etmektedirler. Üreticiler leasing⁷ ve faktöring⁸ gibi finansal enstrümanlar hakkında bilgi sahibi olmadıklarından ya da yetersiz ve yanlış bilgi sahibi olduklarından, bu enstrümanlardan faydalanmamaktadırlar. Konu ile ilgili olarak ülkemizde geçmiş yıllarda uygulanmakta olan ve sektöre finansal açıdan önemli bir rahatlık gerektiren leasing uygulaması sona ermiş ve ne yazık ki yerine alternatif bir sistem konmamıştır. Buna karşın leasing uygulamasının devam ettiği geçmiş yıllarda işletmeler, bu uygulamayı kendi lehlerine olabilecek finansal avantaja dönüştürememişlerdir. Bununla birlikte işletmelerin çoğunluğu ihracat yapmadıklarından forfaiting⁹ adı verilen finansal araçtan habersizdirler.

⁷ Leasing (finansal kiralama), bir yatırım malının mülkiyeti leasing şirketinde kalarak belirlenen kiralara karşılığında kullanım hakkının kiracıya verilmesi ve sözleşmede belirtilen sözleşme süresi sonunda mülkiyetinin kiracıya geçmesini sağlayan bir finansman yöntemidir.

⁸ Firmaların yurtiçi ve yurtdışı mal ve hizmet satışlarından doğan vadeli alacaklarının faktöring şirketi tarafından devralınarak finansman, garanti ve tahsilat hizmetlerinin bir veya birkaçının sunulduğu finansal bir üründür.

⁹ ihracat-ithalat işlemlerinden doğan vadeli alacak ve borçların rücusuz olarak forfaiting kuruluşlarına (forfaiter) satılmasından doğan ve iskonto işlemi olarak tarif edilen bir finansman tekniğidir.

Üreticiler, üretilen ürünün özelliklerine göre ortalama kar marjlarının %10-%20 arasında değiştiğini bildirmektedirler. Bu durum işletme yatırım sermayelerinde düşüşe neden olmaktadır. Yetersiz işletme yatırım sermayesi, işletmelerin büyümesine ve dolayısıyla da kurumsallaşmasına neden olacak yatırımların yapılamamasına sebep olmakta ve iki olumsuz gelişmeyi tetiklemektedir: İlk olarak, işletmeler iç piyasadaki talebi karşılayamamaktadır ve bu nedenle ihracata yönelememektedir. İkinci olarak, var olan ürünleri geliştirememekte ve ürün çeşitliliklerini arttıramamaktadırlar.

Malazgirt'te bulunan işletmelerin sadece (5 tanesi) 2010 yılında kurulan Tarım Makinaları İhtisas Sanayi Sitesi (TARMİSS)'de faaliyetlerini göstermektedir. Diğer işletmeler ya Küçük Sanayi Sitesinde ya da kendilerine ait olan ve ilçe merkezinde yer alan işletmelerinde üretimlerini yapmaktadırlar. TARMİSS, 12 adet kapalı üretim mekanından oluşmaktadır. Bunlardan 5 tanesi 1000 metrekare, 7 tanesi ise 500 metrekarelik alanlardır. Sitedeki binaların sekiz tanesi tarım makinaları üreticilerine tahsis edilmiştir.

TARMİSS yeni kurulmuş bir sanayi kompleksi olmasına rağmen işletmeciler açısından bazı yapısal sorunları bulunduğu gerekçesiyle işletme sahiplerinin bir kısmı tarafından tercih edilmemektedir. İlk olarak sitedeki kapalı alanlar işletmecilerin ihtiyaç duydukları üretim alanından çok daha küçüktür. Ayrıca, su elektrik ve ısıtma sistemi gibi temel alt yapı hizmetleri işletme sahiplerinin bireysel çabaları ile çözümlenmek zorundadır. Yılın yarısından fazlasını kar altında geçiren bölgede yer alan TARMİSS'in ısıtma giderleri işletme sahiplerinin şikayet ettikleri diğer bir konudur. İdare, yemekhane ve tesisteki çalışanların diğer ihtiyaçları için gereksinim duyulan alanlar bina içerisinde özel bir bölüm olarak inşa edildiği için; binalardaki kullanım alanının olması gerekenden daha dar olmasına neden olmuştur. Tesisin en önemli sorunu "bina mülkiyeti" sorunudur. İşletmeciler bina mülkiyeti için istenen miktarı fazla bulmaktadırlar ve binalarda kiracı olarak bulunma fikrine sıcak bakmamaktadırlar.

Tarım alet ve Makina üretiminin kümelenme eğilimi gösterdiği ilde, işletmelerin hepsinin bir araya getirilerek ortak bir kullanım atölyesi kurma fikri, işletmecilerin çoğunluğu tarafından ilgi görmemektedir. Ancak işletmeler, 3'erli ya da 4'erli olarak bir araya gelebilecek potansiyele sahiptirler. Üreticiler kümelenmeleri halinde finansman sorunlarını aşacaklarına ve daha fazla üretim yapacaklarına inanmalarına rağmen kümelenme fikrine sıcak değildirlir. Ancak, Üretimden pazarlama aşamasına kadar bütün işletmecilerin kümelenme fikrini sıcak bakmamalarının nedenleri sırasıyla "örgütlenme" finansal kapasite ve sahip olunan üretim teknikleridir.

Üreticiler ürün çeşitliliklerini arttırmak istemektedirler. Bu amaçla ya “var olan ürünleri geliştirmek” ya da “yeni ürünler üretmek” istemektedirler. Ancak, kişisel gelişim ve fikir üretimini açık olan üreticiler; teknik eleman yetersizliği, eğitim seviyelerindeki yetersizlik, kalifiye işçi bulma ve çalıştırmadaki zorluklar nedeniyle bu isteklerini yerine getirememektedirler. Sonuç olarak 16 işletmelerde üretilen ürünlerin sadece 3’ü patentlidir.

İşletmelerin önemli bir kısmı sadece “Hizmet Yeterlilik Belgesi” ile üretim yapmakta ve işletmelerin önemli bir kısmı (13 tanesi) TSE ve ISO gibi kalite standartlarına uygun üretim yapamamaktadır.

İşletmeciler yeterli talep bulunmasına rağmen pazarlama sorunu çekmektedirler. Ürettikleri ürünleri, hammadde fiyatlarını baz alarak ve diğer firmaların satış fiyatlarını göz önünde bulundurarak belirlemektedirler. Hedef pazar seçiminde üreticilerin büyük bir kısmı herhangi bir araştırma yapmamaktadır. Bununla birlikte üreticilerin büyük bir kısmı pazarlama bilgi sisteminin gerekliliğine ihtiyaç duyulduğunu vurgulamaktadır. Hedef pazarlar için hâlihazırda kullandıkları pazarlama kanallarını çeşitlendirmek gerektiğine inan üreticilerin önemli bir kısmı, genellikle bayi ve acentelik temeline dayanan dağıtım kanallarından faydalanmaktadırlar. Ancak üreticilerin büyük bir kısmı bayilik ve acentelik sistemini herhangi bir hukuki ve ticari anlaşmaya dayanmaksızın yürütmektedir. Üreticiler, pazarlama kanalı olarak bayi ve acentelik sisteminin faydalı olduğuna inanmakla birlikte; üretim hacmi büyük olan üreticiler “şube” sistemine dayalı olan ya da hukuki zemine oturtulmuş dağıtım kanalları kullanmak istemektedirler.

Üreticiler, ürünlerinin tutundurulması için kişisel satışlar (karşılıklı güvene dayalı olan), reklam ve promosyon ve satış sonrası desteklere dayanan bir politika izlemektedirler. Reklam ve promosyon çalışmaları, üreticilerin kendilerinin ürettikleri ürün kataloglarının dağıtılması ile gerçekleştirilmektedir.

Üreticiler sektörde yoğun bir rekabetin söz konusu olduğunu belirtmektedirler. Bunun en önemli nedeni 15 üreticinin aynı alet ve Makina üretiminde uzmanlaşması ve aynı pazarlara satış yapmaya çalışmaları ile ilgilidir. Üreticilerin büyük bir bölümü ürettikleri ürünleri Doğu ve Güneydoğu Anadolu’ya pazarlamaya çalışmaktadır.

Pazarlama sürecinde markalaşmanın önemini farkında olan üreticilerin büyük bir kısmı tek marka altında farklı ürünleri pazarlamak istemektedirler.

5.4.1. Muş Tarım Alet ve Makina Üreticilerinin Sorunları

Ağırlıklı olarak Malazgirt ve Bulanık'ta faaliyet gösteren Muş tarım alet ve Makina üreticilerinin sorunları şu şekilde özetlenebilir:

1. Üreticiler finansman sorunu yaşamaktadırlar
2. İşletmelerde kalifiye teknik eleman (mühendis ve tekniker) çalışmamaktadır.
3. Firmaların önemli bir bölümünde TSE ve İSO belgesi bulunmamaktadır. Üreticiler üretimlerini "Hizmet Yeterlilik Belgesi" ile yapmaktadırlar ve üretim çoğunlukla var olan bilinen ürünlerin üretimi şeklinde üretilmektedir. Tescilli ürün üreten firma sayısı yok denecek kadar azdır.
4. Hammadde tedarik süresi, hammadde maliyetleri ve nakliye ücretlerinin yüksekliği üretimi olumsuz etkilemektedir
5. Hammadde alınımında uygulanan % 18 KDV ve satışlar üzerinden alınan %8'lik KDV oranlarının geri iadesi konusunda uygulanan "indirimli oran KDV iadesi" uygulamasından habersizdirler. Ayrıca işletmelere İhracat, ithalat, İhraç kayıtlı satış, dahilde işleme izin belgesi, ihracat KDV iade ve ihraç kayıtlı satış KDV iadesi ile bilgi sahibi değildirler.
6. Kapasite kullanım oranları düşüktür.
7. Kalifiye işçi bulmak veya kalifiye işçinin devamlı olarak aynı firmada çalışmasını sağlamak zordur.
8. DAKA'nın yardımıyla üreticilerin tezgâhları yenilenmiş ve üretim teknolojisinde yenilenme sağlanmıştır. Ancak, neredeyse bütün üreticilerin aynı gruba dâhil olan alet ve Makinaları üretmesi var olan piyasa rekabetinin artmasına ve kümeli bir şekilde üretim yapılmasına mani olmaktadır.
9. Üretim teknolojisi yenilenmesine rağmen üretilen alet ve üretilen tarım alet ve Makinaların ileri teknoloji ürünleri olmaması gelecekteki potansiyel ihracat ülkelerinin sadece gelişmekte olan ülkelere oluşmasına neden olmaktadır.
10. Firmalar kurumsal değildirler ve bu nedenle işletme içerisindeki iş bölümü olmadığı gibi işletmelerde insan kaynakları yönetimi de yapılmamaktadır.
11. Finansman sorunları, kurumsallaşamama, kalifiye işçi ve teknik eleman bulamama işletmelerin araştırma ve geliştirme faaliyetlerinde bulunmasına mani olmaktadır. İşletmeler bu nedenle iç piyasada tüketilen ithal ürünlerin yerini alacak alet ve Makina üretememekte ve iç pazardaki paylarını büyütememektedirler.

12. Üreticilerin büyük bir kısmı dış pazarlar konusunda ve pazarlama teknikleri hakkında bilinçsizdir. Bununla birlikte nasıl ihracata yönelebileceklerine dair bilgileri bulunmamaktadır. Aynı zamanda onlara bu bilgiyi yerelde sağlayan herhangi bir kurum ya da kuruluş bulunmamaktadır.
13. Üreticiler finansman sıkıntılarını giderecek leasing, faktöring ve fortfaiting gibi finansman araçlarından ve bu araçların avantajlarından habersizdirler.
14. Banka kredilerinin alınması güçtür. Kredilerin faiz oranları yüksektir.
15. Sektörü doğrudan ya da dolaylı olarak ilgilendiren her türlü aktiviteden çoğunluğu Malazgirt ve Bulanıkta bulunan üreticiler yararlanamamaktadırlar.
16. İşletme defteri usulüne tabi olan işletmelere neredeyse sıfır düzeylerinde kar elde etmektedirler.
17. İşletme sermayesi sıkıntısı çekmeyen işletmelerin çok düşük seviyede görülen duran varlıklarına özellikle kapasite ve verimliliği artırıcı maddi duran varlıklara sahiptirler.
18. İşletmelerin devir hızı çok düşük olan ve dönen varlıkların büyük bir kısmını oluşturan stok kalemleri atıl durmaktadır.

5.4.2. Muş Tarım Alet ve Makina Üreticilerinin Sorunlarına Çözüm Önerileri

Araştırma sonucunda elde edilen veriler, literatür taramaları, tarım alet ve Makina üreticileri ile olan görüşmeler ve çeşitli kurum kuruluşlarca hazırlana raporlar göz önünde bulundurulduğunda; yukarıdaki bölümlerde detaylı bir şekilde tanımlanan ve sorunları ortaya konan Muş tarım alet ve Makina üreticilerinin karşılaştıkları problemlerin etkileri aşağıda belirtilen şekilde azaltılabilir:

1. Hammadde tedarik süresi, hammadde tedarik maliyeti ve nakliye masraflarını azaltmak için bölgeye ivedilikle **tam teşekküllü** bir döküm atölyesi kurulmalıdır. Döküm atölyesi kurulurken yer seçiminde azami hassasiyet gösterilmesinde yarar görülmektedir. Bu nedenle üreticilerin çoğunluğunun üzerinde hem fikir olduğu ve **alt yapı probleminin bulunmadığı** (elektrik, su, yola yakınlık v.b.) bir yer atölye için seçilmelidir. Söz konusu atölye sadece tarım alet ve Makina üreticilerinin ihtiyaç duyduğu hammaddeyi teminde giderecek nitelikte değil; aynı zamanda Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesindeki bütün sanayinin ihtiyacını karşılayacak bir nitelikte inşa edilmelidir. Döküm atölyesi, nakliye masraflarını sıfırlayacak, üreticilerin ürün çeşitlerinin artmasına ve işletme yatırım sermayelerinin artmasına yardım edecektir.

Aynı zamanda bölge ekonomisine katma değer yaratacak, bölgede doğrudan veya dolaylı istihdam artışına katkı sağlayacak ve bölgedeki dolaylı sektörlerin gelişmesine olumlu etki yapacaktır.

2. İşletmelere İhracat, ithalat, İhraç kayıtlı satış, dahilde işleme izin belgesi, ihracat KDV iade, ihraç kayıtlı satış KDV iade ve indirimli oran KDV iadeleri ile ilgili eğitimler verilmesi sağlanabilir.
3. DAKA tarafından gelecekte üreticilerin yararlanmaları için açılan projeye dayalı destekleme programları, üreticiler arasında kümeleşmeyi teşvik edecek şekilde yapılmalıdır. Bunun için DAKA il genelinde farklı ürün üretmek isteyen üretici grupları yaratmalı veya farklı ürün üretmek isteyen üretici gruplarını desteklemelidir. Yine DAKA, her gruba ait üreticilerin o grupta kalmasını sağlamalıdır. Örneğin, hayvan yemi hazırlama Makinaları üretmek isteyen iki ya da üç üretici DAKA tarafından desteklendiğinde (uygun üretim tezgahı, ve diğer Makinaların hibesiyle), diğer üreticileri aynı destekten yararlandırmamalıdır; tersine onları daha farklı ürün dallarında uzmanlaşmaya sevk etmelidir. Böylece 3'erli ya da 4'erli üreticilerden oluşan ve farklı ürün gruplarında uzmanlaşmış bir üretici profili yaratılarak hedef pazarların farklılaşmasına yardımcı olunabilir. Bu durum pazardaki rekabetin azalıp üreticilerin kar marjlarının artmasına katkı sağlayacağı gibi; yeni oluşan üretici gruplarının ortak kullanım atölyesi kurmalarına ve kümelenmelerine yardımcı olabilir.
4. Üreticilerin kapasite kullanım oranlarının artırılması için TARMİSS'le ilgili mülkiyet sorunu çözümlenmelidir.
5. Sektörün kalifiye eleman ihtiyacının karşılanması (usta ve çırak) için sektörün gereksinimlerini karşılayacak eğitim programları yerelde teşvik edilmelidir.
6. Sektörde deneyimli Makina mühendis ve tekniker istihdamının sağlanması için altyapı oluşturulmalıdır. Bu konuda ilk adım olarak Muş Makina Mühendisleri Odası ile temasa geçilmeli ve Oda ile birlikte ortak çalışmalar düzenlenmelidir.
7. Sektörün AR-GE konusundaki teknik bilgi eksikliğini gidermek, sektörü yenilikçi ve yaratıcı ürün gelişimine teşvik etmek için; tarım alet ve Makina üretimi sektöründe uzmanlaşmış üniversitelerin ilgili bölümleri ile üreticilerin birlikte olacağı fikir üretme toplantısı, konferans, seminer, proje v.b. programlar düzenlenmelidir.
8. Üreticiler belirli aralıklarla sektörle ilgili olan yurt içindeki ve yurt dışındaki teknoloji fuarlarına götürülmelidir.
9. Üreticilerin ulusal ve uluslararası kalite standartlarında ürün üretebilmeleri için gerekli eğitim ve maddi destek verilmelidir.

10. Yeni ürün veya patent geliştiren üreticiler için yerelde çeşitli teşvikler uygulanmalıdır.
11. Türkiye ve dünyada tarım alet ve Makina sektöründeki pazar değişkenliklerini araştıran kurum ya da kuruluşlarla üreticiler bağlantıya geçirilmeli ya da sektörün pazar analizlerini yapacak kamu bünyesinde birimler kurulmalı ve üreticiler bu birimlerin hizmetlerinden yararlandırılmalıdır.
12. Banka kredileri dışındaki finansman araçlarından üreticilerin yararlandırılabilmesi için üreticilere bu konuda eğitim verilmelidir.
13. Sektörü doğrudan veya dolaylı ilgilendiren her türlü toplantı Malazgirt ya da Bulanık ilçelerinde yapılmaya çalışılmalı ve toplantı öncesi bütün kuruluşlar ilgili etkinliklerden mutlaka haberdar edilmelidir.
14. İşletme defteri usulüne tabi olan işletmelere neredeyse sıfır düzeylerinde kar elde etmeleri nedeniyle işletmelerini kapatmaları ya da işletmelerinin sürekliliğini sağlama ve büyüme için satış ve dolayısıyla karlarını artırma yollarını aramaları önerilebilir.
15. İşletme sermayesi sıkıntısı çekmeyen işletmelerin üretim işletmeleri olmaları nedeniyle çok düşük seviyede görülen duran varlıklarına özellikle kapasite ve verimliliği artırıcı maddi duran varlıklara yatırım yapmaları için uzun vadeli finansman temininin sağlanması
16. İşletmelerin devir hızı çok düşük olan ve dönen varlıkların büyük bir kısmını oluşturan stok kaleminin atıl durmasının sebepleri araştırılarak (hammadde tedarik zorlukları vs) stok seviyesinin normal seviyelere çekilmesi ve stok devrinin yükseltilip stokta kalma süresinin azaltılması ve dolayısıyla stok maliyetlerinin (finans depolama vs.) azaltılması sağlanmalı. Ayrıca stok seviyelerinin satışa engel olmayacak şekilde düşük seviyelere indirilmesi stok fazlalığından kaynaklanan ve atıl duran devreden KDV'nin de azalmasına neden olacaktır.

6.Sonuç

Türkiye ekonomisinin dinamik ve sürükleyici unsurları içerisinde yer alan bir çok işletme, sadece iktisadi olarak değil, sosyo-ekonomik ve sosyo-politik etkisiyle de oldukça büyük önem arz etmektedir. Bu nedenle illere göre ekonomik kalkınmışlığın son basamağında yer alan ve Türkiye'nin en fazla göç veren illerinden biri olan Muş için, tarım alet ve Makina sanayi son derece önemli bir yere sahiptir. Ancak işletmelerin karşı karşıya kaldıkları finansal yetersizlikler, üretim kaynaklı sorunlar, pazarlama faaliyetlerinde yaşanan sıkıntılar ve bu gibi faktörlerin olumsuz etkileri nedeniyle işletmeler, birçok hedefe ulaşamamakta ve

var olan potansiyellerini etkin bir şekilde kullanamamaktadırlar. Bu durum il sınırları içerisinde faaliyet gösteren işletmeler açısından ciddi zararları gündeme getirmektedir.

İl genelindeki üreticiler, birçok tarım alet ve Makina işletmeleri sürekli artan rekabetçi ortama ve yeni pazarlara ulaşma amacıyla giderek artan finansman ihtiyacı duymaktadırlar. Bu nedenle, üretimden pazarlamaya kadar bütün imalat aşamalarında yeni stratejiler geliştirilmesi bu ihtiyaçların karşılanması içinde birçok teşvikten yararlandırılmalıdırlar. Ancak ildeki üreticiler bir yandan yetersiz nakdi veya aynı teşviklerden yararlandırılırken diğer yandan yaşanan sorunların temelini oluşturan sektörle ilgili bilgi eksikliğinin giderilmesi konusunda herhangi bir yardım alamamaktadırlar.

Ankete katılım gösteren firmaların, çalışan sayıları ve ciroları incelendiğinde birçoğunun küçük ölçekli işletme olduğu görülmektedir. Bu nedenle araştırmaya konu olan işletmelerin kurumsallaşmaları ve faaliyet alanlarının genişleterek daha büyük işletme haline gelmeleri zaman alacaktır. İşletmelerin kurumsal bir kimlik kazanarak KOBİ özelliği taşıyan işletmeler haline gelmeleri birçok şartı sağlamalarına bağlıdır. Bu bağlamda özellikle lokal alanda sektörün sorunlarının çözümüne yönelik adımlar, üreticilerin de içinde bulunduğu bütün sivil toplum örgütleri (Ticaret Odası ve Makina Mühendisleri Odası gibi), kamu kurum ve kuruluşları ile birlikte eşgüdüm içinde atılmalıdır.

KAYNAKÇA

- Agricultural Engineering and Technologies, 2006: European Agricultural Machinery Industry of the European Agricultural Machinery Industry and Research Community for the 7th Framework programme for Research of the European Community. Brussels.
http://www.fp7.org.tr/tubitak_content_files/270/ETP/AET/AETVisionandSRA1.pdf
- Anonim 2012: Research and Markets: Global Agricultural Machinery - Top-Line Qualitative and Quantitative Analysis
<http://www.businesswire.com/news/home/20110316006231/en/Research-Markets-Global-Agricultural-Machinery>
- Çakır, E., 2005: Tarımsal Aletler Ve Makinalar Sektör Profil Araştırması. İstanbul Ticaret Odası.
- Çömlekçi F., 2004: Muhasebe Denetimi ve Mali Analiz, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir
- DPT, 2001: Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı. Tarım Alet ve Makinaları Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu, DPT: 2546 . ÖİK: 562, Ankara.
- Dryancour G., 2011: CEMA Representing the European Agricultural Machinery Industry
http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/mechanical/files/machinery/masu-conf/dryancour_en.pdf
- Ekonomi Bakanlığı 2010: Tarım Alet ve Makinaları. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme ve Etüd Merkezi.
- European Metalworkers Federation (EMF), 2010: European Map Agricultural Machinery: An Employee Perspective., Belgium.
- Faruque O., 2012: Strategy to Overcome Barriers of Agricultural Machinery Industry in Asian Developing Countries with Special Reference to Bangladesh. Agricultural Machinery Manufactures Association-Bangladesh
- Global Industry Analysts (GIA) Inc, 2012: Agricultural Implements and Machinery-A global Strategic Business, Report.
http://www.strategyr.com/Agricultural_Implements_And_Machinery_Market_Report.asp
- Güngör, N., 2011: Kobilerin Finansal Yapıları ve Kullandıkları Alternatif Finansman Kaynakları: Erzurum Organize Sanayi Bölgesinde Bir Çalışma. Sosyal Bilimler Enstitüsü Erzurum.
- İleri, M.S, 2012. TARMAKBİR Tarımsal Mekanizasyon Sektör Raporu, Ankara

- Köse H., 2010: Tarım Alet ve Makinaları. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme ve Etüd Merkezi.
- Mehta A. , G. C.Andrew 2007: Agricultural equipment and supplies industry (Forecasts and trends). <http://www.freepatentsonline.com/article/Business-Economics/172560744.html>
- Ulusoy E., Evcim H. Ünal, Yazgı A., İleri M. S., Sabancı A., Acar A. H. 2011: Traktör ve Tarım Makinaları İmalat Sanayinin Bugünü ve Geleceği.
http://www.zmo.org.tr/resimler/ekler/1ded4259d101feb_ek.pdf
- Yaltırık, A., 2002: Turkish Agricultural Machinery Market Research Report. Ankara.
- Yuan'en G. 2012: Agricultural Machinery Industry in China.
<http://www.unapcaem.org/Activities%20Files/A0611/P-cn.pdf>

EKLER

Ek 1: Dünyada en fazla ithal edilen tarım alet ve Makinaları

Ürün Adı	2007(Bin \$)	Ürün Adı	2008(Bin \$)	Ürün Adı	2009(Bin \$)	Ürün Adı	2010(Bin \$)
Hasat Makinalarına ait aksam ve parçalar	3.627.924	Hasat Makinalarına ait aksam ve parçalar	4.930.748	Hasat Makinalarına ait aksam ve parçalar	3.776.352	Hasat Makinalarına ait aksam ve parçalar	4.002.973
Motorlu çim biçme Makinaları	3.187.216	Kombine biçerdöverler	4.582.562	Kombine biçerdöverler	3.282.157	Kombine biçerdöverler	3.207.786
Kombine biçerdöverler	3.047.301	Motorlu çim biçme Makinaları	3.650.756	Motorlu çim biçme Makinaları	2.938.032	Motorlu çim biçme Makinaları	3.110.362
Tarla bahçe ormancılık arıcılık için diğer Makina ve cihazlar	2.005.062	Tarım bahçe ve ormancılıkta kullanılan Makinaların aksam ve parçaları	2.401.662	Tarım bahçe ve ormancılıkta kullanılan Makinaların aksam ve parçaları	1.849.337	Tarım bahçe ve ormancılıkta kullanılan Makinaların aksam ve parçaları	1.904.030
Tarım bahçe ve ormancılıkta kullanılan Makinaların aksam ve parçaları	1.734.741	Tarla bahçe ormancılık arıcılık için diğer Makina ve cihazlar	2.110.197	Tarla bahçe ormancılık arıcılık için diğer Makina ve cihazlar	1.316.375	Tarla bahçe ormancılık arıcılık için diğer Makina ve cihazlar	1.820.801
Tohum ekme fidan dikme, fide söküp dikme Makinaları	1.095.550	Tohum ekme fidan dikme, fide söküp dikme Makinaları	1.656.272	Tohum ekme fidan dikme, fide söküp dikme Makinaları	1.214.808	Diğer hasat Makinaları	1.149.348
Diğer hasat Makinaları	1.060.965	Diğer hasat Makinaları	1.462.622	Diğer hasat Makinaları	1.078.950	Tohum ekme fidan dikme, fide söküp dikme Makinaları	1.143.607
Tarla ve bahçe tarımına aşt diğer Makina ve cihazlar	987.071	Diğer tırmıklar kültivatörler ot ayıklama ve çapalama Makinaları	1.209.037	Diğer tırmıklar kültivatörler ot ayıklama ve çapalama Makinaları	875.090	Kümes hayvancılığına mahsus diğer Makina ve cihazlar	1.058.537
Çayır biçme Makinaları	948.644	Çayır biçme Makinaları	1.101.843	Ot ve samanı demet ya da balya yapan Makinalar	838.381	Diğer tarla bahçe kümes vb mak. Ve cihazların aksam ve parçaları	985.746
Sütçülükte kullanılan Makina ve cihazların aksam ve parçaları	886.235	Ot ve samanı demet ya da balya yapan Makinalar	1.070.017	Çayır biçme Makinaları	756.478	Diğer tırmıklar kültivatörler ot ayıklama ve çapalama Makinaları	969.556
Ot ve samanı demet ya da balya yapan Makinalar	869.726	Sütçülükte kullanılan Makina ve cihazların aksam ve parçaları	1.051.095	Sütçülükte kullanılan Makina ve cihazların aksam ve parçaları	753.306	Ot ve samanı demet ya da balya yapan Makinalar	793.879
Diğer tırmıklar kültivatörler ot ayıklama ve çapalama Makinaları	839.069	Tarla ve bahçe tarımına ait diğer Makina ve cihazlar	977.545	Diğer tarla bahçe kümes vb mak. Ve cihazların aksam ve parçaları	716.286	Sütçülükte kullanılan Makina ve cihazların aksam ve parçaları	758.207
Diğer tarla bahçe kümes vb mak. Ve cihazların aksam ve parçaları	816.535	Diğer tarla bahçe kümes vb mak. Ve cihazların aksam ve parçaları	940.793	Kümes hayvancılığına mahsus diğer Makina ve cihazlar	714.573	Çayır biçme Makinaları	755.502
Kümes hayvancılığına mahsus diğer Makina ve cihazlar	731.337	Kümes hayvancılığına mahsus diğer Makina ve cihazlar	898.006	Tarla ve bahçe tarımına ait diğer Makina ve cihazlar	691.556	Tarla ve bahçe tarımına ait diğer Makina ve cihazlar	742.535
Hayvan yemlerini hazırlamaya mahsus Makina ve cihazlar	585.257	Hayvan yemlerini hazırlamaya mahsus Makina ve cihazlar	686.051	Hayvan yemlerini hazırlamaya mahsus Makina ve cihazlar	520.028	Hayvan yemlerini hazırlamaya mahsus Makina ve cihazlar	615.242
Sütçülükte kullanılan Makina ve cihazlar	565.942	Sütçülükte kullanılan Makina ve cihazlar	623.835	Sütçülükte kullanılan Makina ve cihazlar	427.056	Sütçülükte kullanılan Makina ve cihazlar	492.097
Ot hazırlama Makina ve cihazları	493.065	Ot hazırlama Makina ve cihazları	597.004	Yumurta meyve ve ürünleri ayırma temizleme Makinaları ve cihazları	415.387	Yumurta meyve ve ürünleri ayırma temizleme Makinaları ve cihazları	489.729
Diğer çim biçme Makinaları	472.973	Diğer çim biçme Makinaları	522.256	Ot hazırlama Makina ve cihazları	393.987	Kümes hayvancılığı, civciv çıkartma Makinalarının aksam ve parçaları	438.766

Yumurta meyve ve ürünleri ayırma temizleme Makinaları ve cihazları	391.859	Yumurta meyve ve ürünleri ayırma temizleme Makinaları ve cihazları	498.285	Diğer çim biçme Makinaları	355.112	Diğer çim biçme Makinaları	410.184
Pulluklar	339.840	Gübre yayma saçma Makinaları	488.915	Süt sağma Makinaları	351.263	Süt sağma Makinaları	401.117
Gübre yayma saçma Makinaları	338.126	Süt sağma Makinaları	483.066	Pulluklar	340.439	Ot hazırlama Makina ve cihazları	397.624
Kök ve yumru sökme Makinaları	330.031	Pulluklar	447.268	Gübre yayma saçma Makinaları	301.411	Kök ve yumru sökme Makinaları	362.854
Süt sağma Makinaları	295.003	Kök ve yumru sökme Makinaları	383.457	Kümes hayvancılığı civciv çıkartma Makinalarının aksam ve parçaları	289.525	Gübre yayma saçma Makinaları	322.282
Kümes hayvancılığı civciv çıkartma Makinalarının aksam ve parçaları	283.210	Kümes hayvancılığı civciv çıkartma Makinalarının aksam ve parçaları	345.217	Kök ve yumru sökme Makinaları	254.674	Pulluklar	317.026
Şarap meyve suları için kullanılan Makina ve cihazlar	280.356	Şarap meyve suları için kullanılan Makina ve cihazlar	329.414	Diskli tırmıklar	190.490	Civciv çıkartma ve büyütmeye mahsus Makina ve cihazlar	241.844
Civciv çıkartma ve büyütmeye mahsus Makina ve cihazlar	197.809	Diskli tırmıklar	292.356	Şarap meyve suları için kullanılan Makina ve cihazlar	188.349	Şarap meyve suları için kullanılan Makina ve cihazlar	228.165
Diskli tırmıklar	184.403	Civciv çıkartma ve büyütmeye mahsus Makina ve cihazlar	186.399	Civciv çıkartma ve büyütmeye mahsus Makina ve cihazlar	146.685	Diskli tırmıklar	184.550
Şarap meyve suları vb Makinaların aksam ve parçaları	90.154	Diğer harman Makina ve cihazları	140.224	Diğer harman Makina ve cihazları	98.907	Diğer harman Makina ve cihazları	109.499
Diğer harman Makina ve cihazları	86.406	Şarap meyve suları vb Makinaların aksam ve parçaları	108.663	Şarap meyve suları vb Makinaların aksam ve parçaları	65.457	Şarap meyve suları vb Makinaların aksam ve parçaları	62.406

Ek 2: Dünya genelinde en fazla ihraç ithal edilen tarım alet ve Makinaları

Ürün Adı	2007 (Bin \$)	Ürün Adı	2008 (Bin \$)	Ürün Adı	2009 (Bin \$)	Ürün Adı	2010 (Bin \$)
Hasat Makinalarına ait aksam ve parçalar	3.612.335	Hasat Makinalarına ait aksam ve parçalar	5.092.379	Hasat Makinalarına ait aksam ve parçalar	3.800.065	Hasat Makinalarına ait aksam ve parçalar	3.953.684
Motorlu çim biçme Makinaları	3.201.325	Kombine biçerdöverler	4.459.746	Kombine biçerdöverler	3.294.325	Kombine biçerdöverler	3.172.672
Kombine biçerdöverler	2.969.784	Motorlu çim biçme Makinaları	3.670.787	Motorlu çim biçme Makinaları	2.824.041	Motorlu çim biçme Makinaları	3.116.628
Tarla bahçe ziraatına mahsus pülverizatörler	2.204.171	Tarla bahçe ziraatına mahsus pülverizatörler	2.991.613	Tarla bahçe ziraatına mahsus pülverizatörler	2.381.373	Tarla bahçe ziraatına mahsus pülverizatörler	2.782.841
Tarla bahçe ormancılık arıcılık için diğer Makina ve cihazlar	2.072.890	Tarım bahçe ve ormancılıkta kullanılan Makinaların aksam ve parçaları	2.451.016	Tarım bahçe ve ormancılıkta kullanılan Makinaların aksam ve parçaları	1.891.549	Tarım bahçe ve ormancılıkta kullanılan Makinaların aksam ve parçaları	2.016.620
Tarım bahçe ve ormancılıkta kullanılan Makinaların aksam ve parçaları	1.841.433	Tarla bahçe ormancılık arıcılık için diğer Makina ve cihazlar	2.203.679	Tarla bahçe ormancılık arıcılık için diğer Makina ve cihazlar	1.354.690	Tarla bahçe ormancılık arıcılık için diğer Makina ve cihazlar	1.825.540
Çayır biçme Makinaları	1.089.657	Tohum ekme fidan dikme, fide söküp dikme Makinaları	1.563.031	Tohum ekme fidan dikme, fide söküp dikme Makinaları	1.139.473	Kümes hayvancılığına mahsus diğer Makina ve cihazlar	1.317.613
Diğer hasat Makinaları	1.080.616	Diğer hasat Makinaları	1.477.925	Diğer hasat Makinaları	1.048.982	Tohum ekme fidan dikme, fide söküp dikme Makinaları	1.132.310
Tohum ekme fidan dikme, fide söküp dikme Makinaları	1.063.528	Çayır biçme Makinaları	1.264.892	Kümes hayvancılığına mahsus diğer Makina ve cihazlar	898.448	Diğer hasat Makinaları	1.101.021
Tarla ve bahçe tarımına ait diğer Makina ve cihazlar	968.115	Ot ve samanı demet ya da balya yapan Makinalar	1.188.398	Ot ve samanı demet ya da balya yapan Makinalar	891.879	Diğer tarla bahçe kümes vb mak. Ve cihazların aksam ve parçaları	987.684
Ot ve samanı demet ya da balya yapan Makinalar	906.657	Diğer tırmıklar kültivatörler ot ayıklama ve çapalama Makinaları	1.176.682	Diğer tırmıklar kültivatörler ot ayıklama ve çapalama Makinaları	880.371	Diğer tırmıklar kültivatörler ot ayıklama ve çapalama Makinaları	962.008
Diğer tırmıklar kültivatörler ot ayıklama ve çapalama Makinaları	869.832	Kümes hayvancılığına mahsus diğer Makina ve cihazlar	1.086.217	Çayır biçme Makinaları	867.384	Tarla ve bahçe tarımına aşt diğer Makina ve cihazlar	907.833
Diğer tarla bahçe kümes vb mak. Ve cihazların aksam ve parçaları	859.670	Tarla ve bahçe tarımına aşt diğer Makina ve cihazlar	1.039.636	Diğer tarla bahçe kümes vb mak. Ve cihazların aksam ve parçaları	777.175	Çayır biçme Makinaları	868.906
Kümes hayvancılığına mahsus diğer Makina ve cihazlar	854.266	Diğer tarla bahçe kümes vb mak. Ve cihazların aksam ve parçaları	1.010.345	Tarla ve bahçe tarımına ait diğer Makina ve cihazlar	773.198	Ot ve samanı demet ya da balya yapan Makinalar	820.021
Sütçülükte kullanılan Makina ve cihazların aksam ve parçaları	752.367	Diğer çim biçme Makinaları	805.238	Hayvan yemlerini hazırlamaya mahsus Makina ve cihazlar	648.532	Hayvan yemlerini hazırlamaya mahsus Makina ve cihazlar	713.053
Hayvan yemlerini hazırlamaya mahsus Makina ve cihazlar	685.278	Hayvan yemlerini hazırlamaya mahsus Makina ve cihazlar	803.872	Sütçülükte kullanılan Makina ve cihazların aksam ve parçaları	573.896	Sütçülükte kullanılan Makina ve cihazların aksam ve parçaları	645.432
Sütçülükte kullanılan Makina ve cihazlar	614.673	Sütçülükte kullanılan Makina ve cihazların aksam ve parçaları	797.787	Diğer çim biçme Makinaları	484.272	Yumurta meyve ve ürünleri ayırma temizleme Makinaları ve cihazları	529.984
Diğer çim biçme Makinaları	606.882	Sütçülükte kullanılan Makina ve cihazlar	728.427	Sütçülükte kullanılan Makina ve cihazlar	482.273	Sütçülükte kullanılan Makina ve cihazlar	527.278
Ot hazırlama Makina ve cihazları	480.377	Ot hazırlama Makina ve cihazları	654.187	Yumurta meyve ve ürünleri ayırma temizleme Makinaları ve cihazları	469.420	Diğer çim biçme Makinaları	513.257

Yumurta meyve ve ürünleri ayırma temizleme Makinaları ve cihazları	476.300	Yumurta meyve ve ürünleri ayırma temizleme Makinaları ve cihazları	564.554	Ot hazırlama Makina ve cihazları	430.972	Kümes hayvancılığı civciv çıkartma Makinalarının aksam ve parçaları	493.796
Kök ve yumru sökme Makinaları	387.344	Pulluklar	511.148	Pulluklar	410.358	Ot hazırlama Makina ve cihazları	453.105
Pulluklar	337.822	Kök ve yumru sökme Makinaları	440.899	Kök ve yumru sökme Makinaları	351.861	Kök ve yumru sökme Makinaları	421.241
Şarap meyve suları için kullanılan Makina ve cihazlar	328.577	Süt sağma Makinaları	426.616	Kümes hayvancılığı civciv çıkartma Makinalarının aksam ve parçaları	335.884	Pulluklar	361.121
Kümes hayvancılığı civciv çıkartma Makinalarının aksam ve parçaları	317.034	Gübre yayma saçma Makinaları	389.862	Süt sağma Makinaları	295.213	Gübre yayma saçma Makinaları	293.316
Süt sağma Makinaları	288.299	Kümes hayvancılığı civciv çıkartma Makinalarının aksam ve parçaları	380.213	Gübre yayma saçma Makinaları	258.597	Süt sağma Makinaları	292.164
Gübre yayma saçma Makinaları	269.461	Şarap meyve suları için kullanılan Makina ve cihazlar	342.218	Diğer harman Makina ve cihazları	226.452	Diğer harman Makina ve cihazları	236.515
Diskli tırmıklar	188.044	Diskli tırmıklar	304.666	Şarap meyve suları için kullanılan Makina ve cihazlar	220.519	Şarap meyve suları için kullanılan Makina ve cihazlar	230.005
Civciv çıkartma ve büyümeye mahsus Makina ve cihazlar	144.501	Diğer harman Makina ve cihazları	231.392	Diskli tırmıklar	180.669	Civciv çıkartma ve büyümeye mahsus Makina ve cihazlar	217.019
Diğer harman Makina ve cihazları	111.425	Şarap meyve suları vb Makinaların aksam ve parçaları	150.625	Civciv çıkartma ve büyümeye mahsus Makina ve cihazlar	119.597	Diskli tırmıklar	191.533
Şarap meyve suları vb Makinaların aksam ve parçaları	105.907	Civciv çıkartma ve büyümeye mahsus Makina ve cihazlar	146.303	Şarap meyve suları vb Makinaların aksam ve parçaları	83.096	Şarap meyve suları vb Makinaların aksam ve parçaları	110.125

Ek 3: Dünya genelinde tarım alet ve Makina ürün gruplarının ticaret indikatörleri

Ürün Kodu	Ürün Grubu	Ticaret İndikatörleri					
		2010 İhracatı (Bin\$)	Ticaret dengesi 2010 (Bin\$)	2006-2010 arasındaki yıllık büyüme değeri (%)	2006-2010 arasındaki yıllık büyüme miktarı (%)	2009-2010 arasındaki yıllık büyüme değeri (%)	2006-2010 arasında dünya ithalatının yıllık büyümesi (%)
TOPLAM	Bütün ürünler	15.030.046.644	-200.926.309	3		22	3
	Tarım alet ve Makinaları toplamı	31.194.325	1.366.372				
'843390	Hasat Makinalarına ait aksam ve parçalar	3.953.684	-49.289	6	2	4	7
'843351	Kombine biçerdöverler	3.172.672	-35.114	8	6	-4	6
'843311	Motorlu çim biçme Makinaları	3.116.628	6.266	1	-1	10	1
'842481	Tarla bahçe ziraatına mahsus pülverizatörler	2.782.841	431.142	11	1	17	8
'843290	Tarım bahçe ve ormancılıkta kullanılan Makinaların aksam ve parçaları	2.016.620	112.590	7	2	8	9
'843680	Tarla bahçe ormancılık arıcılık için diğer Makina ve cihazlar	1.825.540	4.739	-2	-7	35	-2
'843629	Kümes hayvancılığına mahsus diğer Makina ve cihazlar	1.317.613	259.076	14	12	47	11
'843230	Tohum ekme fidan dikme, fide söküp dikme Makinaları	1.132.310	-11.297	9	3	0	8
'843359	Diğer hasat Makinaları	1.101.021	-48.327	3	-4	5	4
'843699	Diğer tarla bahçe kümes vb mak. Ve cihazların aksam ve parçaları	987.684	1.938	6	-3	27	5
'843229	Diğer tırmıklar kültivatörler ot ayıklama ve çapalama Makinaları	962.008	-7.548	10	7	9	10
'843280	Tarla ve bahçe tarımına ait diğer Makina ve cihazlar	907.833	165.298	1	-3	17	0
'843320	Çayır biçme Makinaları	868.906	113.404	-3	-7	0	-4
'843340	Ot ve samanı demet ya da balya yapan Makinalar	820.021	26.142	3	-2	-8	1
'843610	Hayvan yemlerini hazırlamaya mahsus Makina ve cihazlar	713.053	97.811	6	2	10	4
'843490	Sütçülükte kullanılan Makina ve cihazların aksam ve parçaları	645.432	-112.775	-6	-14	12	-5
'843360	Yumurta meyve ve ürünleri ayırma temizleme Makinaları ve cihazları	529.984	40.255	7	0	13	7
'843420	Sütçülükte kullanılan Makina ve cihazlar	527.278	35.181	0	-4	8	-4
'843319	Diğer çim biçme Makinaları	513.257	103.073	-2	-11	6	-1

'843691	Kümes hayvancılığı civciv çıkartma Makinalarının aksam ve parçaları	493.796	55.030	16	11	46	12
'843330	Ot hazırlama Makina ve cihazları	453.105	55.481	0	-6	5	-4
'843353	Kök ve yumru sökme Makinaları	421.241	58.387	3	1	20	2
'843210	Pulluklar	361.121	44.095	9	4	-13	3
'843240	Gübre yayma saçma Makinaları	293.316	-28.966	3	0	14	3
'843410	Süt sağma Makinaları	292.164	-108.953	7	-2	-1	12
'843352	Diğer harman Makina ve cihazları	236.515	127.016	33	34	4	11
'843510	Şarap meyve suları için kullanılan Makina ve cihazlar	230.005	1.840	-6	-12	4	-6
'843621	Civciv çıkartma ve büyümeye mahsus Makina ve cihazlar	217.019	-24.825	12	9	83	4
'843221	Diskli tırmıklar	191.533	6.983	10	2	9	8
'843590	Şarap meyve suları vb Makinaların aksam ve parçaları	110.125	47.719	1	1	33	-6

Ek 4: Türkiye Tarım alet ve Makina ürün gruplarının ticaret indikatörleri

Ürün Kodu	Ürün Grubu	Ticaret İndikatörleri							
		2010 İhracatı (Bin\$)	Ticaret dengesi 2010 (Bin\$)	2006-2010 arasındaki yıllık büyüme değeri (%)	2006-2010 arasındaki yıllık büyüme miktarı (%)	2009-2010 arasındaki yıllık büyüme değeri (%)	2006-2010 arasında dünya ithalatının yıllık büyümesi (%)	Dünya İhracatındaki Payı	Dünya İhracatındaki Sıralaması
TOTAL	Bütün Ürünler	113979452	-71561585	5		12	3	0,8	33
	Tarım Alet ve Makinaları	158785	-99388						
'843629	Kümes hayvancılığına mahsus diğer Makina ve cihazlar	20042	-432	25	27	49	11	1,5	10
'843390	Hasat Makinalarına ait aksam ve parçalar	17041	8350	32	24	15	7	0,4	22
'843352	Diğer harman Makina ve cihazları	11283	8054	30	17	7	11	4,8	4
'843420	Sütçülükte kullanılan Makina ve cihazlar	10088	-8227	25	9	32	-4	1,9	14
'842481	Tarla bahçe ziraatine mahsus pulverizatörler	9975	-13861	17	20	37	8	0,4	26
'843230	Tohum ekme fidan dikme, fide söküp dikme Makinaları	9917	2467	6	4	6	8	0,9	15
'843229	Diğer tırmıklar kültüvatörler ot ayıklama ve çapalama Makinaları	8337	-10588	3	-5	49	10	0,9	19
'843410	Süt sağma Makinaları	8298	2218	5	7	19	12	2,8	7
'843290	Tarım bahçe ve ormancılıkta kullanılan Makinaların aksam ve parçaları	8082	3765	22	20	26	9	0,4	32
'843320	Çayır biçme Makinaları	7533	2700	21	13	21	-4	0,9	17
'843610	Hayvan yemlerini hazırlamaya mahsus Makina ve cihazlar	7329	1187	26	18	-39	4	1	17
'843210	Pulluklar	7084	7018	-8	-4	-1	3	2	12
'843359	Diğer hasat Makinaları	5218	-5815	13	-14	-26	4	0,5	17
'843699	Diğer tarla bahçe kümes vb mak. Ve cihazların aksam ve parçaları	4211	1099	27	12	2	5	0,4	30
'843490	Sütçülükte kullanılan Makina ve cihazların aksam ve parçaları	2785	-708	14	18	18	-5	0,4	19
'843691	Kümes hayvancılığı/cicvciv çıkartma Makinalarının aksam ve parçaları	2499	62	36	42	36	12	0,5	18
'843621	Cicvciv çıkartma ve büyütme mahsus Makina ve cihazlar	2422	-8100	76	97	157	4	1,1	14
'843240	Gübre yayma saçma Makinaları	2399	1829	23	20	11	3	0,8	20
'843340	Ot ve smanaı demt ya da balya yapan Makinalar	2094	-4718	45	20	-16	1	0,3	22
'843221	Diskli tırmıklar	1989	1676	6	-1	-8	8	1	19
'843351	Kombine biçerdöverler	1879	-56606	32	33	383	6	0,1	37
'843280	Tarla ve bahçe tarımına aşt diğer Makina ve cihazlar	1737	968	-6	-7	-13	0	0,2	41
'843680	Tarla bahçe ormancılık arıcılık için diğer	1683	-1768	23	-10	24	-2	0,1	42

	Makina ve cihazlar								
'843311	Motorlu çim biçme Makinaları	1041	-7993	8	-1	59	1	0	30
'843353	Kök ve yumru sökme Makinaları	972	-2736	16	9	17	2	0,2	14
'843330	Ot hazırlama Makina ve cihazları	784	630	-22	-29	16	-4	0,2	22
'843360	Yumurta meyve ve ürünleri ayırma temizleme Makinaları ve cihazları	654	-14058	-4	9	8	7	0,1	34
'843319	Diğer çim biçme Makinaları	601	-947	2	-5	189	-1	0,1	24
'843510	Şarap meyve suları için kullanılan Makina ve cihazlar	590	-4505	14	3	-20	-6	0,3	30
'843590	Şarap meyve suları vb Makinaların aksam ve parçaları	218	-349	107	10	9	-6	0,2	26

Ek 5: 2011 verilerine göre Türkiye'nin dış ticaret açığı verdiği ürün grupları

GTİP Kodu	Ürün Adı	Polonya'dan İthal Edilen Makinalar				
		2007 (Bin\$)	2008 (Bin\$)	2009 (Bin\$)	2010 (Bin\$)	2011 (Bin\$)
'843351	Kombine biçerdöverler (hasat-harman mak.)	24,643	16,823	22,29	45,557	62,645
'843340	Ot ve samanı demet veya balya yapan Makinalar	382	600	1,43	530	1,452
'843610	Hayvan yemlerini hazırlamaya mahsus Makinalar	214	268	109	382	1,075
'843410	Sağım Makinaları	0	479	97	1,764	810
'843390	Hasat Makinalarına ait aksam ve parçalar	174	422	232	328	600
GTİP Kodu	Ürün Adı	Türkiye'nin İtalya'dan ithal ettiği parçalar				
		2007 (Bin\$)	2008 (Bin\$)	2009 (Bin\$)	2010 (Bin\$)	2011 (Bin\$)
'843230	Tohum ekme, fidan dikme fide söküp dikme Makinaları	3,652	6,533	3,325	6,225	7,497
'843320	Çayır biçme Makinaları	3,512	3,935	2,466	3,824	6,594
'843359	Diğer hasat Makinaları	2,297	5,697	1,37	2,205	5,703
'843351	Kombine biçerdöverler	12,067	4,729	1,665	4,002	5,101
'843290	Tarım, bahçe ve ormancılıkta kullanılan Makinaların aks. Ve parçaları	1,479	1,983	2,015	2,544	4,372
GTİP Kodu	Ürün Adı	Türkiye'nin Almanya'dan ithal ettiği parçalar				
		2007 (Bin\$)	2008 (Bin\$)	2009 (Bin\$)	2010 (Bin\$)	2011 (Bin\$)
'843351	Kombine biçerdöverler	2,519	2,655	1,004	5,015	13,03
'843629	Kümes hayvancılığına mahsus diğer alet ve cihazlar	2,848	2,128	3,814	12,193	9,023
'843359	Diğer hasat Makinaları	1,68	1,53	501	1,109	5,732
'843420	Sütçülükte kullanılan Makina ve cihazlar	3,696	3,205	168	9,982	4,732
'843410	Süt sağma Makinaları	450	1,098	361	1,788	3,885
GTİP Kodu	Ürün Adı	Türkiye'nin Amerika'dan ithal ettiği parçalar				
		2007 (Bin\$)	2008 (Bin\$)	2009 (Bin\$)	2010 (Bin\$)	2011 (Bin\$)
'843359	Diğer hasat Makinaları	59,228	2,622	1,07	6,101	34,939
'843390	Hasat Makinalarına ait aksam ve parçalar	973	1,397	592	1,002	5,237
'842481	Tarla ve bahçe ziraatına mahsus pülverizatörler	3,675	4,981	3,604	3,989	2,79
'843610	Hayvan yemlerini hazırlamaya mahsus Makina ve cihazlar	0	2,035	457	133	2,664
'843629	Kümes hayvancılığına yönelik diğer Makina ve cihazlar	322	1,104	44	303	2,548
GTİP Kodu	Ürün Adı	Türkiye'nin Amerika'dan ithal ettiği parçalar				
		2007 (Bin\$)	2008 (Bin\$)	2009 (Bin\$)	2010 (Bin\$)	2011 (Bin\$)

'843229	Diğer tırmıklar, kültivatörler, ot ayıklama ve çapalama cihazları	310	1,257	1,297	5,462	13,804
'842481	Tarla bahçe ziraatına mahsus pülverizatörler	2,842	3,824	2,501	6,631	10,414
'843311	Motorlu çim biçme Makinaları	272	839	686	1,798	3,02
'843319	Diğer çim biçme Makinaları	262	807	205	534	958
'843290	Tarım, bahçe ve ormancılıkta kullanılan Makinaların aksam ve parçaları	153	1,243	320	294	615

MUŞ TARIM ALET VE MAKİNA ÜRETİCİLERİNİN YOL HARİTASI FİZİBİLİTE RAPORU

2012



🏠 Şerefiye Mah., Cumhuriyet Cad. 943, Sok. No:1 65140 İpekyolu / Van

☎ Tel : (0432) 215 65 55 (pbx) / Faks : (0432) 215 65 54 - (0212) 381 79 93

🌐 E-mail : bilgi@daka.org.tr / Web : www.daka.org.tr



www.facebook.com/doguanadolukalkinmaajansi
www.twitter.com/DAKA_org_tr