

İçindekiler

TEŞEKKÜR	10
YÖNETİCİ ÖZETİ	11
PROJE ALTYAPISI	12
Amaç	12
Özel Amaç	13
Beklenen Sonuçlar	13
Proje Zaman Çizelgesi	17
Proje Ekibi	18
YÖNTEM	20
Amaç	20
Analiz Yöntemi	20
Porter'ın Elmas Modeli	20
Veri Toplama Yöntemi	23
İkincil Veri Toplama Yöntemi	23
Birincil Veri Toplama Yöntemleri	24
Sektör Seçimi	26
Görüşme Yapılan Firma ve Kurumlar	27
LOJİSTİK SEKTÖRÜ REKABET ANALİZİ	34
Giriş	35
Dünya Lojistik Sektörünün Genel Durumu	37
Gelişmekte Olan Lojistik Pazarlar	40
Avrupa'daki Lojistik Üsler	41
Global Lojistik Performansı İndeksi	42
Türkiye'de Lojistik Sektörünün Genel Durumu	44
Mevcut Durum Analizleri	45
Türkiye'nin Lojistik Performansı:	47
Türkiye'de Lojistik Sektörünün Dağılımı	49
Lojistik Sektörü için Gelecek Planları:	50
Samsun'da Lojistik Sektörünün Genel Durumu	52
Elmas (Diamond) Modeli Rekabetçilik Analizi	57
Firma Stratejisi ve Rekabet Yapısı (Zayıf)	58
Girdi koşulları (Ortalama)	66
Talep Koşulları (Zayıf)	71
İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar (Zayıf)	75
Devlet	79

Bu rapor immoCentric tarafından Samsun İl Özel İdaresi için "Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi" Projesi kapsamında hazırlanmıştır. ©2010-2011

SAĞLIK HİZMETLERİ SEKTÖRÜ REKABET ANALİZİ.....	83
Giriş	84
Dünya’da Sağlık Sektörünün Genel Durumu.....	86
Sağlık Turizmi	87
Türkiye’de Sağlık Hizmetleri Sektörünün Genel Durumu	89
Türkiye’de Sağlık Turizmi.....	94
Sağlık Kentleri Projesi	95
Türkiye’de Kaplıca Turizmi	95
Sağlık Hizmetleri Esasları	96
Samsun’da Sağlık Hizmetleri Sektörünün Genel Durumu.....	98
Sağlık Kenti Samsun Projesi	100
Elmas (Diamond) Modeli Rekabetçilik Analizi	102
Firma Stratejisi ve Rekabet Yapısı (Ortalama).....	103
Girdi Koşulları (Zayıf)	109
Talep Koşulları (Zayıf).....	113
İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar (Zayıf).....	117
Devlet (Ortalama)	121
ANA METAL SANAYİ SEKTÖRÜ REKABET ANALİZİ	125
GİRİŞ.....	126
Dünya Ana Metal Sanayi Sektörünün Genel Durumu.....	130
Türkiye Ana Metal Sanayi Sektörünün Genel Durumu.....	136
Samsun Ana Metal Sanayi Sektörünün Genel Durumu	141
Elmas (Diamond) Modeli Rekabetçilik Analizi	142
Firma Stratejisi ve Rekabet Yapısı (Ortalama).....	143
Girdi Koşulları (Zayıf)	150
Talep Koşulları (İyi).....	156
İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar (Zayıf).....	160
Devlet(Zayıf)	165
KANATLI HAYVAN SEKTÖRÜ REKABET ANALİZİ	170
Giriş	171
Dünya Kanatlı Hayvan Sektörünün Genel Durumu	173
Türkiye’de Kanatlı Hayvan Sektörünün Genel Durumu	181
Samsun’da Kanatlı Hayvan Sektörünün Genel Durumu	188
Elmas (Diamond) Modeli Rekabetçilik Analizi	192
Firma Stratejisi ve Rekabet Yapısı (Ortalama).....	193
Girdi Koşulları (Zayıf)	200
Talep Koşulları (Zayıf).....	205
İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar (Zayıf).....	209
Devlet (Zayıf).....	213
MEDİKAL CİHAZLAR VE ALETLER SEKTÖRÜ REKABET ANALİZİ	216
Giriş	217

Dünya Medikal Sektörünün Genel Durumu	219
Türkiye’de Medikal Sektörünün Genel Durumu	223
Samsun’da Medikal Sektörünün Genel Durumu	232
Elmas (Diamond) Modeli Rekabetçilik Analizi	234
Firma Stratejisi Ve Rekabet Yapısı (Ortalama)	235
Girdi Koşulları (Ortalama).....	241
Talep Koşulları (İyi).....	245
İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar (Zayıf).....	248
Devlet (Ortalama)	252
BALIKÇILIK VE SU ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ REKABET ANALİZİ	255
Giriş	256
Dünya Balıkçılık Sektörünün Genel Durumu	257
Türkiye’de Balıkçılık Sektörünün Genel Durumu	259
Samsun’da Balıkçılık Sektörünün Genel Durumu	267
Elmas (Diamond) Modeli Rekabetçilik Analizi	268
Firma Stratejisi ve Rekabet Yapısı (Zayıf)	269
Girdi Koşulları (İyi)	274
Talep Koşulları (İyi).....	279
İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar (Ortalama)	282
Devlet (İyi).....	287
SONUÇLAR VE GENEL DEĞERLENDİRME.....	291
Sonuçlar	293
Firma Stratejisi ve Rekabet Yapısı	295
Girdi Koşulları	302
Talep Koşulları.....	307
İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar.....	311
Devlet.....	316
Genel Değerlendirme	320
Kanaat Önderleri Toplantısı Sonuçları.....	323
KAYNAKÇA	325

Tablolar Listesi

Tablo 1: Saha Çalışmaları Kapsamında Yapılan Görüşmeler.....	27
Tablo 2: Yıllık Ciro İçerisinde Lojistik Maliyet Oranı	36
Tablo 3: Lojistikte Ana ve Destek Hizmetler	36
Tablo 4: Lojistik Sektörünü İlgilendiren NACE Sınıfları.....	39
Tablo 5: Küresel Lojistik Üsler Dünya Liman Sıralaması.....	40
Tablo 6: Global Lojistik Performansı İndeksine Göre İlk 10 Ülke	43
Tablo 7: Karadeniz Bölgesi Limanları ve İş Hacmi Karşılaştırması	54
Tablo 8: Lojistik Sektörü Rekabet Analizi Sonuçları Genel Dağılımı.....	57
Tablo 9: Lojistik Sektörü Firma Stratejisi ve Rekabet Yapısı Değerlendirmesi	58
Tablo 10: Lojistik Sektörü “Firma Stratejisi ve Rekabet Yapısı” Rekabet Çarpanları	58
Tablo 11: Lojistik Sektöründe Samsun’da Faaliyet Gösteren Firmalar Arasındaki İşbirliği Kültürünün Seviyesi Anketi Sonuçları (Katılımcılar = 7 Sektör Firması + 2 Sektör Uzmanı)	65
Tablo 12: Lojistik Sektörü Girdi Koşulları Değerlendirmesi	66
Tablo 13: Lojistik Sektörü Girdi Koşulları Rekabet Çarpanları	66
Tablo 14: Lojistik Sektörü Talep Koşulları Değerlendirmesi.....	71
Tablo 15: Lojistik Sektörü Talep Koşulları Rekabet Çarpanları	71
Tablo 16: Lojistik Sektörü İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar Değerlendirmesi.....	75
Tablo 17: Lojistik Sektörü İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar Rekabet Çarpanları.....	75
Tablo 18: Lojistik Sektörü Devlet Koşulları Değerlendirmesi	79
Tablo 19: Lojistik Sektörü Devlet Koşulları Rekabet Çarpanları.....	79
Tablo 20:Dünya Sağlık Harcamalarının Kişi Başına Değerinin GSYİH’a Oranı.....	87
Tablo 21: 2009 Yılında Kişi Başı Sağlık Harcamasına Göre Karşılaştırma	90
Tablo 22: Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerde Sağlık Hizmetleri Sektörü Büyüme oranları	91
Tablo 23:Türk Sağlık Sistemine İlişkin Temel Göstergeler	92
Tablo 24:Türkiye’de Yataklı ve Ayakta Tedavi Hizmeti Veren Sağlık Kurumları.....	92
Tablo 25:Kamu ve Özel Hastane Sayıları	93
Tablo 26:Bin Kişiye Düşen Yatak Sayısı	93
Tablo 27: Sağlık Hizmetleri Sektörü Rekabet Analizi Sonuçları Genel Dağılımı	102

Bu rapor innoCentric tarafından Samsun İl Özel İdaresi için “Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi” Projesi kapsamında hazırlanmıştır. ©2010-2011

Tablo 28: Sağlık Hizmetleri Sektörü, “Firma Stratejisi ve Rekabet Yapısı” Değerlendirmesi	103
Tablo 29: Sağlık Hizmetleri Sektörü “Firma Stratejisi ve Rekabet Yapısı” Rekabet Çarpanları	103
Tablo 30: Sağlık Hizmetleri Sektöründe Samsun’da Faaliyet Gösteren Firmalar Arasındaki İşbirliği Kültürünün Seviyesi anketi sonuçları (katılımcılar = 5 sektör firması + 2 Sektör uzmanı)	108
Tablo 31: Sağlık Hizmetleri Sektörü, “Girdi Koşulları” Değerlendirmesi	109
Tablo 32: Sağlık Hizmetleri Sektörü “Girdi Koşulları” Rekabet Çarpanları	109
Tablo 33: Sağlık Hizmetleri Sektörü, “Talep Koşulları” Değerlendirmesi	113
Tablo 34: Sağlık Hizmetleri Sektörü “Talep Koşulları” Rekabet Çarpanları	113
Tablo 35: Sağlık Hizmetleri Sektörü, “İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar” Değerlendirmesi	117
Tablo 36: Sağlık Hizmetleri Sektörü “İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar” Rekabet Çarpanları	117
Tablo 37: Sağlık Hizmetleri Sektörü, “Devlet” Değerlendirmesi	121
Tablo 38: Sağlık Hizmetleri Sektörü “Devlet” Rekabet Çarpanları	121
Tablo 39. Dünya Ham Paslanmaz ve Isıya Dayanıklı Çelik Üretimi (1000 ton)	131
Tablo 40: Ülkelerin Dökümhane Sayıları, 2008	132
Tablo 41: Ülkelerin Dökümhane Sayıları	134
Tablo 42: Ana Metal Sanayi Rekabet Analizi Sonuçları Genel Dağılımı	142
Tablo 43: Ana Metal Sanayi “Firma Stratejisi Ve Rekabet Yapısı” Değerlendirmesi	143
Tablo 44: Ana Metal Sanayi “Firma Stratejisi Ve Rekabet Yapısı” Rekabet Çarpanları	143
Tablo 45: Ana Metal Sanayi Sektöründe Samsun’da Faaliyet Gösteren Firmalar Arasındaki İşbirliği Kültürünün Seviyesi Anketi Sonuçları (Katılımcılar = 7 Sektör Firması + 2 Sektör Uzmanı)	149
Tablo 46: Ana Metal Sanayi Sektörü, “Girdi Koşulları” Değerlendirmesi	150
Tablo 47: Ana Metal Sanayi “Girdi Koşulları” Rekabet Çarpanları	150
Tablo 48: Ana Metal Sanayi Talep Koşulları Değerlendirmesi	156
Tablo 49: Ana Metal Sanayi Talep Koşulları Rekabet Çarpanları	156
Tablo 50: Ana Metal Sanayi İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar Değerlendirmesi	160
Tablo 51: Ana Metal Sanayi Sektörü – İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar Rekabet Çarpanları	160
Tablo 52: Ana Metal Sanayi Devlet Koşulları Değerlendirmesi	165
Tablo 53: Ana Metal Sanayi Devlet Koşulları Rekabet Çarpanları	165
Tablo 54: Dünya kanatlı hayvan eti üretimi – 2008 (1.000 Ton)	175

Tablo 55: Ülkelere göre piliç eti üretimi – 2008 (1.000 Ton)	176
Tablo 56: Ülkelere göre hindi eti üretimi – 2008 (1.000 Ton)	176
Tablo 57: Ülkelere göre ördek eti üretimi – 2008 (1.000 Ton)	177
Tablo 58: Ülkelere göre kaz eti üretimi – 2008 (1.000 Ton).....	177
Tablo 59: Dünya yumurta üretimi (1.000 Ton), ithalat ve ihracat durumu	178
Tablo 60: Dünya yumurta üretimi (1.000 Ton)	179
Tablo 61: Dünya yumurta ithalatı durumu (USD/Ton)	179
Tablo 62: Dünya yumurta ihracatı durumu (USD/Ton).....	180
Tablo 63: Türkiye kesilen et tavuğu ve yumurta tavuğu sayıları ve et miktarı - 2009.....	182
Tablo 64: Türkiye kesilen hindi, kaz ve ördek sayıları ve et miktarı - 2009	183
Tablo 65: 2008-2018 arası Piliç ihracatındaki temel ülkeler ve Türkiye'nin Durumu, 2010 ...	185
Tablo 66: Türkiye Kanatlı Eti ve Sakatatı İhracat Durumu, 2010	185
Tablo 67: Samsun İli Kanatlı İşletmeler Sayısı – 2008.....	189
Tablo 68: Samsun İli Kanatlı Sayısı ve Üretimi – 2008	189
Tablo 69: Samsun İlçeler İtibariyle Kanatlı Kümes Hayvanı Sayısı – 2008.....	191
Tablo 70: Kanatlı Hayvan Sektörü Rekabet Analizi Sonuçları Genel Dağılımı.....	192
Tablo 71: Kanatlı Hayvan Sektörü Firma Stratejisi ve Rekabet Yapısı Değerlendirmesi	193
Tablo 72: Kanatlı Hayvan Sektörü - Firma Stratejisi ve Rekabet Yapısı Rekabet Çarpanları.	193
Tablo 73: Kanatlı Hayvan Sektöründe Samsun'da Faaliyet Gösteren Firmalar Arasındaki İşbirliği Kültürünün Seviyesi Anketi Sonuçları (Katılımcılar = 5 Sektör Firması + 2 Sektör Uzmanı).....	199
Tablo 74: Kanatlı Hayvan Sektörü – Girdi Koşulları Değerlendirmesi	200
Tablo 75: Kanatlı Hayvan Sektörü – Girdi Koşulları Rekabet Çarpanları	200
Tablo 76: Kanatlı Hayvan Sektörü – Talep Koşulları Değerlendirmesi.....	205
Tablo 77: Kanatlı Hayvan Sektörü – Talep Koşulları Rekabet Çarpanları.....	205
Tablo 78: Kanatlı Hayvan Sektörü – İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar Değerlendirmesi.....	209
Tablo 79: Kanatlı Hayvan Sektörü – İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar Rekabet Çarpanları ..	209
Tablo 80: Kanatlı Hayvan Sektörü – Devlet Koşulları Değerlendirmesi	213
Tablo 81: Kanatlı Hayvan Sektörü – Devlet Koşulları Rekabet Çarpanları	213
Tablo 82: Dünya İhracatında Önde Gelen Ülkeler ve İhracat Değeri	219
Tablo 83: Dünya İthalatında Önde Gelen Ülkeler ve İthalat Değeri.....	220
Tablo 84: 2007 Avrupa'da Medikal Cihaz Sanayi'nde Ülkelerin Payı.....	222

Tablo 85: Kategorilere Göre Türkiye Medikal Cihaz Pazarı	224
Tablo 86: Medikal Sektör İhracatının Alt Ürün Gruplarına Göre Dağılımı (Bin \$).....	229
Tablo 87: Medikal Sektör İthalatının Alt Ürün Gruplarına Göre Dağılımı (Bin \$).....	230
Tablo 88: Türkiye'deki Medikal Cihazlar ve Aletler Sektöründeki Sivil Toplum Kuruluşlarının Listesi	231
Tablo 89: Samsun ve Çevresinde Medikal Cihazlar ve Aletlerle İlgili Firma Sayıları.....	232
Tablo 90: Medikal Cihazlar ve Aletler Sektörü Rekabet Analizi Sonuçları Genel Dağılımı..	234
Tablo 91: Medikal Cihazlar ve Aletler Sektörü - Firma Stratejisi Ve Rekabet Yapısı Değerlendirmesi.....	235
Tablo 92: Medikal Cihazlar ve Aletler Sektörü – “Firma Stratejisi Ve Rekabet Yapısı” Rekabet Çarpanları.....	235
Tablo 93: Medikal Cihazlar ve Aletler Sektöründe Samsun'da Faaliyet Gösteren Firmalar Arasındaki İşbirliği Kültürünün Seviyesi Anketi Sonuçları (Katılımcılar = 6 Sektör Firması + 2 Sektör Uzmanı)	239
Tablo 94: Medikal Cihazlar ve Aletler Sektörü – Girdi Koşulları Değerlendirmesi.....	241
Tablo 95: Medikal Cihazlar ve Aletler Sektörü – Girdi Koşulları Rekabet Çarpanları	241
Tablo 96: Medikal Cihazlar ve Aletler Sektörü – Talep Koşulları Değerlendirmesi.....	245
Tablo 97: Medikal Cihazlar ve Aletler Sektörü – Talep Koşulları Rekabet Çarpanları.....	245
Tablo 98: Türkiye'nin Medikal ve Cerrahi Alet İthalat Miktarı (Bin \$).....	246
Tablo 99: Türkiye'nin Medikal ve Cerrahi Alet İhracatı	246
Tablo 100: Medikal Cihazlar ve Aletler Sektörü – İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar Değerlendirmesi.....	248
Tablo 101: Medikal Cihazlar ve Aletler Sektörü – İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar Rekabet Çarpanları.....	248
Tablo 102: Türkiye'de Medikal Cihazlar Ve Aletler Sektöründeki Sivil Toplum Kuruluşları	250
Tablo 103: Medikal Cihazlar ve Aletler Sektörü – Devlet Koşulları Değerlendirmesi	252
Tablo 104: Medikal Cihazlar ve Aletler Sektörü – Devlet Koşulları Rekabet Çarpanları.....	252
Tablo 105: 2009 Yılı Su Ürünleri Genel Verileri.....	259
Tablo 106: Su ürünleri üretimi, ihracatı, ithalatı ve tüketimi	260
Tablo 107: Türkiye'de Avlanan Deniz Balıkları Miktarı (ton)	260
Tablo 108: Yetiştiricilik Üretimi (ton)	262
Tablo 109: Türkiye'nin Su Ürünleri İhracat Ve İthalatı.....	264

Tablo 110: Ülkeler İtibarı ile Türkiye'nin Su Ürünleri İhracatı (Miktar: Kg Değer: Dolar)....	265
Tablo 111: Ülkeler İtibarı ile Türkiye'nin Su ürünleri İthalatı (Miktar: Kg. Değer : Dolar)	265
Tablo 112: 2009 yılı Deniz Ürünleri Üretimi (ton).....	267
Tablo 113: Samsun Balıkçılık ve Su Ürünleri Sektörü Sanayi Rekabet Analizi Sonuçları Genel Dağılımı	268
Tablo 114: Balıkçılık ve Su Ürünleri Sektörü - Firma Stratejisi Ve Rekabet Yapısı Değerlendirmesi.....	269
Tablo 115: Balıkçılık ve su ürünleri sektörü - Firma stratejisi ve rekabet yapısı rekabet çarpanları.....	269
Tablo 116: Balıkçılık ve Su Ürünleri Sektöründe Samsun'da Faaliyet Gösteren Firmalar Arasındaki İşbirliği Kültürünün Seviyesi Anketi Sonuçları (Katılımcılar = 6 Sektör Firması + 2 Sektör Uzmanı)	272
Tablo 117: Balıkçılık ve Su Ürünleri Sektörü - Girdi Koşulları Değerlendirmesi	274
Tablo 118: Balıkçılık ve Su Ürünleri Sektörü - Girdi Koşulları Rekabet Çarpanları	274
Tablo 119: Balıkçılık ve Su Ürünleri Sektörü - Talep Koşulları Değerlendirmesi.....	279
Tablo 120: Balıkçılık ve Su Ürünleri Sektörü - Talep Koşulları Rekabet Çarpanları	279
Tablo 121: Balıkçılık ve Su Ürünleri Sektörü - İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar Değerlendirmesi.....	282
Tablo 122: Balıkçılık ve Su Ürünleri Sektörü - İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar Rekabet Çarpanları.....	282
Tablo 123: Balıkçılık ve Su Ürünleri Sektörü – Devlet Koşulları Değerlendirmesi	287
Tablo 124: Balıkçılık ve Su Ürünleri Sektörü - Devlet Konusundaki Rekabet Çarpanları	287
Tablo 125: Sektörlerin Ana Başlıklarda Karşılaştırılması.....	294

Şekiller Listesi

Şekil 1: Porter'ın Elmas Modeli.....	22
Şekil 2: Ülkelere Göre 2009 Yılı'nın İthalat ve İhracat Rakamları.....	38
Şekil 3: Bölgelere Göre 2009 Yılı Dünya İhracatı.....	38
Şekil 4: Avrupa'daki Lojistik Üsler	41
Şekil 5: Batı Avrupa Lojistik Üsleri Pazar Büyüklüğü.....	41
Şekil 6: Global Lojistik Performansı Haritası	43
Şekil 7: Genel olarak Türkiye'nin lojistik performansı:.....	48
Şekil 8: Çeşitli ülkelerle karşılaştırıldığında Türkiye'nin performansı:.....	48
Şekil 9: Lojistik Üs Gelişim Modeli	52
Şekil 10: TCDD Demiryolu Bağlantıları.....	55
Şekil 11: Ülkelere göre dünya döküm üretiminin dağılımı	135
Şekil 12: Üreticilerin İllere Göre Dağılımı	232

TEŞEKKÜR

Sektör araştırma ve saha çalışmaları başta olmak üzere proje faaliyetlerinin koordinasyonunda özverili çalışmalar gösteren TC Samsun İl Özel İdaresi Yöneticileri ve Kümelenme ve İnovasyon Birimi çalışanlarına, izleme ve değerlendirme faaliyetlerinde görüşleriyle destek olan Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı çalışanlarına ve bilgi ve deneyimlerini Samsun için paylaşan sektör temsilcileri ve uzmanlarına teşekkür ederiz.

YÖNETİCİ ÖZETİ

“Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi” projesi, Samsun’un ekonomik gelişimini hızlandırmak ve rekabet yetenekleriyle öne çıkan sektörlerin kümelenme çalışmalarına gerekli altyapının oluşturulması amacıyla Samsun’da faaliyet gösteren 6 sektörün rekabet analizi gerçekleştirilmiştir. Rekabet analizi mevcut durum analizinin yanında rekabet avantajına sahip sektörlerin tespiti, sektörlerin dezavantajlı noktalarının tespiti ve geliştirilecek yeni projeler için altyapı sunma gibi yararlar sağlamaktadır.

Yapılan rekabet analizinde Michael Porter’ın Elmas Modeli kullanılmıştır. Bu modelde sektörlerin rekabet koşulları 5 ana başlık altında incelenmekte ve diğer sektörlerle karşılaştırmalar yoluyla görece rekabet avantajları ortaya konulmaktadır.

Sektör analizleri gerçekleştirilirken birincil ve ikincil veri toplama yöntemleri kullanılmıştır. Birincil veri kaynakları olarak akademisyenler, sektör danışmanları, kamu kurumlarında sektör konusunda uzmanlaşan yetkililer dahil olmak üzere sektör uzmanlarıyla görüşmeler yapılmıştır. Elmas Modeli uygulanırken Samsun’da yenilikçi bir yöntemle, sadece sektör uzmanlarıyla değil, sektörlerin değer zincirinin farklı aşamalarındaki firmaların yöneticileriyle de görüşmeler yapılmış ve verileri analize dahil edilmiştir. Bu görüşmeler web bazlı kaynaklar, sektörel yayınlar, sivil toplum kuruluşları ve meslek birliklerince gerçekleştirilen Samsun ve sektörlerle yönelik analizler gibi verilerle desteklenmiştir. İkincil veri kaynakları olarak da DPT, TÜİK, DTM, KOSGEB, Dünya Bankası, AB Türkiye Komisyonu, ABGS, TPE, İGEME, TSKB, Özel Bankalarca hazırlanan sektör verileri, kamu kurumlarınca hazırlanan master planlar, yüksek lisans ve doktora tezleri, kalkınma ajanslarınca sunulan bölgesel analizler gibi kaynaklar değerlendirilmiştir.

Gerçekleştirilen analiz çalışmalarına göre Balıkçılık ve Su Ürünleri, Medikal Cihazlar ve Aletler ve Sağlık Hizmetleri sektörünün rekabet güçleri *ortalama* seviyede, Lojistik, Ana Metal Sanayi ve Kanatlı Hayvanlar sektörünün rekabet gücü ise *zayıf* seviyede olduğu ortaya çıkmıştır.

PROJE ALTYAPISI

Amaç

“Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi” projesi, Samsun’un ekonomik gelişimini hızlandırmak ve rekabet yetenekleriyle öne çıkan sektörlerin kümelenme çalışmalarına gerekli altyapının oluşturulması amacıyla Samsun Valiliği İl Özel İdaresi tarafından başlatılmıştır. Projede amaç, yerel paydaşlarca önerilen sektörlerin rekabetçilik düzeylerinin saha araştırmaları, bölgesel verilerin derlenmesi, sektör temsilcileri, kanaat

önderleri, üniversite ve diğer yerel kurumlarla gerçekleştirilecek toplantılar, görüşme ve çalıştaylar yoluyla görüşlerinin derlenmesi, analiz edilmesidir.

★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★

Küme (cluster), bilindiği üzere “sektör” merkezli bir konudur. Özünde de inovasyon sistemi diye tanımladığımız sistemi sektör bazına indirgeyip, işleyişini mükemmelleştirmek yer alır. Yani hedefte yine işletmelerin inovasyona yöneltilmeleri vardır, ancak kümelenme, bir alana odaklanır. O sektör/alandaki inovasyon sisteminin daha verimli ve doğru yapılandırılmış halde düzenlenmesini hedefler. (InnoCentric, 2008)

★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★

Bu proje sonunda elde edilecek “Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi Raporu”, bundan sonra başlatılacak kümelenme girişimleri için akademik ve teknik altyapı oluşturacaktır. Bu bağlamda, ulusal ve uluslararası ekonomik sistemde kendine yer edinebilmesi için Samsun halkının yenilikçilik potansiyelinin ortaya çıkarılması gerekmektedir. Bu potansiyelin tespiti ve serbest bırakılması, şehirde daha yüksek katma değere sahip ürünlerin üretilmesi için ihtiyaç duyulan anahtar olacaktır.

Kümelenme, gitgide karmaşıklaşan müşteri talepleri için değer yaratarak elle tutulur sonuçlar veren denenmiş bir yaklaşım ve bölgesel rekabet yeteneklerinin geliştirilmesi ve şehirlerarası gelişmişlik farklarının azaltılması konusunda

önemli bir yerel ekonomik kalkınma modelidir. “Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi”, Samsun ili ve çevresinde kümelenme çalışmalarının başlatılabilmesi için hangi sektörlerin nasıl desteklenmesi, bu stratejiyi uygulamak için kurumsal kapasitenin nasıl arttırılması ve ulusal ekonominin rekabetçi kapasitesini nasıl geliştirmesi gerektiğine ilişkin konuların tamamını içermektedir. Bu nedenle Raporun

hazırlanması, tüm ilgili tarafların işbirliği ile daha da ilerletilmesi gereken, ileriye doğru atılmış olan büyük bir adımdır.

Geçmiş yıllarda farklı kurumlar tarafından farklı nedenlerle hazırlanmış çalışmalar bulunmasına karşın, Samsun'da gözlemlenen en büyük noksanlıklardan biri, Samsun'un ekonomik hayatında gerçekten hangi sektörlerin söz sahibi olduğu ve bu sektörlerle yönelik özel çalışmaların nasıl yönlendirilmesi gerektiğine ilişkin verilerin kısıtlı olmasıdır. Hazırlanacak rapor bu bakımdan, bu boşluğu doldurmak için öncü bir adımdır. "Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi" raporu temel kavramları, mevcut girişimlerin bulgularını ve politika uygulama hükümlerini başarılı bir biçimde bir arada toplamaktadır – bunlar, harekete geçirilecek yakın ve anlamlı bir strateji arayışında olan bir politika oluşturucuna uygun ve daha çok derinlik taşıyan önerilerdir.

Özel Amaç

- ✚ Samsun'da rekabet yetenekleri ve ihracat potansiyelleri ile öne çıkan sektörleri tespit etmek,
- ✚ Öne çıkan sektörlerde kümelenme potansiyelini tespit etmek, kümelenme ve gelişimlerine destek olmak ve kümelenmeyi başlatmak,
- ✚ Rekabet analizi çalışmaları için veri alt yapısını oluşturmak,
- ✚ Bölgenin ve firmaların inovasyon, rekabet, işbirliği, rekabet öncesi işbirliği gibi kavramların bilinirliğini artırmak,
- ✚ Samsun'da rekabetçi yeteneklerin geliştirilmesi ve katma değer yaratımının artırılması yoluyla bölgesel gelişme sağlanması için kümelenme oluşumu ile ilgili farkındalık oluşturmak ve küme oluşumlarına destek olmak

Beklenen Sonuçlar

- ✚ Samsun ve çevresinde yerleşik sektörlerin rekabet yetenekleri ve ihracat potansiyellerinin mevcut durumunun tespiti ve rekabet gücünün mevcut seviyesi hakkında veri toplanması
- ✚ Rekabet, bölgesel rekabet, kümelenme gibi kavramların bölgesel paydaşlarca (işletmeler, meslek kuruluşları, odalar, kamu kurumları, üniversiteler, ar-ge aktörleri, danışmanlar ve diğer ilgililerce) tanınmasının sağlanması
- ✚ Türkiye'nin kümelenme politikasının geliştirilmesi amacıyla yapılan çalışmalara, Samsun İl Özel İdaresi ve proje ortakları/iştirakçiler yoluyla, bölgenin ekonomik,

sosyal ve çevresel kalkınma boyutlarıyla sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlanacak ve ulusal kümelenme politikalarının yerelde uygulanması,

- ✚ Proje faaliyetleri olarak gerçekleştirilecek Sektör seçim çalıştay ve kanaat önderleri toplantılarıyla, sektör paydaşlarının birbirini tanımaları, ortak bir vizyon ve hedefe beraber ulaşılmasında işbirliğinin öneminin ortaya çıkması ve kurumlar arası ortak çalışma kültürünün oluşturulması
- ✚ Samsun ve çevresinde geliştirilecek kümelenme çalışmalarında, stratejik planlama ve teknik/akademik altyapının oluşturulması
- ✚ Sektör paydaşları arasında rekabet yeteneklerinin geliştirilmesi ve katma değer artırımı konusunda işbirliği kültürü geliştirilmesi,
- ✚ Samsun'da kümelenme alt yapısının oluşturulması ve bölgesel farkındalık sağlanması,
- ✚ Kurumsal olarak proje kapsamında elde edilecek tecrübe ve bilgi birikimleri ile Samsun'da iş kümelerinin oluşturulmasına ve diğer illerde de benzer uygulamaların hayata geçirilmesine katkı sağlayacak ve “yerel kümelenme modeli”nin geliştirilmesi



★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★

*2 Kasım 2010 – Sektör
Seçim Çalıştayı, TC
Samsun İl Özel İdaresi*

★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★

Proje Zaman Çizelgesi



T.C. Samsun İl Özel İdaresi tarafından gerçekleştirilen ihtiyaç analizi ve Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı'na (OKA) proje sunulması



OKA tarafından projenin onaylanması



Proje ekibinin atanması



Sektör Seçim Çalıştayı
2 Kasım 2010



Sektör araştırmaları



Saha çalışmalarını, firma ve uzman ziyaretleri



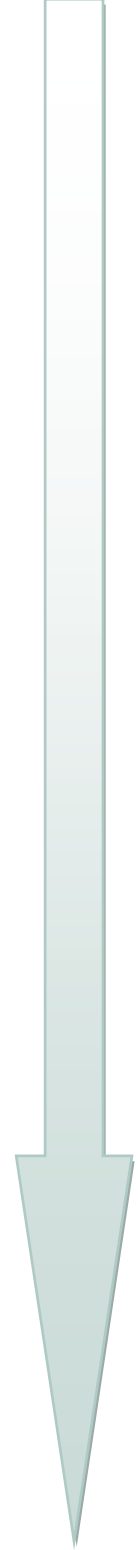
Kanaat Önderleri Toplantısı, saha ve araştırma sonuçlarının paylaşımı - 30 Aralık 2010



Eğitim -
Raporlama



Ulusal Etkinlik - Sonuçların Paylaşımı
6 Ocak 2011



Proje Ekibi

Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi projesi, Samsun Valiliği İl Özel İdaresi, Ar-Ge Dairesi Başkanlığı altında kurulan Kümelenme ve İnovasyon Merkezi tarafından yürütülmektedir. Projede Kümelenme ve İnovasyon Merkezi'nden Ahmet ÜSTÜNEL ve Dr. Sema ARIMAN çalışmaktadır. Projenin danışmanlık işleri; saha çalışması ve rekabet analizlerinin hazırlanması innoCentric'e yaptırılmıştır. innoCentric proje ekibi de Arife YILMAZ, O. Arda MUTLU ve Barış Cihan BAŞER'den oluşmaktadır.

Ahmet ÜSTÜNEL



1986 yılında Kayseri'de doğdu. Lise öğrenimini Adana 19 Mayıs Lisesinde yaptı. 2008 yılında Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi İstatistik Bölümünde lisans eğitimini tamamladı. 2009 yılında Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstatistik Anabilim Dalında yüksek lisans eğitimime başladı. Şubat 2010'dan itibaren Samsun İl Özel İdaresi, Araştırma ve Geliştirme Daire Başkanlığında İstatistikçi olarak görev yapmaktadır.

Dr. Sema ARIMAN



1975 yılında Samsun'da doğdu. Lise öğrenimini Samsun Namık Kemal Lisesinde yaptı. 1997 yılında Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, Çevre Mühendisliği Bölümünde lisans eğitimini tamamladı. 2000 yılında Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Çevre Mühendisliği Anabilim Dalında yüksek lisans eğitimini, 2009 yılında ise aynı ana bilim dalında doktora eğitimini tamamladı. 6 yıl Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü kadrosunda araştırma görevlisi olarak görev yaptı. Haziran 2009'dan itibaren Samsun İl Özel İdaresi, Kümelenme ve İnovasyon Merkezi Koordinatörü olarak görev yapmaktadır.

Arife YILMAZ

Lisans ve yüksek lisans eğitimini Gazi Üniversitesi Endüstri Mühendisliği bölümünde tamamlamıştır. Özel sektörde dış ticaret deneyiminin ardından Türk Patent Enstitüsü'nde 8 yıl Patent Uzmanı olarak çalışan YILMAZ,



inovasyon, girişimcilik ve KOBİ, yeniden yapılanma ve AB projeleri konularında uzmandır. “Türk KOBİ’lerin İnovasyon Kapasitelerinin Geliştirilmesi İçin Sınai Hakların Etkin Kullanımının Sağlanması Projesi”nde Genel Koordinatör olarak 2 yıl süre ile görev yapmıştır. 2007 yılından itibaren innoCentric’de İş Geliştirme Koordinatörü ve Danışman olarak çalışmalarına devam etmektedir. İnovasyon Derneği ve Yenileşim Derneği yönetim kurulu üyesidir.

O. Arda MUTLU



Arda MUTLU, TED Ankara Koleji ve Gazi Üniversitesi Makine Mühendisliği bölümü mezunudur. Satış, müşteri ilişkileri ve halka ilişkiler konularında dört, Kalite Güvence ve Kontrol Sistemleri ve Hijyenik Akış Sistemleri konularında da sekiz senelik deneyime sahiptir. 2007 senesinde, İC Danışmanlık ve Eğitim Hizmetleri şirketini kurmuş ve halen bu firmada inovasyon, girişimcilik, iş planı ve fikir yarışmaları için konsept geliştirme konularında aynı zamanda Şirket Müdürü olarak görevine devam etmektedir. MUTLU birçok seminere konuşmacı olarak da katılmaktadır. Arda MUTLU Yenileşim Derneğinin kurucu üyesi ve yönetim kurulu üyesidir.

Barış Cihan BAŞER



Gazi Üniversitesi Makine Mühendisliği Bölümünden mezun oldu. Eti Holding’de Mühendis ve Türk Patent Enstitüsü’nde Patent Uzmanı olarak toplam 8 sene kamuda çalıştı. Her ülkede bir otorite yetiştirmeyi amaçlayan ve iki sene süren “İnovasyon Destek Eğitim Programına (Innovation Support Training Programme)” Türkiye adına katıldı. 2005 yılında Avrupa Patent Akademisi’nin sözleşmeli eğitmeni olarak görev yaptı. 2005 yılından bu yana birçok projede görev aldı ve patent, inovasyon, kümelenme, bölgesel kalkınma konularında 200’ün üzerinde eğitim verdi. Yenileşim Derneği ve Türkiye Küme Yöneticileri Kulübü’nün kurucuları arasında yer aldı. Halen kurucu ortağı olduğu innoCentric firmasında İnovasyon ve Kümelenme Uzmanı ve Ostim Savunma ve Havacılık Kümelenmesi’nde Koordinatör olarak çalışmalarına devam etmektedir.

YÖNTEM

Amaç

Değişen Dünya düzeni, ticari ve ekonomik kurallar tüm Dünya ülkelerini rekabet şartlarını geliştirmek ve bu yolla ülkenin refah düzeyini yükseltmeye yöneltmiştir. Ancak rekabet kavramı incelendiğinde sosyal, teknolojik, iktisadi, psikolojik hatta siyasi ayakları olan kompleks bir kavram ortaya çıkar. Rekabetin çok boyutlu olması nedeniyle ülkelerin ve işletmelerin rekabet gücü değişik faktörlere bağımlı kalmaktadır. Yaşanan hızlı değişim sonrası rekabet gücü konusuna verilen önemin artmasıyla birlikte rekabet ve rekabet gücü konuları üzerinde yapılan araştırmaların sayısı da artmıştır. Rekabet kavramının sürekli değişim göstermesi, konunun en farklı algılanan kavramlardan olmasına neden olmuştur. Çeşitli bilim disiplinleri bu konuya değişik bakış açıları getirmiş, ancak rekabet gücünün çok boyutlu yapısı genellikle göz ardı edilmiştir.

[Değer zinciri: ürün ve hizmetin kavramsal olarak gelişim noktasından başlayarak son tüketiciye ulaşması ve kullanım sonrasına kadar geçen süreçte parçası olduğu tüm operasyonları açıklayan ve işletmede katma değer nasıl ortaya çıkarıldığına dair bir modeldir.]

Samsun ekonomisine yön veren sektörlerin rekabet analizleri gerçekleştirilirken de literatürde yer bulmuş ve özellikle ülkemizde oldukça kabul gören rekabet analizi yöntemleri, uluslar arası rekabet kavramı bağlamında değerlendirilmiştir. Çalışma, karar vericiler açısından sektörlerin rekabet yeteneklerinin görsel olarak da değerlendirilebilmesi için grafiksel karşılaştırmalar ve istatistiklerle desteklenmiştir.

Analiz Yöntemi

Porter'in Elmas Modeli

Yukarıda sayılan sektörlerin uluslar arası rekabetçilik pozisyonları analiz edilirken Michael Porter'in elmas modeli kullanılmıştır. Bu yöntemi geliştirirken Michael Porter 10 ülkedeki başarılı iş kümelenmelerini ve rekabet avantajı yaratılmış endüstrilerdeki dinamik süreçleri

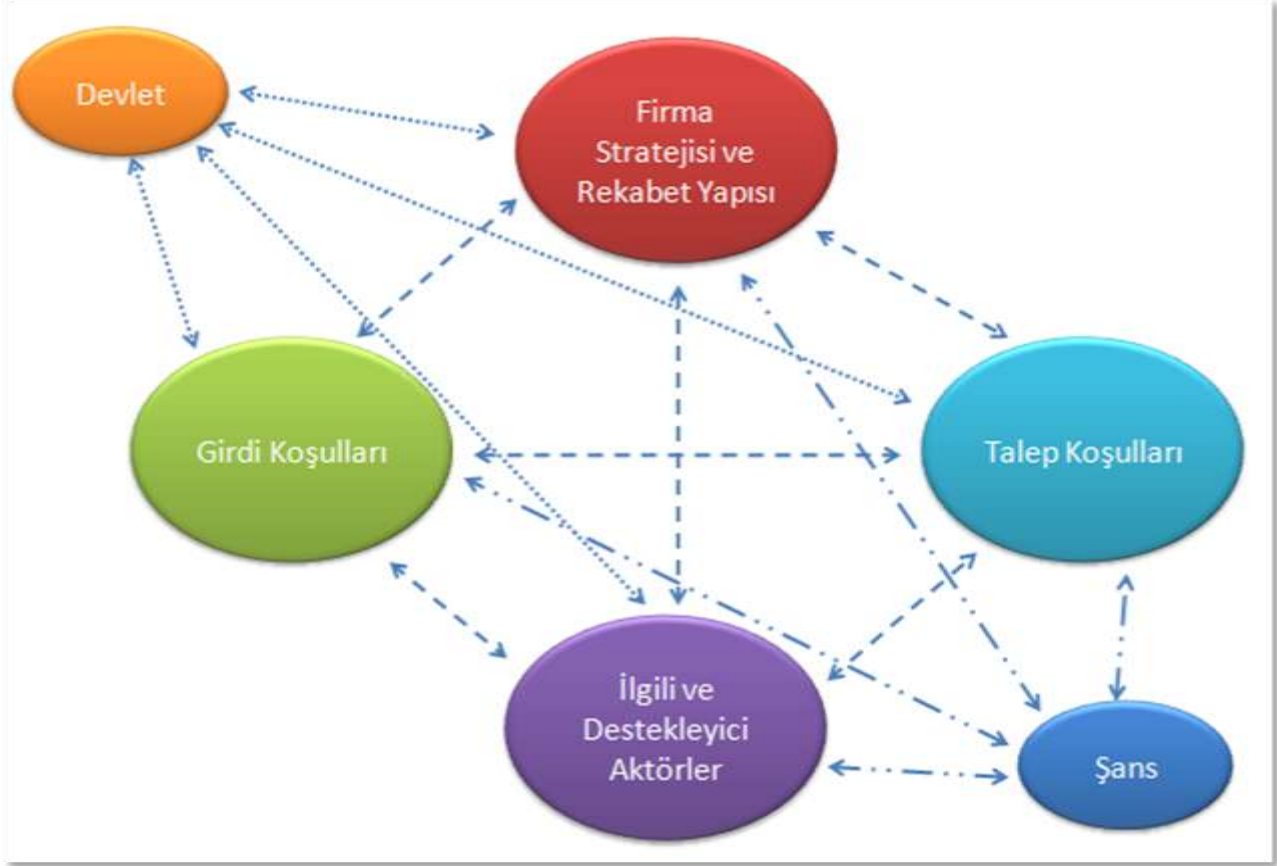
analiz etmiştir. Rekabet işletme bazında irdelendiğinde, bir işletmenin rekabet gücünün sektöründeki diğer işletmelerin performansı ve değer zincirindeki diğer aktörlerin performansıyla ilgili olduğu görülmektedir.

ELMAS MODELİ DEĞİŞKENLERİ

Porter'ın gerçekleştirdiği rekabet araştırmaları sonucunda uluslararası rekabet analizi gerçekleştirilirken 6 ana faktörün analiz edilmesi gerektiğini ortaya koymuştur. Porter'ın Elmas Modeli sektörlerin rekabet gücünün bu 6 ana faktör kapsamında *göreceli* olarak değerlendirilmesine dayanır. Tanımlanan 6 faktör sırasıyla:

1. **Girdi koşulları**; örneğin insan kaynakları, fiziki altyapı, bilgi kaynakları, sermaye ve diğer altyapı unsurları vb,
2. **Talep koşulları**; iç talep yada dış talep, potansiyel pazarlar ve talebin niteliği, kullanıcının(müşterinin) seçiciliği,
3. **İlgili ve destekleyici aktörler**; uluslararasılaşma ve inovasyonla ilgili aktörlerdir. Örneğin girdi maliyetlerinin azaltılması, süreç iyileştirme sağlanması, inovasyon zincirindeki diğer işletmelerin inovasyon yapma konusunda motive edilmesini sağlayan kurum, kuruluş ve sivil toplum örgütleri bu başlık altında değerlendirilir,
4. **Firma stratejisi, yapı ve rekabet** faktörü; firmaların kurulma nedenleri, kendilerine belirledikleri amaç ve nasıl yönetildikleri rekabet açısından önemlidir. Buldukları çevrede "rekabet" olması, firmaların rekabet yeteneklerini geliştirip inovatif olmaya iteceğinden önemlidir. Bu başlık altında değerlendirilebilecek unsurlara örnek olarak bölgesel şartlar, sektörde faaliyet gösteren diğer firmaların yapısı, yerli-yabancı sermaye, firmaların inovasyon kapasiteleri, rekabete yaklaşımları verilebilir,
5. **Devlet**; yukarıda sayılan 4 koşulu da etkiler. Bölgesel, ulusal ve uluslararası unsurlar bu faktör başlığında değerlendirilir. Örneğin Devlet talebin nasıl şekilleneceği, inovasyon kapasitesinin nasıl geliştirilebileceğini de etkiler,
6. **Şans**; işletmenin kontrolü altında gerçekleşen ve diğer faktörler altında değerlendirilemeyen unsurlar için bu faktör ayrılmıştır.

ŞEKİL 1: PORTER'İN ELMAS MODELİ



Veri Toplama Yöntemi

“Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi” gerçekleştirilirken araştırmanın temel amacına ulaşılabilmesi için hem nicel hem de nitel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Bu bağlamda, hem birincil hem de ikincil veri toplama teknikleri kullanılmış, Elmas Model adı verilen yöntemle Sektör Seçim Çalıştayı ve bölgesel aktörlerle görüşmeler yapılarak belirlenen sektörler analiz edilmiştir.

Araştırmada *birincil* ve *ikincil* veri toplama yöntemleri birlikte kullanılmıştır. Birincil veri toplama yöntemi olarak yüzyüze görüşme, derinlemesine mülakat yöntemleri kullanılmıştır. Bu görüşmeler Samsun’da yerleşik kurum ve kuruluşların temsilcileri, sektör uzmanları ve sektörün genel durumu hakkında bilgi sunabilecek firma temsilcileri ile gerçekleştirilmiştir.

Bu yöntemler Samsun’da farklı kurum ve kuruluşlarca özellikle son yıllarda gerçekleştirilmiş olan sektör araştırmaları, altyapı analizleri, ihracat analizleri, Samsun’un vizyonunun belirlenmesi ve güncellenmesine ilişkin veriler, raporlar, analizlerle desteklenerek ikincil veriler elde edilmiştir. Bu tür veriler bölgesel veri olarak kullanılırken ulusal ve bölgesel kaynaklardan gelen araştırma, analiz ve istatistikler de sektörlerin değerlendirilmesi için ikincil veriler olarak kullanılmıştır.

İkincil Veri Toplama Yöntemi

Sektör Seçim Çalıştayı, Samsun’da yerleşik kurum, kuruluşların temsilcileriyle gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların dağılımına örnek vermek gerekirse; Valilik, Samsun İl Özel İdaresi, OKA, Samsun Ticaret Odası, Büyükşehir Belediyesi, TEKNOKENT, Samsun KOSGEB İGEM, Organize Sanayi Bölgeleri Müdürlüğü, AKS TV, Kanal S TV, Makine Mühendisler Odası Samsun Şubesi, TOSYÖV, SAMSİAD, Samsun MÜSİAD, Samsun KASİAD, Garanti Bankası Samsun Şubesi, Türkiye İş Bankası Samsun Şubesi, Halk Bankası Samsun Şubesi’nden temsilciler Samsun ekonomisine yön veren sektörler hakkında fikirlerini beyan etme imkanı bulmuşlardır.

Bu çalıştay daha sonra Samsun İl Özel İdare, Samsun Ticaret ve Sanayi Odası ve KOSGEB Samsun İGEM temsilcileriyle gerçekleştirilen toplantıyla desteklenmiş ve önerilen sektörler

netleştirilerek, birincil veri toplama sürecinde yapılabilecek görüşmeler, bilgi kaynakları vb ortaya konulmuştur.

Daha sonra çalıştayda tespit edilen sektörlerle ilgili olarak da literatür çalışması gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma ile sektörlerin Dünyada ve ülkemizdeki konumları ve son gelişmeler ve son olarak da Samsun ölçeğinde sektörün durumunun raporlanması için gerekli kaynaklar tespit edilerek rekabet analizinde değerlendirilmiştir. Bu bilgi kaynakları DPT, TÜİK, DTM, KOSGEB, Dünya Bankası, AB Türkiye Komisyonu, ABGS, TPE, İGEME, TSKB, SABEK A.Ş., Özel Bankalarca hazırlanan sektör verileri, kamu kurumlarınca hazırlanan master planlar, yüksek lisans ve doktora tezleri, kalkınma ajanslarınca sunulan bölgesel analizler gibi kaynaklardır. Bu kaynaklardan hem nitel (kalitatif) hem de nicel (kantitatif) veriler elde edilmiştir.

Birincil Veri Toplama Yöntemleri

İkincil veri toplama yöntemleriyle sektörlerle ilişkin derlenen bilgiler, rekabet analizinin Porter'ın Elmas Modeline göre şekillendirilebilmesi için birincil veri toplama yöntemiyle derlenen verilerle desteklenmiştir. Bu aşamada sektör uzmanları, sektörlerin genel durumuna ilişkin veri-bilgi sunabilecek firma temsilcileriyle derinlemesine mülakatlar gerçekleştirilmiştir.

UZMANLARLA MÜLAKATLAR

Samsun Valiliği İl Özel İdaresi, Samsun Ticaret ve Sanayi Odası ve KOSGEB Samsun İGEM işbirliğiyle rekabet analizi yapılmak üzere seçilen sektörlerde bölgesel gerçeklere hakim uzman ve sektör profesyonelleri tespit edilmiştir. Bu uzmanlarla (akademisyenler, sektör danışmanları, kamu kurumlarında sektör konusunda uzmanlaşan yetkilileri vb) sektörlerin girdi koşulları, talep dağılımı, inovasyon ve uluslararasılaşma konusunda bilgi ve destek sunan kuruluşlar, kamu kurumlarınca sağlanan rekabet ortamı, bölge işletmelerinin yapısal gerçekleri ve rekabet stratejileri hakkında bilgiler alınmıştır. Aynı zamanda bu uzmanlardan konuşulan kriterlerin işletmelerin rekabet gücüne ne ölçüde etkili olduğunun derecelendirilmesi istenilmiştir. Sektör analizleri için 12 uzmanla derinlemesine mülakat ve anket yöntemleri beraber kullanılarak görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Uzmanların elmas modeli değişkenleri ve alt unsurları sektör işletmelerin rekabet yeteneklerine etkisi

açısından derecelendirmesi istenilerek, her sektörün kendine özgü rekabet gücü parametreleri şekillendirilmiştir.

FİRMALARLA MÜLAKATLAR

Uzmanlarla gerçekleştirilen mülakatlar, ikincil veri toplama yöntemleriyle derlenen veriler ışığında değerlendirilip firma temsilcilerince verilen saha verileriyle desteklenerek Elmas Modeli için gerekli rekabet unsurlarına ilişkin derecelendirme yapılacak hale getirilmiştir. Firma temsilcileri mülakatlarda, sektörlerinin uluslararası rekabetçilik durumunu tespit etmeye yönelik Elmas Modeli'nin temel ve alt değişkenlerini değerlendirerek kendi firmalarının perspektifinden bölgedeki ilgili sektör faaliyetlerini ve bu faaliyetler içindeki kendi paylarını sunma imkanı bulmuşlardır. Her sektörden en az 5 en çok 9 firma temsilcisi olmak üzere toplam 36 firma temsilcisiyle mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Firma temsilcilerinden aynı zamanda Elmas Modeli'nde firma yapısı ve rekabet stratejisi başlığı için önemli bir girdi olacak inovasyon kapasitesi analizi için veriler de alınmış ve bu sayısal verilerin, Elmas modelinde uygulanan benchmark (kıyaslama) sürecinde yardımcı veriler olarak kullanılması sağlanmıştır.

Sektör Seçimi

“Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi” için sektör seçimi iki aşamalı olarak gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada sektör seçim Çalıştayı ile bölgesel paydaşların fikirleri derlenmiş, ikinci aşamada ise kurumlar arası toplantılar ve sektör uzmanlarının görüşleri ile ilk çalıştayda listelenen sektörler arasında firma sayısı, bölgede yoğunluk, uzmanlık, bölgesel öncelikler ve rekabet üstünlükleri değerlendirilerek son liste netleştirilmiştir.

Sektör Seçim Çalıştayı, Samsun’da yerleşik kurum, kuruluşların temsilcileriyle gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların dağılımına örnek vermek gerekirse; Valilik, Samsun İl Özel İdaresi, OKA, Samsun Ticaret Odası, Büyükşehir Belediyesi, TEKNOKENT, Samsun KOSGEB İGEM, Organize Sanayi Bölgeleri Müdürlüğü, AKS TV, Kanal S TV, Makine Mühendisler Odası Samsun Şubesi, TOSYÖV, SAMSİAD, Samsun MÜSİAD, Samsun KASİAD, Garanti Bankası Samsun Şubesi, Türkiye İş Bankası Samsun Şubesi, Halk Bankası Samsun Şubesi’nden temsilciler Samsun ekonomisine yön veren sektörler hakkında fikirlerini beyan etme imkanı bulmuşlardır.

Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörler Rekabet Analizi’nde projenin ilk ayağında gerçekleştirilen “Sektör Seçim Çalıştayı” ve kurum/kuruluşlarla görüşmeler neticesinde belirlenen 6 sektöre odaklanılmıştır. Bu sektörler belirlenirken bölgesel analizler ve araştırmalar ışığında, ulusal politikalar ve küresel trendler de göz önüne alınmaya çalışılmıştır. Proje kapsamında analiz edilmesi önerilen sektörler:

- ✚ Lojistik,
- ✚ Sağlık hizmetleri
- ✚ Tıbbi el aletleri
- ✚ Balıkçılık ve balık işleme,
- ✚ Ana metal sanayi,
- ✚ Kanatlı Hayvanlar’dır.

Görüşme Yapılan Firma ve Kurumlar

Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörler Rekabet Analizi Projesinde sektörler, firma ve kurumlarla ilgili rekabet bilgileri alınması için aşağıdaki firma ve sektör uzmanlarıyla görüşmeler gerçekleştirilmiştir:

TABLO 1: SAHA ÇALIŞMALARI KAPSAMINDA YAPILAN GÖRÜŞMELER

Firma Yetkilisi /Sektör Uzmanı	Firma / Kurum
Ahmet AYDIN	Ay-Pi Tavukçuluk
Ahmet KAYAR	Elektrosan
Ali GALİP	Samsun Makine Sanayi
Ali PAK	Erkut Nakliyat
Ali PAMUK	Pamuk Kardeşler
Alp ARSLAN	KOSGEB Samsun İGEM
Alper KURU	İl Sağlık Müdürlüğü
Atilla YILDIZTEKİN	Lojistik Danışmanı
Bedir YILDIRIM	Samsunport
Burhan HEKİMOĞLU	Samsun İl Tarım Müdürlüğü
Bülent GÜNEN	Kartaş-TENDA
Bülent ÖZGEN	Atamed
Doç. Dr. Murat ÇELİK	Ulaşım Plancısı
Dr. İsmet AKÇAY	Baroklinik
Dr. Orhan AKDENİZ	Romatem
Dr. Uğur AKBAL	Samsun Acil Sağlık Hizmetleri Şube Müdürü
Dr. Yusuf KÖKSAL	Sağlık İl Müdürlüğü, İl Sağlık Müdür Yardımcısı

Bu rapor innoCentric tarafından Samsun İl Özel İdaresi için "Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi" Projesi kapsamında hazırlanmıştır. ©2010-2011

Esmâ ZEYBEKOĞLU	Samsun Tarım İl Müdürlüğü
Fuat KÖKTAŞ	Köktaşlar Lojistik
Hamit DURHAT	Aysam Tıbbi Aletler
Hasan CEYLAN	Ceylan Tıbbi Aletler
Hüseyin TANER	Aygün Cerrahi Aletler
Hüsnü ÇEP	Sampa Otomotiv
İhsan KALKAVAN	Kalkavan Denizcilik
Kadir GÜRKAN	MMO Samsun Şubesi
Kemal MALKOÇOĞLU	Malkoçoğlu Balıkçılık
Kenan ÇAKIR	Yemsel
Mehmet Murat BERK	Berk Yem
Mesut ERDOĞAN	Solmaz Gümrük Müşavirliği
Musa ÇAKIR	Samsun Yem
Musa SÜLEYMANOĞLU	Domak Pompa
Mustafa ALTINDEĞER	Samsun İl Tarım Müdürlüğü
Mustafa AYAZ	Yeşilyurt Demir Çelik
Mustafa BAHADIR	Bahadır Tıbbi Aletler
Mustafa YILMAZ	KOSGEB Samsun İGEM
Muzaffer ALTINTAŞ	Mediva Hastanesi
Nuhhan BAHADIR	Samsun Cerrahi
Onur KELEŞ	Tüfenk Döküm
Orkun TÜFENK	Aşçelik
Osman ATALAY	Sürsan Su Ürünleri
Osman DEMİRCİOĞLU	Demircioğlu – Sastaş Balıkçılık

Osman PARLAK	Kuzey Su Ürünleri - Kızılırmak Su Ürünleri
Raif AKMAN	Karadeniz Tavukçuluk
Tuncer ÜÇÜNCÜOĞLU	Karadeniz RORO
Yakup ERDEM	Sinop Üniversitesi Su Ürünleri Fakültesi
Yasemin TURAN	Büyük Anadolu Hastanesi
Yusuf KIYAK	Kıyak Kardeşler - Samsun Su Ürünleri
Zeki AYVAZ	Orsam Ortopedi ve Tıbbi Aletler





LOJİSTİK SEKTÖRÜ REKABET ANALİZİ



30.12.2010

Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi

Lojistik, küreselleşmeyle beraber en fazla gelişen sektörlerden biridir. Ülkeler arası sınırların kalkmasıyla çok farklı bölgelere ürün-hizmet sunabilen üreticilerin lojistik ihtiyaçları değişmekte ve yeniden şekillenmektedir.

Giriş

Lojistik (Logistics) kelime kökü itibariyle Latin dilinden Logic (mantık) ve statics (istatistik) kelimelerinin birleşmesinden meydana gelmiştir. Sözlük anlamı “mantıklı hesap”tır.

Lojistik esas olarak askerî bir terimdir, bundan dolayı ilk uygulamaları askerî alanlar ve savaş alanları olmuştur. Fakat esas önemi 2. Dünya Savaşı'nda anlaşılmış ve sonrasında lojistiğe bilimsel bir konu gözüyle bakılmaya başlanılmıştır. 2. Dünya Savaşı sonrası ABD'de birçok işletme lojistiğin önemini kavramış ve 1960'dan günümüze kadar süren gelişim süreci içerisinde lojistik hizmetlerinden faydalanmaya başlamıştır. (İ.Ü. Ulaştırma ve Lojistik Yüksekokulu)

Lojistiğin günümüzdeki kabul gören en geçerli tanımı Lojistik Yönetimi Konseyi (The Council of Logistics Management) (CLM) kuruluşu tarafından yapılmıştır. Bu tanıma göre: “Lojistik, müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamak üzere her türlü ürün, servis hizmeti ve bilgi akışının başlangıç noktasından (kaynağından), tüketildiği son noktaya (nihai tüketici) kadar olan tedarik zinciri içindeki hareketinin etkili ve verimli bir biçimde planlanması, uygulanması, taşınması, depolanması ve kontrol altında tutulması hizmetidir” (Oda, 2008)

Hem üretici firma içerisinde hem de dağıtım kanalı boyunca oluşan organizasyon ihtiyaçlarının tümü lojistik kapsamında değerlendirilmektedir. Lojistik sektörü, müşteri memnuniyetini ve düşük organizasyon maliyetini bir araya getirerek firmaların rekabet gücünü artırmak konusunda kritik destek sağlar.

Sektörden sektöre, üründen ürüne değişse de ortalama olarak bir ürünün satış fiyatının yüzde 4 ile 20'sini lojistik giderleri oluşturur. (TANYAŞ, 2010). Avrupa Lojistik Derneği'nce yapılan bir çalışmaya göre de yıllık ciro içinde işletmelerin lojistik için ayırdıkları pay ortalama %20 civarındadır ve üretim sektörüne göre (Tablo 2: Yıllık Ciro İçerisinde Lojistik Maliyet Oranı) bu oran çok daha artabilmektedir (örneğin gıda sektörü). Bu açıdan değerlendirildiğinde lojistik faaliyetleri ve bu alanda gerçekleştirilen optimizasyonlar sadece sektörün kendisi için değil, bölgesel üreticiler için de maliyet avantajı sağlaması yönünden önemlidir.

TABLO 2: YILLIK CİRO İÇERİSİNDE LOJİSTİK MALİYET ORANI

Gıda	%35
Kimya	%24
Metal	%26
Kağıt	%17
Tekstil	%15
Elektrikli Eşya	%16
Otomotiv	%14
Ortalama	%21

Kaynak: Avrupa Lojistik Derneği

Lojistik sektöründe yer alan faaliyetler incelendiğinde;

- ✚ Taşımacılık,
- ✚ Kalite Kontrol, Gözetim işleri,
- ✚ Gümrükleme,
- ✚ Finansman ve Sigortalama
- ✚ Depolama,
- ✚ Stok yönetimi,
- ✚ Dağıtım,
- ✚ Eğitim-Danışmanlık

gibi hizmetler öne çıkmaktadır.

Tüm lojistik hizmetlerini ana ve destek hizmetler olarak gruplandırırsak; aşağıdaki tablo ortaya çıkar:

TABLO 3: Lojistikte Ana ve Destek Hizmetler

Ana faaliyetler	Destek faaliyetler
Müşteri Hizmetleri	Depo/Dağıtım Merkezi Yer Seçimi ve Yerleşimi
Taşıma ve Trafik Yönetimi	Dokümantasyon Akışı
Envanter Yönetimi	Ürün/envanter akışı
Depo/Depolama Yönetimi	Üretim planlama
Elleçleme (handling)	Satın alma
Talep Yönetimi	Yedek parça ve satış sonrası hizmet destek
Sipariş Yönetimi (Bilgi iletişimi ve sipariş işleme)	Geri dönüşüm, Tersine lojistik
Koruyucu Ambalajlama	Sigortalama, Gümrükleme

Lojistiğin önemi AB'nin "2010 Transport Policy" adlı çalışmasında; "2010 yılına kadar taşımacılık politikalarında radikal çözümler oluşturulmazsa AB şirketlerinin rekabetçi gücü kalmayacaktır" şeklinde dile getirilmiştir.

Dünya Lojistik Sektörünün Genel Durumu

Küreselleşme, modern toplumları ve dünya düzenini yeniden şekillendiren hızlı sosyal, siyasal ve ekonomik değişmelerin arkasındaki ana güçtür. Günümüzde yükselen trendler; küreselleşme, hizmet farklılaşması (dış kaynak ağırlıklı), daha kısa üretim süreçleri ve bilgi toplumdur. Bu değerler ışığında giderek yaygınlaşan e-ticaretle birlikte daha da büyüyen küresel ekonomide, rekabet gücünü kaybetmek istemeyen şirketler için etkili lojistik ağları oluşturulması, başarının anahtarı konumuna gelmiştir.

Lojistik pazarı Amerika, Avrupa ve Asya-Pasifik olmak üzere yaklaşık olarak birbirine eşit pazar büyüklüğüne sahip 3 bölgeye ayrılmaktadır. Dünya üretim ve ticaret hacmi büyümeye devam ettiği sürece, lojistiğin önümüzdeki yıllarda önemli sektörlerden biri olması kaçınılmazdır. Bu öngörüü destekler şekilde, 2010 yılında AB'de eşya taşımacılığı hacminin yüzde 38, yolcu taşımaları hacminin de yüzde 24 artacağı (KOBİ EFOR Dergisi, 2006) veriler arasında sunulmaktadır. Bu oran diğer sektörlerdeki gelişme istatistikleriyle karşılaştırıldığında oldukça umut vericidir.

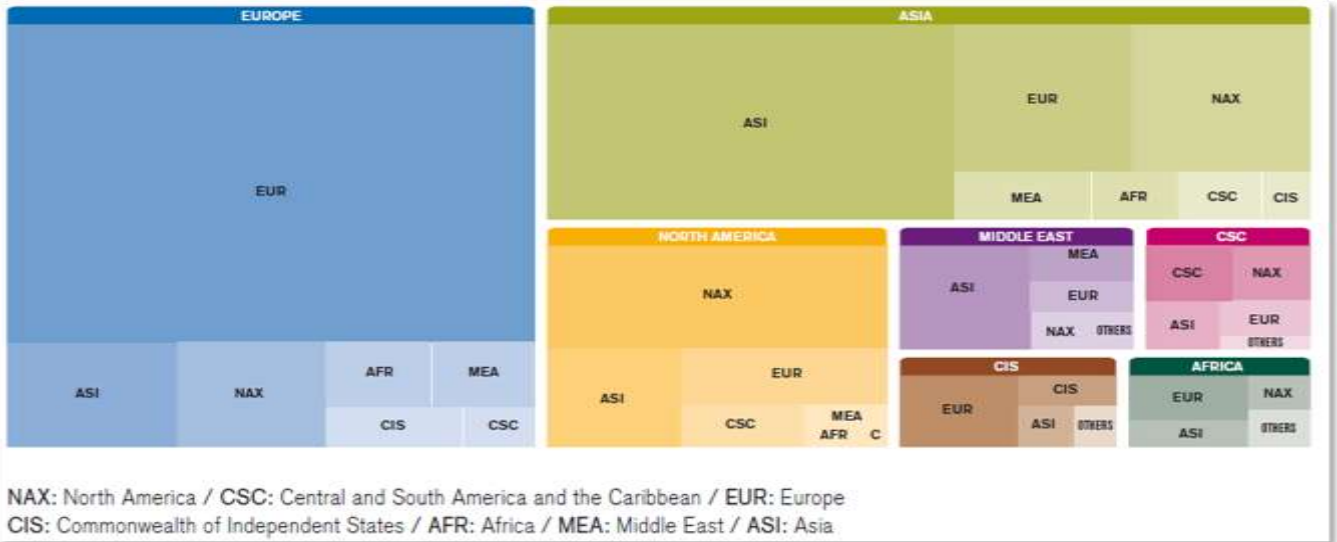
Dünya ticareti geliştikçe, özellikle üretim Doğuya kaydıkça lojistik üsleri olarak Çin, Kore ve Singapur'un potansiyeli oldukça artmıştır. Şekilde Dünya ticaretindeki son gelişmeler İthalat/ihracatın eşzamanlı olarak yoğun olduğu ülkeler, lojistik sektöründe de hızlı gelişmelere (özellikle son 10 yılda) sahne olmuştur. Amerika ve AB'nin (özellikle Almanya) geçmişten gelen performansı nedeniyle Dünya'nın en önemli lojistik üslerine ev sahipliği yapmaktadırlar. Lojistik ağlarının potansiyelini, özellikle uluslar arası taşımacılığı etkileyen bir unsur da ihracatın yapıldığı bölgelerin konumudur. Bu verilere paralel olarak Dünya lojistik pazarının yüzde elliden fazlasına sahip olan ABD ve Avrupa dışında, son dönemde, Dubai ve Hong Kong gibi şehirler de lojistik üs olma yolunda hızla ilerlemektedirler, 2007 yılında da en hızlı büyüyen bölge Asya-Pasifik bölgesi olmuştur. Kuzey Amerika ise küresel krizin de etkisiyle ithalatın gerilemesinin bir sonucu olarak dünya lojistik pazarı büyüme oranlarını aşağı yönde baskılayan bölge olmuştur. Her ne kadar 2009 yılının birinci ve ikinci çeyreğinde hızlı düşüş görülse de, Dünya ticaretinin akış yönü ve bölgelere dağılım oranları büyük değişiklik göstermemiştir, yani Avrupa ticaretinin % 72'si Avrupa içine, Asya ticaretinin %52'si Asya'ya, Kuzey Amerika'nın %48'i Kuzey Amerika'ya yönelmiştir.

ŞEKİL 2: ÜLKELERE GÖRE 2009 YILININ İTHALAT VE İHRACAT RAKAMLARI



Kaynak: Dünya Ticaret Örgütü, Uluslararası Ticaret İstatistikleri 2010

ŞEKİL 3: BÖLGELERE GÖRE 2009 YILI DÜNYA İHRACATI



Kaynak: Dünya Ticaret Örgütü, Uluslararası Ticaret İstatistikleri 2010

Dünya lojistik pazarı rekabetin küresel boyutta gözlendiği bir pazardır. Özellikle 2005 yılından bu yana dünya lojistik piyasalarında büyük satın alma ve birleşmelerin gözlendiği, pazarda konsolidasyonun izlendiği bir yıl olmuştur. Bu süreçte küçük birçok firma da kapanmış ya da daha büyük firmalarca satın alınmıştır. Tüm bu satın alma ve birleşmelere rağmen özellikle 3PL (Üçüncü Parti Lojistik: İşletmelerin lojistik faaliyetlerinde dış kaynak (outsourcing) kullanmak suretiyle gerçekleştirdikleri 3. parti lojistik (3 PL) olarak tanımlanmaktadır. Örneğin: Freight Forwarder (taşıma işleri organizatörü), hizmet sağlayıcı, taşıyıcı, antrepo işletmecisi vb.) pazarı halen bölünmüş pazar olma özelliğini korumaktadır. Küçük ve orta ölçekli firmalar ya da lojistik zincirinin sadece belli başlı alt dallarında hizmet

veren firmalar özellikle gelişmekte olan ülke ve bölgelerde halen pazarda önemli pay almaktadır.

Dünya lojistik pazarında müşteri taleplerinden teknolojik gelişmeye kadar birçok faktörün etkisiyle yeni eğilimler meydana gelmektedir. Bu gelişmeler arasında en kayda değerleri aşağıdaki gibidir:

- ✚ Daha kısa sipariş döngüleri,
- ✚ Daha küçük, daha sık ve daha güvenilir teslimatlar,
- ✚ Ürünün raf ömrüne, ürünün özelliklerine, üretim ve satış stratejilerine ve kısa dönemli tahminlerin güvenilirliğine ilişkin çok değişken teslim şekilleri,
- ✚ Daha az tedarikçiyle daha yakın ilişkiler,
- ✚ Enformasyon teknolojilerinin daha fazla oranda kullanılması,
- ✚ Lojistik hizmetlerinin dışarıdan alınması (outsorce)

ABD’de lojistik harcamaları GSMH’in %10’una karşılık geldiği varsayılmaktadır. Dünyadaki bu Pazar büyüklüğü birçok firmanın ortaya çıkmasına, firma evliliklerine, satın almalara neden yaratmıştır. Global pazarda en büyük ilk 10 lojistik firması toplam pazarın yaklaşık %25’ine sahiptir. (Ekotrent, 2010) Lojistik sektöründeki yüksek büyüme oranları ve bu oranlar göz önünde bulundurulduğunda Dünya piyasalarında son yıllarda görülen birleşme ve satın almaların, özellikle gelişmekte olan ekonomilerde gerek hizmet verilen bölgelerin kapsamının artırılması gerek ölçek ekonomisinden yararlanma amaçlarıyla devam etmesi beklenmektedir.

TABLO 4: LOJİSTİK SEKTÖRÜNÜ İLGİLENDİREN NACE SINIFLARI

H		ULAŞTIRMA VE DEPOLAMA
	4920	Demiryolu ile yük taşımacılığı
	4941	Karayolu ile yük taşımacılığı
	4942	Ev ve iş yerlerine verilen taşımacılık hizmetleri
	5020	Deniz ve kıyı sularında yük taşımacılığı
	5040	İç sularda yük taşımacılığı
	5121	Hava yolu ile yük taşımacılığı
	5210	Depolama ve ambarlama
	5221	Kara taşımacılığını destekleyici hizmet faaliyetleri
	5222	Suyolu taşımacılığını destekleyici hizmet faaliyetleri
	5223	Havayolu taşımacılığını destekleyici hizmet faaliyetleri
	5224	Kargo yükleme boşaltma hizmetleri
	5229	Taşımacılığı destekleyici diğer faaliyetler

5310	Evrensel hizmet yükümlülüğü altında postacılık faaliyetleri
5320	Diğer posta ve kurye faaliyetleri

Gelişmekte Olan Lojistik Pazarlar

Asya- Pasifik bölgesi, raporda daha önce de belirtildiği gibi özellikle son yıllarda en yüksek büyüme oranlarının görüldüğü bölgedir. Bu bölgenin yanı sıra son dönemlerde Ortadoğu pazarı da gelişmekte olan lojistik pazarlar arasına girmektedir. Ortadoğu pazarında havayolu ile yapılan taşımacılıktaki gerilemeye rağmen deniz taşımacılığının son yıllarda %15ler seviyesinde artış gösterdiği ifade edilmektedir. Dubai'deki Dubai Lojistik Hub da bölgeye yönelik ulaşım ağlarının daha etkin olarak kullanılmasına ve Dünya piyasalarındaki oyuncular açısından bölgenin bir çekim merkezi olarak değerlendirilmesinin sağlanmasına yönelik bir girişim olarak değerlendirilmektedir.

TABLO 5: KÜRESEL LOJİSTİK ÜSLER DÜNYA LİMAN SIRALAMASI

2007 Yılı	Limanlar	Metrik Ton
1	Shanghai	561
2	Singapore	483,6
3	Rotterdam	406,8
4	Ningbo	344
5	Guangzhou	340
6	Tianjin	309
7	Qingdao	265
8	Hong Kong	245
9	Dalian	220
10	Nagoya	215
11	Shenzen	199
12	Antwerp	182,9
13	Hamburg	140,4

Kaynak: (Erdal, Dünyada Lojistik Sektöründe Gözlenen Gelişmeler Lojistik Üs Kavramı ve Türkiye Analizi, Mart 2009)

“Gelecekte kurumların rekabeti ürettikleri ürünlerde veya tüketilen ülkelerde değil, kullandıkları tedarik zincirleri arasında olacaktır.”

Profesör Martin Christopher,
Cranfield University, U.K.

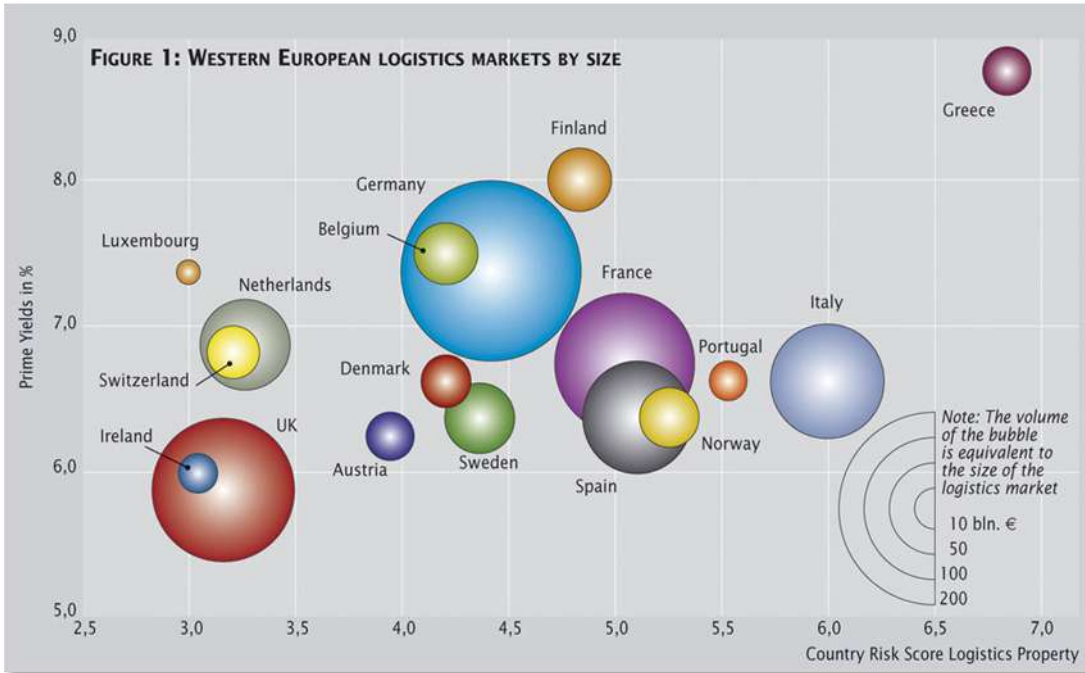
Avrupa'daki Lojistik Üsler

ŞEKİL 4: AVRUPA'DAKİ LOJİSTİK ÜSLER



Kaynak: (Rebitzer, 2007)

ŞEKİL 5: BATI AVRUPA LOJİSTİK ÜSLERİ PAZAR BÜYÜKLÜĞÜ



Kaynak: (Rebitzer, 2007)

Bu rapor innoCentric tarafından Samsung İl Özel İdaresi için "Samsung Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi" Projesi kapsamında hazırlanmıştır. ©2010-2011

Global Lojistik Performansı İndeksi

Dünya Bankası tarafından geliştirilen bir proje ile ülkelerin lojistik performansları değerlendirilmekte ve ülkelere her yıl karne verilmektedir. Bu çalışmada ülkelerin lojistik faaliyetleri 6 kriter üzerinden değerlendirilmektedir:

- ✚ Gümrüklerin ve diğer sınır işlemlerinin etkinliği: örneğin sınır kontrol noktaları ve gümrüklerde hız, basitlik, prosedürlerin öngörülebilirliği-tanımlanmışlığı,
- ✚ Ticaret ve taşıma işlerinin altyapı kalitesi: örneğin limanlar, demiryolu ağları, bilgi teknolojileri,
- ✚ Uluslararası sevkiyatların düzenlenmesinin kolaylığı ve maliyet avantajı sunabilme,
- ✚ Lojistik hizmetlerinde uzmanlık ve kalite: örneğin gümrük müşaviri, komisyoncusu, ulaştırma şirketleri,
- ✚ Yükleme ve izleme ve takip edilebilirliği,
- ✚ Zamanlama: yüklemelerin planlanan zamanda ve beklenen teslim süresi içinde alıcıya ulaşması

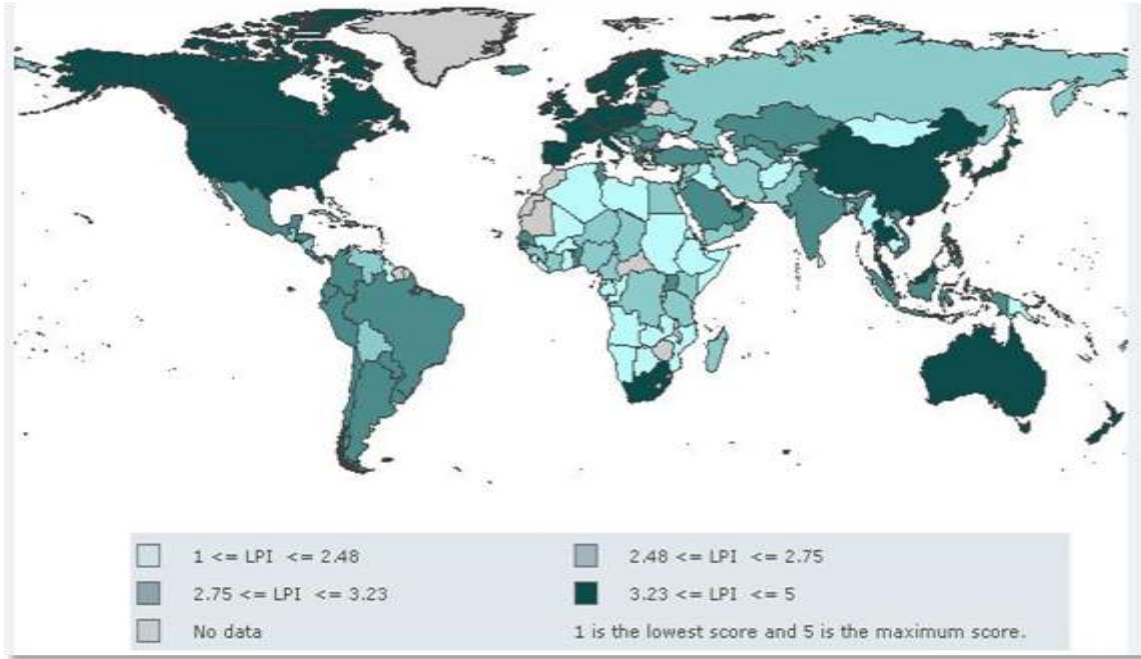
Bu çalışmanın 2010 yılı sonuçlarına göre; Dünyanın lojistik karnesi (Şekil 6: Global Lojistik Performansı Haritası) aşağıdaki çizimde gösterilmektedir. Dünya'da lojistik performansı bakımından ilk 10 ülke aşağıdaki şekilde (Tablo 6: Global Lojistik Performansı İndeksine Göre İlk 10 Ülke) gösterilmektedir.

Bu çalışma incelendiğinde:

- ✚ Gümrüklerin ve diğer sınır işlemlerinin etkinliği konusunda Lüksemburg'un başı çektiği listede Singapur, Almanya, Hollanda, İsveç, Norveç, Finlandiya, Hong Kong, Belçika ve Japonya ilk 10'da yer almaktadır.
- ✚ Altyapı konusunda en yüksek puan Almanya'nındır, gümrükler konusunda 1. Sırada olan Lüksemburg bu kriterde 9. sıradadır. Hollanda ve Norveç 2. ve 3. sırada yer almaktadırlar. ABD, bu kriterde Dünya 7.si olarak listeye girmektedir.
- ✚ Uluslararası sevkiyatların düzenlenmesinin kolaylığı ve maliyet avantajı sunabilme konusunda üst sıralarda Asya ülkeleri yer almaktadır. Singapur 1., Hong Kong 6., Tayvan 10. sıradadır. Bu kriterde ilk 10'da Avustralya da yer almaktadır. AB ülkeleri yüksek maliyetleri nedeniyle Japonya, Malezya gibi Asya lojistik üslerinden daha düşük sıralarda konumlanmaktadır.

- Lojistik hizmetlerinde uzmanlık ve kalitede bir numara İsviçre'dir. İlk 10 Japonya ve Singapur haricinde AB ülkelerinden oluşmaktadır.
- Yüklemelerin izleme ve takip edilebilirliği konusunda performans sıralaması uzmanlık ve kaliteyle aynıdır, İsviçre liderliğindeki listede ilk sıralarda AB ülkeleri bulunmaktadır.
- Zamanlamanın plana uygunluğu konusunda bir numara Lüksemburg'dur. Bu kriterde ilk defa Kanada (5.) ve Polonya (2.) da listeye girmektedir.

ŞEKİL 6: GLOBAL LOJİSTİK PERFORMANSI HARİTASI



Kaynak: Dünya Bankası, Lojistik Performansı İndeksi (Dünya Bankası, 2010)

TABLO 6: GLOBAL LOJİSTİK PERFORMANSI İNDEKSİNE GÖRE İLK 10 ÜLKE

Int. LPI Rank	Country	LPI	Customs	Infrastructure	International shipments	Logistics competence	Tracking & tracing	Timeliness
1	Germany	4.11	4.00	4.34	3.66	4.14	4.18	4.48
2	Singapore	4.09	4.02	4.22	3.86	4.12	4.15	4.23
3	Sweden	4.08	3.88	4.03	3.83	4.22	4.22	4.32
4	Netherlands	4.07	3.98	4.25	3.61	4.15	4.12	4.41
5	Luxembourg	3.98	4.04	4.06	3.67	3.67	3.92	4.58
6	Switzerland	3.97	3.73	4.17	3.32	4.32	4.27	4.20
7	Japan	3.97	3.79	4.19	3.55	4.00	4.13	4.26
8	United Kingdom	3.95	3.74	3.95	3.66	3.92	4.13	4.37
9	Belgium	3.94	3.83	4.01	3.31	4.13	4.22	4.29
10	Norway	3.93	3.86	4.22	3.35	3.85	4.10	4.35

Kaynak: Dünya Bankası, Lojistik Performansı İndeksi (Dünya Bankası, 2010)

Türkiye’de Lojistik Sektörünün Genel Durumu

Dünyadaki lojistik sektöre ilişkin gelişmelere paralel biçimde hizmetlerini çeşitlendiren ve uzmanlaşan Türkiye lojistik sektörü 2000 yılından itibaren, yerli ve uluslararası şirketlerle işbirliğine giden, uluslararası ayağı gelişmiş, hizmet kalitesi sürekli artan, dinamik bir sektör haline gelmiştir.

Türkiye coğrafyasının lojistik bakış açısıyla önemli üstünlükleri vardır. Jeostratejik açıdan Asya ve Avrupa ile Karadeniz ve Akdeniz arasında köprü konumunda olup üç kıtanın kesişim noktasındadır. Bu bakış açısıyla Türkiye; Avrupa, Balkanlar, Karadeniz, Kafkaslar, Hazar, Orta Asya, Orta Doğu ve Kuzey Afrika ülkeleri için bir dağıtım ve toplama (aktarma) merkezi olabilecek özelliği ile uluslararası lojistik açısından çok uygun bir konumdadır. Kıtalar arasında bulunan ve stratejik olarak önemli bir kavşakta bulunan Türkiye pazarı aynı zamanda işgücü ve arsa olanakları bakımından elverişli olanaklar sunmaktadır.

Dünyadaki benzer uygulamalara paralel biçimde hizmetlerini çeşitlendiren ve uzmanlaştıran Türkiye’de yerleşik lojistik sektörü 2000 yılının başına gelindiğinde, yerli ve uluslararası şirketlerle işbirliğine giden, yurtdışı bürolar açan hizmetlerinin kalitesini sürekli artıran, dinamik bir sektör haline gelmiştir.

Büyüme potansiyelinin oldukça yüksek olduğu lojistik sektörünün önemi Türkiye’de giderek artmaktadır. Hizmet sektörlerinden biri olan lojistik sektörünün, ülkemizde turizmden sonra en fazla potansiyeli bünyesinde barındıran ikinci sektör olduğu ifade edilmektedir. Bu öngörüler ulusal politika dokümanlarında da desteklenmektedir. “Ulaştırma” başlığı altında 9. Kalkınma Planı’nda Dünyada ticaretin giderek serbestleşmesine paralel olarak rekabetin arttığı, küresel ve bölgesel ölçekte organizasyonların ağırlık kazanmasıyla taşıma mesafelerinin uzadığı, hız unsurunun öne çıktığı belirtilerek bu durumun hammadde ve işlenmiş ürünlerin alıcılara düşük maliyetle ve zamanında ulaştırılmasının önemini artırdığı belirtilmektedir. Dolayısıyla lojistik hizmetler ile desteklenen kombine taşımacılık sistemlerinin kullanımı da yaygınlaştırmıştır.

Mevcut Durum Analizleri

KALKINMA PLANLARINDA MEVCUT DURUM ANALİZİ

9. Kalkınma Planı'nda ulaştırma konusundaki mevcut durum analiz edilerek, 2007-2013 planları, hedef ve tahminler sıralanmıştır. Mevcut durum analizinde altı çizilen sorunlar ve tespitler şöyledir (DPT, 2007):

- ✚ Ülkemizde başta karayolları olmak üzere *trafik güvenliğinin yeterli olmaması* önemli bir sorun olmaya devam etmiştir.
- ✚ Türkiye'de artan ulaşım talebine uygun olarak demiryolu ve denizyolu fiziki altyapısının yeterince geliştirilememesi ve kapıdan kapıya taşımacılık için en uygun ulaştırma türünün karayolu taşımacılığı olması, yük ve yolcu taşımalarının ağırlıklı olarak karayolu ağına yüklenmesine yol açmıştır. Bu durum taşıma türleri arasında *dengelessiz ve verimsiz bir ulaşım sisteminin oluşmasına* sebep olmuştur.
- ✚ VIII. Plan döneminde yurt içi yük taşımacılığında karayollarının payı 2000 yılında yüzde 88,7'den 2005 yılında yüzde 90 seviyesine ulaşmıştır. Sektörde küçük bir paya sahip olan deniz yolu yük taşımalarının payı daha da azalarak 2005 yılında yüzde 2,8 seviyesine gerilemiştir. Demiryolu ve boru hattı taşımaları paylarını korumuştur. Bu dönemde yurt içi yolcu taşımalarının yüzde 95,2'si karayolu ile gerçekleştirilmiştir. Yurt dışı yük taşımaları denizyolu, yolcu taşımaları ise havayolu ağırlıklı yapısını korumuştur.
- ✚ Sektör içindeki *kuruluşlar arasındaki koordinasyon eksikliği ve sektörün bütününe dengeli bir yapıda ele alan politikaların oluşturulamaması* sorunu bu dönemde de devam etmiştir.

Mevcut durum tespiti demiryolu, denizyolu, havayolu ve karayolu konularında detaylı analizler sunmaktadır. Kısaca değinmek gerekirse;

- ✚ Demiryolu sektöründe; demiryolu yoğunluğu konusunda Avrupa'da en az yoğunluğuna sahip ülke Türkiye'dir, TCDD'nin yeniden yapılandırılması devam etmektedir,
- ✚ Denizyolu sektöründe; 2001 yılında Limanlar Ana Plan Çalışması hazırlanmıştır. Türk deniz ticaret filosu Dünyada 2000 yılında 18. sırada yer almaktayken 2005'te 24. sıraya

gerilemiştir. Bu gerilemenin başlıca nedenleri finansman sorunu ve Türk bayrağı kullanmamaktır. Deniz emniyeti konusunda İspanya'yla ortak projeler gerçekleştirilmiştir. Limanlarda elleçleme (handling) konusunda 8. Kalkınma planında beklenen hedefin üzerine çıkmıştır,

- ✚ Havayolu sektöründe; biletler üzerinden alınan kamu payının düşürülmesi ve özel havayolu şirketlerinin iç hatlarda uçuşa başlaması yolcu talebini artırmıştır. DHMİ tarafından işletilen havaalanlarının işletmesi özel sektöre devredilmeye başlanmıştır. Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü'nün yeniden yapılanma ihtiyacı devam etmektedir.
- ✚ Karayolu sektöründe; en önemli problem trafik kazalarının yoğunluğudur. Ülkemizde trafik kazalarından kaynaklanan yolcu-km başına düşen ölü sayısı AB ortalamasının oldukça üzerindedir. Bölünmüş yollarla ilgili çalışmalar hızlanmıştır. Türkiye'nin uluslararası karayolu taşımacılık filosu 2004 yılı verilerine göre yaklaşık 32.000 araç ve 1,4 milyon tonluk taşıma kapasitesiyle yılda yaklaşık 2 milyar dolar civarında gelir sağlamak ve ihracatımızın değer olarak yüzde 40'ını taşımaktadır. AB ülkelerinde araçlarımıza uygulanan geçiş kotası sınırlamaları sorun olmaya devam etmekte, filo kapasitesinin etkin kullanımını engellemektedir. Taşımacılık sektöründe karayolunun ağırlığı hissedilmekte olup, taşınan malların ulaştırma yöntemleri arasında dengeli bir şekilde paylaşılması ihtiyacı devam etmektedir.
- ✚ Kent içi ulaşım konusunda motorlu taşıt sahipliğindeki artış; kent içi ulaşımında yaşanan fazla yakıt tüketimi, çevre kirlenmesi, kazalar ve trafik tıkanıklığı problemlerinin artarak devam etmektedir.

SWOT ANALİZİ

Türkiye'deki lojistik sektörünün analizi konusunda gerçekleştirilen bir çalışmada (Türkiye Sınai Kalkınma Bankası, 2009) ortaya konulan SWOT analizinde aşağıdaki konular öne çıkmıştır:

Güçlü Yönler <ul style="list-style-type: none">• Stratejik ve coğrafik konum,• Ekonomik büyüme,• Üretkenlik artışı,• Türkiye'nin üç tarafının denizlerle çevrili olması,• Kara taşımacılığının gelişmiş olması ve bu alanda önemli bir filoya sahip olma,• Maliyetlerin Avrupa ülkelerine göre düşüklüğü,	Zayıf Yönler <ul style="list-style-type: none">• Eğitimli/kalifiye personel yetersizliği,• Teknolojik altyapı eksikliği,• Demiryolu ve denizyolu taşımacılığı ve altyapısının yetersizliği,• Kombine taşımacılıktaki yetersizlikler,• Yaşlı taşıt filosu,• İş etiği eksiklikleri,• Mevcut tesis stoğunun çoğunluğunun kalitesiz olması,• Karayolu Taşıma Kanunu ve yönetmeliğinin getirdiği mali yükler,• Liman ve havalimanlarımız ile sınır kapılarının altyapı sorunları.
Fırsatlar <ul style="list-style-type: none">• Yabancı firmaların sektöre girişi,• Sektörün dinamik yapısı ve gelişme göstermesi• Genç ve dinamik nüfus,• Liman inşaatına elverişli bir coğrafi altyapı• Karadeniz, Balkan, Arap ve BDT ülkeleri• Avrupa Birliği üyeliği	Tehditler <ul style="list-style-type: none">• Ekonomideki belirsizlik ve dalgalanmalar,• Taşıma ile bağlantılı devam eden bir takım projelerin tamamlanmama riski

Türkiye ekonomisi için, lojistik faaliyetlerin gelişmiş düzeye ulaşması ve dünya standartlarına yaklaşmasının iki önemli yararı olacaktır. Türkiye sahip olduğu coğrafi konumu itibariyle yakın çevresinde lojistik hizmet verebilecek tek ülke olacaktır. Barındırdığı nüfus ve sahip olduğu büyük ekonomi nedeniyle, lojistik hizmetlerden yararlanacak olan milli üretici ve ihracatçı fayda sağlayacak, Türk ürünlerinin dış pazarlara erişim süre ve maliyeti azalacak, bu durum da talebi olumlu etkileyecektir.

Türkiye'nin Lojistik Performansı:

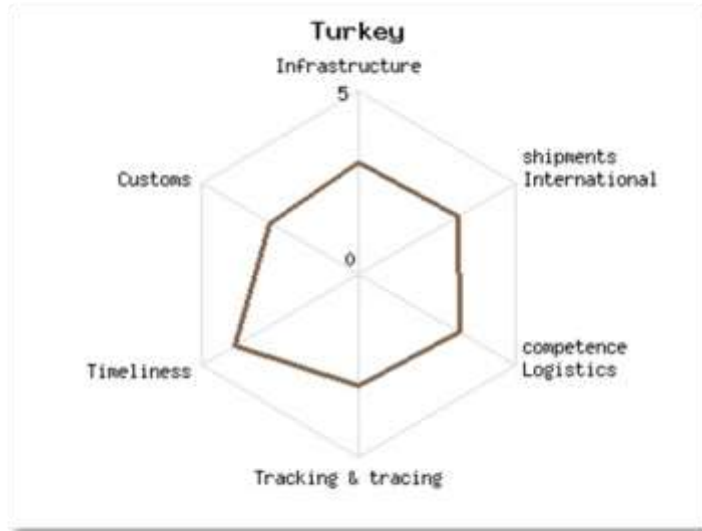
Dünya Bankası tarafından yürütülen Lojistik performansı indeksinde Türkiye'nin global puanı 3.22 ve sıralaması da 39'dur. Bu çalışma gerçekleştirilirken Dünya Bankası lojistik

profesyonellerine gönderdiği anketler yoluyla ülkelerin performanslarının değerlendirilmesini istemiştir. Rapor, Dünya'daki yaklaşık 1.000 lojistik profesyonelden anket yoluyla toplanan nitel verilere dayalı olarak oluşturulmaktadır. Sıralamada lojistiği büyümede stratejik sektör olarak benimseyen Almanya 4,11 puanla birinci, Singapur 4,09 puanla ikinci ve İsveç 4,08 puanla üçüncü sıradadır. Türkiye 2007'de 3,15 puanla 34. sırada yer almaktayken 2010 itibarıyla puanını 3,22 'ye artırmış ancak sırası 39.luğa gerilemiştir.

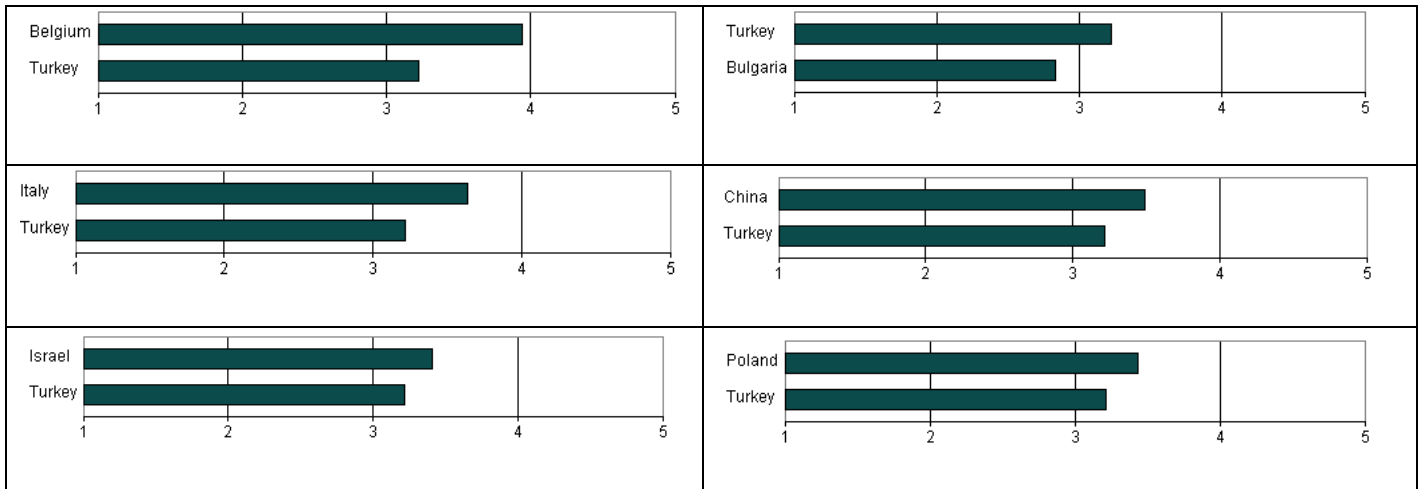
Turku School of Economics (TSE), Global Facilitation Partnership for Transportation and Trade (GFP), International Federation of Freight Forwarders Associations (FIATA) ve Global Express Association (GEA) işbirliğiyle gerçekleştirilen çalışmada Türkiye'nin en yüksek performans gösterdiği alan sevkiyatların zamanında alıcıya ulaşması kriteridir.

ŞEKİL 7: GENEL OLARAK TÜRKİYE'NİN LOJİSTİK PERFORMANSI:

		Turkey	
Overall LPI	score	3.22	
	rank	39	
Customs	score	2.82	
	rank	46	
Infrastructure	score	3.08	
	rank	39	
International shipments	score	3.15	
	rank	44	
Logistics competence	score	3.23	
	rank	37	
Tracking & tracing	score	3.09	
	rank	56	
Timeliness	score	3.94	
	rank	31	



ŞEKİL 8: ÇEŞİTLİ ÜLKELERLE KARŞILAŞTIRILDIĞINDA TÜRKİYE'NİN PERFORMANSI:



Türkiye’de Lojistik Sektörünün Dağılımı

Ülkemizde lojistik sektörü heterojen bir yapı göstermekte, sermaye, karlılık ve ciro büyüklüğü, anlayış, çalışma prensipleri, değerleri ve örgüt kültürleri açısından birbirinden farklı yapıda olan firmalar dikkati çekmektedir. Basit bir sınıflandırma yapılacak olursa (Babacan & Eriş, 2004)

1. Daha çok spot işler yapan küçük firmalar, geleneksel biçimde çalışmakta ve modern iş anlayışından uzak, anlık ve günlük işlerle varlıklarını sürdürebilmektedirler. Bu firmaların ilk amacı ciro ve karlılıktır. Kalıcı politikaları, ilkeleri ve pazarlama stratejileri yoktur.
2. Yerli sermaye ile kurulmuş, kökeni taşımacılık sektörüne dayanan, piyasa koşullarını bilen, bir yandan geleneksel bir yandan global olmaya çalışan KOBİler. Bu firmalarda örgütsel anlayış geleneksel, ticari anlayış büyümeye yöneliktir. Köklü deneyimleri vardır ve büyümek için pazarın büyümesi için çalışan firmalardır.
3. Bir holding bünyesinde olan, büyüme ve gelişme şansına sahip, uluslararası boyutta iş yapabilme yeteneğinde olan ve global partneri olan veya olmayan büyük firmalar. Bu firmalar örgütsel yapı olarak daha modern ilkelerle çalışan, sektörde marka olmaya çalışan, iş etiğine ve yaratacakları katma değere önem veren firmalardır.
4. Yabancı firmaların Türkiye şubeleri. Uluslararası marka olma avantajını kullanarak güven sağlayan ve kendi standartlarında hizmet vererek pazarın hizmet düzeyine katkı sağlayacağına inanan, aynı zamanda yerel avantajlardan yararlanmayı amaçlayan firmalardır.
5. Kuruluşu kargo şirketi statüsünde olan ve daha sonra aynı isimle bir lojistik firması kuran ve daha önce var olan kargo taşıma ağından yararlanan firmalar. Sektörde lider olmak, yeni projelerle pazar payını büyütme, yeni ürün ve hizmetlerle pazarda ilgi çekmek, yeni yatırımlar ve eğitimleri sürekli kılarak fark yaratmak gibi gelişme hedefleri bulunan firmalardır.

Türkiye’nin artan üretim, satış ve ticaret hacmiyle birlikte büyüyen lojistik sektörü 2000-2005 yılları arasında, değer bazında yıllık ortalama %30 seviyelerinde büyüme göstermiştir. Aynı dönemde Türkiye’nin ihracatı yılda ortalama %20, ithalatı %16 ve toplam dış ticareti %18 oranında büyümüştür. 2006 ve 2007 yıllarında ise lojistik pazarının yıllık ortalama %15-

20 seviyelerinde büyüdüğü tahmin edilmektedir. Türkiye'nin toplam dış ticareti de 2006 yılında %18, 2007 yılında %23 büyümüştür. Türkiye'nin ihracatında %60'lık pay ile ilk sırayı Avrupa ülkeleri almaktadır, bunu toplam %19'luk pay ile Yakın Doğu-Orta Doğu ülkeleri izlemektedir. 2008 yılında Türkiye'nin ihracatındaki ilk 5 ülke, toplam ihracatın %36'sını oluşturmaktadır. Bu ülkeler, Almanya (%9,8), İngiltere (%6,3), Birleşik Arap Emirlikleri (%6), İtalya (%5,9) ve Fransa (%5)'dir.

Lojistik Sektörü için Gelecek Planları:

9. Kalkınma Planı'nda taşımacılık sektörü için hedef ve tahminler olarak (DPT, 2007):

- ✚ Yük taşıma demiryollarına kaydırılacak ve önemli limanlar lojistik merkezleri haline getirilecektir. Trafik güvenliği artırılacak, altyapı ve bilgi iletişim teknolojilerinin kullanımı geliştirilecektir.
- ✚ Ulaştırma projelerinde “koridor” yaklaşımı benimsenerek alternatif taşıma yöntemlerinin kullanımı özendirilecektir, demiryolu ve denizyolu taşımacılığı özendirilecektir,
- ✚ AB'nin Trans-Avrupa Ulaştırma Ağlarının (TEN-T) Türkiye ile bütünleşmesini sağlayacak projeler başta olmak üzere Kafkas ülkeleri, Orta Asya ve Ortadoğu ile bağlantıları güçlendiren projeler desteklenecektir,
- ✚ Limanların yükleme-boşaltma yapılan noktalar olmalarının yanı sıra, kombine taşımacılık yapılabilen birer lojistik merkezi haline getirilmeleri hedefi doğrultusunda tüm ana limanların karayolu ve demiryolu bağlantıları tamamlanacaktır,
- ✚ Uluslararası taşıma filosunun kapasitesinin etkin kullanımını engelleyen, rekabeti bozan kota ve benzeri kısıtlamaların kaldırılması yönünde girişimlerde bulunulacaktır,
- ✚ Ticaret hizmetlerinde etkinliğin artırılması amacıyla, yük taşımacılığına yönelik olarak; toplama ve dağıtım aşamalarında ilgili tüm tarafların bir araya geldiği, konteynerlerin depolanması, tasnif edilmesi ve taşıma türleri arasında aktarımının sağlandığı, bürokratik işlemlerin tek bir mekanda basitleştirilerek çözümlendiği, yük başlangıç ve bitiş noktaları olarak tanımlanabilecek lojistik merkezler vasıtasıyla kombine taşımacılığa geçilmesi sağlanacaktır. Öncelikle, önemli limanlardan başlamak üzere belirli merkezlerde lojistik merkezler kurulacaktır.

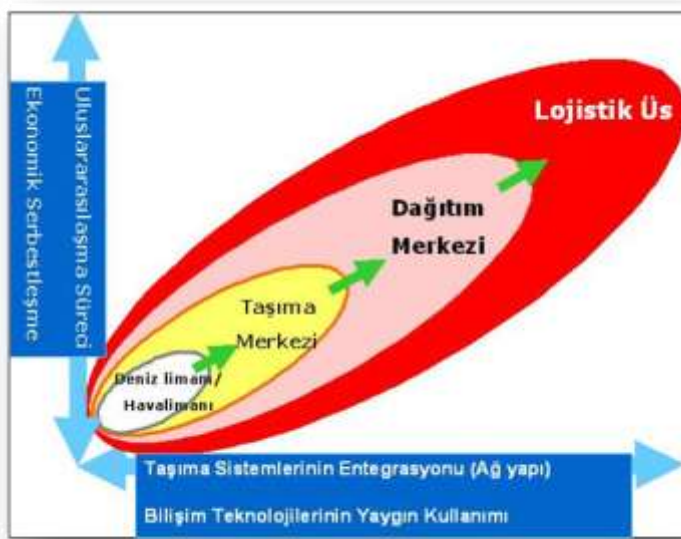
Planlarda dikkat çeken bir nokta da lojistik merkez olma konusunda İzmir, Marmara ve Doğu Akdeniz'in özellikle vurgulanarak, karayolu ve demiryolu bağlantılarının güçlendirilerek destekleneceğinin vurgulanmasıdır.

Taşımacılık, lojistik faaliyetlerin en önemli parçasıdır, ancak lojistik faaliyetler sadece taşımacılıktan oluşmamaktadır, depolama, gümrükleme, sigorta, kalite yönetimi, sipariş yönetimi, izleme, stok yönetimi gibi önemli yan/destek faaliyetler de sektörün önemli unsurlarındandır. Bu unsurlar hakkında gelecek öngörülerini de rekabet gücünün artırılması, iş ortamının iyileştirilmesi, enerji ve ulaştırma altyapısının iyileştirilmesi, ar-ge ve yenilikçiliğin geliştirilmesi, bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaştırılması, yüksek katma değerli üretim yapısına geçişin sağlanması gibi başlıklar altında belirlenen öngörüler lojistik hizmetlerine de sektör olarak hitap etmektedir.

Samsun’da Lojistik Sektörünün Genel Durumu

Bölgelerin “lojistik üs” olarak değerlendirilebilmeleri için de yukarıda sayılan hizmetlerin (Taşımacılık, Kalite Kontrol, Gözetim işleri, Gümrükleme, Finansman ve Sigortalama, Depolama, Stok yönetimi, Dağıtım, Eğitim-Danışmanlık gibi) o bölgede yoğunlaşması gerekir. Samsun özelinde incelendiğinde son yıllarda yapılan yatırım ve bilgi-altyapı geliştirme çalışmalarının odağında olan lojistik sektörünün bölgesinde önemli bir üs olması için önemli adımlar atıldığı ortadadır. Bu konuda bölgesel paydaşların ayrı ayrı gerçekleştirdiği altyapı geliştirme, mevcut durum tespiti, master plan hazırlanması gibi projelerde eşgüdüm sağlanması önemlidir. Aşağıdaki şekilden (Şekil 9: Lojistik Üs Gelişim Modeli) anlaşılacağı üzere de önemli bir lojistik üs olma vizyonunun uluslararasılaşma ve bilişim teknolojilerinin lojistik sektöre üst düzeyde entegrasyonu ile sağlanacağı da ortadadır. Bu iyileştirmelerle eşzamanlı olarak da sektörün hizmet kalitesinin de yükseltilmesi ön şarttır. Örneğin "Lojistik Yönetimi" ve "Uluslararası Taşımacılık Yönetimi" kitaplarının yazarlarından olan Dr. Metin Çancı'ya göre ülkemizde taşımacılık altyapısı son dönemdeki gelişmelere rağmen son derece yetersizdir. Bu yetersizlikler reel sektöre ek taşımacılık maliyetleri kadar iş kayıpları olarak da dönmekte ve büyük pazarlara yakın olma avantajını ortadan kaldırmaktadır. (Dr. Metin Çancı, 2009)

ŞEKİL 9: LOJİSTİK ÜS GELİŞİM MODELİ



Kaynak: Küresel Lojistik Kavramı ve Lojistik Üsler (Erdal, Küresel Lojistik Kavramı ve Lojistik Üsler, 2005)

Dünyada büyük lojistik üsler yüksek miktarda taşımaların yapıldığı merkezlerdir. Küresel lojistik üsler açısından bakıldığı zaman Kuzey Avrupa'da Fransa-Le Havre'dan başlayan, Almanya-Hamburg'a kadar giden 14 tane liman vardır. Bunların karşısında Güneydoğu Asya'da Şanghay, Singapur ve Hong Kong gibi limanlar bulunmaktadır. Bu limanların yılda 500 milyon tonluk işlem hacimleri yanında bizim en çok iş yapan limanlarımızın işlem hacmi bile küçük kalmaktadır. (Erdal, Dünyada Lojistik Sektöründe Gözlenen Gelişmeler Lojistik Üs Kavramı ve Türkiye Analizi, Mart 2009)

Örneğin deniz ulaştırmasında Samsun'da son yıllardaki değişimi incelendiğinde, 10 yıldır bir düşüş yaşandığı, örneğin Rusya'ya 10 yıl önce 50 bin treyler taşınırken bu yılki taşıma rakamları 6bini geçmediği ve işlerde büyük düşüş yaşandığı görülmektedir. Türkiye'den Rusya odaklı 2 taşıma merkez bulunmaktadır. Taşıma ihracat mallarının %55i Samsun üzerinden taşınmaktadır. Trabzon'dan 600bin ton Samsun'dan 70bin ton narenciye gönderilmektedir. Soçi'de turistik köy yatırımlarının başlaması Samsun'da sektörü hareketlendiren bir gelişme olmuştur. Bu proje nedeniyle liman kapatılmıştır. Soçi Limanının kapatılması Trabzon'un potansiyelini azaltmıştır. Narenciye taşıma işleri Samsun'a kaymıştır. Bu yıl ki narenciye rakamı 650bin ton civarındadır.

Türkiye genelinde narenciye ihracatı 2009'un yarısı kadar bile değildir, talep azlığı nedeniyle %50 azalma yaşanmaktadır. Taşınan malzemeler de mevsimsel değişiklikler göstermektedir. Örneğin Ocak ayında domates, yazın tüm meyveler gönderilmektedir. Limon sezonu Kasım sonu başlamaktadır, ardından mandalina, greyluft ve en son portakal gönderilir. Önceki yıllarda bir gemi ayda 13 sefer yaparken günümüzde 4 sefer yapmaktadır.

Meyve-sebze-narenciye ihracatı hariç diğer kalemlerde de azalma vardır. Örneğin önceki yıllarda makarna bile çuvalla gönderilirken bugün bu tarz ürünlerin ihracatı yoktur. Ayrıca Samsun denizyolu taşımacılığının özellikle çalıştığı Rusya'ya sadece Türkiye değil Brezilya, Güney Amerika, Mısır gibi kaynaklardan bile meyve sebze gitmektedir. Dolayısıyla meyve taşımacılığı da bazı riskler altındadır. Ancak Samsun'da bulunmanın bazı avantajları vardır. Örneğin meyve ihracatında nakliye zamanları önemlidir ve üreticiler için Samsun'dan nakliye yapmak tazelik ve ürün kalitesi açısından avantaj sağlamaktadır. Buna gösterge olarak Antalya'dan Rusya'ya konulan seferlerin tutunamamasını gösterebiliriz.

Soçi Limanı'nın kapanmasının ardından Trabzon Limanı Rusya Adler Limanıyla anlaşmıştır. Adler Limanında hasar olması nedeniyle 1 yıl kayıp olacaktır. Dolayısıyla meyve taşımacılığı işinin Trabzon'a kayması imkanı azdır. Samsun'daki iş potansiyelinin devam etmesi öngörülmektedir. Önümüzdeki yıllarda narenciye işleri artış gösterip, diğer malların ihracatında azalma olacaktır. Rusya'ya yatırım yapma zorlukları nedeniyle pazar aynı kalacaktır.

Liman lojistik sektörünün en önemli unsurlarındandır. Limanın özelleştirilmesiyle işletmesini üstlenen şirket bu tür gelişmeleri görerek büyük yatırımlar planlamakta ve günümüzde 7 milyon ton olan yük potansiyelini yeni limanla beraber, Samsun'un geniş bir hinterlanda sahip olmasını da kullanarak öncelikle 15 milyon tona ardından 25 milyon tona kadar çıkarmayı hedeflemektedir. Teknolojiye uygun olarak maliyet azaltıcı, müşteri memnuniyeti artırıcı tedbirler almaktadır. Hem stoklama hem elleçleme anlamında gelişme potansiyeline cevap verecek kapasitede olan Samsun Limanı, Karadeniz ülkeleriyle dış ticaret için önemli bir aktarma merkezidir.

Türkiye'de son yıllarda yenilikçi iş dalları gündemdedir. Lojistik sektörü yüksek altyapı yatırımlarıyla kurumsallaşmaya giden bir sektördür. Bu büyümeye paralel olarak hizmet kalitesi de artmıştır. Yan hizmetler ve destek hizmetlerin önemi artmıştır.

Samsun bölgesinin lojistik performansını değerlendirirken ana lojistik unsurları açısından Samsun bölgesini değerlendirmek gerekir. Karadeniz ölçeğinde Samsun limanı iş hacmiyle ilk 10'da yer almaktadır.

TABLO 7: KARADENİZ BÖLGESİ LİMANLARI VE İŞ HACMİ KARŞILAŞTIRMASI

Limn	Ülke	2004	2005
Novorossiysk	Rusya	70.000.000	75.200.000
Köstence	Romanya	50.400.000	60.600.000
Odessa	Ukrayna	30.500.000	26.800.000
Ilyichevsk	Ukrayna	14.800.000	14.900.000
Ereğli	Türkiye	11.400.000	10.900.000
Varna	Bulgaristan	7.400.000	8.400.000
Poti	Gürcistan	6.100.000	6.100.000
Samsun	Türkiye	3.300.000	3.100.000
Trabzon	Türkiye	2.000.000	1.800.000

Kaynak: (Orhan Özbek, 2009)

Bu rapor innoCentric tarafından Samsun İl Özel İdaresi için "Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi" Projesi kapsamında hazırlanmıştır. ©2010-2011

Samsun bölgesinin demiryolu bağlantıları ise aşağıdaki haritadaki gibidir. Özellikle Orta ve Doğu Anadolu'nun Karadeniz'e uzanan tek çıkışı Samsun olarak görülmektedir:

ŞEKİL 10: TCDD DEMİRYOLU BAĞLANTILARI



Kaynak: TCDD

Samsun, karayolları açısından ise diğer lojistik yöntemlerine göre en avantajlı konumdadır. Son yıllarda ülkemizde hız verilen bölünmüş yollar ve trafik güvenliğinin geliştirilmesi projeleri ile son yıllarda önemli gelişmeler yaşanmıştır.

Denizyolları konusunda ise son dönemdeki en önemli gelişme Samsun Limanının özelleştirilmesidir. Liman işletmeciliğini üstlenen kuruluş amacını limanı revize etmek, altyapısını zenginleştirmek, ticari hacmini geliştirmek, istihdam yaratmak ve daha da önemlisi Türkiye'nin en iyi hizmet sunan limanları arasında yer almasını sağlamak olarak belirtmektedir. Samsun Limanı'nı Karadeniz'in ulaşım merkezi hali getirmek vizyondur. Samsun Limanı Karadeniz bölgesinde Türkiye'nin en büyük limanıdır. Karadeniz'de demiryolu bağlantısı olan tek limandır ve geniş bir hinterlandı sahiptir. Anadolu'dan gelen ve Anadolu'ya gidecek yüklerin uğrak noktasıdır. Samsun, demiryolu ve karayolu bağlantısı ile, Sinop, Çorum, Amasya, Ordu, Sivas, Erzincan, Yozgat, Tokat, Kastamonu, Ankara, Kırşehir, Kayseri, Niğde, Konya, Malatya illerini hinterlandı içine almaktadır.

Samsun Ticaret ve Sanayi Odası'nın istatistiklerine göre Yurtiçi Yük Taşımacılığı, Yurtdışı Yük Taşımacılığı, Şantiyenin Hazırlanması (Hafriyat), Motorlu Taşıyıcı Kooperatifleri sınıflarında 205, Yükleme Boşaltma Hizmetleri, Taşımacılığı Destekleyici Diğer Faaliyetler (Gümrük Büroları) İle Kargo, Posta Ve Kurye Faaliyetleri sınıflarında ise 110 işletme faaliyet göstermektedir.

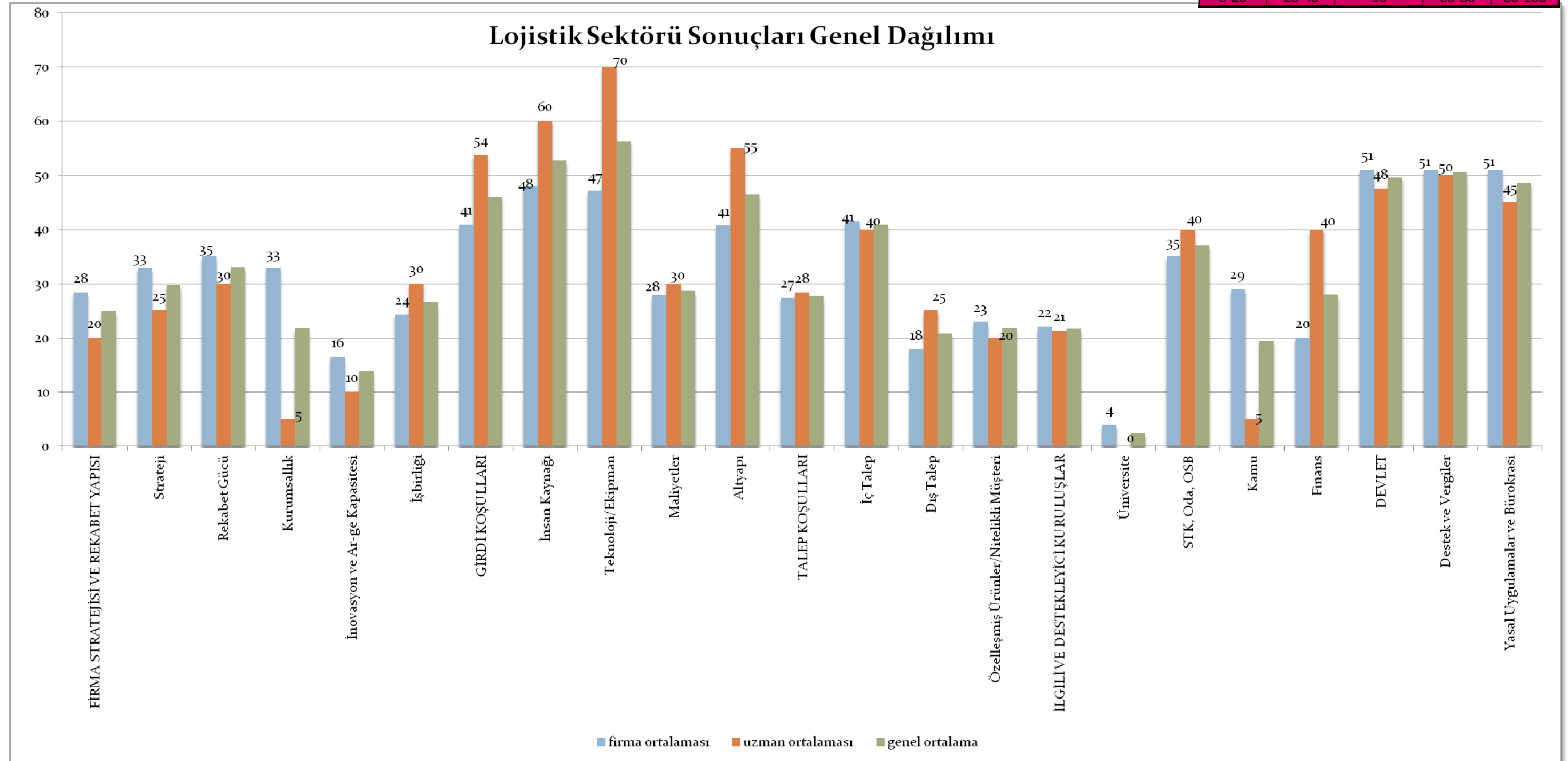
Bölgelerdeki ihracat ve ithalat verileri lojistik faaliyetlerin yoğunluğu açısından da fikir vermektedir. TÜİK istatistiklerine göre de Samsun'da 2009 yılında 187, 2010 yılında ise 110 firma ihracat yapmıştır. İthalat yapan firma sayısı ise 2009'da 172 firmadan 2010 yılında 186'ya yükselmektedir.

Elmas (Diamond) Modeli Rekabetçilik Analizi

Samsun'da faaliyet gösteren lojistik sektörüne ilişkin firma ve uzman görüşmeleri, mülakatlar ve literatür araştırması, saha çalışması verilerinin üzerine ortaya çıkan lojistik sektörünün rekabet yeteneğinin zayıf (36/100) olduğudur. Aşağıdaki tablo gerçekleştirilen analizde başvuru alan değişkenleri ve bu değişkenlere ilişkin lojistik sektörünün gözlemlenen performansını göstermektedir. Ana başlıklar Elmas Modelinin ana unsurlarını oluşturur, alt başlıklar ise, bu unsurlar incelenirken başvuru alan kriterlerdir.

TABLO 8: LOJİSTİK SEKTÖRÜ REKABET ANALİZİ SONUÇLARI GENEL DAĞILIMI

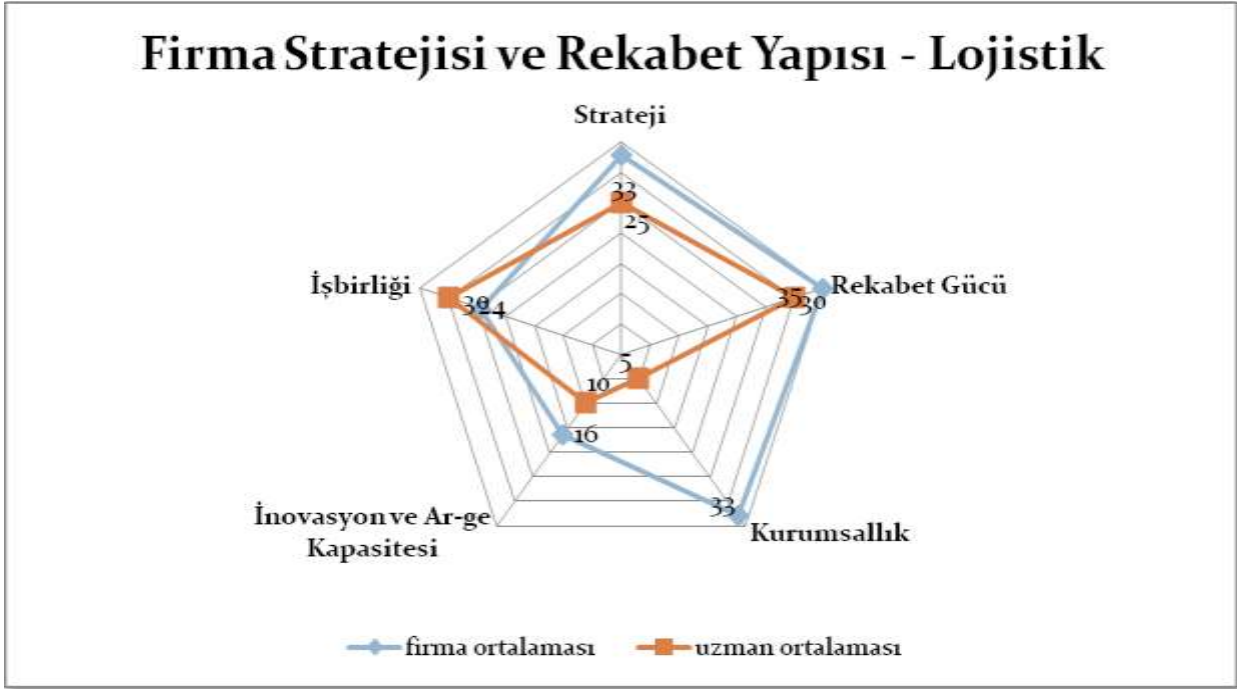
çok zayıf 0-20	zayıf 20-40	ortalama 40- 60	iyi 60-80	çok iyi 80-100
-------------------	----------------	--------------------	--------------	-------------------



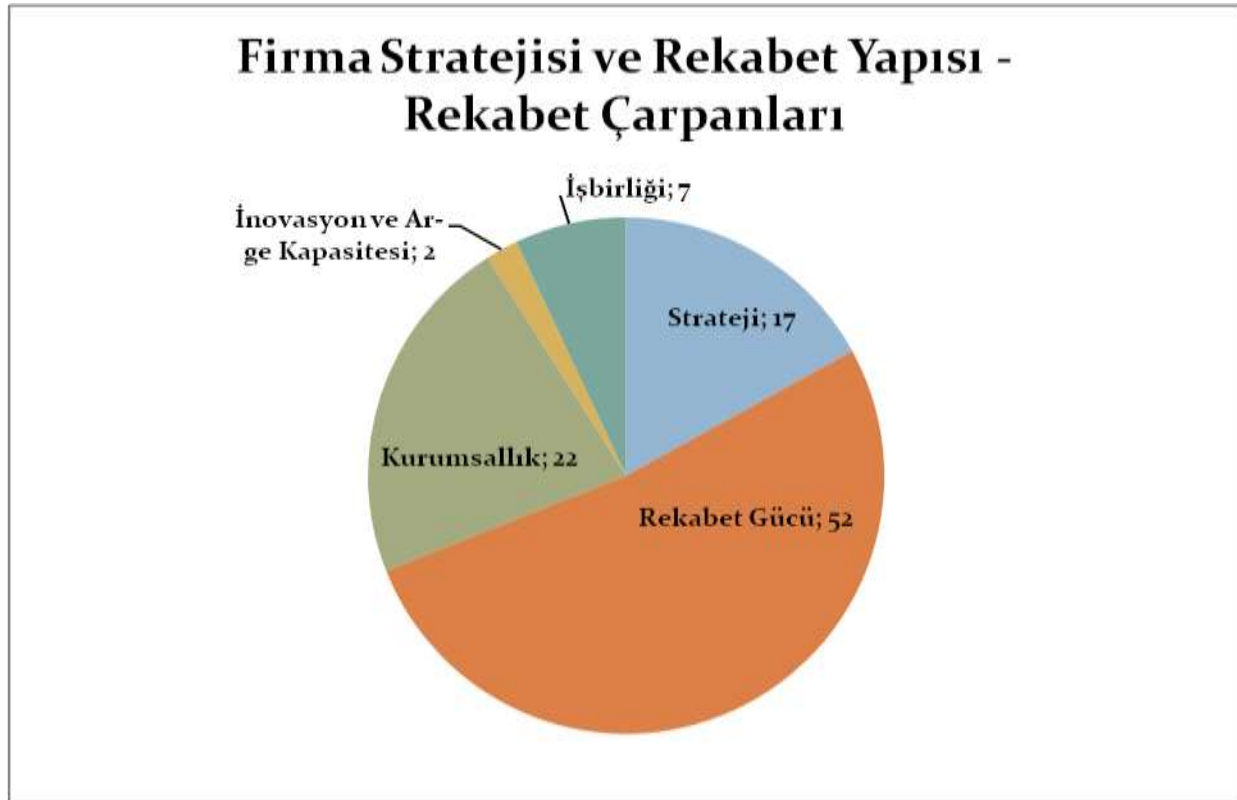
Firma Stratejisi ve Rekabet Yapısı (Zayıf)

Firma stratejisi ve rekabet yapısı konusunda Samsun lojistik sektörü genel puanı 25'tir.

TABLO 9: LOJİSTİK SEKTÖRÜ FİRMA STRATEJİSİ VE REKABET YAPISI DEĞERLENDİRMESİ



TABLO 10: LOJİSTİK SEKTÖRÜ "FİRMA STRATEJİSİ VE REKABET YAPISI" REKABET ÇARPANLARI



HEDEFLER VE STRATEJİ

Samsun'da yerleşik lojistik sektörü analizi gerçekleştirilirken lojistiğin farklı unsurlarını oluşturan firmalar ziyaret edilerek her unsurun rekabet yapısı, kurumsallık derecesi, yenilenme düzeyi, işbirliği ve ortak çalışmaya yaklaşımları incelenmiştir. Bu süreçte acentelerden nakliyecilere, depoculardan gümrük danışmanlarına, demiryolu taşımacılığından deniz taşımacılığına oldukça geniş bir yelpaze gözlemlenilmiştir. Aynı zamanda sektör uzmanlarıyla görüşmeler yaparak firmaların rekabet güçleri konusunda görüşleri alınmıştır. Aynı zamanda farklı rekabet unsurlarının ağırlıkları da sektör uzmanlarınca belirlenmiştir.

Firma stratejileri ve gelecek öngörülerini incelendiğinde öncelikle Samsun'da "lojistik" kavramının son yıllarda sıklıkla telaffuz edilmesi, Limanın özelleştirilmesi, lojistik hakkında yeni proje ve çalışmalar başlatılmasından kaynaklanan pozitif bir yaklaşımın hakim olduğu belirtilmelidir.

Sektörde son yıllarda gözlemlenen önemli gelişmeler sektör firmalarınca da izlenmekte ve yeni yatırımlar açısından yorumlanmaktadır. Firmalarda gerçekleştirilen saha çalışmasındaki gözlemlerimize dayanarak aldığımız geleceğe dönük hedef ve stratejiler:

- ✚ Küresel ısınma nedeniyle bazı bölgelerin her zaman gıda, meyve, sebze gibi ürünlere ihtiyaç duyacağını belirten firma, iş potansiyelinin artarak devam edeceğini öngörmektedir. Samsun'un her zaman tarımsal ürün konusunda bir bağlantı merkezi olacağını da düşünerek firma depoculuk konusunda yatırım yapmıştır, araç parkını genişleterek, kontrollü büyüme hedeflemektedir. Bu süreçte depo kalitesinin iyileştirilmesi, gemilerin hızlı boşaltılması gibi süreç iyileştirmeleri de sağlamak için yatırım yapmaktadır.
- ✚ Limanın özelleşmesi nedeniyle Samsun'da var olan ancak kullanılmadığı belirtilen iş potansiyeli düşünüldüğünde Mersin Limanı kadar aktif bir Liman olacağı, işlerin %50 artacağını öngören acente ve gümrük danışmanları bu gelişmeyle beraber işlerinin de artacağını öngörmektedirler. Deniz nakliyesinin uygun maliyetli bir alternatif olması Samsun'un cazibe merkezi haline gelmesini sağlayacaktır.
- ✚ Krizle yaşanan daralma nedeniyle maliyet azaltımı sektörde önşart olmuştur. Maliyetleri düşüren firmalar bu süreçte ayakta kalabildiğini belirten firma şubeleşmeye başlamıştır. Sektörde yılda %20 artış olacağı ve bunun 3-4 yıl daha

devam edeceğini öngörmektedir. Özellikle iç bölgelerden ihracata yönelik emtiaların akışındaki artışa bağlanan bu büyümeyi doğru yönetebilmek adına demiryolu taşımacılığına yatırım yapılmıştır, araç filosu ve şube sayısı genişletilmiştir. Bu alanda yatırımlar başlamıştır ve fizibilite çalışmaları sürdürülmektedir.

- ✚ Samsun'da lojistik sektöründe çalışmanın haksız rekabet nedeniyle zorluklarını belirten firma yaptığı analizde bölgede nakliye aracı fazlalığı olduğunu, arz fazlası olduğunu ortaya koymaktadır. Aynı zamanda 2005te çıkan Karayolları Taşıma Yasası'nın da uygulanmaması nedeniyle haksız rekabetin sürdüğünü belirten firma çevre illerde de nakliyecilerin iş için Samsun'a geldiklerini, çevre illerinin potansiyelinin de yetersiz olduğunu belirtmektedir. Bu nedenlerle firma ödeme esneklikleri gibi yöntemlerle iş potansiyelini geliştirmektedir.
- ✚ Deniz taşımacılığında ise 10 yıldan beri büyük düşüşler gözlemlenmektedir. Bu düşüşleri yorumlayan firma, sektörün Limanın özelleşmesiyle iyileşeceğini öngörmektedir. Ancak taşımacılıkla ilgili farklı alanlarda yatırım yapmak amacıyla fizibilite çalışmaları gerçekleştirmekte, bağlantılar kurmaktadır.

Firmalar ve öngöruları genel anlamda incelendiğinde sektördeki gelişmelerin üzerine hedef ve stratejilerini güncelledikleri ortaya çıkmaktadır.

Sektör uzmanlarının lojistik firmalarının stratejik yönetim performansları konusunda yorumu olumsuzdur. "Lojistik sektöründe genel olarak stratejik yönetimden söz etmek zordur hatta hiç yoktur. Babadan kalma yöntemlerle yönetilir."

Eğitim ve danışmanlık konusunda ise lojistik sektörünün oldukça farklı bir tablo sergilediği belirtilmelidir. Nakliye ve depoculuk konusunda faaliyet gösteren firmalarda eğitim ve danışmanlık alma kültürü yoktur. (tek örnek işyeri güvenliği konusundadır)

Ancak denizcilikle ilgili çalışan firmaların Türkiye Deniz Ticaret Odası tarafından düzenlenen eğitimleri almaktadırlar. Örneğin gemici yetiştirme, gemi personelinde yenilenme konusunda eğitimler düzenlenmektedir. Gemi acenteliği konusunda yine Deniz Ticaret Odasının eğitimleri vardır. Deniz ticareti, brokerlık, gümrük işleri için belge ve sertifika gerekmektedir. Denizcilik şirketlerinde yöneticilik yapmak için yeterlilik belgesi alınması şarttır ve bu belge 5 senede bir yenilenmektedir.

Genel olarak lojistik şirketlerinin eğitim ve danışmanlıkları hiç kullanmadığı, sektörde başarılı olan yöntem ve uygulamaları kopyalayarak yenilenmekte ispatlanmış yöntemleri taklit etmektedirler.

Lojistik sektöründe en önemli rekabet kriteri “fiyat”tır. Güven ve finansal yapının güçlü oluşu nakliye ve depoculukta müşterilerin sadakati için kritik unsurlardır. Maliyet, hız, güvenilirlik, finansal güç, şube yaygınlığı da firmalarca rekabet kriteri olarak belirtilmiştir. Gümrük işlerinde ise fiyat yerine sağlıklı bilgi sağlama performansının önemli bir kriter olduğu belirtilmektedir.

REKABET GÜCÜ

Rekabet güçleri konusunda firmalar oldukça farklı yorumlarda bulunmuşlardır. Ancak en önemli gözlem, sektörde oldukça uzun yıllarını geçirmiş olan işletmelerin en önemli rekabet güçlerinin kişisel ilişkiler ve sosyal bağlantıları olduğudur. Sivil toplum kuruluşları ve diğer sosyal ortamlar kullanılarak yıllarca edinilmiş çevre iş potansiyeline dönüştürülmüştür ve işler sadece “patrona” bağlıdır, firmaların tek (unique)-özgün nitelikleri yoktur. Rekabet avantaj ve dezavantajları incelendiğinde de bu tablo desteklenmiş olacaktır.

Sektör uzmanları da lojistik faaliyetlerin lokal faaliyetlerle sınırlı olduğu, ulusal ve uluslararası rekabete açık olmadığını belirtmektedirler. Taşımacılık sektörü daha lojistik sektörüne dönüşmemiştir, depolama vb faaliyetler yetersizdir.

Sektör firmalarının rekabet avantajları incelendiğinde:

- 4. nesildir iş yapıyor olmak, 1930dan beri hizmet vermek,
- Personel sayısının fazlalığı, dil bilen (değişik diller bilen) personel fazlalığı,
- Samsun'lu firma olmak, müşterilerle bireysel ilişkiler.
- Köklü firma olmak, müşterilerle iyi iletişim ve büyüklük,
- İşleri başından sonuna takip edebilmek

Bu avantajların ortak noktası yukarıda da belirtildiği üzere, sektörde köklü firma olmak ve firma patronu tarafından yürütülen müşteri ilişkileridir. Tek kişiye bağlı sistemler kurulmuştur ve neredeyse tüm işletmeler rekabet avantajlarını bu şekilde belirtmektedir.

Bu durum Limanda ise oldukça farklıdır; Limanın avantajları “Altyapı yatırımları ve ekipman teknolojiye sahip olmak en önemli avantajdır. Karadeniz'deki en büyük limandır ve yılın 365

günü 24 saat hizmet verebilmek ve her tür geminin bu limana yanaşmasına imkan vermek gibi avantajları vardır. Roro-konteynır-yolcu-dökme sıvı hizmeti verebilecek genel amaçlı bir limandır.”. Diğer işletmelerden farklı olarak liman teknoloji ve altyapısındaki gelişmeyle rekabet avantajı yaratacağını belirtmektedir.

Dezavantajlar ise; sektörde deniz taşımacılığında Rusya’yla yaşanan sorunlar, roro hatlarının navlun maliyetlerinin yüksekliği, tonajda hafif değerde pahalı işlerin Samsun’a fazla gelmemesi, haksız rekabet ve fiyat kırmasıdır.

Firmalarla yapılan görüşmelerde “Karadeniz’de kaderine razı olma kültürü” nedeniyle rekabetin zorlayıcı olmadığı, müşterilerin alışkanlıklarıyla hareket ettiği belirtilmiştir.

Yukarıdaki bilgi ve yorumlar değerlendirildiğinde, işletmelerin sektörde rekabet etme konusunda en önemli avantajlarının “patron” olduğudur. “Tek adam” işletmeleri olarak faaliyet gösteren şirketlerin iş potansiyelleri patronun işin başında duracağı süre kadar devam edecektir. Köklü firma olmak, Samsun’da marka olmak çok önemlidir. Dolayısıyla sektöre yeni giriş yapan işletmelerin şansı oldukça azdır, büyük tanıtım ve bilinçlendirme kampanyaları bile güçlü kişisel bağlantılar kadar avantaj yaratamayacaktır.

KURUMSALLIK

Kurumsallaşma kapsamında şirketlerin sahip olduğu belge ve sertifikalar ve yönetim yapısı, sektörde geçirdikleri yıllar ve çalışanlara yönelik sosyal faaliyetleri ve müşteri odaklı yaklaşım düzeyi incelenmiştir.

Sektör işletmelerinin uzun yıllardır faaliyet gösteriyor olmaları, köklü ve bilinir işletmeler olmaları Samsun’da markalaşmış olmalarından bir önceki maddede bahsedilmiştir. Bunun yanında “tek adam işletmesi” olan firmaların yönetsel yapıları incelendiğinde kurumsallaşma konusunda bu yıllarda pek ilerleme göstermedikleri görülmektedir. Tüm işler patron tarafından yürütülmektedir, aile şirketleridir ve yönetsel yükler diğer idarecilerle paylaşılmaktadır.

Yukarıdaki maddede de belirtildiği üzere işletmelerin tüm iş potansiyelleri “patron” kaynaklıdır ve sektörde köklü-eski firma olmak rekabet avantajıdır. İsimleriyle iş yapan bu firmaların isimlerini tescil etme oranları da düşüktür, herhangi bir yasal problemde nasıl konumlanacakları sorusuna ise, “patron neredeyse iş ona gider, isim önemli değil” yorumları

yapılması sektörün ne denli patron odaklı işletmelerden oluştuğuna ve iş potansiyelinin patrona bağlılığına bir göstergedir.

Sektörde sertifikasyon ise kara ulaştırması konusunda son yıllarda gerçekleştirilen düzenlemelerle uluslar arası ve yurt içi taşımacıların alması gereken belgelerdir, bunun dışında ziyaret edilen hiçbir işletmede kalite yada ek bir sertifika/belgeye rastlanılmamıştır. Sürücüler için SRC belgeleri, yöneticiler için kurslarla alınması gereken yönetici belgeleri ise 2005 sonrası ortaya çıkmıştır.

Liman ise özelleştirmenin ardından bir yeniden yapılanma sürecine girmiştir. Büyük ölçekli bir lojistik firması tarafından işletilen Liman için bu süreçte gerekli personel ve yönetim kadroları atanmıştır. Bu dönemde öncelikle altyapı olmak üzere önemli yatırımlar yapılmaktadır.

Sektörde insan kaynağına yatırım ise İstanbul'a göre zayıftır. Yılda %30 eleman sirkülasyonu vardır. Çalışanlar sektörde zorunlu olan eğitimlere katılabilmektedirler. (örneğin yılda 2 kez almaları zorunlu olan Deniz Ticaret Odası sertifikalı kursları). Bunun dışında bir kişisel gelişim ortamı sağlanılmamaktadır. Bazı firmalar çalışanlarının uzun yıllardır firmada olduğu, kriz döneminde işçi çıkarılmadığını belirterek çalışanlara yönelik yaklaşımlarının sahiplenici ve güven verici olduğunu bildirmektedirler. Küçük ölçekli işletmelerde ise çalışan sayısı az olmasından dolayı şirket içi iletişim olanağı fazladır.

Çalışanların kariyer ilerleme fırsatları kısıtlıdır, firmaların yönetici kadroları aile üyelerinden oluşmaktadır.

Bu yapılanma sadece Liman işletmelerinde farklıdır. Liman işletmeleri profesyonel yönetim kadroları ve iş tanımlarıyla yeniden yapılanma sürecini deneyimlemektedir.

Müşteri odaklı yaklaşım ise oldukça azdır. Daha önce de belirtildiği gibi işletmelerde patronlardan kaynaklanan iş potansiyeli vardır. Örneğin acentelik yapan işletme "Türk armatörlerinin %70inin kendileriyle çalıştığını kalanların çalışamama sebebi gemilerinin getirdikleri yüklerin sahiplerinin yönlendirmesi" olduğunu belirtmektedir. Bu yoruma göre sektörde tekeli bir yapılanma bulunmaktadır. Diğer işletmeler de müşteri ilişkilerinin sadece patron tarafından yürütüldüğüdür.

Büyük ölçekli işletmelerin taşımacılığını gerçekleştiren nakliye şirketlerinde ise müşteri ilişkileri bu firmaların toplantılarına katılarak, toplantılarda dile getirilen sorunlara ilgilenererek yürütmektedir. Sistemli bir değerlendirme yoktur.

Görüşme yapılan firmaların sadece birinde müşteri ilişkilerinden sorumlu bir görevli çalışmaktadır. Müşteri sorunları ve aksaklıklar bu personel tarafından izlenmekte ve müşteri ziyaretleri gerçekleştirilmektedir. Anketler uygulanmakta, ajanslardan üniversite öğrencileri part-time çalıştırılarak bu çalışmalar desteklenmektedir.

İNOVASYON VE AR-GE

Sektör işletmeleri tarafından hizmet yada teknoloji yenilemeleri zorunlu kalınması durumunda gerçekleştirilmektedir. Çoğu işletme hizmetlerin standart olduğunu ve herhangi bir geliştirme olamayacağını belirtmektedirler. Bazı işletmelerce ek hizmetler geliştirmesi de gereksiz bulunmaktadır.

Bu duruma istisna olan süreç ve hizmet yenileme çalışmaları gösteren işletme oldukça azdır; yapılan yenilikler araç parkurunu güncellenmesi, ek araba alınması, paletli malları taşımak için araçlara lift takılması, telsiz bağlantı kurulması, özel hat bağlanarak sevkiyatların anlık takip edilmesi, daha fazla mal teslim alabilmek amacıyla ofisteki depolama yerinin değiştirilmesidir.

10 sene önceyle aynı hizmet portföyüne sahip olduğunu belirten işletmelerin olduğu sektörün en yenilikçi aktörü ise Liman işletmeleridir. Limanda otomasyona geçilmesi için çalışmalar sürdürülmektedir. Web üzerinden hizmetler verilmeye başlanılmıştır. Altyapı yenilerken sunulan hizmetlerin de potansiyeli ve kalitesi de artırılmaktadır. Büyük teknoloji yatırımlarıyla bu yenilikler desteklenmektedir.

Sektörde işletmelerin gerçekleştirdiği yenilenme yan sektörlere yatırım yapmaktır, örneğin demiryolu yada havayolu taşımacılığı gibi bölge için yenilikçi alanlara yatırım yapmaktadırlar.

İŞBİRLİĞİ

Sektör işletmeleri arası işbirliği oldukça azdır. Üstelik bölge içi işbirliği yoktur. Genellikle yan hizmetler sunanlarla işbirliği yapılır yada yük paylaşımı, yeni yük bulmak konusunda diğer bölgelerdeki yada yurtdışındaki firmalarla işbirliği gerçekleştirilir.

İşbirliği konusunda ise geçmişte olumsuz örnekler yaşanmıştır. Örneğin 1996'da bütün ambarlar birleşerek gizli bir tekelleşme sağlanmıştır. 3 ay içinde sorunlar başlamıştır ve yöneticisi ayrılmıştır. Bu oluşum hala hayatını sürdürmektedir. Ancak ortaklar ayrılarak kendi işlerini kurmuşlardır.

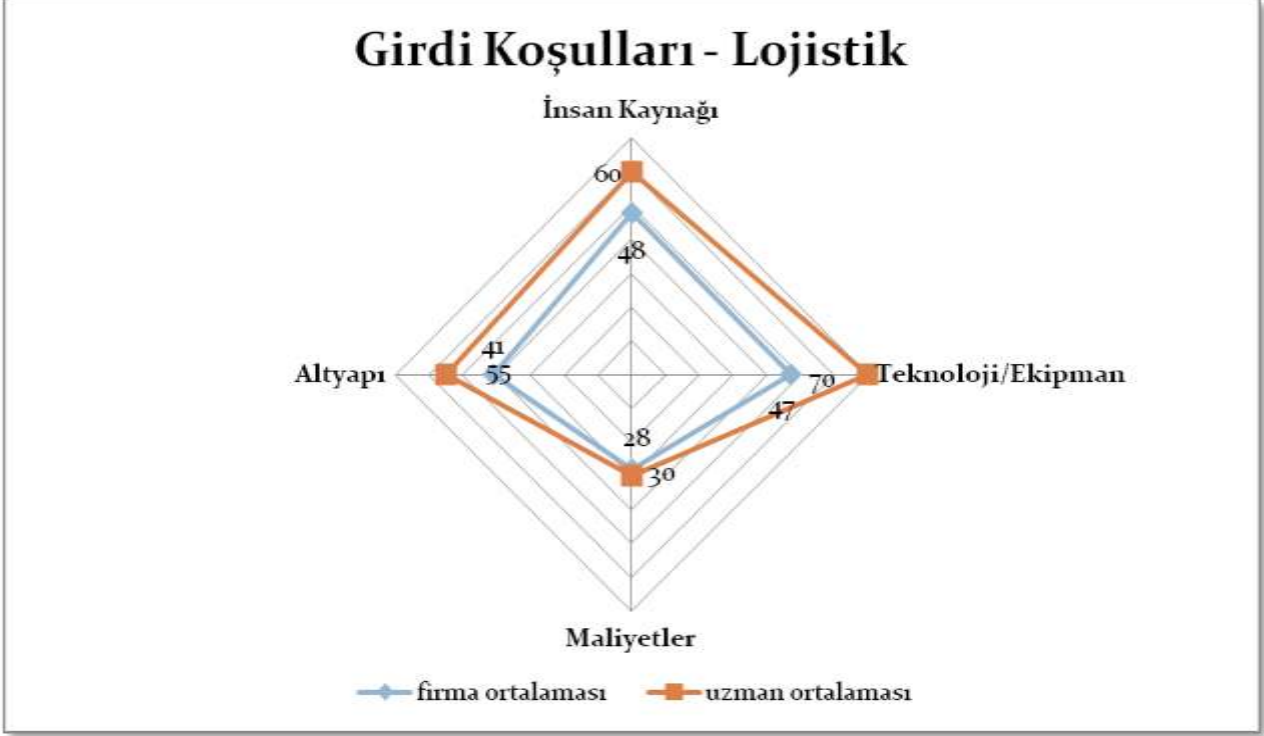
TABLO 11: LOJİSTİK SEKTÖRÜNDE SAMSUN'DA FAALİYET GÖSTEREN FİRMALAR ARASINDAKİ İŞBİRLİĞİ KÜLTÜRÜNÜN SEVİYESİ ANKETİ SONUÇLARI (KATILIMCILAR = 7 SEKTÖR FİRMASI + 2 SEKTÖR UZMANI)

Çok kötü	kötü	ortalama	iyi	çok iyi
3	2	1	2	1

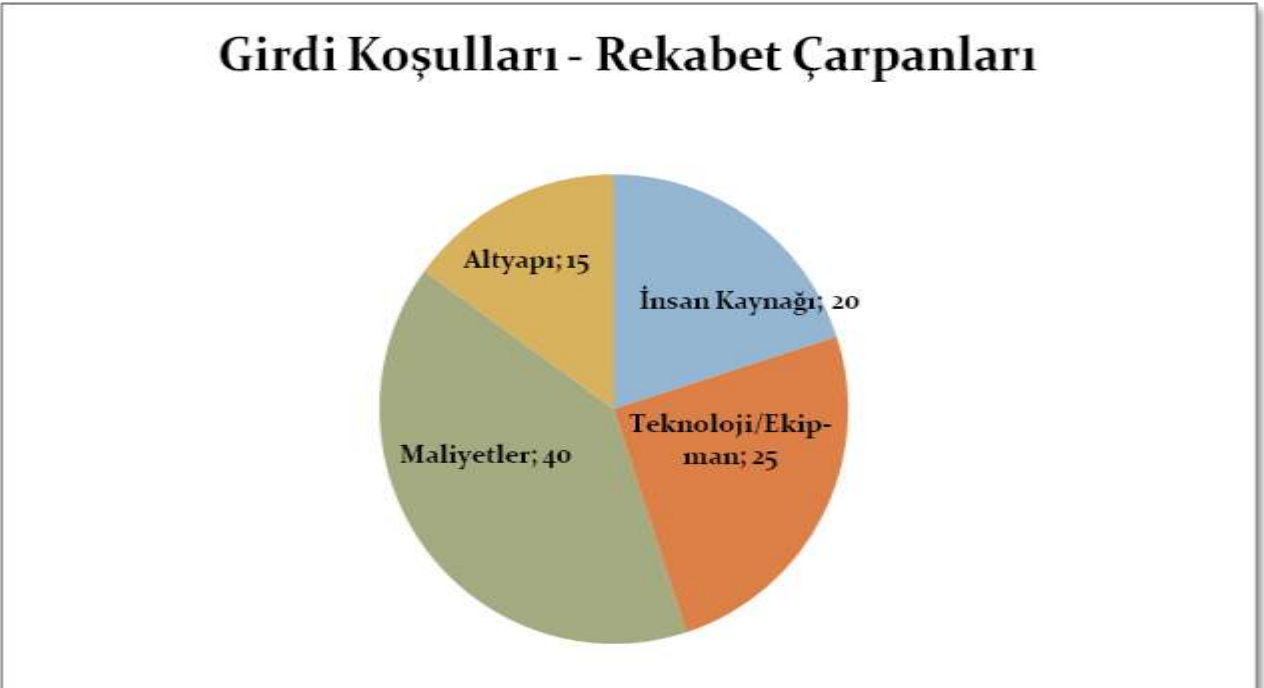
Girdi koşulları (Ortalama)

Girdi koşulları konusunda Samsun lojistik sektörü puanı 46'dır.

TABLO 12: LOJİSTİK SEKTÖRÜ GİRDİ KOŞULLARI DEĞERLENDİRMESİ



TABLO 13: LOJİSTİK SEKTÖRÜ GİRDİ KOŞULLARI REKABET ÇARPANLARI



İNSAN KAYNAĞI

Lojistik sektör olarak son yıllarda gelişmiş, henüz “nakliyecisi” olmaktan “lojistik hizmeti sunan” firma olma yönünde dönüşüm yaşayan şirketleri içerir. Çoğu firma bu dönüşümü teknoloji ve altyapı yatırımlarıyla gerçekleştirmektedir. Ancak genel olarak gözlemlenen sektörde insan kaynağı sıkıntısı olmadığı, nitelikli ve üniversite mezunu personel istihdamının diğer sektörlerle göre az olduğudur. Bunun yanında lojistik sektöründe gümrük işleri gibi bazı aktörlerde mecburi olarak mevzuata hakim, sertifikalı personel çalıştırma zorunluluğu bulunmaktadır. Sektörde lojistik yöneticisi olmak için de kurs ve sertifika gereklidir, ancak uzun yıllardır lojistik işletmelerinde yöneticilik yapanlar bu durumdan muafır. Çoğu işletme muafiyet hakkı kullanarak lojistik yöneticiliği yürütmektedir.

Aynı zamanda denizcilikte de Deniz Ticaret Odası tarafından düzenlenen sertifikalı kurslara katılma zorunluluğu vardır.

Lojistik konusunda eğitimli işgücüne ulaşmak Samsun’da sorunlu bir konu değildir. Denizci yetiştiren kurslar, Denizcilik Lisesi, lojistik yönetimi meslek yüksekokulları bölgede mevcuttur. Ancak sektör temsilcileri en önemli eğitimin işbaşında, yaparak öğrenme olduğunu belirtmekte ve deneyimli çalışanları tercih etmektedirler.

EKİPMAN/TEKNOLOJİ

Sektörün farklı unsurları farklı teknoloji ihtiyaçları göstermektedir; örneğin gümrük ve acente işinde yazılım ve iletişim araçları öne çıkarken limanda yüksek kapasiteli iş makineleri olmazsa olmaz ihtiyaçtır. Lojistik sektörü teknolojiye açık bir sektör hızlı güncelleme yapmayan ayakta duramaz. Bu nedenle sürekli ekipman ve teknoloji yatırımı yapılır. Bu yatırımlar yine sektörün farklı unsurlarına göre farklı mali yükler getirmektedir. Örneğin liman modernizasyonu gibi projeler 30 milyon euro’dan yüksek maliyetler gerektirirken, nakliye şirketlerinin web üzerinden sevkiyat izleme sistemleri kurmaları göreceli olarak azdır.

Ekipman ve teknolojiye ulaşım konusunda Samsun’da diğer bölgelere göre dezavantajlı bir durum yoktur. Tüm firmalar temsilciler yoluyla gereksinimlerini karşılayabilmektedirler. Gümrük, vergi, yasal kısıtlamalar gibi unsurlar da sözkonusu değildir.

MALİYETLER

Sektörün en önemli maliyet unsuru enerji maliyetleridir. Örneğin nakliye-taşımacılık yapan işletmeler son dönemde cirolarının önemli bir bölümünü yakıt için ayırmak zorundadırlar. Yüksek akaryakıt fiyatları, ÖTV vergileri tüm işletmelerin en önemli maliyet unsurudur.

Özellikle kara taşımacılığı işletmeleri, kaçak akaryakıt kullanımının yaygın olduğu ve bu konuda denetim olmaması nedeniyle, haksız rekabet ortamı oluştuğunu belirtmektedirler.

Makine/ekipman giderleri ise bir önceki maddede bahsedildiği üzere, yüksek satınalma ve bakım/işletme maliyetleri unsurudur. En önemli maliyet araç maliyetleridir. Hareket halinde, yıpranan, riskli, farklı kullanıcılardan oluşan performans farklılıkları nedeniyle öngörülemeyen maliyetlere açık ve değişkendir.

Denizcilik ve liman işletmeciliğinde ise ekipman yatırımı maliyetleri diğer sektörlerin oldukça üstünde, en yüksek yatırımı gerektiren unsurlardır. Örneğin acentelik gibi işlerde işe başlamak ve yürütmek için önemli bir sermaye yatırımı olması gerekir. Örneğin limana gemi girmeden 30 bin TL gibi miktarlar yatırılır. Denizcilikte yüksek navlun giderleri ve sabit maliyetler sektöre giriş için engel oluşturmaktadır.

Bina, arsa maliyetleri açısından lojistik sektörü değerlendirildiğinde, limanlara yakın yerlerde arazi maliyetlerinin oldukça yüksek olması, depo-antrepo alanları nakliye şirketlerince asıl maliyet unsuru olarak belirtilmektedir. Limanlara yakın ulaşımı kolay maliyeti düşük arsa ve arazi olmaması bir problem yaratmaktadır. Yan sektörlerde ise limana yakın olmanın avantajları vardır, ancak yer önemli bir maliyet değildir.

Lojistik sektöründe diğer maliyet kalemleriyle karşılaştırıldığında insan kaynağı maliyetleri önemli bir maliyet unsuru değildir. Nitelikli insan kaynağı istihdamı çok yaygın değildir

Nakliye firmalarının maliyetleri arasında taşımacılık belgelerinin maliyetleri bir kalem oluşturmaktadır. Sektör uzmanları bu maliyetlerin sektörde ciddi yatırımı olmayan, mali altyapısı kuvvetli olmayan firmaların elimine edilmesi nedeniyle kalite ve hizmette sürekliliği garanti altına alan bir maliyet unsuru olduğunu belirtmektedirler.

ALTYAPI

Samsun'un bulunduğu konum itibariyle, Doğu Karadeniz bölgesinin geçiş noktası olması, demiryolu, havayolu, hizmet sektörünün önde gelen illerinden biri olmasının önemli altyapı avantajları sunduğu belirtilmektedir. Samsun'un sanayi ölçeği dezavantajlı konu olarak belirtilmektedir, üretim yapılan büyük sanayilerin olmaması nakliye şirketlerini zorlamaktadır.

Samsun'da faaliyet göstere lojistik firmalarının özellikle limanın özelleştirilmesinin ardından altyapı şartlarının iyileşmeye başladığını ve önümüzdeki 3 yıl içinde Dünya standartlarında bir limana kavuşacaklarını belirtmektedirler. Sektör firmaları limanda yer almanın avantajlı olduğunu, özelleştirme sonrası liman gelişen imkanlar ve belediyenin işbirlikçi yaklaşımı nedeniyle altyapısal sorunların en aza indiğini belirtmektedirler.

Altyapıyı liman yönetimi kendisi düzenlemektedir. Şehir içinde olması nedeniyle giriş çıkış trafiğini kolaylaştırıcı destek beklenilmektedir. Altyapı yatırımları: Rıhtım boyunca 8.000m² saha betonlaması, liman içi ve rıhtım betonlaması, toplamda 20.000 m² olarak planlanan prefabrik yatay depoların montajları, toplam 8 adet silo yapımı, mevcut rayların elden geçirilerek iyileştirilmesi, demir yolu ile gelecek yüklerin vagon boşaltma bunkerlerinin yapılması, çevre aydınlatma işlemlerinin yapılması, sanayi rıhtımı giriş kapısının iyileştirilmesi şeklindedir.

Kara taşımacılığı alanında ise son yıllarda Türkiye'de yolların iyileştirilmesine yönelik çalışmalar olumlu etki yaratmıştır, ancak kara ulaştırması hala diğer alternatiflere göre maliyetli ve risklidir. Firmalardan karar ulaştırması konusunda belirtilen problemler ise çevre yolunun yetersizliği ve belediyelerde iş yaptırılırken gereksiz prosedürler çıkarılmasıdır.

Sektör firmalarının teknolojik altyapıları incelendiğinde lojistik sektörünün yeni teknoloji ve geliştirmelere oldukça açık bir alan olduğu gözlemlenmektedir. İşletmeler bu teknolojilere ulaşmak açısından bir çaba göstermemektedirler, Türkiye'de yerleşik teknoloji firmaları sıklıkla kendilerini gelişmeler konusunda bilgilendirmekte ve teknoloji seviyelerini sektör ortalamasında tutmalarını sağlamaktadırlar.

Sektör şirketlerinin mali yapıları ve sektöre giriş için gerekli maliyetler, bu maliyetleri karşılamak için kullanabilecek finans kaynakları konusuna yapılan görüşmelerden ise sektörde denizcilik ve liman işletmeciliğinin maliyetlerinin oldukça yüksek yatırım gerektirdiği ve kolaylıkla sektöre giriş mümkün olmadığı gözlemlenmiştir. Örneğin gemiler milyon dolarlık yatırımlardır, bazı narenciye firmaları kendi gemilerine sahiptir. Sektöre giriş için en az 5 milyon dolar gemi masrafı, sektörde yer edinmek için 10 milyon dolar yatırım gerekir.

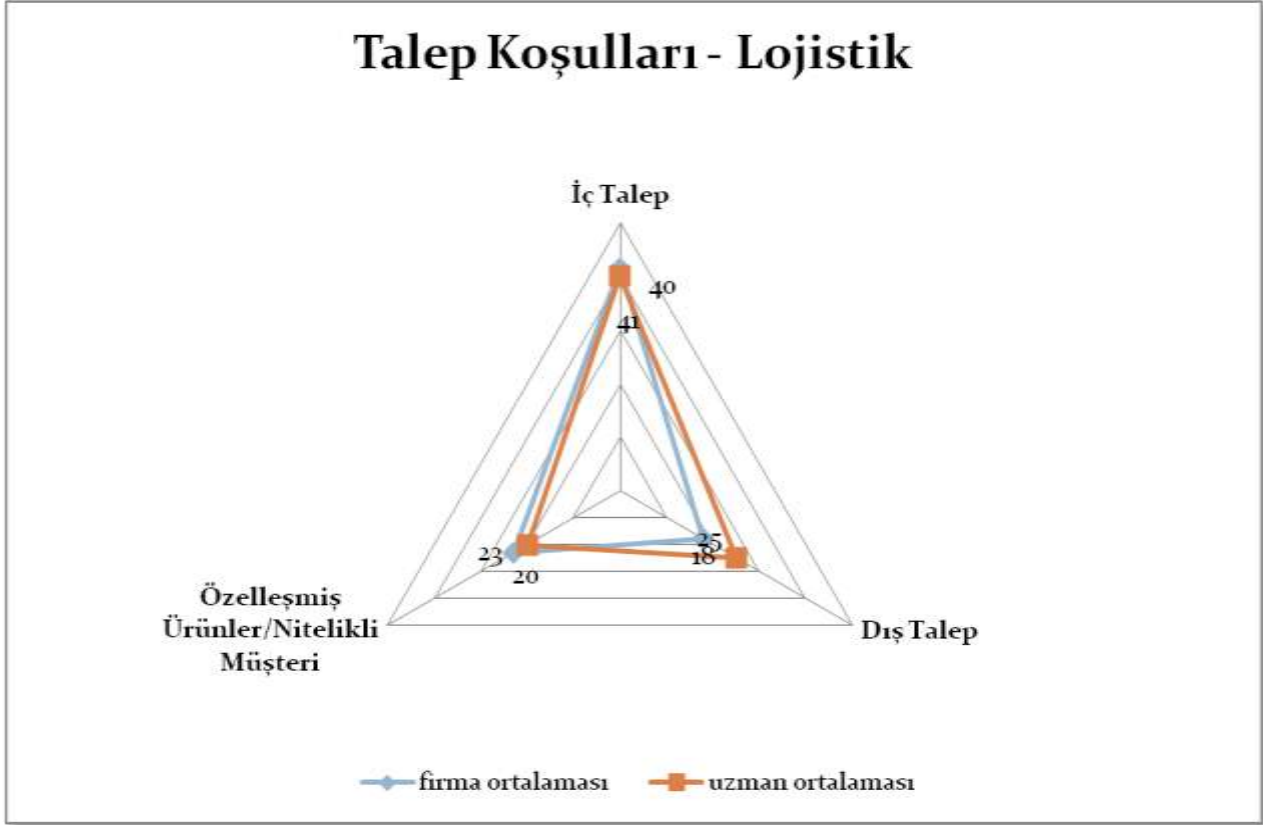
Lojistikteki diğer unsurlardan nakliye ve depoculukta ise yaygın şube ağı ve antrepo imkanlarına sahip, liman ve diğer unsurlara ulaşım açısından uygun bir işletme kurmanın maliyeti 12 milyon'den fazladır.

Gümrük ve acentelik için ise ilk yatırım ve işletme maliyetleri lojistiğin diğer unsurlarıyla karşılaştırıldığında oldukça uygundur. Firma görüşmelerinden edinilen izlenim de sıklıkla acente hizmeti sunan işletme açıldığı ve iş potansiyelini düşürdüğüdür. Ancak hedef ve stratejiler bölümünde de bahsedildiği üzere, köklü firmalar her zaman avantajlıdır.

Talep Koşulları (Zayıf)

Talep koşulları konusunda Samsun lojistik sektörü puanı 28'dir.

TABLO 14: LOJİSTİK SEKTÖRÜ TALEP KOŞULLARI DEĞERLENDİRMESİ



TABLO 15: LOJİSTİK SEKTÖRÜ TALEP KOŞULLARI REKABET ÇARPANLARI

Talep Koşulları - Rekabet Çarpanları



İÇ TALEP

Sektörün talep koşullarının rekabet değerlendirilmesinde kullanılmasının nedeni talebin sayı ve ön şart gereksinimleri nedeniyle sektör firmalarını kalite yükseltme, yenilenme ve güncellemeye yöneltmesidir.

Sektör firmaları iç talep miktarları, cirolarındaki son yıllarda gözlemlenen değişim, incelendiğinde özellikle son 10 yılda denizcilik sektöründe görülen düşme ve daralan pazar dikkat çekmektedir. İşletmeler bu daralma sonucu yeni arayışlar içine girmişlerdir. Limanda ise yük potansiyeli en yüksek olan narenciye sektörüne hizmet verilmektedir. Narenciye ve meyve ihracatında 10 yıldan beri düşüş vardır. Bu ürünleri dökme yük anlamında fındık, hububat, kömür ve metal izlemektedir. Liman bu sektörlerin hizmet işini yürüten nakliyat şirketleri, gemi acenteleri ve gümrük komisyoncuları ile işbirliği içinde çalışmaktadır.

Nakliyat işlerinde ise Samsun'a gelen malların artışından kaynaklanan bir büyüme söz konusudur. Firmalar kara taşımacılığı için Samsun'un sanayi ölçeğinin dezavantaj olduğunu belirtmektedirler.

İç piyasada iş yapabilmek için özel bir belge, sertifika vb ihtiyaç yoktur. En önemli kriter işletmelerce sunulan fiyattır. Büyük ölçekli firmalardan dahi özel bir beklenti yoktur. Bu yönüyle iç talep sektör firmalarının rekabet güçlerini geliştirmeleri açısından itici güç oluşturmaktan uzaktır.

Son dönemde pazar daralması yaşayan şirketler sektörde ve ülkede yaşanan gelişmeleri yorumlayarak yan hizmet geliştirme, yeni yatırım alanlarına girme gibi kararlar almaktadırlar, sektör içinde yenilenme ve rekabet gücünü kuvvetlendirme yetersizdir.

DIŞ TALEP

Sektörde yabancı müşterilerin ağırlığı oldukça azdır. Örneğin nakliyat şirketleri yurtdışına gittiklerinde Samsun'a gönderilecek malları yüklemektedirler. Bu tür işlerde müşteri anlık bulunmaktadır. Ancak nakliyat şirketleri yeni AB üyesi olan ülkelerin üretim potansiyellerinin oldukça gelişmesi nedeniyle AB'nin üretim üssünün bu ülkeler olacağı ve bu nedenle yabancı müşterilerle çalışma imkanının gittikçe azalacağını öngörmektedirler.

Denizcilikte ise yabancı müşterilerle daha sıklıkla iş yapılmaktadır. Firma yetkilileri yabancı müşterileri ekstra beklentileri olmaması, yan hizmet beklememeleri (örneğin kumanya - mazot aldırma, personel bulma gibi) nedeniyle çalışması kolay bulmaktadırlar. Denizcilik sektörü bölgesel-yerel unsurlar tarafından yönetilmeyen birçok problemle karşılaşabilmektedir. Örneğin Soçi Limanı'nın kapatılması Türkiye'nin müdahale edebileceği bir durum değildir. Soçi Limanı'nın kapatılması Trabzon Limanı'nın çekiciliğini yitirmesine neden olmuştur. Dolayısıyla deniz taşımacılığında bu tür yönetilemeyen riskler bulunmaktadır.

Genel olarak değerlendirildiğinde ise yabancı müşterilerin sektör firmalarına kendilerini geliştirme, yetenek geliştirme gibi alanlarda itici güç oluşturmamaktadır.

NİTELİKLİ MÜŞTERİ

Samsun'da faaliyet gösteren lojistik sektörünün farklı alanlardaki aktörlerinde (deniz taşımacılığında, nakliyat şirketlerine, acenteler ve gümrük müşavirlerinden, demiryolu taşımacılığına) sektörlerindeki müşteri bilinci, beklenti düzeyi ve müşterilerin sektörde ürün/hizmet geliştirme, süreç iyileştirme, kalite geliştirme, yetenek geliştirme gibi konularda ne ölçüde itici güç oluşturduğu araştırılmıştır.

Sektör uzmanlarıyla yapılan görüşmelerde lojistik firmalarının ürün/hizmet yenileme gerçekleştirmedikleri, bu tür bir yenileme için en önemli itici gücün başarılı bir girişim ve para kazanıldığını görmek olduğunu belirtmişlerdir.

Kara taşımacılığı sektörü firmaları müşterilerin tek talebinin fiyat düşürmek olduğunu, kar marjları çok düşük olduğundan her şekilde çalıştıklarını belirtmektedir. Müşterilerin itici

gücüyle başlayan iyileştirmeler oldukça kısıtlıdır, zorunlu yenilemeler yapılmaktadır. Firmalar müşteri verilerini toplayıp değerlendirmemektedirler. Kişisel iletişim yoluyla sadece memnuniyet seviyeleri hakkında bilgi toplanmaktadır. Nakliye firmaları hizmet verdikleri büyük ölçekli firmaların lojistik toplantılarına katılarak görüş ve öneriler alma imkanı da bulabilmektedir.

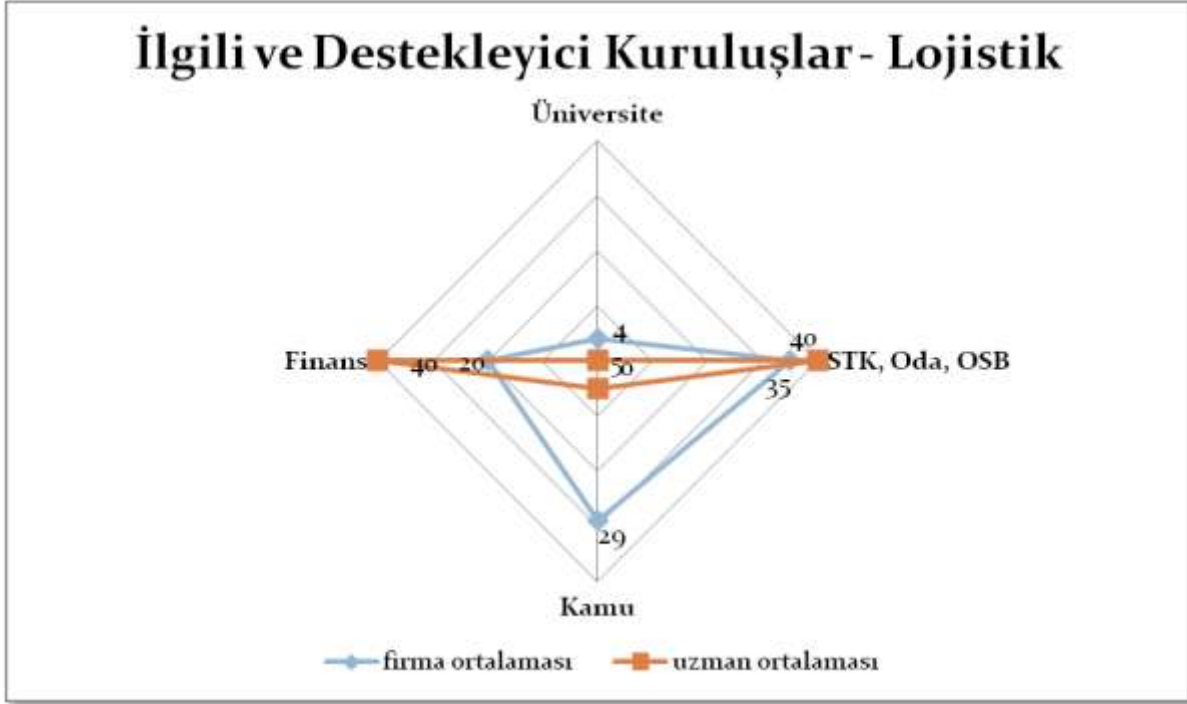
Deniz taşımacılığında ise seçenek azdır, bu nedenle firmalar maliyetlerini karşılaştırarak roro taşımacılığı seçmektedirler. Müşteri yönlendirmeli yenilik sayısı azdır. Acente ve gümrük işlerinde ise bu oran sıfırdır. Firmalar kendilerinden beklentisi yüksek olmayan müşterileri tercih etmektedirler. (yabancı müşteriler örneği)

Limanda ise altyapısal iyileştirmelere eşzamanlı olarak hizmet kalitesi ve teknoloji iyileştirmeler gerçekleştirilmektedir. Örneğin otomasyona geçilmesi, web üzerinden hizmet verilmesi gibi.

İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar (Zayıf)

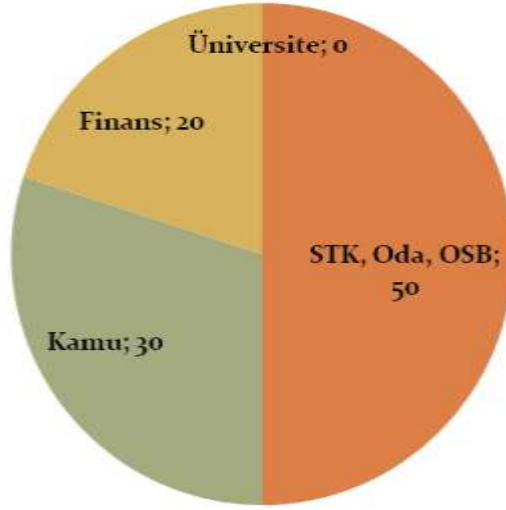
İlgili ve destekleyici kuruluşlar koşulları konusunda Samsun lojistik sektörü puanı 22'dir.

TABLO 16: LOJİSTİK SEKTÖRÜ İLGİLİ VE DESTEKLEYİCİ KURULUŞLAR DEĞERLENDİRMESİ



TABLO 17: LOJİSTİK SEKTÖRÜ İLGİLİ VE DESTEKLEYİCİ KURULUŞLAR REKABET ÇARPANLARI

İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar- Rekabet Çarpanları



ÜNİVERSİTE

Sektör firmaları ve üniversite ilişkisi oldukça azdır. Bazı sivil toplum kuruluşlarıyla akademisyenlerle beraber görev yapan firma temsilcileri, staj için üniversite öğrencilerine imkan sağlayan firmalar ve bazı işlemler için üniversite laboratuvarlarını kullanan (19 Mayıs Üniversitesi'nin laboratuvarları akredite değildir, bu hizmet başka kaynaktan alınmaktadır) gümrük danışmanları dışında sektör ve üniversitenin kesişme alanına rastlanmamıştır.

Üniversite dışında danışman, akademisyenle çalışma örneğine saha çalışmalarında rastlanılmamıştır.

Üniversite ile ilgili bazı önyargılar vardır. Sektör firmaları bilgi ve yenilik aramaya gerek kalmadan bilgiyi sunanların kendilerini bulduğunu bu nedenle üniversite ilişkisinin gerekmediğini belirtmektedirler. Akademisyenlerle ilgili kötü deneyimleri olan firmalar vardır, örneğin yanlış yatırım fikirleri verilmesi gibi deneyimler bu tür ilişkileri engellemektedir.

Lojistik sektörüne yetişmiş işgücü yetiştirmesi açısından Üniversite'nin Alaçam'da kurduğu yüksekokul sektörde olumlu karşılanmıştır, ancak Alaçam'da lojistik firma bulunmaması, sektörün o bölgede yoğunlaşmaması nedeniyle yüksekokulun faydası tartışılmaktadır.

Sektörde danışmanlık hizmetleri olarak kendini yenileyen tek kuruluş Liman işletmesidir, yerli ve yabancı danışmanlarla çalışmaktadırlar.

SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI, TİCARET SANAYİ ODASI VE OSB

Sektör firmalarının büyük çoğunluğu ulusal derneklere üyelerdir. Yeni mevzuatlardan haberdarlık ve sorum çözüme konusunda etkili olan bu dernekler rutin iş hayatındaki prosedürel problemlerin çözümlenmesinde de aktif rol oynamaktadırlar. Örneğin uluslararası taşımacılık yapan firmaların geçiş belgelerini Dernekler (UND¹) temin etmektedir. Bu Derneklerin sektöre rekabet bilgisi sağlama işlevleri işletmelerce yeterli değerlendirilmemekte, sorun çözücü yönleri, sektör firmalarını temsil ve mevzuat bilgisi sağlama faaliyetleri düzenli izlenmektedir.

Deniz taşımacılığında ise Deniz Ticaret Odaları pro-aktif organizasyonlardır. Sektörde eğitim yoluyla hizmet kalitesinin yaygınlaştırılması, rekabetçi bilgi paylaşım ortamı yaratılması konusunda faaliyetler göstermektedirler.

Sektör Ulusal Derneklerinde, bilgi seviyesi ve know how çok yüksektir. Devlet nezdinde sektör firmaları adına görüş sunarlar ve içerik geliştirirler. Samsun'da ise sivil toplum kuruluşları aktif değildir, işbirliği ve ortak çalışma kültürü geliştirecek ortamlar azdır. Sektör büyüdükçe işbirlikleri önemli hale geldiğinden sektör temsilcilerinin bir araya gelmesini yaratacak şartlar önemlidir.

Sanayi ve Ticaret Odası'nda sektörün temsil edildiği Meclis vardır, bu Meclis ve çalışmaları sektör firmalarınca izlenmektedir, ancak katılım oranı azdır. Sektör uzmanlarına göre işletmeler özellikle Valilik tarafından düzenlenen etkinlikleri izlemekte ve katılmaktadırlar.

Kara ulaştırmasında ise birçok sivil toplum kuruluşu faaliyet göstermektedir. Demiryolları Taşımacıları Derneği, Samsun Nakliyeciler ve Ambarcılar Derneği (2001) ve Samsun Lojistik Platformu firmalar tarafından telaffuz edilen sivil toplum kuruluşlarıdır.

KAMU KURUM VE KURULUŞLARI

Bu başlık altında kamu kurumlarının sektöre yönelik denetim ve kalite kontrol işlemleri ile sektörü kendini geliştirme, iyileştirme ve standartları yakalamaya ne ölçüde ittiği

¹ Uluslararası Nakliyeciler Derneği

Bu rapor innoCentric tarafından Samsun İl Özel İdaresi için "Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi" Projesi kapsamında hazırlanmıştır. ©2010-2011

araştırılmıştır. Sektörde kamu kurumları ve firmaların kesişme noktaları genellikle denetimlerdir.

Kara ulaştırmasında Maliye Bakanlığı denetimi ve trafik denetimleri en sıklıkla karşılaşılan uygulamalardır. Ancak bu denetimlerde çevreyi kirleten araçlar cezalandırılmamakta, taşımacılık belgeleri kontrol edilmemektedir. Denetimlerde rüşvet vb şeyler söz konusu olabilmektedir.

Deniz ulaştırmasında ise denetimler Denizcilik Müsteşarlığı tarafından gerçekleştirilir. Denizcilik sektöründeki firmalar bu kontrollerin sektörün kalitesini artırdığını, Türk gemileri eskiden kara listedeyken şimdi imaj değiştirdiklerini belirtmektedirler.

Limanda ise özelleştirme sonrası geçiş dönemi yaşandığından TCDD'nin geçici çalışanları bir süre görev yapmaktadırlar.

Devletin, sektörde markalaşma, uluslararasılaşma ve yenilenme adına bazı teşvikleri beklenmektedir. Demiryolu taşımacılığı ve lojistik konusunda AB hibeleri açılacağı nedeniyle hazırlıklar yapılmaktadır. Devlet tarafından lisanslı depoculuğa kredi teşviki sunulduğu belirtilmektedir.

FİNANS

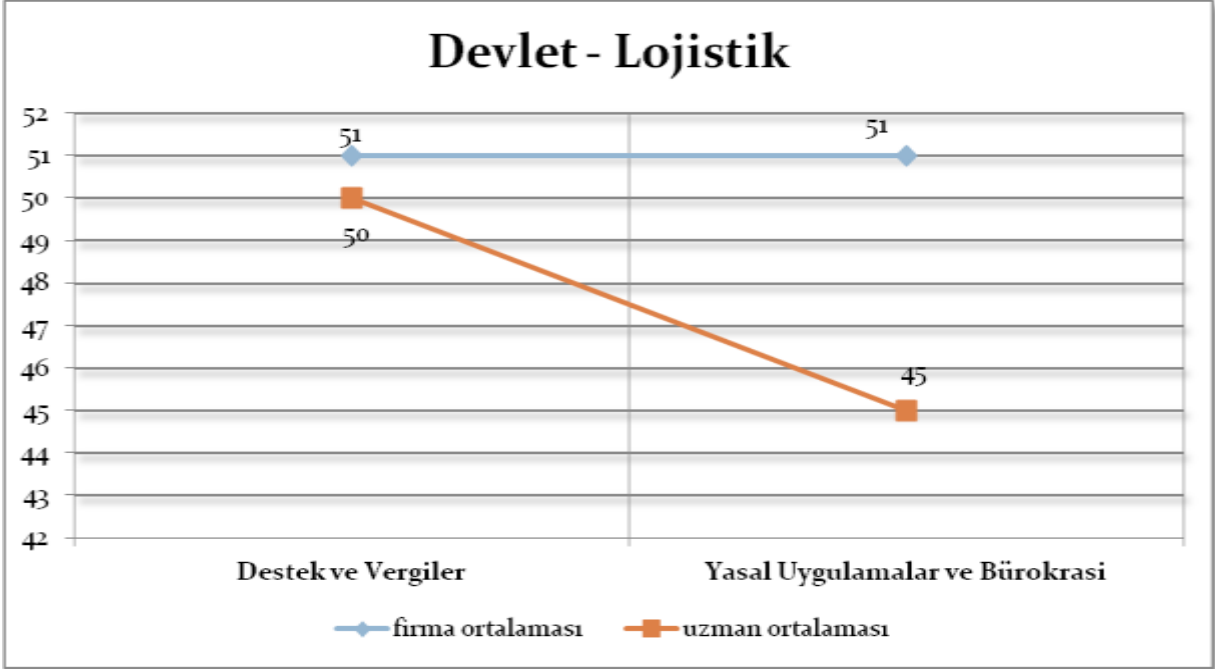
Sektör uzmanlarından alınan bilgilere göre; Garanti Bankası ve İş Bankası sektöre yönelik toplantılar yaparlar bunlara çok iyi katılım sağlanır. Lojistik sektörüne ait kredi paketleri vardır. İş bankasının işte KOBİ programı lojistiğe dönük destekler sunmaktadır. Bölgede bilgilendirme toplantıları gerçekleştirirler. Yıllardır beraber iş yapmaktan kaynaklanan olumlu iletişim vardır.

Sektör firmalarında finans kaynakları hakkında yapılan görüşmelerde sektöre destek olarak değerlendirilebilecek uygulamanın araç alımlarında kredilerin rahatlıkla alınması olarak belirtilmektedir.

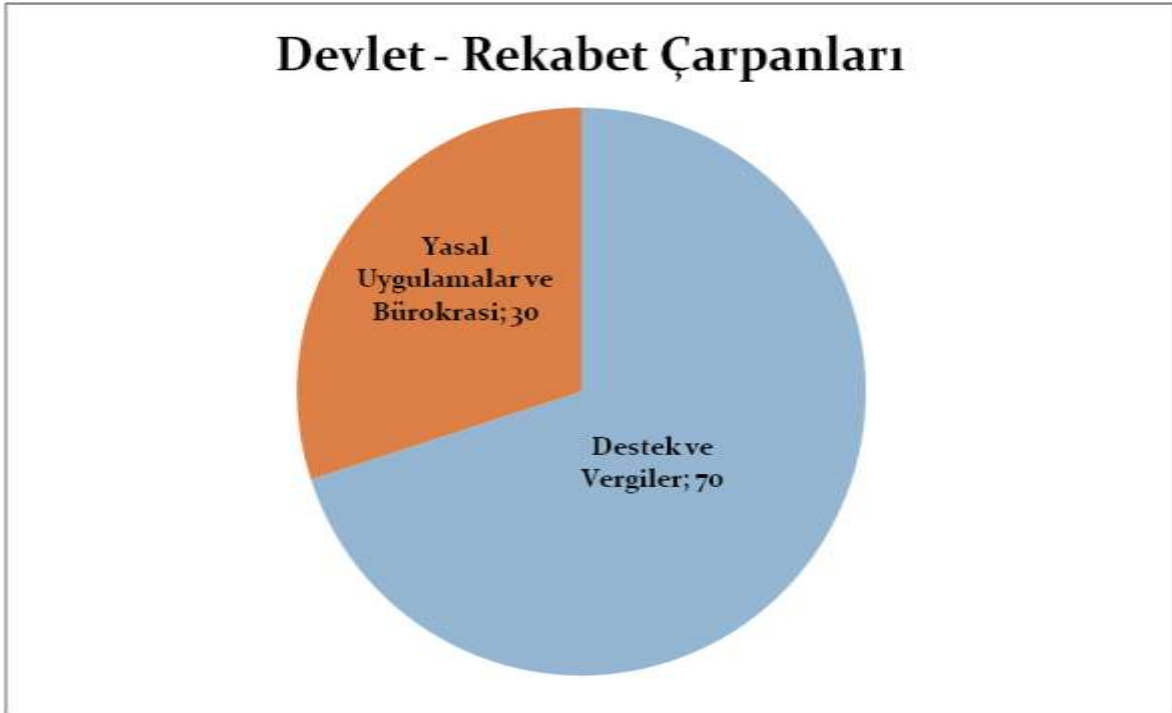
Devlet

Devlet koşulları konusunda Samsun lojistik sektörü puanı 50'dir.

TABLO 18: LOJİSTİK SEKTÖRÜ DEVLET KOŞULLARI DEĞERLENDİRMESİ



TABLO 19: LOJİSTİK SEKTÖRÜ DEVLET KOŞULLARI REKABET ÇARPANLARI



VERGİLER VE DESTEKLER

Bu başlık altında sektöre özel vergiler, avantaj ve dezavantajları, yeni pazarlara açılmada sağlanan devlet destekleri, sektöre teşvik sağlayan kurumlardan sektör işletmelerinin ne ölçüde haberdar olduğu ve yararlı bulup bulmadığı konusu araştırılmıştır.

Kara ulaştırması konusunda çalışan firmalar için zorunlu olan Ulaştırma Bakanlığı'ndan alına izinler çok pahalıdır. Sektör uzmanlarına göre bu uygulama sektörün kalite standardını korumak için iyi bir uygulamadır; herkesin sektöre girmesini engeller.

Kara ulaştırmasındaki en önemli problemlerden biri de akaryakıt vergileridir. Araç alımlarındaki vergi oranlarının yüksekliği yine firmalarca dile getirilen bir problemdir. Bu konuda Otomotiv Distribütörleri Derneği görüş olarak “Türkiye’de kişi başına milli gelir AB ortalamalarının altında olmasına rağmen otomotiv sektörü vergileri AB ortalamalarından daha yüksektir. AB de yeni araç alımlarında ÖTV uygulaması bulunmamakta, sadece KDV alınmaktadır. Bu durum araç alım maliyetlerini kıyaslanmayacak şekilde artırmakta ve pazarın büyümesini engelleyici bir sonuca yol açmaktadır. (İbrahim Aybar, 2010)” diye belirtmektedir.

Liman hizmetlerindeki bedellerin bir kısmı Devlete ödenir, bu da taşımacılara yansımaktadır.

Sektörde iş yapmak için gerekli belge fiyatları çok yüksektir. 5 yıl geçerlidir. Sonra alımda indirim yapılmaktadır. Vergi ödemeyenlere af çıkarken zamanında ödeyenler için hiçbir düzenleme yoktur.

Vergi konusunda bir diğer yorum da “ zamanında ödenmeyen vergiler affolurken, düzenli vergi ödeyenlerin ödüllendirilmemesi”dir. SSK maliyetleri, ÖTV ve KDV oranlarının asıl maliyetleri ikiye katladığı belirtilmektedir.

BÜROKRASİ, AB UYUM SÜRECİ VE KAYITDIŞILIK

Kamu kurumlarıyla sıklıkla iş yapan acenteler, bazı sistem değişikliklerinden olumsuz etkilendiklerini belirtmektedirler. Örneğin eskiden iş yaptıkları kurumların vezneleri varken (Hudutlar Sağlık Denetleme Müdürlüğü, Gümrük ve Liman Başkanlıkları gibi), günümüzde ödemeleri banka dekontu vasıtasıyla alınmakta ve internet bankacılığı kullanılamamaktadır.

Bu nedenle personel ve zaman bakımından etkilenmektedirler.

Bu rapor innoCentric tarafından Samsun İl Özel İdaresi için “Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi” Projesi kapsamında hazırlanmıştır. ©2010-2011

Deniz ulaştırmasında ise Türkiye'deki gümrükler içinde Samsun Gmrg etik kurallar içinde çalışan bir kurum olarak belirtilmektedir. Poliste de aynı durum söz konusudur. Rüşvet alınmamakta, gümrükte elden bir Şey alınmamaktadır. Belediye sektör firmalarına olumlu yaklaşmaktadır. Ancak bürokrasiden uzaklaşabilmek için doğru işte doğru kişiye gitmenin önemli olduğu belirtilmektedir. Bu durum da uygulamaların standartlığı konusunda çelişkiler doğurmaktadır.

AB süreci ve sektöre etkileri konusunda yapılan yorumlar ise Avrupa'ya yapılan taşımacılıkta Avrupa Birliğinin kurallarına uyulduğu, yurtiçinde de aynı standardın uygulandığı belirtilmektedir. AB adaylığı kara taşımacılığını olumlu etkilemiştir. Ancak yasal düzenlemelerin uygulamasındaki yetersizlik rekabet problemleri yaratmaktadır. Örneğin firmalar K belgesi olmayan rakiplere iş veremezken artık verebilmektedir ve denetleme yoktur. Nakliye organizasyonu R1'e tabii iken K1 ile nakliye yapılabilir. Bu standardı arayan firmalar olmasına rağmen denetim sistemi olmadığından rekabet koşulları zorlaşmaktadır.

Kayıtdışılık ve sektör firmalarının rekabet gücüne etkisi konusunda yapılan görüşmelerde sektör uzmanlarına göre taşımacılıkta 2 tür kayıtdışılık olduğunu belirtmişlerdir. Birinci yöntem kara taşımacılığında çok yük taşıyıp belgelerde az göstermek, ikinci yöntem de yurtdışına taşınan mallarda maliyetlerin yüksek gösterilmesi yoluyla yapılabilir. Taşımacılıkta fazla tonaj düşük fatura konusunda kayıt dışılık çoktur. Deniz hava, demiryolunda ve depoculukta fazla kayıtdışılık olmadığı belirtilmektedir. Taşımacılıkta %6-7 oranında olan kayıtdışılık sektörde maliyet farkı yaratacağından firmaların iş almasını etkilemektedir. Dolayısıyla kayıt dışılık, kara ulaştırmasında rekabet gücünü etkileyen önemli bir sorundur. Sektör uzmanlarında %6-7 olarak verilen oran, kara ulaştırması firmalarınca %20 civarında olarak belirtilmektedir. Diğer firmalar kayıtdışılıkla maliyeti dşrdklerinden dolayı tercih edilebilmektedirler. Görüşülen firmalarda "Nakliyecilikte hep kayıtdışı çalışılmaktadır." gibi bir yorum yapılmıştır.

Acente hizmetlerinde yapılan görüşmelerde aşırı oranda kayıtdışılık olduğu, ro-rolara hizmet veren kesimde özellikle bu kayıtdışılığın rekabet yaratarak işlerini etkilediği belirtilmektedir.

Liman hizmetleri ise bürokrasi azatlımı için önemli altyapı çalışmaları gerçekleştirmektedir; örneğin online hizmetler geliştirilmesi gibi. AB'de açılan fasıllarda limanlarla ilgili hususlar

da görülmüştür. Denizcilik sektörü her limanda farklı uygulamayla karşılaşmaması ve işlemlerin standardize olması gerekliliğinden dolayı AB standartları izlenmektedir. Limanı yönlendiren birimler Denizcilik ve Gümrük Müsteşarlığıdır.

SAĞLIK HİZMETLERİ SEKTÖRÜ REKABET ANALİZİ



30.12.2010

Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi

Sağlık hizmetleri endüstrisi, sağlık sektöründe hizmet ve ürün üreten farklı paydaşların bir arada çalıştığı bir alandır. Biyoteknolojiden, tanı koymaya, ilaç üreticilerinden, hastanelere, medikal malzemedden, laboratuarlara, bakım evlerinden, evde bakım hizmetlerine kadar geniş bir yelpazeyi içerir.

Bu rapor innoCentric tarafından Samsun İl Özel İdaresi için "Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi" Projesi kapsamında hazırlanmıştır. ©2010-2011

Giriş

Sağlık hizmetleri, birey ve toplumun sağlıklı, uzun ömürlü olmasını ve verimli çalışmasını sağlar. Sağlık hizmetleri koruyucu, tedavi edici ve rehabilite edici hizmetler olarak sınıflandırılır. Ancak sağlık hizmetleri endüstrisi denildiğinde çok daha geniş bir ürün ve hizmet alanından bahsedilmektedir. Günümüzde sağlık hizmetleri, ülke ekonomilerinin önemli bir parçası olup, büyük bir hizmet endüstrisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu alan; biyoteknolojiden, tanı koymaya, ilaç üreticilerinden, hastanelere, medikal malzemedan, laboratuarlara, bakım evlerinden, evde bakım hizmetlerine, akupunkturdan, konuşma terapisine kadar geniş bir ürün-hizmet yelpazesini içerir.

Sağlık Sektörü'nün yapısı; ülke nüfusu, kültürel gelişim, doğal kaynak, politik ve ekonomik sisteme bağlı olarak değişim göstermektedir. Bununla birlikte; sağlığa verilen önemin her geçen gün artması ve sağlık hizmetlerinde kalite çıtasının yükselmesi, sağlık kuruluşları arasındaki rekabeti artırmakta ve sektörün gelişimine önemli katkılar sağlamaktadır. Sağlık hizmetleri sunumunda; fiziki yapı, araç gereç, insan gücü ve finans gibi kaynak özelliklerinin yanı sıra, hizmetin sunum şekli ve hizmet alanlarının memnuniyeti de kuruluşlar arası rekabette en belirleyici özellikler olarak gösterilmektedir.

Ülkelerin sosyoekonomik açıdan kalkınmışlık düzeylerinin en önemli göstergelerinden birisi de sağlık hizmetleridir. Sağlık hizmetlerinin temel amacı toplumun ihtiyacı olan sağlık hizmetlerini, müşterinin istediği kalitede, istediği zamanda ve mümkün olan en düşük maliyetle sunmaktır. Ayrıca sağlık sektörü, müşterilerin tatminin sağlanması bakımından en problemlilerden biri olarak görünmektedir. Teknolojinin hızla değişmesi, artan maliyetler, hastaların artan şikayetleri ve iyi bakım isteğinin yaygınlaşması sağlık hizmetlerinin daha karmaşık bir yapıya bürünmesine neden olmuştur.

Sağlık hizmeti sunumunda kullanılan kaynakların belirli dönemlerdeki miktarlarını, koordinasyonunu, finanse edilmelerini, sağlık alanında kullanılmak üzere paylaşılan kaynakların etkinliğini ve verimliliğini, bireysel ya da ulusal düzeydeki koruyucu, iyileştirici ve rehabilite edici sağlık hizmetlerinin etkisini incelemek üzere sağlık hizmetleri ekonomisi kavramı ortaya çıkmıştır. Sağlık hizmetleri ekonomisi teknolojinin gelişmesi, bu gelişmelerin sağlık sektörüne yansımaları, tanı ve tedavi olanaklarının artması, ortalama yaşam süresinin uzaması, nüfus artışı, sağlık hizmetleri giderlerinin artması, maliyetin tartışılmaya

başlanması, sağlığa ayrılan payın artması, sağlık bütçesine ayrılan payı giderek sınırlama eğilimleri, kronik kaynak sıkıntısı gibi kavramları incelemektedir.

İnsanların sağlık hizmetlerinden yeterince, yerinde, zamanında ve gereksiz masraflardan kaçınarak yararlanmaları önemlidir. Bu amaçla hangi durumlarda hangi kurum ve kuruluşlara başvurulacağı iyi bilinmelidir. Sağlık hizmetlerinin temel amacı; sağlığı korumak, sağlık korunamadığında hastalığı erken fark etmek ve tedaviyi tam olarak uygulamaktır.

Sağlık hizmetleri;

- ✚ Arzının pahalılığı,
- ✚ Talebinin tüketici tarafından belirlenmemesi,
- ✚ Bir bölümünün toplumsal olma özelliği,
- ✚ Kar amaçlı değil sosyal amaçlı olması,
- ✚ Talebin tesadüfiliği,
- ✚ Talep esnekliğinin katı olması,
- ✚ İkamesinin olmaması

gibi temel özelliklere sahiptir (Özsarı, 2009). Hizmeti sunma ve hizmetten yararlanma bedelinin bu kadar sınırlılıklara sahip olması, ülkelerin sağlık politikalarını belirlerken kalite, etkililik, verimlilik, harcanana değer olma gibi genel ekonomik değerlendirme kavramlarını sağlık sektöründe de tartışılır ve hatta uygulanır hale getirmiştir.

Sağlık hizmetlerinin genel amacı, toplumun sağlık düzeyini yükseltmektir. Bu amaca yönelik olarak kullanılacak araçların tamamı hedeflere ulaşabilmenin yollarıdır. Genel amaca yönelik olarak hedefler; sağlık hizmetlerinin kapsayıcılığını, ulaşılabilirliğini, hakkaniyetini, etkililiğini, verimliliğini yükselterek, ihtiyacı olana kaliteli sağlık hizmeti sunulmasını sağlamak, olarak özetlenebilir. (Özsarı, 2009)

Dünya’da Sağlık Sektörünün Genel Durumu

Sağlık hizmetleri gelir, yaş, teknoloji, ekonomik ve sosyal amaçlar gibi birçok unsura bağlı olduğu için ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Son dönemde ulaşım ve iletişim sektörlerinde yaşanan gelişmeler sağlık hizmetlerinin ticaretinin yapılmasına olanak sağlamıştır. Gelişmiş ülkelerde sağlık hizmetlerinin maliyetlerinin yüksek olması ve bazı sağlık hizmetlerinin yerel tedarikçiler tarafından sağlanamaması, kişilerin daha uygun fiyata aynı kalitede hizmet alabileceği ülkelere yönelmesine neden olmaktadır. Kişi başına sağlık harcamalarına bakıldığında ilk sırada İsviçre yer almakta, bu ülkeyi ABD ve Norveç izlemektedir. ABD dünyanın en büyük sağlık hizmetleri sektörüne sahip ülkesidir, ikincisi sırada ise yine AB gelmektedir. Dünya sağlık ve ilaç pazarının önümüzdeki beş yıl boyunca hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerdeki talep artışına bağlı olarak büyümesi, ancak sağlık harcamalarının GSMH’ye oranının belirli bir seviyede kalması beklenmektedir. En büyük sağlık tedarikçisi ülke olan ABD’nin konumunu önümüzdeki dönemde de koruyacağı tahmin edilmektedir. (Vakıfbank, 2007)

Küresel sağlık harcamalarının 2009 yılında bir önceki yıla kıyasla % 3’lük bir düşüş sonrasında 5.460 milyar ABD doları düzeyinde gerçekleştiği tahmin edilmektedir. Sağlık harcamalarının küresel GSYİH’ye oranı aynı yıl için % 10,1 olup 2008 yılındaki % 10,0’lik oranın biraz üzerindedir. Bu durum da sektörün ekonomik darboğaza karşı direncini göstermektedir. 2009 yılında yaşanan darboğazın ardından ekonomideki düzelmeye yanı sıra, nüfus artışı, nüfusun yaşlanması ve hastalardan gelen tedavi talepleri sonucunda sağlık harcamalarında artış beklenmektedir. Ancak, devlet tarafından sağlanan mali desteklerin sınırlandırılması ve diğer çeşitli etkenlere bağlı olarak sağlık harcamalarının küresel GSYİH içindeki yüzdesinin kademeli olarak azalması beklenmektedir. **TABLO 20:**Dünya Sağlık Harcamalarının Kişi Başına Değerinin GSYİH’a Oranı’nda da görüldüğü üzere kişi başı sağlık harcaması artmasına rağmen GSYİH’de sağlık harcamalarının oranında önemli değişiklikler görülmemektedir.

TABLO 20:DÜNYA SAĞLIK HARCAMALARININ KİŞİ BAŞINA DEĞERİNİN GSYİH'A ORANI



Sağlık Turizmi

Sağlık hizmetleri sektörünün önemli bir ayağı olan sağlık turizmi tedavi ve tatil amaçlı, şehirlerarası ya da ülkelerarası yapılan seyahatler olarak tanımlanır. Ülkemize nazaran Dünyada sağlık turizmi çok daha önce keşfedilmiştir ve bu alanda çok ciddi yatırımlar yapılmaktadır. Sağlık turizminin öncüsü ülkelerde yüksek teknolojiyle donatılmış iyi, kaliteli ve dahası çok daha ucuza tedavi vaat eden ülkelerin artması sonucu artık yeni bir hedef belirledi: "Sağlık hizmetinin kalitesini düşürmeden, maliyetlerini düşürmek."

Sağlık turizmi Dünyanın en önde gelen, en dinamik sektörleri arasındadır. Amerika ve Avrupa Birliğine üye bazı büyük ülkeler bu gelirden vazgeçmemek için maliyetlerini düşürmenin yollarını ararken, sağlık turizminden en büyük payı alan ülkelerin başında Singapur, Hindistan, Tayland, Malezya gibi Uzakdoğu ülkeler gelmektedir. Hindistan'a her yıl yaklaşık olarak 150.000 medikal turist tedavi olmak için gitmektedir. Her yıl %30 artış kaydeden Hindistan'ın sağlık sektöründeki beklenti 2012 yılında 1.2 milyar Pound'tur. Hindistan'ın sağlık turizmindeki en büyük avantajı bu alandaki potansiyeli önceden keşfetmiş olmaları, düşük maliyetle çalışmaları ve iyi tanıtım yapmalarıdır. (Sağlık Turizmi Rehberi)

Hastaların doğal kaynaklardan, medikal hizmetlerden, turistik tesislerden; sağlık ve dinlenme ihtiyaçlarını karşılayarak; sıhhatini korumak, şifa bulmak ve tedavi olmak amacıyla aldıkları hizmetlerin tamamı sağlık turizmi kavramı altında değerlendirilir. Sağlık turizmi aynı zamanda hastaların ve hasta ailelerinin rahatlığını sağlamak için tıbbi seçenekler sunmayı hedefliyor. Sağlık Turizmi alt sektörleri 3 ana başlık altında toplanmaktadır; Medikal, Termal ve Spa-Wellness hizmetleri. Bu konularda dünyada markalaşmış bölgelere örnek vermek gerekirse:

- ✚ Medikal turizm: Panama, Brezilya, Malezya, Kostarika, Hindistan (Yanos, 2008)
- ✚ Termal turizm: Hindistan, Türkiye, Malezya
- ✚ Spa-wellness turizmi: Macaristan, Çek Cumhuriyeti, Avusturya, Bali, Maldivler



Türkiye’de Sağlık Hizmetleri Sektörünün Genel Durumu

1920 yılında kurulan Sağlık Bakanlığı ülkenin en büyük sağlık hizmeti sağlayıcısı ve halen önleyici sağlık hizmetleri veren tek kurumudur. Birinci ve ikinci basamak sağlık hizmetlerini sağlayan ana kuruluş da Sağlık Bakanlığı’dır. Sağlık politikaları ve hizmetleri ulusal düzeyde Sağlık Bakanlığı’nın sorumluluğu altındadır. İl düzeyinde ise, Sağlık Bakanlığı tarafından sağlanan sağlık hizmetleri valilere karşı sorumlu olan il sağlık müdürlükleri tarafından yönetilir.

Ancak Türkiye’de sağlık hizmetlerinden anlaşılan öncelikle temel sağlık hizmetleri ve ilaç – ecza sektörüdür. Destekleyici ve yan hizmetler, örneğin hasta ve yaşlı bakımı, alternatif tedavi kürleri (örneğin kaplıcalar), terapiler ve nekahet dönemi bakımı gibi alanlar son yıllarda sağlık hizmetleri ve sağlık turizmi kavramlarının Dünyada yükselen değerler olması ve gelişmiş ülkelerin sağlık sistemlerinin bu tür hizmetleri yurtdışından almanın sosyal güvenlik yapıları için daha uygun olması nedeniyle desteklemesinin sonucu olarak ülkemizde de gündeme gelmeye başlamış sektörlerdir. Bu nedenle yan ve destekleyici hizmetler olarak tabir ettiğimiz hizmetler konusunda düzenleyici-denetleyici kurum-kuruluş konusunda bütüncül bir yaklaşım da yoktur.

Son yıllarda sivil toplum kuruluşları, birlik ve derneklerin gelişen sağlık hizmetleri konusunda hizmet sağlayıcılarla işbirliği içinde gerçekleştirdikleri altyapı ve bilinçlendirme çalışmaları, lobi ve kulis faaliyetleri, sağlık turizmi konusunda uluslararası ilgiyi Türkiye’ye çekmeye yönelik çalışmaları politika yapıcıların da bu sektörün yakaladığı hızlı büyüme ve gelişmeyi fark ederek ulusal planlara entegre etmelerini sağlamıştır. Örneğin sağlık hizmetleri turizmine ilişkin olarak 9. Kalkınma Planı’nda “Türkiye’nin fiyat, hizmet kalitesi ve jeotermal kaynaklar açısından rekabet üstünlüğü göz önüne alınarak, sağlık hizmetleri turizmi desteklenecektir.” yer almaktadır. (TC Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı, 2007)

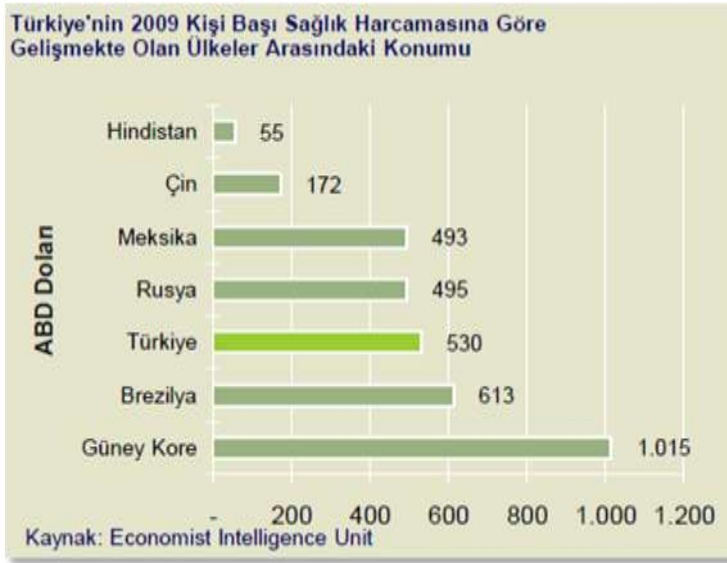
TÜİK tarafından gerçekleştirilen bir çalışmaya göre 2008’de 165 binin üzerinde ziyaretçi, sağlık hizmeti almak için Türkiye’ye gelmiştir ve yaklaşık 360 milyon d2dir. 2007’de gerçekleştirilen bir çalışmaya göre İngilizler Hindistan ve Macaristan’la beraber Türkiye’yi de en önemli üç sağlık turizmi destinasyonu arasında sıralamaktadırlar. (Vequist & Gürsoy,

2009). 50 binden fazla İngiliz'in sağlık hizmeti almak üzere yurtdışına çıktığı ve 237 milyon dolar para harcadığı düşünülürse İngiliz pazarının oldukça büyük olduğu da ortaya çıkar. Bu sayının %25 gibi büyük bir oranda artacağı öngörülmektedir.

Türkiye'ye sağlık turizmi için gelen hastaların büyük çoğunluğunu kaplıca ve termal tesisleri ziyaret edenler oluştururken, saç ektirme, göz ameliyatları, tüp bebek gibi cerrahi yöntemler için gelenlerin sayısı artmaya başlamıştır. İngilizler ise Türkiye'yi özellikle kalça çıkıkları, lazer göz ameliyatı ve katarakt ameliyatları konusunda tercih etmektedirler.

Türkiye'nin kişi başı sağlık harcamalarına göre gelişmekte olan ülkelerle bir karşılaştırmasını yapan Economist Intelligence Unit'e göre Türkiye Rusya'yla yaklaşık bir ortalamaya sahiptir. Ancak bu oranlar Brezilya'dan düşüktür, hatta Güney Kore'deki sağlık harcamalarının yarısı kadardır.

TABLO 21: 2009 YILINDA KİŞİ BAŞI SAĞLIK HARCAMASINA GÖRE KARŞILAŞTIRMA



Sağlık hizmetleri sektörünün özellikleri incelendiğinde talebin tesadüflüğü ve ertelenemezliği gibi unsurlar nedeniyle özellikle 2008 sonu 2009'da tüm sektörleri etkileyen ekonomik durağanlıktan çok da fazla etkilenmediği ortaya çıkmaktadır. (Tablo 22: Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerde Sağlık Hizmetleri Sektörü Büyüme oranları) Aksine, sağlık hizmetlerine diğer ülkelerde çok daha ekonomik ve kaliteli koşullarda ulaşılacağına gelişmiş ülkelerce anlaşılması üzerine bu tür hizmetleri sunan gelişmekte olan ülkelerde sektörün büyümesini hızlandırmıştır.

TABLO 22: GELİŞMİŞ VE GELİŞMEKTE OLAN ÜLKELERDE SAĞLIK HİZMETLERİ SEKTÖRÜ BÜYÜME ORANLARI

Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerde Yıllık Bileşik Büyüme Oranı (2008-2013)			
Gelişmiş Ülkeler CAGR 2008-2013		Gelişmekte Olan Ülkeler 2008-2013	
ABD	%(2) - %1	Çin	%20 - %23
Japonya	%1 - %4	Brezilya	%7 - %10
Fransa	%0 - %3	Meksika	%4 - %7
Almanya	%3 - %6	Türkiye	%11 - %14
İtalya	%0 - %3	Hindistan	%11 - %14
İngiltere	%0 - %3	G.Kore	%7 - %10
İspanya	%6 - %9	Rusya	%14 - %17
Kanada	%3 - %6	İlaç sektöründe gelişmekte olan ülkeler	%13 - %16
Gelişmiş Ülkeler	%0 - %3	Dünya	%4 - %7

Kaynak: IMS Health, 2009

Kaynak: (Deloitte, 2010)

Türkiye’de sağlık hizmetleri sektörüne ilişkin genel verileri incelediğimizde 2003’ten itibaren başlayan yeniden yapılanma sürecinin (2003-2013 Sağlıkta Dönüşüm Programı) önemli bir değişimi başlattığı, sağlıkta verimliliği ve kaliteyi artırmak, sağlık kuruluşlarına erişimi kolaylaştırmak amaçlı reformlar gerçekleştirildiği görülmektedir. 2004 ile 2007 yılları arasında toplam sağlık harcamalarının GSYİH içindeki payı % 6’nın biraz altında kalmıştır. (Tablo 23:Türk Sağlık Sistemine İlişkin Temel Göstergeler) Bu oranın 2009 yılında biraz artarak % 6,0’ye olarak gerçekleşmiştir. Türkiye, Çin (% 4,7), Hindistan (% 5) ve Rusya (% 5,3) gibi diğer gelişmekte olan ülkeleri geride bırakmıştır. Türkiye’nin, yıllık yaklaşık % 10,5 olan sağlık harcamalarındaki artış oranı, 2004 ile 2009 yılları arasında % 9,4 olan toplam yurt içi nominal GSYİH artış oranını geride bırakmıştır.

Sağlıkta dönüşüm programının kullanıcı (vatandaş) üzerindeki ilk etkileri ise olumludur: TÜİK tarafından yayımlanan ve Türk vatandaşlarının sağlık hizmetlerinden genel memnuniyet oranının projenin başlatılmasından hemen önce 2003 yılında %39,5 iken; 2005’te %55,2’ye ve 2007 yılında %66,5’e yükselmiştir. (Akdağ, Nereden Nereye: Türkiye Sağlıkta Dönüşüm Programı, 2007). Ayrıca birinci basamak hizmetlerine yönelik memnuniyet 2003 yılında % 39,4 iken 2006 yılında % 57,1’e yükselmiş ve kamu hastanelerinin hizmetlerine yönelik memnuniyet de 2003 yılında %41 iken 2007 yılında %51,5’e yükselmiştir. (Akdağ, Sağlık Bakanlığı’nın 2008 Mali Yılı Bütçesinin TBMM Plan ve Bütçe Komisyonuna Sunulması, 2008)

Türkiye'deki önemli sağlık hizmeti sağlayıcıları Sağlık Bakanlığı, Sosyal Güvenlik Kurumu, Savunma Bakanlığı, üniversiteler ve özel sağlık uzmanlarıdır. Hastanın sağlık sigortasının kapsamına bağlı olarak, önemli tıbbi tedavilerin çoğu Sağlık Bakanlığı ya da diğer devlet kurumları tarafından yönetilen kuruluşlarda yapılmaktadır. Özel hastaneler ve kliniklerde muayene ve tedavi olma eğilimi, özellikle gelişmiş ve büyük şehirlerde artmaktadır. Özel hastanelerde çalışan uzman hekim sayısı 8.907, ruhsatlı özel tıp merkezi-dal merkezi-poliklinik sayısı 1.845 ve bu merkezlerde çalışan uzman hekim sayısı 6.273 iken; Türkiye'de 1000 kişiye düşen hekim sayısı 1,7'dir. Bu hizmetlere ilişkin veriler de aşağıdaki tablolarda sunulmaktadır:

TABLO 23:TÜRK SAĞLIK SİSTEMİNE İLİŞKİN TEMEL GÖSTERGELER



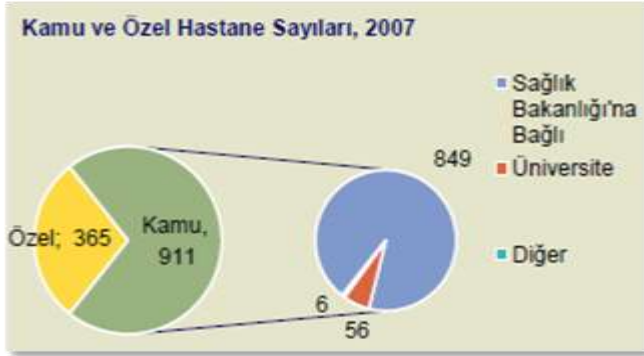
Kaynak: (Economist Intelligence Unit, 2009)

TABLO 24:TÜRKİYE'DE YATAKLI VE AYAKTA TEDAVİ HİZMETİ VEREN SAĞLIK KURUMLARI

	2006	2007
Yataklı sağlık kurumu	1.163	1.276
Hastane	1.163	1.276
Yatak sayısı	180.767	184.983
Yataksız sağlık kurumu	14.673	13.352
Sağlık merkezi	6.454	5.125
Sağlık evi	7.427	7.430
Dispanser	259	259
Ana çocuk sağlığı ve aile planlaması merkezi	243	231
Aile planlaması eğitim merkezi	147	147
Semt polikliniği	143	160

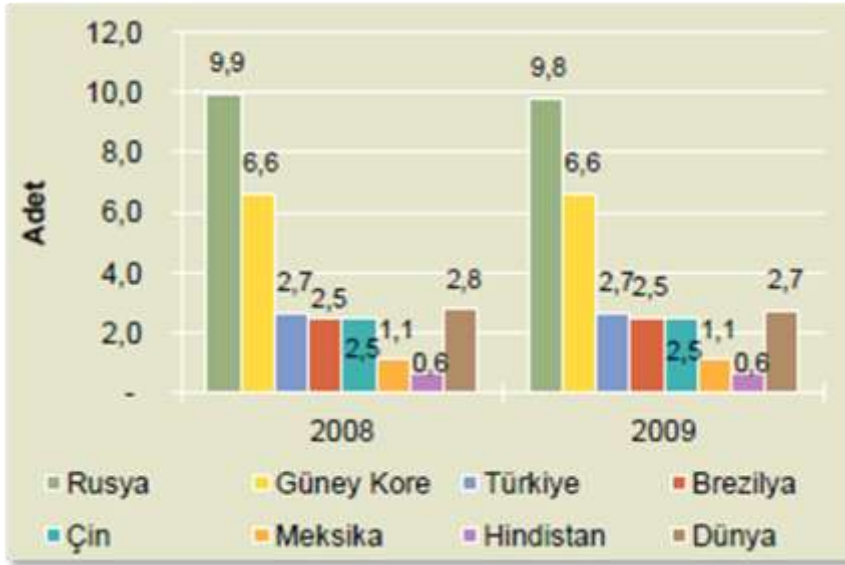
Kaynak: (TÜİK, 2007)

TABLO 25: KAMU VE ÖZEL HASTANE SAYILARI



Kaynak: (TÜİK, 2007)

TABLO 26: BİN KİŞİYE DÜŞEN YATAK SAYISI



Kaynak: (Economist Intelligence Unit, 2009)

SAĞLIK SEKTÖRÜ İÇİN SWOT ANALİZİ

Güçlü Yönler <ul style="list-style-type: none">✚ Düşüş eğilimindeki hastalık ve ölüm oranları✚ Artış eğilimindeki nüfus ve iyileşen demografik göstergeler✚ Sağlık konusunda artan genel bilinç düzeyi✚ Nitelikli iş gücünün varlığı✚ Son yıllarda yabancı yatırımlar da dahil olmak üzere, artan sağlık yatırımları✚ Her geçen gün AB ile daha uyumlu hale gelen piyasa düzenlemeleri✚ Hükümetin sağlık sektörünü geliştirme konusundaki taahhüdü	Zayıf Yönler <ul style="list-style-type: none">✚ 2009 yılında 530 ABD doları olan kişi başı sağlık harcamasının Türkiye'yi birçok Avrupa ülkesinin gerisinde bırakması✚ Uluslararası standartların gerisinde kalan patent yasası ve fikri mülkiyet hakları✚ Yüksek teknoloji ürünü ilaçların ithalatına olan yüksek bağımlılık
Fırsatlar <ul style="list-style-type: none">✚ Önemli bir büyüme potansiyeli yaratan AB ile uyum ve sektördeki modernizasyon çalışmaları✚ Nüfusun büyüklüğü ve mevcut düşük tüketim oranı göz önünde bulundurulduğunda, önemli büyüme potansiyeli✚ Yatırımları kolaylaştırmak için tasarlanan yeni Ar-Ge düzenlemelerinin uygulamaya koyulması✚ Dünyadaki en hızlı büyüyen pazarlardan biri olması✚ Sağlık hizmetlerine daha fazla kişinin erişmesine olanak sağlayacak merkezi sağlık sigortası/sosyal güvenlik gibi sağlık reformları	Tehditler <ul style="list-style-type: none">✚ Devletin fiyat kontrolleri ve geri ödeme listelerinin pazarın cazibesi üzerindeki olumsuz etkisi✚ Modernizasyon masraflarının, yasal çerçeve ve endüstri standartlarının uluslararası normlar düzeyine ulaşmasını engelleme olasılığı✚ Sosyal sigorta sistemindeki bütçe açıklarının azaltılması ihtiyacı

(Deloitte, 2010)

Türkiye'de Sağlık Turizmi

Türkiye sağlık turizmi açısından oldukça avantajlı bir konumdadır. Özellikle Orta-Doğu, Afrika ülkelerinden, gelişmiş ülkelere tedavi amaçlı giden hastalar (zengin hastalar, yüksek maliyet) ve AB ülkelerinden, gerek randevu alma sorunu, gerekse, yüksek maliyet nedeniyle,

gelişmekte olan ülkelere giden hastalar (düşük maliyet-orta ölçekli maliyet) nedeniyle tercih sebebidir. Ancak bu alanın büyük gelişmeler vaat etmesi nedeniyle gelişmekte olan ülkeler ve bazı AB ülkeleri arasında ciddi rekabet yaşanmaktadır. Özellikle Hindistan bu konuda önemli tanıtım yatırımlarıyla öncülerdendir. Avrupa’da ise önemli bir rakip Macaristan’dır.

Türkiye’nin sağlık turizminde avantajlı yönleri de oldukça fazladır. Müslüman ülkelerin zengin hastaları ve bu hastaların kaliteli sağlık hizmetine ulaşma yönündeki arayışları, Afrika kökenli zengin hastalar, AB ülkelerinden ucuz tedavi amacıyla başka ülkelere giden sigortalı hastalar, geriatric hastaları, kozmetik amaçlı seyahat eden hastalar son zamanda bu avantajı destekler unsurlar olmuştur.

Genel turist harcamalarının ortalama 600 dolar olduğu göz önüne alınırsa tedavi amaçlı turist harcamasının ortalama 5 bin dolar olduğu tespit edilmiş olup, katma değeri tatil turistine oranla 8 kattır. (Elmas, 2008)

Sağlık Kentleri Projesi

Sağlık Bakanlığı tarafından başlatılan bir proje ile “Sağlık Kentleri” projesini hayata geçirilmeye hazırlanılmaktadır. Ankara, İstanbul, İzmir, Adana, Erzurum, Kayseri, Samsun, Van, Urfa, Diyarbakır, Elazığ, Trabzon, Konya, Antalya, Kocaeli, Bursa gibi bölge merkezlerinde kurulacak sağlık kentlerinde, her türlü sağlık kompleksine sahip tesisler yapılarak cazibe merkezleri haline getirilecektir. 2008 yılında başlatılan projede yap-kirala-devret modeli kullanılacaktır.

İçerisinde ihtisas hastaneleri ile laboratuvar, araştırma merkezi hatta otel bile olan tesisler, tek merkezden halka kaliteli sağlık hizmeti sunacak şekilde planlanacaktır. Sağlık kentleri; büyüklüğü, içeriği, teknik altyapısı ile önemli bir büyüklükte başlangıç maliyeti gerektirmektedir. Bu sebeple sağlık kentlerinin büyük ölçüde kamu özel ortaklığı modeliyle ‘Yap-kirala-devret’ şeklinde özetlenebilecek bu finansman modeli ile hayata geçirilmesi planlanmaktadır. (İHA, 2008)

Türkiye’de Kaplıca Turizmi

2000’li yıllarda nüfusun % 17’si 65 yaşın üzerinde olan Avrupa’da, bu oranın 2025 yılında % 20’ye yükseleceği tahmin edilmektedir. Özellikle alım gücü daha yüksek olan 3. kuşak olarak

tabir edilen 50 yaş ve üstü insanlar, sağlıkta önleyici tedavi ve zinde kalma arzusu ile sürekli artan yüksek kaliteli sağlık hizmeti (wellness) olanaklarına yönelik talep oluşturmaktadır.

Gerek tedavi gerekse zinde kalma ihtiyacında yaşlanan Avrupa nüfusunun, daha fazla termal kür gereksinimi ortaya çıkmaktadır. İklim avantajları nedeniyle özellikle romatizmal hastalıkların görüldüğü Kuzey Avrupa ve İskandinav ülkelerinde, bu talep daha yoğunlukla hissedilmektedir. Ayrıca, coğrafi yakınlık faktörü de göz önünde bulundurulduğunda, Ortadoğu ülkeleri için Türkiye önemli bir termal destinasyon ülkesi olabilecek konumdadır.

Gelişmiş ülkelerde sağlık giderlerinin fazla olması nedeniyle, hastaların tedavi hizmetlerini azaltmaya yönelik olarak sağlık hizmetlerinin daha düşük maliyetli ülkelere temin edilmesi eğilimi artmaktadır. İsveç, Norveç ve Danimarka'dan sonra Almanya ve Hollanda'daki bazı özel sigorta şirketlerinin de termal tedavileri için Türkiye'ye göndereceği hastalarının masraflarını karşılama kararı almaları, ülkemiz termal turizmi açısından önemli bir pazar payı oluşturmaktadır. (Gökhan ÖZOK, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeleri Genel Müdürlüğü, 2008)

Türkiye çok zengin jeotermal potansiyele ve tedavi edici özelliği yüksek termal sulara sahip olmasına rağmen; kür parkı, kür merkezi ve konaklama tesisi bütünlüğü sağlayan tesisler nicelik ve nitelik yönünden yetersizdir. Uluslararası standartlarda termal tesislere sahip termal kent niteliğindeki destinasyonların oluşturulamaması nedeniyle, Avrupa ülkeleri ile rekabet ortamı sağlanamamıştır.

Sağlık Hizmetleri Esasları

Ülkemizde mevzuata göre sağlık hizmetleriyle ilgili temel esaslar şunlardır (TC. Sağlık Bakanlığı, 1987):

- a) Sağlık kurum ve kuruluşları yurt sathında eşit, kaliteli ve verimli hizmet sunacak şekilde planlanır, koordine edilir, mali yönden desteklenir ve geliştirilir.
- b) Koruyucu sağlık hizmetlerine öncelik verilmek suretiyle bütün sağlık kurum ve kuruluşlarının kurulması ve işletilmesinde kaliteli hizmet arzı ve verimliliği esas alınır. Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanlığı bütün sağlık hizmetlerini denetler.

-
- c) Bütün sağlık kurum ve kuruluşları ile sağlık personelinin ülke sathında dengeli dağılımı ve yaygınlaştırılması esastır.
- d) Sağlık kurum ve kuruluşları, kişilerin hekim ve sağlık kuruluşunu seçme hakkı kısıtlanmaksızın sağlık hizmet zinciri oluşturulacak şekilde düzenlenir.
- e) Tesis edilecek eğitim, denetim, değerlendirme ve oto kontrol sistemi ile sağlık kuruluşlarının tespit edilen standart ve esaslar işinde hizmet vermesi sağlanır.
- f) Herkesin sağlık durumunu takip edebilmek işin gerekli kayıt ve bildirim sistemi kurulur.
- g) Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanlığı; sağlık ve yardımcı sağlık personelinin yurt düzeyinde dengeli dağılımını sağlamak üzere istihdam planlaması yapar.
- i) Sağlık hizmetlerinin yurt çapında istenilen seviyeye ulaştırılması amacıyla; bakanlıklar seviyesinden en uştaki hizmet birimine kadar kamu ve özel sağlık kuruluşları ile kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları arasında koordinasyon ve işbirliği yapılır. Sağlık kurum ve kuruluşları coğrafik ve fonksiyonel hizmet alanları, verecekleri hizmetler, yönetim, hizmet ilişki ve bağlantıları gibi konularda tespit edilen esaslara uymak ve verilen görevleri yapmakla yükümlüdürler. Çağdaş tıbbi bilgi ve teknolojinin ülkeye getirilmesi ve teşviki sağlanır.
- j) Vatandaşların hastalıklardan korunma, sağlıklı evre, beslenme, ana ocuk sağlığı ve aile planlaması ve benzeri konularda eğitilmeleri ve takipleri bütün kamu kuruluşlarının sorumluluğu, kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları, özel ve gönüllü kuruluşların işbirliği içerisinde gerçekleştirilir.
- k) Koruyucu, teşhis, tedavi ve rehabilite edici hizmetlerde kullanılan ilaç, aşı, serum ve benzeri biyolojik maddelerin üretiminin ve kalitesinin teşvik ve temini esastır. İzin veya ruhsat alınmamış ilaç ve terkiplerin retilimi, ithali, satışı ile ruhsat veya izin alınmış dahi olsa ilaç ve terkiplerin bilimsel araştırma amacıyla Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanlığı ve ilgili kişinin rızası olmadan insan üzerinde kullanımı yasaktır.
- l) zrl ocuk doğumlarının önlenmesi işin, gebelik öncesi ve gebelik döneminde tıbbi ve eğitsel çalışmalar yapılır. Yeni doğan bebeklerin metabolizma hastalıkları işin gerekli olan testlerden geçirilerek risk taşıyanların belirlenmesine ilişkin tedbirler alınır.

Samsun'da Sağlık Hizmetleri Sektörünün Genel Durumu

Sağlık Bakanlığı tarafından 2008 yılında başlatılan Sağlık Kentleri projesi kapsamında seçilen 16 ilden biri olan Samsun, Karadeniz bölgesinde hem konum bakımından hem de mevcut altyapısının, sağlık hizmetlerinde uzmanlaşma ve kalite geliştirme gibi avantajları nedeniyle son yıllarda bölgenin gözde kenti olmuştur.

Bölgede tıp fakültesinin bulunması, 4 bini aşkın yatak kapasitesi, 20'si kamu 7'si özel hastane, estetikten ortopediye, ruh ve sinir hastalıklardan ortodontiye, genel hastalıklardan kardiyovasküler cerrahi ve müdahalelere her alanda Samsun sağlık hizmetlerine başvuruları karşılayan bir kenttir. Özellikle kaplıca/termal turizm için uygun potansiyele sahip olan Samsun'da son yıllarda bu tür termal merkezlerin çevresindeki konaklama imkanları da bu potansiyeli avantaja dönüştürecek şekilde gelişmiştir.

Samsun'un sağlık hizmetleri sektöründeki avantajları aşağıda sıralanmaktadır:

- ✚ 190 kamu ve özel sağlık kuruluşu bulunması,
- ✚ 33 yıldır bölgeye hizmet veren, sektörün ihtiyaç duyduğu tüm kademelerdeki insan kaynağını yetiştiren tıp fakültesi,
- ✚ Havza ve Ladik termal bölgesi,
- ✚ Anadolu'nun ilk ve en büyük ilaç fabrikası,
- ✚ Cerrahi aletler sektöründe Dünyada 3. önemli kümelenme merkezi olması (Elmas, 2008)

Ancak sağlık hizmetleri sektörü sadece sağlık işletmelerinden oluşmamaktadır, yan hizmetler, kaliteli konaklama ve ağırlama, hasta yakınlarının uygun fiyat ve kaliteli şekilde ağırlanabilmesi gibi destek unsurlar sektörün gelişme sürecinde kritik önem taşır. Samsun'un bulunduğu konumun geliştirilerek yukarıda sayılan markalaşmış sağlık destinasyonları arasına girebilmesi için yabancı dil bilen hizmet personeli (sağlık ve yan hizmetler), sağlık hizmeti sunucularının kendilerini uluslararası kuruluşlara akredite ettirmeleri, güvenli ve alternatifler sunan ulaşım olanaklarının sağlanması, sağlık hizmeti için Türkiye'de iş geliştiren ağlara üyelik ve tanıtım, paket hizmetler geliştirilmesi, sağlık hizmetlerinde tüm alanlarda tanıtım yapmak yerine spesifik alanlara (örneğin termal

turizm, tüp bebek uygulamaları, estetik vb) uzmanlaşma yoluyla markalaşmanın sağlanması gibi profesyonel adımlar atılması gereklidir. Öncelikle de *bölgedeki sağlık hizmeti aktörleri arasında işbirliği ve güçlü bir orkestrasyon sağlanmalıdır.*

Samsun TSO kayıtlarına göre insan sağlığı ve sosyal hizmet faaliyetleri göstermekte olan firma sayısı 98dir. Bu firmalar arasında fizik tedavi hizmeti sunanlar, tüp bebek merkezleri, onkoloji servisleri, kaplıca gibi hizmetler de dahildir. Yapılan çalışmada medikal aletler sektörü ayrıca değerlendirilmesi nedeniyle istatistiklere dahil edilmemiştir. Yine ilaç üretimi de sağlık hizmetleri rekabet analizi kapsamında değerlendirilmiştir.

Sağlık hizmetleri konusunda Samsun'un potansiyelinin geliştirilebilmesi için önemli adımlardan biri de gelişmiş ülkelerde sağlık hizmetlerini daha uygun maliyetle karşılamak isteyen sigorta firmaları ile iletişime geçerek tanıtım faaliyetleri yürütmektir.

Bu tür tanıtım faaliyetlerinin ortak yürütülmesi ve Samsun'un "destinasyon" olarak pazarlanması gereklidir. Bu konuda işbirliği yapmak üzere çeşitli platformlar hayata geçirilmiştir. Örneğin "Sağlık Tanıtım Grubu" sağlık sektörünün tüm taraflarının ortak bir Samsun sağlık paydası doğrultusunda fikir, eylem ve hedef birliği sağlayarak ve bölgesel bir merkez olan ilimizi ulusal ve uluslar arası bir sağlık merkezi olması için yapılacak ARGE ve tanıtım çalışmalarını organize etmek ve yürütmek amacıyla kurulmuştur. Bu girişim "Sağlık Kenti Samsun Derneği" altında kurumsallaştırılmıştır. Böylelikle sektöre ilişkin veri derleme ve tanıtım konusunda önemli bir adım atılmıştır.

Sağlıkta Dönüşüm Projesinden önce özel sağlık kuruluşlarının kapasiteleri düşüktü, basit ameliyatlara için hizmet veriyorlardı. 2003te özel hastanelerin sisteme dahil edilmesi özel hastane sektörünü canlandırmıştır. SGK sektörü ayakta tutmaktadır. Samsun'da özel hastaneler komplike ameliyatlara yapabilir hale gelmişlerdir. (Örneğin karmaşık beyin ameliyatlara, yoğun bakım üniteleri). Sektörde kar basit poliklinik hizmetlerinden ziyade komplike ameliyatlara kaymıştır.

Samsun'un bir sağlık kenti - merkezi olma konusunda öncü olan üniversite hastanesidir. Tıp fakültesi diğer hastaneleri doğurmuştur. Sektörde çalışan doktorların %70-80 19 Mayıs Üniversitesi kökenlidir. Sağlıkta gelişmelere paralel olarak yan sektörler de gelişmiştir.

Samsun'da sağlık ulaşılabilir ve yaygın hale gelmiştir. Aile hekimliği gibi son yıllarda gelişen sistemler bu gelişmeyi desteklemiştir. Sosyal güvenlik yaygınlaştıkça hastane kullanım oranı artmıştır. Sağlıktan faydalanma konusunda uluslararası standartlara ulaşılmıştır. Hastanelerin doluluk oranları çok yüksek olduğundan kalite arttıkça tercih edilme meselesi haline gelmektedir. Hastane doluluk oranları %80'in üzerindedir. İl dışına çıkan hasta sayısı azalmıştır.

Samsun'da hizmetler sektörü toplam istihdamın yüzde 30'unu, İlde yaratılan katma değer ise yüzde 62'sini sağlamaktadır. Samsun'un geçmişte oynadığı rol, insan kaynakları ve dışa açılmanın sunduğu yeni fırsatlar uluslararası ticaret, ihtisaslaşmış sağlık ve eğitim hizmetleri ve turizmin birbirlerini destekleyen bir bütün olarak gelişeceğini ortaya koymaktadır. (SABEK. A.Ş.)

Sağlık Kenti Samsun Projesi

Sağlık hizmetleri sektöründeki potansiyelin farkına varılarak son yıllarda önemli projeler başlatılmıştır. "Sağlık Kenti Samsun" bu projelerden biridir. Bu proje Sağlık Bakanlığı'nın sağlık kentleri projesiyle de eşleştirilerek şehre tanıtım avantajı sağlanmıştır, Samsun Sağlık Sektör Platformu kurulmuştur. Samsun'un Karadeniz'e kıyı ülkelerin tedavi merkezi olma iddiasını bu projeye vurgulanmıştır. Samsun'un sağlık kenti olma vizyonu Vali tarafından "Hedefimiz bütün anlamda Samsun'u sağlık kenti olarak geleceğe taşımak ve bu alanda yapılan çalışmaları uyumlu ve sürdürülebilir kılmaktır. Özel sağlık kuruluşlarımız, kentin gelişmesi, kalkınması ve sağlık alt yapısının kaliteleşmesine çok önemli katkılar sağlıyor. Genel anlamda özel sağlık kuruluşlarının geleceğe dönük yatırım ölçekli çalışmaları ve planları var. Samsun'un iddiası bölgesinin ötesinde Karadeniz'e kıyı ülkeler boyutunda bir sağlık kenti ve merkezi konumuna ulaşmak anlamı taşıyor." olarak vurgulanmıştır. (Güzeloğlu, 2008)

Sağlık Bakanlığı, üniversite ve özel kuruluşlarının yatırımları sayesinde şehrin sağlık merkezi olma iddiasının artmıştır. Vali Hasan Basri Güzeloğlu, "Sağlık sadece sağlıkla ilgili bir süreç değil kalkınmayı doğrudan etkileyen hizmetler sektöründe kendisinin dışında hemen bütün alanları pozitif olarak değiştiren bir alandır. Türk sağlık sektöründeki gelişmeler ışığında Samsun'u öne çıkartmak için başlayan sürecin inanıyorum ki, bu katkılarla daha öteye taşınmaması için hiçbir neden yok." ifadelerini kullanmıştır. (Güzeloğlu, 2008)

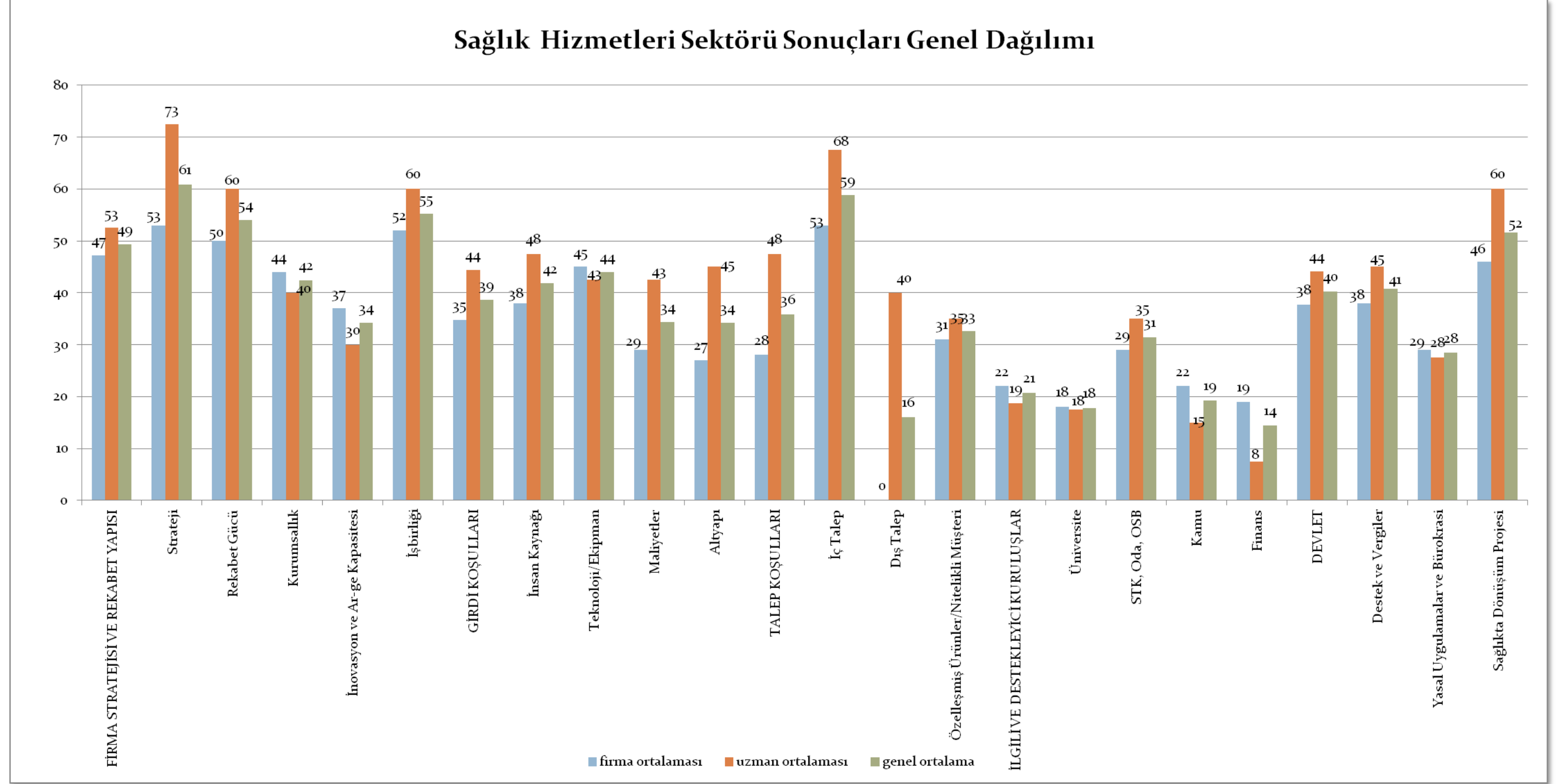
Son yıllarda sağlık hizmetleri sektörü önemli gelişmelere sahne olmuştur. Bölgenin 19 Mayıs Üniversitesi Tıp Fakültesi Hastanesi gibi üçüncü basamak sağlık hizmet veren bir hastaneye ev sahipliği yapması temel avantajlarından biridir. Ayrıca son dönemde Samsun'a sağlık konusunda kamu yatırımları yükselmiştir. Örneğin sağlık kampüsü kurulması projesi; kampüste ruh sağlığı, kardiyovasküler cerrahi, fizik tedavi, kadın doğum gibi uzmanlaşmış kamu hastaneleri kurulacaktır. Üstelik bu yatırımlar kısa vadede planlanmaktadır. Kamu hastaneleri açısından bölgenin çekiciliği oldukça artmıştır. Sağlıkta Dönüşüm Projesi kapsamında özel hastanelerin SGK ile anlaşma yapabilmesi sağlık hizmetleri sektörünün ve özel yatırımları oldukça artırmıştır. Bu projeden önce Samsun'da 1 özel hastane varken, şu anda 6 özel hastane hizmet vermektedir. Bunun yanında özelleşmiş klinikler (dal hastaneleri) de yine son dönemde ivme göstermiştir.

Elmas (Diamond) Modeli Rekabetçilik Analizi

Samsun'da faaliyet gösteren sağlık hizmetleri sektörüne ilişkin firma ve uzman görüşmeleri, mülakatlar ve literatür araştırması, saha çalışması verilerinin üzerine ortaya çıkan sağlık hizmetleri sektörünün rekabet yeteneğinin ortalama (42/100) olduğudur. Aşağıdaki tablo gerçekleştirilen analizde başvurulan değişkenleri ve bu değişkenlere ilişkin sağlık hizmetleri sektörünün gözlemlenen performansını göstermektedir. Ana başlıklar Elmas Modelinin ana unsurlarını oluşturur, alt başlıklar ise, bu unsurlar incelenirken başvurulan kriterlerdir.

TABLO 27: SAĞLIK HİZMETLERİ SEKTÖRÜ REKABET ANALİZİ SONUÇLARI GENEL DAĞILIMI

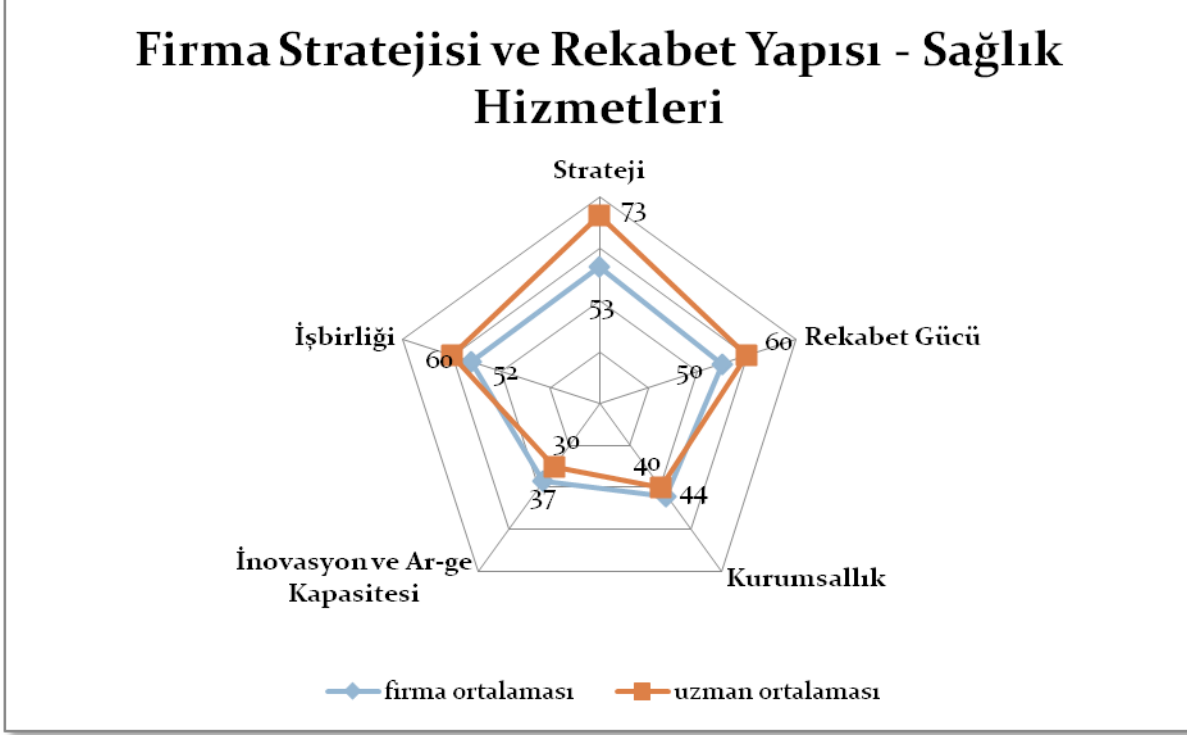
çok zayıf 0-20	zayıf 20-40	ortalama 40- 60	iyi 60-80	çok iyi 80-100
-------------------	----------------	--------------------	--------------	-------------------



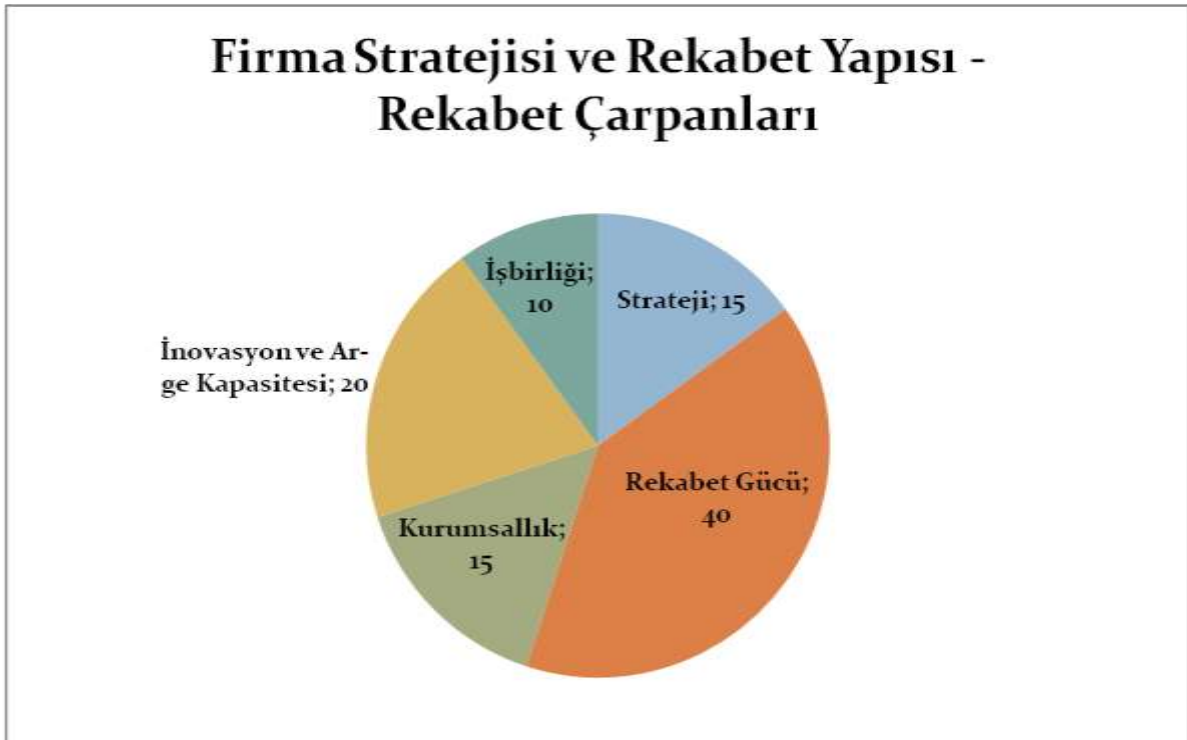
Firma Stratejisi ve Rekabet Yapısı (Ortalama)

Firma stratejisi ve rekabet yapısı konusunda Samsun Sağlık hizmetleri sektörü genel puanı 49'dur.

TABLO 28: SAĞLIK HİZMETLERİ SEKTÖRÜ, "FİRMA STRATEJİSİ VE REKABET YAPISI" DEĞERLENDİRMESİ



TABLO 29: SAĞLIK HİZMETLERİ SEKTÖRÜ "FİRMA STRATEJİSİ VE REKABET YAPISI" REKABET ÇARPANLARI



STRATEJİ

Samsun'da görüşme yapılan firma ve uzmanların yorumları incelendiğinde stratejileri konusunda en öne çıkan izlenim Türkiye'deki gelişmelerin hızla yeni yatırım projelerine dönüştüğüdür. Kamu yatırımlarının hızlanması ve SGK ile özel hastanelerin anlaşma yapabilmelerine ilişkin düzenlemelerin ardından yenilikçi teknolojilere sahip, yüksek sayıda hasta bakabilme ve yüksek tıbbi yeteneği olan hastaneler şeklinde yapılanıldığı görülmektedir. Bu stratejinin göstergeleri olarak başvurusu yapılan ön ruhsat sayısı, önümüzdeki 3 yıl içinde büyük yatırımlar planlayan, yatak artırımı planlayan, çalışan sayısını artırmayı planlayan, teknoloji yatırımı yapmayı planlayan hastaneler verilebilir.

Bunun yanında yan hizmetler aynı oranda gelişmemiştir, hatta bu hizmet sunucular arasında sektörden çıkmayı düşünenler bulunmaktadır (örneğin görüntüleme merkezleri).

Genel olarak sektörü ve gelişmeleri yorumlama yeteneği olan sağlık işletmeleri stratejilerini belirlerken büyük yatırımcıları ve kamudaki gelişmeleri izlemektedirler. Sağlık Bakanlığı planlama sistemi getirerek her ildeki yoğun bakım yatak sayısından, hastane sayısına kadar kararlaştırmaktadır. Dolayısıyla gelişme alanı işletmeler tarafından değil Bakanlık tarafından çizilmektedir. Teknoloji-cihaz yatırımlarından, istihdam edecekleri personel sayısı ve niteliğine kadar Bakanlık denetimine tabidirler. Önümüzdeki yıllarda büyüme, yeni (ek) hastane açma, yoğun bakım bölümlerini genişletme gibi projeleri Bakanlık tarafından şehir için planlanan limitleri uygulamak üzerine kuruludur. Strateji belirlemede müşteri (hasta) kitlesi yönlendirici değildir. Bu durum Bakanlık ve SGK uygulamalarına oldukça yüksek düzeyde bir bağımlılık getirmektedir. Özellikle müşteri kitlesinin sadece Samsun ve çevre illeri olması, dışarıdan (Samsun, Amasya, Çorum, Sinop dışında) gelen hasta oranlarının ihmal edilecek düzeyde az olması gibi nedenlerle yapılan yüksek yatırımlar sağlık hizmetlerinin “neredeyse” Devlet tarafından yönetiliyor olduğu, talep esnekliği veya bölge dışı yada ülke dışı taleple Devlete olan aşırı bağımlılığın gevşetilmesi gibi bir vizyon gözlemlenmemiştir.

Özellikle grup hastaneleri, eğitim ve danışmanlıklar yoluyla hizmet kalitesini iyileştirme faaliyetleri göstermektedir. Özel ve kamu hastanelerinin yardımcı sağlık personeline Sağlık İl Müdürlüğü'nce eğitimler verilmektedir. Özellikle grup hastaneleri daha sıklıkla bu eğitimlerden faydalanmaktadırlar, daha profesyonel yaklaşım sergilemektedirler. Kamu hastanelerinde de Sağlık Bakanlığı'nın belli kalite politikaları kapsamında eğitimler

düzenlenmektedir. Üniversite Hastanesi de spesifik konularda bölgeye eğitim sunan bir kaynaktır. (örneğin yoğun bakım hemşireliği). En popüler eğitim başlığı “iletişim”dir. Danışmanlık konusunda ise çoğu firma aktif değildir, grup hastaneleri dediğimiz hastaneler PR danışmanlığı, teknoloji danışmanlığı gibi hizmet olarak sektörü hareketlendirmektedirler.

Sağlık hizmetleri sektöründe, mevcut durumda işletmelerin en önemli rekabet unsurları marka bilinirliği, hekim kadrosunda bireysel marka haline gelmiş hekimlere yer vermektir. Tüm işletmelerin hedef kitlesi aynıdır: Samsun ve ilçeleri (en fazla %70), Amasya, Sinop ve Çorum (en fazla %30). Tabii ki ana müşteri SGK’dır, dolayısıyla hastaların sağlık kuruluşu seçiminde ana unsur fiyat değildir. Görüntüleme hizmetleri ise yine SGKya ve bölge hastanelerine hizmet vermektedir. Son yıllarda sağlık sektöründe yeniden yapılanma ile bölge hastaneleri (kamu ve özel) müşterileri haline gelmiştir ve fiyatlar oldukça düşmüştür. Rekabetten çok sağlıkta dönüşüm nedeniyle hizmet alıcıların beklentilerinin farklılaşması, kalite ve teknoloji yerine sadece fiyatın alım kriteri olması ve fiyatların da her geçen yıl düşmesi hizmet sunucuları neredeyse hastanelerin bir bölümü gibi çalışmaya zorlamıştır, esneklik ve teknik yeterlilik gibi özellikler avantaj olmaktan çıkmıştır.

REKABET GÜCÜ

Rekabet, sektörde sıklıkla kullanılan bir kavram değildir, öyle ki kimse kimseyi rakip olarak görmemektedir. Çoğu kuruluş mevcut iş potansiyelini (eski devlet hastanelerine benzetmekte) yeterli görmekte, hatta talebe yetişemediklerini ifade etmektedirler. Hizmet için tercih edilme nedenlerine hakim değildirler, hastaların hizmet almak için neden kendilerini tercih ettiği konusunda araştırma yapılmamaktadır. Özellikle SGK ile anlaşma imkanından sonra hızla büyüyen iş potansiyelini karşılayamamak, fiziksel imkanlar konusunda yetersiz kalmak rekabet dezavantajları olarak sıralanmaktadır. Kuruluşlar ziyaret edildiğinde görülen hasta kalabalıkları, dar koridorlar, ayakta bekleyen, sırasının gelmesini bekleyen hastalar gibi görüntüler “kalite” belirtisi olarak sunulmaktadır.

Rekabet konusunda öne çıkan unsurlar ise; ulaşım kolaylığı, hekim kadrosu, ihtisaslaşmış doktor bulabilme, teknoloji yatırımlarıyla sadece Samsun için değil Karadeniz için yenilikçi hizmetler geliştirme söylenebilir. Dezavantajlı yönler ise; Sağlık Bakanlığı’nca getirilen kısıtlar (bina, malzeme, personel, mevzuat, denetim sıklığı), emlak-arsa fiyatlarının

yüksekliği, yüksek yatırım ihtiyacıdır. Destek sağlık hizmetlerinde ise fiyat ve vergiler en kritik rekabet problemidir.

Genel olarak grup hastaneleri dediğimiz kitlenin rekabeti profesyonelce algıladığı hatta ihtiyaç analizleri yapmak, yeni hizmetleri bu analizler üzerine geliştirmek, teknoloji danışmanlığı hizmeti almak gibi yollarla rekabet yeteneklerini güçlendirmek için çalıştıkları görülmektedir. Diğer grup ise mevcut kapasiteyle yeni talepleri karşılama sıkıntısı yaşayacakları önyargısıyla tanıtım bile yapmamaktadır. Görüşülen çoğu kurumda genişleme, yeni yatırımlar yapma, yatak sayısını artırma gibi planlar gözlemlenmiştir.

Bir diğer problem ise “kapasite kullanımı” algısıdır. Sağlık işletmeleri mevcut potansiyelleri ve bu kapasiteyle ne kadar daha hasta/müşteriye hizmet verebilecekleri konusunda doğru değerlendirmeler yapmamaktadırlar. Görüşme yapılan kuruluşların neredeyse tamamı %100 kapasite çalıştığını beyan etmektedir, bu durumda hiçbir kuruluşun yeni hasta kabul edememesi gerekir. Eğer %100 çalışılıyorken yeni hastalar aynı oranda sisteme dahil oluyorsa da bu durum hizmet kalitesinin düşeceği gerçeğini de beraberinde getirir. Bu yoğunlukta çalışmanın müşteri memnuniyetini ne ölçüde etkilediğine dair çalışma gerçekleştiren kuruluş yoktur. Müşteri memnuniyetine dair genel anketler uygulanmaktadır ancak memnuniyetten algılanan yoğunlukla “karşılama ve ağırlanma kalitesi”dir.

KURUMSALLIK

Sektörde özellikle son yıllarda büyük gruplara ait sağlık kuruluşlarının aile şirketi yapısından çıktığı, kurumsallaşma oranının yükseldiği gözlemlenmektedir. Profesyonel yönetici kadrolarla yönetilen, organizasyon şemasının belirli olduğu, görev ve yetkilerin tanımlandığı bir hiyerarşik yapı yaygındır.

Sektörde kalite belgesi almak bir hizmet zorunluluğu değildir, ruhsatlı bir hastane olmak yeterlidir ve ruhsat alırken de fiziki imkanlar, ekip, teknoloji vb konular irdelenir. Dolayısıyla görüşme yapılan hiçbir kuruluşun (görüntüleme merkezleri dışında) kalite belgesi bulunmamaktadır.

Sektör uzmanlarıyla yapılan görüşmelerde sağlık kuruluşlarının kurumsallaşma düzeyleri hakkında da yorumlar alınmıştır. Yapılan değerlendirmelerde çok ortaklı hastanelerde yönetsel sıkıntılar olduğu, kurumsallaşma ve profesyonellik konusunda beklenen

seviyenin yakalanamadığı, yatırım kararları alırken zorlandıkları belirtilmiştir. Yönetimi profesyonel bir ekibe devredenler kurumsallaşma açısından daha avantajlı durumdadırlar.

Görüşülen her kurumda gözlemlenen, insan kaynağının motivasyonu, işletme içi iletişimin geliştirilmesine yönelik aktiviteler düzenlenmesi, özel günler-geceler, kurum gezileri, yemek gibi sosyal paylaşım ortamları yaratıldığıdır. Sağlık hizmetleri sektöründen gelmeyen bazı yöneticiler ise bu sektörde “kadın yoğun” bir işgücü olduğunu ve kadınlarla çalışmanın oldukça zor olduğunu belirtmişlerdir.

Müşteri ilişkileri yönetimi konusu ise tüm işletmelerde “anket düzenlemek” olarak algılanmıştır. Bu tür anketleri düzenlediklerini beyan eden kurumlar, olumlu yada olumsuz eleştirileri değerlendirip yanıtladıklarını belirtmişlerdir. Bazı kurumlar hasta ayrıldıktan 2-3 gün sonra telefon edip hizmet hakkındaki görüşlerini dinlemektedir. Sektör uzmanları da değerlendirmelerinde müşteri odaklılık, hastayı karşılama ve ağırlama konusunda bölgede oldukça iyi performans gösterildiğini beyan etmektedirler. Aynı yaklaşım kamu hastanelerinde oldukça yenidir, “hizmet odaklı”lıktan “müşteri odaklı”lığa geçiş dönemindedirler. Bu “dönüşüm” ise kamu hastaneleri için belirlenen kalite standartları çerçevesinde ve zorunlu olarak gerçekleşmektedir.

İNOVASYON VE AR-GE KAPASİTESİ

İnovasyon ve ar-ge kapasitesi ile sağlık kuruluşlarında gerçekleştirilen hizmet yenileme, ürün geliştirme, süreç iyileştirme gibi çalışmalar araştırılmıştır.

Samsun’da sağlık hizmetleri sektörü kuruluşları çeşitli teknoloji ve yöntemleri Samsun'a getirerek hizmet yenilemektedirler. Örneğin robotlar, oksijen-basınç terapi merkezleri gibi. Sağlık hizmetlerinde yenilikçi teknolojiye yatırım yapmak, bölge ihtiyaçlarını analiz ederek yenilikçi iş alanları bulmak ve rekabetin olmadığı alanda uzmanlaşmak gibi profesyonel çalışmalar gösteren kuruluşların yanı sıra kurum içi evrak akışına dair bir sistemi yeni kurmaya çalışan oldukça geniş bir yelpaze söz konusudur.

İşletmelerin yenilik ve ar-geyi yorumlamaları yeni teknoloji yatırımı yapmak şeklindedir. Oysa sağlık hizmetleri teknoloji geliştirme konusunda potansiyeli yüksek alanlardır. Ülkemizdeki patent ve faydalı modellerin %6 gibi bir oranı tıpla ilgili geliştirmelerdir. (bunlara tıbbi aletler de dahildir).

Özel sağlık kuruluşları teknoloji yatırımlarına karar verirken Üniversite Hastanesi'ni izlemektedirler. Bunun yanında bazı hastaneler profesyonel teknoloji danışmanları sayesinde yurtdışı-yurtiçi sağlık teknolojisi fuarlarını izleyip, literatür araştırması yaptırıp ardından teknoloji yatırımı yapmaktadırlar.

İŞBİRLİĞİ

Samsun'da sağlık kuruluşları arasında iletişim ve birlikte hareket etme kültürü son yıllarda gelişmektedir. Bu noktada Sağlık Kenti Samsun Derneği ve yarattığı hareketliliğin önemli bir payı vardır. Büyük yatırımlarla kapasitelerini artırmayı planlayan bu işletmeler mevcut hasta potansiyelini Samsun'u sağlık markası haline getirip geliştirerek bu yatırımların geri dönüşümünü daha hızla gerçekleştirmeyi hedeflemektedirler. Ancak yapılan görüşmelerde henüz somut bir adım atılmadığı ortaya çıkmıştır, çalışmalar henüz tasarı aşamasındadır. Görüşmelerde sektör uzmanları ve kuruluşlardan aynı sektörde faaliyet gösteren firmalar arasındaki işbirliği kültürünü değerlendirmeleri istenilmiştir. Bu sonuçlara göre işbirliği kültürü ortalama ve üzerindedir.

TABLO 30: SAĞLIK HİZMETLERİ SEKTÖRÜNDE SAMSUN'DA FAALİYET GÖSTEREN FİRMALAR ARASINDAKİ İŞBİRLİĞİ KÜLTÜRÜNÜN SEVİYESİ ANKETİ SONUÇLARI (KATILIMCILAR = 5 SEKTÖR FİRMASI + 2 SEKTÖR UZMANI)

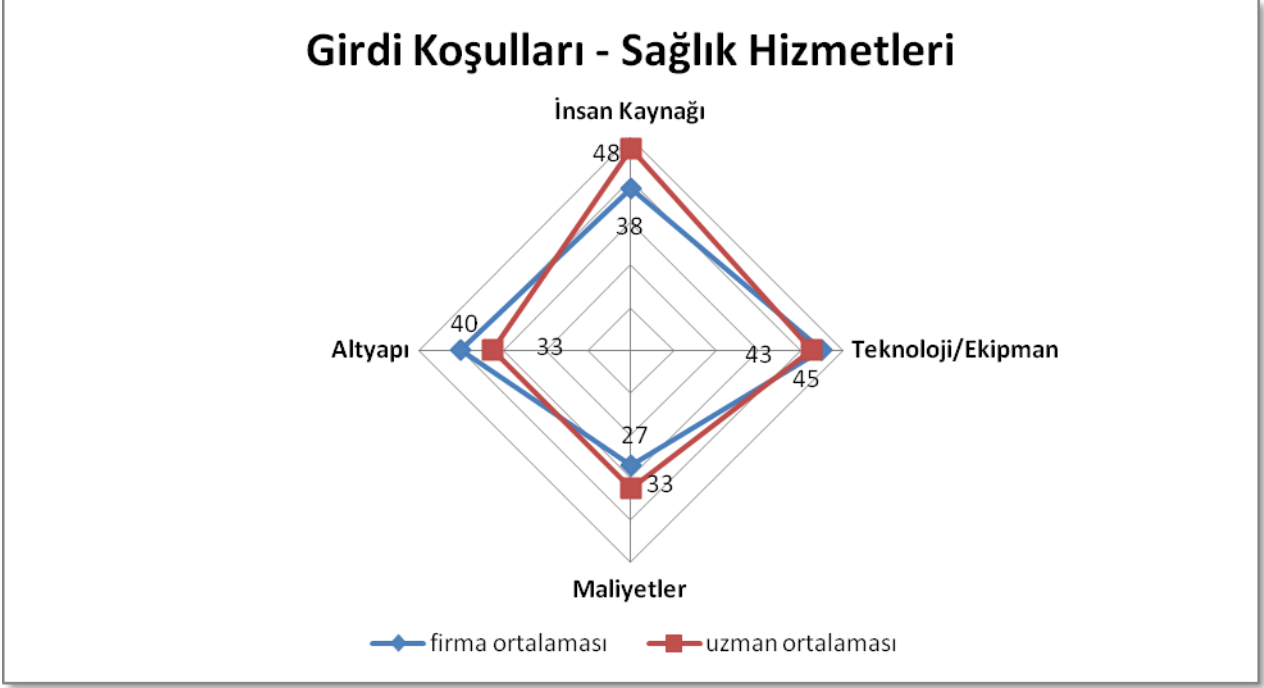
çok kötü	kötü	ortalama	iyi	çok iyi
		3	2	2

Ortak girişimler konusunda bölgede bazı örnek çalışmalar da gerçekleştirilmiştir. Örneğin ortak girişim halinde ihaleye giriş örneğin ultrasonografi ihaleleri denenmiştir. Ortak satınalma projesi girişimi başlatılmış ancak sonuçlandırılmamıştır. Ancak son yıllarda Sağlık Bakanlığı'nca yayınlanan genelgeler, planlama kararları sektör kuruluşlarının hızını oldukça kesmiştir ve birlikte hareket etmek konusunda itici olmuştur.

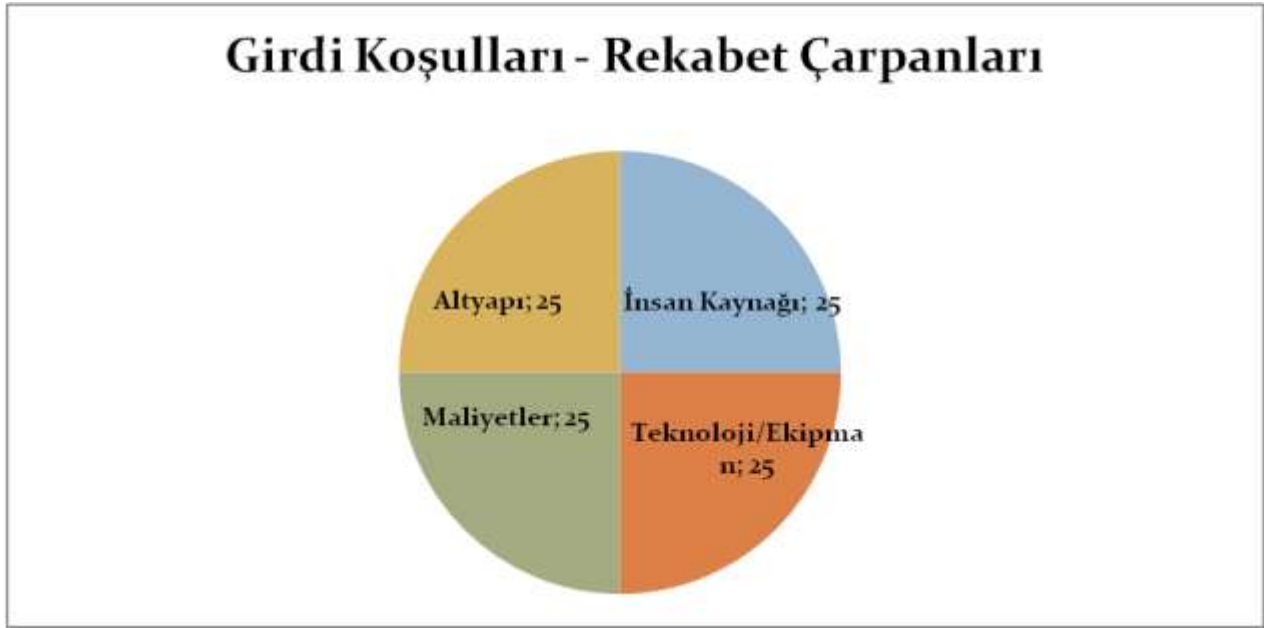
Girdi Koşulları (Zayıf)

Girdi koşulları konusunda Samsun sağlık hizmetleri sektörü puanı 39'dur.

TABLO 31: SAĞLIK HİZMETLERİ SEKTÖRÜ, "GİRDİ KOŞULLARI" DEĞERLENDİRMESİ



TABLO 32: SAĞLIK HİZMETLERİ SEKTÖRÜ "GİRDİ KOŞULLARI" REKABET ÇARPANLARI



İNSAN KAYNAĞI

Sektör, hekim ve nitelikli sağlık personellerinin istihdam edilmesinden kaynaklanan bir avantaja sahiptir. Çoğu sektörde ulaşılmayacak düzeyde dil bilenlerin oranı %10 civarında, bazı hastanelerde %20'nin üzerindedir. Sektör Samsun'da 4000 kişiye istihdam olanağı sağlamaktadır. Sektörün insan kaynağı konusundaki en önemli avantajı tıp fakültesi ve sağlık meslek yüksekokulları, hemşire-ebe bölümleri ve hatta yüksek lisans bölümleri bulunmasıdır. Sektör uzmanlarından alınan bilgiye göre tıp fakültesi mezunlarının %80'i bölgede hizmet vermeye devam etmektedirler.

Bunun yanında son yıllarda planlanan/gerçekleştirilen yatırımlara göre yeni insan kaynağı ihtiyaçları da artmıştır. Özellikle vurgulanan ihtiyaç destek birimlerde (doktor sekreterleri, vezneler, hasta kabuller) ve yoğun bakım ve yenidoğan hemşiresi, acil tıp teknisyeni ve acil tıp teknikeri gibi spesifik bölümlerde. Bunun yanı sıra bölgede yenidoğan, kardiyoloji, çocuk psikiyatrisi, fizik tedavi ve rehabilitasyon ve endokrin alanlarında hekim açığı bulunduğu belirtilmektedir.

Bunun yanında gerçekleştirilen görüşmelerde bazı merkezlerin ihtiyaç duyduğu uzmanlık Türkiye'de oldukça az mezun veren, ihtisaslaşan uzman sayısının çok az olduğu alanlar olduğu gözlemlenmiştir.(örneğin Sualtı ve Hiperbarik Tıp) Tıp fakültelerinde bu uzmanlık çok azdır. Bu nedenle mevcut merkezler bu tür uzmanlık açısından esnemeye müsait değildir. Türkiye'de toplam ihtisaslaşmış uzman sayısı 20 civarındadır ve mevcut çalışan hekimin klinikten ayrılması gibi bir durum kliniğin ruhsatını tehlikeye sokabilir.

Nitelikli insan temininde sıkıntı yaşanmamaktadır. Samsunda yaşamak için bölgenin tercih edilen şehirlerinden biri olduğundan insan kaynağını çekmek açısından oldukça avantajlı durumdadır.

TEKNOLOJİ/EKİPMAN

Bu başlık altında değerlendirilen sektörün ihtiyacı olan temel hammadde, teknoloji ve ekipmanlar ve bunların temininde yaşanan sıkıntılar yada sektöre özel avantajlar gibi konulardır.

Sağlık teknolojileri dışa bağımlı teknolojilerdir. Yurtiçi distribütörler aracılığıyla alınırlar ve yüksek miktarda teknoloji yatırımları gerektirir. Bakım ve işletme maliyetleri de diğer

Bu rapor innoCentric tarafından Samsun İl Özel İdaresi için "Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi" Projesi kapsamında hazırlanmıştır. ©2010

sektörlerle karşılaştırıldığında yüksektir. Örneğin bazı cihazlar için sürekli aidatlar ödenir, servisler cihazları ve performanslarını sürekli izler ve problemleri anında hemen çözümlenir. Bu tür cihazların servisleri genellikle Samsung dışındadır. Ancak servis ve bakıma ulaşma sorunu bulunmamaktadır. Bu teknolojilerin temininde yasal bir problem yada vergi dezavantajı söz konusu değildir. Yurtdışından alınan cihazların gümrükte takılması ve büyük cihazlar için sipariş üzerine 60 gün bekleniyor. Örneğin MR için 30 gün bekleme zamanı vardır.

MALİYETLER

Sektördeki maliyet unsurlarının başında insan kaynağı maliyetleri gelmektedir. Nitelikli işgücü istihdam etmenin ve bu durumun sürdürülebilirliği yoluyla rekabet avantajı yaratmasının maliyeti oldukça yüksektir. Diğer sektörlerle nazaran nitelikli eleman çalıştırma oranı daha fazla olduğundan personel en yüksek gider kalemi(%60-70)dir. Bazı özel kuruluşlarda nitelikli ve az bulunan bir ihtisas alanından doktor çalıştırma zorunluluğu vardır. Faaliyet göstermenin ön şartı olan bu tür insan kaynağı için de Samsung ortalamasının çok üzerinde bir maliyete katlanmak gerekmektedir. Sektörde ilk yatırım büyüklüğünden bile önemli bir unsur nitelikli ekip maliyetidir.

İkincil maliyet unsuru bina/arsa fiyatlarıdır. Samsung genelinde oldukça yüksek olan arsa fiyatları, sağlık kuruluşları bu arazilere talip olduğunda daha da katlanmaktadır. Özellikle merkezi ve ulaşımı kolay araziler çok daha maliyetlidir. Bunun yanında yeni yatırım yapacak kuruluşlar yer seçiminde özgür değildirler. Özel hastane kurmak Sağlık Bakanlığı'ndan izne bağlıdır. Sağlık bakanlığı Planlama Kurulu'nca belirlenen alanlara kurulur. Hastane alanları seçme özgürlüğü yoktur. Bu durum da arazi maliyetlerini kontrol edilemeyecek düzeyde yükseltmektedir.

Bir diğer maliyet unsuru da makine ve ekipmandır. Yukarıdaki bölümde de belirtildiği üzere teknoloji temininde sorun yaşanmamaktadır ancak maliyetleri oldukça yüksektir. Bu maliyetler bakım ve işletme maliyetleri ile birleştiğinde sağlık kuruluşlarının sabit maliyetlerini oldukça artırmaktadır.

Sağlık hizmetleri sektöründe elektrik tüketimi oldukça yüksektir. Kamu hastaneleri elektrik masraflarında "sağlık" gruplandırmasına girerken özel hastaneler "ticari" olarak değerlendirilmektedir. Bu tarifeler en az 3te 1 yüksek maliyet ortaya çıkarmaktadır. Isınma

(doğalgaz) ve elektrik en önemli enerji maliyeti kalemleridir. Çoğu işletme doğalgaza geçişi maliyetlerin yüksekliği nedeniyle gerçekleştirmemiştir.

Cihaz kalibrasyonları için ödenen yüksek paralar, yüksek sürekli bakım maliyetleri, kalite sürekliliğinin sağlanması için gerekli işletme maliyetleri de sabit maliyetleri yükselten diğer unsurlardır.

ALTYAPI

Altyapı başlığı ile sektörde ulaşım, altyapı konusunda Samsun'da faaliyet göstermenin avantaj ve dezavantajları, işletmelerin teknolojik altyapıları ve güncellik düzeyi, finans yapısı ve finans kaynakları ve sektöre özel altyapı destekleri konuları değerlendirilmiştir.

Samsun'da faaliyet göstermek tüm işletmeler ve sektör uzmanları tarafından özellikle ulaşım konusunda oldukça avantajlı olarak değerlendirilmektedir. Diğer altyapı hizmetleri konusunda ortalama performans gösterildiği belirtilmektedir.

Belediye hizmetlerinde ise bölge yatırımcılarının dışarıdan gelen yatırımcılar kadar desteklenmediği belirtilmiştir. Örneğin yolların asfaltlanması için 3 yıl beklemesi gereken kuruluşlar bulunmaktadır. Aynı zamanda belediyeden otopark için izin istediği halde izin alamadığından servis hizmeti sunmaya başlayan kurumlar da mevcuttur.

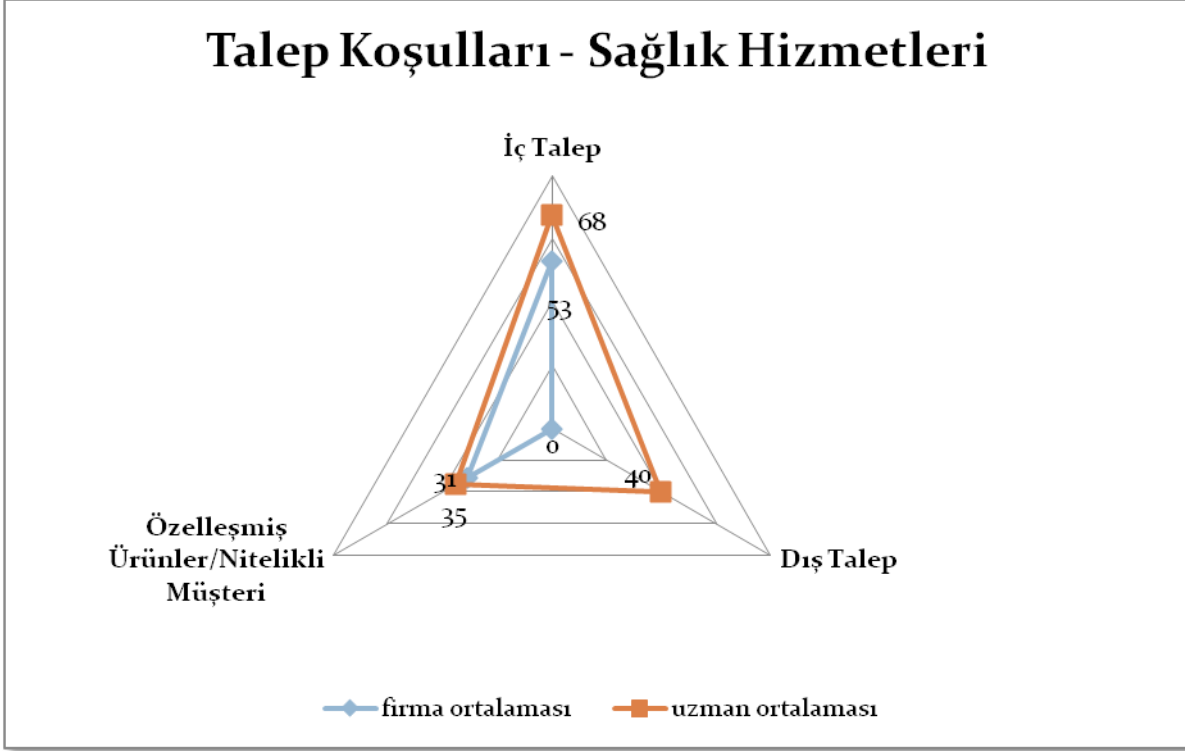
Sektör işletmelerinin teknolojik altyapıları incelendiğinde ise, sıklıkla güncellenen ve yenilikçi teknolojilere açık bir sektör gözlemlenmektedir. Çoğu cihaz Karadeniz'de tektir. Kurumların teknoloji yenilemeleri yasal zorunluluktur.

Finans yapısı olarak incelendiğinde ise sektörde ortalama yeteneklerde bir işletme açmanın 30-50 milyon TL arasında bir girişim maliyeti olduğu ortaya çıkmaktadır. Yatırımın geri dönüşüm oranı düşüktür, özellikle görüntüleme hizmetlerinde bu oran en aza yakındır. Sektörde en fazla kullanılan finans kaynağı özkaynaklardır. Sağlık sektörüne yönelik leasing sistemi gibi yöntemlere de başvurulmaktadır. Klasik banka kredileri yine yaygın bir finans desteğidir. Bazı işletmeler arazi masraflarını da destekleyebilmek açısından arsa sahipleriyle ortaklık gibi yöntemler kullanmaktadırlar. Sağlık sektörüne özel bir destek yoktur.

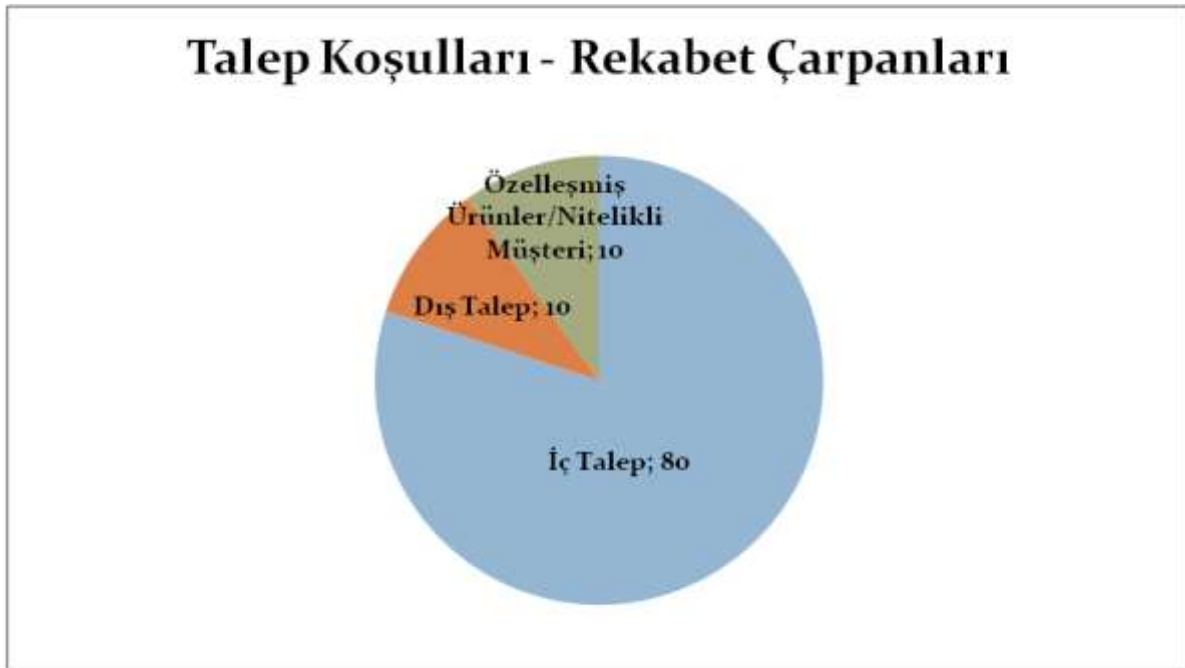
Talep Koşulları (Zayıf)

Talep koşulları konusunda sağlık hizmetleri sektörü puanı 36'dır.

TABLO 33: SAĞLIK HİZMETLERİ SEKTÖRÜ, "TALEP KOŞULLARI" DEĞERLENDİRMESİ



TABLO 34: SAĞLIK HİZMETLERİ SEKTÖRÜ "TALEP KOŞULLARI" REKABET ÇARPANLARI



İÇ TALEP

Sektörde iç talebin canlanması Sağlıkta Dönüşüm Projesi'yle eşzamanlıdır. Daha önce de bahsedildiği üzere bu dönüşüm sonrası özel sağlık kuruluşları, dal hastaneleri, sağlık merkezleri artış göstermiştir.

Görüşülen kuruluşların ciroları incelendiğinde ise artışlar (değişik oranlarda) gözlemlenmektedir. Ciro artışları açıklamaları oldukça farklı nedenler ortaya koymaktadır. Örneğin bir işletmede ciro artışı (2 katı) yönetim değişikliğiyle elde edilmiştir ve artış sürdürülmektedir. İşletme yöneticisi malzeme, enerji vb maliyetleri de kısarak ciroya paralel olarak karlılığın da artırıldığını belirtmektedir. Diğer işletmeler ise büyük yatırımlar yaparak yeni hastaneler kurmalarının geri dönüşümü olarak son 3 yılda ciro artışı yaşamaktadırlar. Yapılan görüşmelerde Samsun'daki hasta potansiyelinin bu yatırımları karşılamaya yeterli olup olmayacağı konusundaki fikirleri sorulan işletme yöneticilerinin yatırımlarını müşteri dağılımına göre değil, Sağlık Bakanlığı Planlama Kurulu'nca açıklanan öngörüler üzerine şekillendirdiklerini ortaya koymuştur.

Sağlık sektörü yan hizmetlerinin cirolarında ise daralma söz konusudur. Rekabet yoğunluğu yerine fiyat düşmesinden kaynaklanan bu azalmanın önümüzdeki yıllarda da devam edeceği kesindir. Çünkü fiyatlar devlet tarafından belirlenmekte, ihalelerde ise devlet tarafından belirlenen fiyatların çok altına iş alınabilmektedir. Bu durumda yaptığı teknoloji, insan kaynağı yatırımının geri dönüşünü alamayan kuruluşlar sektörden çıkmayı düşünmektedirler.

Sektörde işletmelerin en önemli müşterisi SGK'dır. SGK'yla anlaşma yapmak için ise ruhsatlı bir sağlık kuruluşu olmak tek ön şarttır. Dolayısıyla sisteme girebilmek için işletmelerin rekabet yeteneklerini geliştirmeleri, ürün/hizmet sunum kalitesini yükseltmeleri, teknoloji ve ekipman yatırımıyla kurumsal altyapıyı güçlendirmeleri gibi unsurlar nedeniyle sektörde genel bir rekabet yeteneği yükseltilmesi söz konusu değildir. İç talebi büyüten SGK'dır ve işletmelerin cirolarının %90 kadarı bu kurumdan geldiğinden işletmelerin müşteri konusunda esnek davranabilmeleri mümkün değildir. Bu durum işletmeleri Devlet'e bağımlı hale getirmiştir. Bazı işletmeler "Devlet hem müşteri hem patronudur" diyerek bu durumu ifade etmektedirler. Bu ifadenin arkasında her türlü yatırım kararının Devlettten onaylanması

ve fiyatların da yine Devlet tarafından belirlenmesi bulunmaktadır. Sağlık Uygulama Tebliği(SUT)'nde tanımlanan SGK ile anlaşma yapan özel hastaneler sisteme girmiştir. SGK özel hastaneleri puanlayarak, puantaja göre fark alabilme sistemi getirilmiştir.

DIŞ TALEP

Dış talep başlığı altında sağlık hizmetlerinin bölge dışı hastalara hizmet vermesi süreci, bu süreçte işletmelerin rekabeti, bu tip müşterilere hizmet etme önşartları ve yurtdışı hastalara hizmet vermek suretiyle ürün/hizmet kalitesinde ve işletmelerin bireysel rekabet güçlerinde meydana gelen değişiklikler araştırılmıştır.

Samsun'da faaliyet gösteren sağlık hizmetleri işletmeleri genellikle Samsun, Çorum, Amasya ve Sinop'tan gelen hastalara hizmet vermektedir. Yurtdışıyla kurumsal ilişki gözlemlenmemiştir. Ancak bazı hekimlerin yurtdışına düzenli ziyaretler yaparak orada operasyonlar gerçekleştirdikleri bilgisi alınmıştır. Samsun'da faaliyet gösterdiği halde yurtdışında sağlık kuruluşu açarak hizmet veren hekimler de bulunmaktadır. Sektör uzmanlarıyla yapılan görüşmelerde özellikle Rusya, Gürcistan, Türk Cumhuriyetleri, Irak, Suriye, Moldovya, Ukrayna gibi ülkelerin bu tür hizmetler için potansiyel vaat ettikleri belirtilmiştir.

Samsundaki sağlık hizmetleri hem ucuz ve hem de kaliteli bir alternatif olarak pazarlanmaya uygundur. Görüşme yapılan kurumlar mevcut altyapı ve yatırım planlarını değerlendirdiklerinde Samsun ölçeğinin bu yatırımları karşılamada yetersiz kalacağını belirtmektedirler. İşletmelerin hayatta kalabilmesi için dışarıdan hasta geçirmesi şarttır. Hatta görüşme yapılan uzmanlarca hastaneler "bacasız fabrika" olarak tanımlanmaktadır.

Samsun'un bölgeye yabancı hasta getirilerek son dönemde oldukça gelişen sağlık turizmi pastasından yararlanabilmesinin önündeki en önemli engel ulaşım problemidir. İşletmeler ulaşım problemi çözüldüğünde "Samsun sağlık merkezi olur" öngörüsünde bulunmaktadırlar. Diğer illerden ve yurtdışından Samsun'a uçuş olmaması sorun yaratmaktadır. Bunun yanında sağlık turizmi konusunda işletmelerin ortak isim altında hareket edebilmeleri, ortak rekabet kültürü geliştirebilmeleri, uzmanlaşmaları, uluslar arası bağlantı geliştirmeleri, bu tip hastaların organizasyonlarını gerçekleştiren sigorta şirketleri ve turizm şirketlerini potansiyelleri konusunda ikna ederek profesyonel adımlar atmaları gereklidir.

ÖZELLEŞMİŞ ÜRÜNLER/NİTELİKLİ MÜŞTERİ

Samsun'da sağlık hizmeti alıcıların eğitim düzeyi ve kültürel seviye arttıkça değişim için itici hale gelmiştir. Sağlıkta dönüşüm projesi nedeniyle sıklıkla özel sağlık kurumlarından hizmet alan hastaların beklentileri, sağlık hizmetlerine ulaşma oranları yüksektir. Özellikle son yıllarda özel sağlık kuruluşları tarafından gerçekleştirilen reklam ve tanıtım yoğunluğuyla hastaların beklentileri yükseltilmiştir. Hastaların hizmet alacağı hastaneyi seçme kriterleri harcadığı para ve karşılanma/ağırlanma kalitesidir. Bu durum da hastaneleri hastalarla iletişim konusuna özen gösterme, ağırlama hizmetlerinin iyileştirilmesi gibi konularda iyileştirmeler yapmaya itmektedir. Hasta beklentileri nedeniyle yan hizmetler geliştirerek sektörün hizmet standartları yükselmektedir.

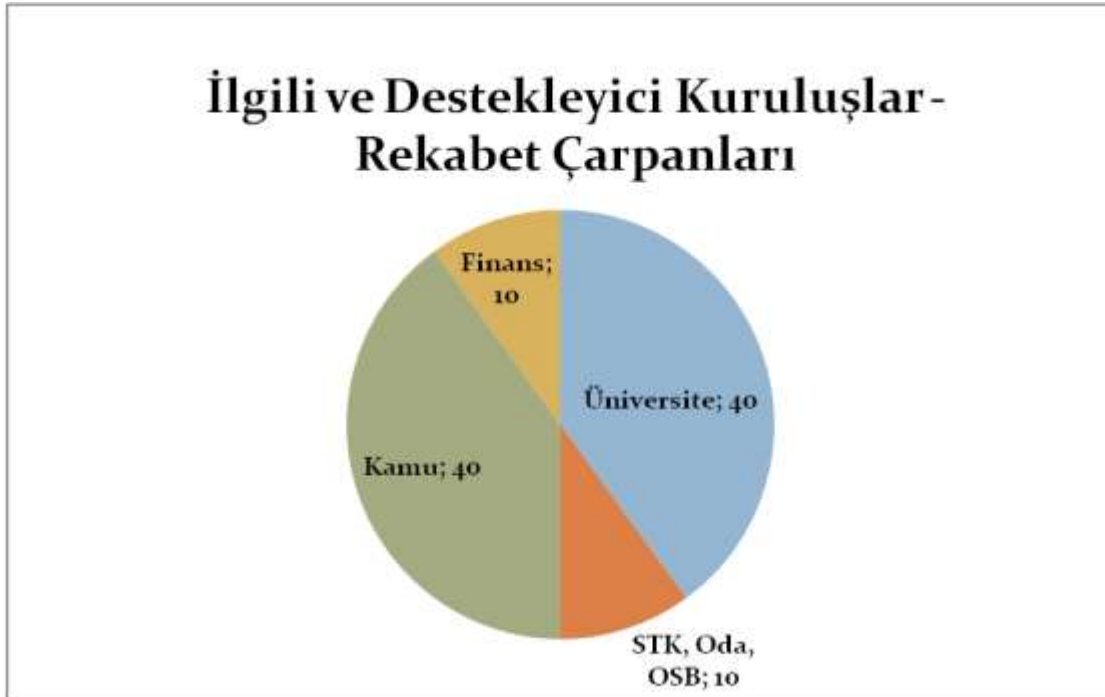
İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar (Zayıf)

İlgili ve destekleyici kuruluşlar konusunda genel puan zayıftır. Sektörün en düşük performansa sahip rekabet unsuru bu başlıktır.

TABLO 35: SAĞLIK HİZMETLERİ SEKTÖRÜ, “İLGİLİ VE DESTEKLEYİCİ KURULUŞLAR” DEĞERLENDİRMESİ



TABLO 36: SAĞLIK HİZMETLERİ SEKTÖRÜ “İLGİLİ VE DESTEKLEYİCİ KURULUŞLAR” REKABET ÇARPANLARI



ÜNİVERSİTE

Samsunda sağlık hizmetleri sektöründe faaliyet gösteren kuruluşlarla üniversite arasındaki iletişimin profesyonel düzeyde olmadığı yapılan görüşmelerde ortaya konuşmuştur. Üniversite ile sağlık kuruluşları arasında ilişkiler kişisel network (kişisel bağlantılar) yoluyla kurulmaktadır. Görüşmelerde üniversite işbirliği konusu sorulduğunda sektör uzmanları tarafından “ütöpik (aslında olmayan, tasarlanmış olan ideal sistem) düzeyde” tanımlaması yapılmıştır. Yine sektör uzmanlarınca işbirliğinin en az düzeyde olduğu ancak bazı hastanelerle üniversite hocaları arasında illegal işbirlikleri bulunduğu belirtilmiştir.

Üniversite ve tıp fakültesi bölgedeki kuruluşların en önemli insan kaynağı sağlayıcılarından. Spesifik kurslar ve mesleki gelişim sertifikalı programları yine üniversite tarafından gerçekleştirilmektedir. Ancak bu eğitimlerin sıklığı ve seviyesi ihtiyaçları karşılamakta yetersizdir. Görüşülen kurumların çoğunda bu tür eğitimlere (örneğin yoğun bakım, diyaliz hemşireliği gibi) ihtiyaç belirtilmekte, karşılama kaynağı konusunda sıkıntılar belirtilmektedir.

Son 1-2 yıldır üniversite ile sağlık sektörünün iletişimlerinde düzelme olduğu görüşmelerde belirtilmiştir. Ancak tıp fakültesi hastanesinin hizmet kalitesi olarak özel kuruluşlardan oldukça geride kaldığı bu nedenle yönlendiriciliği konusunda problem olduğu da belirtilmiştir.

Sağlık Bakanlığı tarafından hastaneleri derecelendirilmesi sistemi sonucunda üniversite hastanesi üçüncü basamak hastane olarak belirlenmiştir. Dolayısıyla özel sağlık kuruluşları problemleri hastalarda tıp fakültesi hekimlerinden telefon yoluyla konsülte isteyebilir yada sevk isteyebilirler. Hekimlerin ayrıca branş bazlı iletişimleri var, kurumsal olarak bir iletişim seviyesinde değildir. Yeni teknolojiler konusunda araştırmalar yapan kuruluş bu süreçte üniversitelerden bilgi akışı sağlayabildiklerini belirtmişlerdir. Ancak bu durum sürekli ve akıcı değildir, münferit iletişimler şeklindedir.

SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI VE SANAYİ-TİCARET ODALARI

Samsun'da sağlık hizmetleri sektöründe faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşları Türk Tabipler Birliği, Sağlık Kenti Samsun Derneği'dir. Bunun dışında çoğu sağlık kuruluşu OHSAD - Özel Hastaneler ve Sağlık Kuruluşları Derneği, FTR Derneği, Özel Görüntüleme

Merkezleri Derneği, Ankara Sağlık Kuruluşları Derneği üye olunan sivil toplum kuruluşları olarak belirtilmiştir.

Bu kuruluşların sektör işletmelerine rekabet yeteneklerini geliştirici bilgi sağlama düzeyleri ve kuruluşlarla işletmeler arası ilişkiler değerlendirildiğinde politika yapıcılar bazında faaliyetler gösteren OHSAD'ın faaliyetlerinin tatmin edici bulunduğu belirtilmektedir. Bu kaynaktan düzenli alınan ve değerlendirilen bilgiler daha çok sektörün tek ve büyük müşterisi SGK uygulamaları hakkında sunduğu bilgilerdir.

Samsun Tabip Odası'nın faaliyetleri hakkında bilgi veren sektör uzmanı da sektör ve Oda arasındaki ilişkilerin iyi düzeyde olmadığını ancak son yıllarda işbirlikleri ve yeni projeler geliştirme yoluyla iletişimin geliştirilmeye çalışıldığını belirtmiştir.

Samsun Belediyesi'nin kurduğu SABEK A.Ş. de sağlık hizmetleri sektörü de dahil çoğu sektöre rekabet güçlerini geliştirici bilgi ve hizmetler sunmak üzere kurulmuştur. Ancak şu anda faal değildir.

Sağlık Kenti Samsun Derneği ise ismi en sıklıkla telaffuz edilen ve beklentilerin en yüksek olduğu sivil toplum kuruluşu olarak göze çarpmaktadır. Kuruluşların tümü Derneğe üyedir ve Samsun'u bir sağlık turizmi markası haline getireceği konusunda inançlıdır. Ancak Dernek kuruluş aşamasındadır ve henüz tatmin edici aktiviteler gerçekleştirilmemektedir.

KAMU KURUMLARI

Sağlık Kentleri projesi kapsamında 16 şehir sağlık merkezi olarak seçilmiştir. Samsun da bu merkezlerden biri olarak deklare edilmektedir. Uzun vadede sağlık turizmi de desteklenmektedir. Ancak kamu kurumlarının sektör firmalarına ne ölçüde rekabet gücünü geliştirici hizmet ve destek sunduğu konusunda yapılan görüşmelerde sağlık kuruluşlarının çok az kurumla direkt iletişimi olduğu bu iletişimlerin de sadece "denetim"ler yoluyla yürütüldüğü gözlemlenmiştir.

Özellikle Sağlık İl Müdürlüğü'nce oldukça sıkı ve sıklıkla denetlenen kuruluşlar habersiz habersiz gerçekleştirilen bu denetimlerde problemleri görüldükleri takdirde İl Müdürlüğü SGK İl Temsilciliğiyle iletişime geçerek yeni bir denetleme ve ceza prosedürünü kullanmaktadırlar. Dolayısıyla mali bir ceza verme yetkisi olmayan kurum diğer kurumu uyararak o yolla işletmeleri cezalandırabilmektedir. Bu denetimler müşteri şikayetleri

üzerine de gerçekleştirilebilir. Bunun dışında işletmeler yeni teknoloji edindiklerinde yine Sağlık Bakanlığı tarafından denetlenmektedir. Kuruluşlar yapacakları her türlü tadilat, modifikasyon gibi faaliyetlerinde yine İl Müdürlüğünü haberdar etmelidir.

Bunun dışında kamu kurumlarıyla olan iletişim ortamları, çok kısıtlı olmak kaydıyla, Sağlık Bakanlığı ve Sağlık İl Müdürlüğü tarafından gerçekleştirilen etkinliklerden yararlanabilmektedir.

Kamu kurumlarınca markalaşma, inovasyon, uluslararasılaşma yoluyla sektörün rekabet gücünün artırılması konusunda destek yoktur.

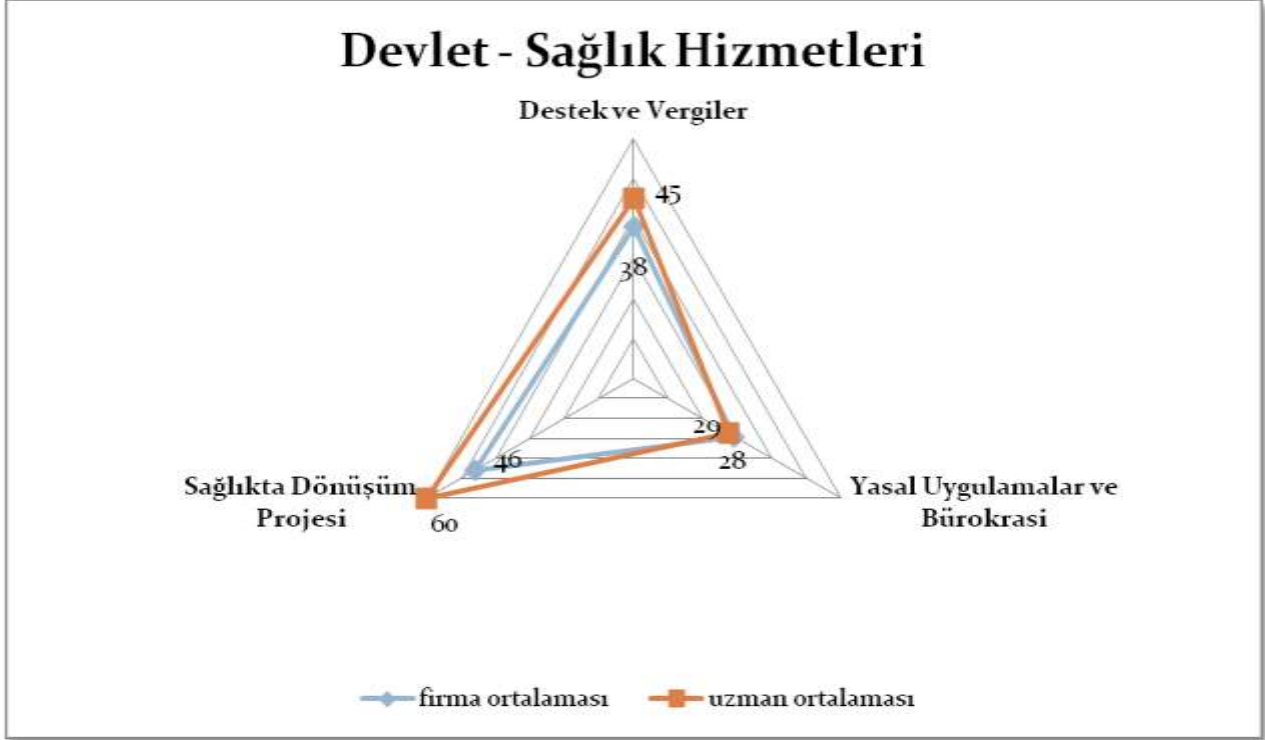
FİNANS

Sektöre özel finans kaynakları konusunda dezavantajlı olan sağlık hizmetleri sektöründe bankalarca sağlanan sektör kredileri yerine en fazla kullanılan finans kaynağı öz kaynaklardır. Sağlık sektörüne yönelik leasing sistemi gibi yöntemlere de başvurulmaktadır. Klasik banka kredileri yine yaygın bir finans desteğidir. Bazı işletmeler arazi masraflarını da destekleyebilmek açısından arsa sahipleriyle ortaklık gibi yöntemler kullanmaktadırlar. Sağlık sektörüne özel bir destek yoktur. Görüşülen bazı işletmeler Dünya Bankası kredisi imkanı ve KOSGEBin son dönemde geliştirdiği faizsiz krediler gibi destekleri alternatif kaynaklar olarak belirtmektedirler. Aynı zamanda DTM desteği olduğu da belirtilmiştir. Bu tür destekler yaygın değildir, sadece bir işletme haberdar olduğunu ve sektörde bu tür bir desteği alan ilk (Türkiye’de ilk) firma olduğunu belirtmiştir. Diğer kuruluşlar bu tür desteklerden haberdar değildir, kullanmamaktadır.

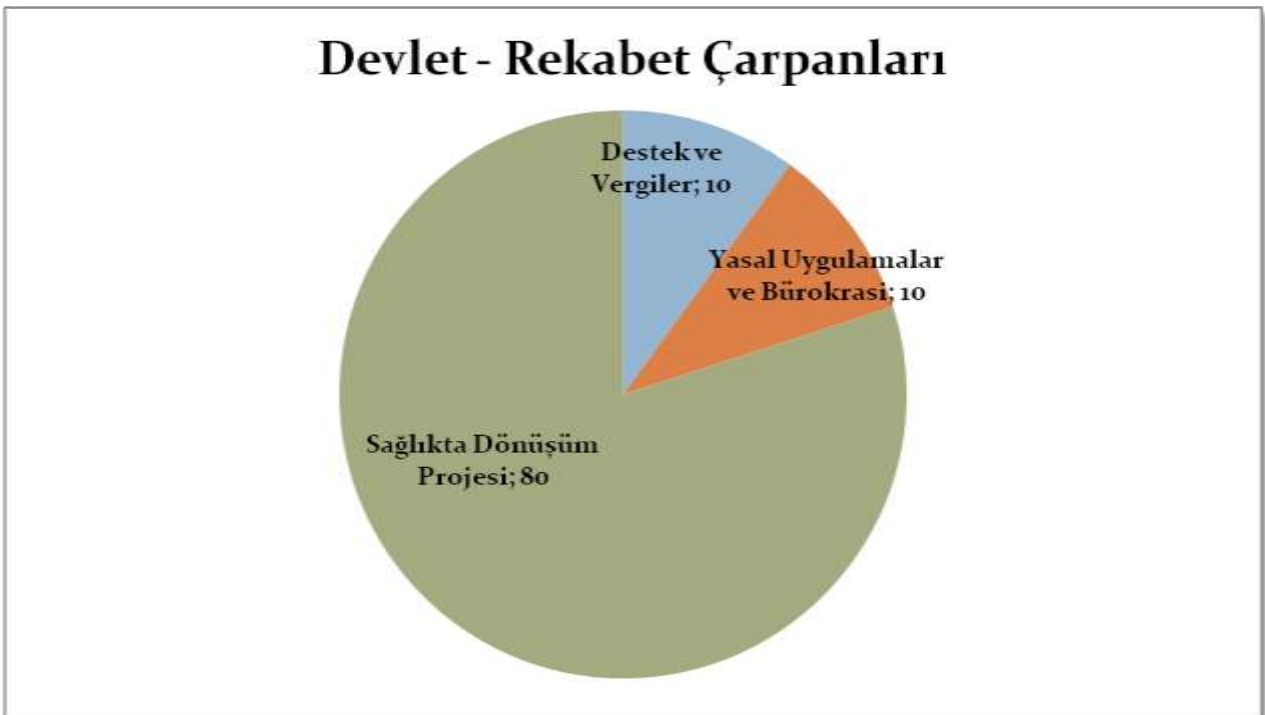
Devlet (Ortalama)

Devlet başlığı altında sektörün genel puanı 40'tır.

TABLO 37: SAĞLIK HİZMETLERİ SEKTÖRÜ, "DEVLET" DEĞERLENDİRMESİ



TABLO 38: SAĞLIK HİZMETLERİ SEKTÖRÜ "DEVLET" REKABET ÇARPANLARI



VERGİLER VE DESTEKLER

Bu başlık altında sektöre özel vergiler, avantaj ve dezavantajları, yeni pazarlara açılmada sağlanan devlet destekleri, sektöre teşvik sağlayan kurumlardan sektör işletmelerinin ne ölçüde haberdar olduğu ve yararlı bulup bulmadığı konusu araştırılmıştır.

Sağlık hizmetleri sektörü hizmet sektörlerinin tabii olduğu standart vergilere tabiidir. Hizmet sektörlerinin personel vergilendirme maliyetleri oldukça yüksektir. Aynı zamanda sağlık kuruluşları en önemli müşterisi olan SGK'nın ödemeleri 90 günde yapmasına karşın vergileri zamanında ödemek durumunda olduklarını belirtmişlerdir. Son yıllarda yaşanan bir başka değişim de sigorta primlerinin artmasıdır.

Yapılan görüşmelerde sunulan öneriler arasında "Kamuya fayda varsa tüm yatırımların desteklenmesi gerekir. Yatırım projelerinin desteklenmesi için yöntemler geliştirilmelidir. Örneğin vergi muafiyeti, istihdam yaratıldığından dolayı onore edilme" gibi yorumlar alınmıştır. Yerel yatırımcıların yer, elektrik, sigorta muafiyeti ve teşvik beklentileri vardır. Sağlık hizmetlerinin sektör olarak değer görmesi ve desteklenmesi gerekmektedir.

Görüşülen işletmeler arasında DTM'den teşvik belgesi kullanarak vergi indirimi ve yatırımın büyüklüğü boyutunda personel sigorta indirimi hakkı elde eden firma DTM ve KOSGEB desteklerinden haberdardır ve önemli vergi avantajları elde etmiştir. (Bu avantajlar önümüzdeki yıldan itibaren geçerli olacaktır, halihazırda diğer kuruluşlarla aynı vergi durumuna tabiidir)

BÜROKRASI

Bürokrasinin azaltılması sistemi nedeniyle bürokrasi azaltılmaya çalışılmaktadır. Ancak yine de Bakanlıktan kaynaklanan bazı süreçlerin yavaş işlediği sektör uzmanlarınca belirtilmektedir. Özellikle yeni yatırımlar konusunda, bunun yanında yenilenme, bina, inşaat, istihdam, çalışma saatleri vb konularda Bakanlıkla iletişim içerisinde olması gereken kurumlar bu süreçlerden etkilenmektedirler. Uzun prosedürler ve bürokrasi sorunlar yaratmaktadır. "Sadece bürokrasi işi olan, imza peşinde koşan bir elemanımız var" beyanında bulunan sağlık kuruluşları vardır.

Bunun yanında eğitim ihtiyaçları konusunda kamu kuruluşlarına yapılan başvurulardaki bürokrasi de engelleyicidir. Örneğin yoğun bakım sertifikaları 3 ayda verildiği için personel

Bu rapor innoCentric tarafından Samsun İl Özel İdaresi için "Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi" Projesi kapsamında hazırlanmıştır. ©2010

eğitimi isteyen kuruluş için Bakanlıktan sadece 1 personelin eğitimi izni çıkması işletme içi süreçleri de aksatmakta, uzun vadeli planlarda sapmalara neden olmaktadır.

Denetimler nedeniyle sıklıkla kamu kurumlarıyla görüşülmektedir.

AB adaylık sürecinin ise sektörde köklü değişikliklere neden olacağı öngörülmemektedir. Özellikle son yıllarda gerçekleştirilen dönüşüm süreci ile AB'ye uyum konusunda önemli adım atılmıştır.

Bu gözlemlerin yanı sıra sektörde kayıtdışılık oranı ve bu durumun işletmelerin rekabet gücüne etkisi incelenmiştir. Ancak sektör işletmelerinin en önemli gelir kaynağı SGK olduğundan sektörde kayıtdışılık yoktur, işletmeler kayıt ettikleri sürece para kazanmaktadırlar.

SAğLIKTA DöNüşüM PROJESİ

Sağlıkta dönüşüm Projesi ve sosyal güvenlik kurumlarının birleştirilmesi sektörü derinden etkilemiştir. Dönüşüm projesinden önce Samsun'da faaliyet gösteren tek özel hastane düşük kapasiteyle ve basit ameliyatlara için hizmet vermekteydi. 2003te özel hastanelerin sisteme dahil edilmesi özel hastane sektörünü canlandırmıştır. Görüntüleme merkezleri hem özel ödeme kurumlarıyla hem devlet hastaneleriyle anlaşmalar yapabilecek hale gelmiştir. SGK sektörü ayakta tutmaktadır.

Yapılan görüşmelerde firma yetkilileri bu Proje için “Bu sektörün rtaya çıkmasını sağlamıştır. Her cümle ve değişiklik özel sağlık merkezlerini etkilemektedir” diye belirtmektedirler.

Sağlıktaki dönüşüm yasası fırsatlar ortaya çıkarmıştır. Samsun niversite, tıp fakültesi, devlet hastaneleri gibi potansiyeliyle bu fırsatı değerlendirerek 5-6 yıldır önemli yatırımlara sahne olmuştur. Sermayeler sağlık sektöründe yatırıma dönüşmüştür. Bölgedeki hekimlerin yeni yatırım alanı hastane ortaklığı haline gelmiştir. Eskiden muayenehanelerde, kk işletmeler olarak hizmet veren hekimler, muayenehaneler kapandığında özel hastanelerde birleşmişlerdir.

Dönüşüm sonrası özel sektördeki bu hareketlenme kamu hastanelerini de ateşlemiştir. Özel hastanelerle aralarında rekabet vardır. Kamu hastaneleri arasındaki rekabet de Sağlık Bakanlığı politikaları nedeniyle gerçekleşmiştir.

Ancak bu dönüşümden olumsuz etkilenerek sektörden ayrılmayı planlayan yan hizmetler de bulunmaktadır. Sektörde tek alıcı olan devlet şartlarını değiştirmedikçe gelecek beklentisi yoktur. Örneğin rakiplerle birleşse ve yeni cihaz maliyetleri beraber karşılansa bile hala aynı fiyatlar altında hizmet verileceğinden, kamu kurumları özel işletme şeklinde çalıştıklarından bu tür hizmetlerde karlılık oranı düşük kalacaktır. Yeni yatırımlar yapmaya gerek olmayan bir sektördür.

ANA METAL SANAYİ SEKTÖRÜ REKABET ANALİZİ



30.12.2010

Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi

GİRİŞ

Ana metal sanayi ISIC Revize 3 sınıflandırmasına göre, imalat sanayi alt ayrımında 27 numaralı gruplandırma içinde yer almaktadır. Bu grup altında üçlü düzeyde 3 alt sektör, dörtlü düzeyde ise 4 alt sektör bulunmakta olup bu sektörler aşağıdaki gibidir:

- 271 Demir-çelik ana sanayi
- 2710 Demir-çelik ana sanayi
- 272 Demir-çelik dışındaki ana metal sanayi
- 2720 Demir-çelik dışındaki ana metal sanayi
- 273 Metal döküm sanayi
- 2731 Demir ve çeliğin dökümü
- 2732 Demir dışındaki metallerin dökümü

Ana metal sanayi NACE sınıflandırmasına göre ise; üçlü düzeyde 5 alt sektör, dörtlü düzeyde ise 16 alt sektörden oluşmakta olup bu sektörler aşağıdaki gibidir:

- 27 Ana metal sanayi
- 271 Ana demir ve çelik ürünleri ile demir alaşımları imalatı
- 2710 Ana demir ve çelik ürünleri ile demir alaşımları imalatı
- 272 Boru imalatı
- 2721 Dökme demirden boru imalatı
- 2722 Çelik boru imalatı
- 273 Demir ve çeliğin diğer ilk işlemleri
- 2731 Soğuk çekme
- 2732 Dar şeritlerin soğuk haddelenmesi

- 2733 Soğuk şekillendirme ve katlama
- 2734 Tel çekme
- 274 Demir-çelik dışındaki ana metal sanayi
- 2741 Değerli metal üretimi
- 2742 Alüminyum üretimi
- 2743 Kurşun, çinko ve kalay üretimi
- 2744 Bakır üretimi
- 2745 Demir dışındaki diğer metallerin üretimi
- 275 Metal döküm sanayi
- 2751 Demir döküm
- 2752 Çelik döküm
- 2753 Hafif metallerin dökümü
- 2754 Demir dışındaki diğer metallerin dökümü

Özellikle son yıllarda demir çelik sektöründe ve döküm sektöründe yaşanan olumlu gelişmeler ve talep artışları sektörün güçlenmesini sağlamıştır. Sektörün dış ticaret açısında rekabet gücü diğer sektörlerle kıyasladığımızda iyi konumdadır. Üretimde çalışanların verimlilikleri son yıllarda artan talep artışına bağlı olarak verimlilik düzeyleri her geçen gün artmış ve imalat sanayi ortalamalarına göre daha yüksek seviyelerde gerçekleşmiştir.

Dünya genelinde toplam ekonomik faaliyetlerin artması ve ülke ekonomilerindeki büyümenin bir yansıması olarak konuta olan ihtiyacın, otomobile olan talebin ve başta beyaz eşya olmak üzere diğer demir çelik ürünleri talebinin her geçen gün büyük bir hızla artması dünya toplam çelik üretimini de artırmaktadır.

Metaller çok değişik türde üstün özellikleri nedeniyle endüstride geniş uygulama alanına sahiplerdir. Özellikle üstün mekanik özelliklere sahip olduklarından en önemli yapı ve makine malzemesi sayılırlar.

Demir-çelik ürünlerinin yaygın kullanımı herkesçe bilinmektedir. Ulaşım sektörü (otomotiv, demiryolu: ray, lokomotif, vagon, gemi, vb), inşaat ve beyaz eşya sektörleri, çelik mobilya yapımı, sıvı ve gazların nakli için borular v.b. kalay, çinko, alüminyum, nikel, ya da krom kaplanmış çelikler, paslanmaz çelikler, alaşımlı makine yapım çelikleri gibi ürünler ayrıca diğer metallere gereksinimi yükseltmektedir. (örneğin ray çeliği kendi ağırlığının onda biri kadar mangan metaline ihtiyaç gösterir.)

Alüminyum inşaat ve ulaşım (uçak, tren, taşımalık, tekne v.b.) sektöründe, ambalaj sanayinde (levha, folyo), elektrik-elektronik ve genel mühendislik dallarında (makine, motor pistonları, jantlar vb.), mobilya ve büro eşyası yapımında, demir çelik metalürjisinde geniş kullanım alanlarına yerleşmiş bir metaldir. Titanyum ve magnezyumla üretilen alaşımları uçak ve uzay sanayisinin temel girdisidir. Silisyumlu alaşımları ile döküm parçalar ve son dönemlerde motor blokları ve silindir gömlekleri yapılmaktadır.

Bakır üretiminin takriben $\frac{3}{4}$ 'ü elektrik üretim, iletim ve kullanımında yer almaktadır. Türbin ya da motorlarla tahrik edilen jeneratörlerin sargılarında, enerji iletim hatlarında, transformatörlerde ve makineleri tahrik eden elektrik motorlarında rafine bakır metali hayati bir görev üstlenmektedir. Şofben, termosifon, klima gibi ısıtıcı ve soğutucu cihazlarda bakır boru en önemli elemandır.

Çinko, demir dışı metaller arasında alüminyum ve bakırdan sonra en çok üretilip kullanılan bir metaldir. Çinkonun takriben % 40'ı demir-çelik ürünlerinin galvanizlenmesinde tüketilmektedir. Bakırla pirinç üretimi, muhtelif döküm alaşımları, çinko levha yapımı ve çeşitli kimyasallar başlıca kullanım alanlarıdır. Kursun akümülatör ve pillerde, boya pigmentlerinde, cam imalatında (kristal cam ve TV camı gibi), yakıt tankları ve depolarında, mühimmat (cephane, mermi) yapımında, lehim tellerinde, mühür ve kayma yatak imalatında, elektrik ve elektronik ve iletişim sektöründe, elektrik kablolarının zırhlanmasında, TV tüplerinde, çeşitli seramiklerde, koruyucu kaplamalarda, inşaat sektöründe, radyasyondan koruyucu zırhların imalatında kullanılır.

Nikel üretiminin yaklaşık % 65'i ostenitik çeliklerin (paslanmaz çelikler) yapımında, % 12'si de yüksek sıcaklıklarda ve/veya basınçlarda kullanılan veya yüksek iletkenlik özelliği gösteren "süper alaşımlar"ın imalatında kullanılır. Geri kalan % 23'lük pay ise çelik alaşımları, şarj edilebilen piller, katalizör ve kimyasallar, metalik para alaşımları, döküm

ürünleri, nikel kaplama konularına aittir. Nikel, bitkisel yağların hidrojenizasyonunda (margarin üretiminde) da kullanılan bir katalizördür.

Ferrokrom alaşımlı çeliklerde, alaşımlı çelik dökümlerde, nikel ile birlikte paslanmaz çeliklerde, yüksek sıcaklıklara dayanıklı özel alaşımlı çeliklerde yaygın olarak kullanılır. Metalik krom uçak ve sınaî gaz türbinlerinde, demir dışı metallerle çeşitli alaşımlarda kullanılır. Krom kimyasalları pigmentlerde, deri sanayisinde, ahşap malzeme korunmasında, metal yüzey işlemlerinde uygulama alanı bulmaktadır. (Metalürji Dergisi, 2009)

Özellikle son yıllarda demir çelik sektöründe ve döküm sektöründe yaşanan olumlu gelişmeler ve talep artışları sektörün güçlenmesini sağlamıştır. Sektörün dış ticaret açısından rekabet gücü diğer sektörlerle kıyasladığımızda iyi konumdadır.

Dünya Ana Metal Sanayi Sektörünün Genel Durumu

Dünyada yaşanan küresel mali kriz sebebiyle 2009 yılında dünyada çelik üretimi bir önceki yıla göre % 8,1 azalarak 1.219.700 ton seviyesine gerilemiştir. Ancak bütün dünya ülkelerinde demir çelik üretim oranlarında azalma olurken, Çin ve Hindistan'da ortalama % 7,5 büyüme gerçekleşmiştir. Çin'in tüketimde olduğu kadar dünya çelik üretiminde de önemli payı bulunmaktadır. 2009 itibariyle Çin'in üretimdeki payı 567.842 milyon ton ile % 13,5'e yükselmiştir. Çin'i üretimde sırasıyla; Japonya, Rusya, ABD, Hindistan ve Güney Kore takip ederken Türkiye'de 2009 yılında üretmiş olduğu 25,3 milyon ton ve %1,9 pay ile 10. sırada yer almaktadır. Çin, özellikle altyapı yatırımları nedeniyle dünya çeliğinin yaklaşık 1/3'ünü tüketmektedir ve ilk sıradır. Çin'i tüketimde AB (27) ülkeleri takip etmektedir. Almanya AB ülkeleri arasında üretimde birinci, dünya ülkeleri arasında ise 7. sırada yer almaktadır.

Geçtiğimiz dönemlerde büyük konsolidasyona sahne olan demir-çelik sektöründe Arcelor ve Mittal birleşmesiyle dünyanın en büyük çelik üreticisi ortaya çıkmıştır. Dünyada çelik üretiminde Arcelor-Mittal'i, Nippon Steel, JFE, Posco, Baosteel, US Steel gibi şirketler izlemektedir. Çin hükümetinin aldığı kararla ihracatçılara KDV avantajını Ocak 2008'den itibaren kaldırması nedeniyle Çin ihracatının 2008 yılından itibaren yavaşlaması sebebiyle diğer bölge ihracatçılarının pazar payı artmıştır. Bu durumun, hem arzda daralma potansiyeli yaratması hem de düşük fiyatlı ürünlerin avantajını kaybetmesi nedeniyle çelik fiyatlarında yükseliş yönünde etki yapmıştır. Demir-çelik sektöründe en önemli hammaddeler hurda ve demir cevheri olurken, demir cevheri fiyatlarındaki artışlar, demir çelik fiyatlarını önemli derecede etkilemektedir. Bunun yanında demir-çelik üretiminde önemli girdilerden olan enerji fiyatlarındaki değişimler de demir-çelik ürün fiyatlarını artırmaktadır. (T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, 2010)

Paslanmaz çelik kendini yenileyebilen bir malzemedir. Paslanmaz çeliğin ilk üretimi İngiltere ve Almanya'da 1910'lu yıllarda başlamıştır. 1950'li yılların başında 1 milyon ton civarında olan dünya paslanmaz çelik üretimi, 20. Yüzyılın sonunda 20 milyon tona ulaşmıştır. Bugün dünyada üretilen paslanmaz çelik miktarı yılda 26-27 milyon ton civarındadır. 2010 yılında dünya paslanmaz çelik üretiminin 30 milyon tona yükseleceği

tahmin edilmektedir. Kişi başına paslanmaz çelik tüketimi, gelişmiş ülkelerde 6,5 - 7 Kg, ülkemizde ise 1,5 Kg civarındadır.

Dünyada, Demir-Çelik mamulleri üretimi ve ihracatının 2004 yılında zirveye ulaşmasının ardından, 2005 yılında, Demir Çelik sektörü, 2004'te yakaladığı artış eğilimini yavaşlayarak da olsa devam ettirmiş ve dünya genel demir çelik üretimi %5,9 artışla 1.129 milyon ton olarak gerçekleşmiştir. Bu üretim artışında en büyük pay, son yıllarda çoğu sektörde olduğu gibi Demir Çelik sektöründe de üretim kapasitesini ve verimliliğini arttıran Çin'e aittir. Çin, sadece 2005 yılında üretimini %25 oranında arttırarak 348 milyon ton seviyelerine çıkarırken, dünya toplam demir çelik üretiminin %31'ini karşılamıştır. (Konya Sanayi Odası, 2008)

TABLO 39. DÜNYA HAM PASLANMAZ VE ISIYA DAYANIKLI ÇELİK ÜRETİMİ (1000 TON)

Bölgeler	Tam Yıl			2005/2004	İlk 9 Ay		2006/2005
	2003	2004	2005	%	2005	2006	%
Batı Avrupa/Afrika	9,043	9,422	3,823	-6,4	6,679	7,426	11,2
Merkez ve Doğu Avrupa	322	318	310	-2,5	231	286	23,8
Amerika	2,830	2,933	2,688	-8,3	2,052	2,261	10,2
Asya	10,645	11,807	12,948	5,0	9,483	10,818	14,7
Dünya Toplamı	22,846	24,570	24,319	-1,0	18,445	20,851	13,0

Kaynak: Başbakanlık DPT, Dokuzuncu Kalkınma Planı 2007-2013, Özel İhtisas Komisyon Raporu, 2007

2006 yılının ilk 9 aylık verilerine göre Asya, 10,9 milyon tonla en çok paslanmaz çelik üreten bölge olmuştur. Verilere göre Çin, önceki yıla göre yüzde 50 artış sağlayarak paslanmaz çelik üreten birinci ülkedir. Batı Avrupa ve Afrika bölgeleri ise, yüzde 11,2 artarak 7,4 milyon tona ulaşmıştır. Amerika'da ise üretim %10 artarak 2,3 milyon tona ulaşmıştır. Rusya ve Ukrayna'da ise artış yüzde 24 ile 286 bin tona ulaşmıştır. Sonuç olarak 2006 yılının üç aylık

dönemleri kıyaslandığında paslanmaz çelik ve ısıya dayanıklı ham çelik üretiminde açık bir artış eğilimi görülmektedir.

Dünyada mevcut 48 bin dökümhanede 2008 yılında yaklaşık 95 milyon ton döküm üretimi gerçekleştirilmiştir. Dünya döküm üretiminin parasal karşılığı 200 milyar dolar üzerinde ve bu sektörde istihdam edilen kişi sayısı 2 milyon civarındadır. Dünya döküm üretiminde ilk on sırada yer alan ülkeler; Çin (31 milyon ton), ABD (12 milyon ton), Rusya (7,8 milyon ton), Hindistan (7,7 milyon ton), Japonya (6,9 milyon ton), Almanya (5,8 milyon ton), Brezilya (3,2 milyon ton), İtalya (2,7 milyon ton), Fransa (2,4 milyon ton) ve Kore (2 milyon ton)'dir. Çin ve ABD, dünya döküm üretiminin yaklaşık yüzde 45'ini gerçekleştirmiştir. 2008 yılında, ilk 10 döküm üreticisi ülke dünya döküm üretiminin yüzde 80'sini üretmiştir. Dünya döküm üretiminin yarısından fazlası pik döküm, kalanı sfero döküm, çelik döküm, alüminyum döküm ve diğer demir dışı dökümlerden oluşmuştur.

TABLO 40: ÜLKELERİN DÖKÜMHANE SAYILARI, 2008

Ülke	Demir Döküm	Çelik Döküm	Demir Dışı Döküm	Toplam
Çin				26.000
Hindistan				4.550
ABD	554	234	1.342	2.130
Japonya	456	77	1.169	1.702
Rusya				1.650
Meksika				1.500
Brezilya	589	184	621	1.394
Türkiye	752	71	443	1.266
İtalya	183	27	966	1.176
Ukrayna	400	233	437	1.070
Kore	510	145	220	875
Tayvan	478	40	330	848
Almanya	201	53	342	596
İngiltere	197	46	240	483
Fransa	108	37	337	482

Tayland	230	26	220	476
Polonya	185		245	430
K.Afrika	81	51	117	255
Romanya	76	57	87	220
Macaristan	42	27	143	212
Çek Cumhuriyeti	89	28	59	176
Kanada	55	28	83	166
İspanya	62	32	55	149
İsveç	36	13	83	132
Portekiz	49	10	40	99
Slovenya	15	5	58	78
İsviçre	17	3	32	52
Avusturya	12	4	35	51
Slovakya	12	7	32	51
Hırvatistan	13	4	21	38
Belçika	16	9	10	35
Finlandiya	14	6	12	32
Norveç	7	3	15	25
Hollanda	16		5	21
Danimarka	8		10	18
Litvanya	8	3	5	16
Toplam				48.454

Kaynak: ABİGEM DEKKAT, 2009

Alüminyum döküm parçalarına olan talep, dünya genelinde artış göstermektedir. Önümüzdeki 5 yıl içerisinde, her yıl ortalama %9,5 oranında artış beklenmektedir. Bu büyüme rekabet şansının daha fazla olduğu yoğun işçilik gerektiren döküm parça üretiminde daha fazla olabilir. Özellikle otomotiv sanayi tarafından talep gören magnezyum metal alaşımları içinse gerekli magnezyum miktarı hesaplandığında, sadece Ölüdeniz’de tüm dünyaya 22 bin yıl yetecek kadar olduğu görülmüştür. AB’de 11 farklı şirket yönetiminde 6 tanesi elektrolitik olmak üzere 13 ayrı üretim tesisi kurulmuştur. 1980’li yıllarda tüm dünyada magnezyum üretimi 200 bin ton iken, 1998’de 395 bin ton olarak gerçekleşmiştir.

Bu rapor innoCentric tarafından Samsun İl Özel İdaresi için “Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi” Projesi kapsamında hazırlanmıştır. ©2010

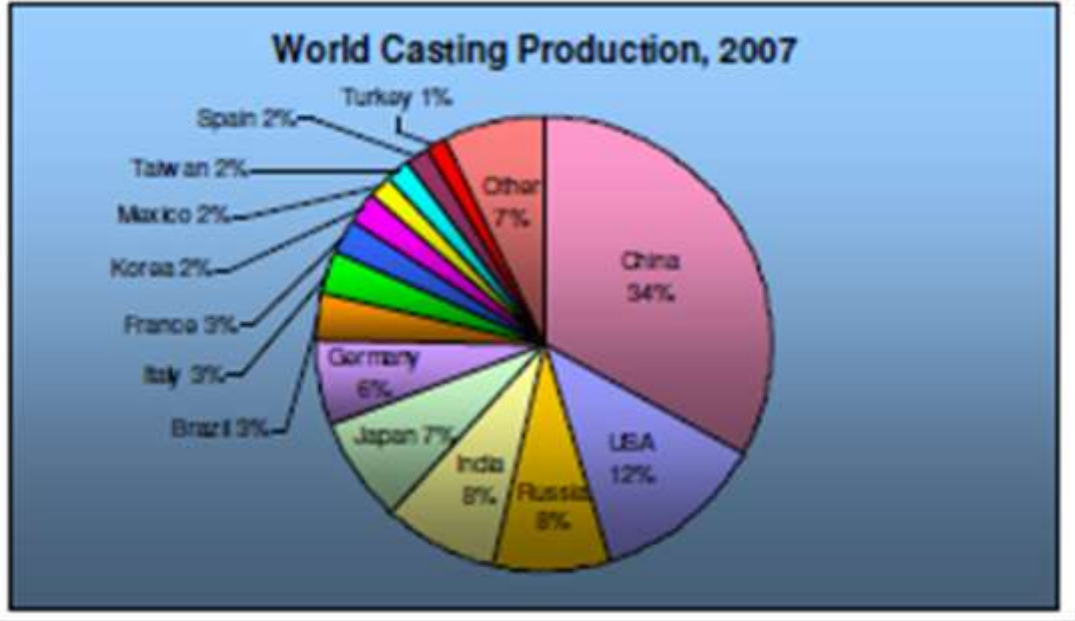
Gelecek döneme ait kısa vadeli kapasite artırım çalışmaları ise bu üretim miktarını iki katına çıkaracak yöndedir. Günümüzde dünyada 40'dan fazla kayıtlı işletmede magnezyum üretilmektedir. (Çin'de 100 den fazla kayıt dışı küçük işletme vardır). 70'den fazla işletmede ise, kapasitenin % 85'i otomotive yönelik olmak üzere, basınçlı dökümle magnezyum alaşımlarından parça yapılmaktadır. 1991'de 33 farklı otomobil parçası magnezyum alaşımlarından yapılırken, 1996'da bu rakam 128 adet olmuştur. Günümüzde üretilen araçlarda ortalama olarak araba başına 2.72 kg magnezyum döküm parçaları kullanılmaktadır. (Konya Sanayi Odası, 2008)

TABLO 41: ÜLKELERİN DÖKÜMHANE SAYILARI

Dünya Döküm Üretim Hacmi, 2007 (ton)										
Ülke	Grü Dökme Demir	Dökül Dökme Demir	Temper Dökme Demir	Çelik	Bakar Esaslı	Alüminyum	Magnezyum	Çinko	Diğer Ferrüz Olmayanlar	TOPLAM
Çin	15.460.176	7.598.396	535.316	4.047.505	571.279	2.740.075		216.883		31.269.630
ABD	3.889.000	3.890.000	67.000	1.248.000	283.000	1.847.000	110.000	298.000	54.000	11.819.000
Rusya	3.320.000	1.800.000	180.000	1.300.000	200.000	840.000	80.000	30.000	50.000	7.800.000
Hindistan	5.332.000	802.000	65.100	964.000		508.000				7.771.100
Japonya	2.856.064	2.044.055	53.294	292.908	106.932	1.549.604	9.749	40.738	7.421	6.960.755
Almanya	2.717.100	1.796.300	58.900	211.200	96.575	853.756	31.659	72.320	2.212	5.840.022
Brazilya	2.690.000			303.200		204.900			29.000	3.227.100
İtalya	966.014	600.200		89.600	86.700	912.500	12.500	74.000	1.400	2.742.914
Fransa	940.900	1.060.900		114.600	25.400	301.400		23.700	4.800	2.471.700
Kore	1.002.500	586.900	46.500	151.200	23.900	202.200	10.700			2.023.900
Meksika	899.712			79.200		696.300				1.675.212
Tayvan	878.080	218.115		83.129	41.195	320.321		5.241	76.761	1.627.129
İspanya	423.700	747.600	15.300	89.200	9.252	132.492		14.309	1.143	1.432.996
Türkiye	623.000	394.000	6.500	144.000	19.000	112.150		18.000		1.316.650
Ukrayna	626.610	40.000	10.000	266.060	11.000	20.500				974.140
Polonya	453.000	148.600	20.000	64.700	7.000	216.000	100	10.900	1.600	921.900
Kanada	483.000			117.600	18.585	282.200				901.385
İngiltere	190.000	280.000	4.000	78.000	13.000	136.000	4.000	12.000	1.000	718.000
Çek Cumhuriyeti	270.022	52.789	3.721	111.053		103.927				541.512
Kuzey Afrika	14.700	86.000		184.000	3.000	77.000		4.000		368.700
İsviçre	208.900	58.500		22.200	12.500	50.800	2.500	5.900		361.300
Avustralya	51.196	150.893		21.109		109.973	8.242	13.188	2.502	357.013
Tayland	70.000	30.000	30.000	28.600	28.600	100.000		16.900		304.100
Slovakya	83.872	31.897		38.073	7.783	33.871		2.000		197.496
Macaristan	49.230	20.472	33	5.940	1.816	97.276		3.566	551	178.884
Finezya	47.800	77.400		19.900	3.473	7.123		485		156.181
Ponakz	29.922	77.300		14.700	11.100	21.900		600	120	155.642
Belçika	66.200	8.600		48.000		23.783		776		147.359
Romanya	57.521	7.403	793	95.447	3.841	34.811	2.805	244	33	142.898
Novaç	18.700	58.400		3.600	5.046	22.771				108.517
İsviçre	29.922	41.886		2.161	3.130	23.228		1.837		102.164
Hollanda	78.241	6.209	438							84.888
Carinada	36.500	42.100			813				5.301	84.714
Hrvatistan	31.853	20.026	27	2.286	748	18.919		486	920	75.255
Slovakya	8.760		4.300	2.160	2.160	26.260		1.800	5	45.445
Litvanya	12.970	260		54	5	66		1		13.356
TOPLAM	44.917.145	22.877.201	1.101.222	10.183.295	1.596.834	12.727.106	278.496	939.394	166.294	94.919.007

Kaynak: Dünya Döküm Üretimi Sanayi 43. Sayım Raporu, 2007

ŞEKİL 11: ÜLKELERE GÖRE DÜNYA DÖKÜM ÜRETİMİNİN DAĞILIMI



Kaynak: Dünya Döküm Üretimi Sanayi 43. Sayım Raporu, 2007

Türkiye Ana Metal Sanayi Sektörünün Genel Durumu

Türkiye, 1.266 dökümhanesiyle dünyada 8. sırada, 1.316.650 tonluk döküm üretimiyle de dünyada 14. Avrupa'da ise 7. sırada yer almıştır. Türkiye'de döküm üretiminin yaklaşık yüzde 60'ı pik döküm, yüzde 20'si sfero döküm, yüzde 11'i çelik döküm, yüzde 9'u da alüminyum döküm yüzde 1'i de diğer demir dışı dökümlerden oluşmuştur. Döküm ürünlerinin en önemli kullanıcıları makine imalat sanayi, elektrikli cihaz ve makine sanayi, taşıt araçları (otomotiv) ve inşaat sektörleri olup bu sektörümüzde 20.000'den fazla kişi çalışmaktadır.

2008 yılında İSO 500 ihracatı içinde, taşıt araçları sanayi ve ana metal sanayi %26,5'lik paylarla ilk sırayı paylaşmaktadır. 2006 ve 2007'de 500 büyük kuruluşun ihracatında lider olan taşıt araçları sanayi, 2008'de ihracat artışının %6,2'de kalması nedeniyle liderliği ana metal sanayi ile paylaşmıştır.

Demir çelik sektöründe, ham çelikten uzun ürün üretimi gerçekleştiren 17 adet kuruluşun, 5'er adedi Marmara Bölgesinde ve Ege Bölgesinde, 4 adedi Akdeniz Bölgesinde, 2 adedi Karadeniz Bölgesinde ve 1 adedi ise İç Anadolu Bölgesinde bulunmaktadır.

Türkiye genelinde, 270 adet olarak tespit edilebilen bağımsız haddehanelerin yaklaşık % 40'ını oluşturan bir bölümünün, girdi ve finansman yetersizliği nedeniyle, % 50'nin altında Kapasite Kullanım Oranı (KKO) ile çalıştıkları tespit edilmiştir. Haddehanelerin yıllık kapasitesi, tek vardiya bazında, 6,5 milyon ton'dur.

Bu sektörde üretim yapan kuruluşlar tamamen yerli sermaye olup, yabancı sermayeli kuruluş bulunmamaktadır. Mevcut kuruluşlardan çoğu özel teşebbüs konumundadır. Vasıflı çelik tüketimine ve dolayısıyla mevcut kurulu kapasitenin kullanılmasında etkili olan unsurun, otomotiv ve makine imalat sektörünün canlılığına dayandığı daima göz önünde bulundurulmalıdır.

8. plan döneminde, sektördeki küçük boyutlu döküm atölyelerinin kapanmakta olduğu, bunların yerine teknolojisi yüksek yeni fabrika boyutunda dökümhanelerin devreye girmekte olduğu ve tesislerin de modernize edilerek, toplam üretim kapasitesinin arttığı

görülmektedir. Coğrafi dağılım itibariyle özel kesime ait fabrikaların büyük kısmı İstanbul, Kocaeli, Bursa, Eskişehir, Bilecik, İzmir, Ankara ve Samsun yörelerinde bulunmaktadır.

Ülkemizde, alüminyum ekstrüzyon, yassı-ürünler, döküm ürünleri ve iletkenlerin geniş çapta üretimi, özel sektör tarafından gerçekleştirilmektedir. Türkiye’de alüminyum sektöründe faaliyet gösteren firmaların toplam üretim kapasiteleri 400 ila 450 bin ton civarında seyretmektedir.

Yıllık üretim kapasitesi, yaklaşık olarak; ekstrüzyon ürünlerinde 200.000 ila 220.000 ton, yassı ürünlerde 150.000 ton civarında, döküm ürünlerinde 180.000 ton, iletkenlerde ise 60.000 ton olarak tahmin edilmektedir. Sektörde yaklaşık 140 bin ton atıl kapasite olduğu da tahmin ediliyor ve bu atıl kapasite ihracatla açılmaya çalışılmaktadır. Kurulu kapasitenin tamamının devreye alınabilmesi için alüminyum sektörüne gereken önemin verilmesi beklenmektedir. Sorunun çözümünün, yatırımların yapılması ve mevcut sorunlara çözüm bulunmasıyla sağlanacağı öngörülmektedir.

Alüminyum Döküm Sanayi sektöründe faaliyet gösteren yaklaşık 200 firma bulunmaktadır.. 80 kadar firma orta boyutta işletmeler olup 30 – 100 kişi arasında işçi çalıştırmaktadırlar. Bununla beraber 110 civarında da küçük atölyeler şeklinde aile işletmeleri mevcuttur. Alüminyum sektöründe kapasite kullanım oranı % 80 civarındadır. Ancak kapasite kullanım oranları ürün cinsine göre büyük değişiklikler göstermektedir.

Sektördeki yatırımlar 2 tür üretim teknolojisinden biri olan “sürekli döküm” teknolojisi üzerine yoğunlaşmıştır. Bu tür teknolojiye diğer teknoloji olan “direkt döküm” teknolojisine oranla yapılan yatırım meblağının düşük olması bu teknoloji üzerinde yoğunlaşmanın nedenidir; ayrıca “sürekli döküm” teknolojisi “direkt döküm” teknolojisine göre daha düşük miktarlarda kapasite artırımına olanak sağlamaktadır. Sektörde genel olarak büyük kapasiteli tesislerde teknoloji yoğun, küçük firmalarda ise emek-yoğun üretim sistemi uygulanmaktadır. Toplam istihdam ise 18.000 civarındadır.

Ülkemizde, bakır ve bakır alaşımları ürünleri üretimi tamamen özel sektör tarafından gerçekleştirilmektedir. Türkiye’de bakır ve bakır alaşımları sektöründe faaliyet gösteren firmalar toplam üretim kapasiteleri belirtilmiştir. Yıllık üretim kapasitesi olarak; blister bakır 36 bin ton, katot bakır 105 bin ton, filmaşın yaklaşık 500 bin ton, bakır ve pirinç ekstrüzyon

ürünleri sırasıyla 15 bin ve 180 bin ton, bakır ve pirinç yassı ürünler kapasiteleri de sırasıyla 16 bin ve 45 bin tondur.

Yıllara göre üretim miktarlarıyla kıyaslandığında özellikle filmaşın kapasitesinde yaklaşık 200 bin tona yakın bir atıl kapasite mevcuttur ve bu atıl kapasite ihracatla açılmaya çalışılmaktadır.

Magnezyum alaşımları her tür döküm, ekstrüzyon, dövme ve hadde yöntemleri ile şekillendirilebilmektedir. Özellikle basınçlı dökümle otomotiv sektörü için yapılan üretim tüm magnezyum döküm ürünlerinin %70'ini oluşturur ve günümüz itibariyle yaklaşık 120 bin ton'luk bir kapasiteye karşılık gelir.

Ana tüketim uygulamaları olarak alüminyuma alaşım elementi olarak ilave etmede, çeliklerin desülfürizasyonunda, basınçlı döküm (diecasting) yöntemi ile parça üretiminde ve diğer kalemlerde magnezyumun yıllar bazındaki tüketimi günümüze değin izlenebilir. Bu uygulamalar arasında yenilikleri işaret etmesi ve özellikle otomotiv ve elektronik sektöründe (elektronik eşya muhafazaları, kasaları) artan kullanımı yansıtması bakımından basınçlı döküm (diecasting) uygulaması için magnezyum ingotların talep edilmektedir.

Kaynak: DPT, 2007-2013 9.Kalkınma Planı Ana Metal Sanayi Özel İhtisas Komisyonu Raporu
Türkiye'deki ana metal sektörünün analizi konusunda gerçekleştirilen bir çalışmada (Konya Sanayi Odası, 2008) ortaya konulan SWOT analizinde aşağıdaki konular öne çıkmıştır:

Güçlü Yönler

- Talebin ve tüketimin güçlü olması,
- Fazla kapasitenin bulunmaması,
- Firmaların dinamik yapısı,
- AB mevzuatına uyum çalışmaları,
- Teknik bilginin yüksek seviyede olması,
- Yüksek teknoloji donanım ve tecrübe sayesinde uluslar arası rekabet gücü,
- Sürekli yatırım kültürü,
- Devam eden büyük kapasite artışı,
- Orta Doğu, Doğu Avrupa ve Asya gibi büyüyen pazarlara yakınlık,
- Kalifiye işgücü,

- Firmaların, ISO 9001:2000, OHSAS 18001 ve ISO 14001 belgelerinin bulunması,
- Otomotiv, beyaz eşya ve gemi inşa sektörlerinin güçlü yapısı,
- Modern teknolojiye uyan tesisler,
- Genç ve yetişmiş insan gücü,
- İhracat arzusu ve bilgisi,
- Avrupa standartlarında üretim yapabilen, yurtdışı projeleri ile adını duyurmuş, kaliteli üreticiler,
- Ülkenin coğrafi konumunun getirdiği lojistik ve stratejik avantajlar,
- Tüm dünya ile rekabet edebilecek teknoloji ve bilgi birikiminin bulunması,
- Güçlü bir yan sanayinin olması ve gün geçtikçe gelişimi.

Zayıf Yönler

- Girdi fiyatları nedeniyle üretim maliyetlerinin yüksek olması,
- Başta enerji olmak üzere, girdi maliyetlerinin yüksek seviyede olması,
- Hammaddenin önemli bir kısmının ithalat yoluyla temin edilmesi,
- Piyasadaki üretici sayısının fazlalığından dolayı, sıkı rekabetin bulunması,
- İşçilik maliyetlerinin rakip ülkelere kıyasla yüksek olması,
- Pazarlama ve müşteri yaklaşımındaki yetersizlikler,
- Demiryolu kullanım oranının azlığı,
- Kalitesiz ve kontrolsüz ürün ithalatı,
- Sermaye yetersizliği ve finansman,
- Maliyetlerinin yüksekliği,
- AR-GE faaliyetlerinin yetersizliği,
- Küçük işletmelerin kırılgan yapısı,
- AB çevre standartlarına uyum konusundaki eksiklikler,
- Gelişmekte olan Asya pazarları için, lojistik maliyetlerin yüksek oluşu,
- Tüm olumlu gelişmelere karşın ülkenin halen devam eden kırılgan ekonomik yapısı,
- Yurtdışı pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinin yetersizliği,
- Firmalar arasında, üniversite-devlet ve sanayi üçgeninde ve uluslararası kuruluşlarla olan ticari, bilimsel ve teknolojik ilişkilerin yetersizliği,
- Yüksek işletme sermayesi ihtiyacının bulunması,
- İnovasyon ve kümelenme gibi terim ve oluşumlara uzak kalınması-çekinilmesi,

- Birlikte proje üretmekten çekinilmesi.

Tehditler

- Çin ve Hindistan'ın artan ihracat tehdidi,
- AB'nin 3. ülkelerle imzaladığı Serbest Ticaret Anlaşmaları,
- AB çevre standartlarına uyum için, devlet yardımı verilmemesi,
- Endüstrideki konsolidasyon nedeniyle ortaya çıkan güçlü rakipler,
- Uluslararası hammadde pazarında tedarik sıkıntısı,
- Hammadde fiyatlarındaki rekor artışlar ve fiyat belirsizliği,
- Kontrolsüz ithalatın giderek artması,
- Yetersiz çevre mevzuatı,
- Katı çalışma mevzuatından kaynaklanan ilave maliyetler,
- Yeni rakip girişleri, pazara giriş kolaylığı, üretici sayısının fazla olması,
- Artan rekabet sonucu kar marjların oldukça düşük seviyede bulunması,
- Haksız rekabet yapan üreticiler ve kayıt dışı çalışma,
- Yetişmiş işgücü sağlanamaması ve Üniversite-sanayi işbirliklerinin tam olarak oluşamaması.

Fırsatlar

- AB'ye üyelik müzakerelerinin başlatılması,
- AB'den gelebilecek ve Küresel Kriz'le oluşan küçük montanlı sipariş fırsatları,
- Otomotiv, dayanıklı tüketim eşyası, gemi inşaat ve paketleme gibi yassı çelik tüketen sektörlerdeki yüksek büyüme potansiyeli,
- Orta ve Doğu Avrupa ülkelerinde gelişme potansiyeli yüksek otomotiv endüstrileri,
- İlave kapasiteye ihtiyaç olması,
- Avrupa'ya coğrafi yakınlık,
- Türkiye'nin, bölgenin otomotiv üretim üssü haline gelme eğilimi,
- Yabancı yatırımcıların Türkiye'ye artan ilgisi,
- İhracat bilgi kapasitesinin artması.

Samsun Ana Metal Sanayi Sektörünün Genel Durumu

Ana metal sanayi, İl Sanayi ve Ticaret odalarının tercihleri ve tamamlanan teşvik yatırımları göstergelerinde öne çıkmasının yanı sıra, Samsun'da, Türkiye ortalaması üstünde olan verimliliği olan tek sektördür. Ana metal sanayinde alt sektörler itibariyle çeşitlilik görülmektedir.

Bu alt sektörler,

- Soğuk çekme,
- Bakır üretimi,
- Ana demir ve çelik ürünleri ile demir alaşımları imalatı
- Çelik döküm

olarak sıralanmaktadır.

Samsun imalat sanayisi genel itibariyle, istihdam, işyeri ve ihracat gibi faktörler ekseninde çeşitlenmesine rağmen, ana metal sanayi dışındaki diğer imalat sanayi sektörleri, verimlilikte Türkiye ortalaması altında performans sergilemektedir. (Devlet Planlama Teşkilatı, 2006)

Bölge ana metal sanayi için önemli bir istihdam kapısıdır. Samsun'da bulunan NACE kodlarına göre ana metal sanayi başlığı altında faaliyet gösteren firmalar, hem bölge hem de ülke ekonomisinde ciddi paylara sahiptirler.

Samsun'da ana metal sanayi başlığı altında gelişmiş sektörler özellikle demir çelik ve bakır sektörleridir. Samsun'da bu sektörde çalışan firmalar her türlü makinenin yedek parçasını, otomotiv ve iş makinelerinin yedek parçalarını üretebilecek konumdadırlar, dolayısıyla yüksek ihracat potansiyeline de sahip konumdadırlar.

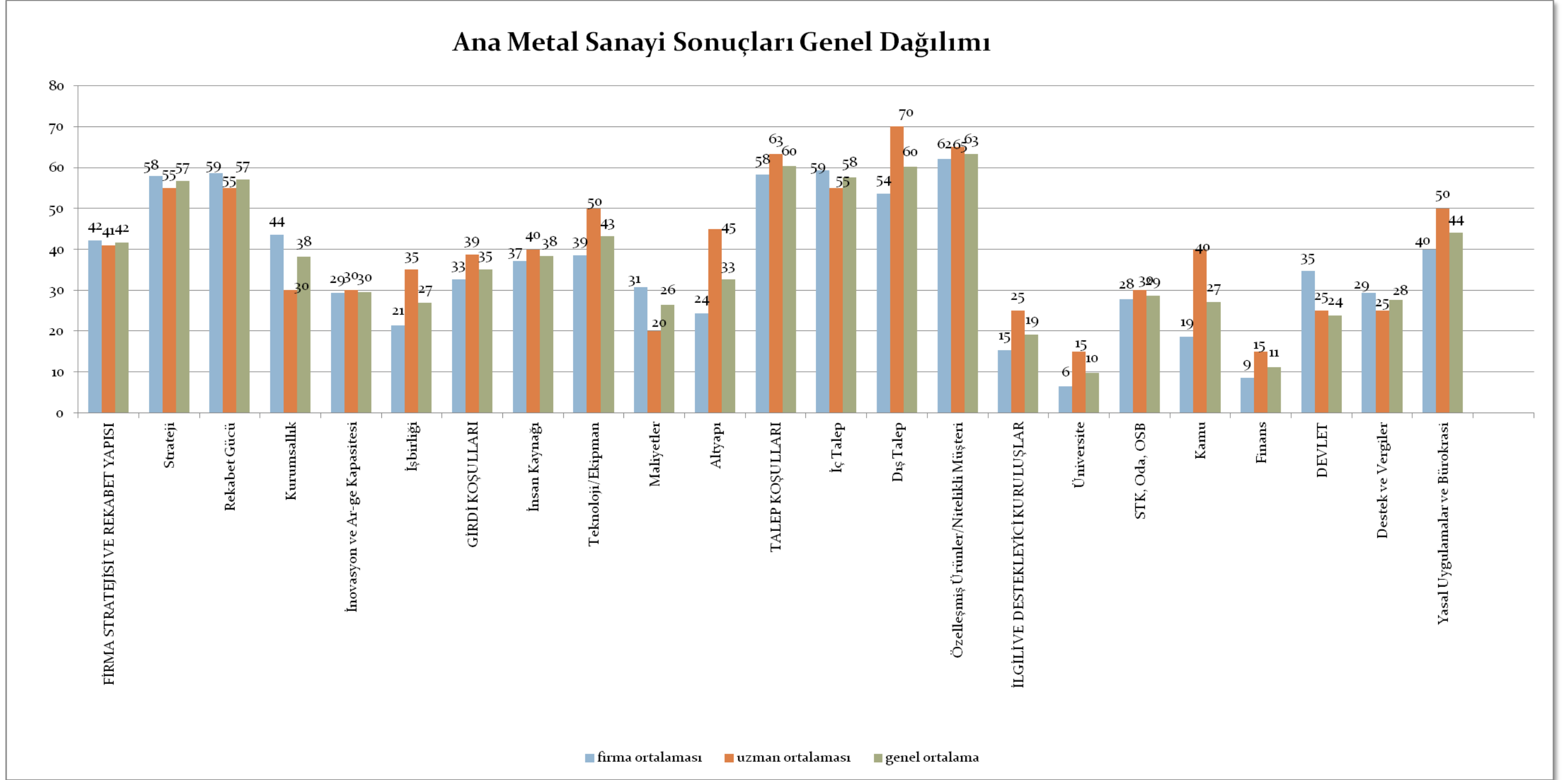
Samsun'daki hava, kara, deniz yolu ve dolayısıyla limanın varlığı ve özellikle Avrupa Birliği ülkelerindeki işçilik maliyetlerinin yüksekliği sebebiyle Samsun'da üretilen aynı kalitedeki malzemenin satış fiyatının daha ucuz olmasıyla ürün teslim sürelerindeki hızlılık, ana metal sanayi firmalarının rekabet güçlerini bir kat daha artırmaktadır.

Elmas (Diamond) Modeli Rekabetçilik Analizi

Samsun'da faaliyet gösteren ana metal sanayine ilişkin firma ve uzman görüşmeleri, mülakatlar ve literatür araştırması, saha çalışması verilerinin üzerine ortaya çıkan ana metal sanayinin rekabet yeteneğinin zayıf (39/100) olduğudur. Aşağıdaki tablo gerçekleştirilen analizde başvurulan değişkenleri ve bu değişkenlere ilişkin ana metal sanayi sektörünün gözlemlenen performansını göstermektedir. Ana başlıklar Elmas Modelinin ana unsurlarını oluşturur, alt başlıklar ise, bu unsurlar incelenirken başvurulan kriterlerdir.

TABLO 42: ANA METAL SANAYİ REKABET ANALİZİ SONUÇLARI GENEL DAĞILIMI

çok zayıf 0-20	zayıf 20-40	ortalama 40- 60	iyi 60-80	çok iyi 80-100
-------------------	----------------	--------------------	--------------	-------------------



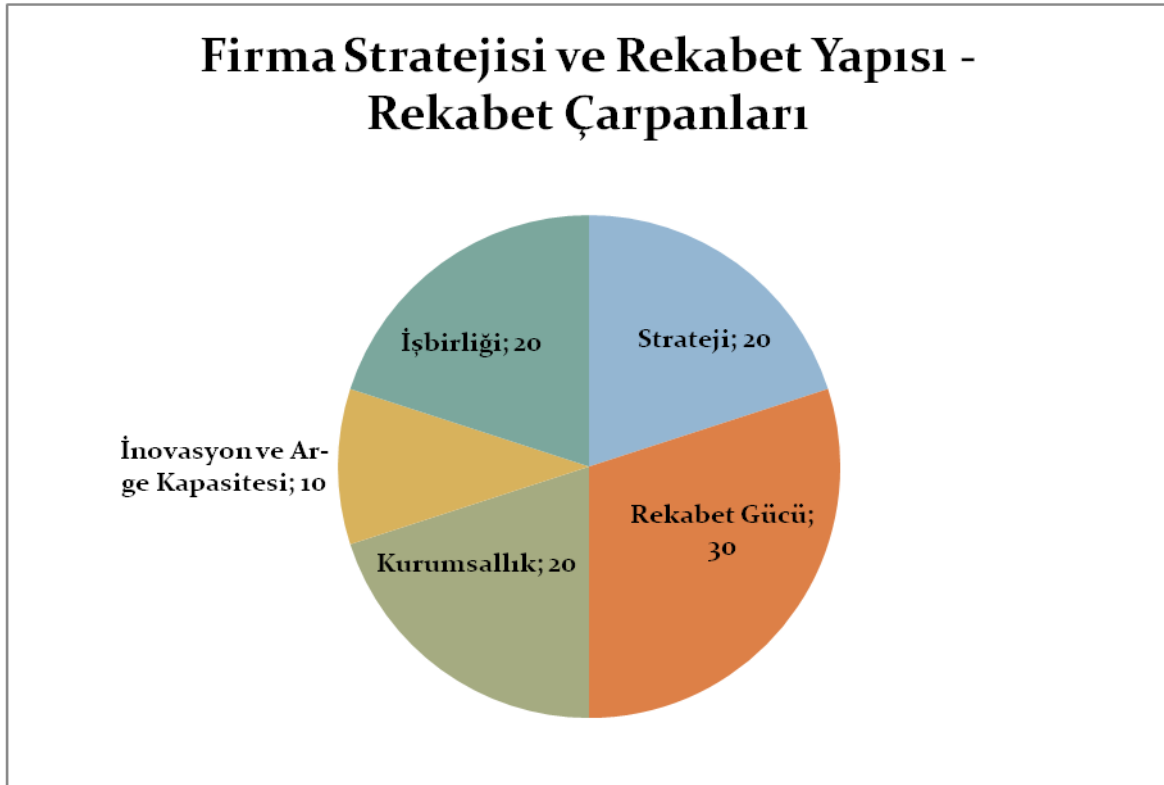
Firma Stratejisi ve Rekabet Yapısı (Ortalama)

Ana metal sanayinin firma stratejisi ve rekabet yapısı puanı 42'dir.

TABLO 43: ANA METAL SANAYİ "FİRMA STRATEJİSİ VE REKABET YAPISI" DEĞERLENDİRMESİ



TABLO 44: ANA METAL SANAYİ "FİRMA STRATEJİSİ VE REKABET YAPISI" REKABET ÇARPANLARI



STRATEJİ

Sektördeki firmalar hedefleri doğrultusunda incelendiğinde, çoğunun liman işletmelerinin ve lojistiğin gelişimiyle ihracat yapma isteğinde olduğu gözlemlenmiştir. Sektörde çalışan firmalar her türlü makinenin yedek parçasını, otomotiv ve iş makinelerinin yedek parçalarını üretebilecek konumdadırlar, dolayısıyla yüksek ihracat potansiyeline sahip konumdadırlar. Firmaların belirledikleri hedefler genellikle, yüksek beklentisi olan müşteriye yüksek kalitesi olan parçalar satmak, bunların dağıtımını yapmak ve müşteri memnuniyetinin tam olarak sağlandığı lider firmalardan biri olmaktır.

Strateji anlamında, özellikle ortaklı yapılarda ve aile şirketlerinde planlanmış bir stratejileri bulunmamaktadır. Firmalar stratejilerini, hedeflerini gerçekleştirmek için yaptıkları kurumsal ve yatırım faaliyetleri olarak tanımlamaktadır ve bu doğrultuda modernizasyon ve kapasite artırımı yapmaktadırlar. Bir başka büyüme unsuru olan arsa ihtiyacının buldukları bölgede karşılanamadığını da belirtmişlerdir. Bazı firmalar büyümek için alternatif yatırımlara da başvurmaktadır. Samsun'da açılan liman ve başlanacak olan doğalgazdan enerji üretimi bu yatırımların en büyük iki örneğidir.

Firmaların aldıkları eğitim ve danışmanlık hizmetlerinin çoğu belgelendirme kuruluşlarının çalışmalarıdır. Büyük ölçekli firmalarda finansal yönetim, satış ve pazarlama eğitimi, süreç iyileştirme, kullanılan ekipman yazılımlarının eğitimi, iş ve işçi sağlığı ve güvenliği eğitimi ve verimlilik analizleri gibi spesifik konularda, küçük ölçekli firmalarda sadece kalite yönetim sistemi konusunda eğitim ve danışmanlık hizmetlerine başvurdukları görülmüştür. Küçük ölçekli firmalarda hiçbir eğitim ve danışmanlık hizmeti almamış olanlar da mevcuttur.

Yapılan görüşmeler neticesinde ortaklı veya aile şirketi olan firmaların kurumsallaşma problemi yaşadıkları ve markalaşmayla ilgili çok ciddi bir danışmanlığa ihtiyaçları olduğu ortaya çıkmıştır. Aile şirketlerinin destek alması gereken bir diğer hizmet de yavaş yavaş yönetimlerde görev almaya başlayan yeni kuşağın eğitilmesidir.

Büyük ölçekli firmalar, fonksiyonel çalışacak Ar-ge birimleri için de eğitim ve danışmanlık hizmetleri almak istediklerini belirtirken, küçük ölçekli firmalar özellikle CNC tezgâhlar gibi teknik eğitim konularında çalışanlarının eğitim görmeleri gerekliliğini belirtmişlerdir.

Sektörün rekabet unsurları enerji maliyetleri, lojistik, pahalı bir hammaddeyle çalıştıkları için kalite/fiyat oranı, teslim süresi ve insan kaynağı olarak sıralanmaktadır.

Samsun'da hava, kara, deniz yolu ve dolayısıyla limanın varlığı firmaların lojistik anlamda en önemli rekabet unsurudur. Çoğu sektör firması hammaddesini yurt dışından almakta ve ürünlerini yurtdışına satmaktadır. Nakliye maliyetlerini azaltmak için büyük ölçekli firmalardan biri kendi limanını kurmuş ve sektör kullanımına da açmıştır.

Sektördeki bir başka rekabet unsuru da kalite/fiyat oranıdır. Firmaların dünya pazarı için ürünler ürettiği düşünülürse, özellikle Avrupa Birliği ülkelerindeki işçilik maliyetlerinin yüksekliği sebebiyle Samsun'da üretilen aynı kalitedeki malzemenin satış fiyatının daha ucuz olduğu görülmektedir. Ayrıca bu ülkelerdeki ürün teslim süresinin çok uzun olduğu da belirtilmiştir.

Firmalar, Samsun'da insan kaynağı maliyetinin çok düşük olduğunu ve burada çalışan insanların işlerini sahiplendikleri için kolay kolay işlerini bırakmadıklarını da belirtmişlerdir. Ülkedeki diğer önemli metal sanayi yerleşkelerinde bulunan işçi dolaşımı yani bir firmadan ayrılıp aynı sektördeki bir diğer firmada kolayca işe girme davranışı Samsun'da bulunmamaktadır. Yöneticiler bu dolaşım olmadığından firmalar arası teknoloji transferinin gerçekleşmediğini ve böylece rekabet güçlerinin azalmadığını da belirtmektedirler.

REKABET GÜCÜ

Samsun'da faaliyet gösteren sektör firmalarının rekabet avantajları ucuz iş gücü, lojistik konum ve ürün maliyetleri olarak sıralanmaktadır.

Samsun firmalarındaki iş gücü maliyetinin ülke genelinde aynı sektörde faaliyet gösteren firmalara göre daha ucuz olduğu belirtilmektedir. Ayrıca bölge çalışanlarının, işyerlerini sahiplenmeleri ve uzun süre aynı firmada çalışmaları yapılan işin kalitesini artırmaktadır.

Firmaların buldukları lokasyon Karadeniz'deki tüm ülkeleri firmalara potansiyel bir pazar olarak sunmaktadır. Sektör firmalarının üretim kapasitelerinin ve ihracat potansiyellerinin yüksek olduğu düşünülürse, gereken lojistik destek sağlandığında firmaların önemli bir rekabet avantajı ortaya çıkacaktır. Ayrıca lokasyon olarak bölgenin sağladığı bir diğer avantaj da yakın çevrede metal sanayi tesislerinin bulunmayışıdır.

Sektördeki işçilik fiyatları en önemli dış rakipler olan Almanya, Fransa ve İtalya ile karşılaştırıldığında ucuz, çoğu sektörü etkileyen Çin'den pahalı kalmaktadır. Ancak, Çin'e göre yüksek olan işçilik maliyetleri, bu ülkeden yapılan nakliyenin çok pahalıya gelmesi

sebebiyle kendilerine dezavantaj yaratmaktadır. Özellikle Ortadoğu ve Asya ülkelerine yapılan ihracatlarda, sektör firmaları bu nakliye avantajını yaşamaktadırlar.

Samsun'da faaliyet gösteren sektör firmalarının dezavantajları ise hammadde temini, kalifiye eleman eksikliği, finans kaynağı ve kurumsallaşma sorunlarıdır.

Bölge, ülkede faaliyet gösteren büyük sanayi bölgelerine olan uzaklığı sebebiyle hammadde temininde sıkıntılar yaşamaktadır. Sektör firmalarının çoğu hammaddelerini yurtdışından almakta ve bu malzemeler İstanbul'daki ana tedarikçilere gelmektedir. Firmalar zaten pahalı olan hammaddeleri fabrikalarına getirmek için bir de fazladan İstanbul-Samsun nakliye parası ödemektedirler.

Bir başka dezavantaj da, bölgedeki kalifiye eleman eksikliğidir. Her ne kadar yerel halk çalışanları firmaları sahiplenip uzun yıllar çalışsa da, iyi okulların bölümlerinden mezun kalifiye elemanlar bölge firmalarına gelmemektedir.

Sektörün yurtdışındaki rakip firmaların ciroları genellikle %80'i ticaretten, %20'si de üretimden oluşmaktadır. Dolayısıyla, bölgede faaliyet gösteren sektör firmaları düşünüldüğünde yurtdışındaki firmaların finans kaynakları daha kuvvetlidir. Bu firmalar pazarlamaya daha çok finans kaynağı ayırmakta ve üretim kanadında olmadıkları için çok çabuk yeni ürünler piyasaya sunmaktadırlar. Bu durum, daha çok üretim kısmında yeralan bölge firmalarının rekabet gücünü azaltmaktadır.

Büyük ölçekli firmaların rakiplerinin özellikle Almanya, Fransa, İtalya ve İspanya'da üretim yapan firmaların olduğu belirlenmiştir. Samsun'da faaliyet gösteren bu firmaların hemen hemen hiçbirinin Türkiye'de birebir rakibi yoktur. Küçük ölçekli ve ihracat yapmayan firmaların rakipleri de İstanbul, Kocaeli, Bursa, Konya, Kayseri ve Çorum illerinde faaliyet gösteren ulusal firmaların olduğu görülmüştür.

KURUMSALLIK

Sektördeki büyük ölçekli firmaların, ISO 9000 ve versiyonları kalite yönetim belgelerine, CE ve TSE belgelerine sahip oldukları görülmüştür. Ayrıca, yurtdışında ürün satabilmek için o ülkenin talep ettiği sertifika veya belgeleri de temin etmektedirler. Bunlardan bazılarında hem şirketin hem de personelin kaynakçı yeterlilik belgeleri de vardır. Yapılan saha çalışmaları süresince ziyaret edilen firmalardan yalnızca birinde 1 adet faydalı model ve yine

başka bir firmada 3 adet marka tescil belgesine rastlanmıştır. Dolayısıyla firmaların kurumsallık adına bu tarz belge ve sertifikasyonları ya satış için gereklilik durumunda ya da sadece almış olmaları için aldıkları anlaşılmaktadır. Sürekli ihracat yapan ve tüm denetimleri yurtdışından gelen uzmanlar tarafından sıkı bir şekilde yapılan büyük ölçekli firmalardan ikisi hariç, belge ve sertifika uygulamalarının zayıf olduğu da görülmüştür.

Bölgedeki en önemli kurumsallaşma sorunu ortaklı veya aile şirketi olmaktan kaynaklanan sorunlardır. Büyük ölçekli firmalarda henüz çok yeni kurumsallaşma çalışmalarına girilmiş ve yönetim yapısı yavaş yavaş aile fertlerinden arındırılmaya başlanmış olsa da bu sistemin sadece bir firmada işlevlik kazandığı görülmüştür. Geri kalan işletmelerin ise profesyonel bir yönetim kadrosu olmamakla beraber özellikle tanınmış görev ve yetkiler de bulunmamaktadır. Bu tarz yapılarda genellikle aile bireyleri bir araya gelerek şirketle ilgili kararları vermeye devam etmektedirler.

Firmaların iştigal konuları ağır sanayi başlığı altında değerlendirildiğinden, kanuni olarak işçi sağlığı ile ilgili yatırım yapmaya zorunludurlar. Çalışma ortamında işçi sağlığı ile ilgili yapılan iyileştirmelerin yanında çok azı stratejisi gereği yaptığı modernizasyonlarda, çalışma ortamlarını ve özellikle yemekhanelerini yenilenmekte ve daha iyi koşullara taşımaktadır. Firmalar çok sık olmamakla beraber piknik ya da halı saha maçları gibi bazı sosyal etkinlikler de düzenlemektedir. Bu firmalardan birinin desteklediği personeli dalında Türkiye şampiyonu olmuştur. Ancak sektör genelinde insan kaynağına önemli bir yatırım yapıldığı söylenemez.

Sektördeki hemen hemen tüm firmaların sahip oldukları ISO kalite yönetim sistemi çerçevesinde, firmalarına ulaşan müşteri şikâyetlerini kayıt altına aldıkları ve şikâyetle ilgili varılan sonucu müşteriye mutlaka geri bildirimde buldukları gözlemlenmiştir. Müşteri istekleri sadece büyük ölçekli firmalarda takip edilmekte ve ancak mantıklı veya sürekliliği arz edecek istekler göz önünde bulundurulmaktadır. Bazı firmalarda sadece bu iş için görevlendirilmiş bir personel de bulunmaktadır.

İNNOVASYON VE AR-GE YAPISI

Samsun'da faaliyet gösteren metal sanayi firmalarının ar-ge ya da yenilik için kaynak ayırmadığı ve bu konularda faaliyetlerinin olmadığı gözlemlenmiştir. Firmalardan birkaçı kendi içlerinde ürün ya da süreç inovasyonu için çalışmalar yapmıştır.

Büyük ölçekli firmalardan biri, üretimde kullanılan klasik tezgâhları kendi çalışmalarıyla otomasyonlu hale getirerek üretim hızını 3-4 kat artırmış, bir diğeri geri dönüşüm tekniği ile kullandığı ekipmanı yeniden kullanılabilir hale getirerek kaybı önlemiştir. Firmaların kendi içlerinde yaptıkları süreç yenilikleri vardır ama bunlar köklü yenilikler değildir.

Bazı firmaların kendi personel ve imkânlarıyla geliştirdikleri yeni ürünleri mevcuttur. Bunlardan bazıları dayanım ömrü 300 seneye kadar uzayan depreme dayanıklı borular ve farklı ısıl işlem ve tasarım sebebiyle mukavemeti artırılmış ürünler olarak örneklenebilir. Ancak bu yeni ürünler patenti alınmış ya da ayrıca inovatif geliştirilmiş ürünler değildir.

Bölgedeki firmalar genellikle katılımcı olarak yurtiçi ve özellikle yurtdışındaki kendi iştiğal alanlarındaki ihtisas fuarlarına katılmaktadırlar. Bu fuarlara teknoloji takibi ve müşteri bulma isteği ile katıldıkları anlaşılmaktadır.

Genel olarak bu sektörde fikri ve sınaî haklar kullanımının olmadığını söylemek mümkündür. Samsun Metal Sanayi sektöründeki firmalardan yalnızca 1 adedinin faydalı modeli vardır. Faaliyetteki firmaların ortalama %50'sinin marka tescil belgeleri mevcuttur. Ayrıca, firmalar ar-ge ya da yenilik çalışmaları için hiçbir devlet desteğinden yararlanmamaktadırlar.

İŞBİRLİĞİ

Samsun metal sanayi sektöründe faaliyet gösteren firmaların tedarik zincirinde çok karmaşık bir yapısı bulunmamaktadır. Bu sektördeki hemen hemen tüm firmalar pik olarak kullandığı hammaddesini ya da hurdasını almakta, eritmekte, ilgili işlemleri yapmakta ve genellikle son kullanıcıya satmaktadır.

Bölgede faaliyet gösteren firmalar ya kendi kapasiteleri dâhilinde üretemeyecekleri ya da sipariş olarak çok yoğun bir iş alındığında yetiştiremeyecekleri ürünleri birbirlerine iş olarak vermektedirler. Bir diğeri işbirliği de daha çok yeni başlayan özel limanının kullanımınıdır. Bazı firmalar, malzemelerini bu özel limandan alıp göndermeye başlamışlardır.

Yapılan anket çalışmasında ana metal sanayi konusunda faaliyet gösteren firmalar arasındaki işbirliği seviyesi kötü olarak belirlenmiştir.

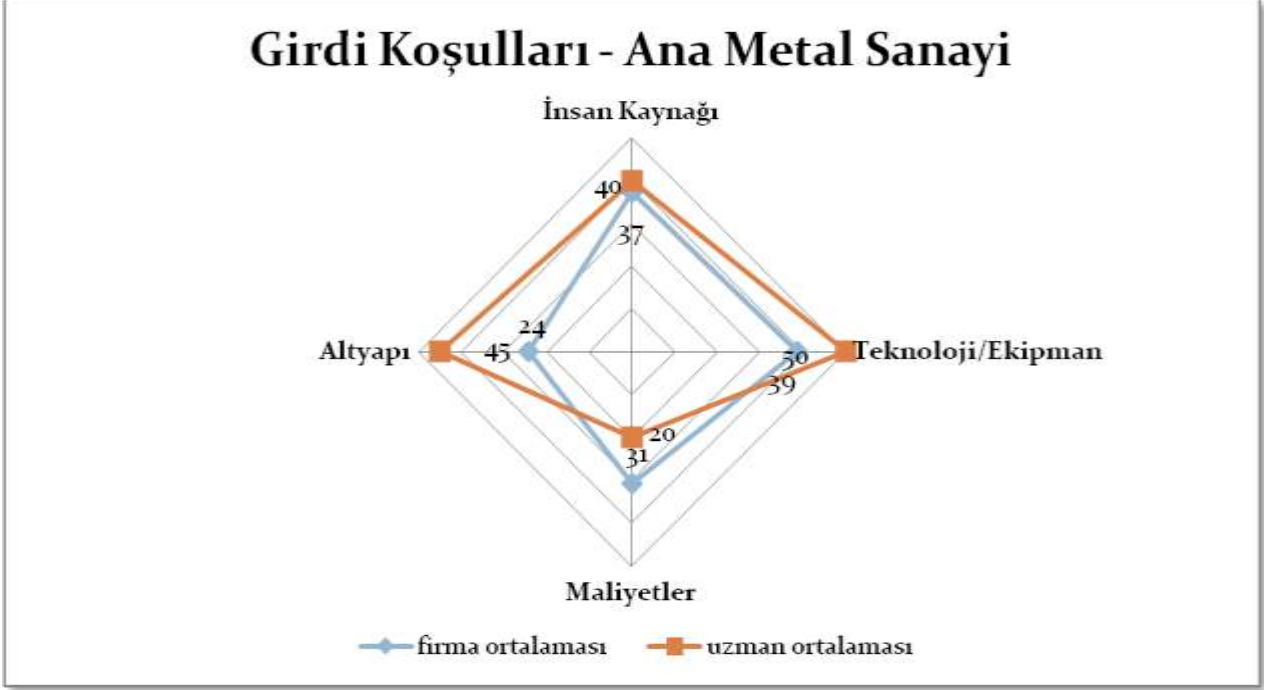
TABLO 45: ANA METAL SANAYİ SEKTÖRÜNDE SAMSUN'DA FAALİYET GÖSTEREN FİRMALAR ARASINDAKİ İŞBİRLİĞİ KÜLTÜRÜNÜN SEVİYESİ ANKETİ SONUÇLARI (KATILIMCILAR = 7 SEKTÖR FİRMASI + 2 SEKTÖR UZMANI)

Çok kötü	Kötü	Ortalama	İyi	Çok iyi
2	3	4	-	-

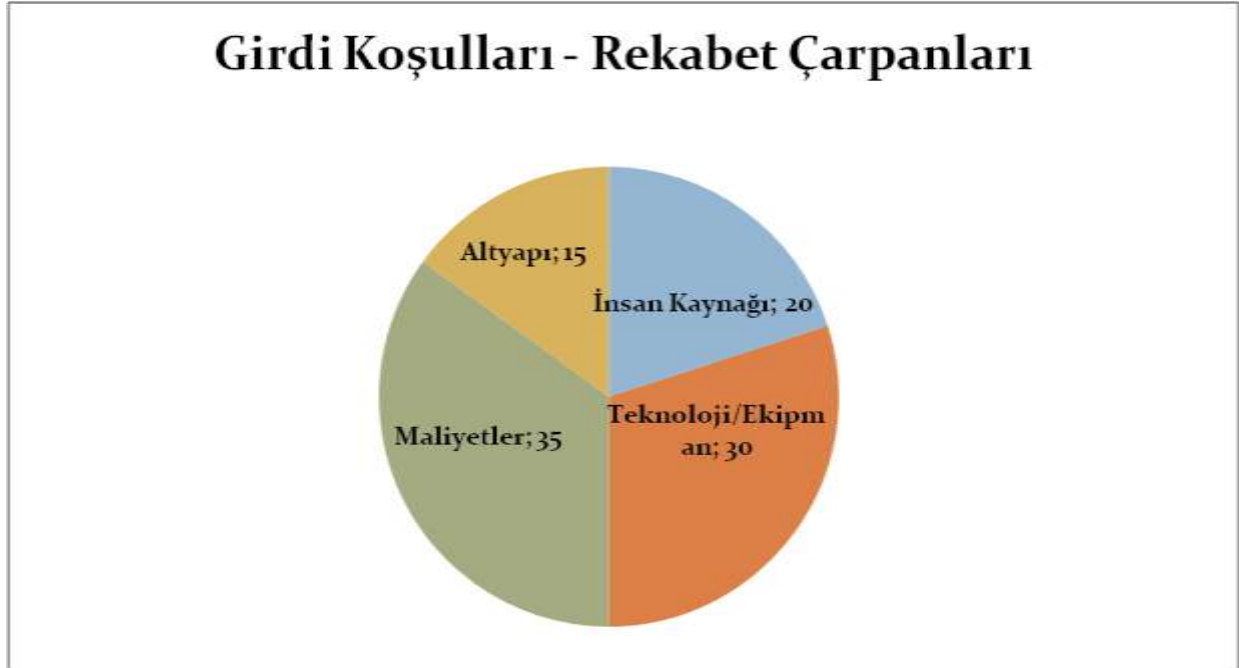
Girdi Koşulları (Zayıf)

Ana metal sanayi girdi koşulları puanı 35'tir.

TABLO 46: ANA METAL SANAYİ SEKTÖRÜ, "GİRDİ KOŞULLARI" DEĞERLENDİRMESİ



TABLO 47: ANA METAL SANAYİ "GİRDİ KOŞULLARI" REKABET ÇARPANLARI



İNSAN KAYNAĞI

Firmaların, sektördeki rekabet güçlerini artırmak için vasıflı eleman istihdam etmek istemektedirler. Yapılan saha çalışmalarında görüşülen firmalar özellikle teknik personel konusunda sıkıntısı yaşamaktadırlar. Makine ve Metalürji Mühendisleri ile Meslek Yüksek Okullarının Torna Tesviye Bölümü mezunları özellikle aranan teknik elemanlardandır. Ancak, Samsun'da metal sanayi sektörüne hitap eden üniversite yapılanmasının bulunmayışı firmaları eleman temininde sıkıntıya sokmaktadır.

Sektörde ara eleman sıkıntısı da mevcuttur. Burada bölgesel bir problem de tespit edilmiştir. Samsun'da rekabetçi bir ana metal sanayi sektörü yaratılacaksa ona göre ara eleman da yetiştirilmesi gerekmektedir. İlde bulunan Endüstri Meslek Liseleri ve Çıraklık Eğitim Merkezi'nin nitelikli ara eleman yetiştirmesi konusunda yetersiz oldukları anlaşılmıştır. KOSGEB, ara elemanların eğitim düzeyini artırmak için Makine Mühendisleri Odası ile beraber CNC eğitimleri ve CadCam eğitimleri vermektedir.

Sektörde teknik çizim programlarını kullanabilen teknik elemanlara, satış ve pazarlama departmanlarında çalışacak elemanlara ve yabancı dil bilen personele de ihtiyaç vardır.

Firma sahipleri tarafından arzulanan ucuz iş gücü, firmalarda çalışacak nitelikli personeli cezp etmemektedir. Kalifiye personelin sosyal imkânları kısıtlı olan Samsun'da kalmak istemediği ve çalışmak için büyük şehirlere yöneldiği için ilde beyin göçü de yaşanmaktadır. Dolayısıyla nitelikli insan kaynağına yatırım yapılmadığından, sektörün rekabet gücü de azalmaktadır.

HAMMADDE

Ana metal sanayi sektörünün temel hammadde ihtiyacı pik ya da geri dönüştürülebilir hurdadır. Sektörde kullanılan hammaddenin yaklaşık olarak %80'i yurtdışından getirilmekte, %20'si de yurtiçinden temin edilmektedir. Genel olarak hammaddenin temininde sıkıntı yaşanmamakla beraber hammadde de yurtdışına bağımlı olduğumuzdan dünya piyasalarındaki dalgalanmalar sonucu değişen hammadde fiyatları ve temin süreleri konularında sıkıntılar yaşanmaktadır.

Sektörün en temel ekipmanları indüksiyon ocakları ve işleme makineleridir. Gerekli ekipmanlar yurtiçi ya da yurtdışından kolayca temin edilebilmektedir. Kullanılan

Bu rapor innoCentric tarafından Samsun İl Özel İdaresi için "Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi" Projesi kapsamında hazırlanmıştır. ©2010

ekipmanların yaklaşık %80'i yurtiçindeki firmalardan, %20'si de yurtdışındaki firmalardan temin edilmektedir. Bu oran, ekipman temini konusunda yurtdışına bağlı olmadığımızın bir göstergesidir.

Sektörde kullanılan en son teknoloji otomatik kalıplama hattı olan teknolojidir. Ancak bu sistemlerin ilk yatırım maliyetleri oldukça yüksektir. Firmaların çoğu en son teknolojileri kullandıklarını dile getirmiş olsalar da bu tip teknolojileri sayılı firmanın kullandığı kabul edilmektedir.

Samsun Ana Metal Sanayi sektörü için teknoloji yatırımının bakır sektörü için yapılması gerekmektedir. Burada üretilen bakırın içindeki elementlerden dolayı ürün fiyatı çok yüksek kalmaktadır. Bu engeli aşmak için bakırın, katodik bakır haline getirilmesi gereklidir ki bu da çok yüksek bir işleme maliyeti getirmektedir. Özellikle bu durum bölgede bir ısıl işleme tesisinin eksikliğini göstermektedir. Firmalarda yapılan ısıl işlemler firmaların kendi yaptığı küçük çapta işlerdir, yapılamayan çapta işler en yakın tesisi bulunduran Ankara'ya gönderilmektedir. Sonuç olarak bölgedeki tam kapasiteli entegre bir ısıl işlem tesisinin varlığı bu sektördeki tüm firmaları çok rahatlatacaktır.

MALİYETLER

Firmaların maliyetlerini en çok etkileyen unsurun hammadde olduğu ortaya çıkmıştır. Hammadde temininin çoğu yurtdışından yapıldığı için piyasalardaki dalgalanmalar USD bazında olan satış rakamlarını etkilemekte ve USD kurundaki değişiklikler firmaları etkilemektedir. Hammadde ile ilgili bir diğer hususta Samsun'daki limanının fonksiyonel çalışmamasından da kaynaklanmakta, dolayısıyla ithalatta zorluklar yaşanmaktadır. Sektördeki tüketim miktarının yüksekliği hammadde fiyatını ucuzlatması beklenirken, bu zorluklar hammadde maliyetlerine yansımakta ve fiyatta bir değişiklik olmamaktadır.

Kullanılan makine ve ekipmanların maliyetlere etkisi fazla değildir. Firma sahipleri ilk yatırım maliyetleri yüksek olan bu unsuru daha çok amortisman olarak görmektedir. Ancak, makine ve ekipman alımının firma kapasitelerine göre seçilmediği, kapasitelerini aşan makine ve ekipmanla daha fazla iş yapmaya başlayan firmaların kalite yönünden ciddi düşüşler yaşadığı da gözlemlenmiştir.

Maliyetlerdeki en yüksek kalemlerden biri de enerjidir. Sektördeki firmaların, tüm makine, ekipman ve özellikle indüksiyon ocakları elektrikle çalışmaktadır. Özellikle OSB'de sıkça

yaşanan elektrik kesintileri firmaları ciddi zararlara uğratmaktadır. Buldukları bölgede elektrikte sanayi indirimi dışında herhangi bir avantaj ya da OSB desteği bulunmamaktadır. Sanayi elektriği ve gaz fiyatlarının yüksekliği firmalara önemli bir maliyet getirmektedir. Dolayısıyla firmalar rekabet için alternatif enerji kaynakları düşünmektedir. Bazı firmalarda üretimlerini enerjinin düşük fiyatlı olduğu saat dilimine kaydırmaya özen göstermektedirler.

Organize Sanayi Bölgesi'ndeki arsalar ve Küçük Sanayi Site'lerindeki dükkanlar, yatırımcıların elinde rant olarak tutulmaktadır. Bu sebepten dolayı doluluk oranının yaklaşık %50 olduğu Organize Sanayi Bölgesinde, yatırım yapmak isteyen firmalar yer bulamamaktadır. Firmalar mecburen yatırımcıların ellerindeki arsalarla yönelmekte ve bölge için herhangi bir arsa teşviği bulunmadığından, arsaları çok pahalı bedellere satın almaktadır. Yeni kurulan Kavak Organize Sanayi Bölgesinde arsa fiyatlarının çok düşük hatta bazen bedelsiz olmasına rağmen konumunun iyi olmaması sebebiyle yatırımcılarca tercih edilmemektedir.

Samsun'da metal sanayi için kalifiye eleman eksikliği söz konusudur. Ancak, bu daha önce insan kaynağı başlığı altında belirtildiği gibi firmaların teknik bilgi, beceri ve yatırımlarının olmadığından da kaynaklanmaktadır. Bu sebeple, Samsun için sektördeki insan kaynağının maliyetler açısından bir külfeti bulunmamaktadır.

Bölge sektöründe maliyetleri etkileyen başka unsurlar da vardır. Bunlardan en önemlisi lojistik faktörüdür. Hammaddeyi, ithalatı yapan ana tedarikçilerin bölgesi olan İstanbul'dan Samsun'a getiren firmalar, son ürünlerini de genellikle İstanbul'a göndermekte ve dolayısıyla iki kere nakliye bedeli ödemektedir.

Diğer önemli bir hususta çevre koruma maliyetleridir. Sektörde faaliyet gösteren ve sektör firmalarınca çok kullanılan yağları bertaraf edecek bir tesis Samsun'da bulunmamaktadır. Firmalar bu işlem için atıklarını İzmit'e göndermekte ve hem bertaraf işlemi hem de yine nakliye için önemli bedeller ödemektedir.

ALTYAPI

Samsun Ana Metal Sanayi sektörü firmalar bağlı buldukları OSB'nin konumunun mükemmelliği hususunda hemfikirlerdir. Ancak buldukları bölgede hem memnun hem de memnuniyetsiz oldukları durumlar vardır.

OSB'nin ulaşım altyapısında bir sorun görülmemiştir. Alana şehirden ulaşım kolay ve sıktır. Buldukları bölgenin limana, havaalanına, demiryoluna ve otellere yakınlığı avantaj getirmektedir. OSB içinde kurulacak 2 yıllık Meslek Yüksek Okulu ve Endüstri Meslek Lisesi eleman bulma sıkıntılarını da çözecektir. Ayrıca firmalar TSE'nin, Sanayi İl Müdürlüğü ve Kosgeb'in OSB'deki varlığından memnundurlar.

Firmaların OSB'den özel olarak beklediği altyapı unsurlarının başında güvenlik gelmektedir. Bölgede güvenlikle ilgili sorun olduğu, firma sahipleri ve çalışanlarının bundan çok rahatsızlık duyduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca, çevre düzenlemeleri ve çevre temizliği gibi belediye hizmetleri ile OSB'nin içindeki kontrolsüz trafik sorununda iyileştirmeler beklenilmektedir.

Organize Sanayi Bölgesinde elektrikle alakalı altyapı problemleri olduğu da görülmüştür. Kendilerine özel hat çektiren firmalar bu yapıya rağmen dışarıdan gelen müdahalelerle hattaki uzun süreli arızalarla çok büyük zarara uğramaktadır.

Firmalar, buldukları bölgedeki internet erişiminden de hatta meydana gelen arızalar ve yavaşlığından dolayı memnun değildirler.

Devletin sağlaması gereken bir başka önemli altyapı ihtiyacı da çevre koruması ve atık yönetimi ile ilgili çalışmalardır. Özellikle yağ atıklarının bertaraf edilmesi konusunda çalışmalar beklemektedirler.

Bunun dışında tam kapasite ile parsiyel yükleme konusunda da çalışan fonksiyonel bir limana da ihtiyaçları vardır.

Sektörde ilk yatırım maliyetleri çok yüksektir. Herhangi bir deneyim ve öz sermaye olmadan sektöre girmek çok mümkün gözükmemektedir. Firmaların tesislerini kurduktan sonra, rekabet güçlerini arttırmak için banka veya finans kuruluşlarından alabilecekleri yatırım kredileri bulunmaktadır. Ülke bazında bazı bölgelere uygulanan arsa alımı ile ilgili alandaki özel uygulamalar bu bölgede bulunmamaktadır.

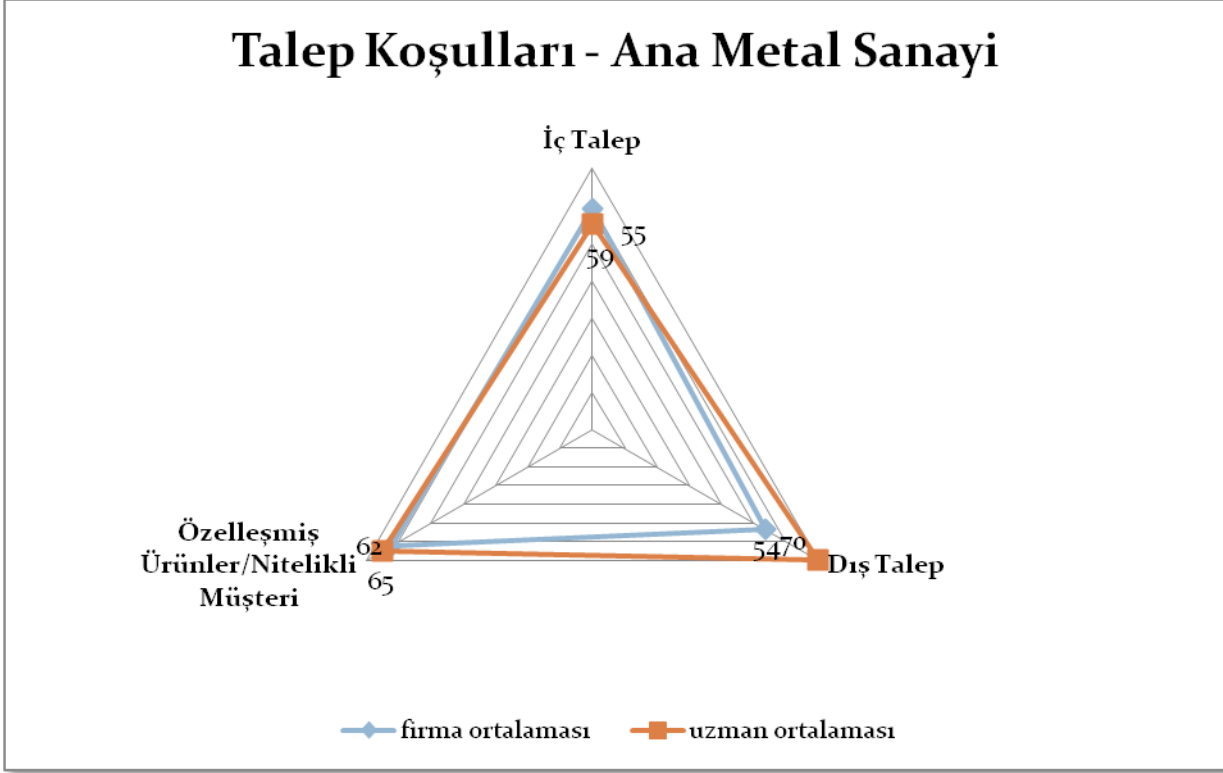
Bu sektörde elde edilmek istenen teknoloji istenilen ebatta ürünü makinelerden alabilmektir. Sektördeki en güncel teknoloji hassas dökümler ve otomasyonlu CNC takım tezgâhlarıdır. Ancak, bu tip cihazlardaki teknolojinin uygulanabilirliği üretim miktarıyla da alakalı bir husustur. Otomasyona geçmek için belirli bir üretim miktarı gerekmektedir.

Bölge firmaları bu teknolojiye geçtiklerinde önemli bir rekabet gücü de kazanacaktır. Bölgedeki firmalar “teknolojiyi takip eden” kategorisinde sınıflandırmak mümkündür.

Talep Koşulları (İyi)

Ana metal sanayi talep koşulları puanı 60'dır.

TABLO 48: ANA METAL SANAYİ TALEP KOŞULLARI DEĞERLENDİRMESİ



TABLO 49: ANA METAL SANAYİ TALEP KOŞULLARI REKABET ÇARPANLARI



İÇ TALEP

Bu sektördeki firmalar ya sadece devlet alımına hizmet etmekte ya da sadece özel sektör için çalışmaktadır. Sektöre büyük ölçekli firmalar açısından bakılırsa, satışlarının çoğunda devlet alımı olduğu görülmektedir. Küçük ölçekli firmalarda yurtiçinde, makine imalat sektörü, otomotiv sektörü ile ısıtma-soğutma sektörüne hizmet vermektedirler. Bölgede tek olan demir-çelik üreticisinin müşterileri de ülke içindeki demir tüccarları ve büyük müteahhitlik firmalarıdır.

Yurtiçi satışlardaki devlet alımlarında bulunan şartnamelerde tüm gerekli sertifikasyon, belge ve satış sonrası gibi hizmetlerin istendiği bilinmektedir. Sektör firmalarının, özel kuruluşlara yaptıkları satışlarda ise CE, TSE uygunluk belgeleri, spektrometre analizleri ile numune taleplerinin olduğu gözlemlenmiştir. Bunların dışında özel bir satın alma ön şartına rastlanmamıştır.

Yurtiçi pazara satış yapan yabancı firmaların varlığından söz edilebilir. Ancak, bu firmaların pazar payları çok düşüktür. Çoğu sektörü tehdit eden Çin'in uzak olmasından kaynaklanan nakliye probleminden, malzemeler müşteriye daha pahalı gelmektedir. Bu maliyete ancak yüksek teknoloji ürünler için katlanılabilir ki bu sektördeki tüm ürünleri bölge firmaları üretebilmektedir.

DIŞ TALEP

Samsun Ana Metal Sanayi sektöründeki firmaların ihracat yaptıkları ülkeler genellikle Avrupa Birliği ülkeleridir. Bu ülkelerdeki en önemli alıcılar makine imalatı ve otomotiv sektörü devlerinin bulunduğu Almanya, İtalya ve Fransa'dır. Bu ülkelerin dışında sürekli olmamakla beraber Rusya, İngiltere, Türkî Cumhuriyetler, Irak, Suriye, Mısır, Birleşik Arap Emirlikleri ve Lübnan'a da hizmet vermektedirler.

Sektör firmaları bu sektörde pazar potansiyeli en yüksek ülkeleri Almanya, Fransa ve İtalya olarak görmektedir. Bu ülkelere de ihracat gerçekleştirmekte ve bu ülkelerde her geçen gün yeni müşteriler aramaktadırlar. Dünya üzerindeki pazarların yer değiştirmesi düşüncesinde, Ortadoğu ülkelerinin de pazar payı yüksek yerlerden olacağını düşünmektedirler.

Firmaların yabancı pazarlardaki en önemli rakipleri de ihracat yaptıkları bu ülkelerde bulunmaktadır. Samsun'daki bazı firmalar yabancı pazarlardaki rakiplerin işlerini alırken, bazıları finans gücünün yetersizliği sebebiyle rekabet edememektedir.

Yurtdışı satışlarda sertifika anlamında aranılan ön şartların da çok çeşitli olduğu görülmektedir. Bazı firmalar satın alımlarında ürünlerdeki basınç dayanımı sertifikasyonu isterken bazıları da firmalardan ürün geliştirme hizmetlerini sundukları pip-up dosyalarını talep etmektedir.

Sertifika dışındaki denetimler bizzat ihracat yapılan ülkenin alıcısı tarafından yapılmaktadır. Bu ülkeler kendi kontrol listelerine göre denetimlerini yapmakta, firmaların uyguladıkları kalite kontrol prosedürleri ve dokümantasyonlarına da çok önem vermektedir. Sektör firmaları bu denetimlerin kendi üretim kalitelerini de artırdığı için bu prosedürlerden memnundurlar.

Bölgede faaliyet gösteren demir çelik kuruluşundaki sistem biraz daha farklıdır. Yurtdışı pazarlardaki müşterileri, ülkelerinin yeterlilik belgelerine göre uygun üretim istemektedir. Her ülke kendi standartlarında demir istemektedir. Firma da bu isteklere uygun üretim yapmaktadır.

Firmaların ihracatla alakalı en büyük sıkıntılarının lojistik sorunları olduğu görülmüştür. Bölgedeki limana konteynır gemisi gelmediğinden dolayı firmalar parsiyel yükleme yapamamaktadır. Ürünleri alıcıya gemiyle teslim edecekleri zaman ihracatlarını Türkiye'deki diğer limanlardan yapmakta ve dolayısıyla limana sevk ettikleri malzemeler için ayrıca nakliye bedeli ödemektedirler. Bu sektördeki büyük ölçekli firmalardan biri ihracatta yaşadıkları problemler dolayısıyla kendilerine bir liman inşa etmiş ve buraya bir gümrük te kurmuştur.

ÖZELLEŞMİŞ ÜRÜN VE NİTELİKLİ MÜŞTERİ

Sektördeki tüketici bilinci son yıllarda hızla gelişmektedir. Günümüzde müşteriler artık ne satın aldıklarını çok iyi bilmektedir. Çoğu ihracat yapan firmaların müşterilerinin satın alma kriterlerindeki en büyük etkenler malzeme kalitesi, işin teslim süresi ve Avrupa'ya göre maliyet unsurudur. Samsun'daki firmalar yurtdışındaki çoğu üretici kadar bu kriterleri yerine getirebilecek kapasitededir. Bu sektörde müşteri ürünü satın aldıktan sonra da süreklilik istemektedir. İşlev görmeyen parçaların müşteri tarafından derhal alınıp

kullanılabilmesi için ürünün aynısından tekrar üretmeniz gerekmektedir. Dolayısıyla, satış sonrası için verilen güven ve ulaşılabilir olmak diğer önemli satış kriterlerindedir.

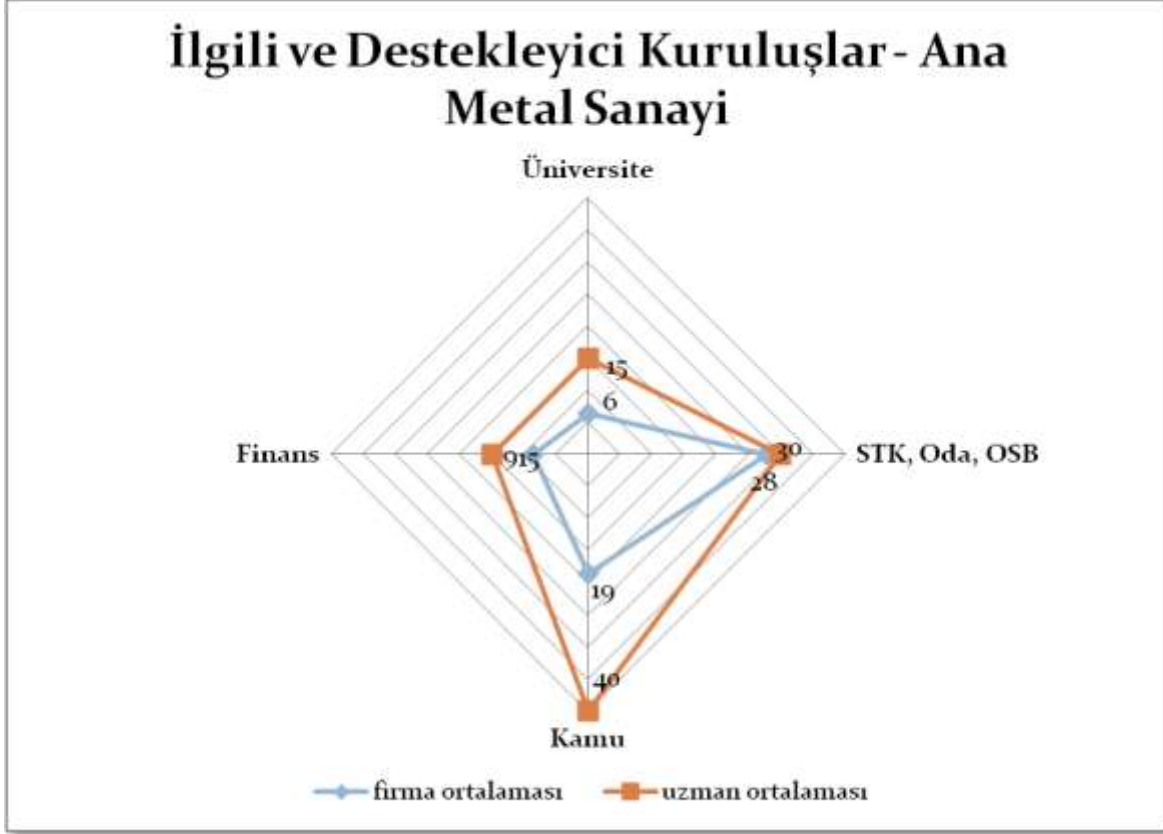
Sektörde yenilen parçalar genellikle sarf malzemesi parçalardır. Kullanıcılar, döküm parçaların makinelerin içindeki çalışma saatleri dolunca yenilenmek zorundadır ve daha öncede bahsettiğimiz gibi eskiyen ya da sorunlu parçayı değiştirmek istediklerinde, daha önce yapılanın aynısından bulmak zorundadır. Buna ek olarak, sektördeki ürünlerin yenilenme sıklığı bölgesel olarak da değiştiği de gözlemlenmiştir. Bu süre Avrupa'da 5 seneyken Afrika'da 6 aya kadar inmektedir.

Firmalar müşterilerin talep ve beklentilerini, sahip oldukları belgelendirme sertifikalarının yönetimi ya da müşteri ziyaretleri vasıtasıyla toplamaktadır. Sektördeki çoğu firma, müşteri ziyaretlerinin önemini kavramış ve gücün müşterinin elinde olduğunun farkına varmışlardır.

İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar (Zayıf)

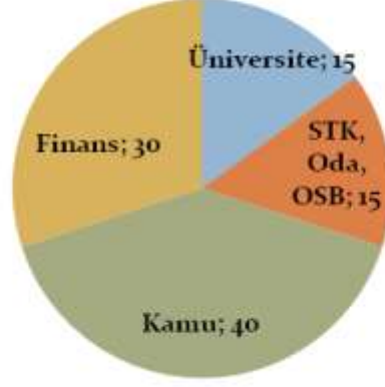
Ana metal sanayi ilgili ve destekleyici kuruluşlar puanı 19'dur.

TABLO 50: ANA METAL SANAYİ İLGİLİ VE DESTEKLEYİCİ KURULUŞLAR DEĞERLENDİRMESİ



TABLO 51: ANA METAL SANAYİ SEKTÖRÜ - İLGİLİ VE DESTEKLEYİCİ KURULUŞLAR REKABET ÇARPANLARI

İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar - Rekabet Çarpanları



ÜNİVERSİTE

Sektörde, üniversite ile herhangi bir işbirliğine rastlanmamıştır. Yapılan görüşmelerde üniversitede sektöre yönelik eğitim ve çalışmalar yapan bölümlerinde ya çok yeni kurulduğu ya da mevcut olmadığı anlaşılmıştır. Üniversitede çok yeni bir teknopark yapılanması bulunmaktadır ancak şu anda aktif bir yapısı bulunmadığından varlığından bahsedilememektedir. Teknoparkların hem sanayici hem de akademisyenler için çalışan ve işbirliği geliştiren bir yapı olduğu yadsınmamakta ancak bölgedeki akademisyenlerin yoğun ders saat ve programları nedeniyle başka bir çalışma içine giremediği de anlaşılmaktadır.

Yapılan saha çalışmasında, şehirdeki üniversitenin çok iyi bir laboratuvarı olmadığı da belirtilmiştir. Sanayiciler, araştırma ve deneme yapmak için böyle bir yapıya ihtiyaç duymaktadır. Bu tarzda çalışmalar yapan kurumlar arasında Kosgeb - Tekmer işbirliğinin faaliyetleri bulunmaktadır.

Sektöre yönelik çalışmalar yapan akademisyen ya da danışmanlardan bahsetmekte mümkün değildir. Şehirdeki üniversitede Makina ve Metalurji Mühendislikleri bölümleri mevcuttur ancak bunlar çok yeni kurulan mühendislik bölümleridir. Dolayısıyla, bu saydığımız nitelikte kişiler nitelik açısından yeterli değildir.

STK – ODA – OSB

Samsun'daki işadamlarının genellikle bağlı buldukları sektörün derneklerine üye oldukları gözlemlenmiştir. Ancak üye oldukları dernekler genellikle ulusal derneklerdir. Bölgesel anlamda bir yapılanma bulunmamaktadır. Samsun'da sektörün çatısını sağlayacak Metalurji Mühendisleri Odası da bulunmamaktadır.

Firmaların çoğu Türk Döküm Sanayicileri, Dökümcüler, Pompacılar, Bakır Sanayicileri ve Demir Çelik Sanayicileri Derneklerine üyelerdir. Ancak çoğu bu yapıları sadece sektörden haberler almak için kullanmakta ve bu yapıların rekabet yeteneklerini artırdığına inanmamaktadırlar.

Bölgedeki Sanayi ve Ticaret Odası ile KOSGEB'in CIP çerçevesinde Avrupa İşletmeler Ağı faaliyetleri mevcuttur. Yalnız firmalar bu faaliyet konusunda herhangi bir altyapı oluşturulmadan teknoloji transferi faaliyetlerinin olacağını düşünmemektedir.

Bölge firmaların ilgisini özellikle finansman, satış ve pazarlama konularındaki etkinliklerin çektiği gözlemlenmiştir.

KAMU

DTM veya İGEME'nin taşra teşkilatları bulunmamaktadır. Samsun'daki bu bölgede markalaşma, pazarlama ya da inovasyon konusunda faaliyet gösteren kurumlardan sadece Kosgeb bulunmaktadır. Kosgeb her bölgede olduğu gibi burada da kendi faaliyetlerini yürütmektedir. OSB'nin bu tarzdaki konularda faaliyeti bulunmamaktadır. Markalaşma ile ilgili Ticaret ve Sanayi Odasının ciddi çalışmaları bulunmaktadır. TSO çeşitli fuarlara katılıp firmaların ürünlerini tanıtmakta ve pazarlamaktadır.

Kosgeb, yurtiçi, yurtdışı fuarlar, yurtdışı iş gezileri fuar ya da bulunan bir firmayla yapılacak görüşmelerle, tanıtım çalışmalarının tamamında firmalara destek sağlamaktadır. Hatta kurumsal kimlik çalışmaları ile ulusal dergi reklamı, katalog, cd basımı için de destek vermektedir. Bu destekler, hibe olarak 24 aylık projeler kapsamındadır. Kurumun satış-pazarlama ile ilgili verdiği destekler de bulunmaktadır.

Buradaki problem bu tarz hizmetlerin KOBİ'lere verilmesi ile alakalıdır. Sektör firmalarından KOBİ olmayanlar bu desteklerden faydalanamamaktadır. Bölgede yapılan kalkınma ajansının desteklerinden faydalanan firmada bulunmamaktadır. Verilen destek miktarının düşüklüğü ve bürokrasinin fazlalığı sebebiyle destek kullanım oranı azaltılmaktadır.

Firmaların kamu ile ilgili bağlarından biri yapılan denetimlerdir. Sektör denetimleri Çalışma Sosyal Güvenlik Bakanlığı, Çevre Müdürlükleri, Belediyeler ve OSB tarafından yapılmaktadır. Bu rutin denetimler dışında eğer firma ISO ya da TSE gibi kalite yönetim belgesine sahipse, bu kuruluşların yaptığı denetimleri de görmektedir. Özel olarak yapılan denetimlerde bakır sektörü için hurda bakır giriş ve çıkışında yapılmaktadır. Genel olarak firmanın yabancı sektörle çalışmaları mevcutsa, kesinlikle denetimi de vardır denilebilir. Firmalar bu denetim süreçlerindeki iletişim seviyelerinde ve denetçilerin yaklaşımlarında bir sorun görmemektedir.

FİNANS

Bölgedeki bankalar firmalara özel imkânlar sağlamamaktadır. Yapılan saha çalışmasında bankaların firmalara önkoşullu kredi teklifinde buldukları anlaşılmıştır. Dolayısıyla, bankaların sektör için değil, firmayı tanıyıp mali yapısını bildiklerinden dolayı imkanlar sağladıkları görülmüştür.

Firmaların çoğunun devletin ar-ge, markalaşma ve ihracat desteklerinden haberdar oldukları görülmüştür. Bunun yanında Eximbank'ın ihracat için düşük faizli geri ödemesi uzun zamana yayılmış kredileri, bölgede faaliyet gösteren Orta Karadeniz Kalkınma Ajansının doğrudan destek faaliyetleri ile KOSGEB'in etkinlikleri de firmaların ilgilerini çekmektedir. Firmalar bunların yanında DTM'nin katkısıyla yurtdışı tanıtımı yapılabildiğinin de farkındadır.

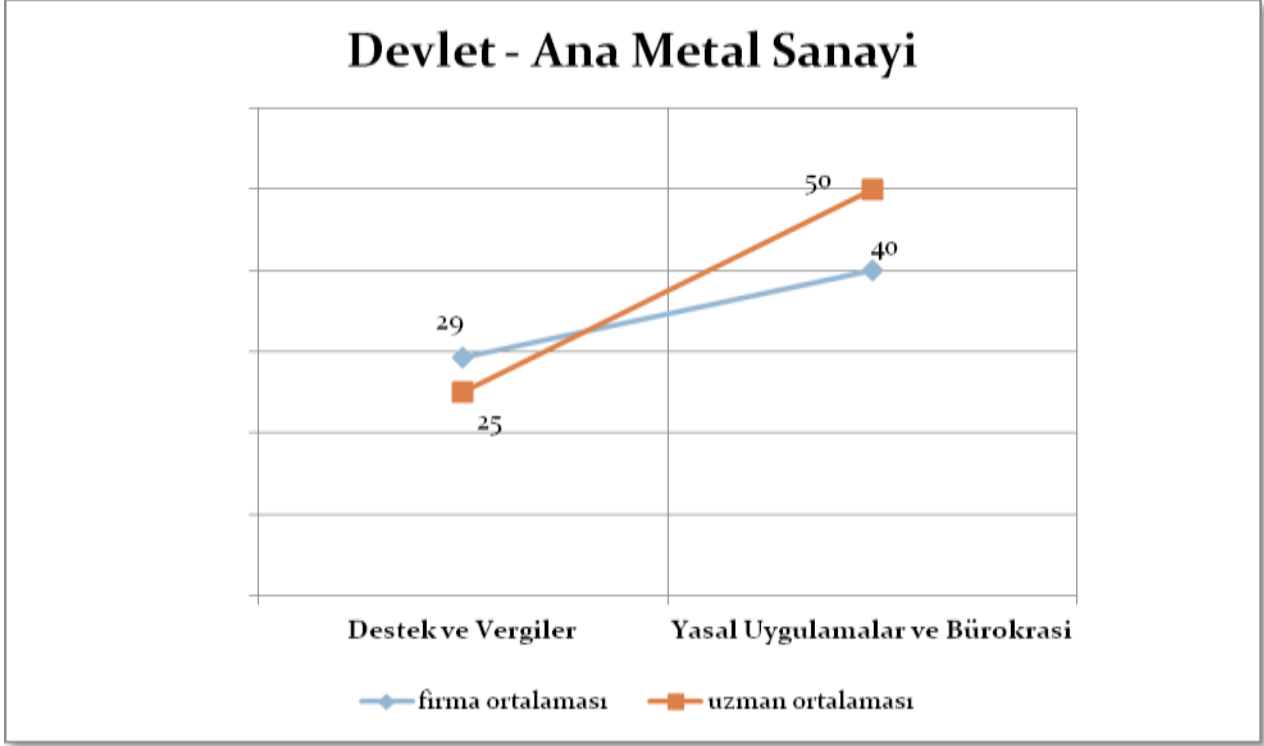
Firmalar TÜBİTAK, TTGV ve KOSGEB'in Ar-Ge ve markalaşma için verdiği finansal desteğinde bilincindedir. Ayrıca, ar-ge projeleri için Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın SANTEZ ve TEYDEB destekleri de bulunmaktadır.

Ne yazık ki bölgedeki firmaların bu destekleri takip etmedikleri görülmektedir. Firmalar, verilen destek miktarının düşüklüğü ve bürokrasinin fazlalığı sebebiyle bu işe eleman ayırmadıkları için bu destekleri takip edememektedir.

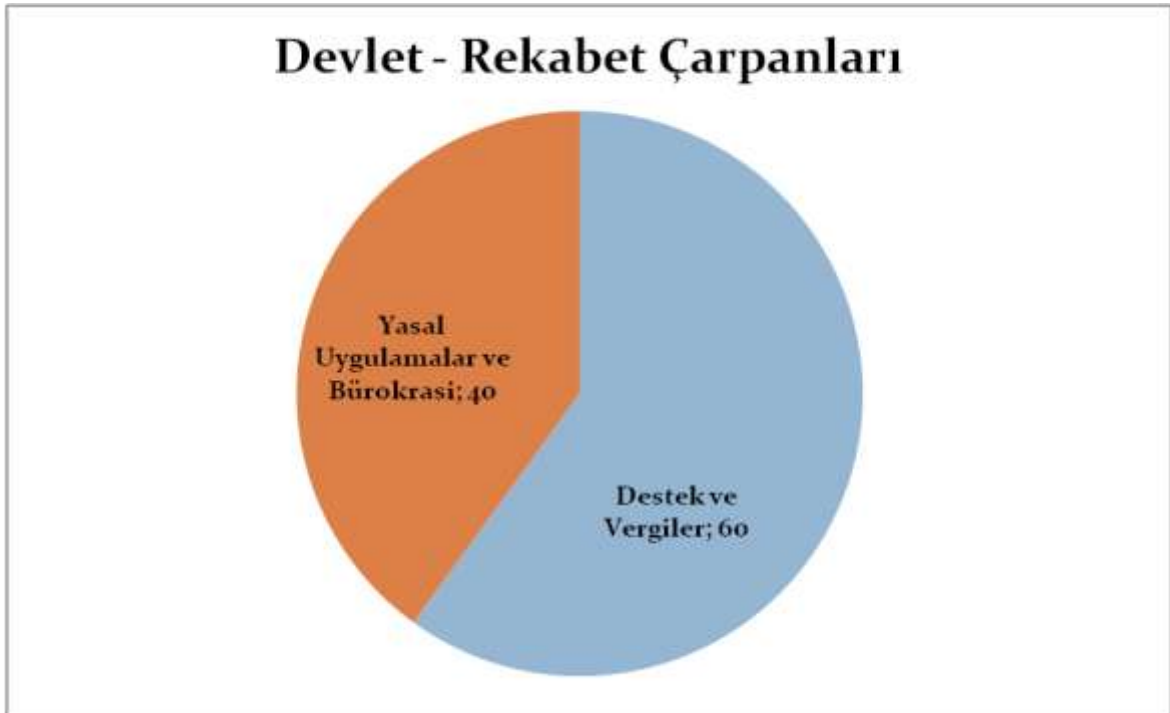
Devlet(Zayıf)

Ana metal sanayi devlet koşulları puanı 24'tür.

TABLO 52: ANA METAL SANAYİ DEVLET KOŞULLARI DEĞERLENDİRMESİ



TABLO 53: ANA METAL SANAYİ DEVLET KOŞULLARI REKABET ÇARPANLARI



DESTEKLER VE VERGİLER

Sektörde yapılan yağ alımında alınan ekstra özel tüketim vergisi hariç, alınan özel bir vergi uygulaması yoktur. Ancak, firmalar dünya ile rekabet edebilmek için yürürlükte olan vergi oranlarının da düşürülmesi görüşündedirler.

Firma görüşmelerinde sosyal güvenlik için yapılan ödemelerin sektörü etkilediği, bu ve benzeri ödemelerin maliyetlerine etki ederek rekabet güçlerini körelttiği anlaşılmaktadır. Özellikle büyük ölçekli firmalarda çalışan sayısı çok olduğundan aylık yapılan bu ödemeler bir hayli maliyet getirmektedir. Birçok firma yetkilisi sosyal güvenlik için çok büyük paralar ödediğine ve bunun karşılığında da sosyal güvenlik hizmetlerinden yeteri kadar düzgün yararlanılmadığını düşünmektedir.

Bölgedeki firmalardan sadece bir kaçının yurtdışı pazarlara açılmak için devlet kurumlarından yardım aldıkları görülmüştür. Bu kurumlardan biri Ortadoğu İhracatçılar Birliği bir diğeri de İGEME'dir.

Samsundaki sektör firmaları devletin sağladığı sektör teşvik ve desteklerinden haberdar oldukları ancak bu destekler için başvuruda bulunmadıkları görülmüştür. Bölgeye destek veren OKA(Ortadoğu Kalkınma Ajansı)'nın öncelik sektörü Ana Metal Sanayi sektörü olarak belirlenmiş fakat firmaların çoğu bu destekten yararlanmamıştır.

Firmalar en çok KOSGEB'in desteklerinden haberdardır.

Bunun dışında Sosyal Güvenlik ödemelerinde %5 prim indirimi uygulamasını kullanmaktadırlar.

YASAL UYGULAMALAR VE BÜROKRASİ

Firmalar, özellikle ihale süreçlerinde kamuyla çok sık görüşmektedir. İhale durumunda bürokrasi firmaları çok etkilemektedir. Evrak işleri içinde kaybolan firma yetkilisi diğer işlerine zaman ayıramamaktan yakınmaktadır. Bunun dışındaki devlet kurumlarındaki çoğu işler artık internet vasıtasıyla yapılmakta, dolayısıyla bürokrasi firmaları rutin işlerde fazla etkilememektedir.

Devlet kurumlarıyla bazen bürokraside yaşanan yanlışlardan ve sosyal sorumluluk projelerine destek olmalarını isteyen kurumlardan dolayı çok sık görüştiklerini belirten firmalar da bulunmaktadır.

Sektördeki firmalar AB adaylığının sektördeki standartları kesinlikle değiştireceğine inanmaktadır. Bu durumda firmaların bu regülasyona uymaları gerekecektir. Böyle bir durumda, sektördeki işçi giderlerinin artacağına ve kendilerine fazladan maliyetler geleceğini düşünmektedirler. Bu konuda Avrupa'daki ağır sanayinin kalbi olan Almanya'da sektörden alınan ağır vergilerden dolayı, sektörün mutlu olmadığı görülmektedir.

Bunun yanında, çevreyle ilgili yeni düzenlemelerinde geleceği aşikârdır. Bu değişiklikler doğrultusunda firmalar çevre ile alakalı yeni yatırımlar yapmak zorunda kalacaklardır.

Samsun Ana Metal Sanayi'nde faaliyet gösteren firmalara yapılan ziyaretler sonucu firma yetkililerinin AB üyeliği konusundaki tedirginlikleri ciddi şekilde fark edilmiştir. Yetkililerce, AB üyesi olmayışımızın bu sektördeki firmaları ihracatta güçlü kıldığı düşünülmektedir. Bu süreçte yaşanacak uyum değişikliklerinin de bir anda istenmemesi konusunda hemfikirlidir. Şu anki uyum paketlerinde firmaların istihdam etmeleri gereken personel arasında avukat, doktor, sağlık ekibi, özel güvenlik, yeminli mali müşavir, işçi sağlığı güvenliği danışmanı bulunmaktadır. Bu zorunluluğun daha da ağırlaşacağı gibi önyargıları bulunmaktadır.

Çoğu sektörün etkilendiği bir diğer faktörde Uzakdoğu faktörüdür. Çin bu sektörün en büyük oyuncusudur ve en büyük oyuncunun sektörü etkilememe şansı yoktur. Ancak daha öncede belirtildiği gibi uzaklığından dolayı nakliye maliyetlerinin yüksekliği sebebiyle genellikle tercih edilmemektedir.

Özellikle Irak pazarında, Samsun'da yapılan ürünlerin Çin tarafından taklit edildiği görülmüştür. Firmaların imalatı olmayan ürünlerin Irak pazarında üzerlerinde Samsun'daki üretici firmaların etiketi olduğu görülmüş ve imajlarını zedeleyecek işlerle de karşılaşmıştır.

Ülkemizde devletin yerli sanayiciyi koruma adına %15'lik bir koruması bulunmaktadır. Türkiye içinde alım yapacak kurumlarda, yapılacak iş için alınan tekliflerde yurt dışındaki firmaların fiyatlarında %15 oranında pahalı olmaları durumunda yerli üretici tercih edilme

zorunluluğu vardır. Devletin ayrıca, Amerika ve Almanya'nın yaptığı gibi ürünlerde belirli standartlar isteyerek yurda girişte bu ürünleri kontrol altına alması gerekmektedir. Standardı düşük olan ürünlerin ülkeye girişleri zorlaştırılması, ek vergi veya kota konulması ya da TSE'ye göre denetlemesi gerekliliği düşünölmektedir.

Sektörde kayıt dışılık oranı için kesin bir rakam verilememektedir çünkü bu sektördeki hammadde girişleri, ağır sanayi için çalışan işçi güvenliği ve ürün çıkışları çok sıkı bir şekilde takip edilmektedir. Olası bir iş kazasında kayıt dışı çalıştıran firmaya çok önemli cezalar bulunduğundan, firmaların böyle bir yöntemle başvuracağı düşünölmemektedir. Küçük işletmelerde kayıt dışı işlerin olabileceği ancak bunlar firmaların rekabet güçlerine etki etmeyecek kadar az olduğu anlaşılmaktadır.

KANATLI HAYVAN SEKTÖRÜ REKABET ANALİZİ



30.12.2010

Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi

Kanatlı Hayvan terimi yetiştiriciliği yapılabilen tavuk, hindi, kaz, ördek, vb. türlerine verilen genel isimdir. Kanatlı hayvan sektörü ülkemizde her geçen gün hızla gelişmektedir.

Giriş

Kanatlı Hayvan terimi yetiştiriciliği yapılabilen tavuk, hindi, kaz, ördek, vb. türlerine verilen genel isimdir. Devekuşu, bıldırcın, sülün, keklik gibi diğer kanatlı türleri de bulunmakta ancak ülkemizde yaygın tüketimi olan kanatlı hayvanlar tavuk, hindi, kaz ve ördektir.

Doğru beslenme için insan vücudunun temel ihtiyaçlarından biri olan hayvansal proteini en ekonomik yolla karşılanması bakımından kanatlı hayvan etleri büyük önem taşıyan bir gıda kaynağıdır. Özellikle tavuk ve hindi eti içerdiği yüksek protein miktarı, vitamin ve mineral oranı, sağlıklı beslenme için hedeflenen yağ oranı düşüklüğü ve büyükbaş hayvan etine göre ekonomik oluşu sebebiyle gözde besin kaynaklarından olmuştur.

Endüstriyel tarzda üretime uygunlukları nedeni ile kanatlı hayvanlar dünyada artan bir yaygınlıkta, görece düşük fiyatla insanlara hayvansal protein sağlanmasına katkıda bulunmaktadır. Yemden yararlanma oranı ve kısa üretim dönemleri kanatlı hayvanların diğer çoğu çiftlik hayvanından daha ekonomik üretim yapmalarını sağlamaktadır. Diğer ülkelerdeki genel durumdan farklı olarak ülkemizde kırmızı et arzında yetersizlik olması nedeni ile, entegre kanatlı eti işletmeleri hayvansal protein talebinin karşılanmasına katkıda bulunmaktadır. Geçtiğimiz yıllarda sektör, basın-yayın organlarında yapılan bazı spekülasyonlar ve salgın hayvan hastalıkları nedeni ile fiyatlarda önemli dalgalanmalar yaşamış olsa da, edinilen tecrübeler ve tüketiciyi bilgilendirmeye yönelik organizasyonlar sayesinde bu tür spekülasyonlara karşı duyarlılık giderek azalmaktadır. (TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası, 2005)

Tavukçuluk sektörü son zamanlarda kendinden çokça bahsettiren bir sektör olmuştur. Özellikle, kuş gribi nedeniyle sektörün zor duruma girmesi Türk ekonomisi içinde payının ne kadar büyük olduğunu da ortaya koymaktadır. Sektör bir yandan yurtiçi protein açığını ucuz olarak kapatırken, diğer yandan ihracat yoluyla döviz girdisi sağlamaktadır. (Ege Akademik Bakış, 2007)

Tüm bu faydaların yanında, tavukçuluk farklı sektörlerin de oluşmasına olanak sağlamaktadır. İnsan yaşamı için gerekli olan diğer bir besin olan yumurta, kuluçkacılık ve yumurta üretimi sektörünü meydana getirmiştir.

Tavuk, yemi çok kısa sürede ete ve yumurtaya dönüştürebilmektedir. Tavukçulukta bir kg canlı ağırlığa 1,8 kg yem ile ulaşılırken, sığır eti üretiminde 8 kg yeme gereksinim vardır. Yirminci yüzyılın başlangıcında vitaminlerin ve amino asitlerin öneminin anlaşılması ile yumurta; biyolojik değeri tam, insan sağlığı için, besin maddelerince en zengin ve koruyucu nitelikte gıda maddesi olarak tanımlanmıştır. Fakat yumurtanın sadece koruyucu olmadığı, aynı zamanda insan sağlığı üzerine olumlu etkileri de olduğu bilinmektedir. Ayrıca, yumurta, tabiat tarafından orijinal ambalajı içerisinde sunulan ve bayatlaması dışında hiç bir hile karıştırılmayan tek gıda maddesi özelliğini taşımaktadır. Dışarıdan hiçbir ek besin maddesi katılmaksızın, sadece sıcaklık ve nem düzenlemesiyle, 21 günde bünyesinden eksiksiz bir canlı oluşturması yumurtanın besin değerini açıklamaya yeterlidir. Yumurta sarısı demir, kalsiyum, bakır, çinko ve A, D ve B vitaminleri bakımından da zengindir. 15-35 yaşlar arasında bir insanın günlük protein ihtiyacı, erkeklerde 72, kadınlarda 53 gram olup bu miktarın yarısının hayvansal kaynaklı gıdalardan alınması gerekmektedir ve bir yumurta ile yetişkin insanın günlük protein ihtiyacının 1/4'ü karşılanabilmektedir. Tavuk etine gelince, diğer etlere kıyasla bazı üstün özelliklere sahiptir. Koyun ve sığır etine göre proteini yüksek, yağı az ve kalorisi düşüktür. Kanatlı etleri kırmızı etlere göre daha fazla doymamış yağ asidi içerirler Karbonhidrat düzeyi, diğer bütün etlerde olduğu gibi çok düşüktür. Tavuğun ana ürünleri olan tavuk eti ve yumurtanın yanı sıra, kesim hane artıkları da rendering tesislerinde değerlendirilerek et unu, tüy unu, tavuk unu gibi ürünler olarak yem fabrikalarında kullanılmaktadır. Son zamanlarda Uzakdoğu ülkelerine ihraç edilen tavukayakları da gittikçe artan ekonomik bir potansiyel oluşturmaktadır. (Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi, 2005)

Hindi yetiştiriciliği son yıllarda giderek önem kazanmış, ancak kapasite olarak tavuk yetiştiriciliğine henüz erişememiştir. Devekuşu yetiştiriciliği içinse gerekli altyapının oluşması, bilgilendirme ve pazarlama yapılarının oluşturulması gerekmektedir. Bu raporda kanatlı hayvan sektörü ekonomik önem düzeylerine göre, başta tavuk olmak üzere, sırasıyla hindi, devekuşu ve diğer kanatlılar (kaz, ördek, bıldırcın) başlıkları altında ele alınmıştır. Diğerleri için çok önemli bir ekonomik durum söz konusu değildir.

Yukarıda saydığımız tüm faydaların yanında kanatlı hayvan sektörü üretim alanları ile ilgili olarak yem sanayi, araç gereç, hayvansal aşı ve ilaç gibi diğer sektörleri de geliştirmiştir.

Dünya Kanatlı Hayvan Sektörünün Genel Durumu

2008 yılında başlayan ve tüm dünyayı etkisi altına alan küresel kriz, bireyleri ekonomik harcamalar yapmaya yönlendirmiş ve tüm sektörlerde olduğu gibi et sektörünü de oldukça etkilemiştir. Et sektöründeki fiyat artışı ekonomik alımlara yönelik tüketicilerin büyükbaş hayvan etlerine göre daha ucuz olan kanatlı hayvan eti tercih etmelerine sebep olmuştur. Yapılan araştırmalar, krizin bu sektördeki etkiyi en az kanatlı hayvan eti üzerinde olduğunu göstermektedir. Öyle ki bu süreçte Kuzey Amerika ve Avrupa ülkelerindeki tüketicilerin ekonomik alımları bir davranış şekline getirdikleri ve dolayısıyla kanatlı hayvan etinin yaşanan krizden avantajla çıktığı kabul edilmektedir.

Ancak sektördeki tüm olumlu gelişmeler üreticileri farklı sorunlarla uğraşma zorunluluğunu da beraberinde getirmiştir. Ne yazık ki günümüzde yem maliyetleri ve dalgalı kur önceden tahmin edilememektedir. Sorun, üreticilerin en önemli hammaddesi olan yemden başlamaktadır. Avrupa Komisyonu tarafından yakın zamanda yapılan bir araştırmaya göre, tüm dünya üzerinde hasadı yapılan toplam tahıl miktarının üçte biri hayvanları beslemek için kullanılmaktadır. Yem fiyatları iklimsel koşullara ve bu koşulların tahıllar üzerindeki etkisi ile de değişmektedir. Bunun yanında üreticiler, enerji girdilerindeki ve kullanım suyundaki maliyet artışı ile de mücadele etmek zorundadırlar.

Dünya üzerindeki et sektörünün duayenleri tavuk etinin geleceğin eti olduğu konusunda hemfikirlidir. Rabobank Group'tan Nan-Dirk Mulder'e göre dünyada en çok tüketilen domuz etinin 2030 yılı civarında tahtını kanatlı hayvan etine bırakacaktır.

Kanatlı hayvancılık sektörü üzerine değişik kaynaklardan farklı görüşler bildirilmektedir. Bu görüşlerden en çok önemsenen Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) ile Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) tarafından yıllık olarak hazırlanan çiftlik hayvanları ve pazarları üzerine yapılan araştırmalar ve tahminlerdir. Bu çalışmalardan Tarımsal Bakış serisinin altıncı baskısı 2019 yılına kadar ki beklentileri raporlamaktadır. Rapora göre, 2010-2019 yılları arasında tüm et sektöründeki büyüme %2,9'dan %1,9'a kadar inecek ancak kanatlı eti bu düşüşten etkilenmeyecek, etki büyükbaş, küçükbaş ve domuz etlerinde görülecektir. Kanatlı hayvan eti üretimi ve tüketiminin ortalama yıllık %2,4 oranında artacağı ve bunun özellikle gelişmekte olan ülkeler tarafından sağlanacağı öngörülmektedir. Aynı araştırmaya göre 2019 yılında dünyada tüketilecek kanatlı hayvan

Bu rapor innoCentric tarafından Samsun İl Özel İdaresi için "Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi" Projesi kapsamında hazırlanmıştır. ©2010

etinin kişi başına yıllık yaklaşık 2 kg artarak 13,5 kilogramdan 15,3 kilograama ulaşması ve bunun sonucu olarak 26 milyon ton ilave tüketim beklenmektedir. 2007-2009 yılları arasında 91 milyon tonun üzerinde kanatlı hayvan eti üretildiği düşünülürse 2019 yılında hemen hemen 118 milyon ton üretime ulaşılacaktır. (WATT Executive Poultry Guide, 2010)

Ekonomist Dr. Paul Aho'ya göre kanatlı hayvan eti ve yumurta üretimi 2050 yılına kadar yıllık 160 milyon tondan 300 milyon tona kadar çıkacak ve bu artışın çoğu Asya, Doğu Avrupa, Ortadoğu ve Latin Amerika'daki orta gelirli ülkelerde olacaktır. Bu artış için 150 milyon ton tavuk, 10 milyon ton hindi ve 136 milyon ton yumurta gerekmektedir. Ancak, dünyadaki kanatlı hayvan eti ve yumurta tüketimi sadece nüfus yoğunluğu ya da gelirle değil aynı zamanda gıda fiyatları ile yem maliyetleri ile etkilendiği unutulmamalıdır. Yem fiyatlarındaki artışın kanatlı hayvan sektörü dışındaki et sektörünü daha derinden etkileyeceği açıktır. Kanatlı hayvanların yetişme süresi diğer hayvanlara göre çok daha kısa olduğundan yem fiyatlarındaki dalgalanmalardan ya da krizden en az etkilenererek çıkan et sektörü kanatlı hayvan eti sektörü olacaktır.

Dünya kanatlı hayvan eti üretimi 2008 yılında 91,8 milyon tondan 2009 yılında 92,3 milyon tona ulaşmıştır. 2010 yılı için tahmin edilen değer 94,8 milyon tondur. (WATT Executive Poultry Guide, 2010)

Dünyada kanatlı eti üretiminde Amerika Birleşik Devletleri'nin önemli payı vardır. Ayrıca Amerika en büyük hindi eti üreticisidir. Toplam kanatlı eti üretiminde Amerika'yı izleyen Çin'in üretimi içerisinde Kaz ve Ördek eti önemli bir yer tutmaktadır. Büyük üretim hacmine rağmen Çin, yüksek nüfusu ve talebi nedeni ile halen kanatlı eti ithalatçısı durumundadır. Dünya kanatlı eti ticaretinde önemli diğer ülkeler ise Brezilya ve Fransa'dır. Brezilya ihracatçı ülkeler arasında en düşük fiyatla piyasaya kanatlı eti sunan ülkedir. Brezilya'nın maliyetlerini düşüren etkenler arasında iklim, ucuz ve yerli mısır üretimi ve ucuz işgücü vb. sayılabilir. (Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü, 2007)

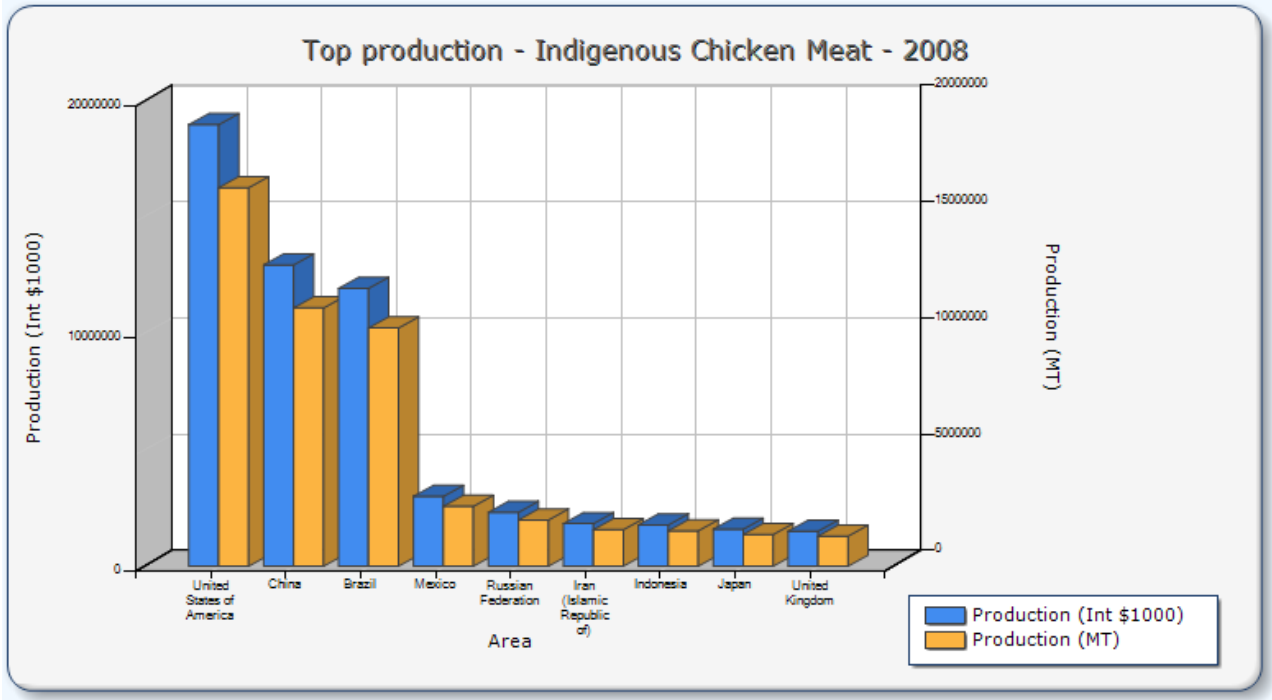
Aşağıdaki tabloda ve ilerleyen grafiklerde ülkelere göre kanatlı hayvan eti üretim miktarları ve kanatlı hayvan türlerine göre ülkelerin üretim miktarları gösterilmektedir.

TABLO 54: DÜNYA KANATLI HAYVAN ETİ ÜRETİMİ – 2008 (1.000 TON)

Sıra	Ülke	Piliç	Hindi	Ördek	Kaz	Toplam
1	Amerika	16.280	2.685	83	0	19.048
2	Çin	11.108	0	2.510	2.237	15.855
3	Brezilya	10.243	438	0	0	10.681
4	Meksika	2.575	0	20	0	2.575
5	Rusya	1.987	0	0	0	1.987
6	Fransa	1.015	510	289	5	1.819
7	İran	1.569	0	0	3	1.572
8	Endonezya	1.522	0	30	0	1.552
9	İngiltere	1.292	155	33	2	1.482
10	Japonya	1.365	0	0	0	1.365
11	Arjantin	1.159	35	0	0	1.194
12	Kanada	1.000	157	0	1	1.158
13	Malezya	996	0	123	0	1.119
14	Türkiye	1.086	12	0	2	1.100
15	Tayland	1.018	0	59	0	1.077
16	İspanya	1.042	0	0	0	1.042
17	Kolombiya	1.021	0	0	0	1.021
18	Güney Afrika	973	0	0	0	973
19	Peru	879	0	0	0	879
20	Avustralya	804	36	0	0	840

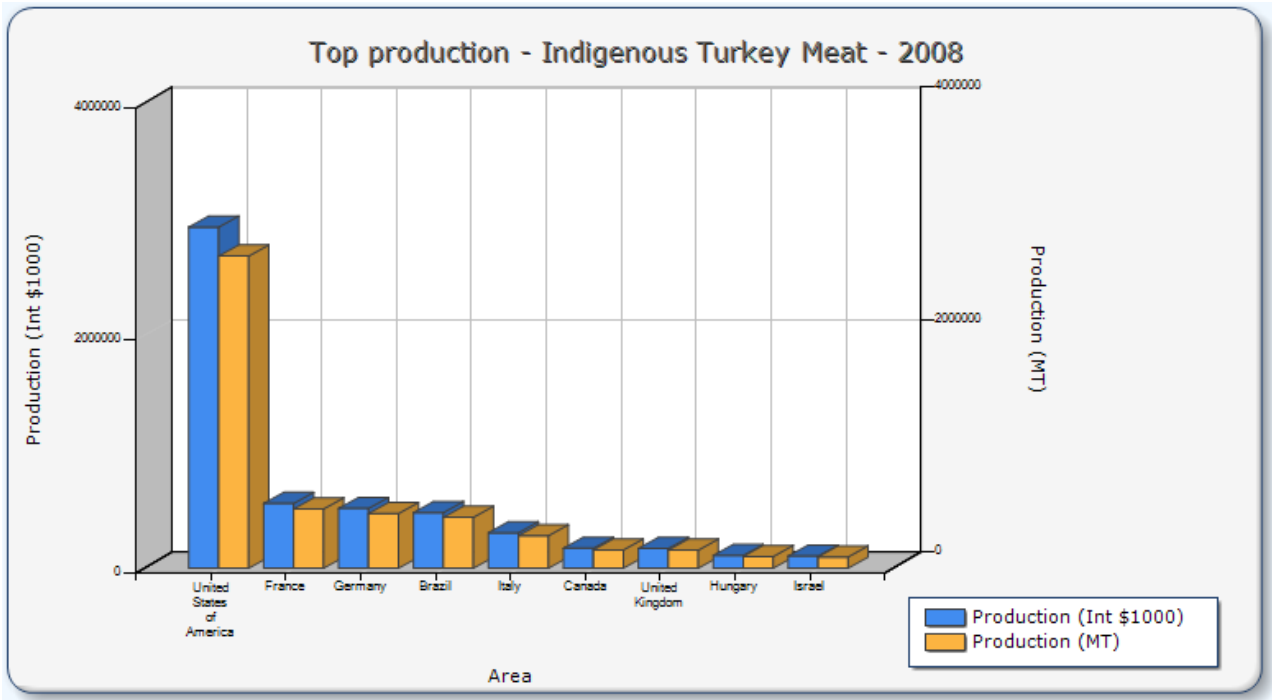
Kaynak: FAOSTAT, 2009

TABLO 55: ÜLKELERE GÖRE PİLİÇ ETİ ÜRETİMİ - 2008 (1.000 TON)



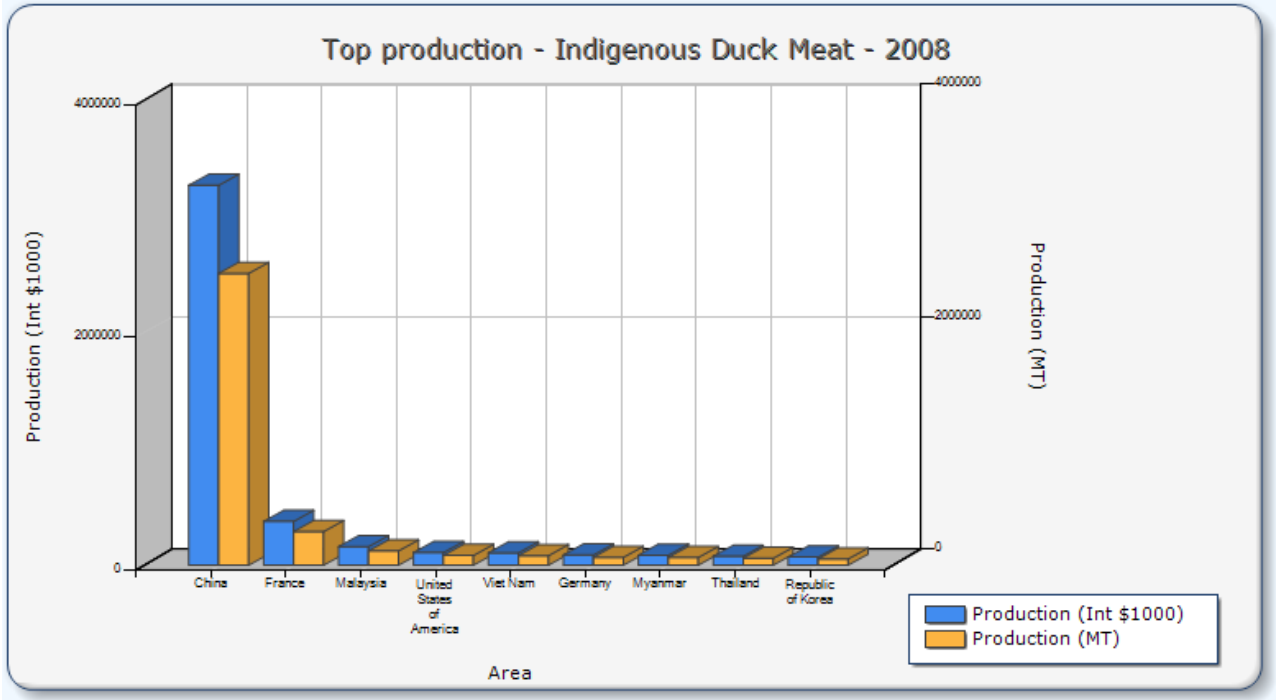
Kaynak: FAOSTAT, 2009

TABLO 56: ÜLKELERE GÖRE HİNDİ ETİ ÜRETİMİ - 2008 (1.000 TON)



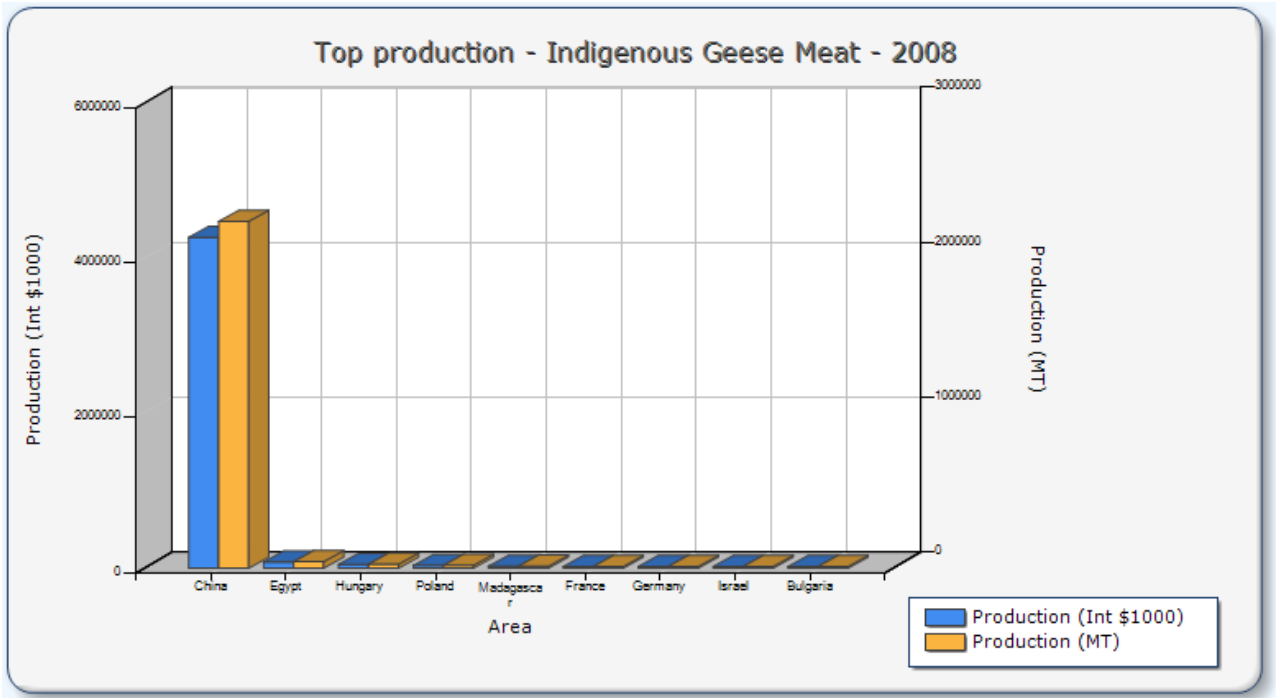
Kaynak: FAOSTAT, 2009

TABLE 57: ÜLKELERE GÖRE ÖRDEK ETİ ÜRETİMİ - 2008 (1.000 TON)



Kaynak: FAOSTAT, 2009

TABLE 58: ÜLKELERE GÖRE KAZ ETİ ÜRETİMİ - 2008 (1.000 TON)



Kaynak: FAOSTAT, 2009

Kanatlı hayvan sektörünün diğer önemli ürünü ise daha önce de bahsettiğimiz gibi yumurtadır. 2009 yılında 6,4 milyar tavuktan yaklaşık olarak 62,1 milyon ton yumurta üretildiği düşünülmektedir. Bu rakam 2000 yılında 5 milyar tavuktan 51,2 milyon ton yumurta üretimi olarak kaydedilmişti.

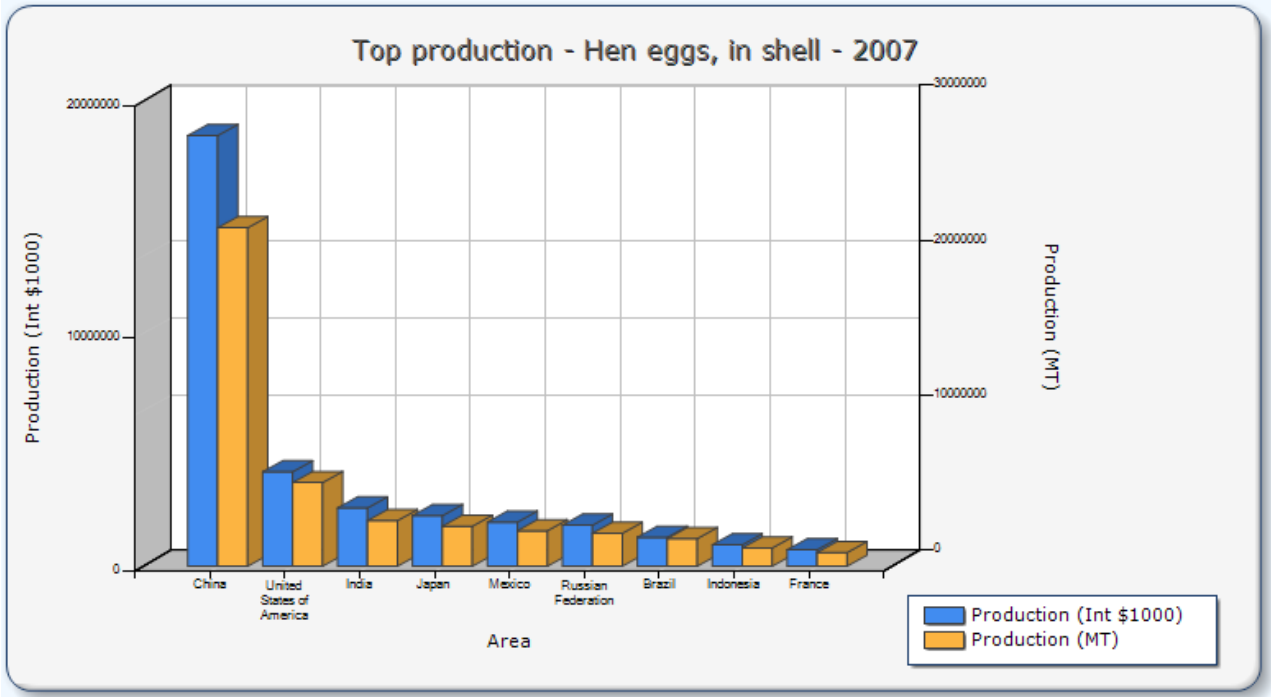
Dünya yumurta üretiminin çok büyük bir kısmını Çin tek başına gerçekleştirmektedir. 2009 yılında 26,6 milyon ton yumurta üretimi ile Çin birinci sırada yer almaktadır. 2010 tahminleri ise Çin'in 27,1 milyon ton yumurta üreteceği yönündedir. Bu koşullarda Asya tüm dünya üzerinde %64'lük payıyla yumurta üretiminde en büyük söz sahibidir. Çin'in yumurta üretiminin neredeyse 1/4'ünü gerçekleştiren A.B.D en büyük yumurta ihracatçısıdır. İhracatta A.B.D.'yi Hindistan izlemektedir. Fransa, ithalatı ihracatından büyük olsa da uluslar arası yumurta ticaretinde önemli bir paya sahiptir.

TABLO 59: DÜNYA YUMURTA ÜRETİMİ (1.000 TON), İTHALAT VE İHRACAT DURUMU

Sıra	Ülke	Üretim	İthalat	İhracat
1	Çin	21.833	88	119
2	Amerika	5.395	0	94
3	Hindistan	2.944	0	67
4	Japonya	2.583	0	0
5	Meksika	2.290	0	0
6	Rusya	2.121	10	0
7	Brezilya	1.779	0	16
8	Endonezya	1.174	0	0
9	Fransa	878	176	41
10	İspanya	825	0	105
11	Ukrayna	807	0	0
12	Türkiye	795	0	46

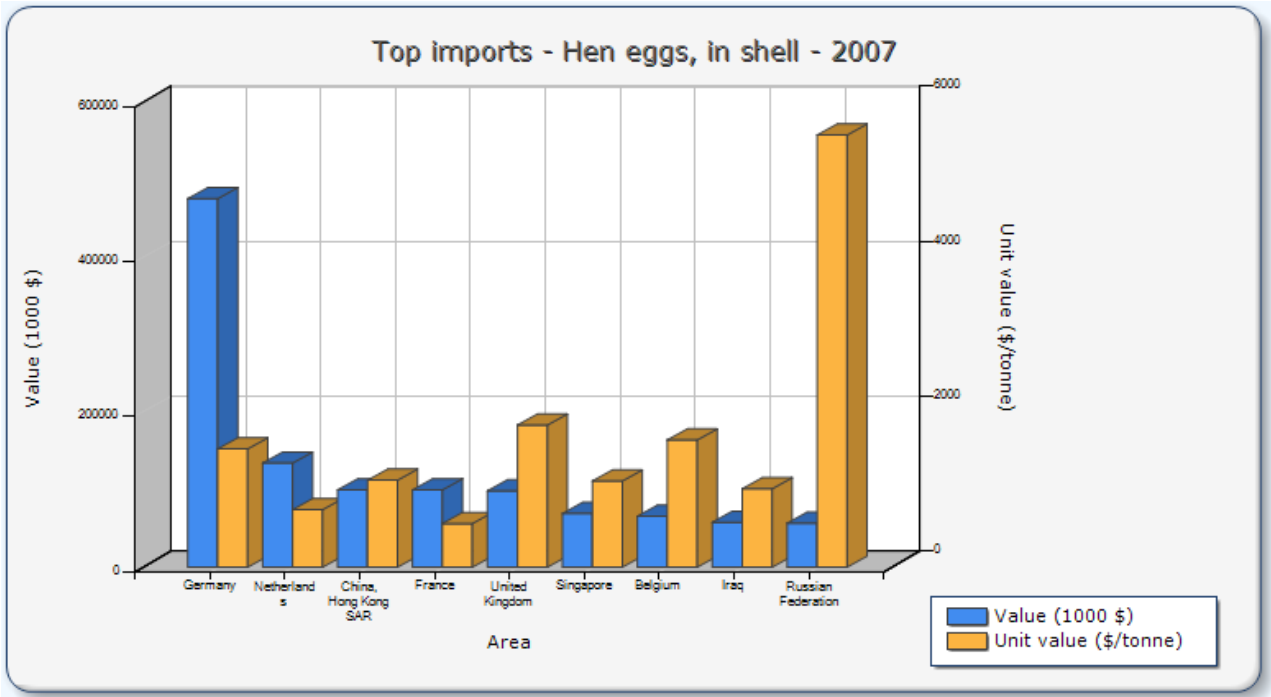
Kaynak: FAOSTAT, 2007

TABLO 6a: DÜNYA YUMURTA ÜRETİMİ (1.000 TON)



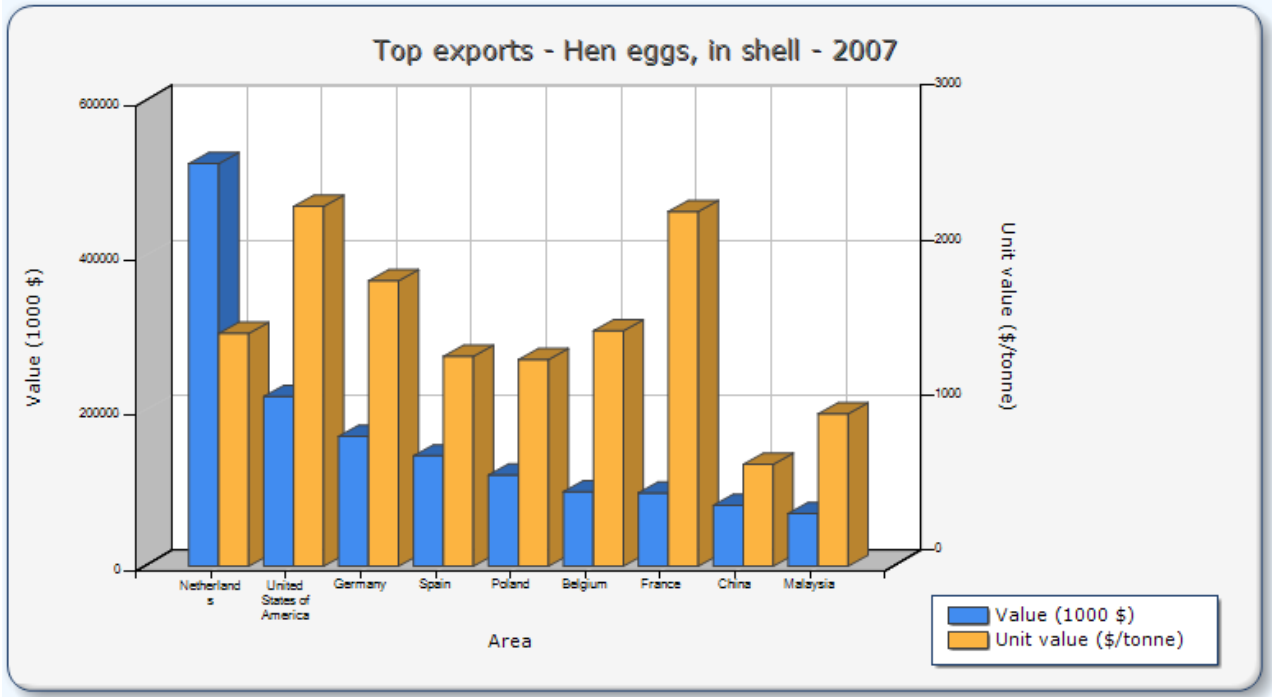
Kaynak: FAOSTAT, 2007

TABLO 6b: DÜNYA YUMURTA İTHALATI DURUMU (USD/TON)



Kaynak: FAOSTAT, 2007

TABLO 62: DÜNYA YUMURTA İHRACATI DURUMU (USD/TON)



Kaynak: FAOSTAT, 2007

Türkiye’de Kanatlı Hayvan Sektörünün Genel Durumu

Türkiye’de tavukçuluğun geliştirilmesi için ilk adım 1930 yılında Ankara’da Merkez Tavukçuluk Araştırma Enstitüsünün kurulması ile atılmıştır. Ancak 1952 yılında saf kültür ırklarının ithali gerçekleşene kadar önemli bir gelişme sağlanamamıştır. Amerika Birleşik Devletlerinden günlük civcivler olarak gelen ırklar Tarım Bakanlığı’na bağlı kuruluşlara ve halka dağıtılmıştır. Bu uygulama ile tavukçuluk özendirilmiş, ancak bakım koşulları yeterli olmadığı ve bu ırklar üzerinde herhangi bir genetik-ıslah çalışma yapılmayıp kendi hallerine bırakıldıklarından istenilen yüksek verim düzeyine ulaşılamamıştır. Daha sonra 1956 yılında Yem Sanayi T.A.Ş.’nin kurulması ile rasyonel besleme koşulları oluşmaya başlamıştır. Özel sektörün konuya ilgi duyması 1963 yılında hibrid ebeveynleri ithali ile başlamıştır. Büyük ebeveyn ana ve baba hatlarının ithaline ise 1980 yılında izin verilmiştir. Genetik materyalin ithalat yolu ile sağlanması ile tavukçulukla ilgili olan sanayi kolları, kümes yapımı, ekipman sanayi, aşı-ilaç üretim dalları da gelişmeye başlamıştır. Diğer yandan tavukçuluğumuzu dışa bağımlılıktan kurtarmak amacıyla, 1968 yılında başlatılan yerli hibrid soylarının geliştirilmesi çalışmalarına ağırlık verilmiştir. Bu çalışmalar sonucunda beyaz ve kahverengi yumurtacı ve etçi ebeveyn hatları geliştirilmiştir. Ancak, üretilen hatların verim düzeyleri yabancı genetik materyal ile karşılaştırıldığında, bazı özellikler bakımından, rekabet güçlerinin zayıf olması nedeni ile hedeflenen amaca ulaşıldığını söylemek zordur.

1980’li yıllara gelindiğinde piliç eti entegre tesislerin çoğalması ve sözleşmeli üretim modelinin uygulanması ile önemli bir yapısal değişim göstermiştir. Bu değişimin sonucunda kanatlı et sektörü üretim planlamasını yapabilen ve ülke ihtiyacını karşılayabilen önemli bir üretim dalı haline gelmiştir. Ülkemizde bugün üretilen beyaz etin yaklaşık %80’i son derece modern tesislerde gerçekleştirilmekte olup, tesislerin çoğu gelişmiş ülkelerdeki benzerlerinden 20 yıl daha gençtir. 1990’lı yıllarda ise büyük yatırımlar yapılarak dünya standartları yakalanmış ve üretim sürekli artırılarak bu günlere gelinmiştir. 2000’li yıllarda kanatlı sektörünün AB uyum çalışmaları başlamış ve 2005 yılında Türkiye’nin AB Ülkelerinin kanatlı eti ithal edebileceği üçüncü ülkeler listesine girmesi için karar alınma aşamasına gelinmiştir. Hindicilik 1995 yılından başlayarak yatırımlarını kısa sürede tamamlamış 1998

yılında büyük bir atılımı gerçekleştirmiştir. 2004 yılında hindi eti üretimimiz 50 bin tona ulaşmış, sadece yılbaşlarında tüketilen hindi eti artık her gün tüketilebilir hale gelmiştir. (Ege Akademik Bakış, 2007)

Son 15 yıl içerisinde, Türk et tavuğu üretimi çok önemli bir gelişim kaydetmiştir. 1995 yılında 417,539 ton olan et hacmi 2009 yılında 1,270,000 tona kadar çıkmıştır. Türkiye piliç eti üretiminde dünya sıralamasında onbirinci, toplam kanatlı eti üretiminde de ondördüncü sıraya kadar yükselmiştir. Türkiye kanatlı eti üretiminin yaklaşık %90'ı piliç etinden oluşmaktadır. Bu üretimin %85-90'ı sözleşmeli tarım sistemi içerisinde gerçekleştirilmektedir. Kanatlı eti sektörü, ileri üretim ve işleme teknolojisi ile, yüksek girdi kullanımı nedeniyle en rekabetçi hayvancılık alt sektörüdür. FVO (AB Gıda ve Veteriner Ofisi) tarafından Nisan 2007'de yapılan denetimlerde ihracat onayı almış işletmelerin uygunluğu bir kez daha tespit edilmiştir.

Kanatlı sektöründe 2009 yılı verilerine göre, toplam 10 bin 281 damızlık, etlik ve yumurtacı işletme bulunduğu, bu işletmelerin bin 548'inin damızlık, 11 bin 543'ünün etlik, 3 bin 59'unun ticari yumurtacı olmak üzere toplam 16 bin 150 adet kümesle faaliyet gösterildiği, ayrıca 90 adet kuluçkahane bulunduğu belirtilmiştir.

TABLO 63: TÜRKİYE KESİLEN ET TAVUĞU VE YUMURTA TAVUĞU SAYILARI VE ET MİKTARI - 2009

	Et Tavuğu - Broilers		Yumurta tavuğu - Laying hens	
	Kesilen hayvan sayısı Number of slaughtered animals (adet - number)	Et Meat (ton-tons)	Kesilen hayvan sayısı Number of slaughtered animals (adet - number)	Et Meat (ton-tons)
1995	208 034 736	270 445	7 245 706	11 593
1996	250 034 440	406 698	8 830 930	13 910
1997	305 745 000	464 928	4 511 550	6 487
1998	301 549 100	476 719	6 878 250	9 990
1999	371 711 450	589 981	4 572 300	6 898
2000	411 200 300	639 342	2 762 200	4 114
2001	369 604 727	612 744	1 304 969	2 001
2002	414 707 710	694 060	1 294 580	2 127
2003	506 107 632	862 956	6 642 439	9 463
2004	505 412 926	866 862	6 825 627	9 912
2005	531 700 102	925 900	7 200 133	10 797
2006	490 394 162	910 226	5 172 191	7 432
2007	598 474 659	1 059 483	6 361 000	8 970
2008	604 322 129	1 069 696	13 663 482	17 985
2009	704 884 526	1 277 082	12 516 730	16 233

Not : 2009 Yılı bilgileri geçicidir.

Kaynak: TÜİK, Hayvansal Üretim İstatistikleri, 2009

Bu rapor innoCentric tarafından Samsun İl Özel İdaresi için "Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi" Projesi kapsamında hazırlanmıştır. ©2010

TABLO 64: TÜRKİYE KESİLEN HİNDİ, KAZ VE ÖRDEK SAYILARI VE ET MİKTARI - 2009

Hindi - Turkeys		Kaz - Geese		Ördek - Ducks	
Kesilen hayvan sayısı Number of slaughtered animals (adet - number)	Et Meat (ton-tons)	Kesilen hayvan sayısı Number of slaughtered animals (adet - number)	Et Meat (ton-tons)	Kesilen hayvan sayısı Number of slaughtered animals (adet - number)	Et Meat (ton-tons)
226 960	1 027	142 400	464	108 960	266
114 620	376	24 200	97	20 125	40
100 550	702	27 700	106	10 600	24
1 424 240	12 744	7 625	24	2 700	5
2 292 350	19 274	4 370	13	2 200	4
1 707 401	15 125	4 390	13	2 696	5
2 412 401	30 401	3 550	13	2 900	6
3 636 838	32 801	5 345	21	5 210	10
4 181 881	37 623	12 955	51	5 040	10
4 417 319	42 709	1 375	5	880	2
1 746 569	17 062	2 490	9	1 515	3
3 620 313	31 467	0	0	0	0
3 453 789	35 451	0	0	0	0
2 981 847	30 242	0	0	31 400	68

Not : 2009 Yılı bilgileri geçicidir.

Kaynak: TÜİK, Hayvansal Üretim İstatistikleri,2009

Önümüzdeki 10 senelik döneme bakıldığında, ülkenin et tavuğu üretiminin iki katına çıkacağı ve 3 milyon tona yaklaşacağı düşünülmektedir. Ülkedeki ve uluslar arası pazarlardaki büyümeyle Türk kanatlı hayvan sektörü üreticileri küresel pazarda artan bir paya sahip olmaktadır. Türkiye dünya pazarındaki ilk 10 ülke arasında bulunmamaktadır. Ancak, yükselen talep ve uluslar arası standartlara uyum sağlama kapasitesiyle Türkiye'nin önümüzdeki yıllarda sektörde önemli bir oyuncu olacağını gösteriyor.

Elbette bu sektörde de problemler bulunmaktadır. Diğer tüm ülkeler gibi küresel kriz bu sektördeki üretimi de etkilemiştir. Yine de, üretim hacmi 2008 yılında 2007 yılına göre %15 artmış ve geçtiğimiz yıl 1,270,000 milyon tona ulaşmıştır. Bu kuvvetli büyümenin devam etmesi beklenmektedir. (Poultry International, 2010)

Kanatlı eti üretimi 2005 yılında 1 milyon ton seviyelerine ulaşmışken, 2005 sonu ve 2006 başlarında yaşanan Kuş Gribi salgını nedeni ile sektör 2006 yılında beklenen büyümeyi gerçekleştirilememiş, son dönemlerin en yüksek stok seviyelerine ulaşılmış, bazı dönemlerde kimi Kanatlı Eti Entegrasyonları üretimlerini tamamen durdurma noktasına gelmiştir. 2007'de kısa süreli ve dar alanda görülen Kuş Gribi vakalarında, ülkemizin hastalıkla

mücadelede tecrübe edindiği ortaya çıkmıştır. (Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü, 2007)

Türkiye şu anda Tayland kadar kanatlı hayvan üretimi yapmaktadır. Ancak, 2018 yılında hedeflenen toplam üretim hacmi 2,810,000 tondur ve bu hedef Tayland'ın aynı sene için hedeflediği hacmin iki katıdır.

Türk üreticiler yerel pazarda okyanus ötesi üreticilerle rekabet etmemektedirler, keza ülkede kanatlı eti ithalatı yok denecek kadar azdır.

Yerel pazarda, kanatlı hayvan eti en önemli hayvansal protein haline gelmiştir. 1990 yılında kişi başı tüketim miktarı 3,8 kilogramdır. 2005 senesinde bu rakam 14 kilografa yükselmiş ve 2008 senesinde de 15,64 kilogram olmuştur. Sadece kanatlı hayvan üretimi ve tüketimi artmamış, düşüşte olan kırmızı etin pazar payını da elinden almaya başlamıştır. Kişi başı tüketim miktarı Japonya aynı olmasına rağmen Avrupa Birliğindeki tüketimin altında kalmaktadır. Sanayinin %90'ını temsil eden BESD-BİR (Beyaz Et Sanayicileri ve Damızlıkçılar Birliği) birliği yerel tüketimde önemli bir artış olacağını tahmin etmektedir. 2018 yılında Türkiye'de kişi başı kanatlı hayvan eti tüketim miktarının 29,14 kilografa çıkması beklenirken, aynı dönem içinde bu rakam Avrupa Birliğinde sadece 17,20 kilogramdan 18,10 kilografa yükseleceği öngörülmektedir. (Poultry International, 2010)

Türkiye'deki kanatlı hayvan eti pazarı parçalanmamış ürünlerin egemenliğinde olmasına rağmen, ileri işlem görmüş ürünlerdeki tüketim de hızla artmaktadır. Bu sebepten üreticiler ileri işlem ürünlerine değer katmak için çalışmaktadırlar.

Son 10 yılda Türkiye'nin toplam kanatlı hayvan eti ihracatı önemli bir şekilde artmıştır. Bu artış 2002 ve 2006 yıllarında özellikle Kuş Gribi sebebiyle düşüş gösterse de 2006, 2007 ve 2008 yıllarındaki toplam ihracat %67 artarak 47,895 tona ulaşmıştır.

TABLO 65: 2008-2018 ARASI PİLİÇ İHRACATINDAKİ TEMEL ÜLKELER VE TÜRKİYE’NİN DURUMU, 2010

Principal broiler exporting countries and Turkey forecast 2008-2018 (000 metric tons)				
Country	2008	2009	2010	2018
USA	3,018	2,748	2,784	3,425
Brazil	3,330	3,384	3,412	4,201
Thailand	350	354	385	496
Turkey	80	95	114	463

Source: FAPRI Briefing 2009.

Kaynak: (Poultry International, 2010)

Yukarıdaki tablodan anlaşılacağı gibi Türkiye’nin kanatlı hayvan eti ihracatı diğer temel ülkelerle karşılaştırıldığında 2018 yılında günümüze göre yaklaşık olarak %400 artacaktır.

BESD-BİR sektördeki başarının sadece hacimsel büyümeyle bağlı kalmadığını ayrıca fiyat artışının da etkili olduğunu bildirmektedir. Türkiye 2005 yılında ton başına 814,6 USD alırken, bu rakam 2009 yılında 1.229,5 USD’ye yükselmiştir. Bu büyüme Türk kanatlı hayvan etinin kalitesinin de anlaşılmasının bir göstergesi olmuştur.

TABLO 66: TÜRKİYE KANATLI ETİ VE SAKATATI İHRACAT DURUMU, 2010

TÜRKİYE KANATLI ETİ VE SAKATATI İHRACAT KALEMLERİ					
YILLAR	Piliç Eti ve Sak. İhracatı (Ton)	Hindi Eti ve Sak. İhracatı (Ton)	Diğer Kanatlı Eti ve Sak. İhracatı (Ton)	Toplam Kanatlı Eti-Sak. İhracatı (Ton)	Tavuk Ayağı İhracatı (Ton)
2000	1.817	33	5	10.527	8.672
2001	12.342	285	0	24.417	11.790
2002	6.252	695	0	19.642	12.695
2003	8.547	805	0	25.170	15.818
2004	11.096	615	0	29.050	17.339
2005	27.278	1.929	0	44.974	15.767
2006	17.508	319	6	38.130	20.297
2007	24.775	808	0,12	51.758	26.175
2008	47.894	1297	0	79.851	30.660
2009	81.632	953	3	82.588	32.511
2010/09	67.267	629	7.633	75.529	23.869

Kaynak: Dış Ticaret Müsteşarlığı – Besd-Bir

Avrupa Birliği, Türk Kanatlı Hayvan eti ihracatına açılmış ve Mart 2009 yılından itibaren bazı firmalar ısıl işlem görmüş etler ihraç etmeye başlamışlardır. Avrupa Birliğine ihracat geçtiğimiz yılın yarısından sonra başladığından üreticiler onay almak için beklemektedirler.



Son 15 yıl içerisinde, Türk et tavuğu üretimi çok önemli bir gelişim kaydetmiştir. 1995 yılında 417,539 ton olan et hacmi 2009 yılında 1,270,000 tona kadar çıkmıştır. Türkiye piliç eti üretiminde dünya sıralamasında onbirinci, toplam kanatlı eti üretiminde de ondördüncü sıraya kadar yükselmiştir.



İhracat faaliyetleri sadece Avrupa Birliği ülkeleri ile değil, İran ve Azerbaycan gibi ülkelerle de hız kazanmıştır. (Poultry International, 2010)

Yeni birkaç işleme tesisi kurulmakla beraber, yumurta sanayi kanatlı eti sanayine paralel ve aynı hızda bir gelişme gösterememiştir. Dünyadaki örneklere bakıldığında yumurta sanayisinin gelişmiş olduğu ülkelerde sanayinin yumurta üretiminin istikrarını koruyucu etkisi olduğu görülmektedir. Yumurta ürünleri birçok gıdanın üretiminde önemli bir girdidir. Bu nedenle ülkemizde halen yumurta ürünleri ithalatı devam etmektedir. Üreticilerin çoğunlukla örgütlenerek fiyat belirlediği sektörde talepteki dalgalanmalara göre üretim yönlendirilemediği ve dalgalanmalara karşı üretim kanadını koruyacak yumurta sanayi henüz olgunlaşmadığı için yumurta pazarı istikrarsız bir yapı sergilemektedir.

Ülkemiz yumurta üretimi 90'lı yıllarda çeşitli dönemlerde atılım yaparak 10 milyar adede kadar çıkmış, ancak kişi başı yumurta tüketiminin aynı hızla artmaması ve ihracat imkânlarının yeterince geliştirilememesine bağlı olarak arz fazlası fiyatlarda dalgalanmalara neden olmuştur. Bu nedenle son dönemde yıllık yumurta üretimi 8 milyar düzeyinde sabit kalmıştır. Yumurta sanayinin gelişmesi ile ihracatta artma ve yumurta ürünleri ithalatında azalma beklenmektedir. (Ege Akademik Bakış, 2007)

Türkiye'deki kanatlı hayvan sektörünün analizi konusunda gerçekleştirilen bir çalışmada (İstanbul Sanayi Odası, 2006) ortaya konulan SWOT analizinde aşağıdaki konular öne çıkmıştır:

Güçlü Yönler

-
- Üretim yapılan tesislerin hemen hemen hepsinin yeni olması,
 - Tesis kapasitelerinin yüksek olması,
 - Tarım planlaması ile girdilerin %95'i yerli olacak şekilde yerli üretimin mümkün olması,
 - Dağıtım ve erişilebilirlik açısından coğrafi konumun çok uygun olması,
 - İklimin kanatlı eti üretimi için çok elverişli olması,
 - AB, Rusya ve Ortadoğu gibi kanatlı eti tüketiminin yüksek olduğu pazarlara yakınlık,
 - Sektörün tamamının kayıt altında olması,
 - Dünyada tüketiminin arttığı tek hayvani protein kaynağı olması,
 - Sektörün desteksiz, kendi dinamiğiyle büyümüş olması,
 - Üretimde çeşit fazlalığı.

Zayıf Yönler

- Girdi (yem) fiyatları nedeniyle üretim maliyetlerinin yüksek olması,
- Devlet desteklerinin diğer rakip ülkelere oranla daha az olması,
- Kanatlı kesimhanelerinde AB normlarına uygunluk numaralarının bulunmaması.

Tehditler

- Ülkemizde göçmen kuşların konaklama noktalarının yaygın oluşu nedeniyle sürekli olarak kuş gribi hastalığının tehdidi altında bulunulması.

Fırsatlar

- Sektörün çok güçlü bir istihdam kaynağı olması,
- İç ve dış pazarlarda kullanıma hazır ürün tüketme eğiliminin artması,
- Hayvansal proteinde tüketiciler bazında beyaz etin ön plana çıkması.

Samsun'da Kanatlı Hayvan Sektörünün Genel Durumu

Ülkemizde kanatlı eti sektöründe üretim tesisleri, iklimsel şartların uygun olduğu, ham maddelerin boşaltıldığı ve aynı zamanda büyük tüketim alanlarına da yakın olan limanların civarında yani ülkemizin kuzey ve batı bölgelerinde gelişmiştir.

Kanatlı hayvan yoğunluğu açısından ülke Doğu ve Batı diye ikiye bölünebilir. Kanatlı hayvan endüstrisi genel olarak, ülkenin kuzey ve batısında yoğunlaşmıştır; bu bölgeler insan nüfusunun yoğun olduğu bölgelere yakındır ve daha fazla demografik tüketici profiline sahiptir. Bu dağılımın iklimsel sebepleri de bulunmaktadır; ülkenin doğusu daha çok dağlık olup yoğun kar yağışı ve eksi 38 derecelere kadar düşen hava sıcaklığı sebebiyle lojistiğin çok olmasına sebep olan ağır kış koşullarına sahiptir. Ülkenin Güneydoğusunda, herkes için olduğu kadar en iyi donanımlı kanatlı hayvan işletmecileri için zorlayıcı olacak aşırı yaz sıcakları görülmektedir. Üretim tesisleri, hammaddelerin boşaltıldığı ve aynı zamanda büyük tüketim alanlarına da yakın olan limanların yakınında gelişmiştir. Samsun ili de bu özellikleri içinde bulunduran önemli yatırım merkezidir. Ulusal üretimin %45'i Marmara Bölgesinde, %13,6'sı Ege Bölgesinde ve %23'ü de Orta ve Batı Karadeniz Bölgesinde gerçekleşmektedir. (Samsun Tarım İl Müdürlüğü, 2009)

Ülkemizde bu sektörün, bir tanesi hariç tamamı yerli sermayeden oluşmaktadır. Yerli sermaye, insanımızın küçük yatırım güçleri ve büyük emekleri toplanarak kurulmuştur. Kanatlı sektörden ülkenin en büyük 500 şirketi içine giren birçok firma vardır.

Türkiye'de kanatlı sektörü tablosuna bakıldığında 2,5-3 milyar dolarlık bir Pazar hacmi ile karşılaşılmaktadır. Bunun 650 milyon TL'lik kısmı ise yumurta sektöründeki Pazar büyüklüğünü göstermektedir. 150 milyon civarında kanatlı hayvanın bulunduğu sektörde, 60 adet kanatlı hayvan kombinesi, 19 adet entegre tavuk üretim tesisi ve pek çok da küçük tesis faaliyet göstermektedir. Yumurta işletmeciliği konusunda ise faaliyet gösteren 5 bin civarında işletme bulunmaktadır. İzmir bölgesi, Adapazarı, Bolu ve Balıkesir'in Bandırma ilçesi ve çevresi kanatlı sektörün merkezi konumunda yer almaktadır. Keskinoglu, CP Piliç, Banvit, Beypiliç, Erpiliç, Şekerpiliç, Şenpiliç ve Pakpiliç gibi işletmeler ise sektörde üretim

yapan başlıca entegre tesislerdir. Samsun ilinde beyaz et sektöründe entegre tesis olarak AY-Pİ tavukçuluk ve Fatpiliç üretim yapmaktadır. (Samsun Tarım İl Müdürlüğü, 2009)

TABLO 67: SAMSUN İLİ KANATLI İŞLETMELER SAYISI - 2008

Kanatlı türü	Kümes	İşletme
Broiler (Etçi tavuk)	119	117
Yumurtacı kümes	48	12
Damızlık İşletme Ruhsatı	1	1
Kuluçkahane İşletme Ruhsatı	1	1
Toplam	169	131

Kaynak: (Samsun Tarım İl Müdürlüğü, 2009)

Samsun'da beyaz et sektöründe faaliyet gösteren AY-Pİ tavukçuluk Fatpiliç doğrudan ve dolaylı olarak ilimizde önemli bir istihdam kapısıdır. Sektörde direkt çalışanın yanı sıra nakliye, yem, esnaf ve yan sanayi çalışanları başta olmak üzere Samsun'da oldukça büyük oranlarda ekilip yetiştirilen tarım sektörü çalışanlarının ürettiği mısır ve soyanın alıcısı konumdadırlar. Samsun ilindeki kanatlı et sektöründe modern üretim tesislerinde 2,932,982 adet kanatlı hayvan yetiştirilmekte kesilip işlenerek bölgesel pazarlara sunulmaktadır. (Samsun Tarım İl Müdürlüğü, 2009)

TABLO 68: SAMSUN İLİ KANATLI SAYISI VE ÜRETİMİ - 2008

Kanatlı türü	Hayvan	Yumurta
Etçi tavuk	1,703,000	0
Yumurtacı tavuk	1,136,677	295,536,020
Hindi	22,567	677,010
Ördek	70,543	6,065,160
Kaz	20,195	807,800

Toplam

2,932,982

303,085,990

Kaynak: TİM, 2008

TABLO 69: SAMSUN İLÇELER İTİBARIYLA KANATLI KÜMES HAYVANI SAYISI - 2008

İlçeler	Etçi Tavuk	Yumurtacı Tavuk	Hindi	Ördek	Kaz
Merkez	23,500	41,000	350	1,000	850
Alaçam	1.000.000	68,000	1,600	24,000	2,450
Asarcık	0	13,250	630	385	1,652
Ayvacık	0	30,000	245	95	15
Bafra	0	201,000	1,250	3,500	1,200
Çarşamba	0	195,000	292	3,750	1,175
Havza	19,500	45,000	10,000	6,000	3,000
Kavak	580,000	121,419	140	176	500
Ladik	0	12,731	138	876	1,348
Ondokuz Mayıs	0	24,100	150	290	175
Salıpazarı	0	25,000	225	229	50
Tekkeköy	0	37,000	200	450	120
Terme	0	205,500	3,050	24,700	3,550
Vezirköprü	20,000	108,301	4,297	5,036	4,100
Yakakent	60,000	9,376	0	56	10
İl Toplamı	1,703,000	1,136,677	22,567	70,543	20,195

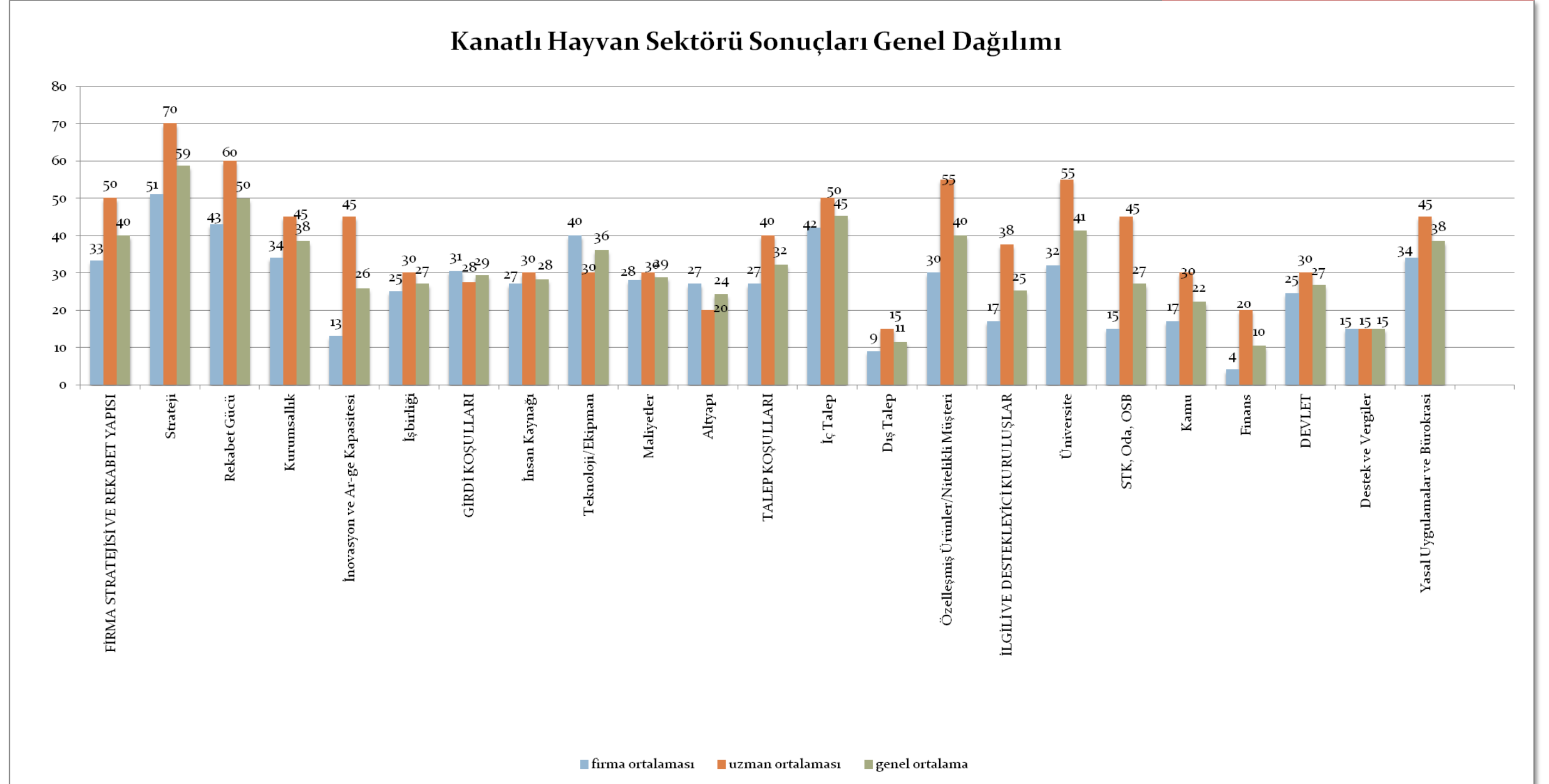
Kaynak: TİM,2008

Elmas (Diamond) Modeli Rekabetçilik Analizi

Samsun'da faaliyet gösteren kanatlı hayvanlar sektörüne ilişkin firma ve uzman görüşmeleri, mülakatlar ve literatür araştırması, saha çalışması verilerinin üzerine ortaya çıkan kanatlı hayvan sektörünün rekabet yeteneğinin zayıf (32/100) olduğudur. Aşağıdaki tablo gerçekleştirilen analizde başvuru değişkenleri ve bu değişkenlere ilişkin kanatlı hayvan sektörünün gözlemlenen performansını göstermektedir. Ana başlıklar Elmas Modelinin ana unsurlarını oluşturur, alt başlıklar ise, bu unsurlar incelenirken başvuru kriterlerdir.

TABLO 70: KANATLI HAYVAN SEKTÖRÜ REKABET ANALİZİ SONUÇLARI GENEL DAĞILIMI

çok zayıf 0-20	zayıf 20-40	ortalama 40- 60	iyi 60-80	çok iyi 80-100
-------------------	----------------	--------------------	--------------	-------------------



Firma Stratejisi ve Rekabet Yapısı (Ortalama)

Kanatlı hayvanlar sektörü firma stratejisi ve rekabet yapısı puanı 40'tır.

TABLO 71: KANATLI HAYVAN SEKTÖRÜ FİRMA STRATEJİSİ VE REKABET YAPISI DEĞERLENDİRMESİ



TABLO 72: KANATLI HAYVAN SEKTÖRÜ - FİRMA STRATEJİSİ VE REKABET YAPISI REKABET ÇARPANLARI



STRATEJİ

Bulduğumuz bölgede hem kanatlı eti, hem yumurta, hem beyaz et üreticileri bulunmaktadır. Beyaz et olarak düşünüldüğünde Samsun 2 adet büyük beyaz et üretici firmaya sahiptir.

Son yıllara kadar Samsun'da bulunan bu firmaların üretim modelleri çok iyi durumdaydı ancak yaşanan küresel kriz, kuş gribi, hormon söylentileri gibi kendi ellerinde olmayan sebeplerden sıkıntı yaşamış ve mecburen yeniden yapılanmaya gitmişlerdir. Bölgedeki büyük firmalardan biri konvansiyonel beyaz et üretimini durdurmuş ve organik yumurta ve et üretimine geçmiştir. Bu firma tüm organik yumurta piyasası içinde %70'e yakın bir pazara sahiptir. Firmanın hedefi hem organik yumurta hem de organik et de Türkiye'nin lider firması olmaktır. Firma bu hedefi doğrultusunda, pazar payını takip ederek kapasitesini büyütmektedir. Bir diğer büyük firma ise marka stratejisini takip ederek köklü bir markayı satın almış ve kullanılan kesimhanelerini modernize ederek Rusya'ya açılan 500 bin tonluk sektörden pazar bulma girişimine başlamıştır.

Bölgedeki küçük ölçekli işletmelerin hedefleri de yumurta üretimi ve besicilikte büyümektir. Yumurta üretimine yatırım yapan işletmeler dolayısıyla yem üretimlerini ve bölgedeki yem sanayini de desteklemektedir. Besicilikte büyümekle kastedilen ise besi alanlarının büyütülmesi ve yetiştirilen civciv sayısının iki katına çıkarılmasıdır. Kesimhanesi bulunan firmalar, besicilere de gerekli desteği vermektedir.

Özellikle üretici firmaların, bunlara ek olarak markalaşma hedefleri bulunmaktadır. Tüm bu bilgiler ışığında, firmalar stratejilerini, üretim için gerekli yatırım yapmak, besiciliğe önem vermek ve kurumsallaşma yolunda adımlar atmak olarak tanımlamışlardır.

Sektörde faaliyet gösteren firmaların değişen şirket yapılarına ayak uydurmaları için eğitim ve danışmanlık hizmetlerini almaları gerekmektedir. Büyük ölçekli firmalar yem, yumurta, tavuk gibi farklı konularla uğraştıkları için kendi bünyelerinde danışmanlık grubu bulundurmaktadır. Firmalar özellikle kesimhanelerdeki makine parkları için danışmanlarla çalışmaktadır. Bu firmalar ayrıca, bölgede işbirliği yaptıkları besicilere de ihtiyaçları doğrultusunda eğitim vermektedir.

Ayrıca Türkiye’de hızla gelişmekte olan kanatlı sektörü içinde var olabilmeleri için pazarlama, reklam, markalaşma konularında da eğitim ve danışmanlık hizmetleri almaları gerekmektedir. Marka kimliğini korumak için hali hazırda bu eğitimleri alan firmalar olduğu gibi, bu eğitim hizmetleriyle henüz tanımamış sektör firmaları da bulunmaktadır.

Firmalarda yönetime gelecek yeni nesil için de eğitim ve danışmanlık hizmetleri almaktadırlar. Faaliyet gösteren büyük ölçekli firmalardan biri organik tarımı pazarlama konularında Sabancı ve Koç grubuyla çalışmaktadır.

Sektördeki tüm firmalar gıda sanayi için çalıştıklarından hemen hemen hepsi, ISO ve HACCP gibi belgelendirme kuruluşları tarafından da eğitim hizmetleri almışlardır.

Bu sektörde iki önemli rekabet unsuru bulunmaktadır. Sektördeki en büyük problemlerden biri enerji diğeri de yem maliyetleridir. Kesimhanelerde kullanılan ekipman ve makinelerin hepsi otomatik makinelerdir ve elektrikle çalışmaktadır. Bu sanayiciye bir külfet getirmektedir. Diğer unsur olan yemi kendilerinin üretmesi ise firmalara rekabet üstünlüğü sağlamaktadır. Daha önce yem olarak kullanılan soya küspesi Çin ve Kazakistan'dan gelirken, firmalar bunları kendileri yetiştirmeye başlamıştır. Bu sektörde kilogram başına satış maliyetleri çok düşük olduğundan, yemciliğin avantajı fiyata yansımaktadır.

Elbette tüm yem çeşitlerinin firmalarca üretildiği söylenemez. Sektörde hammadde olarak kullanılan yem tamamen yerli üretim değildir ve çoğunlukla ithal edilmektedir. Dış pazarda zaten pahalı bir ürün olan yem, iç pazarda daha da pahalı hale gelmektedir.

Firmalar buldukları bölgenin lojistik avantajını yadsımamaktadır. Bölgedeki liman avantajını hammaddenin ucuz sevk edilmesi açısından çok faydalıdır. Fonksiyonel çalışan bir limanla nakliye ücretlerinin düşeceği ve dünya rekabetinde güç kazanacakları aşikârdır.

Sektördeki bir diğer rekabet unsuru da kesim gücüdür. Buna destek veren en önemli faktör beslediğiniz hayvan sayısıdır. Türkiye’de, günde 150.000 - 200.000 adet kanatlı hayvan kesen firma olduğu düşünüldüğünde, bölgedeki kapasiteleri belirli olan firmaların rekabet gücü daralmaktadır.

REKABET GÜCÜ

Samsun'da faaliyet gösteren sektör firmalarının rekabet avantajları hammadde temini, lojistik konum ve sahip olunan entegre tesislerdir.

Sektör firmalarının Samsun'da bulunmalarının avantajı, birçok tavuk yeminde kullanılan hammaddenin bölgede üretilme şansının olmasıdır. Türkiye'deki en büyük soya üretim bölgesi Samsun'dur. Tavuk yeminde önemli bir ölçüde kullanılan mısır üretiminde de Adana'dan sonra gelmektedir. Ancak bölgedeki sürekli nemin varlığı, ekimi yapılan mısırın kurutulmasında problem yaratmaktadır. Dolayısıyla tavuk yemi için kullanılan arpa, buğday ve mısır üretimi çok sınırlıdır. Firmalar kendi yemlerini üretmeye başlamış ve yumurta sektörünü de destekliyor olsalar da, bölgedeki çoğu işletmenin ölçeği küçük olduğundan bu avantajla beraber maliyetleri de artmaktadır.

Firmaların bölgede bulunmalarının bir diğer avantajı da şüphesiz ithalat ve ihracat durumunda liman unsurunun bulunmasıdır. Eğer yem dışarıdan getirilecekse, limanın varlığı firmalara büyük bir kolaylık sağlamaktadır çünkü iç piyasadan temin edilen hammadde nakliye bedellerini artırmakta ve firmalara maliyet açısından bir dezavantaj getirmektedir.

Burada bulunan firmaların bir diğer avantajı da tesislerinin entegre, arazi şartlarının üretime uygun ve burada ileriye dönük sanayi çalışmalarının olmasıdır. Yemi kendileri üretmekte ve kanatlı hayvanları kendi kesimhanelerinde işleyip, son ürün haline getirebiliyorlar. Bu firmalar burada damızlık ve kuluçkahaneleri de içinde barındırmaktadır. Ayrıca bu yapı ile ilgili başka bir avantaj da buradaki ürünlerin soğuk hava depolarında stoklanmadan taze olarak müşteriye sunulmasıdır.

Bu sektörde faaliyet gösteren firmaların dezavantajı İstanbul gibi bir pazara uzak oluşudur. Özellikle bu sektörde İstanbul'da yapılan satışlar sektör satışının %90'ını oluşturmaktadır.

Karadeniz bölgesinin hayvancılık anlamında gelişmemiş olmaması, tavukçuluk sektörü de büyümemiştir. Türkiye'de sektör için çalışan fason yetiştiricinin fazla olmasına rağmen, bölge insanı bu sektöre yatırım yapmamaktadır. Bu sektör kooperatiflerin yeni projeleri ve destekleriyle hareketlenmektedir.

Bu sektörün en önemli rakipleri Balıkesir, Ege, Çorum ve Konya bölgelerindedir.

KURUMSALLIK

Faaliyet gösteren firmalar önemli gıda sektörleri için çalıştıklarından ciddi denetimlere sahiplerdir. Sektöre girmek için öncelikle Tarım Bakanlığında kuluçkahane, kesimhane ve yem fabrikası ruhsatlarını temin etmek gereklidir. İşletme için de üretim izinleri, üretim sertifikaları, kesimhane yeterlilik belgeleri, hijyen belgeleri, kalite yönetim belgeleri gibi belgelerin de firmalar tarafından sahip olunduğu incelenmiştir. Bu belgelerle sektör zaten kendi kendini denetlemektedir. Dolayısıyla firmalar üretimde iyi olmak zorundadırlar.

Çoğu firmanın markasının tescilli olduğu, son ürün satanların ise 10 adetten fazla marka tescil belgesine sahip oldukları görülmüştür. Ayrıca mutlaka alınması gereken HACCP belgeleri, ISO 22000 gıda güvenliği sertifikası, TSE belgeleri ve ISO 9000 kalite yönetim sistemi belgelerini de sahiplerdir.

Sektör firmalarına kurumsallık için önemli olan yönetim tarzları açısından bakıldığında, sektör firmalarının çoğunun aile şirketi olduğu ve profesyonel bir yönetim kadrolarının bulunmadığı gözlemlenmiştir. İşletmelerin profesyonel bir yönetim kadrosu olmamakla beraber özellikle tanınmış görev ve yetkiler de bulunmamaktadır. Bu tarz yapılarda genellikle aile bireyleri bir araya gelerek şirketle ilgili kararları vermeye devam etmektedirler.

Firmalar, gıda sektörü için çalıştıklarından, her personel için mutlaka hijyen ve sağlık eğitimlerinden geçirmektedir. Üretim hattı dışında çalışanları içinde kişisel gelişim eğitimleri veren firmalara da rastlanmıştır. Bu eğitim hizmetlerini bölge dışından bir danışmanlık firmasından aldıkları da anlaşılmıştır. Firmalar çalışanların soyunma odaları, yemekhane, dinlenme odaları ve çalışma ortamlarında da iyileştirmeler yapmaktadır. Kesimhaneler ve kuluçkahaneler bölge olarak sosyal aktivitelere çok uygun olduğundan genelde beraber piknikler de yapmaktadır. Firmalar ayrıca çalışanlarına haftalık tavuk eti, yumurta dağıtımı gibi imkânlar da sunmaktadırlar.

Firmaların çoğu, TSE ve ISO kalite yönetim sistemleri gereği müşterilerinin şikâyetlerini takip etmekte ve sonuçlandırmaktadır. Gelen şikâyetler kayıt altına alınmakta ve firmalarca üretim ya da satış noktasına gidilip hemen müdahale edilmekte ve hatanın satıcıdan mı

yoksa pazarlanırken mi kaynaklandığını bulmaya çalışmaktadırlar. Nihayetinde, bu sektördeki en büyük kontrol tüketici kontrolüdür.

İNOVAŞYON VE AR-GE YAPISI

Samsun'da faaliyet gösteren çoğu kanatlı hayvan sektörü firmalarının ar-ge faaliyetlerinin olmadığı ancak yenilik faaliyetlerinin olduğu gözlemlenmiştir. Firmalardan birkaçı kendi içlerinde ürün ya da süreç inovasyonu için çalışmalar yapmıştır.

Sektör, kısa zamanda çok büyümüş ancak Samsun'daki firmalar bu büyümeye ayak uyduramamıştır. Bunun üzerine firmalar farklı bir üretim şekline girmeyi düşünmüş ve organik tarıma yönelmişlerdir. Yeminden, son ürün olan et ve yumurtasına kadar ürünlerin tamamını organik üretmeye başlamışlardır. Organik üretim yapan firmaların atıkları da organik olmaktadır. İşletmeler bu çıktılarını beton zeminlerde olgunlaştırarak organik gübre olarak yeniden değerlendirmektedir. Bu yolla, çevreye verilen kötü koku ve bazen içme suyuna karışabilen sızıntılar da önlenmiş olmaktadır.

Bir diğer sektör firması da, Omega3'lü ve Selenyumlu Organik Yumurta konseptini başlatan firmadır. Bu yenilikte de tavuğa selenyum ve omega3 yedirilmekte ve bu elementlerin tavuktan insana iz element olarak geçmesi sağlanmaktadır.

İŞBİRLİĞİ

Samsun kanatlı hayvan sektöründe faaliyet gösteren firmaların tedarik zincirinde çok karmaşık bir yapı bulunmamaktadır. Bu sektördeki yem fabrikaları besicilere yem üretmekte, besiciler hayvanları uygun koşullarda kesim gününe kadar beslemekte, kesimhaneye sahip firmalar eti üretmekte ve pazarlama faaliyetleriyle satış kanallarına ulaştırmaktadır.

Besiciler, damızlık firmalarından civciv almakta ve ekonomik ömür zamanı gelince bunları bölgedeki entegre firmalara satmaktadır. Bazıları da büyük ölçekli firmaların besiciliğini yapmaktadır. Civciv, hammadde büyük firmalarca temin edilerek besiciye verilmekte ve hayvanlar yeterli olgunluğa geldikten sonra kesilmek üzere tekrar aynı firmaya satılmaktadır.

Bölgesel işbirliği konusundaki faaliyetlerinden biri de ihtiyaçları doğrultusunda birbirlerinin kuluçkahane ve kesimhanelerini kullanmalarıdır. Büyük ölçekli firmaların İstanbul'da pazarlama faaliyetleri için işbirliği içinde oldukları firmalarda bulunmaktadır.

Yapılan anket çalışmasında kanatlı hayvan konusunda faaliyet gösteren firmalar arasındaki işbirliği seviyesi ortalama olarak belirlenmiştir.

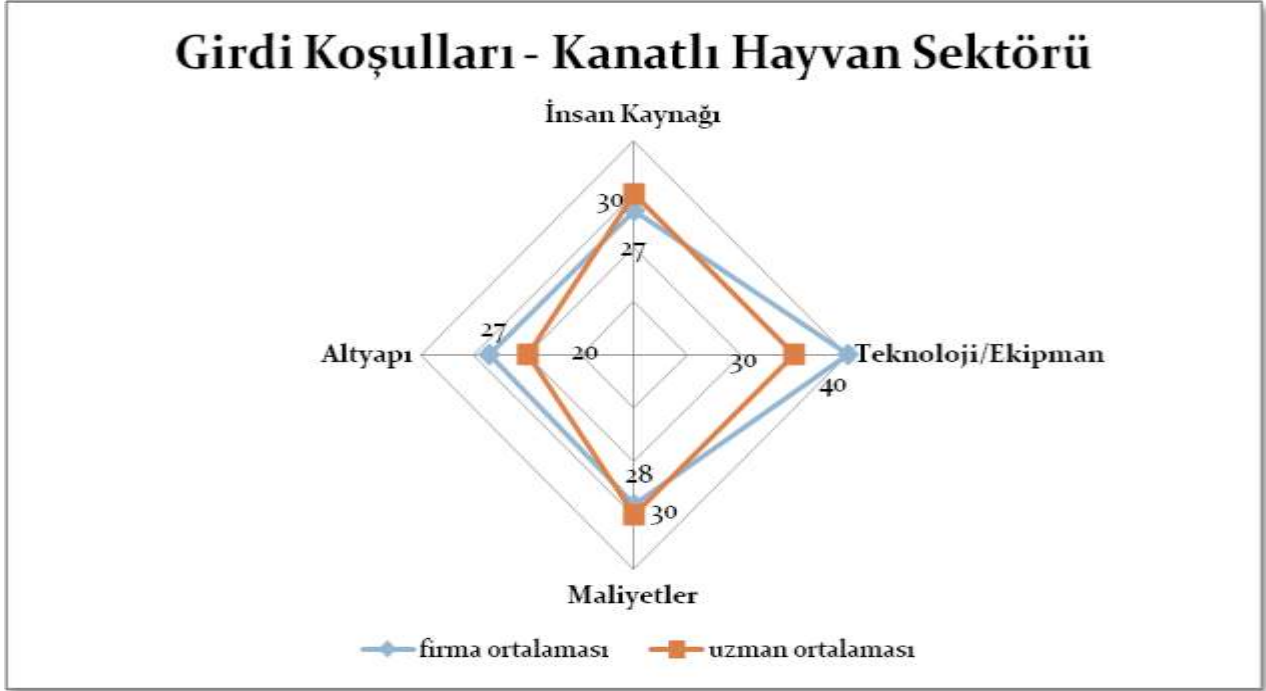
TABLO 73: Kanatlı Hayvan Sektöründe Samsun'da Faaliyet Gösteren Firmalar Arasındaki İşbirliği Kültürünün Seviyesi Anketi Sonuçları (Katılımcılar = 5 Sektör Firması + 2 Sektör Uzmanı)

Çok kötü	Kötü	Ortalama	İyi	Çok iyi
-	-	5	1	1

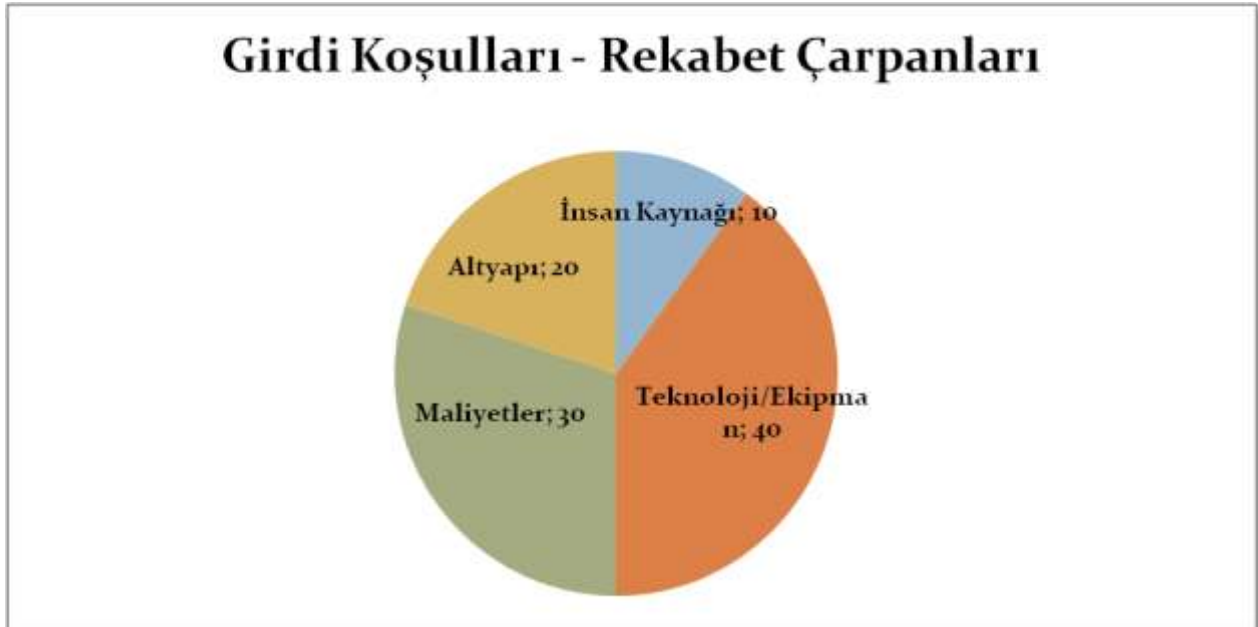
Girdi Koşulları (Zayıf)

Kanatlı hayvan sektörü girdi koşulları puanı 29'dur.

TABLO 74: KANATLI HAYVAN SEKTÖRÜ - GİRDİ KOŞULLARI DEĞERLENDİRMESİ



TABLO 75: KANATLI HAYVAN SEKTÖRÜ - GİRDİ KOŞULLARI REKABET ÇARPANLARI



İNSAN KAYNAĞI

Firmalar, sektördeki rekabet güçlerini artırmak için kalifiye eleman istihdam etmek istemektedir. Özellikle bulmakta zorluk çektikleri insan kaynakları uzmanlaşmış Veteriner ve Ziraat Mühendisleridir. Bölgede, Veterinerlik ve Ziraat Fakültesi faaliyet göstermektedir, ancak yeni mezunların yeterli eğitimleri ve pratikleri olmadığından saha çalışmaları da çok zayıf kalmaktadır. Tabii nitelikli insan kaynağı bulamayışlarının buldukları bölgenin çok sosyal bir bölge olmaması da etkendir.

Sektördeki firmaların diğer önemli sorunları da pazarlama problemleri ve üretim planlama sistemleridir. Yazın pikniğin başladığı dönemlerde bu sektör ürünlerinde ciddi şekilde fiyat artışı vardır. Dolayısıyla bu dönemlerde üretim arttırılır ama planlama yapılmadığından elde kalma problemleri olmaktadır. Bu planlamalar için gerekli insan kaynağını eğiten kurumlar mevcut olmadığından temini de yoktur.

Kesimhaneleri olan firmalarında, makine mühendisleri ve ara kalifiye eleman temininde sıkıntıları vardır. Firmalar kesimhaneler gibi mekanik ekipmanın fazla bulunduğu yerler için 2 yıllık mekanik mezunlarını işe almaktadır.

HAMMADDE

Sektördeki en önemli hammadde yem ve civcivdir. Bu sektördeki yem hammaddeleri arpa, buğday, mısır, soya ve ayçiçeğidir. Firmaların çoğu mısır ve soya üretimi yapmakta ancak bu üretim besicilik için yeterli gelmemektedir. Bu ürünlerin yem haline getirilmesi için karıştırılması ve satış haline getirilmesi için de yüksek teknolojilere ya da ekipmana ihtiyaç bulunmamaktadır.

Besicilerdeki havalandırma, ısıtma, kafes gibi sistemlerin temini tamamen yurtiçinden olmaktadır. Bu sektördeki ithal makine ve ekipmanlar kesimhanelerde yer almaktadır. Makinelerde kullanılan teknolojiler modern kesimhanelerde otomasyondur. Zaten eski makinelerle üretim olmayacağından kullandıkları teknoloji bu ekipmanların teknolojileridir.

Bu sektördeki bir başka dışa bağımlılık unsuru da damızlık tarafındadır. Her ne kadar damızlık civcivler Ankara'dan satın alınsa da bu civcivler ülkemize ithal olarak gelmektedir.

Firmalar, ithal edilen yemin temininde son zamanlarda sıkıntı çekmektedir çünkü zorunlu hale gelen analizler, özellikle de GDO analizleri, çok kontrollü yapılmakta ve denetimler çok sıkı tutulmaktadır. Firmalar bazen soyanın GDO analizi için 1 ay beklemektedir.

Kullanılan makine ve ekipmanın teminde hiçbir sıkıntı yaşanmamaktadır. Sadece kesimhanelerde kullanılan parçalama ve doğrama ekipmanları ithaldir ve çoğu Avrupa ülkelerinden temin edilmektedir. Bunun dışındaki tüm ekipman ve makine yerli üretilmektedir. Kuluçkahanelerde kullanılan her türlü teçhizat da Çorum, İzmir gibi bölgelerdeki firmalardan temin edilmektedir.

MALİYETLER

Firmaların maliyetlerini en çok etkileyen unsurun hammadde olduğu ortaya çıkmıştır. Hammadde temininin çoğu yurtdışından yapıldığı için, limanın varlığı firmalara büyük bir kolaylık sağlamaktadır çünkü iç piyasadan temin edilen hammadde nakliye bedellerini artırmakta ve firmalara maliyet açısından bir dezavantaj getirmektedir. Bu sektörde kilogram başına satış maliyetleri çok düşük olduğundan, ana girdi olan hammaddenin ucuzlatılması firmalara avantaj getirecektir.

Kullanılan makine ve ekipmanlar yem, besicilik ve kesimhaneler olarak farklılık göstermektedir. Besicilikte ve yem üretiminde kullanılan makine ve ekipmanların maliyete çok etkisi olmazken, kesimhanelerde kurulan kesme-parçalama-doğrama hatlarının ilk yatırım ve güncellenme maliyetleri yüksektir.

Maliyetlerdeki en yüksek kalemlerden biri de enerjidir. Besicilerde kümeslerdeki uygun yaşam şartlarını sağlamak için gereken ısıtma-soğutma gibi havalandırma şartlarını üreten makineler elektrikle çalışmaktadır. Özellikle bölgede yaşanan elektrik problemleri beslenen hayvanlarda hayati önem taşıdığından, firmalar jeneratörler kullanmaktadır. Dolayısıyla bu konudaki problemler firmaları ciddi zararlara uğratmaktadır. Kesimhanelerde ise otomasyonlu makinelerin tamamen elektrige dayalı olduğu düşünülürse, enerjinin ürün maliyetinde çok önemli payı olduğu görülmektedir.

Bu sektörde bina ve arsa fiyatları maliyetlere etki etmemektedir. Besiciler ve kesimhaneler şehir dışında, Sanayi Bölgeleriyle de alakalı olmayan alanlarda kurulduğundan yakındaki

yerleşimlerdeki iş gücünü kullanmakta dolayısıyla büyük arazilerde kurulan bu tesislerin maliyetlerinde bina ve arazi fiyatları ile insan kaynağının etkisi bulunmamaktadır.

ALTYAPI

Firmaların kuluçkahane ve kesimhaneleri için ulaşımda herhangi bir sıkıntı yoktur. Firmalar buldukları bölgede dağıtım ve verimi dengesiz olan elektrik, su, kanalizasyon ve internet altyapısı gibi yapıların kesinlikle iyileştirilmesini talep etmektedirler. Mevcut olan internet hattı çok zayıftır ve firmalar bu konuda sürekli sıkıntı yaşamaktadır. Bu tesislerin doğal olarak şehirden uzak bir yerde yapılmaları gerektiğinden buldukları yerleşimde elektrik, kesim-parçalama işlemlerinde kullanılan bol su ve kanalizasyon gibi altyapı sistemlerinin bulunmasını gerekmektedir. Çoğu, kesimhane atıklarını organik gübre olarak tekrar değerlendirdiklerinden çevresel problemleri bulunmamaktadır.

Sektör için bölgedeki avantaj limanı kullanabilmektir. Sektördeki firmalar istediklerinde limanı kullanabilmekte ancak dönemsel olarak gemi gelmediği zamanlarda nakliyelerini karayoluyla göndermektedirler. Samsun'da bulunmanın en büyük avantajı tüm ulaşım yollarını kullanabilmektir.

Bölge dezavantajı, pazar sayısının ve alanının çok dar olmasıdır. Bugün Balıkesir'de üretim yapan firmaların İstanbul gibi dev bir pazara yakınlığının avantajları bulunmaktadır.

Sektörde kullanılan teknolojiler, Avrupa'da Hayvan Haklarının yürürlüğe girmesiyle beraber her geçen gün artmaktadır. Kümesçilikte kullanılan en son teknoloji, kümes havasını ısıtan baloncuklu sistemlerdir. Bu düzen içerideki havayı homojen olarak tavanda karıştırıp aşağı vermekte, dolayısıyla kümes içinde ısı farklılığı oluşturmayan sistemlerdir. Kesimhanecilikte gelişen teknolojileri makine ve ekipman kuran firmalar yönlendirmektedir. Firmaların kapasite talepleri doğrultusunda genellikle Avrupalı üreticiler burada gelip sistemlerini kurmaktadır. Böylece kötü ya da eski teknolojili bir kesimhane kurma şansınız olmamaktadır. Dolayısıyla firmalar kesimhanelerinde güncel teknolojiyi kullanmaktadırlar.

Sektöre, Ziraat Bankası aracılığıyla hayvancılık ve yemle ilgili bir sürü kaynak bulunmaktadır. Krizlerden dolayı faizlerde yaşanan problemler dolayısıyla firmalar zorluk çekmişlerdir. Kuş gribi ya da hormon problemi söylentileri dolayısıyla da bu sektörde problemler yaşanmıştır. Sektör için verilen Tarım Bakanlığı ve Avrupa Birliği teşvik ve destek

kredilerinden de bahsedilebilir. Bu kuruluşlar ayrıca kesimhane modernizasyonlarına da bir miktar hibe vermektedir ancak bu hibeler küçük firmalar için önem arz etmektedir, büyük ölçekli firmalar bu desteklerden yararlanamamaktadır.

Bölgeye destek amacıyla kurulan Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı'nın da belirli faaliyetler için sektöre desteği bulunmaktadır.

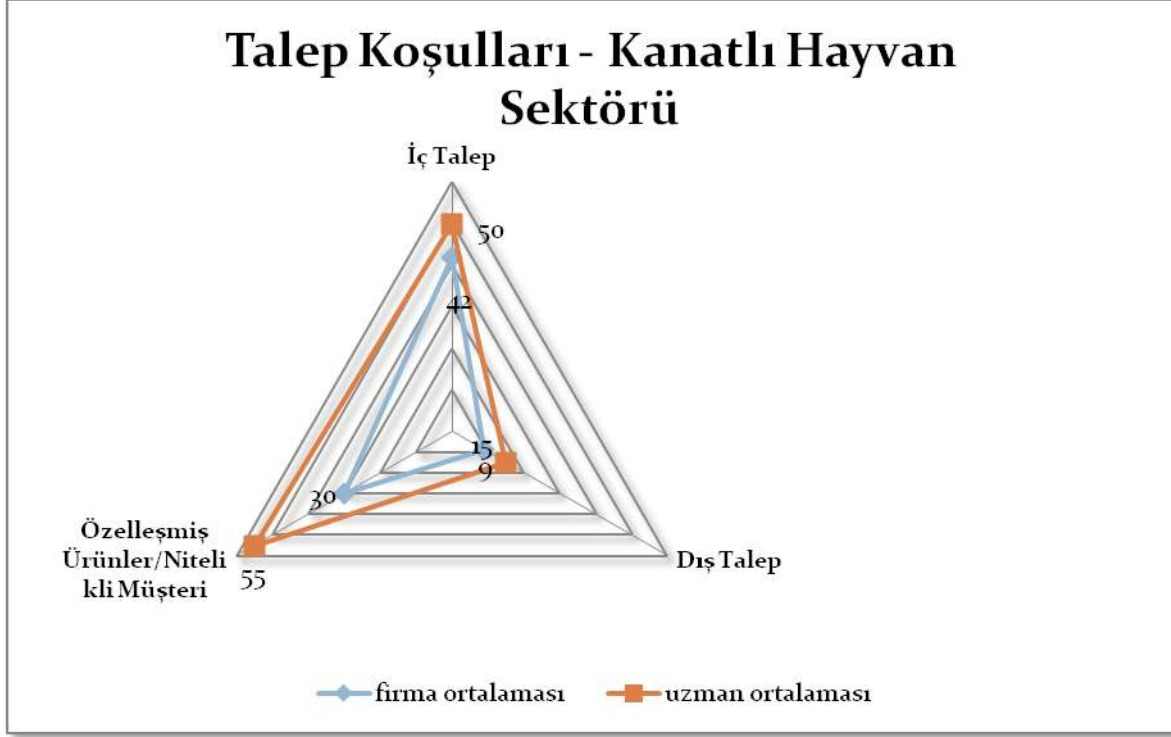
Firmalar, bölgelerine ve kesimhanelerine ulaşımın çok önemli olduğunu düşünmektedir. Artık dünyanın vazgeçilmez teknoloji altyapılarından biri haline gelen internet erişiminde kesimhanelerin bulunduğu tesislerde kurulu arıtma tesislerinde kullanılan yüksek miktarda suyun temininde ve ulaşımında yapılacak her türlü iyileştirmenin kendilerini bir adım daha öne götürecekleri kanısındadırlar. Bunların dışında dalgalanmasız bir elektrik hattı ve doğalgaz varlığı firmaların en önemli rekabet avantajları olacaktır.

Ayrıca başka bir altyapı iyileştirme talepleri de sektörde kredi kullanan firmaların, anaparayı ödemiş olmalarına rağmen hala işleyen faizler nedeniyle sıkıntıda oldukları yönündedir. Borçlarının yeniden yapılandırılmasını beklemektedirler. Rekabet gücü için faiz oranlarının da sektöre uygun hale getirilmesini istemektedirler.

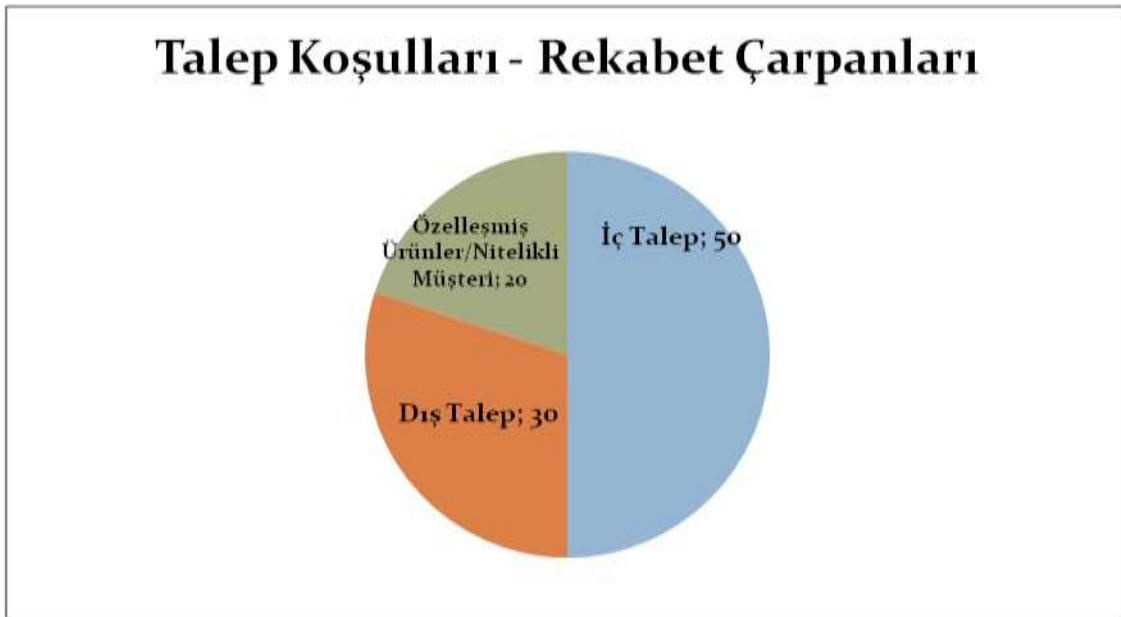
Talep Koşulları (Zayıf)

Kanatlı hayvanlar sektörü talep koşulları puanı 32'dir.

TABLO 76: KANATLI HAYVAN SEKTÖRÜ - TALEP KOŞULLARI DEĞERLENDİRMESİ



TABLO 77: KANATLI HAYVAN SEKTÖRÜ - TALEP KOŞULLARI REKABET ÇARPANLARI



İÇ TALEP

Bu sektördeki firmalar son kullanıcılar ve özel sektör için hizmet vermektedir. Sektördeki devlet alımı sadece Askeriye tarafından yapılmakta, ancak oranı diğer taleplere göre çok düşük kalmaktadır. Sektör firmaları devlet ihalelerini de takip etmemektedir. Yem firmaları ürünlerini kanatlı ve büyükbaş hayvan besicilerine ve süt endüstrisi toptancılarına, besiciler canlı hayvanları kesimhane firmalarına, entegre tesislerde işlenen ürünler de son kullanıcının beğenisi için marketlere satılmaktadır.

Faaliyet gösterdikleri alanın gıda sektörü olduğu düşünüldüğünde, yapılan tüm satışlarda firmaların gıda sektörü üretim izin ve faaliyet belgeleri ön şart olarak aranmaktadır. Tedarik zinciri ele alındığında, yemciler için herhangi bir ön şart aranmazken, besicilerden hayvanların ek kilo alımını gösteren FC değerleri istenmektedir. Entegre tesislerin satın alma önkoşullarında ise gıda koşulları ve üretim tesisi ile ilgili her türlü sertifikanın yanında Helal Gıda Sertifikası da aranmaktadır. Tüketici açısından bakıldığında, belli bir kitle yeni ürünlerden eski tavukların tadını beklediğinden ve organik üretimler o eski tadı verdiğinden, üretimin organik olup olmadığını da araştırmaktadır.

Türkiye pazarında sadece yem satışlarında pazar payı çok büyük olmamakla beraber bir Kore firması faaliyet göstermektedir. Bu firma dışında kanatlı hayvan ve yumurta sektöründe yurtiçi pazara satış yapan yabancı firmalar bulunmamaktadır.

DIŞ TALEP

Samsun Kanatlı Hayvan sektöründeki firmaların ihracat yaptıkları ülkeler genellikle komşu ülkeleridir. Bu sektördeki en önemli alıcılar Irak, İran ve Çin'dir. Bu ülkelerin dışında Özbekistan, Türkmenistan ve Gürcistan'a da hizmet vermektedirler.

Sektör firmaları bu sektörde pazar potansiyeli en yüksek ülkeleri Rusya, Çin, İran, Irak ve Avrupa Birliği ülkeleri olarak görmektedir. Bu ülkelerin bazılarında ihracat gerçekleştirmekte ve kanunların müsaade ettiği şekilde bu ülkelerde yeni müşteriler aramaktadırlar. Yapılan literatür araştırmaları kanatlı hayvan pazarında Amerika, Brezilya, Fransa ve Rusya'nın çok önemli pazarlar olduğu yönündedir.

Yurtdışı pazarlarda satın alma şartlarında çok farklı ön şartlar bulunmaktadır. Firmaların kendileri için çok büyük bir pazar olarak gördüğü Rusya'nın satın alma ön şartları, Avrupa Birliği Standartlarının üzerindedir. Rusya, Türkiye'den ithal edeceği kanatlı hayvan etleri için kendi veterinerlik bölümlerince denetlenerek akredite edilen 5 kesimhanenin kullanılması zorunluluğunu getirmiştir. Bu kesimhaneler Banvit, Erpiliç, Şekerpiliç, Keskinoğlu ve Şenpiliç'in kesimhaneleridir. Diğer firmalar Rusya'ya ihracat yapmak için bu firmaların kesimhanelerini kullanmak ve kesimhaneyi kullandığını belgelemek zorundadırlar.

Sektörün, ihracat yaptığı diğer ülkeler İslam ülkeleri olduğundan kesinlikle Helal Gıda Sertifikası istemektedir. Bu ülkeler Türk firmalarını özellikle, İslam ülkesi olduğumuz için seçmektedir. İran satın alımlarında direkt heyet göndermekte ve kontrolleri kendi uzmanlarınca yerine getirmektedir.

Samsun'da faaliyet gösteren firmalarda ihracat için planlama yapan bir insan kaynağı bulunmamakta ve dolayısıyla firmaların ihracat kotaları gibi unsurları da yoktur. Sektördeki firmaların en büyük sorunlarından biri de ihracat konusunda ne yapmaları gerektiğini bilmemeleridir. Bu sektörde kilogram başına satış maliyetleri çok düşük olduğundan sırf ihracat yapmış olmak için yapılmamalı, ihracattaki malınızın size kar olarak geri dönmesi gerekmektedir. Çok düşük hatta deşmeyecek kar marjları bulunduğundan, firmalar ihracat konusuna çok sıcak da bakmamaktadırlar. Dünyadaki pazarın büyüklüğü ve Türkiye'nin kapasitesi düşünüldüğünde, bu sektörün ihracatta ivme kazanması için Türkiye'de de, Brezilya ve Fransa'daki gibi ihracatta verilmiş olan ton başına desteğın arttırılması gerekmektedir.

Ayrıca, Avrupa Birliği ülkeleri için geçen sene izin verilen ihracat konusunda bir fiyasko yaşanmıştır. Avrupa Birliği ülkeleri pişmiş kanatlı hayvan eti ihracatına izin vermiş ancak sonra çeşitli sebepler göstererek ihracatı durdurmuştur.

Bu sektörde yurtdışındaki en önemli rakipler Brezilya, Fransa ve Amerika ülkelerindeki firmalardır.

ÖZELLEŞMİŞ ÜRÜN VE NİTELİKLİ MÜŞTERİ

Bu sektörde tüketici bilinci yüksektir. Müşteriler ürünü satın alırken özellikle sağlıklı ürünler satın aldıklarını bilmek istemektedir. Ürünlerde kimyasal maddelerin kullanılmış olmasını istememektedir. Konvansiyonel tavukçulukta, herhangi bir yerde yetişen kimyasal gübreye beslenen tavuk besinlerinde yaprak biti gibi hasat edilmemiş ürünler ya da yemlerde kullanılan ilaçlar bulunmakta ama organik ürünlerle beslemede böyle bir durum bulunmamaktadır. Sonuçta hayvana yedirilen ürünler arasında ciddi farklar vardır. Müşterilerin organik ürünü tercih etmeleri sağlıklı beslenmeye olan eğilimdir. Tabii ki katkı maddesi olmadan üretilen ürünlerin yararları ve eski tavukların lezzetini geri getirmeleri tercih edilmelerinde de önemlidir.

Sektördeki müşteri bilinci, özellikle kuş gribinden sonra çok değişmiştir. Müşterilerin satın alma kriterleri bölgesel olarak değişmiştir. İstanbul'da yapılan satışlar daha çok markalar üzerine kuruluyken, bölgede kullanım şekline göre değişmektedir. Örneğin, İstanbul Bebek'te parça ürünler rağbet görürken Samsun'da tam tavuk rağbet görmektedir.

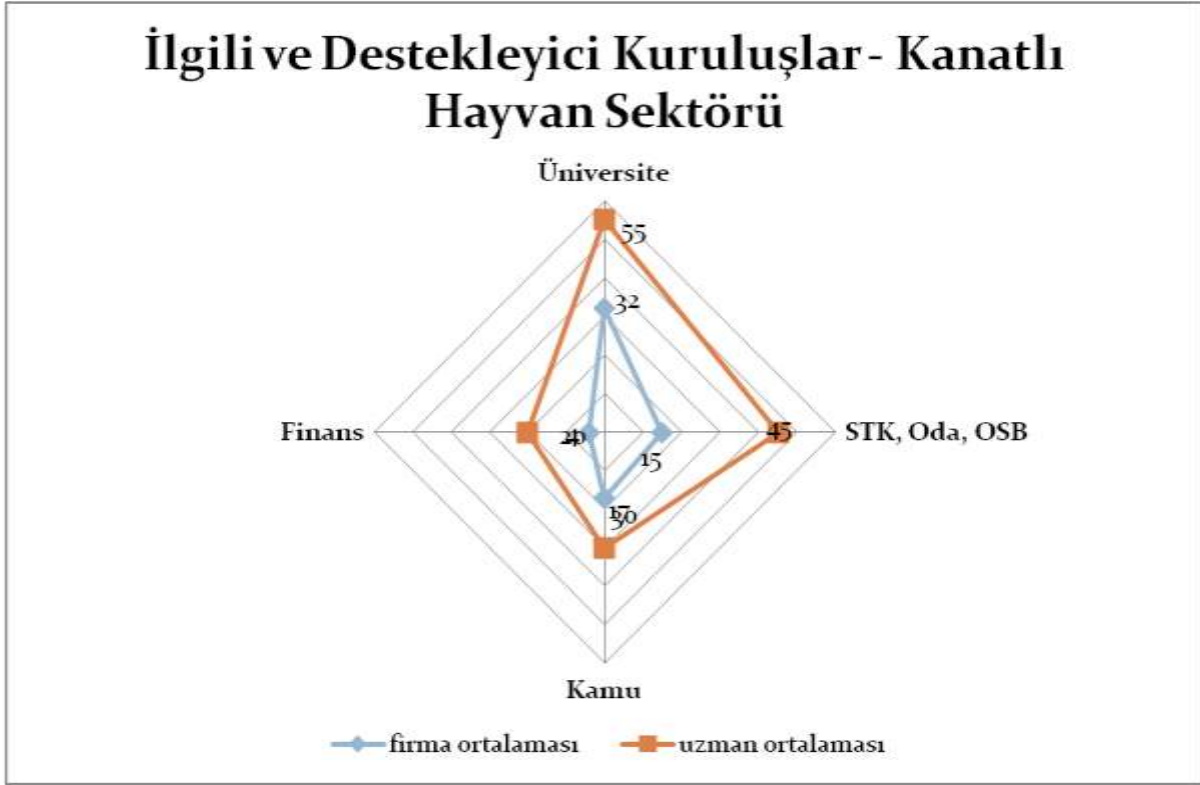
Kanatlı hayvan sektöründeki yenilenme sadece ileri işlem ürünlerinde gerçekleşmektedir. Bu pazardaki yenilenme sıklığı müşteri taleplerine ve ürün satış adetlerine göre değişmektedir. Bunun yanında organik et ve yumurtalar da şu anda yeni ürünlerdir.

Firmalar müşterilerin talep ve beklentilerini, sahip oldukları belgelendirme sertifikalarının yönetimi ya da bayi ve market görüşleri vasıtasıyla toplamaktadır. Firmalar talep ve beklentilerin değerlendirmesini daha çok gözlem ve deneyimlerine göre yapmaktadırlar. Yani bütün tavuğun parçalanması müşteri talebine göre yönlenmektedir. İlkbaharın ve ardından yazın gelmesiyle başlayan mangal mevsimi tavuğun kanat, but gibi parçalara bölünerek satılmasını, kış ise göğüs eti şeklinde satılmasını gerektirmektedir.

İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar (Zayıf)

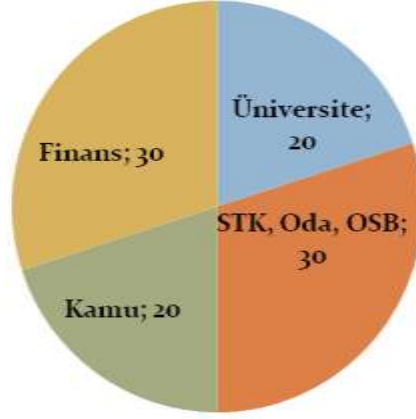
Kanatlı hayvan sektörü ilgili ve destekleyici kuruluşlar puanı 25'tir.

TABLO 78: KANATLI HAYVAN SEKTÖRÜ - İLGİLİ VE DESTEKLEYİCİ KURULUŞLAR DEĞERLENDİRMESİ



TABLO 79: KANATLI HAYVAN SEKTÖRÜ - İLGİLİ VE DESTEKLEYİCİ KURULUŞLAR REKABET ÇARPANLARI

İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar - Rekabet Çarpanları



ÜNİVERSİTE

Sektörde üniversite ile işbirliğinin varlığından söz edilebilir. Üniversite'deki Ziraat ve Veterinerlik Fakülteleri firmalara araştırma imkânları sunmaktadır. Üniversite ayrıca kendi kadrosunun araştırma ve çalışmalarının denemeleri için sektör firmalarını da kullanmaktadır. Şu anda firmaların üniversite ile ilgili çalışmaları yeni bir damızlık materyali elde etmek konusundadır. Bu çalışmalar neticesinde firmaların kuluçkahaneleri üniversiteden akademisyenler tarafından deneme amaçlı kullanılacaktır. Ayrıca, akademisyenler öğrencilere saha çalışması için firmalara da getirmekte ve uygulamalı dersler yapmaktadır. Üniversitede, Tarımsal ve Hayvansal Ürünler Bölümü ile Bafra'da Organik Tarım Meslek Yüksek Okulu mevcuttur.

Sektöre yönelik çalışmalar yapan akademisyen ya da danışmanlar mevcuttur. Üniversitedeki Veterinerlik ve Ziraat Fakültelerinde çok yetenekli ve ulusal bazda sözü geçen akademisyenler bulunmaktadır. Ayrıca sektördeki bazı firmalar kesimhane ve kuluçkahaneleri ve özellikle de organik üretimle ilgili özel danışmanlarla da çalışmaktadır.

STK – ODA – OSB

Samsun'daki işadamlarının genellikle bağlı buldukları sektörün derneklerine üye oldukları gözlemlenmiştir. Ancak üye oldukları dernekler genellikle ulusal derneklerdir. Bölgesel anlamda sadece besicileri için Kavak Kümesler Birliği kuruluşu mevcuttur. Ancak bu kuruluşun şu anda bir faaliyeti yok.

Bu sektöre yönelik en önemli iki sivil toplum kuruluşu Besd-Bir (Beyaz Et Sanayicileri ve Damızlıkçılar Birliği) ve Yum-Bir (Yumurta Üreticileri Merkez Birliği)'dir. Bu iki önemli kuruluş Türkiye'deki önemli firmaların birleşmesi sonucu kurulmuşlardır. Üreticilerin çoğu Organik Üreticiler Derneği'ne, Ankara merkezli Yem Sanayicileri Birliği'ne ve Tavukçuluk Platformu'na da üyelerdir. Bu birlikler üretim projeksiyonları, sektör sorunları, teknolojik gelişim ve üyeler arası iletişimin geliştirilmesi üzerine kurulmuştur. Bu birlikler firmaların rekabet yeteneklerini geliştirmeye çalışmaktadır.

Büyük ölçekli firmalar Sanayi ve Ticaret Odasının sektör üzerine raporlar hazırladığını bilmektedir. Bu raporlar kümeslerin modernizasyonu ve Rusya'nın kanatlı et ihtiyacının karşılanmasını kapsayan projeleri içermektedir. Küçük ölçekli firmalar ise Ticaret ve Sanayi

Odasının faaliyetleri hakkında bir bilgiye sahip değillerdir. Kurumun kendilerine hiçbir destek ve önerilerinin bulunmadığını kendilerinden sadece aidat talep ettiklerini düşünmektedir.

KAMU

Samsun'daki bu bölgede markalaşma, pazarlama ya da inovasyon konusunda faaliyet gösteren kurumlardan sadece KOSGEB bulunmaktadır. KOSGEB her bölgede olduğu gibi burada da kendi faaliyetlerini yürütmektedir. Markalaşma, fuar desteği ve pazarlama konularında faaliyetler verilmekte ancak firmalar başvuru ve ilerleme prosedürlerinin çok uzun ve yorucu olmasından dolayı desteklere başvurmamaktadır.

Firmaların kamu ile ilgili bağlarından biri de yapılan denetimlerdir. Sektör denetimleri Sağlık Bakanlığı, Çevre Bakanlığı, Tarım İl Müdürlükleri, İl Sağlık Müdürlükleri ve Kalite Sertifikası Kuruluşları tarafından yapılmaktadır. Özel olarak yapılan denetimler, organik tarım ve hayvancılık için organik üretim sertifikalarını denetleyen kuruluşlardır. Toplam 12 adet organik tarım sertifika kuruluşu bulunmakta ve bunlar Tarım Bakanlığına bağlı çalışmaktadır. Firmalar bu denetim süreçlerindeki iletişim seviyelerinde ve denetçilerin yaklaşımlarında bir sorun görmemektedir.

FİNANS

Bölgede, Ziraat Bankası'nın sektöre olan desteği ve imkânları dışında bankaların firmalara özel imkânlar sağlamadığı görülmektedir. Yapılan saha çalışmasında bankaların sektör için değil, firmayı tanıyıp mali yapısını bildiklerinden dolayı imkânlar sağladıkları görülmüştür.

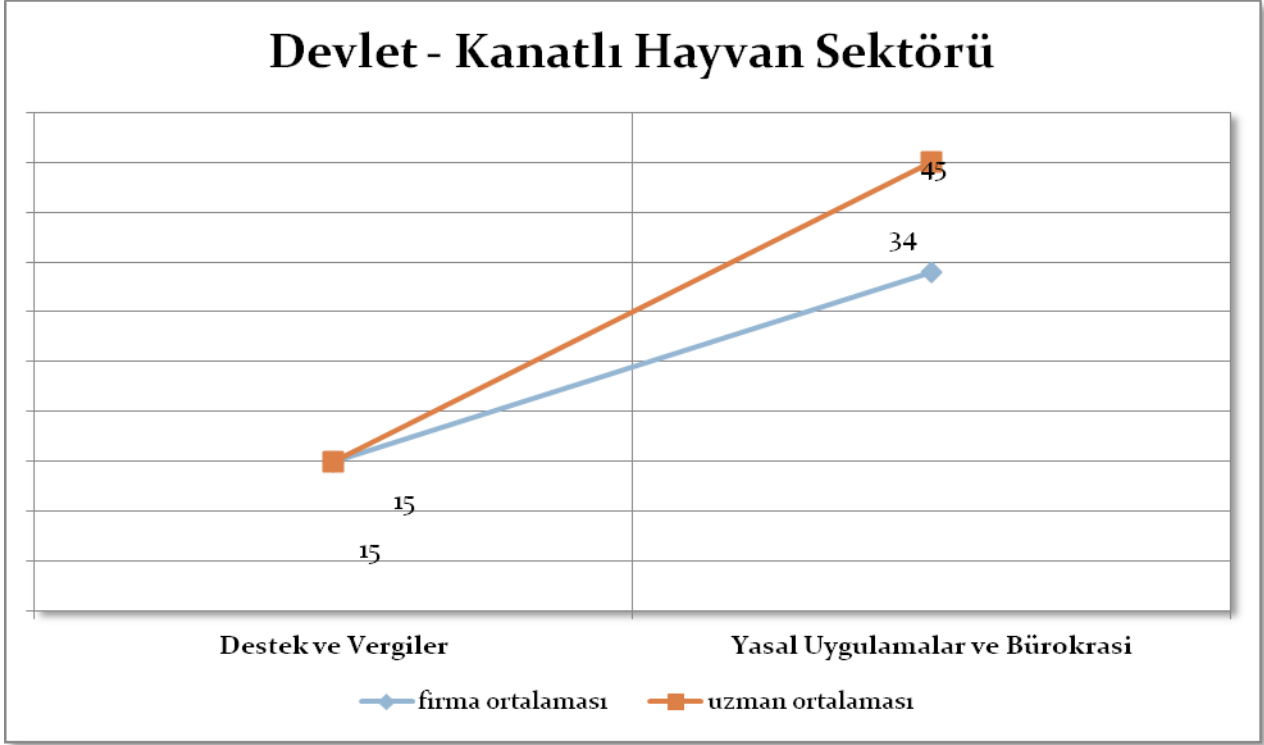
Firmaların çoğunun devletin ar-ge, markalaşma ve ihracat desteklerinden haberdar olmadıkları görülmüştür. Firmalardan bazılarının Ziraat Bankası'nın çeşitli kredileri, bölgede faaliyet gösteren Orta Karadeniz Kalkınma Ajansının destek faaliyetleri ile Kosgeb'in etkinlikleri de ilgilerini çekmektedir. Markalaşma konusunda firmaların kendi faaliyetleri bulunmaktadır.

Bu sektöre, TÜBİTAK gibi kurumların finansal destekleri olsa da, verilen destek miktarının düşüklüğü ve kurumun bu destekleri proje bazında ve akademik proje koordinasyonluğunda istemesi firmalara zor gelmektedir.

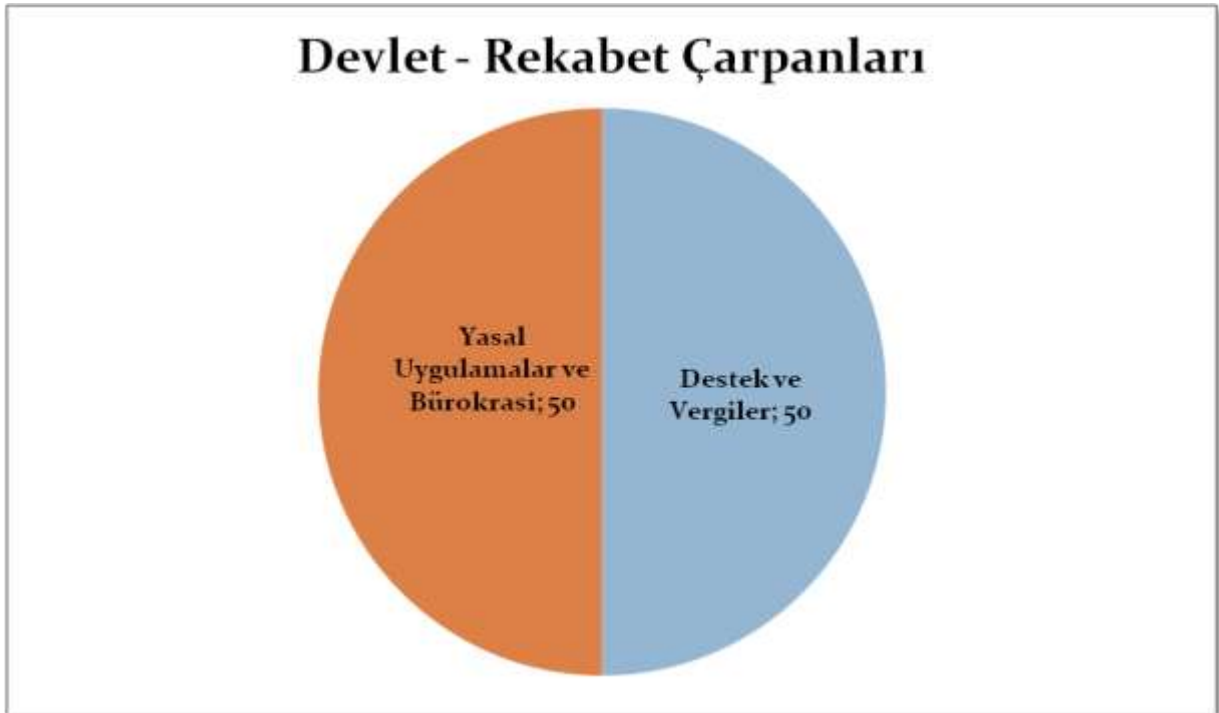
Devlet (Zayıf)

Kanatlı hayvanlar sektörünün devlet koşulları puanı 27'dir.

TABLO 8o: KANATLI HAYVAN SEKTÖRÜ - DEVLET KOŞULLARI DEĞERLENDİRMESİ



TABLO 8i: KANATLI HAYVAN SEKTÖRÜ - DEVLET KOŞULLARI REKABET ÇARPANLARI



DESTEKLER VE VERGİLER

Sektörde alınan özel bir vergi uygulaması yoktur. Ancak, firmalar dünya ile rekabet edebilmek için yürürlükte olan vergi oranlarının da düşürülmesi görüşündedirler. Özellikle elektrik ve enerji giderlerinin düşürülmesini beklemektedirler. Türkiye'nin gelişmişlik oranına göre çıkartılan bir plan doğrultusunda, çevre illerdeki firmaların sosyal güvenlik ödemelerinin %70'i devlet tarafından karşılanmakta ve elektriği de bölgeye göre uygun kullanmaktadır. Samsun'daki firmalar bu plan çerçevesindeki uygulamalardan yararlanamamakta ve çevre illerde üretim yapan rakipleri daha uygun şartlarda satış yapmaktadır.

Firma görüşmelerinde sosyal güvenlik için yapılan ödemelerin sektörü etkilediği belirlenmiştir. Sektörde vasıfsız işçi fazladır; öyle ki sadece kümes kontrolü için kümeste bekleyen çalışan bulunması gereklidir. Dolayısıyla bu ve benzeri ödemelerin maliyetlerine etki ederek rekabet güçlerini körelttiği anlaşılmaktadır.

Sektör firmaları yurtdışı pazarlardaki ortam düşünüldüğünde ihracat durumunda kar edebileceklerini düşünmemekte ve dolayısıyla yabancı ülkelere açılmak için herhangi bir kurumdan destek almamaktadır. İGEME, sektörün dış pazara açılmasında çeşitli faaliyetlerde bulunmakta hatta ihtisas fuarlarına katılım için destek de vermektedir. Ancak, firmaların çoğu bu destekten yararlanmamaktadır.

Samsundaki sektör firmaları devletin sağladığı sektör teşvik ve desteklerinden haberdar oldukları ve ihtiyacı olan firmalar için çok yararlı buldukları gözlemlenmiştir. Ancak firmalar bu destek ve teşviklerin bölgesel olarak ayrılmadan herkese eşit şartlarda sunulması gerekliliğine inanmaktadır.

Firmalar, ihracat konusunda devletin ton başına verdiği desteği de yetersiz bulmaktadır. Ülkemizde ton başına destek 26 USD iken bu rakam yurtdışında 500 USD civarına çıkmaktadır. Bu sektöre destek verilmek isteniyorsa verilen destek rakamlarının tekrar gözden geçirilmesi gerekmektedir. Bu rakamlar sektördeki firmaların rekabet gücünü köreltmektedir.

Ayrıca Samsun'a Broiler (et tavuğu) teşviki verilmemiş, sadece yumurta teşviki verilmiştir. Bu durumda firmaların et tavuğu sektöründe rekabet etmesi de zorlaşmaktadır.

YASAL UYGULAMALAR VE BÜROKRASİ

Sektördeki firmaların rutin işlerinde devlet kurumlarıyla görüşme sıklığı oldukça fazladır. Damızlıkta veya kesimhanede bir sürü prosedür bulunmaktadır. Devlet kurumlarının mutlak evrak istekleri vardır. Firmalar da bu durumdan ve evrak prosedüründen hoşlanmamaktadır.

Firmaların rutin işlerinde çok fazla denetim vardır. Firmalar her 6 ayda 1 yem denetimine, kuluçkahane ve kesimhaneler de ortalama 2 ayda 1 Tarım Bakanlığı yetkililerince denetlenmektedir.

Firmalar gerekli izinleri almak için yaklaşık 4-5 ay uğraşmaktadır. Özellikle gübre kurutma tesisleri izin belgeleri için Ankara'da yürütülen prosedür 5-6 ay sürmektedir. Markalarınızla ürünü satabilmeniz için izin belgeniz olması da gerekmektedir. Firmaların Türkiye'deki rakiplerine göre kapasiteleri düşünüldüğünde bu işler firmalara çok zor gelmektedir.

Sektördeki firmalar AB üyeliğinin sektördeki standartları kesinlikle değiştireceğine inanmaktadır. Bu durumda kriterler artacağını ve çalışma sistemlerinin değişeceğini, kontrollü bir sistemin geleceğini ancak bunun bürokrasinin artacağını düşünmektedirler.

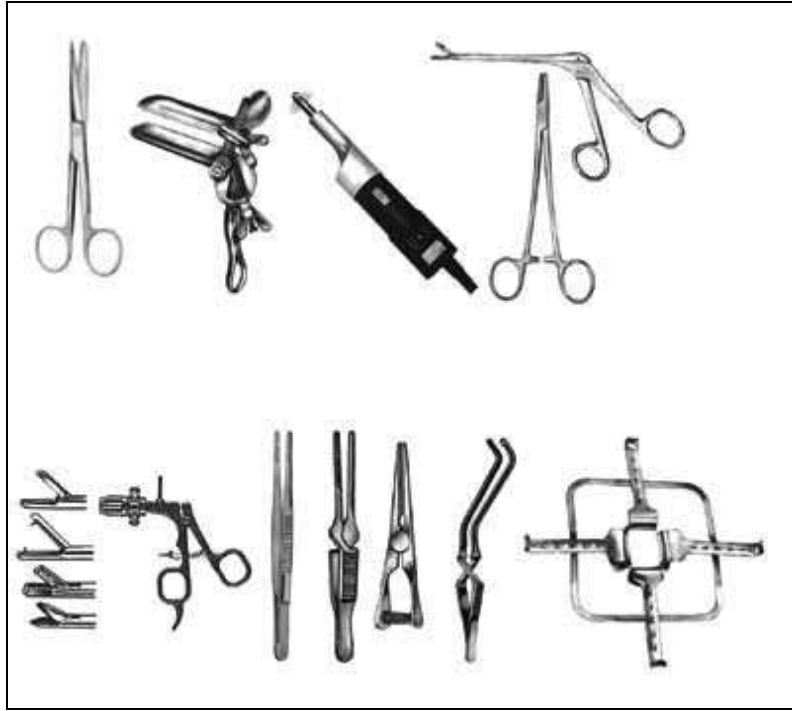
Bu görüşün aksine, bazı firmalar da Avrupa Birliğine girmenin sektörü çok olumlu etkileyeceği görüşündedir. Türkiye'de Avrupa Birliği standartlarını aşmış tek sektörün beyaz et sektörü olduğunu ve çoğu Avrupa Birliği ülkesinden daha iyi kalitede ürünler ürettiklerini düşünmektedirler.

Yumurtacılıkta, bu süreçten sonra, gelişen Hayvan Hakları yasaları ile birlikte kümes tipi hayvancılığın eskisi kadar kabul görmeyeceği ve 2015 yılından sonra kümes tipi uygulamaların da kaldırılacağı bilinmektedir. Bu tarihten sonra kümesleri tepeleme değil, tavukları kümeslere belli aralıklarla yerleştirmek zorunda kalacaklardır.

Çoğu sektörün etkilendiği Çin faktöründen bu sektör etkilenmemektedir. Hatta bölgedeki bazı firmalar Çin'e tavukayağı ihracatında da bulunmaktadır.

Sektörde kayıt dışılık oranı özellikle 2005'teki kuş gribi vakasından sonra azalmaya başlamıştır. Sektörde sadece besicilikte, şirketleşme olmadığından kayıt dışı işlemler gerçekleşmektedir.

MEDİKAL CİHAZLAR VE ALETLER SEKTÖRÜ REKABET ANALİZİ



30.12.2010

Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin
Rekabet Analizi

Giriş

Tıbbi cihazlar yaklaşık 2500 yıllık tarihleri boyunca, tıbbın da ilerlemesine paralel olarak sürekli gelişim göstermiştir. 11. yüzyılda İbn-i Sina, ilk kez tıp ve cerrahiye ayrı ayrı ele almış, o dönemde genelde kaçınılan cerrahi operasyon örnekleri vermiş, hatta ameliyatlarda kullanılmak üzere birtakım cerrahi el aletleri tavsiye etmiştir. İbn-i Sina'nın yanında tarih boyunca birçok Türk bilim adamı cerrahi el aletleri icat etmiş, üretmiş veya ürettirmiştir. Elektriğin icadıyla hızlanan bu gelişme, 19. yüzyılda stetoskop, dişçi delgisi gibi aletlerin yapılmasıyla tıptaki ilerlemeyi tetiklemiştir. Tıbbi cihazlardaki gelişim günümüzde kullanılan modern teknolojiler sayesinde akıl almaz boyutlara ulaşırken, sektörün dünya ekonomisi içindeki yerinin istikrarlı büyümesi ve dışsal şoklardan nispeten daha az etkilenmesi, hükümetleri ve yatırımcıları üretime yöneltmiştir. Bugün, dünyada en fazla pazar payına sahip ABD'yi AB ülkeleri, özellikle Almanya, İngiltere ve Fransa ile Japonya ve günden güne ilerleyen Çin izlemektedir.

Medikal aletler; insanda kullanıldıklarında aslî fonksiyonunu, farmakolojik, kimyasal, immünolojik veya metabolik etkiler ile sağlamayan; fakat, fonksiyonunu yerine getirirken bu etkiler tarafından desteklenebilen ve insan üzerinde bir hastalığın, yaralanmanın, sakatlığın tanısı, tedavisi, izlenmesi ve kontrol altında tutulması, hafifletilmesi veya mağduriyetin giderilmesi, anatomik veya fizyolojik bir işlevin araştırılması, değiştirilmesi veya yerine başka bir şey konulması, doğum kontrolü veya sadece ilaç uygulamak amacıyla üretilmiş, tek başına veya birlikte kullanılabilen, amaçlanan işlevini yerine getirebilmesi için gerekiyorsa bilgisayar yazılımı ile de kullanılan ve cansız hayvanların dokularından da elde edilen ürünler dâhil olmak üzere, her türlü araç, alet, cihaz, aksesuar veya diğer malzemeler olarak yapılmıştır. (Sağlık Bakanlığı, 2007)

Medikal cihazlar, içerisinde neredeyse 300.000'den fazla ürünü barındıran çok geniş bir ürün yelpazesine sahiptir. Bunlar ana başlıklar olarak, tüm tıbbi görüntüleme sistem ve cihazları, ameliyathanedeki tüm cihazlar, solunum cihazları, cerrahi alet ve cihazlar, protez dişler, tıp, cerrahi ve dişçilikte kullanılan mobilya ve aksesuarları, elektro teşhis cihazları ve aksesuarları, dişçiliğe özgü alet ve cihazlar, benzeri steril dikiş malzemesi, göz ile ilgili tıbbi alet ve cihazlar, dişçi tornaları, x ışınli cihazlar, suni eklemler, protezler, ses ve işitme

cihazları, optik tıbbi cihazlar, tek kullanımlık sarf malzemeleri, radyoterapi sistemleri, fizik tedavi cihazları, biyokimya, moleküler biyoloji, hematoloji, genetik ve mikrobiyoloji cihazları olarak sayılabilir.

Türkiye ise ağırlıklı olarak ithalatla karşıladığı tıbbi cihaz ihtiyacına, yalnızca bunun yaklaşık %15'i kadar yerli katkı ile cevap verebilmektedir. Yüksek standartlara sahip cihazların ülkeye girmesi, yerli üretimdeki kaliteyi arttıran bir etken olmasına karşın, kalitesiz ve düşük sınıf malların ülkeye girmesi de devlet eliyle korunamayan yerli üreticinin rekabet gücünü azaltan, üreticiyi zora sokan ve üretimi daraltan bir tehdit olarak sektörün karşısına çıkmaktadır. Oysa Türkiye'deki öncü firmalar ulaştıkları ürün kalitesiyle, ihracat yaptığı ülkelerdeki artan güvenilirlikleri ve genişleyen pazarlarının yanı sıra, diğer yerli üreticilere de örnek olarak sektörün geleceği için umut vaat etmektedirler.

Son yıllarda ekonomideki yerini daha da sağlamlaştıran ve dikkatleri üzerine daha fazla çeken tıbbi cihaz sektörü, önümüzdeki yıllarda ihracatta ciddi atılımlar yapabilecek azımsanamaz bir işgücü ve tesis potansiyeline sahiptir.

Dünya Medikal Sektörünün Genel Durumu

Dünyada Medikal Cihazlar ve Aletler Sektörü en hızlı gelişen sektörler arasındadır. Bu sektöre öncelik veren bir politika izleyen ülkelerin, kısa sürede gelişmişlik düzeyinde büyük aşama kaydettiğine ilişkin pek çok örnek gösterilebilir. Son yıllarda hızla kalkınan Uzak Doğuda Çin, Hindistan, Avrupa’da ise Almanya, Fransa, İtalya, İngiltere medikal sektöründe doğru politikalar izleyerek ulusal ekonomilerine önemli katkılar sağlamışlardır. Bu politikaların temelinde ar-ge’ye verilen önem ve desteğin önemli bir yer tuttuğu görülmektedir. 2007 yılında medikal sektörü toplam dünya ihracatı 148 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. ABD, Japonya, Almanya, Fransa, Çin, İtalya, İngiltere, İrlanda, Hollanda, Meksika, önemli medikal ihracatçısı ülkelerdir. Türkiye’nin dünya medikal sektörü ihracatı içindeki payı yaklaşık %0.1 düzeyindedir. Medikal sektörü dünya ithalatının değeri ise 2007 yılında 150 milyar doların üzerindedir. Dünya ithalatında önemli ülkeler arasında ABD, Almanya, Hollanda, Japonya, İngiltere, Fransa, Çin, Kanada yer almaktadır. Dünya medikal sektöründe gelişmiş ülkeler, sektörün en büyük satım ve alımını yapan ülkelerdir. Bunun yanı sıra gelişmekte olan ülkelere, Çin, Meksika, Rusya, Hindistan ve Malezya’nın sektörde önemli bir yer edinmeye başladıkları ve dış ticaret paylarını artırdıkları görülmektedir. (İGEME, 2008)

TABLO 82: DÜNYA İHRACATINDA ÖNDE GELEN ÜLKELER VE İHRACAT DEĞERİ

Gtip No:	ÜRÜN ADI	Dünya İhracatı 2008(bin \$)	Başlıca İhracatçı Ülkeler
3005	Tıpta, cerrahide, dişçilikte kullanılan gaz bezleri, bandajlar vb. maddeler	4.962.072	Çin, İngiltere, Almanya, ABD
3006	Cerrahide, dişçilikte kullanılan steril malzemeler	9.249.574	Belçika, ABD, Almanya, İrlanda
3407	Dişçilikte kullanılan alçı esaslı müstahzarlar	381.077	Almanya, ABD, İsviçre, Hollanda
370210	X ışınları için filmler	333.925	ABD, Belçika, Japonya, Arjantin
401410	Prezarvatifler	370.526	Tayland, Malezya, Hindistan, ABD
401511	Cerrahide kullanılan eldivenler	673.610	Malezya, Çin, Almanya, Sri Lanka
7017	Camdan laboratuvar ve eczane eşyası ile sağlığı koruyucu eşyalar	813.724	Almanya, ABD, İngiltere, Japonya
841920	Tıbbi, cerrahi veya laboratuvar sterilizatörleri	1.024.037	ABD, Almanya, İtalya, İsveç,

8713	Engelliler için tekerlekli koltuklar ve diğer taşıtlar	1.020.390	Çin, Tayvan, ABD Almanya, İsveç
9012	Mikroskoplar (optikler hariç), difraksiyon cihazları	1.422.778	Japonya, Hollanda ABD, Almanya
9018	Tıpta, cerrahide, dişçilikte ve veterinerlikte kullanılan alet cihazlar (sintigrafi cihazları, diğer elektromedikal cihazlar ve göz testi cihazları)	69.406.496	ABD, Almaya, Hollanda, Japonya
9019	Mekanoterapi cihazları, masaj cihazları, psikotekni cihazlar, ozonoterapi, oksijenoterapi, aeroterapi, suni tenefüs veya diğer terapik tenefüs cihazları	6.526.024	Çin, Almanya, ABD, Avustralya, Fransa
9020	Diğer tenefüs cihazları ve gaz maskeleri	1.105.354	ABD, İngiltere, Almanya, Fransa
9021	Ortopedik cihazlar (koltuk değnekleri, cerrahi kuşaklar ve fitik bağları dahil); cebireler, gutyerler ve kırıklara mahsus diğer cihazlar, protez organlar, işitme cihazları, diğer cihazlar)	30.531.788	ABD, İsviçre, İrlanda, Fransa, Hollanda
9022	X ışınli, alfa, beta vey agama ışınli cihazlar	17.969.294	Almanya, ABD, Hollanda, Fransa
9402	Tıpta, cerrahide, diş hekimliğinde ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar	2.382.667	Almanya, ABD, Çin İtalya, Fransa
TOPLAM		148.173.336	

Kaynak: (İGEME, 2008)

TABLO 83: DÜNYA İTHALATINDA ÖNDE GELEN ÜLKELER VE İTHALAT DEĞERİ

Gtip No:	ÜRÜN ADI	Dünya İhracatı 2008(bin \$)	Başlıca İhracatçı Ülkeler
3005	Tıpta, cerrahide, dişçilikte kullanılan gaz bezleri, bandajlar vb. Maddeler	4.943.357	Almanya, ABD, Fransa, İngiltere
3006	Cerrahide, dişçilikte kullanılan steril malzemeler	8.943.892	ABD, Almanya, İngiltere, Fransa
3407	Dişçilikte kullanılan alçı esaslı müstahzarlar	477.362	Almanya, ABD, Fransa, Kanada
370210	X ışınları için filmler	365.402	ABD, Meksika, Çin Brezilya, Hindistan
401410	Prezarvatifler	492.247	ABD, İngiltere, İtalya, Fransa
401511	Cerrahide kullanılan eldivenler	1.151.251	ABD, Almanya, İngiltere, Fransa
7017	Camdan laboratuvar ve eczane eşyası ile sağlığı koruyucu eşyalar	1.023.832	Tayvan, Almanya, ABD, Belçika
841920	Tıbbi, cerrahi veya laboratuvar sterilizatörleri	823.512	ABD, Rusya, Fransa Almanya, Kanada
8713	Engelliler için tekerlekli koltuklar ve diğer taşıtlar	1.064.705	ABD, Almanya, İngiltere, Fransa

Bu rapor innoCentric tarafından Samsun İl Özel İdaresi için "Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi" Projesi kapsamında hazırlanmıştır. ©2010

9012	Mikroskoplar (optikler hariç), difraksiyon cihazları	1.311.822	ABD, Hollanda, Çin, Japonya
9018	Tıpta, cerrahide, dişçilikte ve veterinerlikte kullanılan alet cihazlar (sintigrafi cihazları, diğer elektromedikal cihazlar ve göz testi cihazları)	71.046.608	ABD, Almanya, Hollanda, İngiltere, Japonya
9019	Mekanoterapi cihazları, masaj cihazları, psikotekni cihazlar, ozonoterapi, oksijenoterapi, aeroterapi, suni tenefüs veya diğer terapik teneffüs cihazları	6.901.510	ABD, Japonya, İngiltere, Almanya, Fransa
9020	Diğer teneffüs cihazları ve gaz maskeleri	1.015.823	Almanya, Kanada, Abd, Fransa
9021	Ortopedik cihazlar (koltuk değnekleri, cerrahi kuşaklar ve fitik bağları dahil); cebireler, gutyerler ve kırıklara mahsus diğer cihazlar, protez organlar, işitme cihazları, diğer cihazlar)	31.807.126	ABD, Fransa, Almanya, Hollanda, Japonya
9022	X ışınli, alfa, beta vey agama ışınli cihazlar	17.581.056	ABD, Çin, Fransa Almanya, Hollanda
9402	Tıpta, cerrahide, diş hekimliğinde ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar	2.478.698	ABD, Almanya, İngiltere, Fransa
TOPLAM		151.428.203	

Kaynak: (İGEME, 2008)

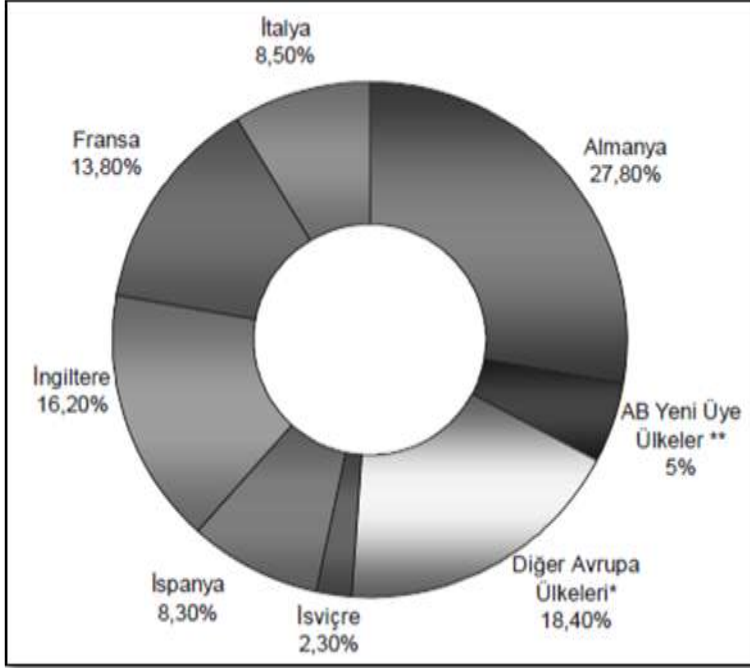
Küresel sağlık ekipmanları ve sarf malzemeleri pazarı 2008 yılında % 6,5 oranında büyüyerek 296 milyar ABD doları büyüklüğe ulaşmıştır. Küresel pazarın 2004 ile 2008 yılları arasında yıllık bileşik büyüme oranı % 6,8'dir. 2008 yılındaki toplam gelirlerin % 41'ini temsil eden, kullandıktan sonra atılan ekipman ve sarf malzemeleri, küresel sektörün lokomotif segmentidir. Pazarın bölgesel dağılımına bakıldığında Amerika kıtası, % 34,4'lük paya sahip Avrupa'yı geride bırakarak, 2008 yılı pazar büyüklüğünün % 46,7'sini elinde bulundurmaktadır. 2013 yılının sonuna kadar, pazarın 2008 ile 2013 yılları arasındaki beş yıllık dönemde kademeli olarak yavaşlayarak % 3,3'lük bir yıllık bileşik büyüme oranı ile, 349 milyar ABD dolarına ulaşacağı tahmin edilmektedir. (Datamonitor, 2009)

Tıbbi Cihaz Sektörü Avrupa'da son derece büyük öneme sahip yaklaşık 11,000 üreticinin faaliyet gösterdiği bir sektördür. Bu üreticilerin % 80'i KOBİ'lerdir ve Avrupa'da sektörün yıllık büyümesi ortalama % 6'dır. Toplam satışların yaklaşık %8'i ARGE yatırımlarına dönüşmektedir. AB ve EFTA ülkelerinde toplam 529,000 çalışan vardır. 72,6 milyar avro'luk Avrupa pazarının aşağı yukarı %28'i Almanya'nın elindedir. Takip eden ülkeler ise İngiltere, Fransa ve İtalya'dır.

Bu rapor innoCentric tarafından Samsun İl Özel İdaresi için "Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi" Projesi kapsamında hazırlanmıştır. ©2010

Sektörün ülkelerde yarattığı istihdam incelendiğinde, Almanya ve İngiltere yine ilk iki sırada görülmektedir. Hemen arkasından da Fransa, İsviçre, İtalya, Romanya ve İsveç gelmektedir. İsveç, Avrupa’da tıbbi cihaz sektöründe çalışanların % 3,5’lik bölümünü istihdam ederken, İsveç’te ihracat gelirlerinin % 9’u tıbbi cihaz sektöründen sağlanmaktadır.

TABLO 84: 2007 AVRUPA’DA MEDİKAL CİHAZ SANAYİ’NDE ÜLKELERİN PAYI



Kaynak: (EUCOMED, 2008)

Türkiye’de Medikal Sektörünün Genel Durumu

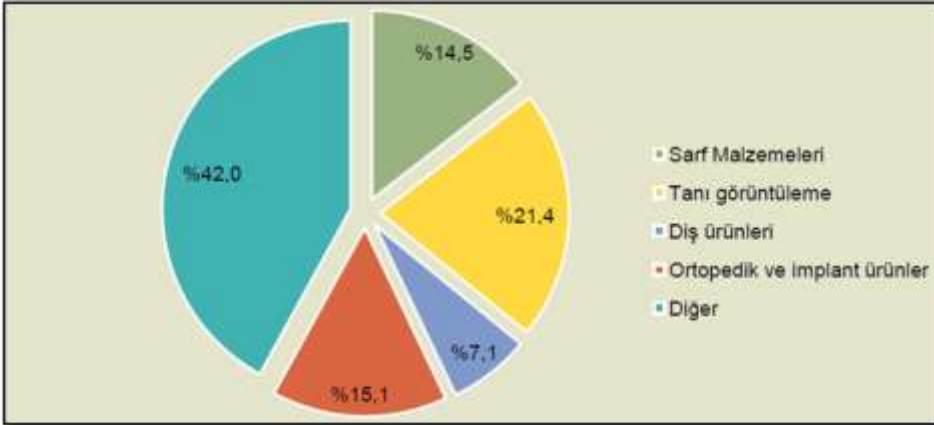
Diğer ülkelerle kıyaslandığında, “Medikal Cihazlar ve Aletler” sektörünün yaklaşık 50 yıllık geçmişi ile oldukça genç olduğu gözükmemektedir. Ülkemizde Medikal Cihazlar ve Aletler sektöründe faaliyet gösteren firmaların sayısı 3315 olup; bunların 1087 tanesi üretici, 1841 tanesi ithalatçı ve 387 tanesi de hem üretici hem de ithalatçıdır. (Sağlık Bakanlığı UBB Verileri 2009)

Medikal aletler ve cihazlar sektörü son yıllarda hem üretim hem dış ticaret potansiyelini hızla artıran sektörlerin başında gelmektedir. Yüksek teknoloji sektörleri içerisinde değerlendirilen medikal sektörü, son yıllardaki hızlı gelişmesine paralel olarak ürün gamında da yenilikler yapmaktadır. Yerli üretim, araştırma ve teknoloji düzeyinin henüz istenilen seviyeye ulaşmamasına rağmen sektörün yeni ürün üretim kapasitesi gün geçtikçe gelişmektedir.

Türkiye’de Medikal Cihazlar ve Aletler pazarı kademeli olarak büyümekte ve dünyadaki ilk 30 pazar arasında yer almaktadır. 2008 yılında, toplam sağlık harcamalarına genel bütçenin yaklaşık % 3,1’ini ayıran Türkiye’de tıbbi ekipman ve sarf malzemeleri pazarının büyüklüğünün 1,3 milyar ABD doları olduğu hesaplanmaktadır. (Espicom Business Intelligence, 2008)

2009 yılında, pazar büyüklüğünün önceki yıllarla kıyaslandığında % 21,4 azalarak, 1,1 milyar ABD dolarına gerilediği ve toplam sağlık harcamalarının sadece % 2,2’sini oluşturduğu tahmin edilmektedir. Ülke, 15 ABD doları olan kişi başına harcama miktarı bakımından, dünya ortalamasının altında yer almaktadır. (Espicom Business Intelligence, 2009)

TABLO 85: KATEGORİLERE GÖRE TÜRKİYE MEDİKAL CİHAZ PAZARI



Kaynak: (Espicom Business Intelligence, 2009)

Çok sayıda yerli medikal cihaz ve alet üreticisi bulunmasına rağmen, Türkiye çok az miktarda medikal cihaz ve alet üretmekte ve değer açısından bakıldığında, medikal cihaz ve alet ihtiyacının yaklaşık % 85'i yurt dışından karşılanmaktadır. Yerli tedarikçiler genellikle bandaj ve enjektör gibi düşük teknoloji ürünlerinin imalatına odaklanmış durumdadır. 2007 yılında Türkiye'ye en çok medikal cihaz tedarik eden ülke olan ABD, %30,2'lik payı ile Türkiye'nin en büyük ithalat kaynağını oluşturmuştur. ABD'den tedarik edilen başlıca ürünler arasında ortopedik ve implant ürünlerle sarf malzemeleri yer almaktadır. 2007 yılında % 24'lük payı ile Almanya ikinci en büyük tedarikçi olup, diş ürünleri alanına (diğer alanların yanı sıra) büyük ölçüde hakimdir. İthalat yapılan diğer önemli ülkeler arasında Çin, Japonya ve İtalya bulunmaktadır. 2007 yılında yapılan toplam ihracatın % 15,6'sını oluşturan diş ürünleri, Türkiye'nin ihraç ettiği medikal ürünler içinde en büyük paya sahiptir. (Espicom Business Intelligence, 2008)

Türkiye birçok komşu ülkeden daha fazla ihracat yapmaktadır, ancak toplam tutar halen oldukça düşük bir seviyededir. İhracat yapılan önemli ülkeler arasında Almanya, Fransa, Belçika ve İngiltere yer almaktadır. Türkiye'nin 2007 yılında tıbbi cihazlar sektöründeki ticaret açığı, yaklaşık 971 milyon ABD doları olarak kaydedilmiştir. (Espicom Business Intelligence, 2009)

Sektörün genel görüntüsü sağlık sisteminin modernize edilmesine ve AB standartları ile uyumlu hale getirilmesine, bunun yanında özel hastanelerin ve diğer sağlık kuruluşlarının yaygınlaşmasına bağlı olarak değişecektir. Bunlara ek olarak, uzun vadede Türkiye'nin AB'ye

katılması sonucunda, üye ülkelerle yapılan ticaret de artacaktır. 2013 yılının sonuna kadar, tıbbi cihazlar segmentinin büyüklüğünün 1,4 milyar ABD dolarına ulaşacağı tahmin edilmektedir. (Espicom Business Intelligence, 2009)

Ürün çeşitliliği sürekli artan medikal sektöründe ürün grupları itibariyle, tıbbi görüntüleme sistem ve cihazları, ameliyathane cihazları, solunum cihazları, cerrahi alet ve cihazlar, protez dişler, kateterler, kanuller vb. aletler, tıp, cerrahi ve dişçilikte kullanılan mobilya ve aksesuarları, vücudun diğer suni parçaları, elektro teşhis cihazları, ozonoterapi, oksijenoterapi ve diğer terapik cihazlar ve aksesuarları, dişçilikte kullanılan mobilyalar, mekanoterapi, masaj, pisikotekni ve test cihazları, dişçiliğe mahsus alet ve cihazlar, steril katkıları, benzeri steril dikiş malzemesi ve hemostatlar, göz tıbbi ile ilgili alet ve cihazlar, dişçi tornaları, tıbbi/cerrahi ve laboratuvar sterilizatörleri, x ışıklı cihazlar ve suni eklemler, protez ve ortezler, ses ve işitme cihazları, optik tıbbi cihazlar, tek kullanımlık sarf malzemeleri, radyoterapi sistemleri, fizik tedavi cihazları, biyokimya, moleküler biyoloji, hematoloji, genetik ve mikrobiyoloji cihazları bulunmaktadır.

Ülkemizde üretilen ürün gamı olarak, taş kırma cihazları, ameliyat masaları, ameliyat lambaları, anestezi cihazları, hasta başı monitörleri, elektrokoter, jinekolojik masalar, cerrahi aspiratörler, oksijen verme cihazları, röntgen cihazları, buhar ve kuru hava sterilizatörleri, kan alma koltukları, tıbbi gaz sistemleri, santrifüj, karıştırıcılar, hasta yatakları, sedyeler, dişçi üniteleri, hastane bilgi sistemine yönelik donanım ve yazılımlar, cerrahi aletler ve sterilizasyon kapları, kalp ve damar cerrahisinde kullanılan tubing set, kardiyopleji setleri ve kanülleri, drenaj, intraket, stent, kateter ve sondalar, kan basıncı transdüseri, i.v. set, kan ve kan ürünleri, almaverme setleri, kan torbaları, ameliyat ve muayene eldivenleri, ameliyat iplikleri, ameliyat örtüleri ve katkı, gazlı bez ve pamuk, ortopedik protezler, ortopedik onarım malzemeleri, röntgen banyo solüsyonları, diş hekimliği onarım malzemeleri, şırıngalar, iğneler, tıbbi maskeler, inkübatörler, santrifüjler, su distile cihazları, kan saklama dolapları, iklimik test kabinleri, elastik bandajlar, bio taşıyıcılar, defibrillatör, hidrofilik üriner kateter, cerrahi sütürler, serum setleri sayılabilir.

Ülkemizde bu sektörde faaliyet gösteren firma sayısında son yıllarda artış görülmekte, ancak, üretim ve ihracat yapan firma sayısının sınırlı olduğu gözlenmektedir. Sektör temsilcileri medikal sektöründe 6000 civarında firmanın faaliyette bulunduğu ve bunlardan 2500'ün üzerindeki firmanın tedarikçi olduğunu belirtmektedir. Sektörde 450 civarında orta

Bu rapor innoCentric tarafından Samsun İl Özel İdaresi için "Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi" Projesi kapsamında hazırlanmıştır. ©2010

ve büyük ölçekli firmanın yaklaşık 100 tanesi üretici ve ihracatçı firma olup geniş bir yelpazede üretim faaliyetinde bulunmaktadır. Bu firmalarımızın ağırlıklı olarak Ankara, İzmir ve İstanbul'da faaliyetlerini sürdürdükleri görülmektedir. Ancak, Anadolu'da Samsun ve Sivas gibi bazı şehirlerimizde de medikal ürün kümeleri oluşmaya başlamıştır

Türk sağlık sektörünün gelişmesi, yeni ve özel hastane sayısındaki artış, kaliteli sağlık hizmeti talebinin artması, teknolojiye yenilikler ve bunun gibi daha birçok faktör ülkemizde medikal sektörün gelişimine ivme kazandırmaktadır.

Medikal sektörde faaliyette bulunan firmalarımız müşteri beklentilerini karşılayabilmek, verimliliklerini artırabilmek, AB uyum sürecinde başarılı olmak ve yasal gereklilikleri oluşturabilmek için kalite sistemi kurmayı ve bunu belgelendirmeyi amaçlamaktadırlar. TS EN ISO 13485 standardı tıbbi cihazlar için kalite yönetim şartlarını kapsayan uluslararası bir standarttır. ISO 9001:2000 standardının proses modeli üzerine kurulan TS EN ISO 13485, TS EN ISO 14001 ve TS 18001 (OHSAS) gibi yönetim sistemleri ile de uyumludur. TS EN ISO 13485:2003 standardı, TS EN ISO 13485:2002 ve TS EN ISO 13488:2002 standartlarının yerine hazırlanmıştır.

Sektörde firmaların birçoğunun bu standartla birlikte CE işaretine sahip olduğu görülmekte, ayrıca, özellikle GMP, GHP gibi standartlar ile ABD ve Avusturya gibi ülkelerin istediği FDA, TGA gibi belgelere sahip olan firmalarımız da gözlenmektedir.

Türkiye'de medikal sektörünün toplam 2008 yılı ihracatı 178 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Sektörün ihracatının son yıllarda önemli artışlar gösterdiği gözlenmektedir. 2004 yılında 78 milyon dolar seviyesinde olan sektörün toplam ihracatı 5 yıl içerisinde yaklaşık iki buçuk kat büyüme göstermiştir. 2008 yılında sektörün bir önceki yıla göre ihracat artışı yüzde 14'dür. 100'ün üstünde ülkeye ihracat gerçekleştiren sektörün ihracat eğiliminin artarak devam edeceği beklenmektedir. Sektörün geneline baktığımızda önemli ihracat pazarları olarak Almanya, Azerbaycan Nahçıvan, Irak, ABD, Fransa, Belçika, KKTC, Hollanda, Suudi Arabistan, Mısır, Cezayir, Kazakistan, Rusya Federasyonu olarak sıralanabilir.

Medikal sektör ihracatında en büyük pay medikal ve tıbbi cihazlar grubuna aittir. Almanya, Azerbaycan-Nahçıvan, Fransa, İngiltere, Danimarka, Belçika ülkelerine başta olmak üzere

yapılan medikal ve tıbbi cihazlar ihracatı 2008 yılında 34 milyon doları aşmış, bir önceki yıla göre yüzde 4 bir artış sağlamıştır.

Sektörde ikinci önemli ihracat grubu şırınga, iğne, kateter'dir. Bu grubun 2008 yılı ihracatı 23 milyon dolara yaklaşmıştır. Almanya, Azerbaycan Nahçıvan, Belçika, Kazakistan, Irak, İtalya önemli oranda ihracat gerçekleştirdiğimiz ülkelerdir.

Medikal ve cerrahi aletler, medikal sektörünün en çok ihracat gerçekleştiren üçüncü ürün grubunu oluşturmaktadır. Medikal ve cerrahi aletler ihracatı 2008 yılında 21 milyon doları aşmıştır. İhracat yaptığımız ülkeler olarak Almanya, Irak, Fransa, Hollanda, İngiltere, İsviçre, Bulgaristan, ABD, Azerbaycan-Nahçıvan sayılabilir.

Türk medikal sektöründe üretim ve ihracatı gerçekleştirilen önemli bir ürün grubu da gazlı bez, pamuk, bandajların yer aldığı tek kullanımlık sarf malzemeleridir. Bu grubun ihracat eğiliminin yıllar itibariyle arttığı gözlenmektedir. Rusya Federasyonu, İtalya, Romanya, Bulgaristan, Azerbaycan-Nahçıvan, Gürcistan, Fransa, Sırbistan bu ürün grubu ihracatımızdaki önemli ülkelerdir. Bu ürün grubunda ihracat artışı bir önceki yıla göre yüzde 27 olarak gerçekleşmiştir.

Dişçiliğe mahsus alet ve cihazlar ihracatında da önemli ihracat artışı gerçekleştiren sektör, 2008 yılında 20 milyon doların üstünde ihracat gerçekleştirmiş ve ihracat artışında bir önceki yıla göre yüzde 25'lik bir artış sağlamıştır. Bu ürün grubunda, Almanya, Fransa, Hollanda, İsveç, Rusya Federasyonu, İtalya, Arnavutluk ihracatın ağırlıklı olarak gerçekleştiği ülkeler olarak sıralanmaktadır.

Medikal sektörünün ürün gamında yapmış olduğu yenilikler ihracat rakamlarına da yansımakta ve ihraç pazarlarını çeşitlendirmektedir. Laboratuvar malzemeleri, Xray, oftalmik ürünler, latex ürünler ve diğer bazı sektörlerin içerisinde yer alan ancak medikal grubuna giren çok sayıda ürünün ihracat rakamları da son yıllarda hızlı artış göstermektedir.

Yüksek teknoloji sektörlerinden dinamik Türk medikal sektörünün ihracat performansı özellikle son birkaç yılda dünyaya sunulan kaliteli ürünlerle beraber sürekli artış göstermektedir. Sektörün ihracat değeri küresel ölçekte yüksek olmamasına ve sektör büyük oranda dışa bağımlı olmasına rağmen, Türk medikal sektörünün vasıflı işçilik, yüksek

mühendislik kalitesi ve sağlanan ürün çeşitliliği doğrultusunda dış pazarlarda önemli pazar paylarına ulaşacağı düşünülmektedir.

TABLO 86: MEDİKAL SEKTÖR İHRACATININ ALT ÜRÜN GRUPLARINA GÖRE DAĞILIMI (BİN \$)

SEKTÖR	2004	2005	2006	2007	2008
Medikal ve Tıbbi cihazlar	14.521	17.327	23.641	33.371	34.760
Şırınga, iğne ve kateterler	14.372	15.558	19.010	23.058	22.675
Medical ve cerrahi aletler	9.259	16.930	15.879	15.762	21.186
Gazlı bez, Pamuk, Bandajlar	9.255	13.277	14.932	16.193	20.570
Dişçiliğe mahsus alet ve Cihazlar	8.209	10.055	12.791	16.143	20.117
Laboratuar Malzemeleri	3.815	3.043	4.493	6.998	8.393
X-Ray malzemeleri	1.733	1.497	3.094	3.757	2.215
Oftalmik aletler	1.492	1.586	1.912	2.682	1.729
Yara Kapama ürünleri	362	1.079	1.775	1.847	1.716
Latex tek kullanımlık sarf malzemeleri	291	433	519	336	393
Diğer	14.518	16.087	24.393	36.341	43.949
TOPLAM	77.827	96.872	122.439	156.488	177.703

Kaynak : (Dış Ticaret Müsteşarlığı, 2009)

Türkiye medikal sektörü net ithalatçıdır. Sektörün ithalatı 2004 yılında 891 milyon dolar değerindeyken 2008 yılında 1.7 milyar doları aşmıştır. Sektörün ihracatında olduğu kadar ithalatında da önemli artış görülmekte ancak, ihracatın ithalatı karşılama oranı yüzde 10 seviyesinde bulunmaktadır. ABD, Almanya, Japonya, İtalya, Çin, Hollanda, İrlanda, Fransa, İsviçre sektörün en çok ithalat yaptığı ülkelerdir.

Medikal sektörünün alt ürün gruplarında medikal ve cerrahi aletler ithalatının ilk sırada geldiği görülmektedir. 2007 yılında yaklaşık 390 milyon dolar olan ithalat 2008 yılında yüzde 16 artarak 450 milyon doları aşmıştır. Medikal ve tıbbi cihazlar ürün grubu ithalatta ikinci sırayı almaktadır. Bu ürün grubunun 2008 yılı ithalatı ise 348 milyon dolar civarında olup bir önceki yıla göre yüzde 3 artmıştır.

Medikal ithalatında diğer ön plana çıkan ürün grupları incelendiğinde, gazlı bez, pamuk, bandajlar ithalatında önemli ithalat artışı yaşandığı görülmektedir. 2007 yılında yaklaşık 15 milyon dolar olan ithalat 2008 yılında yüzde 60'a yakın artarak 24 milyon dolara ulaşmıştır. Diğer ürün gruplarına göre yüksek teknoloji, mühendislik gerektirmeyen bu tip ürünlerin artan oranlarda ithal edilmesi yerine yerli üretimle ikame edilebileceği düşünülmektedir. Diğer taraftan, dişçiliğe mahsus alet ve cihazlar benzer biçimde yüksek ithalat artışının yaşandığı ürün grubudur. 2007 yılında 40 milyon dolar seviyesinde olan ithalat yüzde 40'a yakın artışla 56 milyon dolar seviyesine ulaşmıştır. Yerli üreticilerimizin ürettiği bu ürünlerin ülkemizde üretilebilmesine yönelik çalışmalar yapılmasının yararlı olacağı öngörülmektedir.

Bu rapor innoCentric tarafından Samsun İl Özel İdaresi için "Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi" Projesi kapsamında hazırlanmıştır. ©2010

İhracat ve ithalat ürün grupları incelendiğinde ihracatımızın daha çok yüksek arge, mühendislik ve knowhow gerektirmeyen ürünler, buna karşın ithalatın ise yüksek arge, teknolojik yenilik, mühendislik bilgisine daha çok ihtiyaç duyulan ürünler olarak olduğu görülmektedir. Sektörün önemi her geçen gün daha da artarken piyasada yer alacak yeni yerli ürünlerin sektörün özellikle ihracat büyümesine katkı yapacağı düşünülmektedir.

Yüksek teknoloji sektörlerinden biri olan medikal sektörünün ihtiyacı olan arge, bilimsel çalışmalar, çalışan araştırmacı sayısının artırılması, büyük firmaların arge merkezleri kurması için sektöre ve ürünlere özel teşvik mekanizmasının kurulması önemlidir. Yeni arge kanunu firmalarımızın ortak arge merkezleri kurmak suretiyle ikame ve/veya yeni ürün üretim becerileri geliştirilebileceği gibi ileri teknoloji üreten çok uluslu sektör firmalarıyla da ortak araştırma merkezleri kurulmasına olanak sağlamaktadır.

TABLO 87: MEDİKAL SEKTÖR İTHALATININ ALT ÜRÜN GRUPLARINA GÖRE DAĞILIMI (BİN \$)

Sektör	2004	2005	2006	2007	2008
Medikal ve Cerrahi Aletler	211.953	299.867	364.921	389.987	452.569
Medikal ve Tıbbi Cihazlar	184.058	246.988	257.134	337.765	348.144
X-Ray Malzemeleri	133.819	166.352	187.015	224.717	268.749
Şırınga, İğne ve Katheterler	80.511	96.441	117.880	146.244	173.153
Oftalmik Aletler	47.309	58.524	55.580	66.624	61.301
Dişçiliğe Mahsus Alet ve Cihazlar	20.028	32.260	34.997	40.569	55.748
Laboratuar Malzemeleri	25.968	30.984	32.217	43.696	44.473
Yara Kapama Ürünleri	22.490	32.071	36.349	39.898	36.825
Gazlı Bez, Pamuk, Bandajlar	10.814	11.289	14.201	14.922	23.882
Latex Tek Kullanımlık Sarf Mal.	2.180	3.151	7.544	5.994	5.462
Diğer	151.981	210.418	213.649	284.352	307.756
TOPLAM	891.111	1.188.345	1.321.487	1.594.768	1.778.062

Kaynak : (Dış Ticaret Müsteşarlığı, 2009)

Tıbbi cihaz üretiminde çalışanların toplam sayısının yaklaşık 17.500 olduğu öngörülmektedir. (TOBB, 2009)

TABLO 88: TÜRKİYE'DEKİ MEDİKAL CİHAZLAR VE ALETLER SEKTÖRÜNDEKİ SİVİL TOPLUM KURULUŞLARININ LİSTESİ

KISA ADI	UZUN ADI	MERKEZİ	KURULUŞ	ÜYE SAYISI	TELEFON
TÜMDEF	Tüm Tıbbi Cihaz Üretici ve Tedarikçi Dernekleri Fed.	Ankara	2004	13	(312) 468 69 84
TÜDER	Tıbbi Malzeme ve Cihaz Üreticileri Derneği	Ankara	2006	65	(312) 229 9362
MASSİAD	Marmara Sağlık Sektörü İş Adamları Derneği	İstanbul	1992	220	(212) 356 96 90
SEİS	Türkiye Sağlık Endüstrisi İşverenleri Sendikası	Ankara	2003	108	(312) 430 65 63
SADER	Sağlık Gereçleri Üreticileri ve Temsilcileri Derneği	Ankara	1993	54	(312) 433 77 88
BATIDER	Balıkesir Tıbbi Malzemeciler Derneği	Balıkesir	1994	27	(266) 243 06 62
ÇUMED	Çukurova Medikalçiler Derneği	Adana	1996	63	(322) 453 01 41
DOMED	Doğu Anadolu Medikalçiler Derneği	Erzurum	2003	26	(442) 213 97 38
	Ege Tıbbi Malzemeciler Derneği	İzmir	1991	80	(232) 262 15 18
EGESİAD	Ege Sağlık Malzemeleri Sanayici ve İş Adamları Derneği	İzmir	1999	81	(232) 483 37 49
GAMEDER	Gaziantep Tıbbi Malz. İth. İhr. İmalat Satıcıları Derneği	Gaziantep	2008	5	(342) 215 46 02
DOKAMED	Doğu Karadeniz Medikalçiler Derneği	Trabzon	2005	19	(462) 229 96 72
	Malatya Medikalçiler Derneği	Malatya	2006	22	(422) 325 56 77
AKMEDDER	Akdeniz Medikalçiler Derneği	Antalya	1995	69	(242) 238 40 77
ORDER	Ortopedik Tıbbi Malzeme İmalatçıları ve İth. Derneği	Ankara	1994	49	(312) 426 16 97

Kaynak: (TOBB, 2009)

Türkiye’de birçok sektörel sivil toplum kuruluşu bulunmaktadır. Ancak bunların birçoğu medikal malzeme üreticilerinden çok aracı firmalara hitap etmektedir ve faaliyetleri bu doğrultudadır.

Samsun'da Medikal Sektörünün Genel Durumu

ŞEKİL 12: Üreticilerin İllere Göre Dağılımı



Kaynak: (TOBB, 2009)

Medikal Cihazlar ve Aletler Sektöründe üretim yapılan illere bakıldığında, ülkenin sanayi başkenti olan İstanbul ve çevresinde yoğunlaşan üretimi, Ankara ve ardından İzmir takip etmektedir. Bursa, Eskişehir, Gaziantep, Kayseri, Denizli, Kocaeli, gibi sanayi kentlerinin zaten var olan üretim potansiyellerinin yanı sıra, Samsun'un son yıllarda özellikle cerrahi aletler alanında yaptığı atılım göze çarpmaktadır. (TOBB, 2009)

Medikal sektörü içinde yer alan cerrahi aletlerde Samsun, Almanya-Tutlingen ve Pakistan-Sialkot bölgelerinden sonra dünyanın 3. cerrahi el aletleri üretim üssü konumundadır.

TABLO 89: SAMSUN VE ÇEVRESİNDE MEDİKAL CİHAZLAR VE ALETLERLE İLGİLİ FİRMA SAYILARI

İller	Firma Sayısı	Bayi Sayısı	Toplam Şirket Sayısı
Samsun	44	234	251
Trabzon	32	197	198
Tokat	11	86	97
Ordu	8	77	77
Giresun	3	46	46
Amasya	6	41	41
Sinop	1	24	24

Bu rapor innoCentric tarafından Samsun İl Özel İdaresi için "Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi" Projesi kapsamında hazırlanmıştır. ©2010

Kaynak: (Sağlık Bakanlığı, 2010)

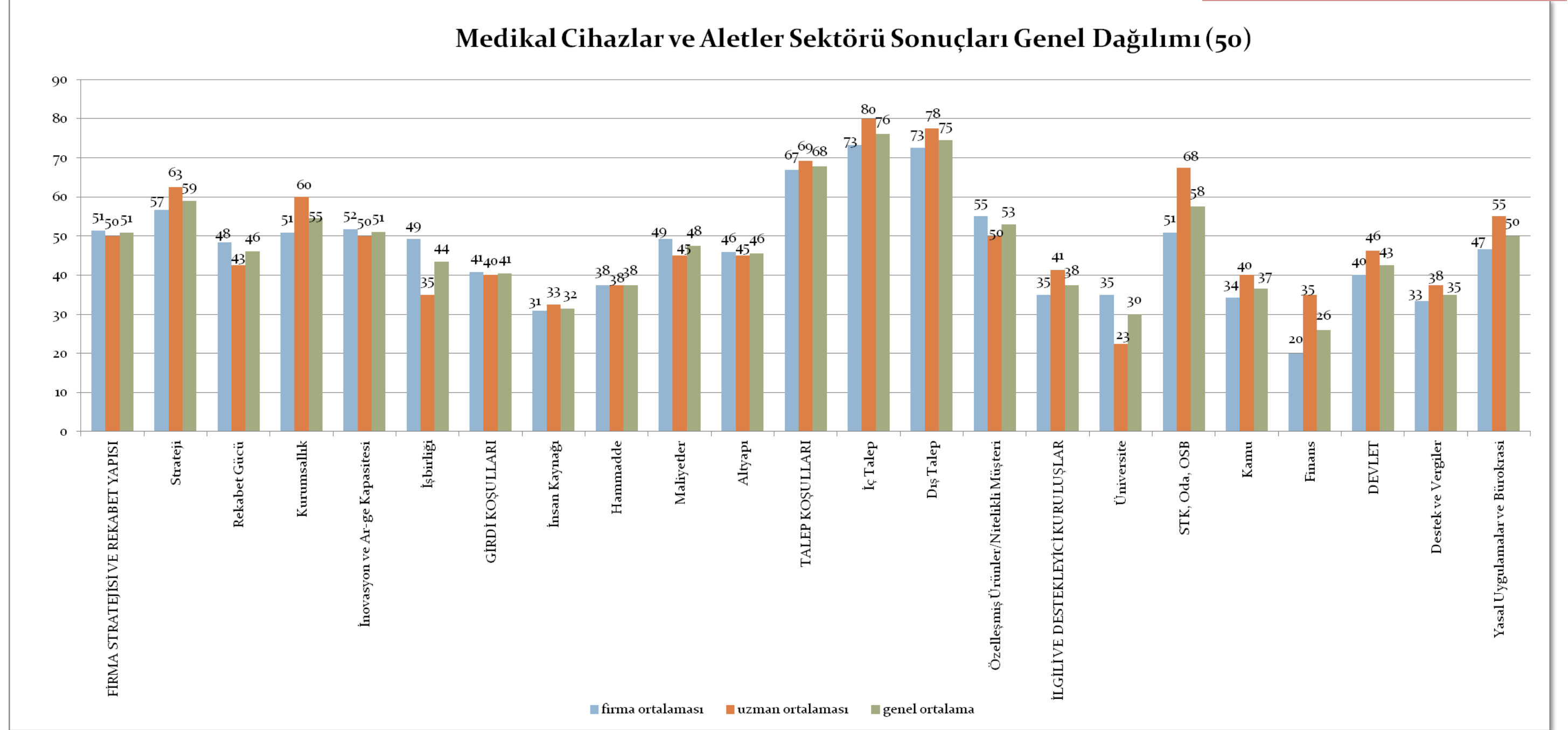
Sağlık Bakanlığı Ulusal Bilgi Bankası kayıtlarına göre Samsun'da Organize Sanayi Bölgesi'nde yığınlaşan üreticilerin 2'si büyük olmak üzere toplam 44 tane olduğu görülmektedir. Samsun'daki bayilerle beraber sektörde faaliyet gösteren firma sayısı toplam 251'dir.

Elmas (Diamond) Modeli Rekabetçilik Analizi

Samsun'da faaliyet gösteren medikal aletler ve cihazlar sektörüne ilişkin firma ve uzman görüşmeleri, mülakatlar ve literatür araştırması, saha çalışması verilerinin üzerine ortaya çıkan medikal aletler ve cihazlar sektörünün rekabet yeteneğinin ortalama(50/100) olduğudur. Aşağıdaki tablo gerçekleştirilen analizde başvurulan değişkenleri ve bu değişkenlere ilişkin medikal aletler ve cihazlar sektörünün gözlemlenen performansını göstermektedir. Ana başlıklar Elmas Modelinin ana unsurlarını oluşturur, alt başlıklar ise, bu unsurlar incelenirken başvurulan kriterlerdir.

TABLO 90: MEDİKAL CİHAZLAR VE ALETLER SEKTÖRÜ REKABET ANALİZİ SONUÇLARI GENEL DAĞILIMI

çok zayıf	zayıf	ortalama	iyi	çok iyi
0-20	20-40	40-60	60-80	80-100



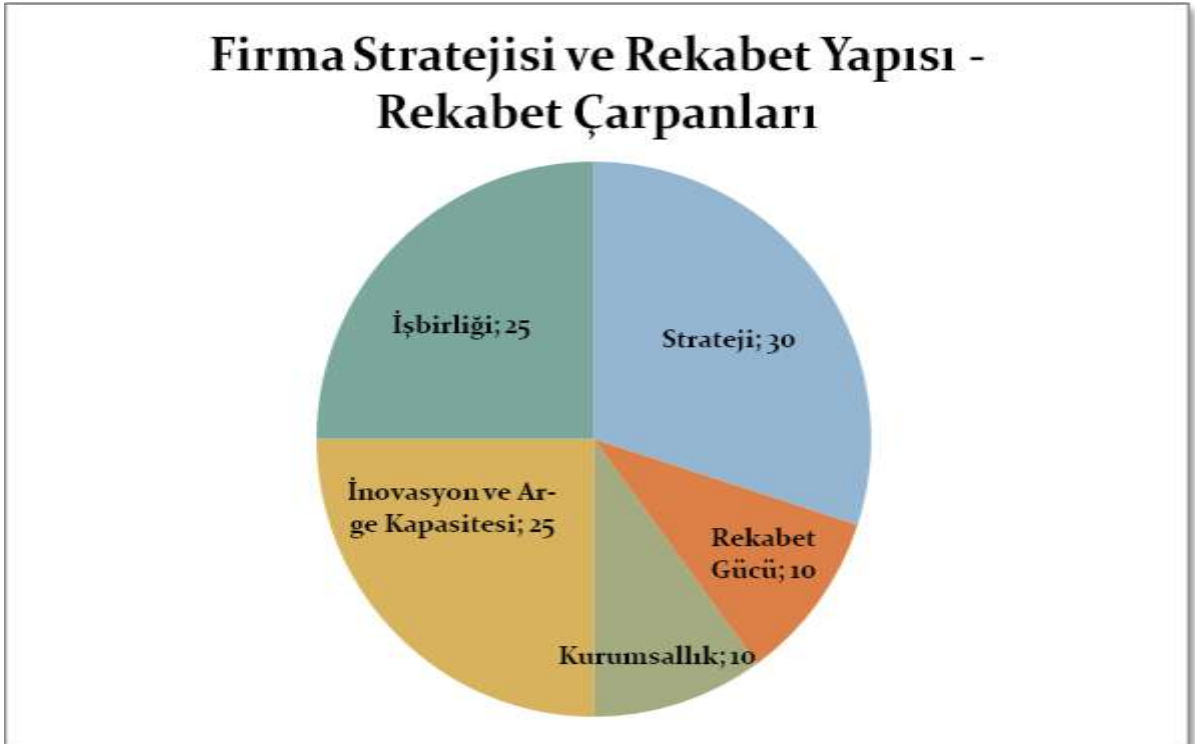
Firma Stratejisi Ve Rekabet Yapısı (Ortalama)

Medikal aletler ve cihazlar sektöründe firma stratejisi ve rekabet yapısı puanı 51'dir.

TABLO 91: MEDİKAL CİHAZLAR VE ALETLER SEKTÖRÜ - FİRMA STRATEJİSİ VE REKABET YAPISI DEĞERLENDİRMESİ



TABLO 92: MEDİKAL CİHAZLAR VE ALETLER SEKTÖRÜ - "FİRMA STRATEJİSİ VE REKABET YAPISI" REKABET ÇARPANLARI



STRATEJİ

Sektörde faaliyet gösteren firmalarla yapılan görüşmeler sonucunda hepsinin büyüme ile ilgili hedefleri olduğu görülmektedir. Hedefler sorgulandığında diğer sektörlerle göre altının daha dolu ve daha gerçekçi olduğu aşikardır. Ancak sektördeki diğer uluslararası firmalar ile karşılaştırıldığında vizyon ve strateji açısından eksiklikler göze çarpmaktadır.

ISO ve CE konularında sektör firmalarının hepsi danışmanlık almıştır. Bunun en büyük sebebi ürün satabilmek için gerekli sertifikasyonun sağlanması zorunluluğudur. Zorunluluktan kaynaklanmasına rağmen bu husus sektör firmalarını danışman ve uzmanlarla çalışmaya daha yatkın hale getirmiştir. Ayrıca birkaç firmanın, finansman, kurumsallaşma, Avrupa pazarına girişi vb konularında eğitim ve danışmanlık hizmeti aldığı da saha çalışmaları sırasında belirlenmiştir.

TOBB'un her sene hazırladığı strateji geliştirirken çok iyi bir altyapı dokümanı olabileceği görülen sektörel raporun birçok firma tarafından bilinmediği gözlenmiştir. Bu da özellikle strateji belirlerken firmaların bilgi kaynaklarını yeterince geniş tutmadığını ve sektördeki gelişmeleri sadece ticari faaliyet açısından takip ettiğini göstermektedir.

Sektörün önde gelen firmalarının faaliyetleri diğer firmalar için de örnek oluşturmaktadır. Sektörde strateji ve vizyon bakımından lider firmaların olması bölge için önemli bir rekabet avantajıdır. Diğer firmaların da ticari faaliyet dışındaki konulara yatırım yapması için teşvik edici bir unsurdur.

Bölgedeki firmaları bir araya getirici STK, komite, platform, küme vb yapının bulunmamasının, sektör için kritik önem arz eden vizyon paylaşımı konusundaki hızı düşürdüğü saha çalışmalarında anlaşılmıştır.

REKABET GÜCÜ

Alman, Amerikan, İngiliz, Fransız ve Japon mühendisliğinin ve kalitesinin dünyada markalaşmış olması ve "Medikal Cihazlar ve Aletler" sektöründe uluslararası pazarda markalaşmış firmaların bu ülkelerin firması olması nedeni ile Türk üreticilerin önemli bir rekabet dezavantajı mevcuttur.

Samsun'da medikal alet üreten firmaların uluslararası faaliyetlerine fason üretimle başlamış ve ticari yapılarını bu şekilde kurmuş olmaları markalaşmalarının önünde bir engel olarak durmaktadır. Sektörün lider birkaç firması dışında markalaşma için yeniden yapılanma, yönetimde profesyonelleşme ve yatırım gerekmektedir. Bu konu özellikle yurtiçi markalaşmada önemli bir rekabet dezavantajıdır.

Samsun'daki medikal alet üretici firmaların Alman ve Amerikan firmalara göre genç ve girişimci firmalar olması ve buna paralel olarak hızlı adaptasyon yeteneği firmaların cirolarındaki artış oranlarından anlaşılmaktadır. Ancak Yurtdışı firmaların yıllar içinde oluşturdukları pazarlama ağları ve modelleri yerli üreticilere göre çok ileri seviyededir. Özellikle Aesculap, Martin ve Codman gibi Alman ve Amerikan firmalarının geliştirdiği satış stratejileri çok etkili olmaktadır. Bu da OEM üretim yanında yurtiçinde markalaşabilmek için önemli yatırımlar gerektirmektedir. Firmalarımızın markalaşma için ayırabilecekleri kaynaklar yabancı firmalar ile karşılaştırıldığında zayıf kalmaktadır.

Global pazarda, OEM üretim konusunda Pakistan ve Çin ucuz maliyetleri ile ön plana çıkmaktadır. Firma yöneticileri özellikle Çin'in önümüzdeki 5 yıl içerisinde üretim kalitesini de artırarak OEM konusunda ciddi bir rakip olacağını belirtmişlerdir.

OEM üretim için kalite, güvenilirlik ve fiyat ön plana çıkan rekabet unsurlarıdır. Yurtiçi pazarda markalaşmak içinse bunların üstüne satış sonrası servis ve müşteri ilişkileri de eklenmektedir. Kalite ve güvenilirlik konusundaki sıkıntıları gidermiş yerli üreticilerin yurtiçi pazarda fiyat ve satış sonrası servis konularında önemli rekabet avantajları mevcuttur.

Cerrahi aletler sektöründe ürün çeşitliliği çok fazladır. Firmalar binlerce çeşit ürün üretmektedir. Ancak ürünlerin özelliklerine ve üretim gerekliliklerine göre uzmanlaşma söz konusu değildir. Bu husus Almanya'nın Tutlingen ve Pakistan'ın Sialkot bölgelerine göre Samsun'un en önemli rekabet dezavantajlarından birisidir. Firmaların belli ürün grupları seçerek uzmanlaşması yerine yapabildiklerine odaklanmaları, sektördeki herkesin aynı ürünleri üretmesine sebep olmaktadır. Bu da bölgedeki yatırım kapasitesinin aynı konularda kullanılmasına yol açarak kapasite kullanım oranlarını düşürmektedir. Sektörde faaliyet gösteren orta ölçekli firmaların kapasite kullanım oranları %70 civarında iken küçük ölçekli firmalarda %25'lere kadar düşmektedir.

Özellikle firmaların cirolarının önemli bir kısmının OEM üretimden geldiği göz önüne alındığında belli cerrahi alet ürün gruplarında uzmanlaşmaları sektörün rekabet gücünü artıracaktır. Bölgedeki firmaları bir araya getirici STK, komite, platform, küme vb yapının kurulması, uzmanlaşmanın da önünü açacaktır.

KURUMSALLIK

Kurumsallık konusuna makro açıdan bakıldığında, Samsun'da Medikal Aletler konusundaki yığılma son yıllarda ulusal çapta kabul görmeye başlamıştır. Özellikle sektöre ilişkin olarak hazırlanan ulusal raporlarda bu konuya dikkat çekilmeye başlanmıştır. Samsun'da özellikle cerrahi aletler konusundaki yığılma ve gelişim medya'da da oldukça işlenmiştir. Bölgede her sene düzenlenen TİSKON – Tıbbi Cihazlar İmalatı Sanayi Kongresi Samsun'un Medikal Cihazlar ve Aletler konusunda kurumsallaşmasını sağlamıştır. Kongre sayesinde bölgedeki kurumlar sektörü daha fazla sahiplenmiştir.

Ürün satabilmek için gerekli CE, ISO ve TSE belgeleri sektördeki firmaların kurumsallığının artmasına katkıda bulunmuştur ve tüm firmaların markaları tescillidir. Ancak sektörde faaliyet gösteren diğer firmalarda da söz konusu sertifikasyonlar olduğundan bölgenin sektörel bir rekabet avantajı söz konusu değildir. Diğer sektörler ile karşılaştırıldığında ise Medikal Cihazlar ve Aletler Sektöründe faaliyet gösteren KOBİ'lerin kurumsallık düzeyi daha iyidir.

Firmaların bölgedeki diğer sektörlerle göre işçi sağlığı, fiziki çalışma ortamı vb konulardaki seviyeleri nispeten daha iyidir. Sektörün lider birkaç firması haricindeki firmalarda personel rotasyonu oldukça fazladır. Bu da sektördeki küçük ölçekli firmaların kurumsallaşmasının önündeki en büyük engeldir.

Yurtiçinde markalaşmayı başarmış birkaç firmanın müşteri şikayetlerini düzenli şekilde kayıt altına almakla kalmayıp aynı zamanda proaktif davranarak düzenli şekilde müşteri memnuniyeti anketleri yapmaktadırlar. Sektördeki diğer firmalar ise aracılık yapan medikal firmalarına üretim yaptıklarından bu konuda hiçbir faaliyette bulunmamaktadırlar.

İNNOVASYON VE AR-GE YAPISI

Saha çalışmasına katılan firmaların çoğunda en az bir adet patent veya faydalı model belgesi bulunmaktadır (genellikle faydalı model). Samsun'dan yapılan ulusal patent/faydalı model başvurularının büyük çoğunluğu Medikal Cihazlar ve Aletler sektöründeki firmalar tarafından

yapılmıştır. Bunun tam tersine bölgedeki hiçbir firma TÜBİTAK (TEYDEB), Kalkınma Ajansı, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı (SANTEZ), Çerçeve Programları vb ar-ge fonlarından faydalanmamıştır. Bu iki tezat husus, firmaların teknoloji liderleri değil, takipçileri olduğunu, başka bir bakış açısı ile tersine mühendislik ve ürün geliştirme konularında yetenekli olduğunu göstermektedir. Sektör firmaları genellikle yurtdışı/yurtiçi fuarları ve rakipleri takip ederek gelişmeleri tersine mühendislikle kendi ürünlerine adaptasyon veya üretimde karşılaştıkları sorunlara çözüm bulma sırasında ortaya çıkardıkları ufak yenilikler için faydalı model başvurusu yapmaktadırlar.

Son 8 yıldır dövizin üzerindeki ciddi baskı, cirolarını büyük ölçüde ihracattan elde eden sektör firmalarının cirolarındaki artış oranlarını azaltmıştır. Dolayısı ile firmalar büyümek ve markalaşmak için gerekli yatırımları yeterince yapamamışlardır. Bu hususun özellikle süreç inovasyonu konusunda büyük getirileri olmuştur. Saha çalışmaları sırasında özellikle maliyet azaltmak için yapılan birçok süreç inovasyonu örneği ile karşılaşmıştır.

Firmalar ar-ge ve ürün geliştirme konusunda Alman ve Amerikan firmalarına göre geride olsa da, uluslararası fuarlara katılmakta ve sektördeki gelişmeleri yakından takip etmektedirler. Sektördeki firmaların ar-ge fonlarını kullanmaya özendirilmesi ile ürün inovasyonu konusundaki performansları artırılabilir. Böylece özellikle önümüzdeki 5 yıl içerisinde üretim kalitesini yakalayacağı öngörülen Çinli firmalara karşı önemli bir rekabet avantajı oluşturma fırsatı yakalanabilir.

İŞBİRLİĞİ

Yapılan saha çalışmasında ve uzman görüşmelerinde Medikal Cihazlar ve Aletler sektöründe Samsun'da faaliyet gösteren firmalar arasındaki işbirliği kültürünü değerlendirmeleri istenmiştir. Sonuçlar aşağıdaki tabloda verilmektedir.

TABLO 93: MEDİKAL CİHAZLAR VE ALETLER SEKTÖRÜNDE SAMSUN'DA FAALİYET GÖSTEREN FİRMALAR ARASINDAKİ İŞBİRLİĞİ KÜLTÜRÜNÜN SEVİYESİ ANKETİ SONUÇLARI (KATILIMCILAR = 6 SEKTÖR FİRMASI + 2 SEKTÖR UZMANI)

Çok kötü	Kötü	Ortalama	İyi	Çok iyi
2	3	2	1	

Bu sonuç bölgede herhangi bir sektörel STK, komite, platform veya küme olmadığı düşünüldüğünde oldukça ilham vericidir.

Sektördeki ürün portföyünün genişliği ve cerrahi aletlerin set olarak satılması zorunluluğu firmaları işbirliğine zorlayıcı bir etkidir. Sektörün önde gelen firmalarının alt tedarikçilerini oluşturmaya başlamış olmaları önemli bir gelişmedir.

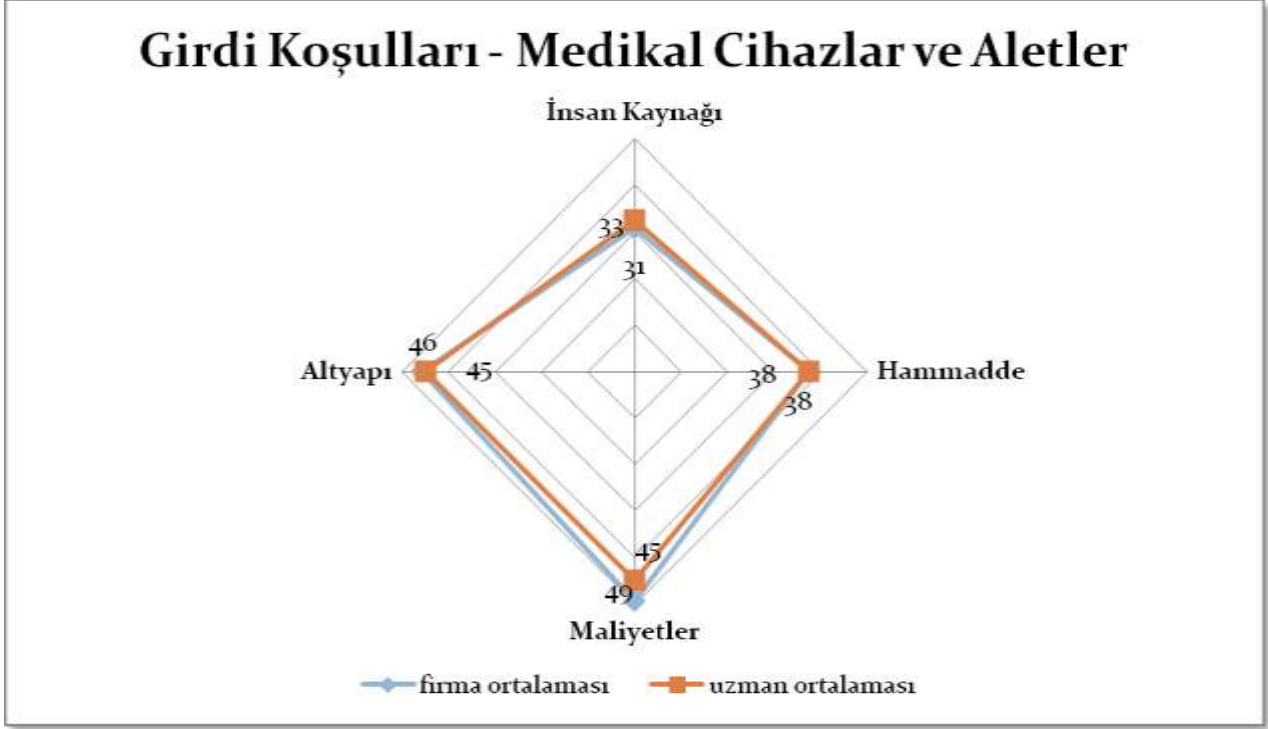
Firma yöneticileri, Samsun'daki yığılışmalarının uluslararası ve ulusal pazarda firmalarına yarattığı rekabet avantajının farkındadırlar. Sektördeki rakipleri ile aynı bölgede ikamet etmenin bölgeyi cerrahi aletler konusunda markalaştırdığı konusunda hemfikirdirler.

Tüm bu tespitler çerçevesinde Medikal Cihazlar ve Aletler sektöründe kümelenme için gerekli vizyonun firmalara kolaylıkla kazandırılabilceği tarafımızca öngörülmektedir.

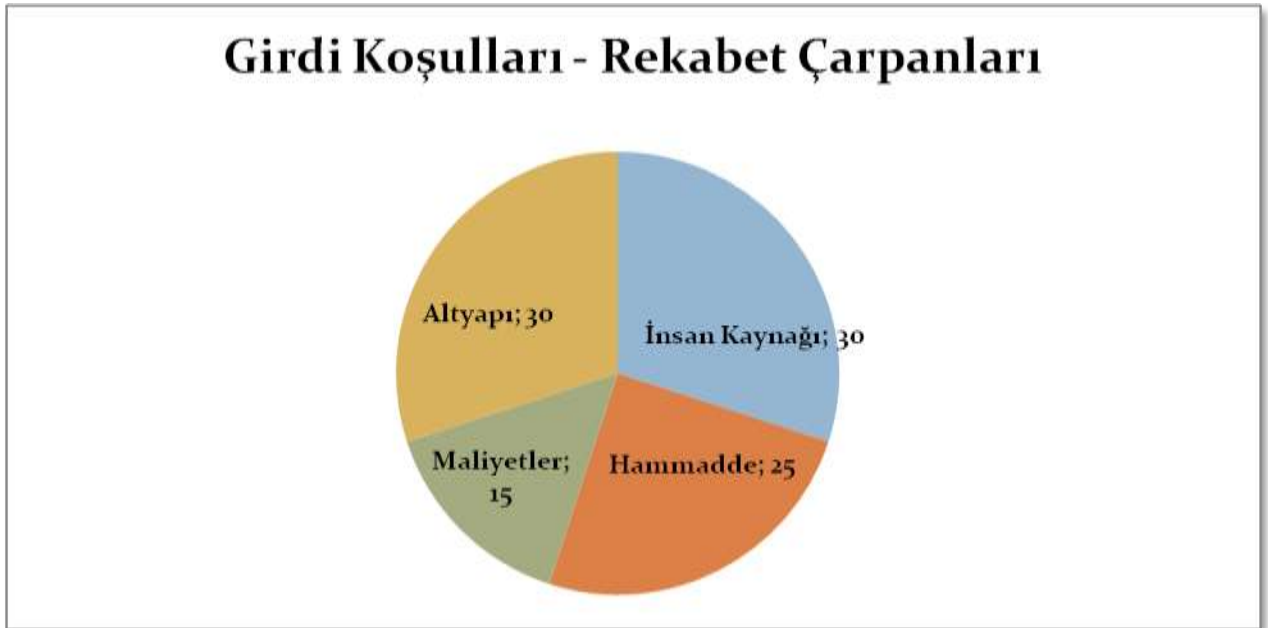
Girdi Koşulları (Ortalama)

Girdi koşulları konusunda Medikal Cihazlar ve Aletler Sektörü puanı 41'dir.

TABLO 94: MEDİKAL CİHAZLAR VE ALETLER SEKTÖRÜ - GİRDİ KOŞULLARI DEĞERLENDİRMESİ



TABLO 95: MEDİKAL CİHAZLAR VE ALETLER SEKTÖRÜ - GİRDİ KOŞULLARI REKABET ÇARPANLARI



İNSAN KAYNAĞI

Saha çalışmalarında alınan veriler doğrultusunda Samsun'da Medikal Cihazlar ve Aletler konusunda üretim yapan firmaların yaklaşık 1000 kişiyi istihdam ettiği öngörülmektedir. Bunların yaklaşık 100 kişisi 4 yıllık üniversite mezunudur.

Torna-tesviyeci, CNC operatörü, kalıp tasarımcısı, dış ticaret ve pazarlama uzmanı, sektörün ana insan kaynağı ihtiyacını oluşturmaktadır. Bu konularda nitelikli insan kaynağı bulmak firmalar için oldukça zordur. Ankara ve İstanbul gibi şehirlerden getirilen CNC operatörleri de yüksek ücretlerle çalışmaktadır.

Bölgede konu ile ilgili meslek yüksek okullarının bulunmaması önemli bir dezavantajdır.

HAMMADDE

CNC torna, CNC freze, presler ve kaynak makineleri üretim için gerek duyulan ekipmanlardır. Bunların içinden özellikle CNC'ler yurtdışından temin edilmesine rağmen, istenilen marka, model ve özellikte Türkiye'de bulmak mümkündür. CNC tezgahların termin süreleri nispeten uzundur. Ara malların ve yatırım mallarının birçoğunun Türkiye'de üretilmeyip ithal edilmesi üretim maliyetlerini artırmaktadır.

Gerekli hammadde yurtdışından temin edilmektedir. Aynı kalitede hammaddenin temininde büyük sıkıntı yaşanmaktadır. Firmalar kendilerini garanti altına almak için araçlardan malzeme test raporu istemektedir. Hammadde teminindeki termin süresi bazen 3 aya kadar çıkabilmektedir. Firmaları istenilen kalitedeki hammaddeyi bulduklarında stok oluşturmaktadırlar. Bu da stok maliyeti olarak ürün üzerine yansımaktadır.

Boyama-kaplama ve ısı-ışlem gibi yan proseslerde bölgedeki uzmanlık seviyesi düşüktür. Söz konusu proseslerde uzmanlaşmış firmalar İstanbul ve Ankara gibi şehirlerde fazlasıyla mevcuttur. Ayrıca Almanya-Tutlingen ve Pakistan Sialkot bölgelerinde de yan proseslere ulaşım daha kolaydır.

MALİYETLER

Medikal Cihazlar ve Aletler sektöründe ürün üzerindeki katma değer, diğer sektörlerle göre daha yüksektir.

Türkiye'deki maliyetler Almanya, Amerika gibi sektörün markalaşmış ülkelerine göre daha düşük olsa da, Pakistan ve Çin gibi ülkelerle karşılaştırıldığında oldukça yüksektir. Pakistan ve Çin'de insan kaynağı maliyeti ülkemize göre çok düşüktür. Global pazarda markalaşmış Alman ve Amerikan firmalarından Aesculap firması dışındaki diğer firmaların üretimlerini uzak doğuya kaydardıkları bilinmektedir. Böylece oluşturdukları marka değeri ve pazarlama ağı ile rekabet avantajlarını sürdürebilmektedirler.

Samsun'da nitelikli danışmanlık firmaları ve uzmanlar mevcut değildir. Bunlar şehir dışından, Ankara ve İstanbul'dan, temin edilmektedir. Bu da maliyetleri 2-3 kat artırmaktadır. Danışmanlık ve uzmanlığın kullanım seviyesindeki azlığın en önemli nedenlerinden biri de budur. Kümelenme dikkatleri bölgeye çekerek danışmanlık firmalarının bölgeye özel hizmetler geliştirmesini ve bunların ortak satın alma ile daha ucuza temin edilebilmesini sağlayacaktır.

Bina ve arsa fiyatları İstanbul ve Ankara'ya göre daha düşük olmasına rağmen çevre illere göre pahalıdır. İŞGEM yeni kurulan firmalar için uygun fiyatlı işyerleri sağlamaktadır. Ancak burada da yer yoktur.

ALTYAPI

Samsun'daki ulaşım, yol, elektrik vb konulardaki altyapı bölgedeki diğer şehirlere göre iyi seviyededir. Ancak İstanbul ve Ankara firmalarına göre daha kötü seviyede olduğu açık şekilde görülmektedir.

Firma ziyaretlerinde OSB'deki elektrik kesintileri, güvenlik vb konularda ortak sıkıntılar dile getirilmektedir. OSB'deki binaların üretime uygun olarak tasarlanmaması nedeni ile en az bina fiyatı kadar daha masraf yaparak üretime uygun hale getirilmesi gerekmesi de başka bir sorundur. Yine OSB'deki hava kirliliği ve yolların bozukluğu ve çevre kirliliği de firmalar tarafından dile getirilmiştir.

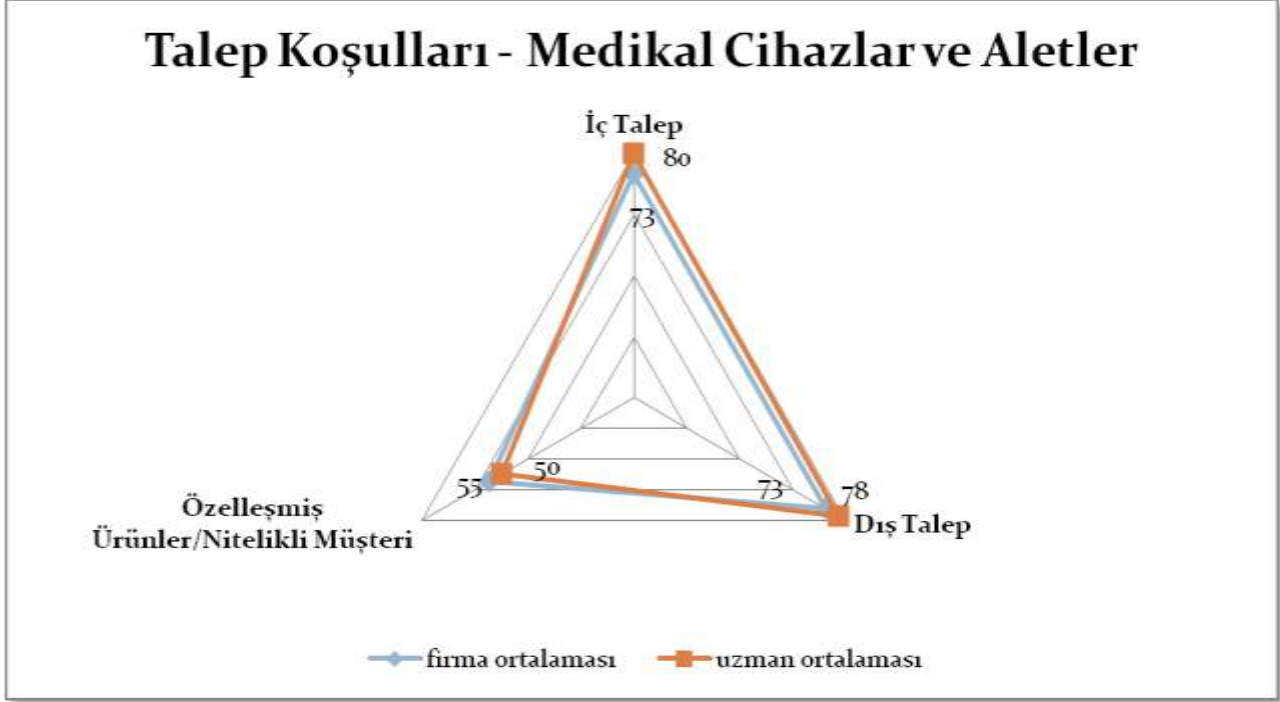
Sektör firmaları özellikle havayolu kargosunu kullanmaktadır. Samsun'daki mevcut havayolu kargo altyapısı firmalar için önemli bir rekabet avantajıdır. Samsun'a yurtdışından ve yurtiçinden direkt uçuşların sayısının azlığı da sadece bu sektörün değil diğer sektörler için de önemli bir altyapı eksikliğidir.

Samsun'daki serbest bölge önemli bir rekabet avantajıdır. Sektörün lider firmalarının ihracat kalemlerini serbest bölgeye taşımakla ilgili hedefleri ve faaliyetleri bulunmaktadır.

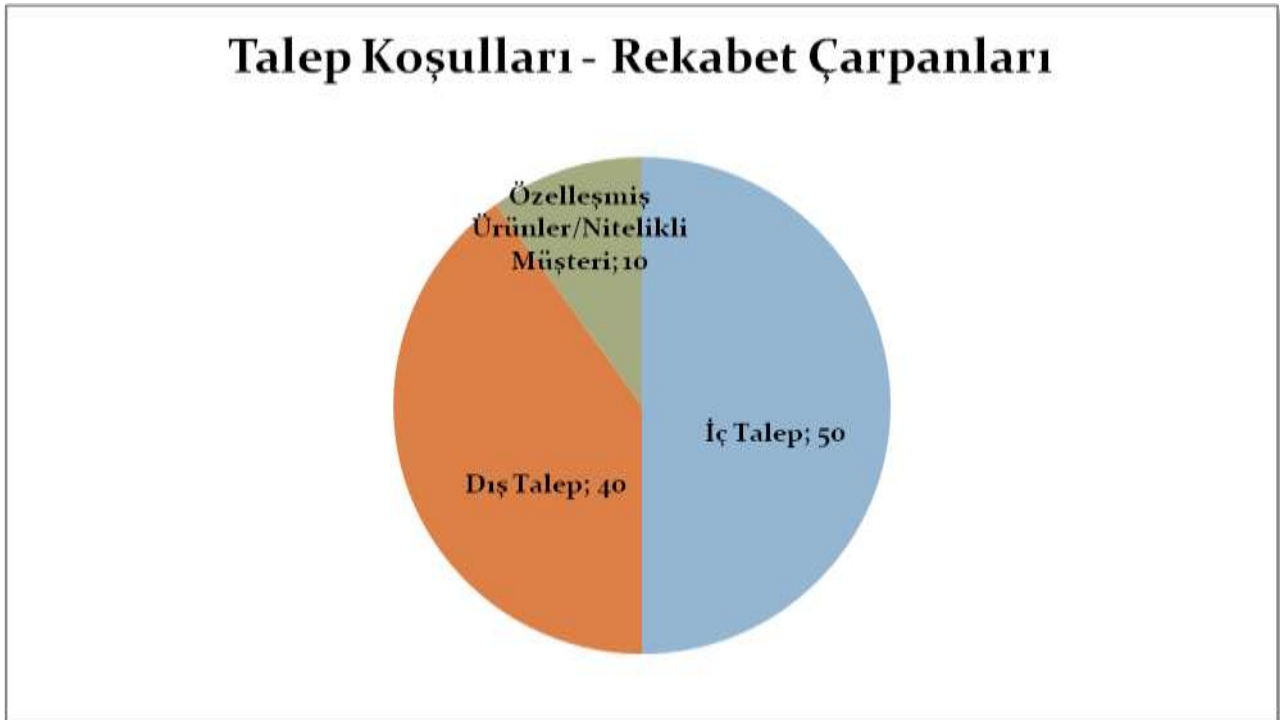
Talep Koşulları (İyi)

Talep koşulları konusunda Medikal Cihazlar ve Aletler Sektörü puanı 68'dir.

TABLO 96: MEDİKAL CİHAZLAR VE ALETLER SEKTÖRÜ - TALEP KOŞULLARI DEĞERLENDİRMESİ



TABLO 97: MEDİKAL CİHAZLAR VE ALETLER SEKTÖRÜ - TALEP KOŞULLARI REKABET ÇARPANLARI



İÇ TALEP

Aşağıdaki tabloda Türkiye'nin medikal ve cerrahi alet ithalat rakamları verilmektedir. 2008 yılında toplam medikal ve cerrahi alet ithalatı 452 milyon \$ seviyesinde gerçekleşmiştir. Medikal ve cerrahi aletler konusunda iç pazarın büyüklüğü ve potansiyeli yerli firmalar için önemli bir rekabet avantajıdır.

TABLO 98: TÜRKİYE'NİN MEDİKAL VE CERRAHİ ALET İTHALAT MİKTARI (BİN \$)

2004	2005	2006	2007	2008
211.953	299.867	364.921	389.987	452.569

Kaynak: (Dış Ticaret Müsteşarlığı, 2009)

Türkiye sağlık harcamaları bakımından önemli bir pazardır ve pazar özel hastanelerin sayısının da artması ile her geçen gün büyümektedir.

İstatistikî verilere bakıldığında en fazla yatak sayısına sahip hastaneler devlet hastaneleridir ve yurt içi pazarda en önemli müşteri konumundadır. Devlet hastanelerini, sırasıyla üniversite hastaneleri ve özel hastaneler takip etmektedir. Devlet hastaneleri, alımlarının büyük bir kısmını ihale yoluyla gerçekleştirmektedir. Üniversite hastaneleri, sayı olarak özel hastanelere nispeten daha az sayıda hastaneye sahip olmalarına rağmen, özel hastanelerden fazla yatağa sahiptir. Bu da, üniversite hastanelerinin ikinci büyük müşteri kitleri konumuna gelmelerine sebep olmaktadır.

DIŞ TALEP

Ülke ihracatında ilk 50'ye ancak 2008 yılında giren Medikal Cihazlar ve Aletler sektörü, gelecekle ilgili olumlu sinyaller vermektedir. 2008 yılında toplam medikal ve cerrahi aletler ihracatı 21 milyon \$ olarak gerçekleşmiştir.

TABLO 99: TÜRKİYE'NİN MEDİKAL VE CERRAHİ ALET İHRACATI

2004	2005	2006	2007	2008
9.259	16.930	15.879	15.762	21.186

Kaynak: (Dış Ticaret Müsteşarlığı, 2009)

Türkiye'nin ihracat yaptığı ülkelere bakıldığında ilk sıralarda Almanya, Azerbaycan, Irak, ABD, Fransa, Belçika, KKTC, Hollanda, Suudi Arabistan, Mısır, Cezayir, Kazakistan, Rusya Federasyonu, Pakistan gibi ülkeler görülmektedir.

Medikal Cihazlar ve Aletler sektöründe faaliyet gösteren firmalar diğer sektörlerle göre daha küreseldir. Firmaların cirolarındaki ihracat oranlarına bakıldığında, ihracatın yurtiçi satışlara göre açık ara önde olduğu görülmüştür. Türk üreticiler 100'ü aşkın ülkeye ihracat gerçekleştirmektedir. Samsun'daki üreticilerin ise 70'in üstündeki ülkeye ihracat yaptıkları firma görüşmelerinden anlaşılmıştır. Sektörün ülke ihracatı içindeki payı her geçen gün artarken, ürün kalitesiyle de ihracat yapılan ülkelerden beğeni toplamaktadır.

Son 8 yıldır dövizin üzerindeki baskı, cirolarını büyük ölçüde ihracattan elde eden bu sektördeki firmaları daha riskli olarak pazarlara girmeye zorlamıştır. Dolayısı ile sektör firmalarının ihracat miktarı az olmasına rağmen uluslararası pazardaki müşteri portföyü oldukça geniştir.

ÖZELLEŞMİŞ ÜRÜN VE NİTELİKLİ MÜŞTERİ

Hastalar kullanılan medikal cihaz ve aletlerin kalitesi konusunda yeterli bilince sahip değil. Bu da sağlık hizmeti veren kurumsallaşmamış hastaneleri en ucuzu almaya teşvik etmektedir. Son 10 yıldır tüketici hakları konusundaki yönetmelik ve uygulamaların gelişmesi ve buna paralel olarak hastaların haklarını arama konusunda bilinçlenmesi hastane yöneticilerini daha kaliteli malzemeler kullanmaya zorlamaktadır. Bu konu dünyada üretim kalitesi ile kendini ispatlamış yerli üreticilerimiz için önemli bir rekabet avantajıdır.

Yerli firmaların yakaladığı kalite seviyesi yurtiçindeki müşterilerde yabancı marka hayranlığı azaltmaya başlamıştır. Özellikle bu konuda özel hastanelerin bilinç seviyesi çok yüksektir.

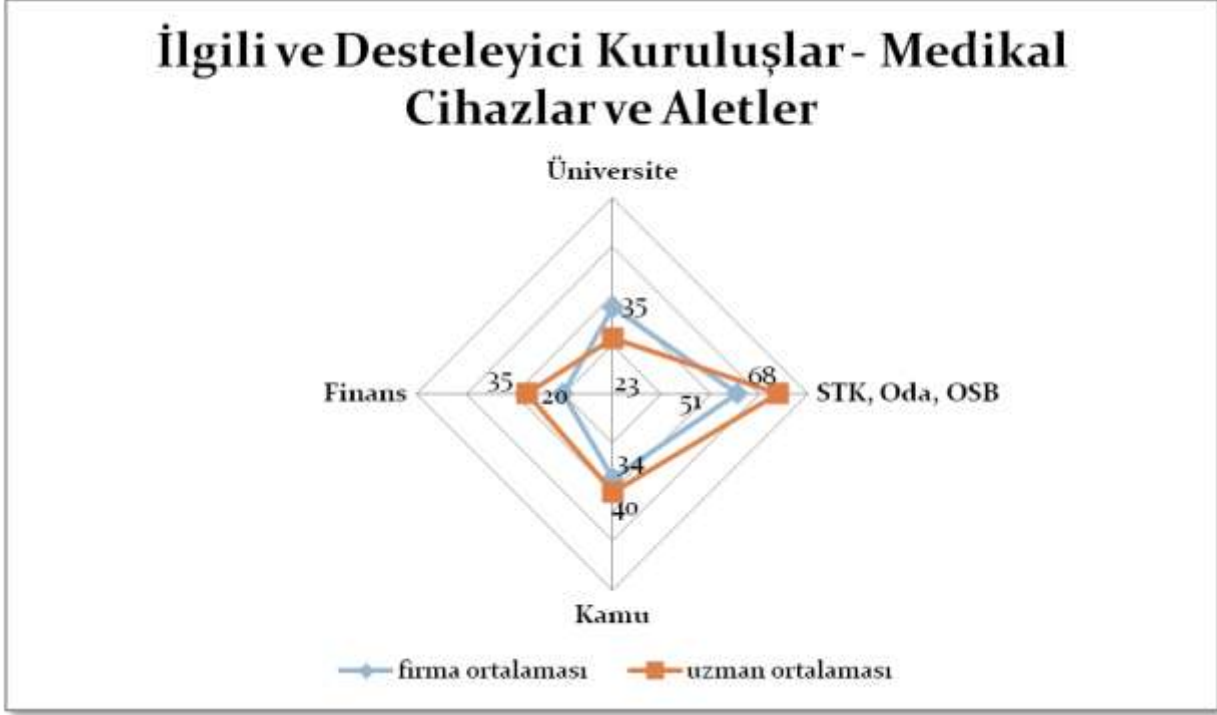
Her geçen gün sayısı artan özel hastaneler, devlet hastaneleri gibi satın alma konusunda kanunlara ve yönetmeliklere bağlı değildirler. Ürün satın alırken kalite, güvenilirlik, fiyat, satış sonrası servis gibi kriterler çerçevesinde değerlendirme yapmaları yerli üretim yapan firmaların ürünlerine yönelmelerini sağlamaktadır. Ayrıca özel hastane sahipleri de girişimci olduklarından, yerli firmalarla iş yapmaya daha sıcak bakmaktadır.

Görüşme yapılan tüm firmaların devlet hastaneleri için yapılan ihalelerden şikayetleri mevcuttur. Adrese teslim şartnameler veya kaliteye bakılmaksızın ucuz ürüne yönelme şikayetlerin odak noktasını oluşturmaktadır.

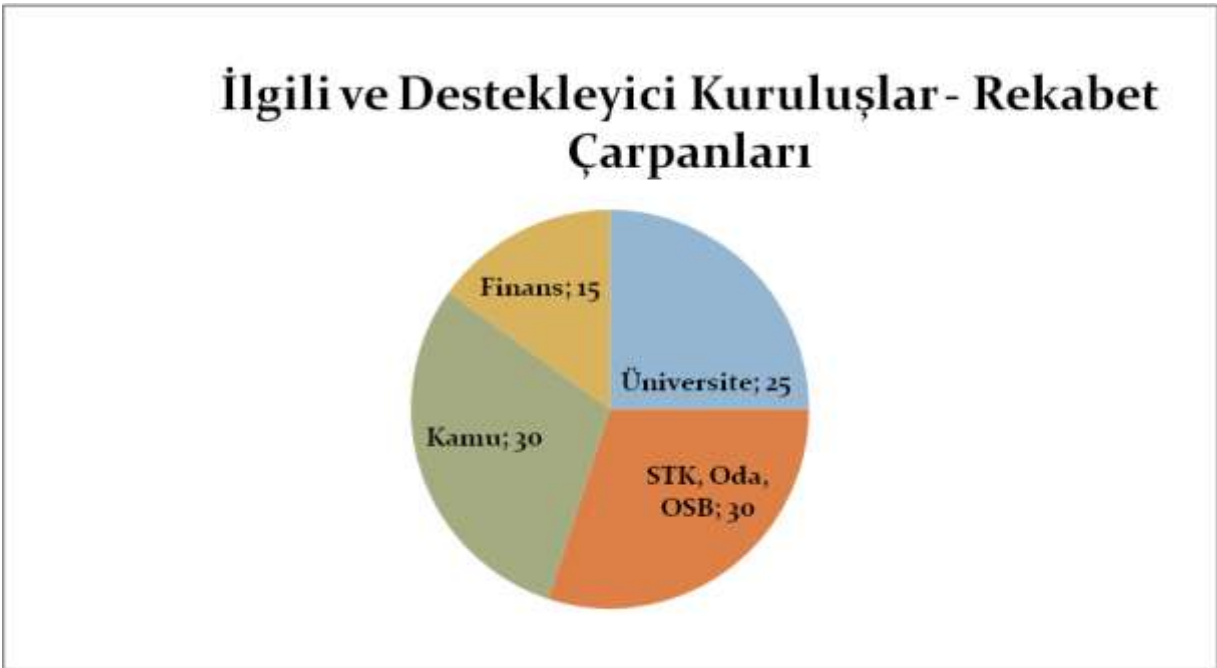
İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar (Zayıf)

İlgili ve destekleyici kuruluşlar konusunda Medikal Cihazlar ve Aletler Sektörü puanı 38'dir.

TABLO 100: MEDİKAL CİHAZLAR VE ALETLER SEKTÖRÜ – İLGİLİ VE DESTEKLEYİCİ KURULUŞLAR DEĞERLENDİRMESİ



TABLO 101: MEDİKAL CİHAZLAR VE ALETLER SEKTÖRÜ – İLGİLİ VE DESTEKLEYİCİ KURULUŞLAR REKABET ÇARPANLARI



ÜNİVERSİTE

Medikal Cihazlar ve Aletler sektörü üniversite-sanayi işbirliğinin zayıf olduğu sektörlerden biridir. Bu husus firma ziyaretleri sırasında da teyit edilmiştir.

Sektördeki ürünlerin nihai kullanıcıları doktorlardır. Doktorların önceliğinin hasta bakmak ve ameliyat yapmak olması, firmaların ürün geliştirme konusunda nihai kullanıcı ile çalışmak için zaman bulamamasına sebep olmaktadır. Ayrıca nihai kullanıcı olan doktor ve özellikle cerrahların rutin işlerinden iyi seviyede gelir elde ediyor olmaları ve ürün geliştirme veya ar-ge konusunda yapacakları çalışmalardan elde edecekleri gelirin cazip gelmemesi nedeni ile konuya sıcak bakmamaktadır.

Ürünleri nihai kullanıcısı olan doktorların ve özellikle cerrahların yoğunluğu ve üzerlerindeki ilaç ve medikal sektörlerinin yoğun promosyon ve lobi faaliyeti çalışması sonucunda işbirliğine kapalıdır.

Üniversite hastaneleri aynı zamanda eğitim verdikleri için devlet hastaneleri ve özel hastanelere göre işbirliğine daha açıktır. Üniversite hastanelerinde Doçent ve Profesör seviyesindeki eğitim verenlerle ürün geliştirme konusunda işbirliği yapma fırsatı nispeten daha fazladır ancak yeterli seviyede olduğu söylenemez.

STK – ODA – OSB

Samsun'da Medikal Cihazlar ve Aletler sektörünü hedefleyen bir STK mevcut değildir. Samsun'daki firmalardan önde gelen birkaç tanesi aşağıdaki tabloda verilen derneklerden "Sağlık Gerekleri Üreticileri ve Temsilcileri Derneği – SADER" ve Tıbbi Malzeme ve Cihaz Üreticileri Derneği – TÜDER" gibi Ankara merkezli derneklere üyedirler. Bu dernekler lobi faaliyetleri yürütmekte ve sektörel etkinliklerden üyelerinin haberdar etmektedirler. Ancak bu derneklerde de medikal firmalarının çoğunlukta olması nedeni ile yapılan lobi çalışmaları yeterli değildir.

TABLO 102: TÜRKİYE’DE MEDİKAL CİHAZLAR VE ALETLER SEKTÖRÜNDEKİ SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI

KISA ADI	UZUN ADI	MERKEZİ	KURULUŞ	ÜYE SAYISI	TELEFON
TUMDEF	Tüm Tıbbi Cihaz Üretici ve Tedarikçi Dernekleri Fed.	Ankara	2004	13	(312) 468 69 84
TÜDER	Tıbbi Malzeme ve Cihaz Üreticileri Derneği	Ankara	2006	65	(312) 229 9362
MASSIAD	Marmara Sağlık Sektörü İş Adamları Derneği	İstanbul	1992	220	(212) 356 96 90
SEİS	Türkiye Sağlık Endüstrisi İşverenleri Sendikası	Ankara	2003	108	(312) 430 65 63
SADER	Sağlık Gereçleri Üreticileri ve Temsilcileri Derneği	Ankara	1993	54	(312) 433 77 88
BATIDER	Balıkesir Tıbbi Malzemeciler Derneği	Balıkesir	1994	27	(266) 243 06 62
ÇUMED	Çukurova Medikalçiler Derneği	Adana	1996	63	(322) 453 01 41
DOMED	Doğu Anadolu Medikalçiler Derneği	Erzurum	2003	26	(442) 213 97 38
	Ege Tıbbi Malzemeciler Derneği	İzmir	1991	80	(232) 262 15 18
EGESİAD	Ege Sağlık Malzemeleri Sanayici ve İş Adamları Derneği	İzmir	1999	81	(232) 483 37 49
GAMEDER	Gaziantep Tıbbi Matz. İth. İhr. İmalat Satıcıları Derneği	Gaziantep	2008	5	(342) 215 46 02
DOKAMED	Doğu Karadeniz Medikalçiler Derneği	Trabzon	2005	19	(462) 229 96 72
	Malatya Medikalçiler Derneği	Malatya	2006	22	(422) 325 56 77
AKMEDDER	Akdeniz Medikalçiler Derneği	Antalya	1995	69	(242) 238 40 77
ORDER	Ortopedik Tıbbi Malzeme İmalatçıları ve İth. Derneği	Ankara	1994	49	(312) 426 16 97

Kaynak: (TOBB, 2009)

Samsun Sanayi ve Ticaret Odası’nda “Medikal (Eczacılık), Tıbbi ve Ortopedik Ürünlerin Toptan ve Perakende Ticareti ve İmalatı” konusunda 257 üye kayıtlı görünmektedir (Samsun Ticaret ve Sanayi Odası, 2010). Bunların büyük çoğunluğu eczacılar ve medikal firmalarıdır. Dolayısı ile ilgili meslek komitesinin faaliyetleri üreticilere yoğunlaşmamaktadır.

Makine Mühendisleri Odası Samsun Şubesi’nin ilkinin 2005 yılında düzenlediği “Ulusal Tıbbi Cihazlar İmalatı Sanayi Kongre ve Sergisi” bölgenin ve bölgedeki kapasitenin karar vericilere tanıtılmasında çok etkili olmuştur. Her kongreden sonra yayınlanan sonuç bildirgeleri sektörün ve üretici firmaların sorunlarının tespiti ve karar vericilere duyurulması açısından kritik dokümanlardır.

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği tarafından her sene yayınlanan sektör raporu ve İGEME’nin hazırladığı raporlar firmaların strateji geliştirirken ve yatırımlarını planlarken kullanabileceği önemli dokümanlardır.

KAMU

Sektörde faaliyet gösteren firmalara özel destek ve teşvikler mevcut değildir. Firmalar genele hitap eden destek ve teşviklerden yararlanmaktadır. Özellikle markalaşma, pazarlama ve inovasyon konularında KOSGEB’in destekleri ve verdiği krediler en çok kullanılan kaynaklardır. Bu desteklerin yeniden yapılandırılmış ve daha cazip hale getirilmiş olması

önemli bir gelişmedir. Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın ve Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı'nın desteklerinden faydalanan firma sayısı yok denecek kadar azdır.

Bölgede KOSGEB'in ve Samsun Ticaret Sanayi Odası tarafından eğitimler düzenlenmektedir. Ancak eğitim konuları genele hitap ettiğinden seviyesi ve içeriği düşük kalmaktadır. Sektörün önde gelen firmaları kendi eğitim ihtiyaçlarını kendileri kaynakları ile dışarıdan uzman veya danışman getirerek halletme yoluna gitmektedir.

İstanbul, Ankara ve İzmir dışında rutin denetim mevcut değildir. Samsun'da şikayet üzerine denetim yapılmaktadır. Denetim olmaması nedeni ile bazı firmaların üniversite laboratuvarlarında test yaptırarak kalitelerini belgelendirme yoluna gittikleri tespit edilmiştir.

Sektörde faaliyet gösteren firmaların sayıları her kaynakta farklı görünmektedir. Vergi Dairesi, Ticaret Odası ve Sağlık Bakanlığı tarafından verilen istatistiki bilgilerde farklılıklar mevcuttur. İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu'nun kurulması ile ilgili çalışmaların yürütülüyor olması sektörü kayıt altına alacak ve düzen getirecek olduğu öngörülen önemli bir gelişmedir.

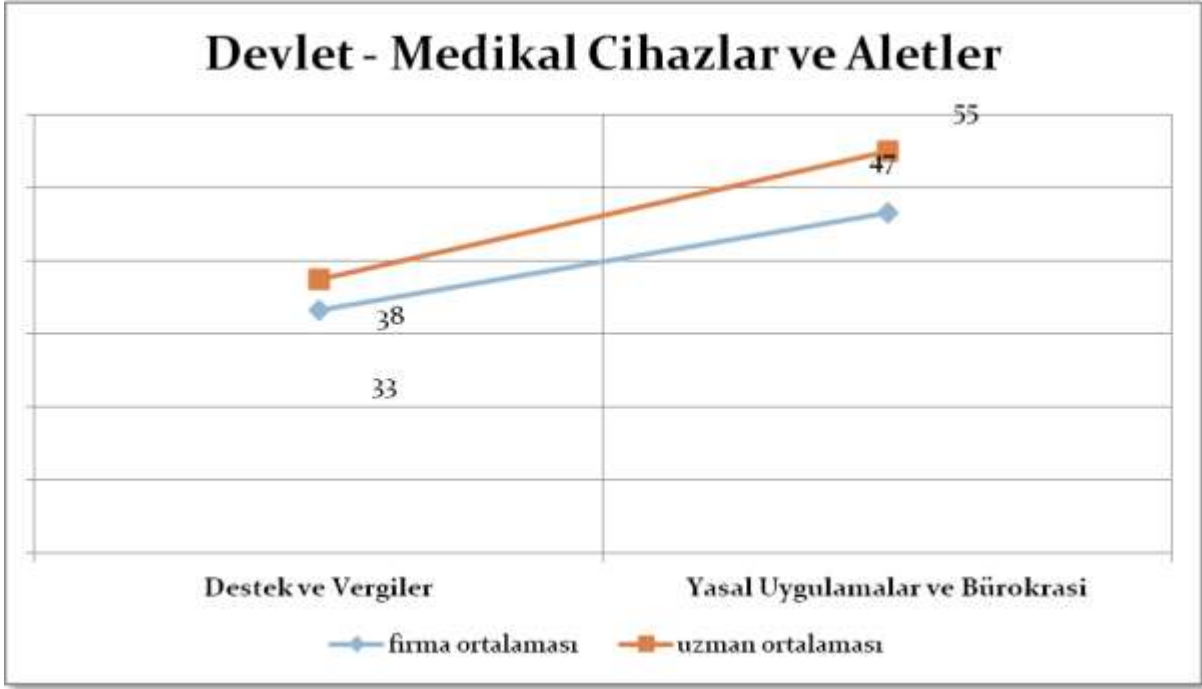
FINANS

Bankalar genellikle kar marjı yüksek bir sektör olduğu için Medikal Cihazlar ve Aletler sektöründe faaliyet gösteren firmalara olumlu yaklaşmaktadır, ancak sektör firmalarına yönelik geliştirdikleri özel hizmetler ve uygulamalar yoktur.

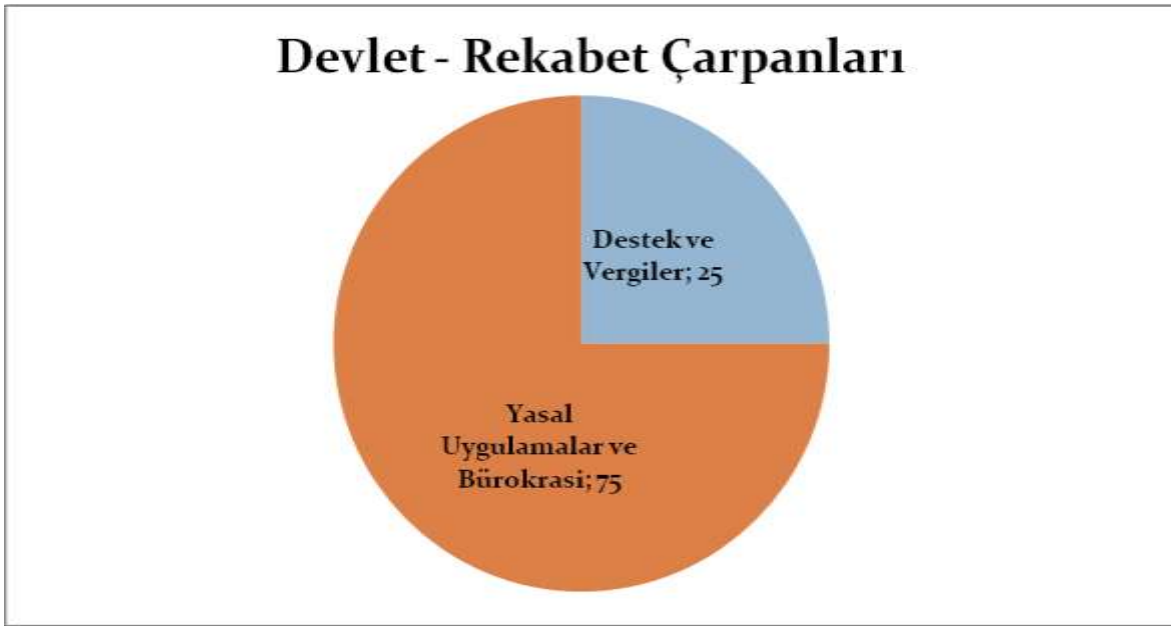
Devlet (Ortalama)

Devlet koşulları konusunda Medikal Cihazlar ve Aletler Sektörü puanı 43'tür.

TABLO 103: MEDİKAL CİHAZLAR VE ALETLER SEKTÖRÜ – DEVLET KOŞULLARI DEĞERLENDİRMESİ



TABLO 104: MEDİKAL CİHAZLAR VE ALETLER SEKTÖRÜ – DEVLET KOŞULLARI REKABET ÇARPANLARI



DESTEKLER VE VERGİLER

Sektörün karşılaştığı diğer bir sorun tıbbi cihazların ve aletlerin üretimi için gerekli olan hammaddeler, genellikle % 18 KDV oranına tabi olmasıdır. Tıbbi cihaz veya alet üreten bir firma, üretimde kullanacağı hammaddeleri ve yardımcı üretim malzemelerini % 18 KDV oranı ile temin ederken, üretmiş olduğu cihazları % 8 KDV oranı ile satmaktadır. Aradaki % 10'luk KDV yükü üreticinin üzerinde kalmaktadır. KDV oranları ile ilgili bu sorun, aynı zamanda dışa bağımlılık oranı yüksek sektörde yerli üreticileri zora sokmakta, buna mukabil ithalatçıların lehinde bir durum oluşturmaktadır. Zira ithalatçı firmalar %8 KDV oranı ile malzeme satışı yapmaktayken, üretici firmalar % 18 KDV ile hammadde ve yarı mamul satın almakta ve % 8 ile malzeme satışı yapmaktadır.

Medikal Cihazlar ve Aletler sektörüne özel destek ve teşvik söz konusu değildir. Tüm firmalara hitabeden destek ve teşviklerden faydalanılır. Firmaların ulusal/uluslararası fuar ve kongrelere katılımı iyi seviyededir. Küçük ölçekli firmalar için özellikle bu konudaki destekler hayati önem arz etmektedir.

Yeni kurulmuş olan Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı'nın destekleri sektördeki firmalar için önemli bir fırsattır. Firmaların genele hitap eden destekler konusundaki farkındalıklarının son yıllarda arttığı ve bunları kullanma istekleri saha çalışmalarında gözlenmiştir.

Saha çalışması sırasında Kamu İhale Kurumu'nun uygulamalarından dolayı görüşme yapılan tüm firmalar şikayetlerini dile getirmişlerdir.

YASAL UYGULAMALAR VE BÜROKRASİ

2 Aralık 2008 tarihli Başbakanlık Genelgesindeki “.....yerli malı olarak belirlenen malları teklif eden yerli istekliler lehine %15 oranına kadar fiyat avantajı sağlanması hususlarında idarelerce ihale dokümanına hükümler konulabilir” hükmü ihalelerde yerli üreticiye avantaj sağlanmıştır, ancak ihalelerde uygulamaya konulması keyfe bağlı olarak bırakıldığından dolayı yeterli değildir.

Sağlık Bakanlığı Ulusal Bilgi Bankası uygulaması ile sektördeki firmaları kayıt altına almış olması son yıllardaki en önemli gelişmelerden biri olarak görülmektedir.

Firmaların cirosunun önemli bir kısmının ihracattan geldiği tespit edilmiştir. İhracat yapılan ülkelerin başında Almanya, Fransa, İngiltere gibi Avrupa Birliği üyesi ülkeler gelmektedir. Dolayısı ile Avrupa Birliği üyeliğinin sektöre önemli bir etkisi olmayacaktır.

Mevzuat ve denetim eksikliğinden dolayı sektördeki ticari firmaların yurtdışından malzeme getirip, Samsun'da atölye açarak yerli üretim gibi satması bir model haline gelmeye başladığı sektörün önde gelen firmaları tarafından özellikle belirtilmiştir.

BALIKÇILIK VE SU ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ REKABET ANALİZİ



30.12.2010

Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin
Rekabet Analizi

Giriş

Balıkçılık en dar anlamıyla tatlı ve tuzlu sulardaki balıkların çeşitli yöntemlerle avlanması olarak tanımlansa da gerçek anlamda balıkçılık; deniz ve iç sulardaki mevcut bitkisel ve hayvansal organizmaları, kıyı ve kıyı ötesi balık avcılığını, yetiştiriciliğini, ürünlerin soğuk ve donmuş muhafazasını, yurt içi ve dışında pazarlanması ve naklini, işleme sanayi ve entegre tesislerini, kooperatif ve diğer meslek örgütlerini, balıkçı gemilerini ve tersaneleri, liman ve balıkçı barınaklarını, balık halleri gibi alt yapı tesislerini, ağ, ekipman, yem ve diğer girdi üretimi ile ar-ge ve eğitim konularını kapsamaktadır.

Su ürünleri ise; denizden veya tatlı sudan elde edilen her türlü gıda maddesine verilen ortak addır. Su ürünleri, suyun bulunduğu hemen hemen her yerde elde edilebilir. Su ürünlerinde ilk akla gelen balıklar olsa da denizler, tatlı su gölleri ve akarsulardan elde edilen tüm ürünlerin ortak adı “su ürünleri”dir. Su ürünleri başlıca üç grupta incelenmektedir. Balıklar, yumuşakçalar (midye, istiridye vb.) ve eklembacaklılar (ıstakoz, yengeç vb.). Bir diğer su ürün grubu da bitkisel ürünler oluşturmaktadır. Ancak bitkisel ürünlerin üretim miktarları ve ticareti hayvansal ürünler kadar değildir.

Dünya Balıkçılık Sektörünün Genel Durumu

Dünyada, su ürünleri iki yöntemle üretilmektedir. Avcılık ve yetiştiricilik (kültür balıkçılığı). Üretimin büyük bir kısmı avcılık yoluyla olmaktadır. Dünyada avcılık yoluyla üretimde önemli bir paya sahip ülkelerin tamamının okyanus kıyılarında sınırları bulunmaktadır. En büyük üretici 11 ülke toplam üretimin %71'ini avcılıkla, %19'ununu da yetiştiricilik yoluyla elde etmektedirler. Ancak; kültür balıkçılığının toplam su ürünleri üretimi içindeki payı sürekli artmaktadır. Bunun en önemli nedeni okyanuslardan avcılık yoluyla elde edilebilecek ürün miktarının artık çok fazla artırılamamasıdır. Ayrıca okyanuslarda kıyıları olmayan ülkeler için su ürünleri üretiminde en önemli çıkış yolu yetiştiriciliktir.

Günümüzde ise su ürünleri yetiştiriciliği avcılıkla elde edilen miktarın yarısına ulaşmayı başarmıştır. Dünya'da yetiştiricilik yapılan tür gruplarında ilk sıraları, balıklarda sazangiller, kabuklularda karidesler, yumuşakçalarda istiridyeler ve alglerde ise kahverengi algler oluşturmaktadır. Yetiştiricilik tür olarak ele alındığında ilk sırayı 4,11 milyon ton ile dev Pasifik istiridyesi (*Crassostrea gigas*), ikinci sırayı 3,64 milyon ton ile ot sazanı (*Ctenopharyngodon idellus*), üçüncü sırayı ise 3,55 milyon ton ile gümüş sazanı (*Hypophthalmichthys molitrix*) almaktadır.

Dünyada yetiştirilen balık, kabuklu ve yumuşakçaların tür sayıları, balıklarda 151, kabuklularda 39 ve yumuşakçalarda ise 72 olmak üzere toplam 262 olarak bildirilmektedir. Ancak, yetiştiricilik miktarları dikkate alındığında ilk 30 türün üretim toplamı (30,55 milyon ton), toplam yetiştiriciliğin %80,7'sini oluşturmaktadır.

Dünyada toplam su ürünleri üretimi 2007 yılında 90 milyon ton olarak gerçekleşmiştir. Dünya çapında en büyük üretici Çin olup, diğer önemli üretici ülkeler ise sırası ile Peru, Hindistan, Japonya, ABD ve Endonezya'dır. Avrupa kıtasındaki en büyük üretici olan Norveç ise dünya üretiminde onuncu sırada yer almaktadır. Dünya üretiminde, gelişmiş ülkelerin üretimi 31 milyon ton iken gelişmekte olan ülkelerin üretimi 98 milyon ton düzeyinde olmuştur. Diğer bir ifadeyle dünya üretiminin %75'i gelişmekte olan ülkeler tarafından gerçekleştirilmiştir. Dünya yetiştiricilik üretiminin ise % 90'ı Asya ülkelerince yapılmaktadır. Çin gerek avcılık gerekse yetiştiricilik açısından en önemli ülke konumundadır.

Dünyada yetiştiricilikle üretilen su ürünleri miktarının 2025 yılında 62 milyon ton/yıl hedefine ulaşacağı tahmin edilmektedir. (FAO -Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü, 2008)

Su ürünleri yetiştiriciliği, FAO - Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü tarafından dünyada en hızlı büyüyen gıda sektörü olarak belirlenmiştir. 2030 yılına kadar, dünyada yetiştiricilikten elde edilen miktarın iki kat daha artarak 80 milyon tonu aşacağı tahmin edilmektedir.

Türkiye’de Balıkçılık Sektörünün Genel Durumu

Türkiye, su ürünleri ve balıkçılığa elverişli üretim sahaları yönünden küçümsenmeyecek bir potansiyele ve kapasiteye sahiptir. Türkiye bir yarımada yapısındadır. Kuzeyinde Karadeniz, kuzeybatısında Marmara, batısında Ege ve güneyinde de Akdeniz yer almaktadır. Ülkemizin sahip olduğu kıyı uzunluğu 8,333 km’dir. Bu alanların büyüklüğü 24,607,200 ha’dır. Söz konusu kıyılar Akdeniz, Ege, Marmara ve Karadeniz bölgelerini kapsamakta olup, birbirlerinden farklı ekolojik özellikler göstermektedir. Bu denizlerimizde daha çok kenar, kıyı ve sahil balıkçılığı faaliyetleri yapılmaktadır.

2009 yılı su ürünleri üretimi bir önceki yıla göre %3,58 azalarak yaklaşık 623 bin ton olarak gerçekleşti. Üretimin yaklaşık % 61,12’si deniz balıklarından, %7,13’ü diğer deniz ürünlerinden, % 6,29’u içsu ürünlerinden ve %25,47’si yetiştiricilikten elde edildi.

Avcılıkla yapılan üretim 464462 ton, yetiştiricilik üretimi ise 158729 ton olarak gerçekleşti. Yetiştiricilik üretiminin %48,04’ü içsularda, %51,96’sı ise denizlerde gerçekleşti. Yetiştirilen en önemli türler içsularda %47,66 ile alabalık, denizlerde %29,33 ile levrek, %17,87 ile çipura oldu.

Avcılığı yapılan deniz ürünleri üretim miktarı bir önceki yıla göre %6,14 oranında azalarak yaklaşık 425 bin ton olarak gerçekleşti. Deniz ürünleri üretiminde ilk sırayı %57,81’lik oran ile Doğu Karadeniz Bölgesi aldı. Bunu %15,89 ile Batı Karadeniz, %11,15 ile Ege, %8,28 ile Marmara ve %6,87 ile Akdeniz Bölgeleri izledi.

TABLO 105: 2009 YILI SU ÜRÜNLERİ GENEL VERİLERİ

Avlanan Deniz Ürünleri(Ton)	425 275
Avlanan Su Ürünleri(Ton)	464 462
Balık Unu Ve Yağ Fabrikalarında İşlenen Su Ürünleri(Ton)	90 211
Değerlendirilemeyen Su Ürünleri(Ton)	5 715
Denizlerde Yetiştiricilik Üretimi(Ton)	82 481
İçsularda Yetiştiricilik Üretimi(Ton)	76 248
İhraç Edilen Su Ürünleri(Ton)	54 354
İthal Edilen Su Ürünleri (Ton)	72 686
Kültür Balıkları Üretimi(Ton)	158 729
Su Ürünleri Üretimi(Ton)	623 191
Tüketilen Su Ürünleri(Ton)	545 597

Kaynak: (TUİK- Türkiye İstatistik Kurumu)

TABLO 106: SU ÜRÜNLERİ ÜRETİMİ, İHRACATI, İTHALATI VE TÜKETİMİ

Yıl	Üretim (Ton)	İhracat (Ton)	İthalat (Ton)	İç tüketim (Ton)	Kişi başına tüketim (Kg)
2000	582.376	14.533	44.230	538.764	7,985
2001	594.977	18.978	12.971	517.832	7,547
2002	627.847	26.860	22.532	466.289	6,697
2003	587.715	29.937	45.606	470.131	6,649
2004	644.492	32.804	57.694	555.859	7,812
2005	544.773	37.655	47.676	520.985	7,229
2006	661.991	41.973	53.563	597.738	8,191
2007	772.323	47.214	58.022	604.695	8,567
2008	646.310	54.526	63.222	555.275	7,812
2009	623.191	54.354	72.686	545.597	7,589

Kaynak: (TUİK- Türkiye İstatistik Kurumu)

Akdeniz’de yaklaşık 500 olan tür sayısı (avcılık + yetiştiricilik) kuzeye gittikçe azalmakta ve Karadeniz’de tür sayısı 247’ye düşmektedir. Buna karşın su ürünleri üretim miktarı kuzeye gittikçe artmaktadır. Karadeniz, bu dört deniz arasında doğal üretimin en yüksek olduğu denizdir ve ülkemiz su ürünleri üretiminin %63’ünü, toplam deniz balıkları üretiminin ise % 80’ini karşılamaktadır. Ülkemizde su ürünleri içerisinde ekonomik yönden anlam ifade eden türlerin sayısı 100 dolayında olup, balık üretiminin %80-90’ı göçmen türlerden oluşmaktadır. Karadeniz’de; hamsi, istavrit, kefal, palamut, torik, lüfer, Akdeniz’de; sardalye, kefal, Ege’de; sardalye, Marmara’da; hamsi, istavrit, kefal önemli göçmen türlerdir. Demersal balıklardan (dip balıkları) ise; Karadeniz’de kalkan, mezgit; Ege ve Akdeniz’de çipura, barbunya, berlam, istakoz ekonomik öneme sahip türlerdir.

TABLO 107: TÜRKİYE’DE AVLANAN DENİZ BALIKLARI MİKTARI (TON)

Balık türü	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Toplam	441 690	465 180	493 446	416 126	456 752	334 248	409 945	518 201	395 660	380 865
Akya	320	255	330	262	352	505	606	549	513	1167
Avcı	50	35	45	40	30	60	53	57	75	96
Albakor	-	-	-	-	27	30	73	852	208	631
Bakalorya-Berlam	18 190	20 810	10 500	7 500	4 380	4 100	3 460	3 337	1 252	1557
Barbunya	2 450	2 455	2 395	1 400	1 848	2 825	2 617	2 091	1 925	2461
Barbunya	-	-	-	-	-	-	-	299	110	317
Çaça	7 000	1 000	2 050	6 025	5 411	5 500	7 311	11 921	39 303	53385
Çipura	830	1 070	700	794	879	1 215	867	759	1 526	1186
Dil-Pisi	1 000	1 250	585	410	624	1 190	937	851	848	1038

Bu rapor innoCentric tarafından Samsun İl Özel İdaresi için "Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi" Projesi kapsamında hazırlanmıştır. ©2010-2011

Dülger	100	130	55	24	24	76	95	101	72	104
Fangri	70	100	80	64	89	107	168	88	176	177
Fener balığı	-	-	-	-	-	-	-	204	360	317
Gelincik	50	35	8	4	8	27	17	23	11	21
Grenyüz	15	20	5	3	7	11	20	60	56	23
Gümüş	500	575	518	664	1 037	1 479	993	999	1 142	1721
Hamsi	280 000	320 000	373 000	295 000	340 000	138 569	270 000	385 000	251 675	204699
Hani	400	410	100	94	127	93	90	103	229	51
İskarmoz	150	130	206	250	255	281	234	417	218	178
İskorpit	300	525	270	240	329	353	326	202	362	339
İsparoz	670	280	548	340	264	516	552	336	298	427
İstavrit(Kraça)	15 000	15 545	19 500	16 400	18 068	13 540	14 127	22 991	22 134	20373
İstavrit (Karagöz)	7 200	10 635	6 982	11 600	9 337	13 978	11 800	9 030	10 043	7895
İşkine	20	20	39	30	17	26	54	73	41	32
İzmarit	1 500	2 250	1 105	1 200	1 020	1 869	1 321	1 044	742	1116
Kalkan	2 700	2 455	459	300	376	649	807	769	528	383
Karagöz	750	375	203	235	243	203	185	189	263	282
Kayabalığı	300	335	201	170	210	141	113	136	164	124
Kefal	27 000	22 000	12 000	11 000	12 424	10 560	8 915	8 291	3 345	2987
Keler	60	20	18	25	28	38	51	15	34	20
Kılıç	370	360	370	350	386	425	410	423	386	301
Kırlangıç	260	200	271	230	241	313	560	339	362	320
Kırlangıç (Mazak)	-	-	-	-	-	-	-	292	24	47
Kolyoz	9 000	4 500	1 500	1 480	1 402	2 001	2 760	2 263	1 818	2952
Köpek	2 880	1 000	686	400	458	734	668	496	413	618
Kupez	1 500	1 000	1 126	1 540	1 463	3 062	3 601	3 851	2 580	2919
Lahoz	-	-	292	230	264	295	384	345	313	566
Levrek	1 900	1 200	713	700	628	581	490	421	751	615
Lipsöz	60	115	26	27	37	44	60	37	35	107
Lüfer	4 250	13 060	25 000	22 000	19 901	18 357	8 399	6 858	4 048	5999
Melanurya	80	90	130	150	138	142	332	169	128	241
Mercan	540	320	403	550	551	541	1 021	689	634	724
Mezgit	18 000	10 000	8 808	8 000	8 205	8 309	9 112	12 940	12 231	11146
Mıgri	-	-	-	-	-	-	-	8	77	3
Mırmır	200	340	300	290	239	233	283	249	349	390
Minekop	45	55	70	77	63	52	29	19	22	24
Orfoz	85	80	71	107	97	151	97	95	25	83
Orkinoz	1 070	2 100	2 300	3 300	1 075	990	806	918	887	1210
Yazılı Orkinoz	-	-	-	-	568	507	1 230	785	1 072	1309
Öksüz	-	-	-	-	-	-	-	24	14	12
Palamut-Torik	12 000	13 460	6 286	6 000	5 701	70 797	29 690	5 965	6 448	7036
Patlakgöz mercan	-	-	-	-	-	-	-	97	143	98
Sardalya	16 500	10 000	8 684	12 000	12 883	20 656	15 586	20 941	17 531	30091
Sarıağız	70	50	63	75	62	96	-	-	-	-
Sarıgöz	45	45	40	76	70	109	320	71	30	30
Sarpa	200	160	243	230	198	391	599	321	190	348
Sinagrit	100	60	79	90	106	136	242	106	146	165
Sivriburun karagöz	-	-	-	-	-	-	-	20	17	26
Tekir	2 300	1 570	1 450	1 050	961	1 207	1 256	1 732	1 978	2818
Tirsi	720	690	862	1 100	1 172	2 176	1 738	2 252	2 289	3070
Tombik	-	-	-	-	284	1 020	1 031	993	836	1873
Trança	40	35	57	60	74	55	80	82	119	86
Uskumru	900	550	486	350	568	781	783	1 076	516	505
Vatoz	1 100	555	369	540	532	763	813	974	591	707
Zargana	300	640	482	450	491	577	375	400	335	346
Zurna	250	55	97	160	140	206	289	409	348	487
Diğer	300	175	280	440	380	600	1 109	754	321	486

Kaynak: (TUİK- Türkiye İstatistik Kurumu)

Deniz balıkları içinde önemli olan türlerden hamsi balığı %18,67 oranında azalarak yaklaşık 205 bin ton avlandı. Bu miktarın iç tüketim için avlanılan miktarı %26,58 oranında azalarak yaklaşık 115 bin ton, balık unu fabrikalarına gönderilen miktar ise %5,78 azalarak 90 bin ton oldu. Çaçı balığı ise 53 bin ton üretimle, hamsi balığından sonra %14,02'lik bir paya sahip oldu.

Sardalya üretimi %71,64, çaçı üretimi %35,83 ve palamut-torik üretimi %9,12 oranında artarken, istavrit (karagöz) üretimi %21,39, kefal üretimi %10,70, mezgit üretimi %8,87 ve istavrit (kraça) üretimi %7,96 oranında azaldı.

İçsu ürünleri üretim miktarı bir önceki yıla göre %4,45 oranında azalarak yaklaşık 39 bin ton olarak gerçekleşti. Önemli içsu ürünlerinden sazan balığı %5,69 ve inci kefalı %9,13 oranında azalış gösterdi.

TABLO 108: YETİŞTİRİCİLİK ÜRETİMİ (TON)

Balık Türü	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Toplam	79 031	67 244	61 165	79 943	94 010	118 277	128 943	139 873	152 186	158 729
İçsu										
Alabalık	42 572	36 827	33 707	39 674	43 432	48 033	56 026	58 433	65 928	75657
Aynalı sazan	813	687	590	543	683	571	668	600	629	591
Deniz										
Alabalık	1 961	1 240	846	1 194	1 650	1 249	1 633	2 740	2 721	5229
Çipura	15 460	12 939	11 681	16 735	20 435	27 634	28 463	33 500	31 670	28362
Levrek	17 877	15 546	14 339	20 982	26 297	37 290	38 408	41 900	49 270	46554
Midye	321	5	2	815	1 513	1 500	1 545	1 100	196	89
Karides	27	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Diğer	-	-	-	-	-	2 000	2 200	1 600	1 772	2247

Kaynak: (TUİK- Türkiye İstatistik Kurumu)

Ülkemizde avcılık yoluyla elde edilen üretim miktarı genel olarak 500 bin ton dolayında gerçekleşmekte olup, bu miktarlarla avlanabilir stok büyüklüğünün sınırına eriştiği kabul edilmektedir. Bu nedenle, ülkemizde avlanma miktarının artırılması yerine sürdürülebilir avcılığın sağlanabilmesi için önlemler alınmaktadır. Bu amaçla stokları koruyucu ve geliştirici yönde araştırmalar yapılmakta ve koruma kontrol faaliyetlerinin artırılmasına öncelik verilmektedir. Denizlerde avcılıkla elde edilen ürün miktarının artırılabilmesi için ayrıca açık deniz balıkçılığına geçilerek uluslararası sularda avlanma alanları yaratılması ve ülkemiz kaynaklarına yönelik av baskısının azaltılması yoluna da gidilmektedir.

Türkiye'nin su ürünleri üretimi yönünden denizler dışında, diğer önemli kaynakları da göl ve akarsulardan oluşmaktadır. Sahip olduğumuz göl tanımına giren rezervuarları, doğal göller ve yapay göller şeklinde iki ana gruba; doğal gölleri, iç göller ve sahil gölleri (lagünler), yapay gölleri de baraj gölleri ve daha çok sulama amacıyla yapılmış göletler olarak gruplandırmak olasıdır.

1969 yılından itibaren, Türkiye'de su ürünleri üretimini arttırmak yolunda, adeta büyük bir umut kaynağı olarak değerlendirilen yetiştiricilik, özellikle kooperatifleşmeyi de teşvik ederek idari, mali ve yasal yönlerden önemli destekler görmüş, bu konuya değişik ve kazançlı bir ticari uğraş olarak bakan binlerce insanın yatırım yapma hevesine neden olmuştur. 1970'li yıllardan itibaren sazan ve alabalık ile küçük çapta başlayan kültür balıkçılığı üretimi, 1985'li yıllarda üretime çipura ve levreğin, 2000'li yıllarda orkinosun katılmasıyla yıllık 90,000 tonu aşmıştır. Ülkemiz, levrek ve çipura üretiminde Yunanistan'dan sonra Avrupa'da ikinci sırada yer almaktadır. Üretim, Ege bölgesinde, özellikle de Muğla civarında yoğunlaşmıştır. Kültür balıkçılığının Ege kıyılarında yol açtığı ve etkileri henüz tartışmalı olan kirlilik olgusu, turizm sektörü ile ciddi sorunların yaşanmasına yol açmıştır. Sonuçta işletmelerin kıyısız alanlardan daha derin sulara kaydırılmasına karar verilmiştir.

Kültür balıkçılığı ülkemizde sürekli olarak gelişmekte ve üretim de sürekli olarak artmaktadır. 2008 yılında yetiştiricilikten elde edilen ürün miktarında bir önceki yıla göre %8,8 oranında artış olmuştur. Deniz ve iç sularda yapılmakta olan yetiştiricilikten 2008 yılında denizlerden 85,6 bin ton, iç sulardan ise 66,6 bin ton olmak üzere toplam 152 bin ton ürün elde edilmiştir. En çok yetiştirilen türler ise denizlerde levrek ve çipura, iç sularda ise alabalıktır.

Türkiye üretim miktarı dikkate alındığında, dünyada 35. sırada, AB ülkeleri arasında ise 7. sırada yer almaktadır. Fakat kişi başına su ürünleri tüketimi açısından ülkemiz yıllık 8-10 kg. ile son sıralarda yer almakta olup, FAO (Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü) istatistiklerine göre ise dünyada su ürünleri tüketiminin kişi başı yaklaşık 15 kg., AB ülkelerinde ise 22 kg. olduğu göz önüne alındığında, dünya ve AB ortalamasına ulaşabilmek için tüketimin 2-3 kat artırılması gerekmektedir.

Ülkemizde halen 15,000'den fazla su ürünleri mühendisi, balıkçılık teknolojisi mühendisi ve ziraat mühendisi (su ürünleri bölümü) çalışmakta ve 19 fakülteden yılda 800 mühendis, 25'i

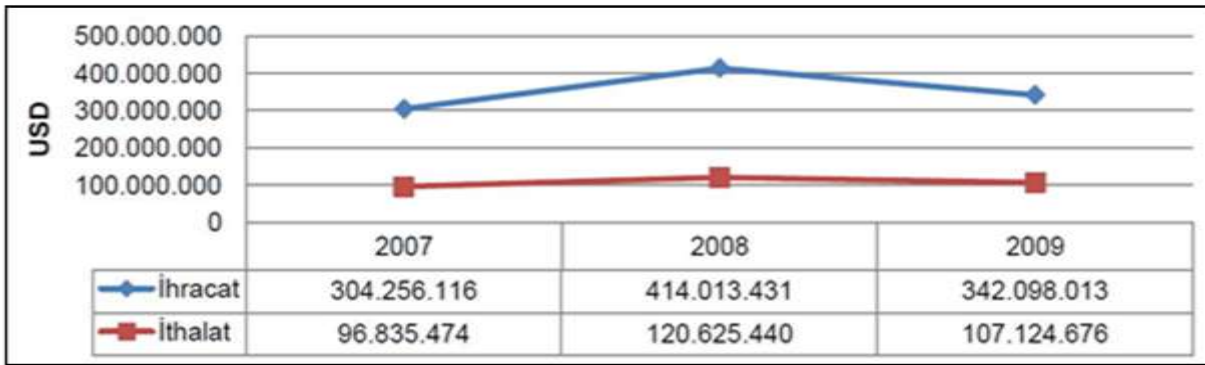
aşkın su ürünleri ön lisans programlarından ise yaklaşık 500 tekniker mezun olmaktadır (Kaynak: Su Ürünleri Koop. Merkez Birliği).

Günümüzde avcılıkla uğraşan ruhsatlandırılmış balıkçı gemisi sayısı 21,672 (3,330 adeti iç sularda, 1,896 adet gırgır-trol ve 16,446 adeti 12 m.'den küçük teknelerdir), personel sayısı ise 70,000'i aşmıştır. Su ürünleri yetiştiriciliği yapan işletme sayısı 1,749 adet olup, toplam 25,000'den fazla olan balıkçılık sektörünün yan sanayi olan işleme-değerlendirme, balık unu-yağı, ağ, balık yemi fabrikalarında ise binlerce personel istihdam edilmektedir (Kaynak: Su Ürünleri Koop. Merkez Birliği).

Türkiye'de su ürünleri yetiştiriciliği ayrı bir önem kazanmış ve üreticiler su ürünleri yetiştiriciliği destekleri kapsamında; ürün, yavru balık, yeni türler ve örgütlenme desteklerinden faydalandırılmaktadır. Ayrıca işletmelere tarım sigortası prim desteği yanı sıra düşük faizli yatırım ve işletme kredileri kullandırılmaktadır.

2009 yılında önceki yıla göre %17,3 oranında azalışla toplam 342 milyon dolar değerinde su ürünleri ihracatı yapılmıştır. 2009 yılında toplam 107 milyon dolar değerinde su ürünleri ithalatı yapılmış olup; ithalat da bir önceki yıla göre %11,2 oranında bir düşüş göstermiştir.

TABLO 109: TÜRKİYE'NİN SU ÜRÜNLERİ İHRACAT VE İTHALATI



Kaynak: (TUİK- Türkiye İstatistik Kurumu)

Türkiye su ürünleri ihracatının kompozisyonu incelendiğinde; 2007 - 2009 dönemindeki satışlardan, taze - soğutulmuş balıkların en büyük payı aldığı görülmektedir. İhracatımızdan taze/soğutulmuş balıklar 175 milyon dolar ile %51 pay almış, bunu %16,6 pay ile fileto ürünler, %8 ile dondurulmuş balıklar izlemiştir.

2009 yılında önde gelen pazarlarımız Japonya ve Avrupa Birliği ülkeleri olup; Hollanda, İtalya, Yunanistan ilk 4 pazarımız arasında yer almaktadır (AB ülkelerine ihraç edilebilen yegâne hayvansal ürün balık'tır). AB dışından ise Lübnan ve ABD ilk on pazarımız

Bu rapor innoCentric tarafından Samsun İl Özel İdaresi için "Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi" Projesi kapsamında hazırlanmıştır. ©2010-2011

arasındadır. İhracatımızın yöneldiği ilk on pazarın, sektörün toplam ihracatındaki değerce aldığı pay 2009 yılı verileri ile % 88,9 olmuştur. Bu dönemde 61 ülkeye İhracat yapılmıştır.

TABLO 110: ÜLKELER İTİBARI İLE TÜRKİYE'NİN SU ÜRÜNLERİ İHRACATI (MİKTAR: KG DEĞER: DOLAR)

ÜLKE ADI	2007		2008		2009	
	MİKTAR	DEĞER	MİKTAR	DEĞER	MİKTAR	DEĞER
JAPONYA	3.365.013	45.356.099	5.408.636	111.889.991	3.933.609	65.964.970
HOLLANDA	6.799.688	46.245.069	8.106.762	57.332.364	8.474.389	56.028.257
İTALYA	10.932.982	47.395.229	10.993.645	50.428.544	11.934.632	49.294.449
YUNANİSTAN	8.507.304	47.622.725	8.247.750	51.764.125	6.346.570	33.761.972
ALMANYA	3.948.316	17.346.262	5.587.151	29.385.556	5.870.910	32.500.412
İSPANYA	7.160.351	39.971.776	6.569.229	38.824.176	4.321.261	21.864.725
LÜBNAN	2.270.376	6.939.729	3.380.192	10.008.623	4.558.796	14.274.709
FRANSA	2.734.320	15.038.132	3.024.809	21.173.491	2.376.985	14.185.645
İNGİLTERE	363.056	2.043.068	287.801	2.031.408	1.536.462	10.035.623
A.B.D.	501.535	3.876.731	718.411	5.537.998	781.832	6.242.564
ARA TOPLAM	46.582.941	271.834.820	52.324.386	378.376.276	50.135.446	304.153.326
TOPLAM	52.494.335	304.256.116	59.050.733	414.013.431	58.125.870	342.098.013

Kaynak: (TUİK- Türkiye İstatistik Kurumu)

2009 yılında su ürünleri ithalatımızın %70'i AB ülkelerinden olmak üzere, en büyük payı %48 ile Norveç almaktadır. Fransa, İzlanda ve İspanya ise su ürünleri ithalatımızda önemli tedarikçilerimizdendir.

TABLO 111: ÜLKELER İTİBARI İLE TÜRKİYE'NİN SU ÜRÜNLERİ İTHALATI (MİKTAR: KG. DEĞER : DOLAR)

ÜLKE ADI	2007		2008		2009	
	MİKTAR	DEĞER	MİKTAR	DEĞER	MİKTAR	DEĞER
NORVEÇ	18.098.469	41.255.748	20.126.667	51.509.280	24.527.344	51.926.036
FRANSA	4.065.099	8.695.626	2.701.940	6.897.522	7.694.060	10.909.577
İZLANDA	300.519	1.020.967	315.405	1.254.614	1.058.598	4.153.052
İSPANYA	902.348	1.526.452	1.397.104	1.785.884	3.121.441	4.015.259
ÖZBEKİSTAN	652.189	2.875.777	519.574	2.629.656	621.301	3.281.822
ÇİN HALK CUMHUR.	1.117.224	997.200	2.648.584	2.163.631	3.291.878	2.969.815
A.B.D.	605.339	628.380	8.799.098	7.058.085	4.161.980	2.794.044
GÜRCİSTAN	3.835.835	497.458	6.869.315	3.981.456	16.410.860	2.682.665
YUNANİSTAN	1.094.127	8.089.239	329.142	3.024.644	1.007.170	2.670.659
FAS	11.573.628	7.023.260	5.551.589	6.396.480	2.665.369	2.524.471
HİNDİSTAN	3.058.318	4.659.677	3.832.074	7.360.898	1.388.921	2.132.744
ARA TOPLAM	45.303.095	77.269.784	53.090.492	94.062.150	65.948.922	90.060.144
TOPLAM	57.528.850	96.835.474	63.365.019	120.625.440	72.906.717	107.124.676

Kaynak: (TUİK- Türkiye İstatistik Kurumu)

AB'ye uyum sürecinde olan ülkemiz, her alanda olduğu gibi, balıkçılık ve yetiştiricilik alanlarında da AB kriterlerine uyum amacıyla yoğun bir çaba sarf etmektedir. Ülkemizin üyeliği ile AB su ürünleri alanında dünyada daha da önemli hale gelecektir.

Su ürünleri yetiştiriciliği AB'de olduğu gibi ülkemizde de öncelikli sektörler arasında yer almaktadır. Türkiye'de sektörün sürdürülebilir geleceğinin planlanması amacıyla yürütülen çalışmalar sonucunda, AB uzmanları ve sektördeki tüm paydaşların katkılarıyla, yetiştiricilik faaliyetlerini de kapsayan "Ülkesel Su Ürünleri Strateji Planı" hazırlanmıştır.

AB uyum yasaları çerçevesinde tarama sürecinden geçen Türkiye, su ürünleri sektörünü AB ile eşleştirme çalışmalarını sürdürmektedir. Bu kapsamda su ürünleri mevzuatının AB mevzuatına uygun hale getirilmesi, mevcut su ürünleri idaresinin yeniden yapılandırılarak güçlendirilmesi, su ürünleri sektöründe biyolojik, ekonomik ve sosyal anlamda sürdürülebilir gelişmeler kaydedilmesi konusunda çalışmalar yapılmakta ancak istenilen seviyeye ulaşmadığı ve "Avrupa Birliği İlerleme Raporu"nda ilerleme kaydedilemeyen tek başlığın balıkçılık olduğu görülmektedir.

Dünya çapında en büyük su ürünleri ve balık üreticisi Çin olup, diğer önemli üretici ülkeler ise sırası ile Peru, Hindistan, Japonya, ABD ve Endonezya'dır. Avrupa kıtasındaki en büyük üretici olan Norveç ise dünya üretiminde onuncu sırada yer almaktadır. Türkiye üretim miktarı dikkate alındığında, dünyada 35. sırada, AB ülkeleri arasında ise 7. sırada yer almaktadır.

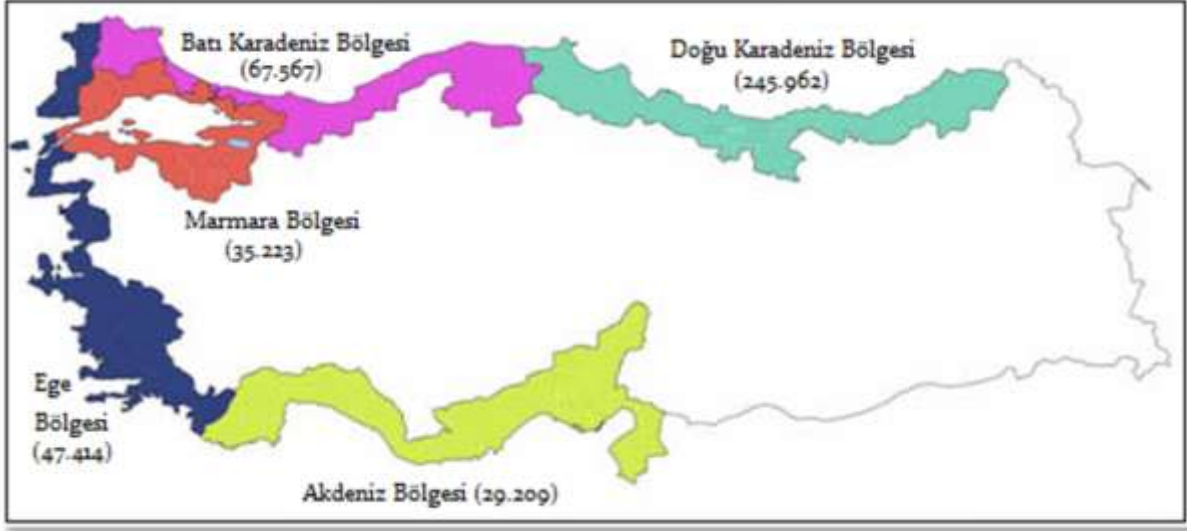
Türkiye'de 2009 yılında toplam 342 milyon dolar değerinde su ürünleri ihracatı yapılmış olup, bir önceki yıla göre %17,3 oranında düşüş mevcuttur. 2009 yılında 107 milyon dolar değerinde su ürünleri ithalatı yapılmış olup; ithalatta da bir önceki yıla göre %11,2 oranında düşüş mevcuttur.

Türkiye'de su ürünleri ve balıkçılığa gereken önemin verilmemiş olması, tüketim alışkanlığı yanı sıra AR-GE faaliyetlerinin yetersizliği, kurumsallaşamama ve profesyonel işletmeciliğe tam anlamıyla geçilememiş olması vb. gibi nedenler sektörün gelişimini engellemiştir. Ancak son yıllarda AB uyum yasaları çerçevesinde mevcut su ürünleri idaresinin yeniden yapılandırılarak güçlendirilmesi, su ürünleri sektöründe biyolojik, ekonomik ve sosyal anlamda sürdürülebilir gelişmeler kaydedilmesi konusunda çalışmalar yapılmaktadır.

Samsun'da Balıkçılık Sektörünün Genel Durumu

2009 yılı TÜİK verilerine göre deniz ürünleri üretiminde ilk sırayı %57,81'lik oran ile Doğu Karadeniz Bölgesi almıştır. Bunu %15,89 ile Batı Karadeniz, %11,15 ile Ege, %8,28 ile Marmara ve %6,87 ile Akdeniz Bölgeleri izlemektedir.

TABLO 112: 2009 YILI DENİZ ÜRÜNLERİ ÜRETİMİ (TON)



Kaynak: (TÜİK - Türkiye İstatistik Kurumu, 2010)

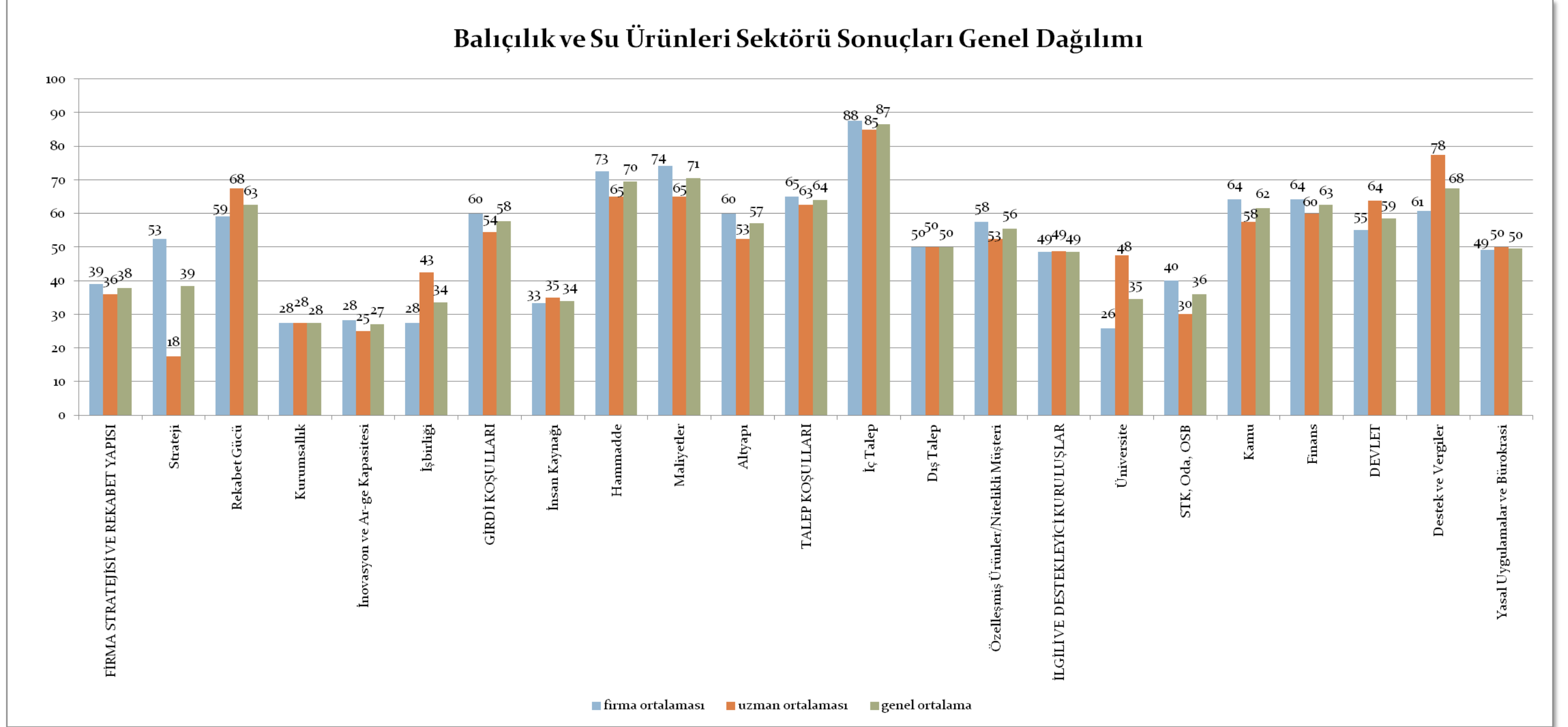
Doğu Karadeniz bölgesinde yer alan Samsun, gerek sahip olduğu altyapı gerekse işleme ve depolama ve aracılık kapasitesi ile önemli bir merkezdir. Bölgede sadece sofralık değil endüstriyel balık avcılığı da yapılmaktadır. Tutulan hamsi balığının önemli bir kısmı ile çaça balığının tamamı balık unu ve yağı tesislerinde değerlendirilmektedir. Balık unu ve yağı fabrikaları bakımından bölgede önemli bir kapasite fazlası mevcuttur.

Elmas (Diamond) Modeli Rekabetçilik Analizi

Samsun'da faaliyet gösteren balıkçılık ve su ürünleri sektörüne ilişkin firma ve uzman görüşmeleri, mülakatlar ve literatür araştırması, saha çalışması verilerinin üzerine ortaya çıkan balıkçılık ve su ürünleri sektörünün rekabet yeteneğinin ortalama(54/100) olduğudur. Aşağıdaki tablo gerçekleştirilen analizde başvurulan değişkenleri ve bu değişkenlere ilişkin balıkçılık ve su ürünleri sektörünün gözlemlenen performansını göstermektedir. Ana başlıklar Elmas Modelinin ana unsurlarını oluşturur, alt başlıklar ise, bu unsurlar incelenirken başvurulan kriterlerdir.

çok zayıf 0-20	zayıf 20-40	ortalama 40-60	iyi 60-80	çok iyi 80-100
-------------------	----------------	-------------------	--------------	-------------------

TABLO 113: SAMSUN BALIKÇILIK VE SU ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ SANAYİ REKABET ANALİZİ SONUÇLARI GENEL DAĞILIMI



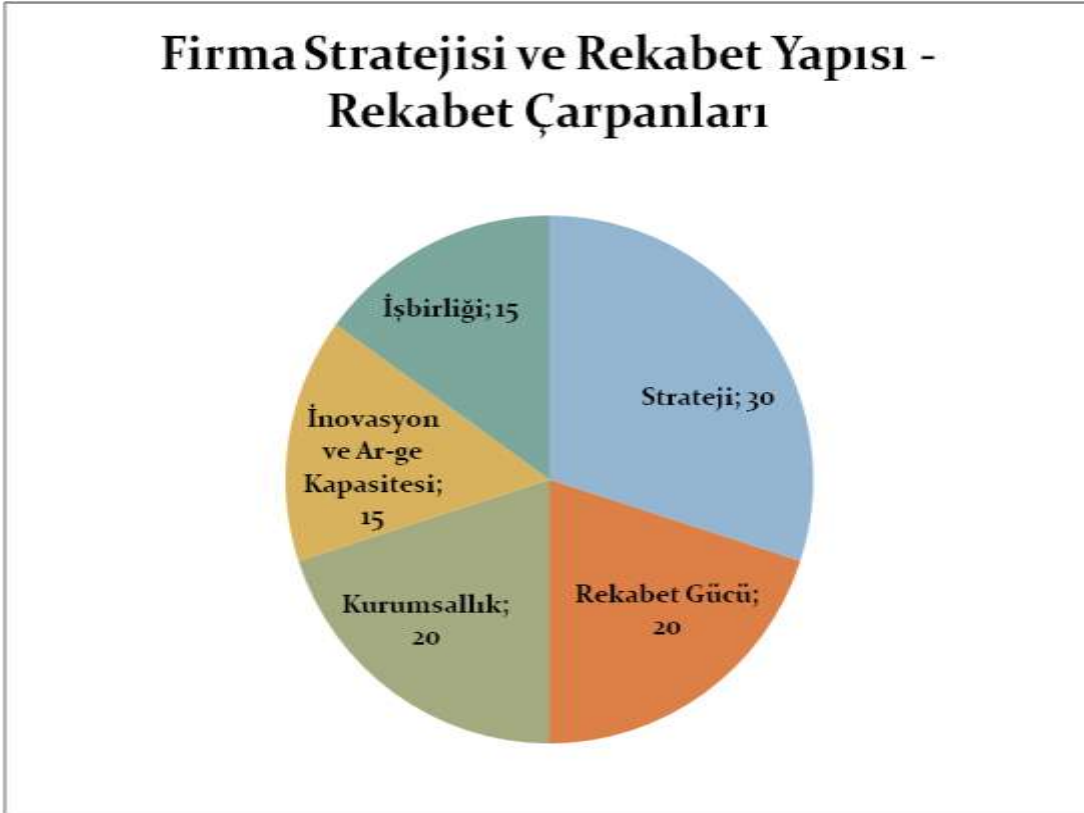
Firma Stratejisi ve Rekabet Yapısı (Zayıf)

Balıkçılık ve su ürünleri sektörü firma stratejisi ve rekabet yapısı puanı 38'dir.

TABLO 114: BALIKÇILIK VE SU ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ - FİRMA STRATEJİSİ VE REKABET YAPISI DEĞERLENDİRMESİ



TABLO 115: BALIKÇILIK VE SU ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ - FİRMA STRATEJİSİ VE REKABET YAPISI REKABET ÇARPANLARI



STRATEJİ

Saha çalışmaları sırasında Balıkçılık ve Su Ürünleri Sektöründe faaliyet gösteren firmaların girişimcilik ruhunun yüksek seviyede olduğu gözlemlenmiştir. Sektördeki tüm firma sahipleri sermayeleri ile kıyaslandığında büyük yatırımlar yapmış veya yapmaktadır. Ancak yatırımlar yapılmadan önce uzun vadeli değil kısa vadeli düşünüldüğü ve firmalar arasındaki koordinasyonsuzluk sebebi ile herkesin tedarik zincirinin her halkasında yer almak için daha entegre hale geleceği yatırımlara odaklandığı görülmüştür.

Sektördeki firmaların girişimcilik ruhunun yüksek olması sebebi ile yeniliğe açık oldukları firma ziyaretlerinden ve uzman görüşmelerinden ortaya çıkan bir başka sonuçtur. Ancak neredeyse tüm firmalar birisi tarafından denenmiş ve başarısı ispatlanmış konuları tercih etmektedir. Bu da mükerrer yatırımlara sebep olmakta ve kapasite fazlası ortaya çıkarmaktadır. Uzun vadede düşünüldüğünde bölgedeki sektör firmalarının mükerrer yatırımları nedeni ile finans sıkıntısı çekebileceği düşünülmektedir.

Yetiştiricilik konusunda faaliyet gösteren firmaların vizyon ve strateji olarak Muğla ve İzmir'deki firmalara göre daha geride olduğu sektör uzmanları tarafından belirtilmiştir.

Özellikle avcılık ve yetiştiricilikteki kaynakları sürdürülebilir şekilde kullanmak ve gelirin sürekliliğini sağlamak için bölgedeki diğer illerle beraber bir araştırmalara dayanan genel stratejik planın hazırlanması gerekliliği göze çarpmaktadır.

REKABET GÜCÜ

Samsun'daki firmalar özellikle son 5 yıl içerisinde balığın işlenmesi, depolanması, endüstriyel ürün haline getirilmesi vb konularda birçok yatırım yapılmıştır. Yatırımların yeni olması nedeni ile kullanılan teknolojiler de günceldir.

Karadeniz'den her sene avlanan balığın yaklaşık %80'i Türk avcılar tarafından avlanmaktadır. Karadeniz'e kıyısı olan ülkeler arasında avcılık yeteneği, donanımı ve altyapısı en iyi olan ülkenin Türkiye olduğunun göstergesidir.

Çaça balığının avcılığı yeni bir ekonomik değer yaratmış ve hamsi üzerindeki baskıyı azaltmıştır.

Bölgede yetiştiricilik konusunda faaliyet gösteren 25 adet tesis mevcuttur. Bu tesislerin 3 tanesi deniz, geriye kalanları da iç su tesisleridir. Yetiştiriciliğin yoğun olarak yapıldığı İzmir

ve Muğla bölgelerindeki turizm potansiyeli nedeni ile yetiştiricilik ve turizm sektörleri arasındaki çekişme Samsun bölgesinde yoktur. Bu nedenle bölge özellikle yetiştiricilik konusunda önemli bir rekabet avantajına sahiptir. Bunun tam tersine Akdeniz ve Ege'deki koşulların (kışların daha ılıman geçmesi ve daha uzun süre yemleme yapılabilmesi) yetiştiricilik (levrek ve çupra) için daha uygun olması Samsun için bir dezavantaj olarak ortaya çıkmaktadır.

Türkiye'nin avcılıkla balık üretiminin büyük kısmının Karadeniz'den yapılması kaynaklar bakımından önemli bir rekabet avantajıdır. Ayrıca Karadeniz'in özelliklerinden kaynaklanan lezzet farkı, diğer hususlara göre daha önemsiz olsa da göre bir rekabet avantajı olarak değerlendirilebilir.

KURUMSALLIK

Yetiştiricilik haricindeki işlerde faaliyet gösteren firmaların profesyonel yönetim kadroları yoktur ve patron şirketi görünümündedirler. Bu nedenle kurumsallıkları düşük seviyededir. Yetiştiricilikle uğraşan firmaların kapasitelerine göre su ürünleri mühendisi istihdam etme zorunluluğu, söz konusu firmaların kurumsallığını artırmıştır.

Balık işleme, depolama ve balık unu ve yağı tesislerinde ISO belgesinin olması, tedarik zincirinin bu aşamalarında daha kurumsal firmaları ortaya çıkarmıştır.

Avcı filolarında çalışan personelin sigortasız olarak çalıştırılması sektördeki kurumsallığı düşük olmasının bir başka nedenidir. Bu konu, özellikle tayfaların, uygun fırsatlar geldiğinde maaş garantili ve sigortalı işleri tercih etmelerine ve yetişmiş insan kaynağının başka sektörlerle kaymasına sebep olmaktadır. Son yıllarda bu konuda önemli gelişmeler olduğu eskiden pay usulü çalışılırken bugün daha ziyade maaş usulüne geçilmeye başlandığı sektör uzmanları tarafından belirtilmiştir.

İNNOVASYON VE AR-GE YAPISI

Avcılık konusunda faaliyet gösteren firmalar filolarının seyrüsefer ve sonar sistemlerine yatırım yaparak teknolojilerini güncellemektedir. Zaten bu konudaki sistemler ve cihazlar Japonya kaynaklıdır. Zaten bu konularda avcılık konusunda faaliyet gösteren firmaların herhangi bir ar-ge çalışması yürütmesi söz konusu değildir. Tekne yapıları ve yerleşimi konularına ise gerekli önem verilmemektedir.

Sektörde makro ölçekli ar-ge çalışmalarının yapılması gereklidir. Çaç balığında olduğu gibi, ekonomik değere dönüşebilecek yeni balık türlerinin tespiti, av sahasının sürdürülebilirliğinin sağlanması vb konularda araştırma ve ar-ge çalışmalarına acilen ihtiyaç vardır. Makro ölçekteki araştırmalar ve ar-ge çalışmaları da ancak üniversite ile beraber yürütülebilir. Söz konusu çalışmaların yaptırılabilmesi için sektörel örgütlenme ve örgütlerin başına da profesyonel kişilerin getirilmesi zorunludur.

Yetiştiricilik konusunda faaliyet gösteren firmaların amatör seviyede olmakla birlikte ar-ge çalışmalarının mevcut olduğu firma ziyaretlerinde görülmüştür. Bu çalışmalar genellikle firmaların kendi kaynakları ile finanse edilmekte olup katma değeri yüksek yeni balık türlerinin yetiştirilmesi ile ilgilidir. Bu çalışmaların devlet tarafından sağlanan fonların da entegrasyonu ve üniversite işbirliği ile yapılması profesyonellik getirecek ve sektöre önemli bir açılım sağlayacaktır.

İŞBİRLİĞİ

Yapılan firma ve uzman görüşmelerinde Balıkçılık ve Su Ürünleri sektöründe Samsun'da faaliyet gösteren firmalar arasındaki işbirliği kültürünü değerlendirmeleri istenmiştir. Sonuçlar aşağıdaki tabloda verilmektedir.

TABLO 116: BALIKÇILIK VE SU ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜNDE SAMSUN'DA FAALİYET GÖSTEREN FİRMALAR ARASINDAKİ İŞBİRLİĞİ KÜLTÜRÜNÜN SEVİYESİ ANKETİ SONUÇLARI (KATILIMCILAR = 6 SEKTÖR FİRMASI + 2 SEKTÖR UZMANI)

Çok kötü	Kötü	Ortalama	İyi	Çok iyi
3	2	3	-	-

Sektördeki tedarik zincirinde mevcut halkalar aşağıda sıralanmıştır.

- Avcılık
- Yetiştiricilik
- Depolama
- İşleme
- Aracılar (komisyoncular)
- Balık unu ve yağı tesisleri

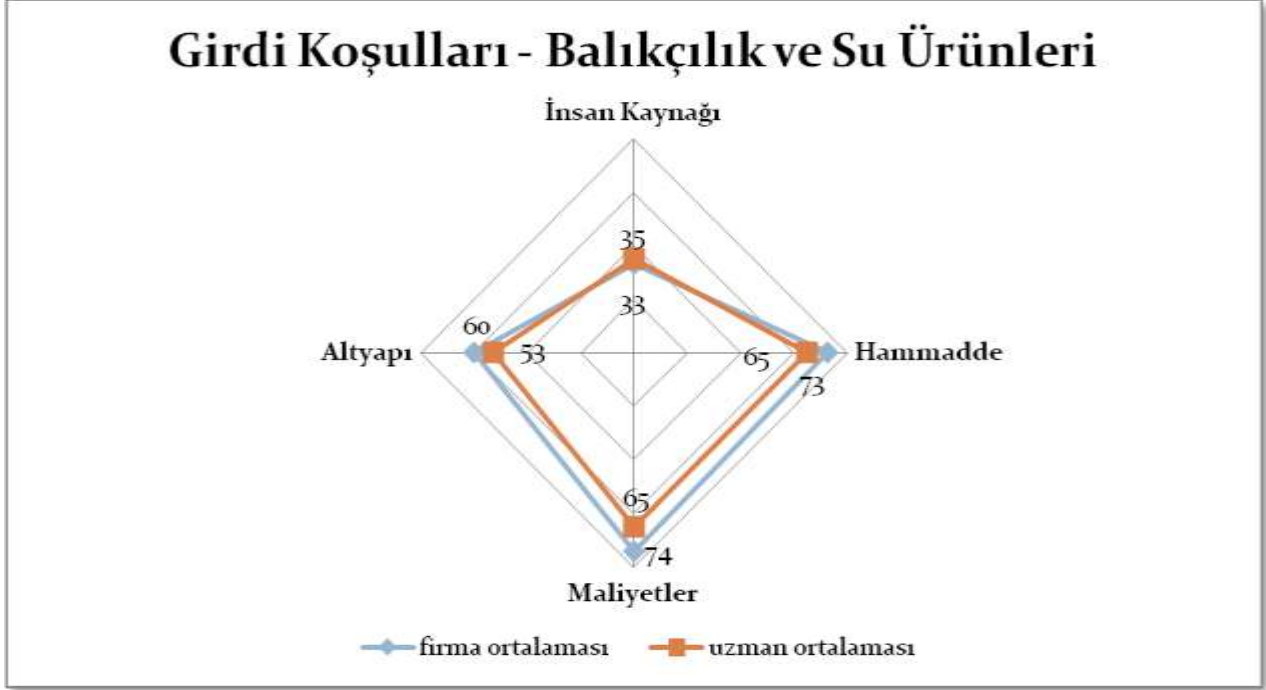
Sektördeki firmaların tedarik zincirinin her alanına yatırım yapma isteği mevcuttur. Bu da sektördeki oyuncuların arasındaki güvene dayalı bağlantıların seviyesinin düşük olduğunu göstermektedir.

Sektörde nadir de olsa ortak girişimler mevcuttur. Söz konusu girişimlerin başarılı şekilde sonuçlanması diğerleri için de örnek oluşturabilir.

Girdi Koşulları (İyi)

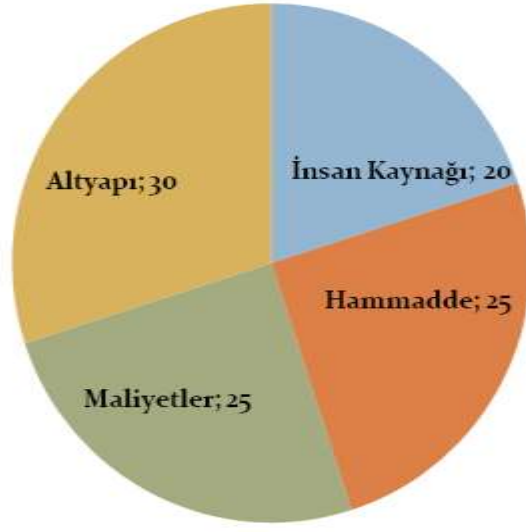
Balıkçılık ve su ürünleri sektörü girdi koşulları puanı 58'dir.

TABLO 117: BALIKÇILIK VE SU ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ - GİRDİ KOŞULLARI DEĞERLENDİRMESİ



TABLO 118: BALIKÇILIK VE SU ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ - GİRDİ KOŞULLARI REKABET ÇARPANLARI

Girdi Koşulları - Rekabet Çarpanları



İNSAN KAYNAĞI

Ülkemizde halen 15,000'den fazla su ürünleri mühendisi, balıkçılık teknolojisi mühendisi ve ziraat mühendisi (su ürünleri bölümü) çalışmakta ve 19 fakülteden yılda 800 mühendis, 25'i aşkın su ürünleri ön lisans programlarından ise yaklaşık 500 tekniker mezun olmaktadır.

Bölgede özellikle yetiştiricilikle uğraşan firmalar için zorunlu insan kaynağı olan su ürünleri mühendisinin temininde hiçbir sıkıntı yoktur. Firmalar ihtiyaç olduğunda birçok başvuru geldiğini ve bu konuda hiç sıkıntı yaşamadıklarını belirtmişlerdir. Sinop Ürünleri Su Ürünleri Fakültesi ve KTÜ Deniz Bilimleri Fakültesi bu konudaki gerekli insan kaynağını yetiştirmektedir.

Firmaların su ürünleri mühendisi temininde bir sıkıntısı olmamasına rağmen niteliklerinin düşük olduğu konusunda ortak görüşleri mevcuttur. Bu konuda eğitim veren üniversitelerin imkanlarının kısıtlı olması nedeniyle, yeni mezunların bir makine mühendisi veya ziraat mühendisi kadar donanımlı olmadığını belirtmişlerdir. Özellikle Sinop Su Ürünleri Fakültesinin yeni kazanacağı imkanlarla (yetiştirme tankları, laboratuvar) daha nitelikli mezunlar vereceği öngörülmektedir.

Sektördeki bir başka önemli insan kaynağı da teknelerde görev yapan kaptan ve tayfalardır. Özellikle tayfaların başka sektörlere kayması ve yeterince yeni tayfa yetişmemesi önemli bir

sorundur. Gerekli düzenlemelerin yapılmaması ve tedbirlerin alınmaması durumunda önümüzdeki dönemde konuyla ilgili sıkıntıların yaşanacağı uzman görüşmelerinden anlaşılmıştır.

HAMMADDE

Balıkçılık ve Su Ürünleri Sektöründeki en önemli girdilerden biri av ve yetiştiricilik sahalarıdır. Türkiye, su ürünleri ve balıkçılığa elverişli üretim sahaları yönünden küçümsenmeyecek bir potansiyele ve kapasiteye sahiptir. Türkiye bir yarımada yapısındadır. Kuzeyinde Karadeniz, kuzeybatısında Marmara, batısında Ege ve güneyinde de Akdeniz yer almıştır. Ülkemizin sahip olduğu kıyı uzunluğu 8,333 km'dir. Bu alanların büyüklüğü 24,607,200 ha'dır.

Samsun'un, Türkiye'nin deniz avcılığı ile üretiminin büyük kısmının gerçekleştirildiği Karadeniz bölgesinde bulunması nedeni ile ulusal boyutta çok önemli bir rekabet avantajı mevcuttur.

Deniz yetiştiriciliği konusundaki rakip bölgeler olan İzmir ve Muğla'daki firmalar turizm sektörü ile aynı çevreyi paylaşmaktadır ve yetiştiricilik ile turizm sektörleri arasında çıkar çatışması mevcuttur. Balık yetiştiriciliği için İzmir ve Muğla'da yeni sahaların açılmasında çok önemli sıkıntılar mevcuttur ve dolayısı ile sektörün fiziksel limitlerine ulaştığı söylenebilir. Samsun'da böyle bir sorun mevcut değildir ve önümüzdeki dönemde de ortaya çıkmayacağı öngörülmektedir.

Tekneler, seyrüsefer ve sonar donanımları, ağlar, kafesler, mooring (sabitleme) sistemleri, yemleme makineleri, ağ yıkama ve boyama makineleri, yavru balık, balık yemi, kutu ve kasa sektörde ihtiyaç duyulan temel malzemelerdir. Bunların temininde herhangi bir sıkıntı yoktur.

MALİYETLER

Yetiştiricilik için gerekli alanlar devletten kiralanmaktadır ve kira bedelleri Samsun bölgesinde maliyetlere % 0,1 - % 0,5 oranında yansımaktadır. Bu değer İzmir ve Muğla bölgelerinde daha yüksektir.

Yetiştiricilikte yem sektörün temel girdisidir ve maliyetin yaklaşık %60'ını oluşturmaktadır. Samsun'da yemin ana maddesi olan balık unu ve yağı tesislerinin sayısının artması önemli bir gelişmedir. Türkiye'deki balık yetiştiriciliği sektörünün hızlı gelişimi nedeni ile ihtiyaç

olan yem miktarı her geçen gün artmakta bu da yem sektöründeki rekabeti artırarak yetiştiricilerin daha uygun şartlarda yem temin etmesini sağlamaktadır.

Yavru balık alımında adet başına ve yetiştirilen balığın satılmasında kilo başına devlet desteklerinin olması sektöre önemli bir rekabet avantajı sağlamaktadır. Avcılık sektörü için de devlet tarafından sağlanan ÖTV indirimi nedeniyle temel giderlerden biri olan mazot'un ucuz fiyata alınması da filoların daha açıkta avlanmalarını sağlayarak avcılıkla üretimde önemli bir avantaj sağlamaktadır.

Balık unu ve yağı üretimi için günde 2000 ton kapasiteli bir tesisin kurulması 20 milyon TL'ye kadar çıkabilmektedir. Balık unu ve yağı üretiminde maliyetin yaklaşık %70'i balık ve geriye kalan %30'luk kısım da enerji, insan kaynağı, nakliye ve sabit giderlerden oluşmaktadır.

Balık yetiştiriciliğinde ise yılda 1000 kapasiteli bir levrek tesisi kurmak için gerekli sabit yatırım miktarı yaklaşık 1,5 milyon TL ve gerekli işletme sermayesi de yaklaşık 6 milyon TL'dir. Yılda 1000 ton kapasiteli bir alabalık tesisi kurmak için de gerekli sabit yatırım miktarı yaklaşık 1,5 milyon ve gerekli işletme sermayesi de yaklaşık 4,5 milyon TL'dir. Yetiştiricilikte maliyetin yaklaşık %60'ı yem, %10'u yavru balık, %15'i işçilik, %3'ü ilaç-vitamin-aşı ve geriye kalanı da genel giderlerden oluşmaktadır.

ALTYAPI

Son yıllarda devlet politikası kapsamında bölgede yapılan duble yollar nakliye maliyetlerini önemli ölçüde azaltmıştır. Örneğin eskiden avlanan balığın İstanbul'a ulaştırılması 17 saat sürerken şimdi 8 saat sürmektedir.

Avcı filoları olan tüm firmalar bölgede yeterli sayıda liman ve barınağın mevcut olduğunu belirtmişlerdir. Ancak barınaklar yeni olmasına rağmen modern olmaması firmalar ve sektör uzmanları tarafından belirtilen bir başka konudur. Örneğin yakıtın tankerlerle taşınması ve pompa olmaması, teknelerin bağlandığı yerde elektrik ve su sayacı olan kutuların olmaması, balık sularının bertaraf edilmesi için bir sistem olmaması dile getirilen hususlardır.

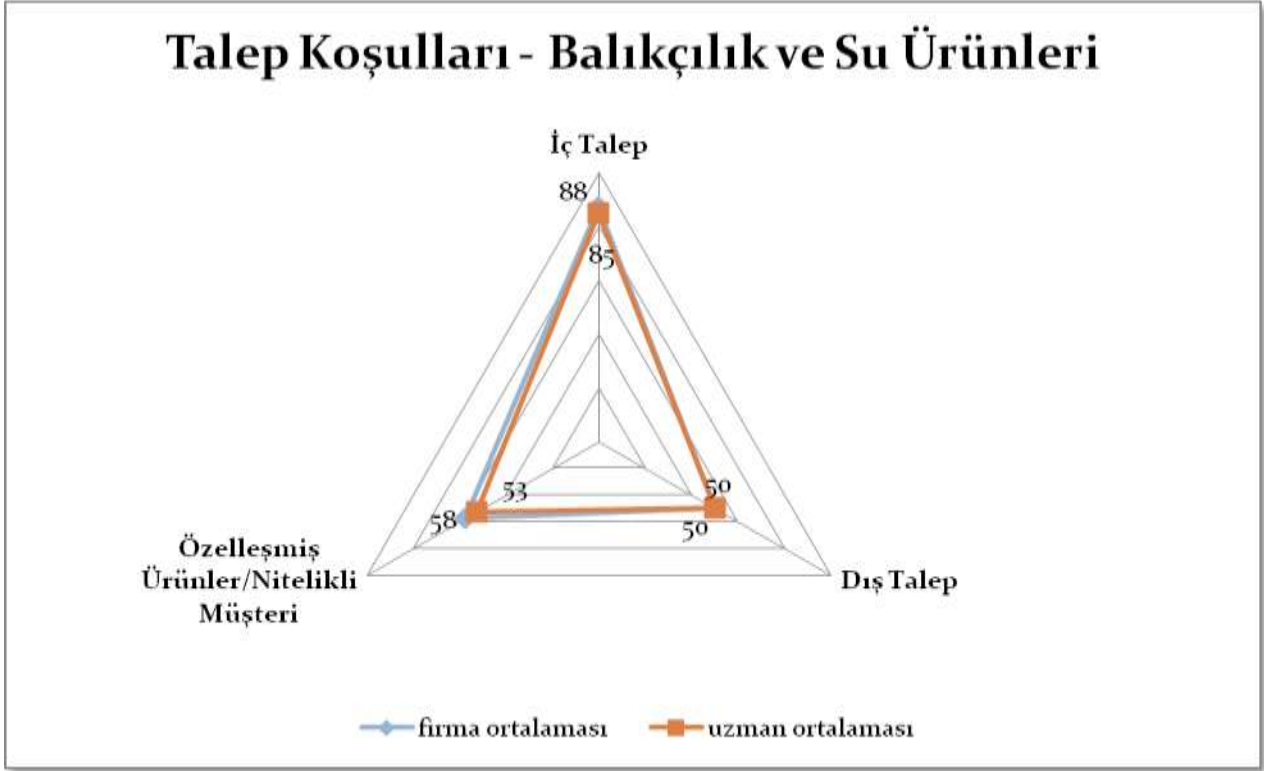
Yetiştiriciler, denizdeki yetiştirme alanlarına ulaşmak için limandan hareket ettiklerini ancak iç sularda aynı imkanın olmaması ve mevzuat müsait olmasına rağmen uygulamada kolluk kuvvetlerinin kıyıda kulübe ve iskele yapmaya izin vermemesi nedeni ile sıkıntı yaşadıklarını belirtmişlerdir.

Yeni Balık Halinin son yıllarda altyapı konusunda yaşanan önemli bir gelişmedir. Yeni Balık Hali sayesinde hijyen ve çalışma ortamı konusunda önemli bir gelişme sağlanmıştır.

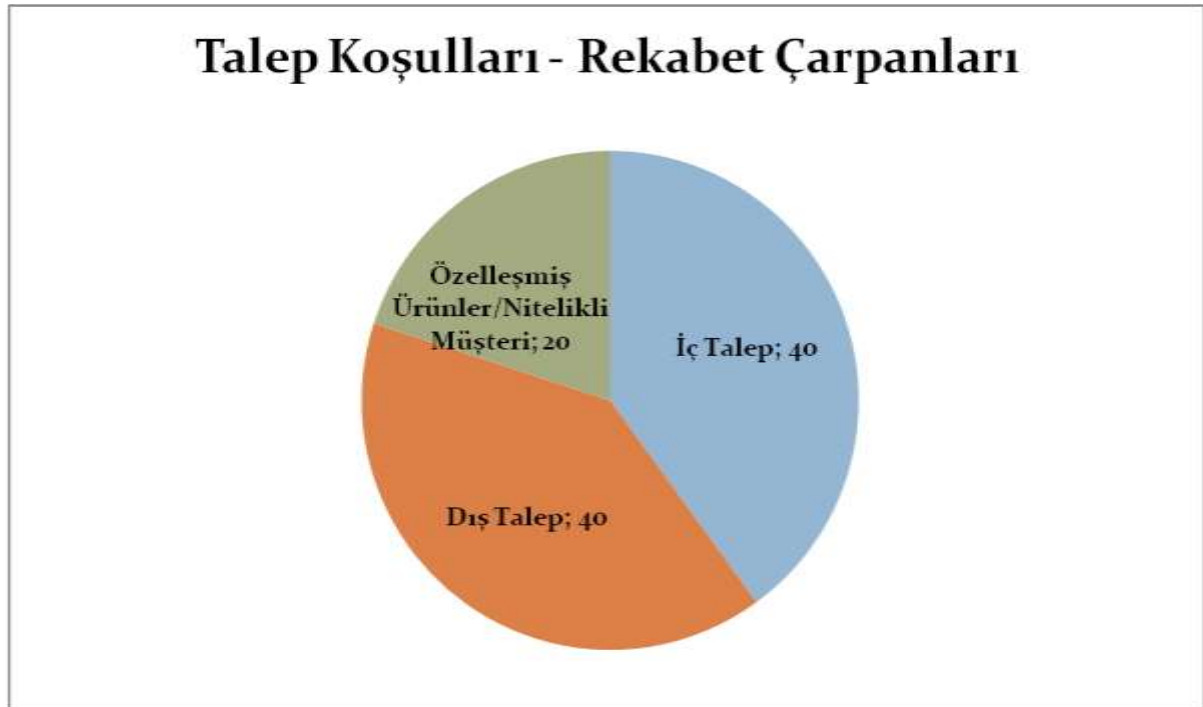
Talep Koşulları (İyi)

Talep koşulları açısından balıkçılık ve su ürünleri sektörü puanı 64'dür.

TABLO 119: BALIKÇILIK VE SU ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ - TALEP KOŞULLARI DEĞERLENDİRMESİ



TABLO 120: BALIKÇILIK VE SU ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ - TALEP KOŞULLARI REKABET ÇARPANLARI



İÇ TALEP

Dünyada su ürünleri tüketimi kişi başı yaklaşık 15 kg ve AB ülkelerinde ise 22 kg'dır. Ülkemizdeki su ürünleri tüketiminin dünya ve AB ortalamasına ulaşabilmesi için 2-3 kat artırılması gerekmektedir. Özellikle son yıllarda sağlıklı yaşam konusundaki bilinçlenme ve kırmızı et fiyatının yüksekliği iç pazardaki tüketiciyi su ürünlerine ve özellikle balığa yönlendirmektedir.

Yurtiçindeki talebi karşılamak için ithalat da yapılmaktadır. Özellikle uskumru ve norveç somonu ithal eden yurtiçi pazara sunan firmalar mevcuttur.

Balık unu ve yağı konusunda da iç piyasadaki üretim talebi karşılamaya yeterli değildir. Balık unu ve balık yağı ihtiyacının yaklaşık % 60'ı ithalatla karşılanmaktadır. Dolayısı ile balık unu ve yağında önemli bir iç talep söz konusudur.

Su ürünlerinin büyük kısmı sahil kesimlerinde ve iç kısımlardaki büyük şehirlerde tüketilmektedir. Son yıllarda özellikle Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesindeki talep artışı dikkat çekmektedir. İç pazarda üretimi karşılayacak talep fazlası ile mevcuttur.

DIŞ TALEP

Dünyada balık en önemli temel gıda maddeleri arasındadır ve yıllık su ürünleri tüketimi kişi başı ortalama 22 kg'dır.

Firma ziyaretlerinde ihracatının İtalya, İspanya, Hollanda, Fransa, İngiltere, Almanya, Benelüks gibi AB Ülkelerine olduğu görülmüştür. Firmalar ihracatta katma değerli işlenmiş ürünlerle sağlanabileceğinin farkındadır. Bu konuda yatırım yapmakta olan firmalar mevcuttur. Önümüzdeki yıllarda işleme tesislerinin sayısının artması ile ihracatta önemli bir artış sağlanabileceği öngörülmektedir.

Her ülkenin ayrı standartlarının olması ihracatta karşılaşılan en büyük sorunlardan bir tanesidir.

Uluslararası pazarda birçok önemli rakip mevcuttur. Balık unu ve yağında Peru ve Şili başı çekmektedir. Türkiye bu konuda ilk 10 ülke arasında yer almaktadır. Su ürünlerindeki önemli rakipler ise Fas, Tunus, Fransa, İspanya (marine hamside) ve Yunanistan'dır.

ÖZELLEŞMİŞ ÜRÜN VE NİTELİKLİ MÜŞTERİ

Konuya bölgesel olarak bakıldığında; su ürünlerinin büyük kısmı sahil kesimlerinde ve iç kısımlardaki büyük şehirlerde tüketilmektedir. Tüketimin yoğun olduğu bölgelerdeki tüketici bilinci yüksek olup, mevsimine göre taze balık tüketimi söz konusudur.

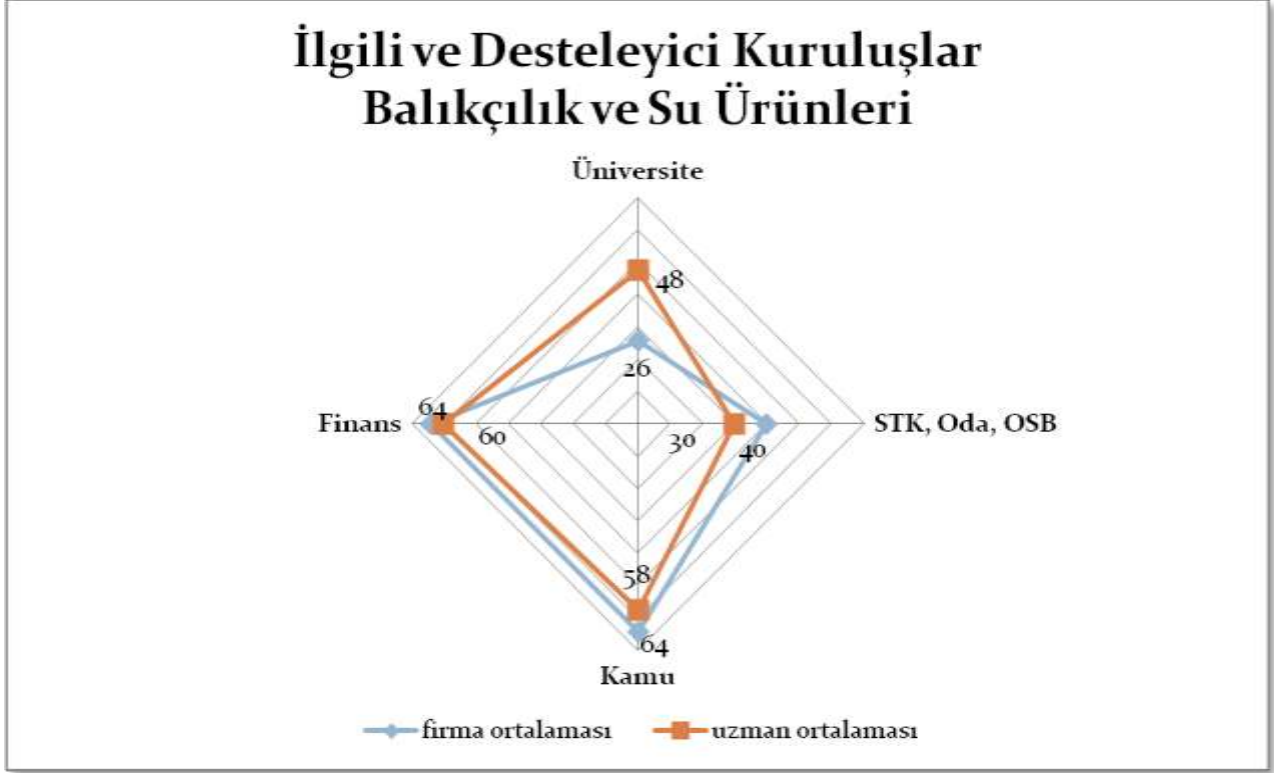
Son yıllarda büyük hızla artan süpermarketler ve bunların içindeki balık reyonları su ürünlerine ulaşımı kolaylaştırmış ve tüketimi artırmıştır. Yetiştiriciliğin su ürünleri fiyatlarını ucuzlatmış olması iç pazarda su ürünlerinin tüketimini artıran bir diğer unsurdur.

İşlenmiş ürünlere talep özellikle fast food balıkçılarının sayısındaki artış ile doğru orantılı olarak artmaktadır. Müşterilerin bu konulardaki talep ettiği kalite seviyesi üreticileri paketleme, işleme ve depolama konusunda kendilerini geliştirmeye zorlamaktadır.

İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar (Ortalama)

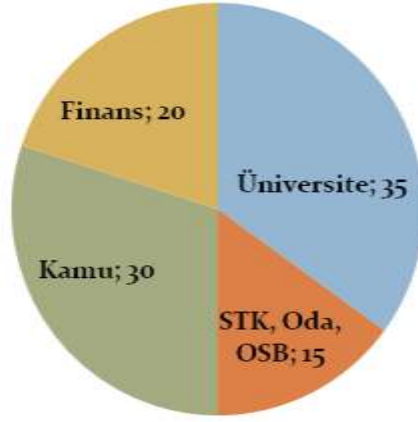
Balıkçılık ve su ürünleri sektörü ilgili ve destekleyici kuruluşlar puanı 49'dur.

TABLO 121: BALIKÇILIK VE SU ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ - İLGİLİ VE DESTEKLEYİCİ KURULUŞLAR DEĞERLENDİRMESİ



TABLO 122: BALIKÇILIK VE SU ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ - İLGİLİ VE DESTEKLEYİCİ KURULUŞLAR REKABET ÇARPANLARI

İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar Rekabet Çarpanları



ÜNİVERSİTE

Sinop Üniversitesi, Ondokuzmayıs Üniversitesi ve Karadeniz Teknik Üniversitesi sektör ile ilgili bölümleri veya faaliyetleri olan üniversitelerdir. Bölgede bu üniversitelerin varlığı önemli bir rekabet avantajıdır. Ayrıca Sinop Üniversitesi Su Ürünleri Fakültesi'nin yetiştirme tanklarını ve laboratuvarlarını kurarak araştırma ve ar-ge için altyapısını geliştiriyor olması bölgedeki üniversite-sanayi işbirliğinin artması açısından önemli bir gelişmedir.

Sektörün Üniversitelerle olan tanışıklığı ve işbirliği çok iyi seviyededir. Özellikle Malkoçoğlu ve Kuzey Su Ürünleri gibi firmalar başta olmak üzere birçok firma imkanlarını Üniversite araştırmaları için kullanmaktadır.

Üniversitede sektöre daha fazla katma değer sağlayabilecek çalışmaları yapabilecek kadroların olduğu tüm firmalar tarafından belirtilmiştir. Ancak imkanların ve fonların kısıtlı olması nedeni ile bu kadroların verimli olarak kullanılamadığı vurgulanmıştır. Üniversite-sektör işbirliği konusundaki başarı hikayelerinin sayısı azdır ve artırılması gereklidir. Ayrıca üniversitelerin sektörle ilgili bölümlerindeki araştırmaların ve çalışmaların çoğunlukla birbirini tekrarladığı ve konu ile ilgili bir koordinasyonsuzluğun olduğu da dikkate alınması gereken bir başka konudur.

Üniversite – Sektör işbirliğinin mevcut durumu ise çok düşük seviyededir. Bölgedeki kapasiteye rağmen işbirliği seviyesinin düşüklüğü önemli bir rekabet dezavantajıdır.

STK – ODA – OSB

Birçok ülkede su ürünleri sektöründe üretici, sanayici ve ihracatçı birlikleri örgütlenmesi oldukça gelişmiş olup bu organizasyonlar sektörde söz sahibidirler. Ülkemizdeki örgütlenme henüz yeterli seviyede değildir.

Sinop'da Sinop Su Ürünleri Kooperatifleri Bölge Birliği ve Trabzon'da Doğu Karadeniz Su Ürünleri Kooperatifleri Bölge Birliği mevcuttur. Türkiye'deki tüm birliklerin bağlı olduğu "SÜR-KOOP Su Ürünleri Kooperatifleri Merkez Birliği" ise sektördeki önemli kurumlardan biridir. Samsun'da da Tarım İl Müdürlüğü bünyesinde Samsun Su Ürünleri Kooperatifleri Bölge Birliği kurulmasına yönelik girişim mevcuttur.

İzmir ve Muğla bölgesinde sektörel dernekler mevcuttur. Samsun'da önemli bir sektörel STK veya alternatif yapının olmaması önemli bir dezavantajdır.

Sanayi ve Ticaret Odasının sektöre yönelik etkinlikleri yoktur. Genel konularda eğitimler düzenlenmektedir ve sektör firmaları bu etkinliklere ilgi göstermediklerini belirtmişlerdir.

KAMU

Genele hitap eden destekler sektör firmaları tarafından çok fazla olmamakla beraber kullanılmaktadır. Özellikle KOSGEB destekleri konusunda firmaların farkındalıkları yüksektir. Bu desteklerin yeniden yapılandırılmış ve daha işlevsel hale getirilmiş olması kullanımı daha da artıracaktır.

Sektöre yönelik birçok veri TÜİK tarafından derlenerek her sene yayınlanmaktadır. Türkiye'deki birçok sektöre yönelik bu kadar detaylı veri bulmak mümkün değildir. Ayrıca Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007 – 2013) çerçevesinde hazırlanan “Balıkçılık Özel İhtisas Komisyonu Raporu” gibi önemli dokümanların hazırlanıyor olması sektörün gelişimi açısından çok önemlidir.

Firma ziyaretlerinde İl Çevre Müdürlükleri tarafından yapılan denetimlerin Türkiye'de en sıkı uygulandığı yerin Samsun olduğu belirtilmiştir. Bu husus firmalar tarafından sıkıntı olarak diler getirilse de tarafımızca bir rekabet avantajı olarak değerlendirilmektedir. Denetimin herhangi bir esneklik gösterilmeden yapılması sektördeki disiplini ve ciddiyeti sağlamaktadır. Bu da sektörün sürdürülebilirliği açısından çok önemlidir.

Sektördeki firmaların (yetiştiricilik hariç) kurumsallık ve nitelikli insan kaynağı konularındaki performans düşüklüğü nedeni ile özellikle ihracat konusunda daha ciddi çalışmalara ve bilgi desteğine ihtiyaç olduğu tespit edilmiştir. Sektöre kamu kurumları tarafından bu konuda sağlananlar yeterli değildir.

Yetiştiricilikte devlet destekleri olduğu için kayıt dışılık yoktur. Ancak avcılıkta kayıt dışılık olduğu saha çalışmalarında anlaşılmıştır. Avlanan balık miktarlarının az gösterilmesi uluslararası anlaşmalarda Türkiye'nin kotasının düşük olmasına sebep olabilir.

FİNANS

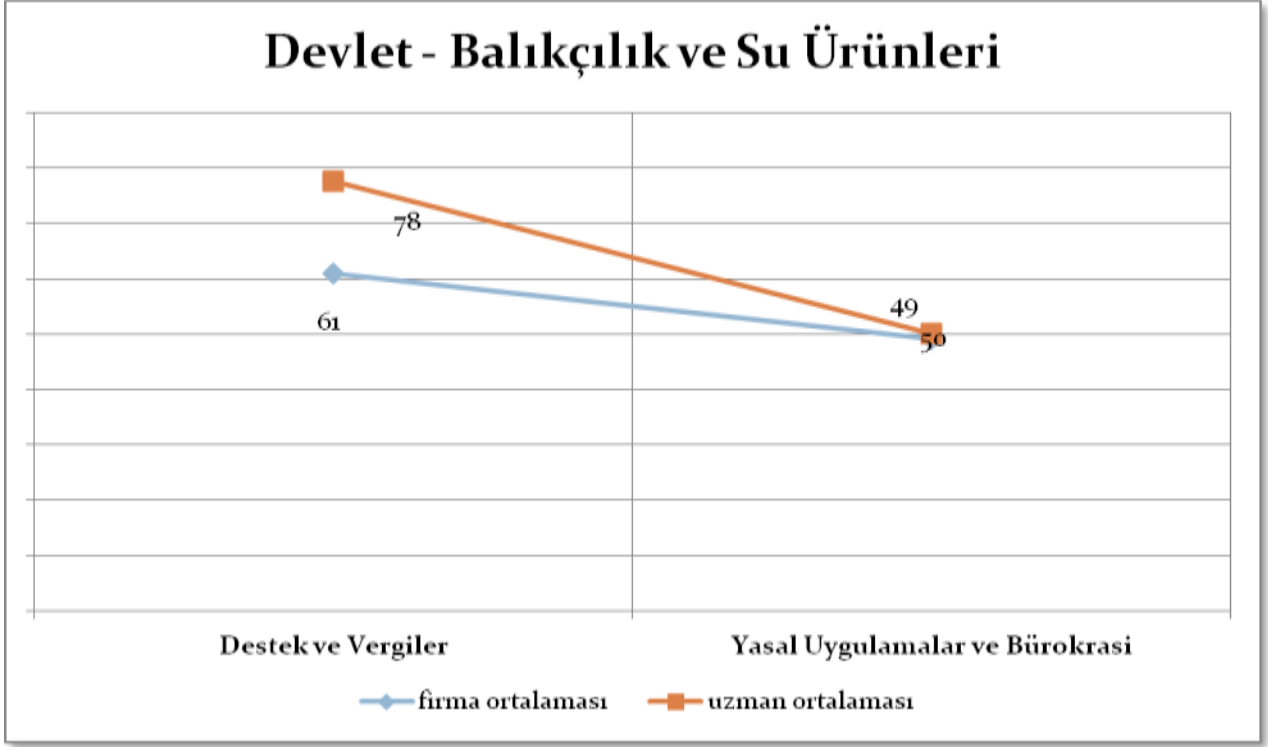
Ziraat Bankası tarafından sektöre özel işletme ve yatırım kredileri verilmektedir. Ayrıca teminat kolaylıkları sağlanmaktadır. Bunun yanı sıra Ziraat Bankası'nın sektöre özel geliştirdiği birkaç hizmet (örn: Balıkçı Ailem Ziraat Güvencesinde) mevcuttur.

Firmalar getirisi ispatlanmış bir sektör olduğu için yatırımlarında kredi kullanma alışkanlığına sahiptir.

Devlet (İyi)

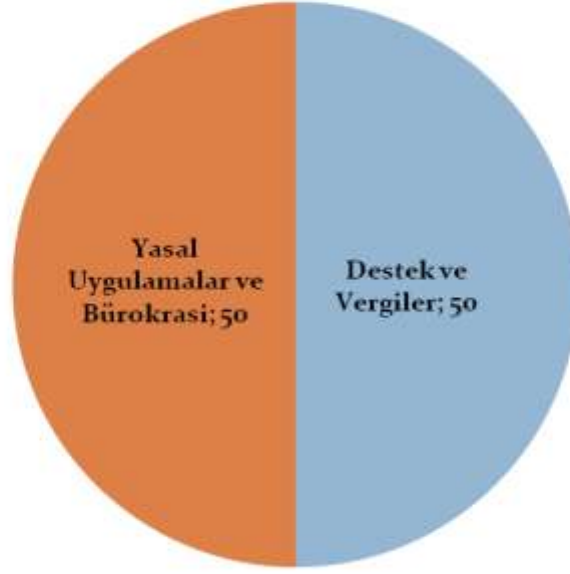
Devlet tarafından sağlanan koşullar konusunda balıkçılık ve su ürünleri sektörü puanı 59'dur.

TABLO 123: BALIKÇILIK VE SU ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ - DEVLET KOŞULLARI DEĞERLENDİRMESİ



TABLO 124: BALIKÇILIK VE SU ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ - DEVLET KONUSUNDAKİ REKABET ÇARPANLARI

Devlet - Rekabet arpanları



DESTEKLER VE VERGİLER

10 Nisan 2010 tarihli ve 27548 nolu Resmi Gazetede yayınlanan “Hayvancılığın Desteklenmesi Hakkında Uygulama Esasları Tebliği” (Tebliğ No: 2010/13) kapsamında su ürünleri üretiminin artması amacı ile sektöre devlet desteği sağlanmaktadır. Söz konusu tebliğ kapsamında ürün desteği ve yavru balık desteği başlıkları altında iki tip destek verilmektedir. Destek miktarları her yıl Tarımsal Destekleme ve Yönlendirme Kurulu’nun teklifi ile Bakanlar Kurulu tarafından belirlenmektedir. 2010 yılı için destek miktarları, kg başına, çiftliklerde üretilen alabalığa 0,65 TL, çipura-levreğe 0,85 TL, yeni türler için 1 TL, midye için 0,10 TL, yavru balık için ise adet başına 0,05 TL’dir.

2005 yılında yürürlüğe giren düşük faizli kredi uygulaması ile su ürünleri yetiştiriciliğine, Ziraat Bankasınca uygulanan reel faizlerden %30 daha ucuz yatırım ve işletme kredisi kullanma imkanı sağlanmıştır. Ayrıca yetiştiricilere tarım sigortası prim desteği sağlanmaktadır.

2004 yılından bu yana avcı teknelerinin kullandığı mazottan ÖTV alınmamaktadır. Bu uygulama ile sektörün en önemli girdisi olan yakıt %50 ucuz kullanılmaktadır. Bu destek teknelerin kıyıda uzakta da avlanmasını sağlayarak önemli bir rekabet avantajı sağlamıştır.

YASAL UYGULAMALAR VE BÜROKRASİ

Su ürünleri yetiştiriciliği AB’de olduğu gibi ülkemizde de öncelikli sektörler arasında yer almaktadır. Türkiye’de sektörün sürdürülebilir geleceğinin planlanması amacıyla yürütülen çalışmalar sonucunda, AB uzmanları ve sektördeki tüm paydaşların katkılarıyla, yetiştiricilik faaliyetlerini de kapsayan “Ülkesel Su Ürünleri Strateji Planı” hazırlanmıştır.

AB uyum yasaları çerçevesinde tarama sürecinden geçen Türkiye, su ürünleri sektörünü AB ile eşleştirme çalışmalarını sürdürmektedir. Bu kapsamda su ürünleri mevzuatının AB mevzuatına uygun hale getirilmesi, mevcut su ürünleri idaresinin yeniden yapılandırılarak güçlendirilmesi, su ürünleri sektöründe biyolojik, ekonomik ve sosyal anlamda sürdürülebilir gelişmeler kaydedilmesi konusunda çalışmalar yapılmakta ancak istenilen seviyeye ulaşmadığı ve “Avrupa Birliği İlerleme Raporu”nda ilerleme kaydedilemeyen tek başlığın balıkçılık olduğu görülmektedir.

Devlet kurumları ile çok yoğun görüülen bir sektör olduğundan bürokrasinin azaltılması çok önemlidir. Diğer ülkelerle karşılaştırıldığında bu konudaki performansımız oldukça düşüktür.

Çin en büyük üreticilerden biri olmasına rağmen bu sektörde bir tehdit değildir. Aynı zamanda en önemli alıcılardan da biridir.

Firma ziyaretlerinde, kamu kurumları arasındaki koordinasyonsuzluk nedeni ile özellikle uygulamada sorunların olduğu firmalar tarafından örneklerle açıklanmıştır. Örneğin içsularda balıkçı barınağı veya liman gibi opsiyonların olmaması nedeni ile yetiştiricilerin tekneleri bağlamak ve gerekli ekipmanlar için ufak çalı yapılaşmaya ihtiyaç duyması, ancak kolluk kuvvetlerinin buna izin vermemesi gibi.

Bölgede birçok ruhsatsız küçük avcı teknesi olduğu saha çalışmaları sırasında görüülen tüm firmalar tarafından belirtilmiştir. Sektörde ruhsatlı firmalara sıkı denetim uygulanmasına rağmen ruhsatsız avcılığın engellenmesi konusunda yeterli duyarlılığın gösterilmemesi sektör firmaları için önemli bir rekabet dezavantajıdır.

SONUÇLAR VE GENEL DEĞERLENDİRME

Son yıllarda ülke ekonomilerini en fazla etkileyen kavramların başında küreselleşme ve değişen rekabet yapısı gelmektedir. Çok çeşitli faktörler nedeniyle değişen rekabet koşulları, katma değer artırılması, yeni işler ve istihdam alanları geliştirilmesi gibi mekanizmalarla güçlendirilecek ulusal ekonomileri birinci derecede etkilemektedir. Küreselleşme, bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaşadığı hızlı gelişim, ulaşım imkanlarının gelişmesi, müşteri/tüketici tercihlerinin değişme frekansının artması, yeni müşteri/tüketici tanımlarının ortaya çıkması (örneğin politik müşteriler) ve trend/eğilim/moda gibi sektör standartlarının hızlı değişmesini gerektiren akımların gelişmesi üretim ve hizmet dahil bütün sektörleri etkilemekte ve değişime itmektedir.

İşletmeler değişen rekabet kurallarını özümseyip gerekli uyarlamaları yapmadıkları takdirde sektörün özelliğine göre kısa yada uzun vadede ürün/hizmet katma değerlerini kaybetmekte, sektörden silinmektedirler. Ülkeler ekonomilerinin gücünü işletmelerin yarattığı katma değer, istihdam ve işlerle güçlendireceğinden, işletmelerdeki rekabet gücünün geliştirilememesi dolaylı olarak sosyal ve ekonomik yapıyı ve toplumların refahını etkilemektedir.

Rekabet konusunda önemli araştırmalar ortaya koyan Avrupa Birliği, 2000-2010 yılları arası Avrupa Birliği'nin ekonomik olarak gelişmesine yönelik olarak hazırladığı Lizbon Stratejisi'ni 3 temele dayandırmıştır:

- Ekonomik gelişmeyi harekete geçirmek üzere inovasyon (katma değer yaratan yenilik)
- Öğrenen ekonomi,
- Sosyal koşullar ve çevre koşullarının yenilenmesi

İnovasyon diye tabir ettiğimiz, katma değer yaratan yenilikler, yeni iş yapış yöntemleri, sistemler ve iş modelleri Avrupa ekonomisinin rekabet gücünü geliştirmesi için ihtiyaç duyulan bir yönetim-değişim felsefesidir. “İnovatif bir Avrupa Yaratmak” Raporu'nda Ar-Ge ve İnovasyon politikalarında değişimleri öngören Avrupa Birliği, inovasyonun “küme bazlı birliktelikler” içinde gelişeceğini öngörmektedir.

Küme-kümelenme kavramı, akademik anlamda Harvard kökenli akademisyen Michael PORTER'la anılır. PORTER başarılı ekonomileri, sektörleri ve dağılımlarını, rekabet güçlerini

etkileyen unsurları, rekabet kavramının yaşam evresinin farklı aşamasındaki sektörleri etkileme düzeyini incelemiştir. Kümelenme kavramı da bölgesel rekabet edebilirliğin geliştirildiği ve işletmelerin inovatif ürün/hizmetler geliştirme konusunda harekete geçtiği, bu inovatif ortamı destekleyici çevre ve sosyal koşulların sağlandığı “iletken” bir yapılanmadır.

Bir kümenin parçası olmak işletmelerin rekabet gücü oldukça önemlidir. Kümeler, işletme, araştırma kuruluşları ve kaynaklar arasındaki açığı kapatırken bilginin ticarileştirilmesini de hızlandırır. Başarılı kümeler, işbirliğinin yanında yoğun rekabeti de teşvik eder. Kümeler, yetenek geliştirme yoluyla verimliliği, yatırımcıları bölgeye çekmeyi, araştırma-geliştirme faaliyetlerinin teşvikini, sınıai altyapının güçlenmesini ve özelleşmiş ürün/hizmet geliştirmeyi teşvik eder. Dünya çapında kümeler ise sürdürülebilir inovasyon ortamı oluşturmak için gerekli olan beyin gücünü etkileyerek bölgeye çekecektir.

Kümelenme projelerinin ilk basamağı, odaklanacak sektörün rekabetçilik düzeyinin belirlenmesidir. Bu aşama, sektörün güçlü ve zayıf yanlarının rekabet bağlamında ortaya konulmasını ve projenin gelecek aşamalarının nasıl şekilleneceğini de ortaya koyar. Bölgesel kalkınma projelerinin en yaygın şekli olan kümelenme de uluslararası rekabet gücü yüksek sektöre odaklanmak önemli bir başarı unsurudur.

Samsun’da gerçekleştirilen “Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörler Rekabet Analizi” Projesinde kümelenme çalışmalarına teknik ve akademik altyapı oluşturmak amacıyla gerçekleştirilmektedir. Sektörlerin uluslararası rekabet güçlerinin analizinde katma değer yaratma potansiyeli yüksek sektörlerin tespiti sayesinde uzun vadeli projelerde doğru noktalara odaklanma sağlanabilecektir. Rekabet gücü açısından tatmin edici bulunan sektörlerde kümelenme yoluyla bölgesel işbirliklerinin geliştirilmesi ve bölgeye istihdam ve gelir getiren sektörlerin iyileştirilmesi için projeler geliştirilebilecektir. Aynı şekilde rekabet gücü konusunda yetersiz sektörleri desteklerken yoğunlaşılması gereken noktalar bu çalışmada ortaya konulmuştur. Bölgesel rekabet gücünün geliştirilmesi için bazı sektörlerde kümelenme önerilirken diğerlerinde daha temel rehabilitasyon projeleri (örneğin kurumsallaşma, uygulanması önerilmektedir.

Proje kapsamında incelenen sektörler bölgede kamu ve özel kuruluşların, sivil toplum örgütlerinin katılımıyla düzenlenen bir çalıştayda sunulan öneriler ve diğer kuruluşlarla saha

değerlendirmesi üzerine seçilmiştir. İncelenen sektörler; lojistik, sağlık hizmetleri, medikal cihazlar ve aletler, balıkçılık ve su ürünleri, kanatlı hayvanlar ve ana metal sanayidir.

Sektörlerin rekabet güçleri analiz edilirken Porter'ın Elmas Modeli kullanılmıştır. Bu model, 6 ana başlık altında sektörleri göreceli olarak değerlendirerek uygulanır. Bu başlıklar, devlet koşulları, talep koşulları, girdi koşulları, firma stratejisi ve rekabet yapısı ve ilgili destekleyici kuruluşlardır.

Sonuçlar

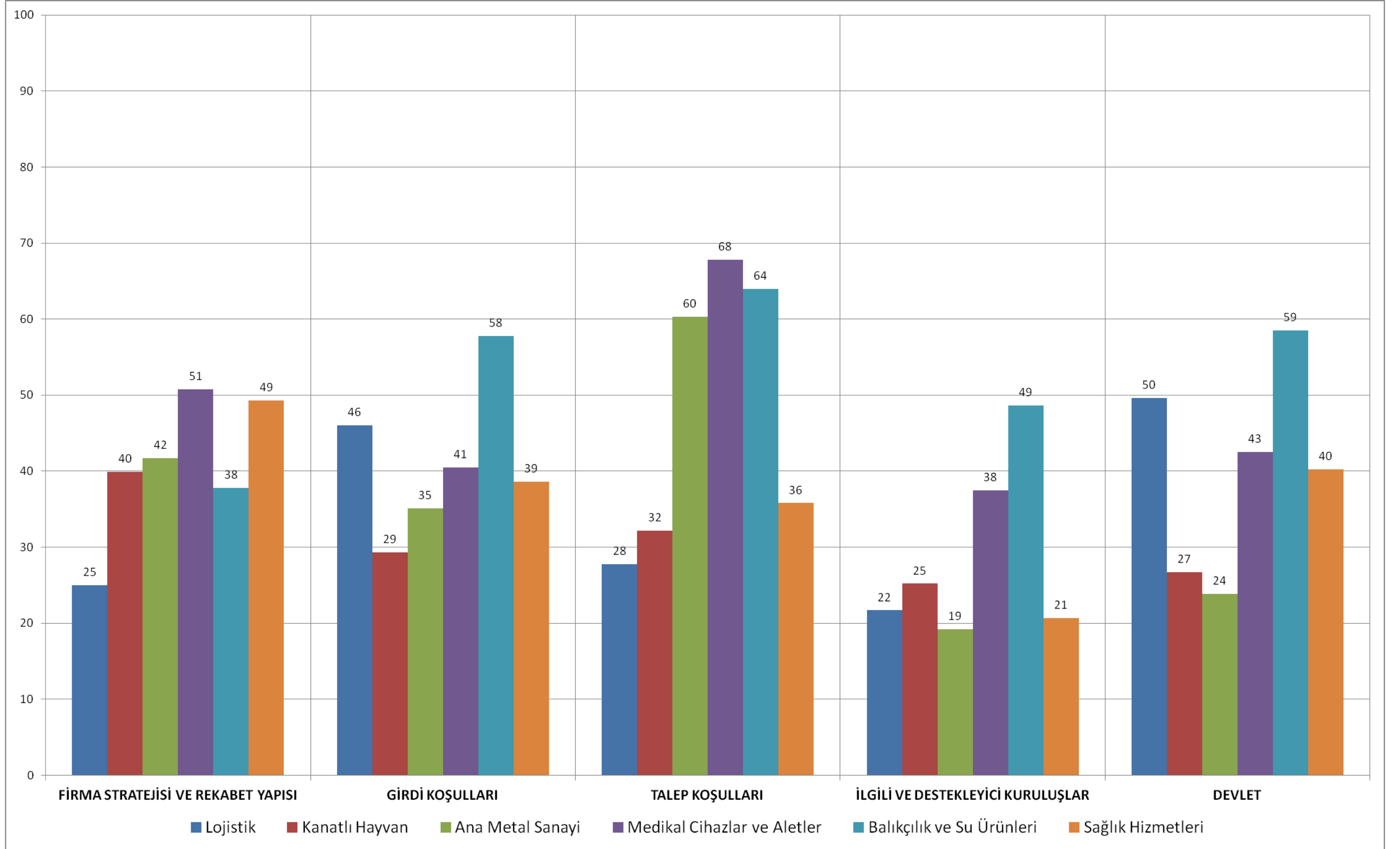
Samsun'da saha çalışmaları kapsamında firmalar ve sektör uzmanlarıyla yapılan görüşmeler sonucu elde edilen veriler kümülatif değerlendirildiğinde rekabet yetenekleri açısından şöyle bir tablo oluşmaktadır.



Bu tablo değerlendirilirken aşağıdaki ölçek kullanılmalıdır:

0-20 puan	Çok Zayıf
20-40 puan	Zayıf
40-60 puan	Ortalama
60-80 puan	İyi
80-100 puan	Çok iyi

TABLO 125: SEKTÖRLERİN ANA BAŞLIKLARDA KARŞILAŞTIRILMASI

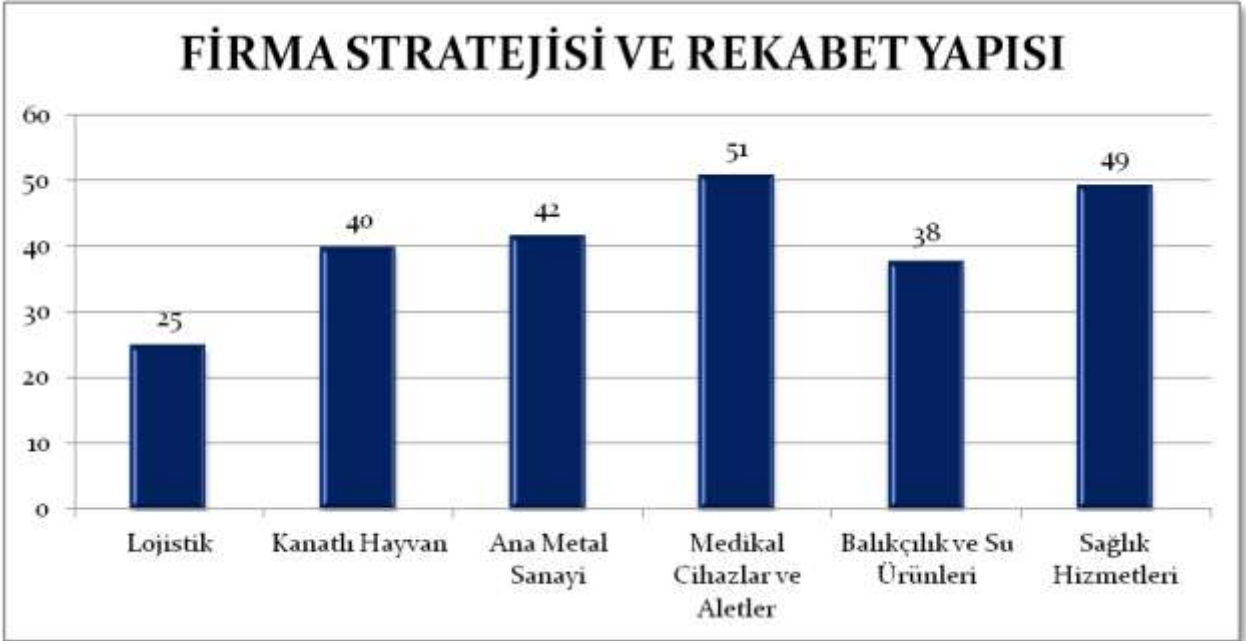


Firma Stratejisi ve Rekabet Yapısı

Firma stratejisi ve rekabet yapısı konusunda sektörler arası farklı ağırlıklandırmalar uygulanmıştır. Bu ağırlıklar sektör uzmanlarıyla birlikte belirlenmiştir.

Strateji unsurunun lojistik sektöründe ağırlığı %17, kanatlı hayvan sektöründe %25, ana metal sanayinde %20, medikal cihazlar ve aletler sektöründe %30, balıkçılık ve su ürünlerinde %30, sağlık hizmetlerinde ise %15'tir. *Rekabet gücünün* ağırlığı lojistikte %52, kanatlı hayvanda %25, ana metalde %30, medikalde %10, balıkçılıkta %20 ve sağlıkta %40'tır. *Kurumsallığın* ağırlığı, lojistikte %22, kanatlı hayvanda %20, ana metalde %20, medikalde %10, balıkçılıkta %20 ve sağlıkta %15'tir. *İnovasyon ve ar-ge kapasitesinin* ağırlığı lojistikte %2, kanatlı hayvanda %20, ana metalde %10, medikalde %25, balıkçılıkta %15ve sağlıkta %20'dir. *İşbirliği* ise lojistikte %7, kanatlı hayvanda %10, ana metalde %20, medikalde %25, balıkçılıkta %15 ve sağlıkta %10 ağırlığındadır.

Firma stratejileri ve rekabet yapısı konusunda yukarıda sayılan sektörler karşılaştırıldığında medikal cihazlar ve el aletleri ve sağlık hizmetleri sektörünün diğerlerinden daha iyi durumda olduğu görülmektedir:

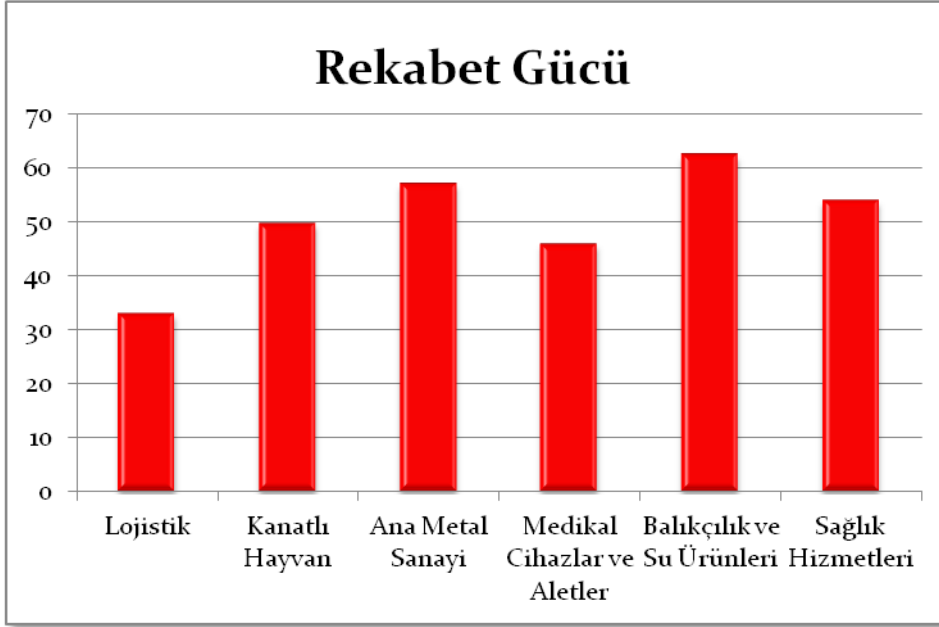


Firma stratejisi ve rekabet yapısı başlığı altında tüm sektörler hedef ve stratejileri, mevcut rekabet yetenekleri, ürün ve hizmet yenileme kapasiteleri, kurumsallaşma seviyeleri ve sektör içi işbirlikleri konusunda deneyimleri irdelenmiştir. Firmaların yanı sıra sektör uzmanlarıyla da Samsun'da yerleşik işletmelerin potansiyelleri konusunda görüşülmüştür, Aynı zamanda uzmanlarla yapılan görüşmede alt kriterlerin rekabet gücündeki ağırlıkları

Bu rapor innoCentric tarafından Samsun İl Özel İdaresi için "Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi" Projesi kapsamında hazırlanmıştır. ©2010

belirlenmiş firma görüşmeleri ve uzman görüşmeleri bu ağırlıklara göre derecelendirilmiştir. Yukarıdaki tabloyu oluşturan alt unsurlar aşağıda incelenmiştir:

Strateji konusunda yüksek performans gösteren sektörleri incelediğimizde; kanatlı hayvanlar

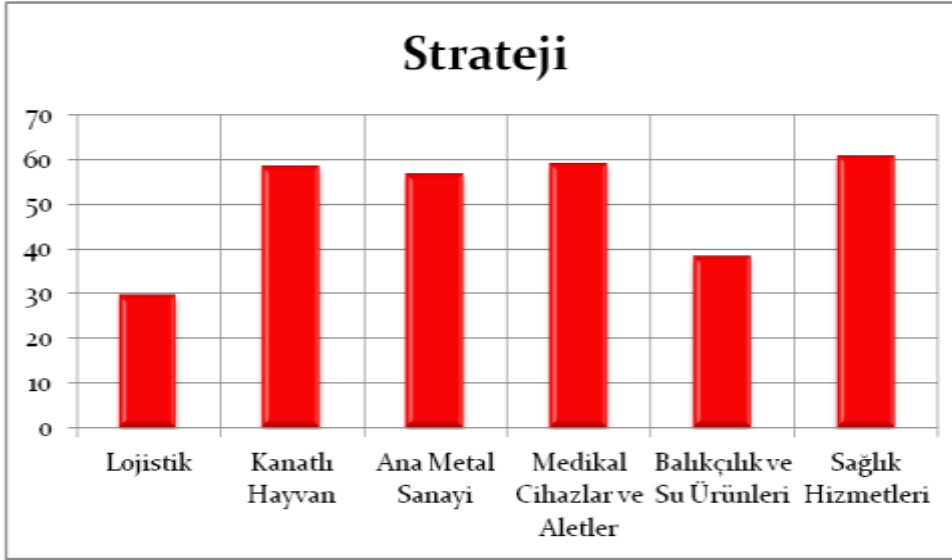


sektöründe son yıllarda tüm Dünyayı sürükleyen “organik gıda” trendinin doğru yorumlanarak sektörde önemli bir değişimi başlattığı görülmektedir. Organik yem, yumurta ve tavuk geliştirerek,

kesimhane modernize ederek Rusya pazarına da girmek üzere atılım gerçekleştirilmektedir. Çoğu işletme danışmanla çalışmaktadır yada kendi bünyelerinde danışmanlık grubu istihdam etmektedirler. Tümüne yakını ISO, HACCP gibi belgelere sahiptir. Samsun’da bulunmanın lojistik açısından avantajlarını da kullanan sektör sevkiyat maliyetleri açısından da avantajlıdır. Aynı zamanda hammadde olarak değerlendirdiğimiz yem ve yemin ana maddesi soya ve mısır gibi tahılların üretim merkezlerinden biri Samsun’dur. İşletmeler önemli bir maliyet kalemi olan yemi kendileri üreterek avantaj sağlamak konusunda faaliyetler göstermektedirler. Ancak Türkiye’de kanatlı hayvan sektöründeki büyümeden yeterince pay alabilmeleri açısından işletmelerin markalaşma ve pazarlama konularına özel ilgi göstermesi gerekmektedir. Sektörün rekabet kriterleri arasında kesim gücü önemli yere sahiptir, bu konuda bölge işletmeleri Türkiye’deki eşlenik işletmelerle karşılaştırıldığında dezavantajlı durumdadırlar. İstanbul’a uzak olmak da Türkiye pazarının %90’ına uzak olmak anlamına gelmektedir. Bu nedenle sektörün lojistik unsurlardaki gelişmeyle beraber avantajlı konuma yükselme olanağı bulunmaktadır. Gıda sektöründeki ciddi denetimler nedeniyle kalite standartlarının korunması ve kurumsal yapının geliştirilmesi söz konusudur. Bu amaçla eğitim ve danışmanlıklardan da yararlanılmaktadır. Ancak sektör firmaları genellikle aile şirketleridir. İnovasyon konusunda sektörün yüzünü güldüren

gelişme ise “organik ürün” geliştirilmesiyle sağlanan potansiyeldir. Organik yem, yumurta ve tavuk çevreye sektörün verdiği zararı da azaltmaktadır. Ancak yeni inovatif projeler ortaya koymak üzere ar-ge çalışmaları gerçekleştirilmemektedir, yenilik sistemli değildir.

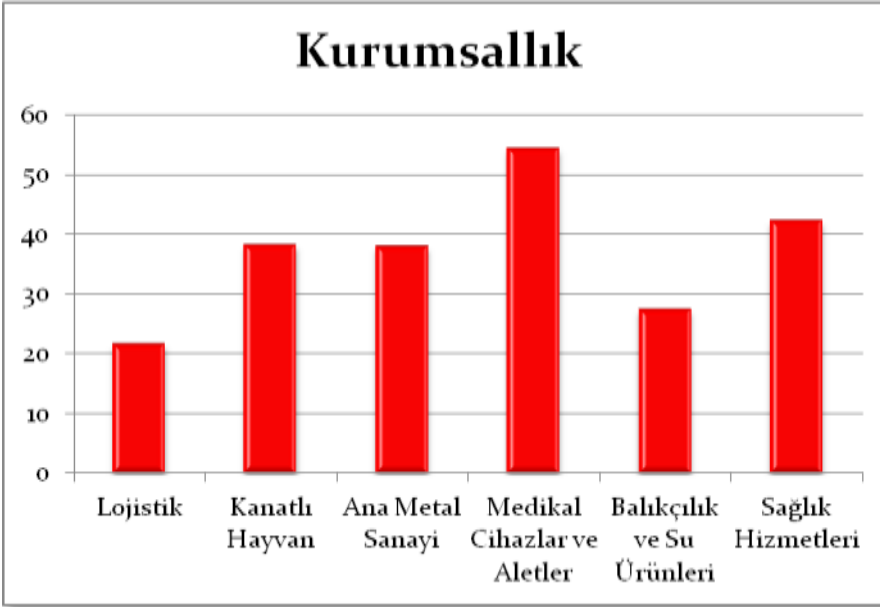
Sağlık hizmetleri ise ülkemizde 2005 yılından beri yaşanan Sağlıkta Dönüşüm Projesi’yle gelişen sektörde yeni yatırımlar, yenilikçi teknoloji ve uzmanlaşmış hizmet geliştirerek yerlerini sağlamlaştırmayı hedeflemektedirler. Bu dönüşüm Sağlık Bakanlığı ve Planlama Müdürlüğü tarafından kontrollü gerçekleştirilen bir ilerlemedir. İşletmelerin Samsun için



planladıkları tüm eğitim, yatırım, ekipman/teknoloji bu plan dahilinde gerçekleştirilmektedir. Nitelikli eğitimler ve danışmanlık hizmetiyle sektör hizmet kalitesini yükseltmek yönünde

faaliyet göstermektedir. Özellikle grup hastanelerinin sektöre yaptığı yatırımlar, kurumsallaşma düzeyleri ve yönetsel yetenekleri sektörün diğer unsurlarını da (kamu kurumları ve hastaneler de dahil olmak üzere) hareketlendirmekte, olumlu örnek olmaktadır. Çoğu işletme yönetsel olarak bir dönüşüm içindedir, profesyonel kadrolara idari işleri aktarmaktadır. Sektörün en önemli müşterisi olan SGK, standartları korumak ve iyileştirmek konusunda da itici güç olmaktadır. Bazı işletmeler “Devlet hem müşteri hem patron oldu” diyerek, kamu kurumları tarafından yönlendirilme düzeylerini ortaya koymaktadırlar. Sektörde rekabet kriteri fiyat değildir, karşılama/ağırlanma kalitesi ve sunulan yenilikçi teknolojidir. İşletmeler teknoloji danışmanlarıyla çalışarak, yurtdışı fuarları izleyerek yenilikçi teknolojileri bölgeye getirme konusunda aktiftirler. Sektörde profesyonel yönetim yaklaşımı hakim değildir, ancak Sağlık Bakanlığı ve Samsun’daki kurumlar aracılığıyla sıkı denetimler ve her türlü yatırım, teknoloji, altyapı, istihdam gibi konuda izin alınması sistemi yavaşlık getirmekte ancak kalitenin korunmasını garanti altına almaktadır. Sektör, müşteri ilişkileri yönetimi konusunda Samsun’un en profesyonel sektörü olarak tanımlanabilir.

Medikal cihazlar ve aletler sektörü ise, özellikle yabancı müşterilere satış yapmaktan kaynaklanan yüksek sertifikasyon düzeyindedir, danışman ve uzmanlarla çalışmaya yatkındır. Sektörde rekabet unsurlarının neler olduğu ve firmalarının avantaj-

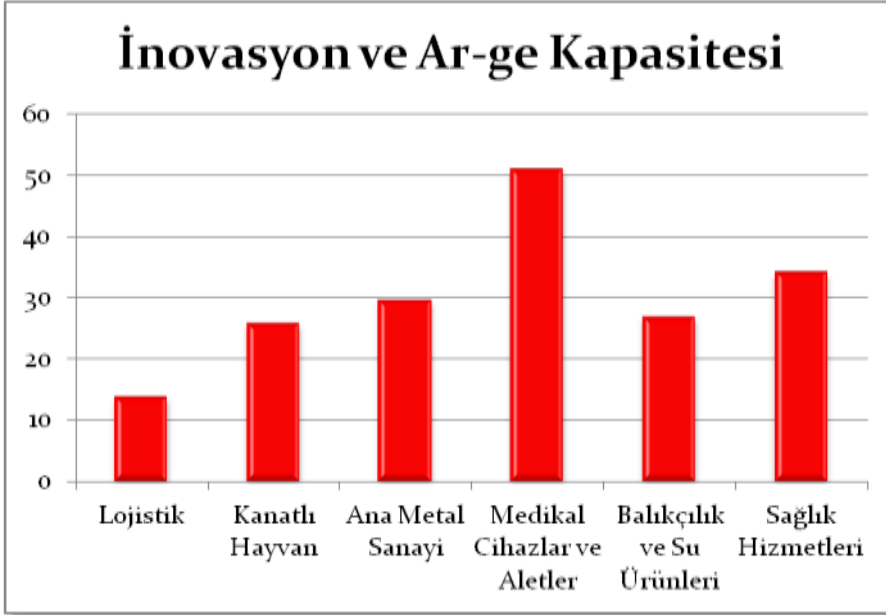


dezavantajlarına da hâkimdirler. Örneğin uluslararası pazarda markalaşmış Alman ve İngiliz firmaların olması bir dezavantajdır. Aynı zamanda Çin faktörü bu sektörü de etkilemektedir, ancak Türk mallarının kaliteli ve güvenilir imajı son yıllarda gelişmiştir.

Samsundaki firmalar fason olarak çalışmaktadırlar ve markalaşma konusunda kendilerini geliştirme ihtiyaçları vardır. Bu konuda da oldukça geniş bir ürün yelpazesi olan sektörde uzmanlaşma avantaj getirecektir. Sektörün mevcut durumda avantajlarından biri Samsun'un medikal cihazlar ve aletler konusunda tanınmış olması ve sektördeki yığılma ve gelişimin biliniyor hale gelmiş olmasıdır. İnovasyon projeleri ise tasarım esnekliği, müşterilerden gelen talebe ve farklı kullanıcılara göre özellik geliştirme ve ürün iyileştirme düzeyindedir. Bu konuda sistemli ve profesyonel bir çalımla gerçekleştiren firma yoktur, ar-geye sağlanan finans kaynakları da değerlendirilmemektedir. Ancak sektörü ve gelişmeleri izlemek, adapte olmak konusunda iyi performans gösterilmekte, özellikle süreç inovasyonu konusunda başarılı çalışmalar gerçekleştirmektedirler.

Ana metal sanayi, liman işletmeleri ve lojistiğin gelişimiyle ihracat potansiyelinin de gelişeceğini öngörerek modernizasyon ve kapasite artırımı planlamaktadır. Çok çeşitli konularda eğitim ve danışmanlıklarla sektörde önemli bir kalite yatırımı gerçekleştirilmektedir, uzun vadede ne tür ihtiyaçları olacağını planlamış olan işletmeler kurumsallaşma konusunda bazı sorunlar yaşamaktadırlar, çok ortaklılık ve aile şirketleri olmaları bir dezavantajdır. Çalışanlara sağlanan sosyal imkanlar ve işçi sağlığı konusunda uyguladıkları standartlar sektörün olumlu aktiviteleridir. Sektörde çalışan sirkülasyonu azdır. Ana metal sanayinde ürün ve süreç iyileştirme konusunda başarılı örnekler mevcuttur;

otomasyona geçiş ve depreme dayanıklı malzeme geliştirme gibi yenilikler ortaya koyan bu firmalar üretim sektöründeki tüm işletmelerin büyü rakibi Çin tehdidi altında değildir. Malzemelerin boyutları nedeniyle lojistik maliyetlerinin yüksekliği sektörü Çin tehdidinden

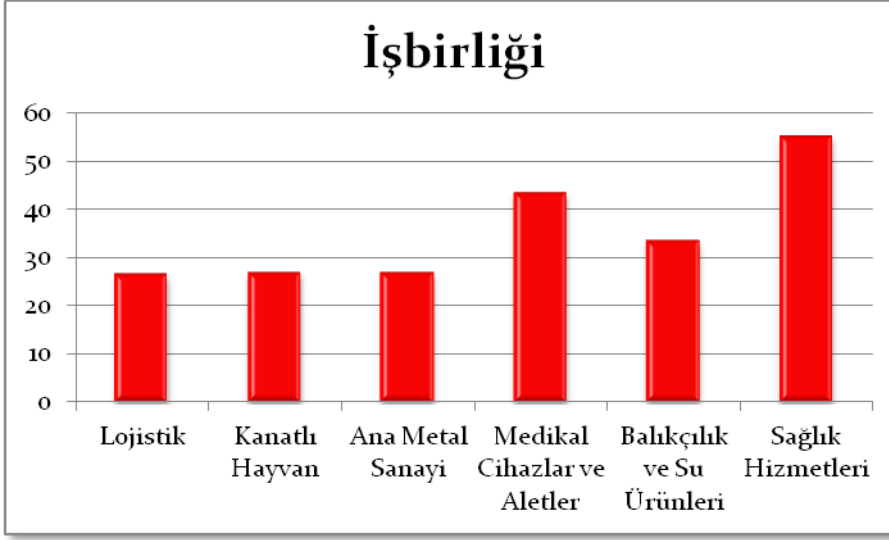


korumaktadır. Sektör firmaları rekabet şartlarına hakimdirler ve bu şartların başında Samsun'da bulunmanın lojistik anlamda sağladığı avantajlar gelmektedir.

Balıkçılık ve su ürünleri sektöründe ise girişimci ruha sahip ve yeniliğe açık işletmeler bulunmaktadır.

Ancak bu işletmelerin uzun vadeli planları konusunda yetersizdirler ve sektördeki diğer firmalar ve yatırımları kendi lehlerine yorumlayamamaktadırlar. Örneğin tüm firmalar tedarik zincirinin tüm halkalarında konumlanmaya çalışmaktadırlar. Sektörde yatırımların son 5 yılda gerçekleştiğini düşündüğümüzde kullanılan teknoloji seviyesi uygundur ve balığın işlenmesi, depolanması, endüstriyel ürün haline getirilmesi konusunda önemli yatırımlar gerçekleştirilmiştir. Karadeniz'de balıkların %80'inin Türk avcılarca avlanması, yetiştiricilik konusunda rakip bölgelere göre avantajlı konum (turizm tesisleri ve yetiştiriciler arasında çekişme olmaması) ve Karadeniz balıklarının lezzet farkı sektör için avantajdır. Kurumsallaşma konusunda ise yetiştiricilik ve balık işleme, depolama tesisleri sektörün diğer unsurlarına göre (örneğin avcılık) daha iyi konumdadırlar. Avcılıkta ise sigortasız çalışma ve eleman sirkülasyonunun yüksekliği dezavantaj oluşturmaktadır. İnovatif projelere ise balık yetiştiriciliğinde rastlanmaktadır. Ar-ge projeleri yürüten yetiştiriciler, kendi kaynaklarıyla finanse ettikleri projelerde üniversitelerle işbirliği de yapmaktadırlar.

Samsun'da "lojistik" kavramının son yıllarda sıklıkla telaffuz edilmesi, Limanın özelleştirilmesi, lojistik hakkında yeni proje ve çalışmalar başlatılmasından kaynaklanan pozitif bir yaklaşımın hakim olduğu belirtilmelidir. Deniz taşımacılığında uzun yıllardan



beri yaşanan küçülme çoğu firmayı farklı yatırım alanları aramaya yöneltmiştir. Kara taşımacılığı ise özellikle Samsun'a gelen mal potansiyelinin artmasıyla gelişmiş, firmalar Türkiye çapında şubeleşmeye yönelmişlerdir. Sektörde

eğitimler sadece deniz ulaştırmasında sertifikalı ve zorunlu sağlanan eğitimlerdir. Bunun dışında uzmanla/danışmanla çalışma, eğitim alma kültürü bulunmamaktadır. Bu konuda Samsun'da kaynaklar da azdır. Sektörde rekabet unsurlarına hakim olan işletmeler, kendi avantajlı ve dezavantajlı yönlerine aynı oranda değerlendirememektedirler. Kurumsallaşma düzeyi oldukça azdır, çoğunlukla "tek adam: patron" işletmeleridir. Müşteri iletişimi de oldukça ilkel düzeydedir, tüm iletişim patron üzerinden gerçekleştirilmektedir. Ürün/hizmet yenileme kavramları sektörde telaffuz edilmez. Teknoloji yenileme de teknoloji firmalarının bölgede yaptıkları tanıtımlar yoluyla gerçekleşir. Kariyer fırsatları kısıtlıdır, genellikle aile şirketleridir. İnsan kaynağına yatırım çok azdır ve eleman sirkülasyonu %30'lardadır. Bu durumun istisnası, ileri teknoloji ve altyapı yatırımlarıyla sektörü oldukça hareketlendiren liman'dır.

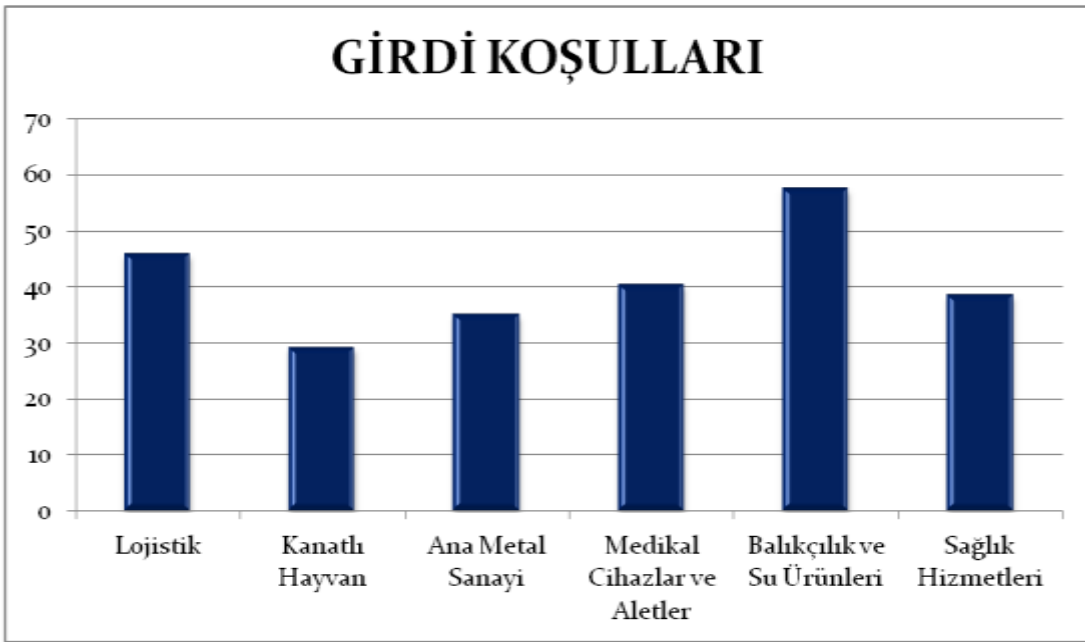
Sektörlerin kümelenme potansiyelleri açısından değerlendirilmesinde önemli unsurlardan biri de işbirliği düzeyleridir. Saha çalışmalarında sektör işletmelerine işbirliği yaptıkları firmalar, hangi konuda çalıştıkları ve ortak çalışma kültürü konusunda yorumları alınmıştır. Yapılan bu değerlendirmede sağlık hizmetleri sektöründe işbirliği ve ortak rekabet anlayışının diğer sektörlerle göre daha yüksek düzeyde olduğu ortaya çıkmaktadır. Sağlık Kenti Samsun Projesi ve Dernek çalışmalarının bu potansiyelde önemli katkısı bulunmaktadır. Sağlık hizmetlerini medikal cihazlar ve aletler sektörü izlemektedir. İşbirliği konusunda en düşük performans lojistik ve ana metal sanayindedir. Saha çalışmalarında

uzmanlar ve firmalara sektördeki ortak çalışma kültürünü puanlamaları sorulduğunda ise ortaya çıkan sonuç şöyledir:

Çok kötü	Kötü	Ortalama	İyi	Çok iyi
	Lojistik Ana Metal Sanayi Balıkçılık	Kanatlı Hayvan Medikal Cihazlar ve Aletler	Sağlık	

Girdi Koşulları

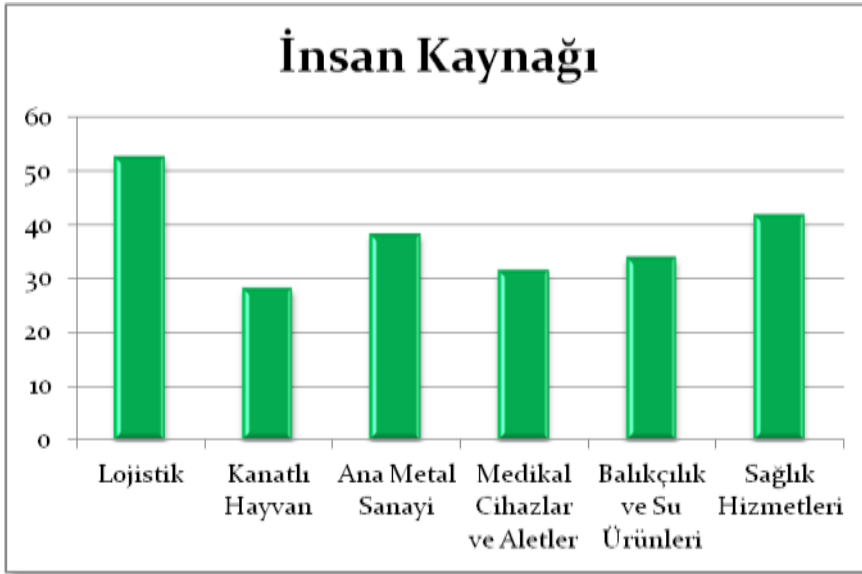
Porter'ın Elmas Modeli'nde girdi koşulları başlığı altında sektörün ihtiyaç duyduğu temel girdiler, bu girdilerin teminindeki olumlu yada olumsuz koşullar, altyapı ve sektöre özel sunulan avantajlar/dezavantajlar gibi unsurlar incelenmiştir. İncelenen girdi başlıkları, insan kaynağı, hammadde, teknoloji ve ekipman düzeyi ve teminine ilişkin maliyetler ve yasal problemler, enerji, bina ve arsa, insan kaynağı maliyetleri, altyapı, internet ve ulaşım imkanları, sektöre girmek için gerekli maliyetlerin düzeyi, sektöre özel finans kaynakları ve Samsun'da konumlanmanın sağladığı avantaj ve dezavantajlar değerlendirilmiştir.



Girdi koşulları arasında *insan kaynaklarının* rekabet gücündeki ağırlığı lojistik sektöründe %20, kanatlı hayvanlar sektöründe %10, ana metal sanayinde %20, medikal cihazlar ve aletlerde %30, balıkçılık ve su ürünleri sektöründe %20 ve sağlık hizmetleri sektöründe %25'tir. *Hammadde, ekipman ve teknolojinin* ağırlığı lojistik sektöründe %25, kanatlı hayvanlar sektöründe %40, ana metal sanayinde %30, medikal cihazlar ve aletlerde %25, balıkçılık ve su ürünleri sektöründe %25 ve sağlık hizmetleri sektöründe %25'tir. *Girdi, enerji, bina/arsa, ekipman maliyetleri* lojistik sektöründe %40, kanatlı hayvanlar sektöründe %30, ana metal sanayinde %35, medikal cihazlar ve aletlerde %15, balıkçılık ve su ürünleri sektöründe %25 ve sağlık hizmetleri sektöründe %25'tir. Altyapının rekabet gücündeki ağırlığı ise lojistik sektöründe %15, kanatlı hayvanlar sektöründe %20, ana metal sanayinde

%15, medikal cihazlar ve aletlerde %30, balıkçılık ve su ürünleri sektöründe %30 ve sağlık hizmetleri sektöründe %25'tir.

Girdi koşullar konusunda en avantajlı sektör balıkçılık ve su ürünleridir. Bu sektörde insan kaynağı ihtiyacı incelendiğinde balık yetiştiriciliğiyle uğraşan firmaların zorunlu olarak su ürünleri mühendisleri çalıştırdıkları ve bu elemanların temininde Sinop Ürünleri Su Ürünleri Fakültesi ve KTÜ Deniz Bilimleri Fakültesinin kendilerine avantaj sağladığını



belirtmektedirler. Özellikle Sinop Su Ürünleri Fakültesinin yeni kazanacağı imkanlarla (yetiştirme tankları, laboratuvar) daha nitelikli mezunlar vereceği öngörülmektedir. Avcılıkta ise kaptan ve tayfaların yetişmemesi, çalışanların başka sektörlere kaymaları önemli bir sorundur.

Sektörün hammadde, donanım ve teknoloji konusunda durumu ise ortalama düzeydedir, bunların temininde herhangi bir sıkıntı yoktur. Maliyetler açısından irdelendiğinde ise sektörde yetiştiricilik alanları Devletten kiralanmaktadır ve kira oranları rakip bölgelere göre (İzmir, Muğla) daha yüksektir. Bir diğer önemli maliyet kalemi "yem"dir ve yem üreticilerinin Samsun'da artması yetiştiricileri avantajlı konuma yükseltmiştir. Avcılık için sağlanan ÖTV ve mazot indirimi, yetiştiricilik için yavru balık alımı ve satımında devlet destekleri verilmesi maliyet avantajlarını artırmaktadır. Samsun'da bulunmak ve son yıllarda Türkiye'de gelişen duble yollar sektörü lojistik olarak da avantajlı konumlandırmaktadır; örneğin geçmişte balıkların İstanbul'a ulaşımı 17 saat sürerken, günümüzde bu süre 8 saattir.

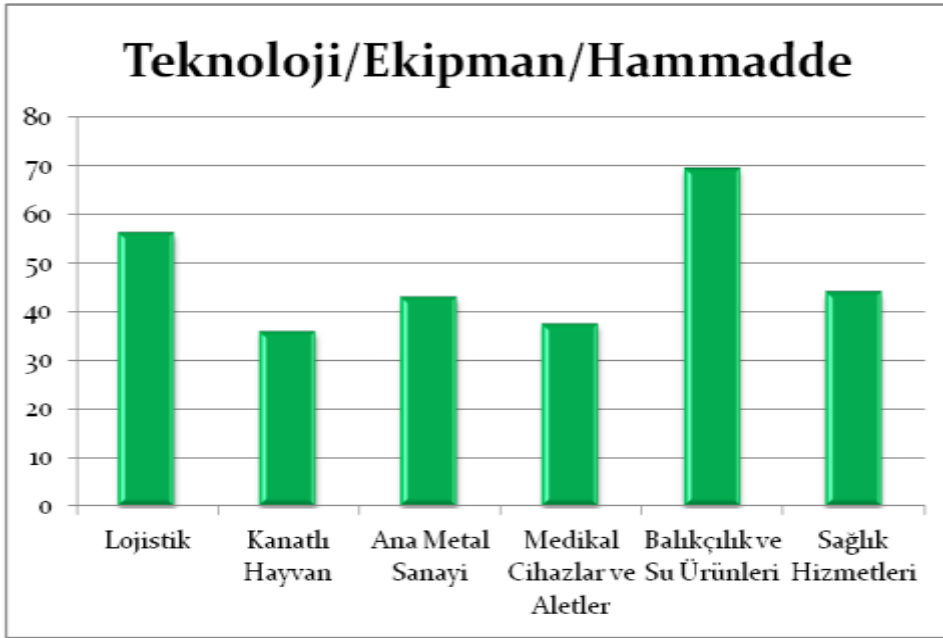
Lojistik sektörü de girdi koşulları açısından oldukça avantajlıdır. Örneğin sektörde insan kaynağının niteliği konusunda yüksek beklentiler yoktur ve nitelikli ve üniversite mezunu personel istihdamı diğer sektörlerle göre azdır. Son yıllarda Ulaştırma Bakanlığı tarafından insan kaynağı için getirilen zorunluluklar da (örneğin yönetici sertifikası gibi) muafiyetlerle sağlanmıştır. Lojistik sektörüne özel teknolojiler hızla gelişmektedir. Sektör firmaları teknolojik ilerlemeleri kendilerine getirilen projelerden izleyebilmekte ve yatırım

Bu rapor innoCentric tarafından Samsun İl Özel İdaresi için "Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi" Projesi kapsamında hazırlanmıştır. ©2010-2011

yapmaktadırlar. Özellikle teknoloji ve ekipman konusunda limanda yaşanan iyileştirmeler sektörün imkanlarını da geliştirmiştir. Maliyetler ise sektörün girdi koşulları açısından en dezavantajlı unsurdur. Yüksek akaryakıt maliyetleri, taşıt filolarının güçlendirilmesinde yüksek ÖTV oranları sektörün en sıklıkla dile getirilen problemidir. Bunun yanında sektöre giriş maliyetleri açısından değerlendirildiğinde özellikle deniz ulaştırmasının oldukça yüksek mali kaynak kullanımı gerektirmesi ve sektöre özel finans kaynaklarının yetersizliği söz konusudur. Kara taşımacılığının asıl maliyet unsurları depo-antrepo alanları ve donanımdır. Sektörün altyapısı imkanları duble yolların yapılması, belediyeçilik hizmetlerinin gelişmesi ve en çok da limanın özelleştirilmesi ve yeniden yapılandırılması açısından gelişmiştir, sektörün tüm unsurları (kara taşımacılığı, deniz, demiryolu taşımacılığı da dahil olmak üzere) limanın önümüzdeki yıllarda büyük atılım yapmasını ve iş

potansiyelini artırmasını beklemektedir.

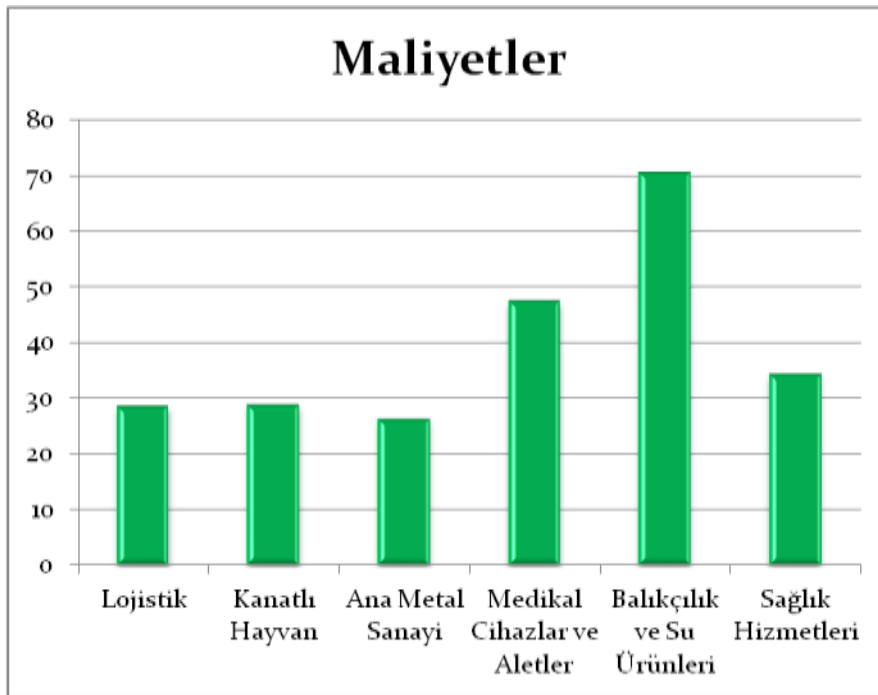
Ana metal sanayinde girdi koşullarını Makine ve Metalürji Mühendisleri ile Meslek Yüksek Okullarının Torna Tesviye Bölümü mezunlarının bu sektörün ana insan kaynağı profilini oluşturduğu ortaya



çıkılmaktadır. Bu bölümler Samsun'da yoktur ve ara elemana ulaşmak konusunda da sektör problemler yaşamaktadır. Şehirdeki çıraklık eğitim ve endüstri meslek liselerinin ara eleman ihtiyacını istenen kalitede karşılayamamaktadır. Hammadde konusunda ise sektör %80 oranında dışa bağımlıdır, önemli bir maliyet sorunu yaratan bu durumdan dolayı sektör Dünyadaki dalgalanmalarla değişen fiyatlar ve temin süreleri problemi yaşamaktadır. Arsa fiyatları da önemli bir maliyet unsurudur, özellikle OSB arazileri oldukça pahalıdır. OSB'de güvenlik problemleri ve ulaşım altyapısının yetersizliği bir başka altyapısal sorundur. Elektrik kesintileri ve internet erişimi problemi de firmalarca dile getirilen altyapı problemlerindedir. Hammaddeyi İstanbul'dan getirtip işleyip tekrar İstanbul'a göndermek

taşıma maliyetlerini artırmaktadır. Limandan parsiyel yükleme kapasitesinin artması sektöre önemli avantaj sağlayacaktır. Ekipman ve teknolojiler ise çoğunlukla yerli kaynaklardan karşılanır ve teknoloji seviyeleri günceldir.

Medikal cihazlar ve aletler sektöründe yaklaşık 1000 kişi istihdam edilmektedir ve üniversite mezunu oranı %10'dur. Sektör nitelikli insan kaynağı konusunda problem yaşamaktadır, CNC operatörü, kalıp tasarımcısı, dış ticaret ve pazarlama uzmanı konusunda sektörde eleman ihtiyacı bulunmaktadır ve bölgede bu insan kaynağını yetiştiren okullar bulunmamaktadır. Hammadde konusunda sektör yurtdışı kaynakları kullanmaktadır ve termin zamanlarında yaşanan sıkıntılar nedeniyle stok tutma gibi maliyet artırıcı sorunlar yaşanmaktadır. Sektörde birim ürün katma değeri yüksektir. Maliyetler açısından değerlendirildiğinde ise Almanya, Amerika gibi sektör devi ülkelere göre avantajlıdır ancak Çin'le karşılaştırıldığında bu avantaj ortadan kalkmaktadır. Diğer sektörlerle karşılaştırıldığında ilk giriş maliyetleri göreceli olarak düşüktür. Sektörün altyapısal sorunlarının başında OSB'deki güvenlik, hava kirliliği, çevre kirliliği, yolların bozukluğu ve



elektrik kesintileri sorunları gelmektedir. Havayolu ulaşımı sektörün lojistik konusunda avantajıdır ancak şehre yurtiçi ve yurtdışı direkt uçuş bu avantajı geliştirecektir. Samsun'da serbest bölge olması da sektör firmalarınca olumlu değerlendirilmektedir.

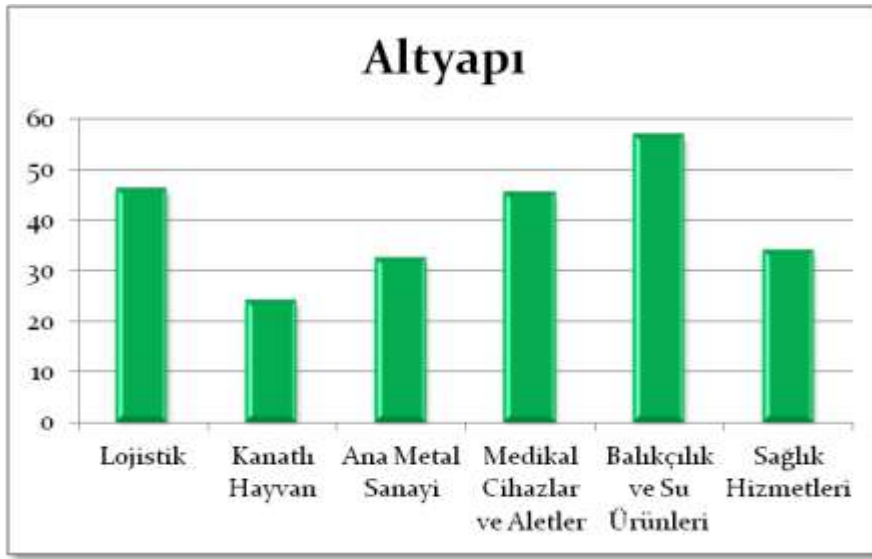
Kanatlı hayvan sektörünün

girdi koşulları incelendiğinde özellikle kesimhaneleri olan işletmelerde mühendis çalışma zorunluluğundan kaynaklanan eleman sıkıntısı göze çarpmaktadır. Veteriner ve ziraat mühendisleri bir başka nitelikli çalışan kesimidir ve özellikle deneyim sahibi çalışan temininde sektör problemlerle karşılaşmaktadır. Sektörde hammadde olarak yem ve civcivi değerlendirebiliriz. Bunların temininde yasal yada vergi vb sıkıntılar yaşanmamaktadır. Yem hammaddesi yurtdışından geldiğinden şehirde limanın varlığı sektöre avantaj sağlamaktadır.

Bu rapor innoCentric tarafından Samsun İl Özel İdaresi için "Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi" Projesi kapsamında hazırlanmıştır. ©2010-2011

Ekipman ve teknolojileri de çoğunlukla yerel kaynaklıdır ve sorun yaşanmamaktadır. İlk yatırım maliyetleri yüksektir. Diğer altyapı unsurları açısından değerlendirildiğinde sektörün elektrik, su ve kanalizasyon hizmetlerinin verimli ve dengeli olması beklentisindedirler. Samsun'da bulunmanın sektöre avantajı ulaşım alternatiflerinin çokluğudur, ancak rakip bölgelerle karşılaştırıldığında pazara uzaktırlar. Sektöre sağlanan finans destekleri konusunda Ziraat Bankası, Tarım Bakanlığı, AB ve Kalkınma Ajansı fonları sayılabilir, bu destekler çoğunlukla modernizasyon projelerinde kullanılır.

Sağlık hizmetleri sektörü Samsun'da 4000 kişinin istihdam edildiği, nitelikli işgücünün en yüksek oranda kullanıldığı sektördür. Ancak çevrede Tıp Fakültesinin varlığı, mezunların

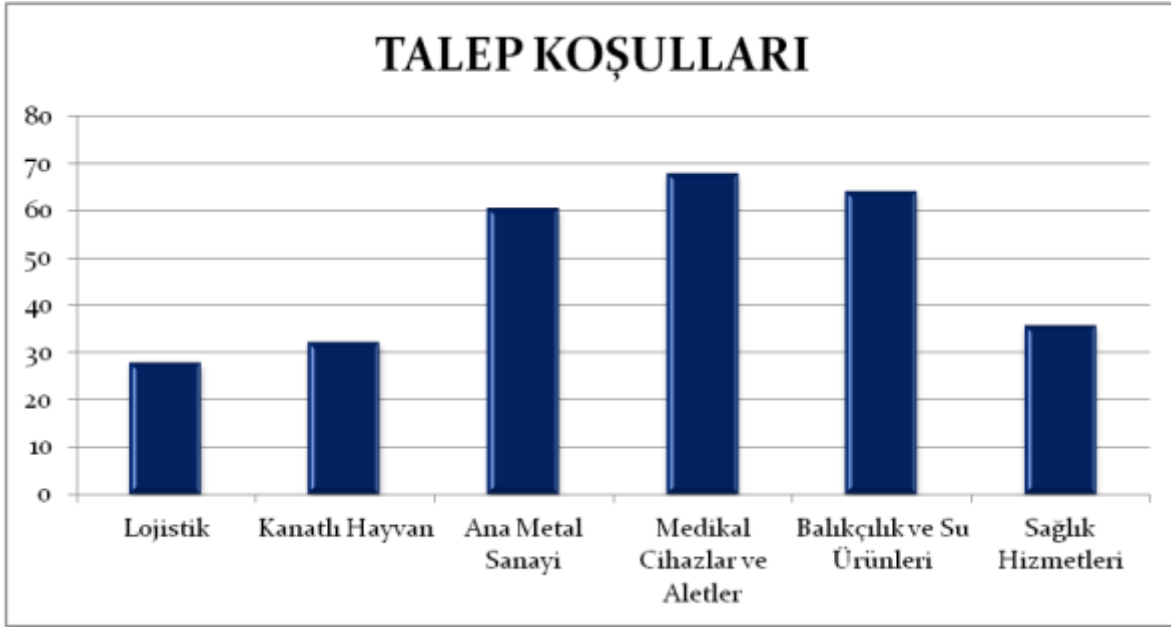


çoğunlukla bölgede kalmayı tercih etmesi avantajdır. Bunun yanında sektörde gelişmelere paralel olarak yeni tür insan kaynağı ihtiyaçları belirlemektedir, bu ihtiyacın giderilmesine yönelik çalışmalar yetersiz de olsa, bölgeden

karşılanabilmektedir. Sağlık teknolojileri dışa bağımlı ve ilk yatırım ve işletme maliyetleri yüksek teknolojilerdir. Samsun'da yerleşik sağlık hizmetleri firmaları teknoloji seviyesi olarak iyi düzeydedirler, bu seviyenin korunmasında Sağlık Bakanlığından kaynaklanan zorunluluklar yatmaktadır. Sektörün maliyet unsurları incelendiğinde cironun %60'ına kadar çıkan insan kaynağı maliyeti ön plandadır. Bu maliyeti yüksek bina/arsa fiyatları ve enerji giderleri takip eder. Sabit maliyetlerin yüksekliği, makine ve ekipman için ödenmesi gereken yüksek aidatlar ve bakım maliyetleri sektörün bir diğer mali dezavantajıdır. Altyapı koşulları incelendiğinde ilk yatırım maliyetlerinin oldukça yüksek oluşu ve sektöre özel fon kaynaklarının bulunmayışı dikkat çekmektedir. Samsun'da konumlanmak ise, hastaların ulaşımının kolaylığı açısından avantajlıdır. Ancak belediye hizmetlerinin yetersizliği ve otopark sıkıntısı gibi altyapısal sorunlar bulunmaktadır.

Talep Koşulları

Talep koşulları, Elmas Modeli'nde sektörün rekabet yeteneklerini destekleyen unsurlardan biridir. Talep miktarı ve sıklığı, sektördeki alıcılar, devlet alımları, alıcılar tarafından gerek duyulan belge sertifikasyon yoluyla işletmelerin rekabet güçlerini yükseltmeleri, dış talep miktarı ve bu talebi karşılamak için gereksinim duyulan ön şartlar, sektöre hizmet veren yabancı firmalar, rakipler gibi unsurlar incelenmiştir. Aynı zamanda müşterilerin sektör işletmelerini yönlendirmeleri, ürün ve hizmet yenileme konusunda itici güç oluşturma düzeyleri, hizmet satın alma kriterleri de incelenmiştir. Bu kriterlerin ağırlıkları sektör uzmanları tarafından belirlenmiştir.

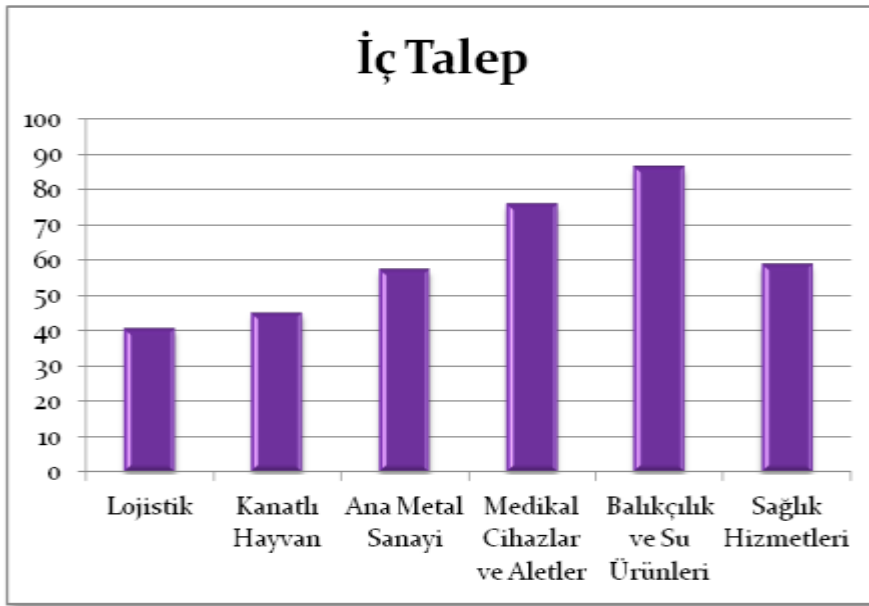


Talep koşullarında *iç talep* ağırlığı lojistikte %47, kanatlı hayvanlarda %50, ana metal sanayinde %35, medikal cihazlar ve aletlerde %50, balıkçılık ve su ürünlerinde %40 ve sağlık hizmetlerinde %80'dir. *Dış talep* ise lojistikte %16, kanatlı hayvanlarda %30, ana metal sanayinde %45, medikal cihazlar ve aletlerde %40, balıkçılık ve su ürünlerinde %40 ve sağlık hizmetlerinde %10'dur. *Özelleşmiş ürünler ve nitelikli tüketici* unsurunun ağırlığı ise lojistikte %37, kanatlı hayvanlarda %20, ana metal sanayinde %20, medikal cihazlar ve aletlerde %10, balıkçılık ve su ürünlerinde %20 ve sağlık hizmetlerinde %10'dur.

Talep koşulları açısından en yüksek performansı yurtdışı taleplerin de sıklığı nedeniyle medikal cihazlar ve aletler sektörü göstermektedir. İç talep son 5 yıldır büyümektedir ve önümüzdeki dönemde de büyümeye devam etmezi beklenmektedir. Aynı zamanda dış talep

şartlarının da benzer oranda artacağı öngörüsü sektöre olumlu yansımaktadır. Sektörün Samsun'daki temsilcileri 70'in üzerinde ülkeye ihracat gerçekleştirmektedirler. Son yıllarda döviz üzerindeki baskı nedeniyle firmalar pazar geliştirme yoluna gitmişlerdir. Sektörde müşteri ve kullanıcıların firmaları yenilenmeye itmesi yoluyla rekabet güçlerini artırma konusunda zorlaması da bir başka avantajdır. Kullanıcılar aradıkları yüksek standartlar nedeniyle Türk malının kaliteli ve güvenilir imajı sağlamışmıştır.

Balıkçılık ve su ürünleri sektörü de özellikle son yıllarda kırmızı et fiyatlarında yükselişler, sağlık nedeniyle balığa yönelim, daha önce çok fazla balığın tüketilmediği Doğu ve



Güneydoğu Anadolu bölgesinde tüketimin artması gibi nedenlerle iç talep açısından oldukça avantajlıdır. İtalya, İspanya, Hollanda, Fransa, İngiltere, Almanya, Benelüks gibi AB Ülkelerine ihracat yapılmaktadır. Ancak katma değer işlenmiş balık

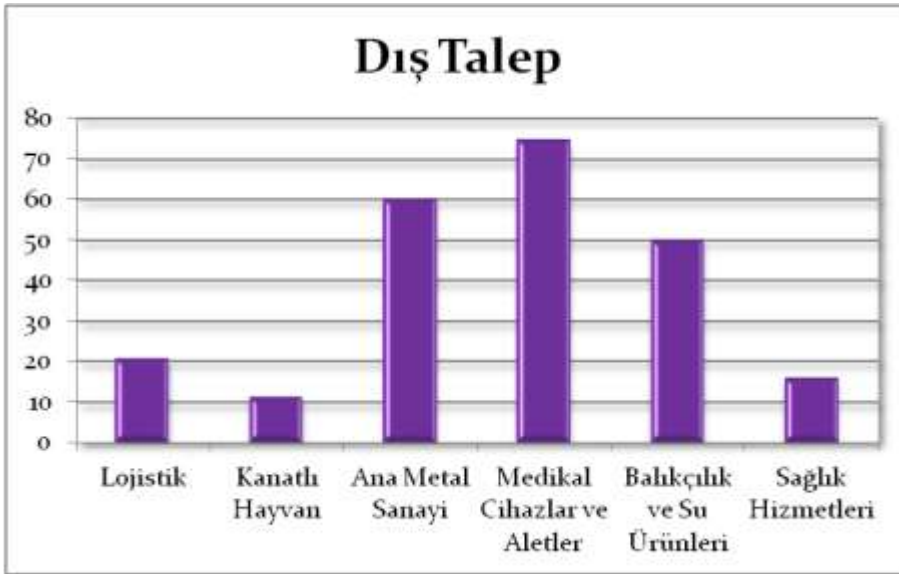
ürünlerinde daha yüksektir, bu nedenle yeni yatırımlar yapılması gerekmektedir. Son yıllarda balığın fast food sektörüne girmesi, büyük marketlerde balık reyonlarının artması balık satın alımında beklentileri yükseltmekte, sektörü kalite standardını korumaya itmektedir.

Lojistik sektörünün talep koşulları incelendiğinde yabancı talebin olmadığı iç talebin de lojistiğin farklı unsurlarında değişiklik gösterdiği belirlenmiştir. Denizyolu ulaştırmasında düşüşler söz konusudur. Üstelik bu düşüşlerin sürekliliği sektör firmalarını yeni arayışlara itmiştir. Kara taşımacılığında gözlemlenen büyümenin kaynağı da Samsun'a gelen mallardaki artıştır, genel olarak da Samsun'un sanayi ölçeği dezavantaj olarak değerlendirilmektedir. Demiryolu taşımacılığında gelişmeler, limanın özelleştirilmesi ve altyapı iyileştirilmesi sektörün geleceğe bakışını değiştirmiştir. Denizyolu taşımacılığında Samsun'a bölgedeki rakibi Trabzon'un sıklıkla çalıştığı Soçi Limanı'nın kapatılmasından kaynaklanan dönemsel bir yükseliş yaşamaktadır. Müşteri beklentilerinin yüksekliği ve

Bu rapor innoCentric tarafından Samsun İl Özel İdaresi için "Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi" Projesi kapsamında hazırlanmıştır. ©2010-2011

firmaları sundukları hizmet standardını yükseltmeye itmesi de yetersizdir. Çoğu işletme taşımacılık işlerinde hiçbir ön şart koşmamaktadır. En önemli rekabet unsuru fiyat ve ödeme alternatiflerinin çokluğudur. Deniz taşımacılığında ise seçenek azdır, belli firmalarla çalışmak zorunludur, müşterinin itici gücü bulunmamaktadır.

Kanatlı hayvan sektöründe üreticileri gıda sektöründe faaliyet gösterdiklerinden üretim izinleri, faaliyet belgeleri, helal gıda sertifikası gibi ön şartlar bulunmaktadır. Bu yolla sektörde kalite standartlarının korunması sağlanmaktadır. Bunun yanında son yıllarda gelişen organik ürün bilinci, yedikleri ette eski tadı aramaları, yurtiçi pazara satış yapan yabancı firma olmaması avantajlarıdır. Yabancı ülkelere satışta ise farklı standartlar söz konusudur. Örneğin İran kesimhanelere heyet göndermekte, diğer İslam ülkeleri de helal gıda sertifikası şart koşmaktadır. Rusya'ya satış için ise akredite kesimhaneler kullanmak zorunludur. Samsun'lu firmalar ise ihracatı katma değerli bulmamaları ve ihracata ilişkin ton başına destek verilmemesi nedeniyle bu konuda çalışmamaktadırlar. Firmaların dışında gelişen kota sorunları da sektörde belirsizlikler yaratmaktadır. Örneğin ABye ihracatın



(pişmiş kanatlı hayvan eti) serbest bırakılması ve ardından tekrar durdurulması gibi belirsizlikler bu konuya yatırım yapmalarını engellemektedir.

Sağlık sektöründeki tüm işletmelerin en önemli müşterisi Devlettir. SGK

ile anlaşma yapma imkanı tanınmasıyla birlikte büyüme ivmesi artan sektörü ayakta tutan SGK'dır. Diğer hastaların sistem içindeki oranları en fazla %10-15 düzeyindedir. Ancak SGK'nın hizmet alımlarındaki standartları yüksek değildir, ruhsatlı bir sağlık kuruluşu olmak sözleşme yapmak için yeterlidir. Bu nedenle SGK'ya hizmet vermek sektör firmalarının kendilerini geliştirmeleri, rekabet güçlerini artırmaları açısından itici değildir. Bunun yanında son yıllarda Samsun'da hızla artan özel sağlık kuruluşlarının hastaların hizmet kalitesi beklentilerini artırmış olması, tanıtım ve PR yoluyla Samsun'a getirdikleri teknolojik yenilikleri hastalara anlatabilen kuruluşların sektörün teknolojik altyapısını yükseltmeleri ve

Bu rapor innoCentric tarafından Samsun İl Özel İdaresi için "Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi" Projesi kapsamında hazırlanmıştır. ©2010-2011

işletmeler içi rekabetten kaynaklanan bir iyileşme yaşanmaktadır. Sektörün müşterileri Samsun ve çevre illerden gelmektedir. Yabancı hastalara hizmet verme ve sağlık turizmi konsepti bölgede telaffuz edilmeye başlanılmıştır, ancak yan hizmetlerin geliştirilmesi, sağlık personelinin hizmet kalitesinin geliştirilmesi konusunda eğitilmesi, bölgeye hasta gelişini sağlayacak yurtiçi ve yurtdışı direkt uçuşlar konulması ve bu hastaların ve refakatçilerinin ağırlanacağı otellerin artması gibi yatırımlar yapılmalıdır.

Ana metal sanayinin talep koşulları incelendiğinde iç piyasanın önemli alıcısının devlet olduğu ortaya çıkmaktadır. Sektör firmaları oldukça geniş yelpazede bir alıcı kitlesine ürün sunmaktadır; demir tüccarlarından otomotiv sektörüne, soğutma-ısıtma sektöründen makine imalat sektörüne oldukça geniş bir müşteri portföyüne sahiptirler. Sektörde satın alma ön şartları yüksek değildir; CE, TSE belgesi yeterlidir. Almanya, İtalya ve Fransa ihracat



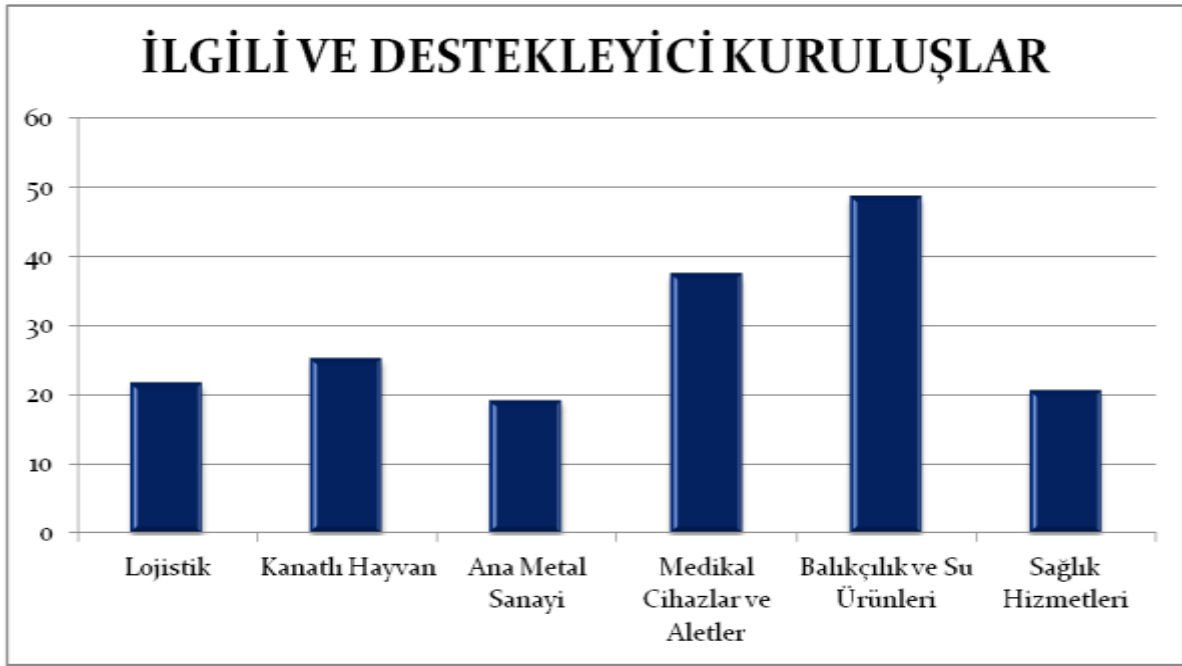
yapılan ülkelerin başında gelmektedir. Yabancı müşterilerin satınalma standartları yüksektir, sertifikasyon ve test sonuçları gibi gereklilikler vardır. İhracatla ilgili sıkıntılarının başında lojistik gelmektedir. Limana daha çok dökme yük gemilerinin

gelmesi, konteynır gemisi gelmemesi nedeniyle, ürünler diğer limanlar aracılığıyla gönderilmekte ve nakliye masrafları artmaktadır. Sektörün müşteri grubu büyük ölçekli firmalardır ve malzeme kalitesi ve teslim performansı konusunda sektör firmalarını geliştirmeye zorlamaktadırlar. Satış sonrası hizmet ve güvenilirlik gibi konularda da kendilerini geliştirmelerini yine müşteri kitlesinin yüksek beklentilerine borçlulardır.

İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar

İlgili ve destekleyici kuruluşlar başlığı altında Elmas Modeli'nde sektörde markalaşma inovasyon (ürün, hizmet, iş modeli yenileme gibi) ve uluslararasılaşma konularında destek sağlayan kurum ve kuruluşlar, meslek birlikleri, kamu kurumları, finans sağlayıcılar ve bu aktörlerin performansları, rekabet yeteneğini geliştirme konusunda işletmelere sağladığı destekler incelenmiştir. Bu kuruluşlar ve faaliyetlerinin sektörde rekabet gücünü artırmaya etkileri konusunda ağırlıklar sektör uzmanlarınca belirlenmiştir.

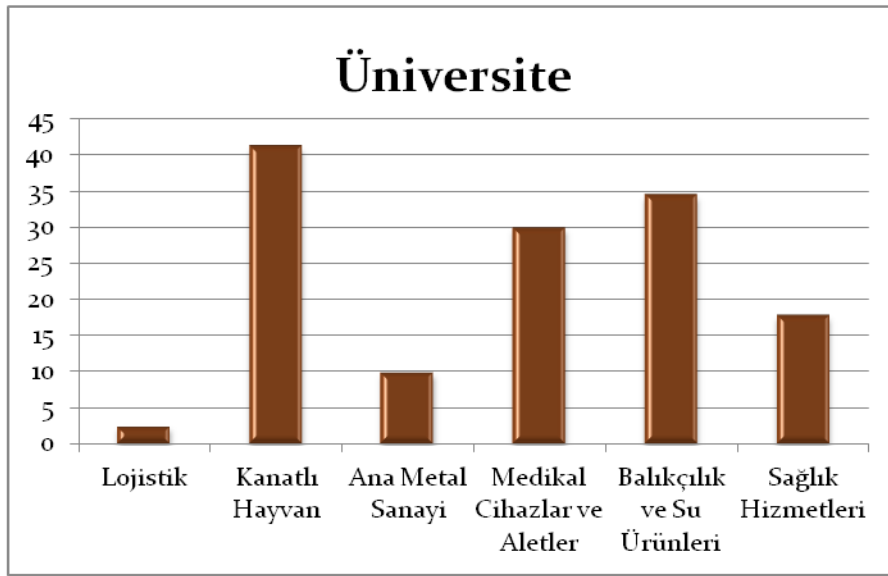
Bu kuruluşlar arasında üniversiteler, sanayi ve ticaret odası, meslek kuruluşları, sivil toplum kuruluşları, finans sağlayıcılar ve diğer unsurlar hakkında değerlendirmeler alınmıştır. Üniversitelerin rekabet gücündeki ağırlığı lojistik sektöründe %0, kanatlı hayvanlar sektöründe %20, ana metal sanayinde %15, medikal cihazlar ve aletler sektöründe %25, balıkçılık ve su ürünlerinde %35 ve sağlık hizmetlerinde %40'tır. Sivil toplum kuruluşları, OSB ve sanayi ve ticaret odalarının ağırlıkları lojistik sektöründe %50, kanatlı hayvanlar sektöründe %30, ana metal sanayinde %15, medikal cihazlar ve aletler sektöründe %30, balıkçılık ve su ürünlerinde %15 ve sağlık hizmetlerinde %10'dur. Kamu kurumlarının ağırlığı lojistik sektöründe %30, kanatlı hayvanlar sektöründe %20, ana metal sanayinde %40,



medikal cihazlar ve aletler sektöründe %30, balıkçılık ve su ürünlerinde %30 ve sağlık hizmetlerinde %40'tır. Finans sağlayıcılarının rolü ise lojistik sektöründe %20, kanatlı

hayvanlar sektöründe %30, ana metal sanayinde %30, medikal cihazlar ve aletler sektöründe %15, balıkçılık ve su ürünlerinde %20 ve sağlık hizmetlerinde %10'dur.

İlgili ve destekleyici kuruluşlar konusunda en yüksek performans balıkçılık ve su ürünleri sektöründe sergilenmektedir. Üniversite iletişimi ve işbirliği konusunda diğer sektörlerle göre oldukça yol katedilmiş olan bu sektörde özellikle Sinop Üniversitesi, Ondokuzmayıs Üniversitesi ve Karadeniz Teknik Üniversitesi'nin balıkçılık ve su ürünleri bölümleri aktiftir. Sektör firmalarının sağladığı imkanlar üniversitelerin araştırma faaliyetlerinde kullanılmaktadır. Ancak bu iletişimler profesyonelce değildir, koordinasyon sorunları gözlemlenmektedir. Sanayi ve ticaret odasının sektöre yönelik faaliyeti yoktur, ancak sivil toplum kuruluşları açısından sektör oldukça avantajlıdır. Kooperatif ve birlikler şeklinde



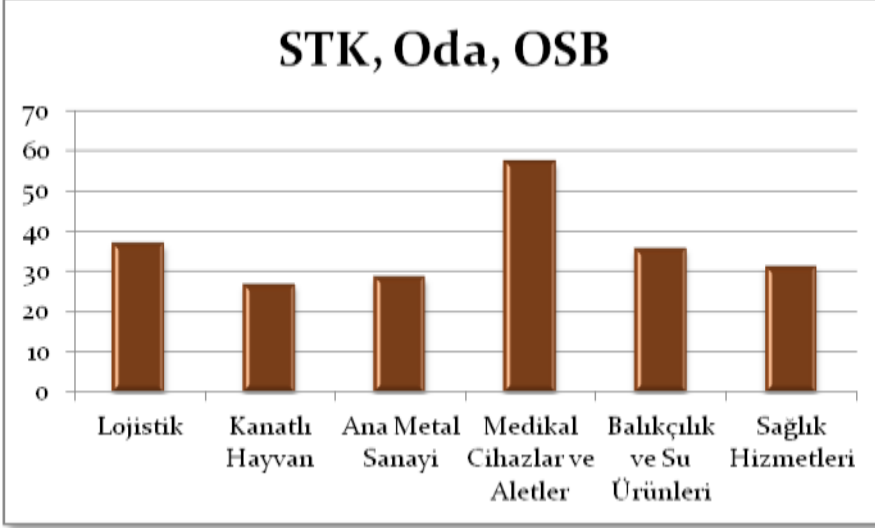
örgütlenilmiştir ve bu örgütler sektörde söz sahibi haline gelmiştir. Sektöre kamu tarafından sağlanan veri ve destekler de oldukça iyi düzeydedir; örneğin KOSGEB fonları sektör firmalarının çoğunda bilinmektedir, TÜİK verileri oldukça

detaylıdır ve rekabetçi bilgi sağlamaktadır. Ayrıca sektörde kamu tarafından sıkı denetim uygulanması standartların yükseltilmesini zorunlu hale getirerek rekabet gücü açısından itici olmuştur.

Ana metal sanayinde üniversite – sanayi işbirliği örneğine rastlanılmamıştır. Sektöre yönelik çalışma yapan akademisyen yada danışman bilinmemektedir. Sivil toplum kuruluşları açısından da sektör dezavantajlı durumdadır. Ulusal dernekler bulunmakta ancak rekabet yeteneklerini geliştirmeye yarayan veri-bilgi paylaşımı söz konusu değildir. Markalaşma gibi konularda sanayi-ticaret odasının bazı faaliyetleri sektörde bilinmektedir. KOSGEB'in de markalaşmaya yönelik destekleri kullanılmaktadır, ancak bu sektörde çoğu işletme KOBİ tanımına uymadığından bu desteklerden yararlananlar oldukça kısıtlıdır. Sektör firmaları ar-ge ve inovasyona yönelik desteklerden de (TÜBİTAK, SANTEZ, TEYDEB, Çerçeve Projeleri gibi) haberdar değildirler, kullanmamaktadırlar.

Bu rapor innoCentric tarafından Samsun İl Özel İdaresi için "Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi" Projesi kapsamında hazırlanmıştır. ©2010-2011

Sağlık hizmetlerinin diğer rekabet unsurları arasında en düşük kaldığı unsur ilgili ve destekleyici kuruluşlardır. Üniversite ve sektör arasında işbirliği kişisel ilişkiler ve bazı özel durumlarda konsültasyon isteme şeklindedir. Oldukça az oranda işletme üniversiteyi yeni gelişmeler ve teknolojiler konusunda bilgiye ulaşmak için kullanmaktadır. Sektör uzmanlarına göre üniversite hastanesi hizmet kalitesi olarak özel kuruluşların gerisinde



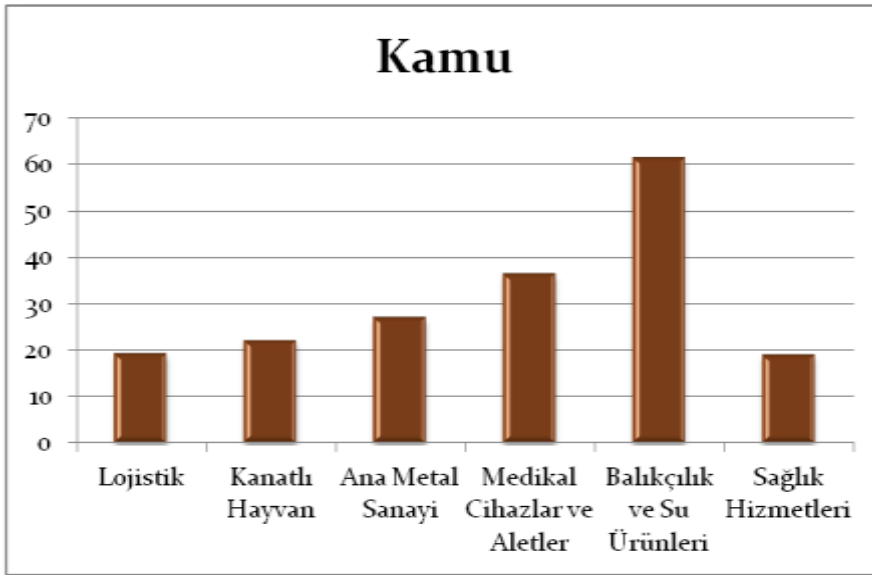
olduğundan yönlendirici özelliği çok önemli değildir. Sektörde sivil toplum kuruluşları oldukça yeni gelişmektedir; örneğin Sağlık Kenti Samsun Derneği her kuruluş tarafından telaffuz edilen bir girişimdir. Ancak bu

Dernek henüz faal değildir. Sanayi ve ticaret odasının sektör meclisi de firmalara rekabetçi bilgi sağlamaktan uzaktır. Bunun dışında Tabipler Birliği gibi örgütler ve sektör kuruluşları arasındaki iletişim son yıllarda gelişmektedir. Sektörde tüm kuruluşların üye olduğu ulusal dernekler daha aktiftir. SGK ve Sağlık Bakanlığı nezdinde sektörü temsil etmekte, mevzuat ve diğer gelişmeleri anlık paylaşmaktadır. Sektöre kamu tarafından sağlanan destekler ise yapısal olarak farklıdır; sektörün tüm planlama ve yatırım faaliyetleri kamu tarafından yönlendirilmektedir, sektör firmalarının inisiyatif kullanma oranları düşüktür. Bu durum Samsun'da sektör hizmet ve kalite standartlarının yükselmesini sağlamış olsa da yavaşlık ve bürokrasi tüm kuruluşları etkiler hale gelmiştir. Sektöre kamu tarafından sunulan bir destek de sağlık sektöründe ilk kez Samsunlu bir firma tarafından kullanılan DTM destekleridir. Bu desteklerle sosyal güvenlik vergi avantajları elde edilebilmektedir.

Lojistik sektörüne rekabetçi bilgi sağlayan, sektörü yenilenmeye iten kuruluşlar incelendiğinde ortak bir isme rastlanılmamaktadır. Üniversite işbirliği ise en az düzeydedir. Sektöre eleman yetiştiren bölümlerle bile iletişim yoktur. Samsun'da lojistik konusunda sivil toplum örgütlenmesi zayıftır ve sektöre veri-bilgi sağlamak konusunda sanayi ve ticaret odası da yetersizdir. Bu kuruluşların faaliyetleri teşvik edici bulunsa da sundukları verinin içeriği rekabetçi kararlar alma, ürün/hizmet geliştirme konusunda yetersizdir. Sektörde kara taşımacılığında ulusal bir dernek olan UND'nin faaliyetleri, sorun çözücülüğü ve sektörü

temsil etme görevi tüm kuruluşlarca tanınmaktadır. Üstelik bu Dernek, Türkiye’de sektörün en nitelikli bilgi sağlayıcılarından, ancak rekabetçi bilgi sektör firmalarınca değerlendirilmemekte, daha çok mevzuat bilgisi ve sahada sorun çözücülüğü özelliğiyle tanınmaktadır. Kamunun sektörün gelişmesine, markalaşmasına yönelik destekleri ise sahada en sıklıkla dile getirilen konudur. Sektörde son yıllarda kamu destekleri, sorun çözücülük ve sektörü hareketlendirme konusunda hareketlenme olduğu ve bunun ilk aşaması olarak da limanın özelleştirilmesi belirtilmektedir. Sektöre özel finans kaynağı konusunda da diğer sektörlerle göre avantajlıdır; bazı özel bankalar lojistik destek paketleri sunmakta ve sahada aktif faaliyet göstermektedirler.

Kanatlı hayvanlar sektörü de balıkçılıkta olduğu gibi sistemli olmasa da üniversite işbirliğinin gözlemlendiği bir alandır. Veterinerlik ve Ziraat fakültelerine sektör firmalarının imkanları kullanılmakta, saha çalışmaları ve uygulamalı dersler için fırsat verilmektedir.



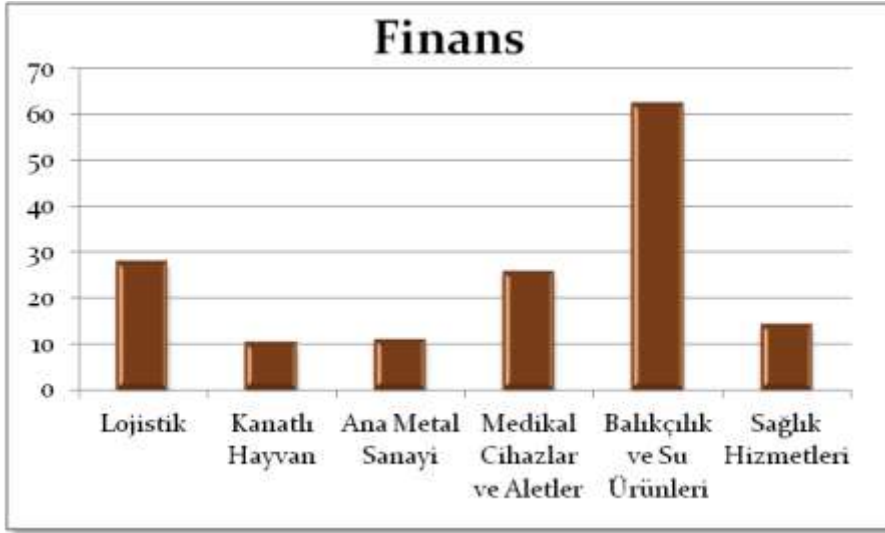
Sektörde akademisyenlerin yanı sıra danışmanla çalışma kültürü de yüksektir, kesimhane, kuluçkahane ve organik ürün konusunda danışmanlık alınması yaygındır. Sektör sivil toplum kuruluşları açısından da avantajlıdır, sektör sorunları, teknolojik gelişim ve üyeler arası iletişimin

geliştirilmesi amacıyla kurulmuş birlikler sektör firmalarına rekabetçi veriler de sağlamaktadır. Sanayi ve ticaret odası da dış pazarlara ilişkin veri sunmaktadır. Kamu tarafından sunulan destekler arasında sektörde en bilinen destek KOSGEB destekleridir. Kamuyla diğer iletişimler ise Sağlık Bakanlığı, Çevre Bakanlığı, Tarım İl Müdürlükleri, İl Sağlık Müdürlükleri ve Kalite Sertifikası Kuruluşları tarafından denetleme faaliyetleridir. Sektöre finans sağlayan kuruluşlar arasında Ziraat Bankasının yanı sıra Kalkınma Ajansı ve TÜBİTAK da vardır, ancak bu destekleri kullanma oranı çok düşüktür.

Medikal cihazlar ve aletler ise üniversite işbirliği açısından zayıf bir sektördür, firmalar ar-ge amaçlı üniversite işbirliklerine açık değildir. Sivil toplum kuruluşları açısından da ulusal dernek ve birliklere üyelik yaygındır. Bu derneklerin faaliyetleri yetersizdir. Ancak sektörü destekleyen meslek kuruluşları oldukça aktiftir. Örneğin Makine Mühendisleri Odası tarafından çeşitli etkinlikler, bilgi paylaşımı ortamları geliştirilmekte, sektörün tanıtımı yapılmaktadır. Sektöre TOBB ve İGEME de orta ve uzun vadeli planlarda kullanmaya yönelik

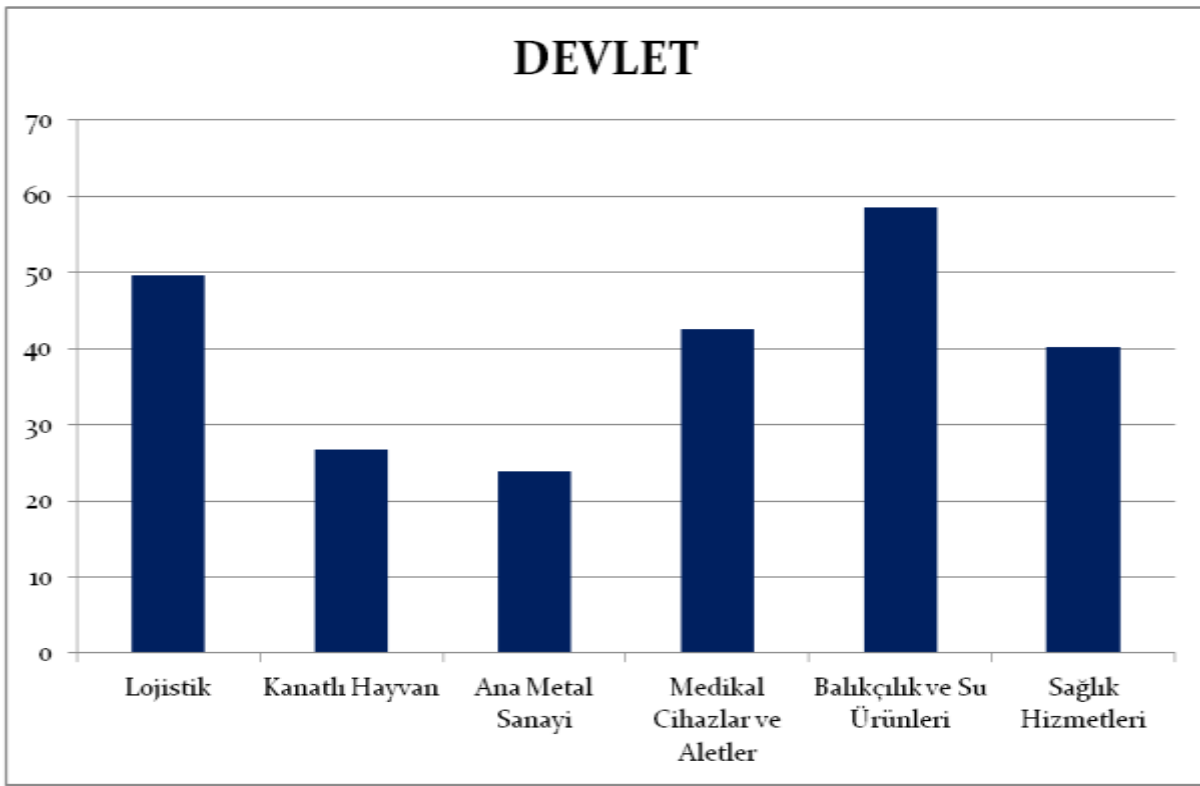
veriler sunmaktadırlar.

Finans açısından ise sektöre özel bir destek bulunmamaktadır, ancak bankalar sektör firmalarına olumlu yaklaşmaktadır.



Devlet

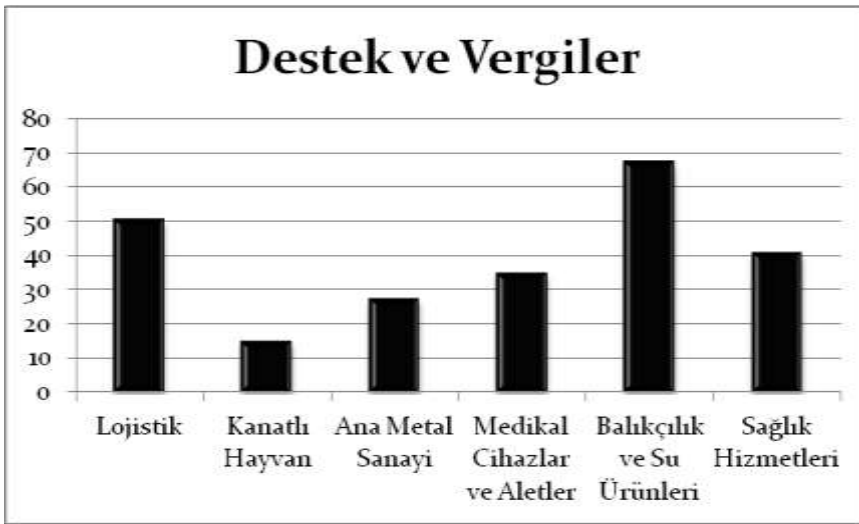
Elmas Modeli'nde devlet başlığı altında sektöre sağlanan kurumsal altyapı, destekler, rekabet gücünü etkileyen vergileme sistemleri ve dezavantajlı uygulamalar, bürokrasi, kayıtdışılık oranı, kamu kurumlarınca sektörde rekabetin düzenlenmesine yönelik uygulamalar ve işe yararlık seviyesi, AB adaylığının sektöre etkisi gibi oldukça geniş bir alandan konular irdelenmiştir. Sağlık sektörüne özel olarak, diğer sektörlerde olmayan bir rekabet unsuru olarak "Sağlıkta Dönüşüm Projesi" de ayrıca incelenmiştir. Değerlendirilen başlıkların ağırlıkları (rekabet çarpanları) sektör uzmanlarınca belirlenmiştir.



Devl

et koşulları arasında *destekler, vergi koşullarının* ağırlığı lojistik sektöründe %70, kanatlı hayvanlar sektöründe %50, ana metal sanayinde %60, medikal cihazlar ve aletler sektöründe %25, balıkçılık ve su ürünlerinde %50 ve sağlık hizmetlerinde %10'dur. *Yasal uygulamalar, bürokrasi* seviyesi gibi unsurların ağırlığı lojistik sektöründe %30, kanatlı hayvanlar sektöründe %50, ana metal sanayinde %40, medikal cihazlar ve aletler sektöründe %75, balıkçılık ve su ürünlerinde %50 ve sağlık hizmetlerinde %10'dur. Sağlık hizmetleri sektöründe diğer sektörleri etkilemeyen "Sağlıkta Dönüşüm Projesi"nin ağırlığı ise %80 olarak değerlendirilmiştir.

Medikal cihazlar ve aletler sektörü ve vergi koşulları incelendiğinde hammaddeyi %18 vergiyle alıp ürünün %8 KDV ile satılmasından kaynaklanan bir vergi yükü ortaya çıktığı görülmektedir. Sektöre özel teşvik de söz konusu değildir, tam tersine KİK uygulamaları sektörde sorun yaratmaktadır. Kalkınma Ajansı ve sağladığı destekler sektörde olumlu karşılanmıştır. Devlet başlığı altında bir diğer olumlu yaklaşım ise yerli üreticilerin korunmasına yönelik 2008 tarihli Başbakanlık Genelgesidir, ancak uygulamada yetersiz kalmaktadır. Sektör ürünlerini Avrupa Birliği üye ülkelerine halihazırda gönderdiğinden AB üyelik sürecinin sektör standartlarının değişmesi, köklü değişiklikler getirmesi beklenmemektedir. Devlet konusunda önemli bir sorun da denetim yetersizliği nedeniyle karşılaşılan rekabet problemleridir; yabancı menşeli ürünler Samsun'da atölye açılmış gösterilerek yerli malı gibi pazarlanmakta ve haksız rekabete yol açmaktadır.



Lojistik sektörü ise diğer sektörler gibi vergiler (KDV ve ÖTV), SSK primleri ve özellikle akaryakıt/enerji fiyatları konusunda sorunludur. Bunun yanında kara ulaştırması için ön şart olan belgeler oldukça yüksek fiyatlıdır ve 5 yılda bir yenilenmesi gereklidir.

Sektör firmaları vergi ödemeyenlere sağlanan affi eleştirmekte, düzenli vergi ödeyenlere avantaj sağlanmadığını dile getirmektedirler. Kamu kurumlarıyla rutin işlerinde sıklıkla görüşen işletmeler bürokrasi ve uygulama birliği bulunmamasından etkilenmektedirler. Sektörde denetim yetersizliği özellikle kara ulaştırmasının önemli sorunudur. Ayrıca yüksek kayıt dışılık vardır ve firmalar düşük kar marjlarıyla çalıştıklarından bu durumdan etkilenmektedirler.

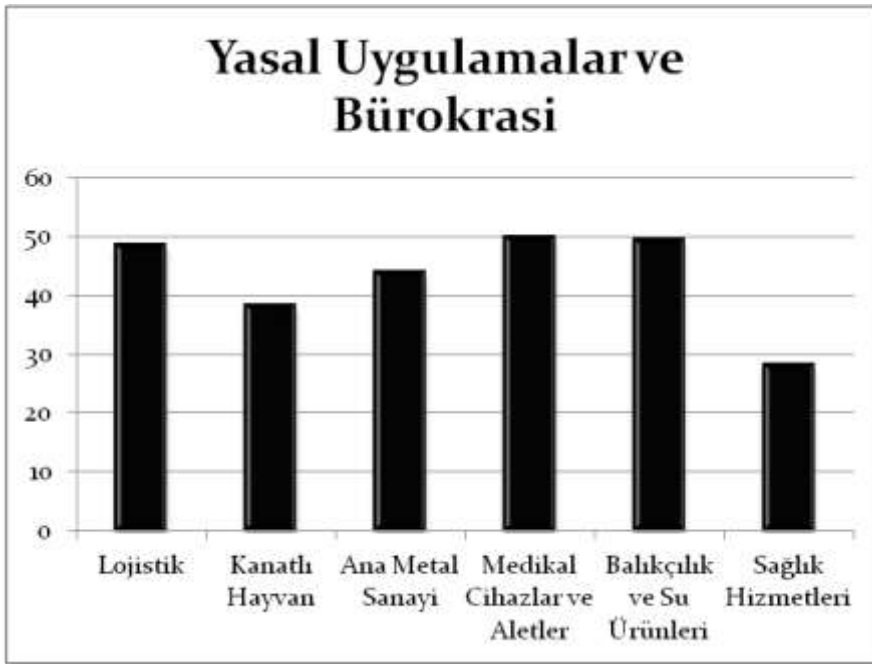
Ana metal sanayinde devlet tarafından sunulan imkanlar incelendiğinde İGEME tarafından yurtdışı pazarlara açılmaya yönelik desteklerin kullanıldığı görülmektedir. Vergiler, diğer sektörlerde uygulanan oranlarla aynıdır. Kuruluşlar sosyal güvenlik ödemelerinde %5 prim indirimi imkanından yararlanmaktadırlar. Özellikle ihale süreçlerinde kamu kurumlarındaki bürokrasi şikayet konusudur. Bunun yanında Samsunlu firmaların ürünlerinin Çinli

Bu rapor innoCentric tarafından Samsun İl Özel İdaresi için "Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi" Projesi kapsamında hazırlanmıştır. ©2010-2011

firmalarca taklit edilip Irak pazarına satılması gibi problemleri nedeniyle imajları tehdit altında olan işletmeler önlemler alınması beklentisindedirler. Sektörün AB adaylık süreci ve üyelik konusunda da önyargıları bulunmaktadır, üyeliğin sektörde ihracatı baltalayacağı, istihdam ve çalışma koşullarıyla ilgili önemli değişiklikler gerektireceği beklenmektedir.

Kanatlı hayvanlar sektörü de standart vergilere tabidir. Ancak çevre illere uygulanan sosyal güvenlik primi indirimlerinin Samsun'da da uygulanması konusunda beklentileri bulunmaktadır. Aynı zamanda kanatlı hayvan sektörüne verilen desteğin kapsamının genişletilmesi beklentisindedirler. Bunun dışında devletle kesiştikleri noktalar incelediğinde sıklıkla denetim geçirmeleri ve izinler için yasal prosedürlerin uzunluğu ve bürokrasi nedeniyle sorunlar yaşayan sektör firmaları bu nedenle 5-6 ay süren prosedürlerin markalaşma için dezavantaj olduğunu belirtmektedirler. AB üyeliğinin ise sektör standartlarını değiştireceğini, aşırı kontrol ve bürokrasi getireceğine inanılmaktadır.

Sağlık hizmetleri sektöründe uygulanan vergiler hizmet sektöründeki vergilerle aynıdır,



sektöre özel bir vergilendirme, avantaj ya da dezavantaj söz konusu değildir. Ancak hizmet işletmelerinin vergilerini peşin ödemeleri ve sektörün ana müşterisi SGK'nın ödemeleri 90 gün sonra gerçekleştirilmesi eleştiri konusudur. Sektörde kamu tarafından "tanınma, kabul görme" ihtiyacı dile

getirilmektedir. Devlet tarafından sunulan teşvikler bilinmemektedir; bu konuda bir istisna hariç hiçbir firma haberdar değildir. Bürokrasi sektörü etkilemekte ancak büyük sorun yaratmamaktadır. Sektörün diğer rekabet unsurları incelenirken devletle sektör arasındaki müşteri-patron ilişkisi vurgulanmıştır; sektörde "Sağlıkta Dönüşüm Projesi"nin önemi büyüktür, bu proje sayesinde özel sağlık kuruluşları sayısı Samsun'da artmıştır, sektörün büyüme ateşini sağlayan bu projedir.

Balıkçılık ve su ürünleri, diğer sektörlerle karşılaştırıldığında en yoğun desteğin sunulduğu sektördür. Devlet destekleri, düşük faizli krediler, daha ucuz yatırım ve işletme kredisine ulaşma imkanı, avcılıkta kullanılan mazotun ÖTVden muaf oluşu gibi unsurlar nedeniyle bu sektör rekabet gücü gelişmesi açısından devlet tarafından direkt teşvik görmektedir.

Genel Değerlendirme

Yukarıdaki rekabet değerlendirmeleri ışığında balıkçılık ve su ürünleri, medikal cihazlar ve aletler ve sağlık hizmetleri sektörünün kümelenme için uygun olduğu görülmektedir. Bu sektörler, hem işbirliğine açık işletmeleri, hem rekabet yetenekleri, hem de halihazırda kümelenme için kullanabilecek yığılma göstermeleri nedeniyle ilk etapta değerlendirilmesi gereken sektörlerdir.

Ancak bu sektörlerde kümelenme çalışmaları başlatılırken hangi seviyede çalışmalar gerçekleştirilmesi gerektiği bu çalışmada sektörler ayrılmış bölümler incelenerek planlanmalıdır.

Sağlık hizmetleri sektörünün rekabet analizi değerlendirmesi *ortalama*dır. Sektörün en zayıf olduğu yönler ise dış talep, kamu kurumlarınca markalaşma, uluslararasılaşma ve yenilenme konusunda sağlanan destekler ve yasal uygulamalar ve bürokrasidir. Sağlık hizmetleri sektörü sadece sağlık işletmelerinden oluşmamaktadır, yan hizmetler, kaliteli konaklama ve ağırlama, hasta yakınlarının uygun fiyat ve kaliteli şekilde ağırlanabilmesi gibi destek unsurlar sektörün gelişme sürecinde kritik önem taşır. Samsun'un bulunduğu konumun geliştirilerek yukarıda sayılan markalaşmış sağlık destinasyonları arasına girebilmesi için yabancı dil bilen hizmet personeli (sağlık ve yan hizmetler), sağlık hizmeti sunucularının kendilerini uluslararası kuruluşlara akredite ettirmeleri, güvenli ve alternatifler sunan ulaşım olanaklarının sağlanması, sağlık hizmeti için Türkiye'de iş geliştiren ağlara üyelik ve tanıtım, paket hizmetler geliştirilmesi, sağlık hizmetlerinde tüm alanlarda tanıtım yapmak yerine spesifik alanlara (örneğin termal turizm, tüp bebek uygulamaları, estetik vb) uzmanlaşma yoluyla markalaşmanın sağlanması gibi profesyonel adımlar atılması gereklidir. Öncelikle de *bölgedeki sağlık hizmeti aktörleri arasında vizyon birliği, işbirliği ve güçlü bir orkestrasyon sağlanmalıdır.*

Medikal cihazlar ve aletler sektörünün rekabet değerlendirmesi *ortalama*dır. Bu sektörün rekabet kriterlerinin en zayıf halkaları ise üniversite işbirliği, ar-ge ve inovasyona finans desteği ve vergi sisteminden kaynaklanan sorunlardır. Medikal cihazlar ve aletler sektöründeki firmalarda özellikle ihracata yönelik çalışmadan kaynaklanan büyüme odaklı bir strateji birliği söz konusudur. Sağlık sektöründe yapısal değişimle hızla gelişen sağlık

hizmetleri sektörü nedeniyle iç pazarda da güçlenen sektörün tanınma/algılanma oranı yüksektir. Ancak Samsun firmalarının markalaşma adına büyük yatırımlar yapmaları gerekmektedir. Bu konuda devlet destekleri ve diğer finans kaynakları da hazır olduğundan, firmaların yönetim kademesinin güçlendirilmesi gereklidir. Aynı zamanda sektör firmalarını bir araya getirecek organizasyonların da “küme” çatısı altında gerçekleştirilmesi, ortak çalışma kültürünün geliştirilmesi açısından yararlı olacaktır. Sektörün sivil toplum kuruluşları açısından desteklenmesi gereklidir. Bu kuruluşlar aracılığıyla bilgi akışının artırılması, firmalara ulaşan bilginin rekabetçiliğin geliştirilmesi açısından değerlendirebilecek nitelikli işgücünün istihdamının artırılması önemlidir. Bu nedenle *sektöre özel pazarlama ve tanıtım elemanları yetiştiren kurslar, üniversite – sektör arası yakınlaşmayı sağlayacak platformlar ve başarı hikayeleri yaratılması yoluyla küme geliştirme süreci desteklenmelidir.*

Balıkçılık ve su ürünleri sektörünün rekabet seviyesi *ortalama*dır. İncelenen sektörler arasında en yüksek puana sahiptir. Sektörün rekabet analizinin en zayıf noktaları ise inovasyon ve ar-ge kapasitesi, işbirliği kültürü, üniversite işbirliği ve sivil toplum kuruluşları, bu kurumlardan sektöre rekabetçi bilgi ulaşmasıdır. Balıkçılık ve su ürünleri sektörü uluslararası kuruluşlarca hazırlanan çalışmalarda son yılların en hızla gelişen sektörleri arasında gösterilmektedir. Sektörün rekabet koşulları incelendiğinde devlet desteklerinin, vergi avantajlarının sunulduğu ve teşvikin en yüksek olduğu sektörlerden biri olduğu görülmektedir. Ülkemizdeki bu gelişme ivmesinin Samsun’da sürdürülebilmesi ve *işletmelerin yarattığı katma değer artırılabilmesi için özellikle kurumsallaşma başta olmak üzere, yenilikçi hizmet geliştirme, sektörü yorumlama ve hızlı tepki verme yeteneklerinin geliştirilmesi gibi unsurlarda desteklenmelidir.*

Lojistik sektörünün rekabetçilik seviyesi *zayıf*tır. Sektörün rekabet analizinin en problemleri başlıkları yenilik (inovasyon) kültürünün gelişmemiş olması, işbirliği kültürünün bulunmaması, sektöre ilk giriş maliyetlerinin yüksekliği, gelişmenin (teknolojik ve altyapı) yüksek yatırım gerektirmesi, üniversite ve kamu kuruluşlarından sektöre rekabetçi bilgi akışı olmayışıdır. Raporun önceki bölümlerinde bahsedildiği üzere diğer sektörler kümelenme için çalışmalar gerçekleştirildiğinde ise yine rekabet analizleri dikkate alınarak altyapı konularına öncelik verilmelidir. Örneğin lojistik sektörü, diğer sektörlerin rekabet gücünün gelişmesi için kritik unsurdur. Samsun’da faaliyet göstermenin avantajı olarak belirtilen **lojistik unsurlar ve liman konusunda yapılacak düzenlemeler sadece taşımacılık sektörünü**

Bu rapor innoCentric tarafından Samsun İl Özel İdaresi için “Samsun Ekonomisine Yön Veren Sektörlerin Rekabet Analizi” Projesi kapsamında hazırlanmıştır. ©2010-2011

değil tüm üretim ve hizmet sektörlerini etkileyecek çarpan etkisine sahiptir. Bunun yanında Dünya’da ve Türkiye’de lojistik üsleri dönüşüm içindedir ve üretim odakları değiştikçe yeni lojistik merkezlerinin yükselmesi söz konusudur. Samsun’da en gelişmiş sektörler arasında lojistik gelmektedir ve bu trendin sürdürülebilmesi için *altyapı yatırımlarının güçlenmesi, son yıllarda sektörde olumlu bir bakış açısı geliştiren desteklerin geliştirilerek (işbirliği ve ortak rekabet kültürünü destekleyerek) devam etmesi gereklidir.*

Ana metal sektörünün rekabet seviyesi *zayıftır*. Sektörün en zayıf rekabet unsurları ise maliyetlerin (ekipman, teknoloji, ilk yatırım maliyetleri gibi) yüksekliği, araştırma-geliştirme kurumları veya üniversitelerle ilişkiler, sektöre özel finans kaynağı bulunmayışı ve yenilik (inovasyon) faaliyetlerinin finansmanında yetersizlik ve sektöre özel devlet desteği bulunmayışıdır. Ana metal sanayi de ihracat potansiyelinin yüksekliği ve istihdam ve katma değer yaratımı olarak Samsun için kritik önem taşır; ancak *sektör firmalarının ortak müşteri/ürün yada ortak satın alma odağı gibi birliktelikleri yoktur*. Aynı zamanda sektörün bölgeye has özelliği yoktur, yani girişim sermayesinin sağlandığı takdirde bu tür işletmeler her bölgede kurulabilir.

Kanatlı hayvanlar sektörünün rekabet seviyesi *zayıftır*. Sektörün kritik rekabet unsurları olan dış talep, yeniliğe yönelik kamu desteği ve finans kaynakları konusunda düşük performans sergilenmektedir. Kanatlı hayvanlar sektörü de Türkiye’deki güçlü rakiplerinin yoğunlaştığı Balıkesir gibi bölgelerle rekabet edebilmek için çevre illere sağlanan destekler gibi teşviklerle ve ihracat teşvikleriyle desteklenmelidir. Çin faktörünün önümüzdeki yıllarda daha güçleneceği gerçeği değerlendirilerek işletmeler kalite artırırken maliyetleri de yönetebilmelidirler.

Kanaat Önderleri Toplantısı Sonuçları

Kanaat önderleri toplantısının amacı yürütülen projenin sonuçlarını Samsun'un kanaat önderleriyle paylaşarak görüş ve önerilerini almaktır. Bu kapsamda 30 Aralık 2010 tarihinde Samsun Valisi Sayın Hüseyin AKSOY başkanlığında gerçekleştirilen toplantıya aşağıdaki kanaat önderleri katılmıştır:

1. Yusuf Ziya YILMAZ (*Samsun Büyükşehir Belediyesi Başkanı*)
2. Prof. Dr. Hüseyin AKAN (*Ondokuzmayıs Üniversitesi Rektörü*)
3. Aslan KARANFİL (*Samsun İl Özel İdaresi Genel Sekreteri*)
4. Mevlüt ÖZEN (*Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı Genel Sekreteri*)
5. Yusuf KEFELİ (*Çarşamba TSO Yönetim Kurulu Başkanı*)
6. Ahmet ARSLAN (*Sanayi ve Ticaret İl Müdürlüğü İl Müdürü*)
7. Harun ÇİÇEK (*Türkiye İstatistik Kurumu Samsun Bölge Müdürlüğü Müdürü*)
8. Rıfat ÇOŞKUN (*Samsun Tarım İl Müdürlüğü İl Müdürü*)
9. Dr. Mustafa KASAPOĞLU (*Samsun Sağlık İl Müdürlüğü İl Müdürü*)
10. Davut ASLANPAY (*Ulaştırma Bölge Müdürü*)
11. Hami DANIŞ (*KOSGEB Samsun Müdürü*)
12. Hakan TÜTÜNCÜOĞLU (*Merkez OSB Müdürü*)
13. Kadir GÜRKAN (*Samsun Makina Mühendisleri Odası Şube Müdürü*)
14. Sinan ÇAKIR (*Samsun Ticaret Borsası Başkanı*)
15. Metin GENÇÇAKIR (*Samsun ESOB Yönetim Kurulu Başkanı*)

Toplantıda öncelikle Proje Koordinatörü Ahmet ÜSTÜNEL tarafından projenin hedefleri hakkında bilgi verilmiştir. Daha sonra Samsun Rekabetçilik Analizi Raporunu hazırlayan Arife YILMAZ tarafından kullanılan analiz yöntemi ve rekabet analizinin sonuçları hakkında

bilgi sunulmasının ardından kanaat önderleri tarafından aşağıdaki görüş ve öneriler dile getirilmiştir.

Samsun'un İl Gelişim Stratejisi'nde belirlenen gelişme dinamiklerinin, uluslar arası ticaret ve hizmetler, tarıma dayalı sanayi, uzman işgücüne dayalı sanayi olduğu belirtilerek, rekabetçilik analizi sonuçları ile uyumlu olduğuna dikkat çekilmiştir.

Samsun'da dikkatle incelenmesi gereken diğer sektörler de tarım ve tarıma dayalı sanayi ve turizm (özellikle sağlık turizmi) olarak belirtilmiştir.

Kümelenmenin yığınlaşmadan farkının sistemli bir işbirliği ortamı yaratması olduğu katılımcılar tarafından vurgulanmıştır. Ayrıca önerilen sektörlerde zaman kaybetmeksizin kümelenme çalışmalarının başlatılması gerektiği vurgulanmıştır.

Kümelenme için önerilen sektörler dışındaki sektörlerin de Samsun için önemli olduğu belirtilerek, incelenmeyen veya zayıf görülen sektörler için de gelişme önerilerinin hazırlanması önerilmiştir.

Samsun Valisi Sayın Hüseyin Aksoy tarafından her sektörde kümelenme çalışması yürütmenin mümkün olmadığı belirtilerek, uzman görüşlerinin önemli olduğuna ve raporun incelenerek özümzenmesi gerektiği belirtilmiştir.

KAYNAKÇA

Akdağ, R. (2007). *Nereden Nereye: Türkiye Sağlıkta Dönüşüm Programı*. Ankara: Sağlık Bakanlığı.

Akdağ, R. (2008). *Sağlık Bakanlığı'nın 2008 Mali Yılı Bütçesinin TBMM Plan ve Bütçe Komisyonuna Sunulması*. Ankara: Sağlık Bakanlığı.

Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi. (2005). *Kanathlı Hayvan Yetiştiriciliği*. Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi.

Babacan, M., & Eriş, E. D. (2004). Marketing Strategies of Logistics Firms in Turkey. *International Logistics Congress 2004, 2-3 Aralık 2004*. İzmir: Dokuz Eylül Publications Volume I.

Datamonitor. (2009, Mayıs).

Deloitte. (2010). *Türkiye Sağlık Sektörü Raporu*. TC Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı.

Devlet Planlama Teşkilatı. (2006). *İllerde Sanayi*. Devlet Planlama Teşkilatı.

Dış Ticaret Müsteşarlığı. (2009). *Medikal Sektör Raporu*.

DPT. (2007). *Dokuzuncu Kalkınma Planı - Özel İhtisas Komisyonu Raporu*. Ankara: TC. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı.

Dr. Metin Çancı, O. Ü. (2009, 11 22). Türkiye'nin geo-lojistik önemi. (N. D. Mustafa Alkan, Röportajı Yapan)

Dünya Bankası. (2010). *Logistics Performance Index*. 11 14, 2010 tarihinde The World Bank: <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/TOPICS/EXTTRANSPORT/EXTTLF/0,,contentMDK:21514122~menuPK:3875957~pagePK:210058~piPK:210062~theSitePK:515434,00.html> adresinden alındı

Economist Intelligence Unit. (2009). *Healthcare Report*. 11 23, 2010 tarihinde http://www.eiu.com/index.asp?layout=displayPublication&publication_type_id=1557096955&publication_id=2007115200 adresinden alındı

Ege Akademik Bakış. (2007). *Kanathlı Eti ve Yumurta*. Halit ÇINAR.

Ekotrent. (2010, Haziran 21). *Lojistik Sektörü 2008 Değerlendirme Raporu*. 11 12, 2010 tarihinde Ekotrent Dergisi: <http://www.ekotrent.com/haber/20100621/Lojistik-sektoru-2008-degerlendirme-raporu.php> adresinden alındı

Elmas, E. (2008). Sağlıkın Güneşi Samsun'dan Doğacak. 1. *Uluslararası Sağlık Turizmi Kongresi* (s. 27). Antalya: Sağlık Turizmi Derneği.

Erdal, D. D. (Mart 2009). Dünyada Lojistik Sektöründe Gözlenen Gelişmeler Lojistik Üs Kavramı ve Türkiye Analizi. *Lojistik Merkezi Samsun - Samsun Lojistik Gelişme Raporu*. Samsun: Samsun Büyükşehir Belediyesi, SABEK A.Ş.

Erdal, D. D. (2005). *Küresel Lojistik Kavramı ve Lojistik Üsler*. İstanbul: Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik Hizmet Üretenleri Derneği.

Espicom Business Intelligence. (2008).

Espicom Business Intelligence. (2009).

EUCOMED. (2008). *Avrupa Medikal Cihaz Sanayi Raporu*.

FAO -Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü. (2008). *Sektör Raporu*.

Gökhan ÖZOK, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeleri Genel Müdürlüğü. (2008). Türkiye'de Termal Turizm Yatırımları. *Sağlık Turizmi Bülteni* , 16-20.

Güzeloğlu, V. H. (2008, 06 19). "Sağlık Kenti Samsun" projesi.

İ.Ü. Ulaştırma ve Lojistik Yüksekokulu. (tarih yok). Kasım 8, 2010 tarihinde Lojistik Nedir?: <http://www.logisticsclub.com/> adresinden alındı

İbrahim Aybar, R. M. (2010). Yeni Bir Vergi Sistemi Sektörün İtici Gücü Olabilir. (O. D. Derneği, Röportajı Yapan)

İGEME. (2008). *Medikal Cihazlar ve Aletler Raporu (ITC Calculations based on COMTRADE's statistics)*. İGEME.

İHA. (2008, 06 09). 'Sağlık Kentleri' projesi yolda. 11 24, 2010 tarihinde Habertürk: <http://www.haberturk.com/saglik/haber/79303-saglik-kentleri-projesi-yolda> adresinden alındı

innoCentric. (2008, 08 06). *İnovasyon Nedir ? Neden Gereklidir? Neler Yapılmalıdır?* 11 20, 2010 tarihinde innoCentric Kurumsal Blogu: <http://innocentric.blogspot.com/2008/08/inovasyon-nedir-neden-gereklidir-neler.html> adresinden alındı

innoCentric. (2008, 07 28). *Rekabet Yolculuğunda Yeni Pusulamız: Kümelenme.* 11 20, 2010 tarihinde innoCentric Kurumsal Blogu: <http://innocentric.blogspot.com/> adresinden alındı

İstanbul Sanayi Odası. (2006). *Gıda Sektör Raporu.* İstanbul Sanayi Odası.

KOBİ EFOR Dergisi. (2006, Aralık). *Sektör / Lojistikte sular durulmuyor.* 11 12, 2010 tarihinde KOBİ EFOR Aylık Sanayi-Ekonomi Dergisi: http://www.kobi-efor.com.tr/haber_detay.asp?id=1971 adresinden alındı

Konya Sanayi Odası. (2008). *Ana Metal Sanayi Sektör Raporu.* Konya Sanayi Odası.

Metalürji Dergisi. (2009). Dünya Döküm Üretimi Liderleri. *Metalürji Dergisi* .

Oda, S. (2008, Aralık). Türkiye'de Lojistik Sektörü ve Dış Ticaret Üzerine Etkileri. *Yüksek Lisans Tezi* . Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Orhan Özbek, D. M. (2009). Denizcilik Müstesarlığı Kabotaj ve Kıyı Tesisleri. *Lojistik Merkezi Samsun.* Samsun: Samsun Büyükşehir Belediyesi ve SABEK A.Ş.

Özsarı, Y. H. (2009, 04 23). *Sağlık Politikaları.* 11 23, 2010 tarihinde Sağlık Paneli: http://www.saglikpaneli.com/content.asp?content_id=183&connection_id=24&connection_table=1&content_type=1 adresinden alındı

Poultry International. (2010). Poultry Production to grow further in Turkey. *Poultry International* , 14-16.

Rebitzer, P. D. (2007). *The European Logistics Market.* 12 20, 2010 tarihinde Real Estate Publishers B.V.: http://www.europe-re.com/files/00034000/112-121_Edit_Logistics.pdf adresinden alındı

SABEK. A.Ş. *Samsun İl Gelişim Stratejisi Ana Plan ve Projeler.* Samsun: SABEK. A.Ş.

Sağlık Bakanlığı. (2010, Temmuz). İlaç ve Tıbbi Cihaz Ulusal Bilgi Bankası. adresinden alınmıştır

- Sağlık Bakanlığı. (2007). Vücuda Yerleştirilebilir Aktif Tıbbi Cihazlar Yönetmeliği.
- Sağlık Turizmi Rehberi. (tarih yok). *Dünya'da Sağlık Turizmi*. 11 23, 2010 tarihinde Sağlık Turizmi Rehberi: <http://www.healthtourismguideturkey.com> adresinden alındı
- (2009). *Samsun Lojistik Gelişme Raporu*. Samsun: Samsun Ticaret ve Sanayi Odası.
- Samsun Tarım İl Müdürlüğü. (2009). *Kanathlı Hayvan Eti Sektör Raporu*. Samsun Tarım İl Müdürlüğü.
- Samsun Ticaret ve Sanayi Odası. (2010, Aralık 13). *Meslek Grupları*. Aralık 13, 2010 tarihinde Samsun Ticaret ve Sanayi Odası: <http://www.samsuntso.org.tr/meslekgruplari/default.asp?meslekgrubu=21&sayfa=1#Firma> adresinden alındı
- T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı. (2010). *Demir Çelik Sektörü Raporu*. T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı.
- TANYAŞ, P. M. (2010). Türkiye Lojistik Sektörünün Sorunları ve Çözüm Önerileri. *YA/EM 2010, Sabancı Üniversitesi*.
- Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü. (2007). *Kanathlı Sektörü ve Yumurtacılık*. Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü.
- TC Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı. (2007). *Dokuzuncu Kalkınma Planı*. DPT.
- TC. Sağlık Bakanlığı. (1987). Sağlık Hizmetleri Temel Kanunu. Kanun Numarası: 3359 Resmi Gazete Tarih: 15.5.1987; Sayı: 19461 .
- TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası. (2005). *Kanathlı Hayvan Sektörü*. TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası.
- TOBB. (2009). *Türkiye Medikal Sektörü Raporu* . Ankara: TOBB.
- TÜİK - Türkiye İstatistik Kurumu. (2010, Temmuz 7). Haber Bülteni Sayı 122. *Haber Bülteni* .
- TÜİK. (2007). *Sosyal Güvenlik, Sağlık ve Beslenme- Sağlık İstatistikleri*. 11 23, 2010 tarihinde Türkiye İstatistik Kurumu: http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?tb_id=6&ust_id=1 adresinden alındı

TUİK- Türkiye İstatistik Kurumu. (tarih yok). *Su Ürünleri Veritabanı*. Kasım 29, 2010 tarihinde Türkiye İstatistik Kurumu: www.tuik.gov.tr adresinden alındı

Türkiye Sınai Kalkınma Bankası. (2009). *Lojistik Sektör Raporu*. Türkiye Sınai Kalkınma Bankası.

Vakıfbank. (2007). *Küreselleşme Sürecinde Dünya ve Türkiye Ekonomisinde Sektörel Yapıdaki Dönüşüm Üzerine Bir İnceleme*. Vakıfbank Hazine Başkanlığı (Ekonomik Araştırmalar Müdürlüğü).

Vequist, D., & Gürsoy, B. (2009, 02 03). *Medical Tourism Economic Report: Turkey*. 11 23, 2010 tarihinde *Medical Tourism Economic Report: Turkey*: <http://www.medicaltourismmag.com/issue-article/medical-tourism-economic-report-turkey.html> adresinden alındı

WATT Executive Poultry Guide. (2010). *WATT Executive Poultry Guide*.

Yanos, M. (2008, 03 31). *NuWire Investor*. 11 25, 2010 tarihinde *Top 5 Medical Tourism Destinations*: <http://www.nuwireinvestor.com/articles/top-5-medical-tourism-destinations-51502.aspx> adresinden alındı

Yenileşim Derneği. (2008, 07 28). *Rekabet Yolculuğunda Yeni Pusulamız: Kümelenme*. 11 20, 2010 tarihinde *Yenileşim Derneği*: http://www.yenilesim.org/index.php?option=com_content&view=article&id=60:rekabet-yolculugunda-yeni-pusulamiz-kumelenme&catid=25:inovasyonmakale&Itemid=27 adresinden alındı