

Sanayinin Sorunları ve Analizleri (XI)

Mustafa Sönmez*

SANAYİDE MONTAJCILIK: 70 ALIMA, 30 ÜRETİME...

Özet

Türkiye sanayisi, öteden beri maruz kaldığı küresel zincirin düşük katkılı değer üreticisi olma halini bir türlü aşamamakta; zincirin daha güçlü, daha çok değer üreten ve değerden daha çok pay alan aktörü durumuna gelememektedir. Sanayinin ürettiği ve satışa sürdüğü ürünlerde dış katkılar ağırlık taşıırken şirketlerin katkıları, satış gelirlerinin üçte birine bile ulaşamamakta, satış gelirlerinin üçte ikilik kısmı ürünün üretimi için gerekli makine-teçhizat, ara malı, yarı mamul, enerji vb. alımına gitmekte, işletmede üretilen katma değer de kayda değer artış göstermemektedir.

Bu sonucun oluşumunda, iktidarların, son 13 yılda da AKP iktidarının izlemekte olduğu sanayiye umursamayan, düşük kur ve neoliberal dış ticaret politikaları etkili olmuştur. Düşük döviz kuru, yerli üretim yerine ithalatı cazip kıldıkça, daha önce içeride üretilen, içeriden tedarik edilen birçok makine-teçhizatın ara malı, ham maddeye kadar girdi, enerji, ithal yoluyla temine gidilmiştir.

2004 yılında o yılın milli gelirinin yüzde 25'i tutarında olan 97,5 milyar dolarlık ithalat, 2014 yılında 242 milyar doları aşmış ve milli gelire oranı da yüzde 30'u geçmiştir.

İSO verilerinden yaptığımız araştırmaya göre, 2014 yılında net satış gelirleri 272 milyar TL'ye ulaşan en büyük 255 sanayi firmasının satış hasılatında, firma bünyelerinde istihdam edilen 354 bin işçinin ürettiği değer yaklaşık 81 milyar TL dolayında kalmış ve işletmenin katma değer katkısı satışlar içinde yüzde 30 dolayında gerçekleşmiştir. Yine İSO'nun ikinci 500 sıralamasındaki firmalar arasında brüt katma değer/net satış oranının 2014'te düştüğü yer, yüzde 22'yi bulmaktadır.

2014 İSO en büyük 500 sanayi firması verileri, sektörel olarak bakıldığında, sanayi firmaları satışlarında yerli üretim payının en yüksek olduğu sektörlerin madencilik ile "savunma" ve çimento-cam sektörleri olduğunu; üretimin satışa katkısının düşük seyrettiği sektörlerin ise otomotiv, beyaz eşya, elektrikli cihaz, demir-çelik, kimya sektörleri olduğunu göstermektedir.

Sorunun aşılması ise bir dizi mikro ve makro politika değişikliklerine gidilmesini gerektiriyor.

Makro düzeyde, daha gerçekçi bir döviz kuru politikası ve kaynak kullanımı rasyonalitesi ile birlikte, sanayiye yıkıcı dış rekabetten koruyacak dış ticaret önlemlerinin geliştirilmesi gerekiyor. Bunun yanında, yerli girdi, enerji üretimi ve tedarikinin özendirilmesi, işletme içi katma değer katkısının net satışlara ortalama olarak ilk elde yüzde 30'lardan yüzde 40'lara, giderek yüzde 50'lere kadar çıkarılmasını mümkün kılacak kamu desteklerine başvurulması gerekiyor.

* İktisatçı-Yazar, Makina Mühendisleri Odası Danışmanı

Bir işletmenin ürettiği ürün için gereksindiği makine-teçhizat, aramalı, hammadde vs.nin tümünün aynı işletme içinde üretilmesine "Yüzde 100 dikey tamlama (entegrasyon)" denir ve bu, ürünle ilgili tüm değerlerin işletmede üretilmesi ve bölüşülmesi anlamına gelir.

En ütöpik ve ideal olan yüzde 100 dikey tamlama, gerçekte daha düşük düzeylerde yaşanmakta, işletme, gereksindiği makine-teçhizatı, ara malı, yarı-mamul malları, hammaddeyi, enerjiyi farklı yerli-yabancı işletmelerden almakta ve kendi bünyesindeki çalışanların yeni katkısıyla ürün üretmekte, böylece yerli ve uluslararası işbölümünde zincirin bir halkası olmaktadır.

İşletmenin bu zincirin hangi halkası olacağı, ne kadar güçlü ve etkin olacağı ise dünyadaki güçler dengesince belirlenmekte, "merkez"deki güçlü aktif unsurlar, zincirin en değerli ve kârlı aşamasını kendilerine alıyorken daha düşük kârlı bölümleri "çevre" ülkelere bırakmaktalar. Bu eşitsiz işbölümü, hakim unsurların diktesi sonucu olabildiği kadar, çevre ülkelerdeki şirketlerin de boyun eğmeleri ve uzlaşmaları sonucu yaşanmaktadır.

Ürün zincirinde zayıf halka olmak, düşük katma değer üreticiliği, düşük kârlılık, beraberinde düşük istihdam, düşük ücret gibi sonuçları da getirmektedir.

TÜRKİYE SANAYİSİ ZAYIF HALKA

Türkiye sanayisi, öteden beri maruz kaldığı küresel zincirin düşük katkılı değer üreticisi olma halini bir türlü aşamamakta, zincirin daha güçlü, daha çok değer üreten ve değerden daha çok pay alan aktörü durumuna gelememektedir. Sanayinin ürettiği ve satışa sürdüğü ürünlerde dış katkılar ağırlık taşıırken şirketlerin katkıları, satış gelirlerinin üçte birine bile ulaşamamakta, satış gelirlerinin üçte ikilik kısmı ürünün üretimi için gerekli makine-teçhizat, ara malı, yarı mamul, enerji vb. alımına git-

mekte, işletmede üretilen katma değer de kayda değer artış göstermemektedir.

Bu sonucun oluşumunda, iktidarların, son 13 yılda da AKP iktidarının izlemekte olduğu sanayiye umursamayan, düşük kur ve neoliberal dış ticaret politikaları etkili olmuştur. Düşük döviz kuru, yerli üretim yerine ithalatı cazip kıldıkça, içeride üretilen, içeriden tedarik edilen birçok makine-teçhizatın ara malı, ham maddeye kadar girdi, enerji, ithal yoluyla temin edilmiştir.

Örneğin 2004 yılında o yılın milli ge-

lirinin yüzde 25'i tutarında olan 97,5 milyar dolarlık ithalat, 2014 yılında 242 milyar doları aşmış ve milli gelire oranı da yüzde 30'u geçmiştir.

İmalat sanayine ait makine-teçhizatın, hammaddeye, girdiye kadar uzanan ürünlerin ithalatı 80,5 milyar dolardan yaklaşık 188 milyar dolara kadar çıkmış ve yüzde 133 artmıştır. Kimyasal maddeler, hurda demir, makine-teçhizat, kok kömürü, kara taşıtları, televizyon seti, cep telefonu, elektrikli makineler, tekstil ürünleri, gıda ürünleri ithalatta başı çeken kalemler olmuşlardır.

Tablo 1. İthalatın Sektörel Gelişimi: 2004-2014 (Milyon Dolar)

	2004	2014	Artış (%)	2014, Pay (%)
Toplam İthalat	97.540	242.177	148,3	100
İmalat	80.447	187.742	133,4	77,5
Kimyasal Madde ve Ürünler	15.134	34.877	130,4	14,4
Ana Metal Sanayi	11.084	26.437	138,5	10,9
Başka Yerde Sınıflandırılmamış Makine ve Teçhizat	10.363	21.825	110,6	9,0
Kok Kömürü, Rafine Edilmiş Petrol Ürünleri	3.797	18.782	394,7	7,8
Motorlu Kara Taşıtı ve Römorklar	11.796	18.399	56,0	7,6
Radio, Televizyon, Haberleşme Cihazları	4.530	8.747	93,1	3,6
Başka Yerde Sınıflandırılmamış Elektrikli Makineler	3.175	8.072	154,2	3,3
Tekstil Ürünleri	3.786	6.000	58,5	2,5
Gıda Ürünleri ve İçecek	1.904	5.617	195,0	2,3
Tıbbi Aletler, Hassas Optik Aletler ve Saat	2.054	5.459	165,8	2,3
Plastik ve Kauçuk Ürünleri	1.941	5.104	163,0	2,1
Diğer Ulaşım Araçları	1.890	4.605	143,6	1,9
Metal Eşya Sanayi (Makine ve Teçhizatı Hariç)	1.574	4.173	165,2	1,7
Kağıt ve Kağıt Ürünleri	1.712	3.874	126,3	1,6
Büro, Muhasebe ve Bilgi İşleme Makineleri	1.767	3.756	112,6	1,6
Mobilya ve Diğer Ürünler	1.248	3.362	169,3	1,4
Giyim Eşyası	602	2.755	357,9	1,1
Metalik Olmayan Diğer Mineral Ürünler	717	2.164	201,6	0,9
Tabaklanmış Deri vb.	619	1.675	170,8	0,7
Ağaç ve Mantar Ürünleri (Mobilya Hariç) vb.	399	1.378	244,9	0,6
Basım ve Yayımlar; Plak, Kaset vb.	282	531	88,2	0,2
Tütün Ürünleri	73	153	108,2	0,1
Madencilik ve Taşocaklığı	10.981	37.12	238,1	15,3
Hampetrol ve Doğalgaz	9.366	34.766	271,2	14,4
Maden Kömürü, Linyit ve Turb	1.222	846	-30,7	0,3
Tarım-Hayvancılık	2.765	8.658	213,1	3,6
İthalat/GSYH	25,0	30,3		

Bazı bitmiş ürünlerin yanında yarı mamul, hammadde, parça biçiminde ithal edilen ürünler, içeride basit ambalaj-montaj operasyonları ile bitmiş ürüne dönüştürülüp ağırlıklı iç pazarda olmak üzere satışa çıkarılmıştır.

Bu durum, sanayi işletmelerinin toplam satışlarında yerli brüt katma değer payını düşürürken, buna bağlı olarak istihdam artışını da sınırlı tutmuştur.

Türkiye sanayisinde yaratılan katma değer toplam sanayi şirketlerinin satışlarındaki payının 2014 yılı için yüz-

de 30'un altında olduğu görülmektedir. Sanayi firmalarınca yapılan satışlarda firmanın üretime katkı payının üçte birin bile altında olduğu, bazı önemli sektörlerde bu payın yüzde 15'e kadar düştüğü görülmektedir.

İstanbul Sanayi Odası'nın geleneksel "En Büyük 500 Sanayi Firması" arasından net satışlarının yanı sıra brüt katma değer bilgileri verilen 255 firma üzerinden yaptığımız araştırmaya göre, 2014 yılında en büyük 255 şirkette dikey tamlama, yani satışlarda üretimin payı, yüzde 30'u ancak bulmaktadır. İÇki-si-

gara, petrol ve türevlerindeki dolaylı vergi oranının yüksek boyutları dikkate alındığında bu oranın yüzde 30'un da altına gerilediği görülmektedir.

İSO'nun en büyük sanayi şirket sıralaması verileri, brüt katma değer açıklamasında bulunan 255 şirketten 60'ının gıda, 30'unun ana metal firması olduğunu, 26 firmanın çimento-cam sektöründe faal olduğunu ortaya koymaktadır. Metal işkolundan otomotivden 16 firmanın, makineden 10 ve elektrikli cihaz üretiminden de 14 firmanın bulguları dikkate alınmıştır. Ayrıca 255 firma içinde 16 kimya, 22 dokuma sanayi firması yer almıştır.

2014 yılında net satış gelirleri 272 milyar TL'ye ulaşan bu 255 firmanın satış hasılatında, firma bünyelerinde istihdam edilen 354 bin işçinin ürettiği değer yaklaşık 81 milyar TL dolayında kalmış ve katkı yüzde 30 dolayında gerçekleşmiştir. Yine bu 255 firmanın 2014 ihracatları 33 milyar dolar, yani yaklaşık 72 milyar TL olarak gerçekleşmiş, firma satışlarının yüzde 27'si dış pazarlara yapılmıştır. Aynı oran üstünden gidilirse, sanayi şirketleri bünyesinde üretilen 81 milyar TL'lik değer de ancak yüzde 27'si ihracata konu olmuş, ihracata konu olan 33 milyar dolarlık satışın ancak 9 milyar doları yerli değer üretiminden kaynaklanmıştır.

2000'LERDE GERİLEME...

Sanayi firmalarının satışlarında firma üretiminin payının yüzde 30'lara gerilemesi, 2000'li yılların bir gerçeğidir. İstanbul Sanayi Odası bünyesinde yapılan ve Kasım 2012'de yayımlanan "500 Büyük Sanayi Kuruluşu'nda 10 Yıllık Gelişim Trendleri (2001-2010)" başlıklı çalışmada bu gerçekliğe de vurgu yapılmaktadır. İSO çalışmasında şu değerlendirme yer almaktadır (s. 21)

"Üretimde, işletme içi üretimin payını gösteren Brüt Katma Değer/Satışlar oranı, 2001 yılında yüzde 32,1 seviyelerinde iken, 2002 yılında yüzde 39,2 olarak dönemin en yüksek düzeyine

ulaştıktan sonra düşüş eğilimi göstererek, 2008 yılında yüzde 25,3'e değin gerilemiş, 2010 yılında da yüzde 31,7 olarak 2001 yılındaki seviyesine oldukça yaklaşmıştır.

Büyük firmalar ihracata dönük olarak üretim yapmaktadırlar. 2001-2010 döneminde ihracatın toplam satışlar içindeki payı, yıllık ortalama olarak yüzde 27,5 düzeyinde bulunmaktadır.

- Sanayi sektörü montaj ağırlıklı üretimde bulunmaktadır. Üretimde dikey tamlamayı, üretimde işletme içi üretimin payını gösteren Brüt Katma Değer/Satış Hasılatı oranının yüzde 31,7 düzeyinde kalışı üretimin montaj ağırlıklı olduğunun göstergesini oluşturmaktadır.
- Firmaların, işletme içi üretim yerine fiziki girdilerini işletme dışı kaynaklardan, önemli ölçüde de yurt dışından sağlamaya yönelik tedarik politikası izlemeleri üretimde dikey tamlama derecesinin düşük düzeyde kalışına yol açmaktadır."

İSO'nun 2001-2010 dönemi 249 büyük firma üstünden yaptığı araştırma, firma satışlarında firmalarca üretimin payının en fazla 2004 yılında yüzde 36'ya yükseldiğini, ancak izleyen yıllarda azaldığını ve 2010 yılında yüzde 31,7'ye gerilediğini ortaya koymaktadır.

2014'te 255 firma için yaptığımız analiz ise bu oranın izleyen yıllarda daha da düşerek üretimin satışlardaki payı-

nın yüzde 30'un altına indiğini göstermektedir.

İKİNCİ 500'DE YÜZDE 22

İSO'nun 2014 en büyük sıralamasında ilk 500 içinde yer alan 255 firmada yüzde 30 olan brüt katma değer/net satış oranı, orta büyüklükteki sanayi firmalarında daha da düşmektedir. Yine İSO'nun ikinci 500 sıralamasındaki firmalar arasında brüt katma değer/net satış oranının 2014'te düştüğü yer, yüzde 22'yi bulmaktadır.

Ortalama istihdamları 500 kişi dolayında olan bu KOBİ'lerde 230 firmanın 2014 satışları 36 milyar TL'yi bulurken brüt katma değerlerinin 8 milyar TL'de kaldığı, dolayısıyla, satışlarda işletmelerin üretim katkısının yüzde 22'de kaldığı anlaşılmaktadır.

KOBİ hakimiyetindeki bu sanayi şir-

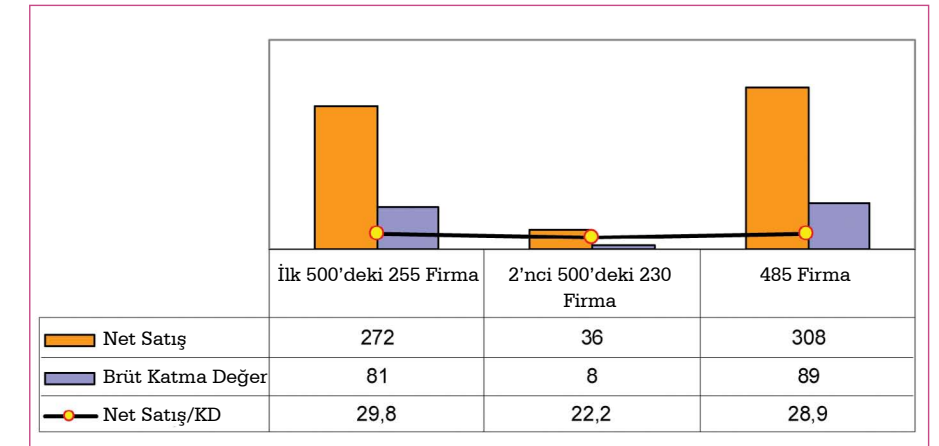
ketleri kümesinde oto yan sanayinin ağırlıkta olduğu şirketler grubunda brüt katma değer/net satışlar oranı yüzde 31'i ancak bulmaktadır. Çimento-cam-seramik alt sektöründe üretimin satışlara katkısı yüzde 31'de kalırken, ana metal sanayinde de aynı oran yüzde 22'ye kadar düşmektedir.

İkinci 500 firma kümesinde ağırlık taşıyan gıda işletmelerinde üretimin satışlardaki payı yüzde 12'ye kadar inmektedir. Tekstilde ise işletme üretimi, işletme satış hasılatından sadece yüzde 23 pay almaktadır. Aynı oran konfeksiyonda da yüzde 22 dolayındadır.

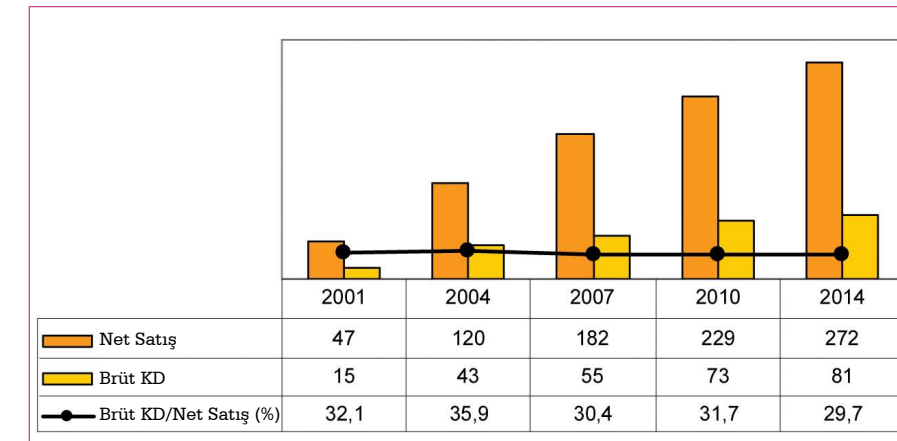
Böylece ilk 500'de yer alan 255 firma ile ikinci 500'de yer alan 230 firma birlikte dikkate alındığında, net satışların 308 milyar TL'ye ulaşmasına karşılık bu işletmelerde üretilen katma değer 89 milyar TL'de kalarak net satışlara

Tablo 2. Büyük Sanayi Firmalarında Satışa Firma Üretim Katkısı (Dikey Tamlama Oranı, %)

Firmalar	Firma Sayısı	Net Satış (Milyon TL)	Firmanın Brüt Katma Değeri (Milyon TL)	B.K.D/Net Satış (%)
Gıda	60	46.475	7.218	15,5
Petrol-Petrokimya	4	46.380	22.641	48,8
Ana Metal	30	43.442	7.215	16,6
Otomotiv	16	34.200	5.556	16,2
Elektrikli Cihaz	14	18.913	3.665	19,4
Kimya	16	15.358	3.738	24,3
Çimento-Cam	26	12.584	4.669	37,1
Dokuma-Giyim	22	8.421	2.101	24,9
Lastik-Plastik	11	8.118	2.058	25,4
Madencilik	10	7.387	4.035	54,6
Kuyumculuk	4	4.725	52	1,1
Makina	8	4.385	1.270	29,0
İçki-İçecek	3	4.372	11.026	252,2
Elektrik Üretimi	6	3.646	890	24,4
Elektronik	2	2.549	1.219	47,8
Ağaç	3	2.474	369	14,9
Ötekli Ulaşım	2	2.025	1.123	55,5
Mobilya	4	1.876	499	26,6
Diğer Makine	4	1.697	446	26,3
Giyim	4	1.316	338	25,7
Sigara	1	957	6.815	712,4
İlaç	2	812	314	38,6
Medya	1	513	164	32,0
Deri	1	302	45	14,8
Ambalaj	1	259	80	30,8
Toplam	255	272.228	80.729	29,7



Grafik 2. Büyük Sanayide Net Satışlar ve Brüt Katma Değer Payı: 2014 (%), Milyar TL)



Grafik 1. Büyük Sanayi Firmalarının Satışlarında Üretim Payı: 2001-2014 (Milyar TL, Cari Fiyatlar, %)

katkısının yüzde 29'u bile bulamadığı görülmektedir. Bu da sanayinin büyük ölçüde ithalata, hem makine-teçhizat hem de girdi ve parça yönünden bağımlı olduğunu, yerli katma değeri büyütme kapasitesini daraltmış bir sektör olduğunu, özellikle orta ve küçük işletmelere doğru gidildikçe içeriden katkının zayıfladığını, dikey tamlamadan iyice uzaklaştığını ortaya koymaktadır.

SEKTÖRLER VE ÜRETİM PAYLARI

2014 İSO en büyük 500 sanayi firma-

sı verileri, sektörel olarak bakıldığında, sanayi firmaları satışlarında yerli üretim payının en yüksek olduğu sektörlerin madencilik ile "savunma" ve çimento-cam sektörleri olduğunu, üretimin satışa katkısının en düşük olduğu sektörlerin ise altın-mücevher işleme-cilgi, deri, ağaç ve gıda dalları olduğunu göstermektedir.

İşletme içi üretimin net satışlara ortalama katkısının yüzde 30 olduğu sanayide madencilik sektörü bekleneceği gibi, yerli katkısı en yüksek sektördür.

Yerli hammadde çıkarımı ve ilk kullanıma hazır hale getirilmesine dayanan madencilik sektörü, bekleneceği gibi, yerli üretim katkısı en yüksek sektör. Ancak bu sektörde giderek artan sermaye-yoğun üretim, ithalata dayalı iş makinesi kullanımı, satış hasılatının dışarı ile paylaşımını artırmaktadır. Bunun özellikle TPAO özelinde öne çıktığını ve TPAO'nun üretiminin satışlara katkısının yüzde 40'a kadar gerilediğini görmekteyiz. 2014 yılında 11 bin kişinin istihdam edildiği Taşkömürü Kurumu'nda da satışların ancak yüzde 45'inin kurum üretimi ile ilgili olması anlamlıdır. Burada da kurumun üretimi

taşeronlara ihale etmesi gerçeği geçerlidir. Benzer durumlar Erdemir, Çayeli Bakır, Eti Krom gibi işletmelerde de görülmektedir.

İşletme içi üretimin firma satışlarındaki payının en yüksek olduğu bir diğer alt sektörü askeri (savunma) sanayi oluşturmaktadır. Bunlardan havacılık sektöründeki TUSAŞ, 2014'te yaptığı 1,7 milyar TL'lik satışların yüzde 58'ini yerli üretimle gerçekleştirmiştir.

"Savunma" sanayinde faaliyet gösteren ve elektronik dalındaki iki firmada yerli katkı oranının yüksekliği yine dikkat çekmektedir. Bunlardan Aselsan'ın net satışlarında yerli katkı oranı yüzde 45'i bulurken, hava elektroniği firması Havelsan'ın 406 milyon TL'lik satışlarına firma üretimi katkısı yüzde 61'i bulmaktadır.

Yine "savunma" sektöründe yer alan firmalardan Roketsan'ın 2014'te gerçekleşen 717 milyon TL'lik satışına firmanın üretim katkısı, yani brüt katma değer yüzde 58'lik büyüklüğe ulaşmış, MKE'nin 800 milyon TL'yi bulan satışlarında da yerli üretim katkısı yüzde 45 ile ortalamaların bir hayli üstünde gerçekleşmiştir.

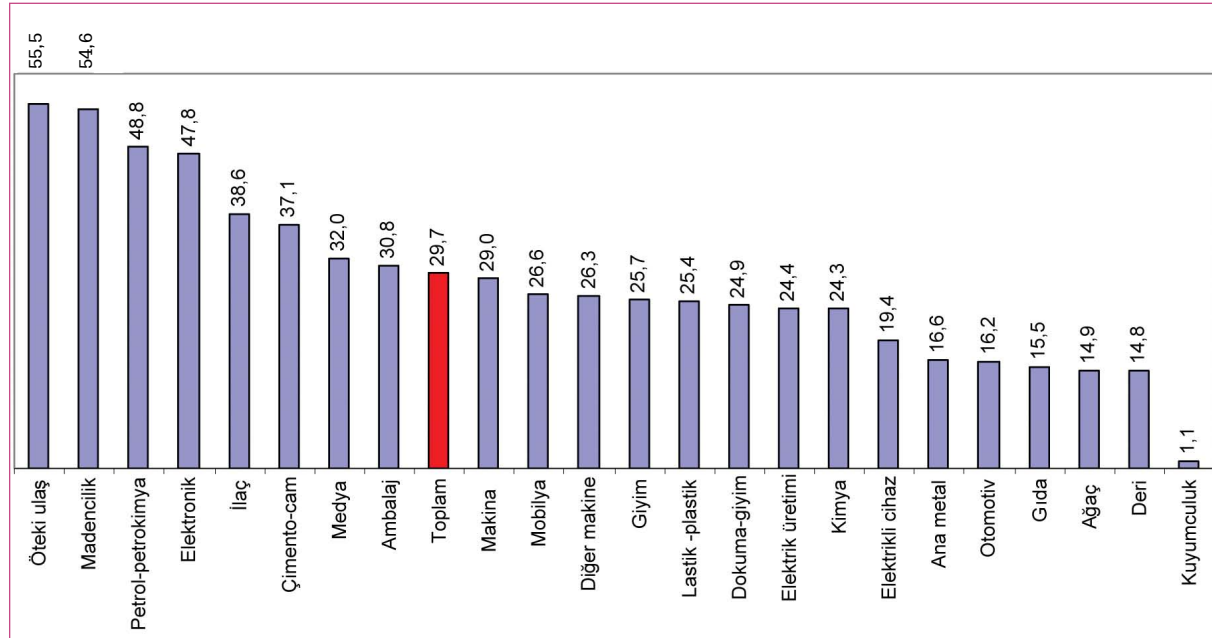
Lokomotif üreticisi TÜLOMSAŞ da 272 milyon TL'lik satışının yüzde 42'sini yerli üretimle gerçekleştirmiştir.

Dikey tamlama oranı yüksek görünen bir diğer sektör, petrol ürünleri alt dalıdır. Dört firmanın yer aldığı bu alt dal, 255 firmanın net satışlarında yüzde 17, brüt katma değer toplamında ise yüzde 25'e yakın pay sahibi olmuştur.

Bu dalda belirleyici firma, Türkiye'nin en büyük sanayi firması sayılan Tüpraş'tır. Tüpraş, 2014 yılında 40 milyar TL'ye yaklaşan net satışlarına karşılık 20 milyar TL'lik brüt katma değer yaratmış görünmektedir. Ancak hem net satışların hem de brüt katma değerinde içinde yüksek oranlı dolaylı vergilerin bulunması, hem ciroyu hem de brüt katma değeri yüksek göstermektedir. Tüpraş'ın net satışa katkı oranının yüzde 50 görüntüsünün değerlendirilmesinde vergi etkeni dikkate alınmalıdır.

ANA METAL SEKTÖRÜNDE ÜRETİM

2014 yılının analize konu 255 sanayi firması içinde demir-çelik ağırlıklı ana metal sanayi, 30 firma ile net satışlarda yüzde 16 payla yer almasına karşılık



Grafik 3. 255 Büyük Firmada Sektörlere Göre Satışlarda Üretim Payı: 2014 (%)

Tablo 3. Madencilik Sektöründe Üretim Payı: 2014 (Milyon TL, %)

Firma	Net Satış	Brüt Katma Değer	Br. KD/ Net Satış (%)	İhracat (Bin \$)	Ücretli Sayısı
1. Türkiye Petrolleri Anonim Ortaklığı	2.482	978	39	-	4.824
2. Tüpraş Metal Madencilik San. ve Tic. A.Ş.	1.150	713	62	221.951	1.425
3. Koza Altın İşletmeleri A.Ş.	891	647	73	-	1.342
4. Eti Bakır A.Ş.	787	579	74	-	-
5. Çayeli Bakır İşletmeleri A.Ş.	462	340	74	219.091	528
6. Erdemir Madencilik San. ve Tic. A.Ş.	441	196	45	-	276
7. Eti Krom A.Ş.	384	151	39	159.840	640
8. Türkiye Taşkömürü Kurumu Genel Müdürlüğü	311	145	47	-	11.088
9. Eti Gümüş A.Ş.	253	91	36	49.709	592
10. Park Elektrik Üretim Madencilik San. A.Ş.	226	195	86	94.670	498
Madencilik Sektörü 10 Firma	7.387	4.035	55		

Tablo 4. Askeri Sanayideki 5 Firmada Üretim Payı: 2014 (Milyon TL, %)

Firma	Net Satış	Brüt Katma Değer	Br. KD/ Net Satış (%)	İhracat (Bin \$)	Ücretli Sayısı
1. TUSAŞ-Türk Havacılık ve Uzay San. A.Ş.	1.753	1.010	58	470.057	4.517
2. Aselsan Elektronik San. ve Tic. A.Ş.	2.143	971	45	204.272	4.897
3. ROKETSAN Roket San. ve Tic. A.Ş.	717	418	58	170.192	1.813
4. Makina ve Kimya Endüstrisi K.	799	370	46	56.148	5.538
5. HAVELSAN Hava Elektronik San. A.Ş.	407	248	61	24.718	1.189
5 Firma Toplamı	5.819	3.016	52	925.388	17.954

Tablo 5. Petrol Ürünleri Sektöründe Üretim Payı: 2014 (Milyon TL, %)

Firma	Net Satış	Brüt Katma Değer	Br. KD/ Net Satış (%)	İhracat (Bin \$)	Ücretli Sayısı
1. TÜPRAŞ-Türkiye Petrol Rafinerileri A.Ş.	39.817	20.025	50	3.724.660	4.710
2. Aygaz A.Ş.	6.025	2.487	41	89.026	1.185
3. Opet Fuchs Madeni Yağ San. ve Tic. A.Ş.	263	90	34	5.881	-
4. Denizati Petrokimya Ürünleri Yapı İnşaat San. A.Ş.	275	39	14	-	27
Petrol Sektörü 4 Firma	46.380	22.641	49		

lık katma değerinde yüzde 8 paya sahip olmuştur.

Ana metal sanayisinde, işletme katma değerinin satışlardaki payı, 30 firma ortalaması olarak yüzde 16 dolayında gerçekleşmiştir. Başka bir ifadeyle sektör, net satılan ürün fiyatına ancak yüzde 16 dolayında bir katma değer ekleyebil-

miştir. Hammadde ve makine ithalatının ağırlık taşıdığı sektörde İsdemir ve Erdemir'in dahil olduğu OYAK işiraki grup hakim durumdadır ve bu iki şirket toplamda 12 bin işçi çalıştırmaktadır. Bu iki firmanın 2014 net satışları 15 milyar TL'yi bulmasına karşılık yaratıkları brüt katma değer 4 milyar TL'yi

bulmamıştır ve net satışlara içeriden katkı yüzde 27'den ibaret kalmıştır. Yine de bu iki şirket, sektördeki diğer firmalara göre daha çok katkı sahibidirler. Sektörün üçüncüsü İçdaş'da iç üretimin katkı payı yüzde 9'a kadar düşmektedir.

OTOMOTİVE MONTAJCILIK

Montajcı özelliği ön planda olan otomotiv sanayiinde, 255 firma arasında 16 firma yer almaktadır. Otomotiv firmaları toplam net satışlarda yüzde 12,5, brüt katma değerinde de yüzde 6,3 pay sahibidirler. Bu 16 firmanın ihracatı 7,5 milyar doları bulmaktadır. Bu da net satışların yarısına denk gelmektedir.

Montajcı karakteri hiç değişmeyen otomotivde, net satışlara yerli üretim katkısı yüzde 16 dolayındadır. Sektördeki firmalar 34 milyar TL'lik net satışlarının 5,5 milyar TL'sini yerli üretimden sağlamışlardır.

Sektörün en büyük firması olan Ford Otomotiv'in 2014'te 12 milyar TL'yi aşan satışlarına yerli üretimin katkısı yüzde 13 olarak gerçekleşmiştir. Koç Grubu'na ait Ford'un yanı sıra, yine aynı gruba ait Tofaş'ın da 7,7 milyar TL'yi bulan net satışlarına yerli üretim katkısı 1,3 milyar TL, ya da yüzde 17 olarak gerçekleşmiştir. Kitle kara taşıtlarını daha çok iç pazara dönük üreten Mercedes-Benz'in ise 8,2 milyar TL'lik net satışlarına yerli üretim katkısı yine yüzde 13 ile sınırlı kalmıştır.

ELEKTRİKLI CİHAZLARDA ÜRETİM

Montajcı özelliği ön planda olan bir başka sektör olan ve beyaz eşya üretimini de kapsayan elektrikli cihazlar sanayiinde, 255 firma arasında 14 firma yer almaktadır. Elektrikli cihaz firma-

Tablo 6. Ana Metal Sektöründe İlk 10 Firmada Üretim Payı: 2014 (Milyon TL, %)

Firma	Net Satış	Brüt Katma Değer	Br. KD/ Net Satış (%)	İhracat (Bin \$)	Ücretli Sayısı
1. İskenderun Demir ve Çelik A.Ş.	6.275	2.235	36	297.293	5.651
2. Ereğli Demir ve Çelik Fabrikaları T.A.Ş.	9.435	1.639	17	236.609	6.435
3. İçdaş Çelik Enerji Tersane San A.Ş.	6.350	554	9	839.185	3.734
4. Borusan Mannesmann Boru San. A.Ş.	1.384	261	19	364.650	1.234
5. Componenta Dökümcülük Tic. ve San. A.Ş.	750	225	30	262.510	2.070
6. ASAŞ Alüminyum San. ve Tic. A.Ş.	775	221	29	83.617	1.814
7. Yolbulan Baştuğ Metalurji Sanayi A.Ş.	1.919	210	11	-	-
8. Nursan Metalurji Endüstrisi A.Ş.	1.513	201	13	247.561	480
9. Eti Alüminyum A.Ş.	478	188	39	71.759	1.258
10. Asil Çelik San. ve Tic. A.Ş.	762	157	21	107.560	817
Ana Metal İlk 10 Firma	29.641	5.891	20		

Tablo 7. Otomotiv Sektöründe İlk 10 Firmada Üretim Payı: 2014 (Milyon TL, %)

Firma	Net Satış	Brüt Katma Değer	Br. KD/ Net Satış (%)	İhracat (Bin \$)	Ücretli Sayısı
1. Ford Otomotiv Sanayi A.Ş.	12.146	1.618	13	3.464.635	9.376
2. TOFAŞ Türk Otomobil Fabrikası A.Ş.	7.661	1.340	17	1.983.572	6.304
3. Mercedes-Benz Türk A.Ş.	8.227	1.104	13	652.677	6.455
4. Delphi Automotive Systems Ltd. Şti.	993	249	25	379.392	4.355
5. Hema Endüstri A.Ş.	571	200	35	164.584	1.649
6. Tirsan Treyler San. ve Tic. A.Ş.	753	199	26	83.396	549
7. CMS Jant ve Makina Sanayi A.Ş.	633	151	24	209.025	1.591
8. MAN Türkiye A.Ş.	562	123	22	226.252	1.599
9. Yazaki Otomotiv Yan San. ve Tic. A.Ş.	571	116	20	167.028	4.080
10. Ege Endüstri ve Ticaret A.Ş.	277	94	34	70.597	576
Otomotivde İlk 10 Firma	32.394	5.194	16	7.401.158	36.534

Tablo 8. Elektrikli Cihaz Sektöründe İlk 10 Firmada Üretim Payı: 2014 (Milyon TL, %)

Firma	Net Satış	Brüt Katma Değer	Br. KD/ Net Satış (%)	İhracat (Bin \$)	Ücretli Sayısı
1. Arçelik A.Ş.	10.130	1.702	17	2.220.612	16.982
2. Vestel Beyaz Eşya San. ve Tic. A.Ş.	2.607	708	27	816.161	5.673
3. Alstom Grid Enerji Endüstrisi A.Ş.	796	235	30	257.792	939
4. HES Hacılar Elektrik San. ve Tic. A.Ş.	1.219	153	13	151.539	992
5. Mutlu Akü ve Malzemeleri Sanayi A.Ş.	474	133	28	64.297	807
6. Balıkesir Elektromekanik Sanayi Tesisleri A.Ş.	451	126	28	85.260	1.053
7. Viko Elektrik ve Elektronik En. San. ve Tic. A.Ş.	323	119	37	46.477	760
8. Kumtel Dayanıklı Tüketim M. Plastik San. Tic. A.Ş.	336	106	32	88.844	1.083
9. Farplas Oto Yedek Par. İmalatı İthalat İhracatı A.Ş.	311	106	34	19.562	851
10. Femaş Metal San. ve Tic. A.Ş.	218	80	37	89.092	962
Elektrikli Cihazda İlk 10 Firma	16.865	3.469	21	3.839.635	30.102

ları 17 milyar TL'ye yaklaşan net satışlarıyla toplam net satışlarda yüzde 7,6; toplamı 3,4 milyar TL'yi bulan brüt katma değerleriyle de toplam brüt katma değerde yüzde 4,2 pay sahibidirler. 14 firmanın net satışlarında yerli üretimin payı yüzde 20'nin altındadır. Bu 14 firmanın ihracatı 3,8 milyar doları bulmaktadır. Bu da net satışların yüzde 44'üne denk gelmektedir.

Elektrikli cihaz sanayinde ilk 10 firma dikkate alındığında, net satışlara yerli üretim katkısı 2014'te yüzde 21 olarak gerçekleşmiştir. Sektördeki firmalar yaklaşık 17 milyar TL'lik net satışlarının ancak 3,5 milyar TL'sini yerli üretimden sağlamışlardır.

Sektörün en büyük firması olan Koç Grubu'na ait Arçelik'in 2014'te 10 milyar TL'yi aşan satışlarına yerli üretimin katkısı yüzde 17 olarak gerçekleşmiştir. Sektörün ikinci büyüğü olan Zorlu Grubu'na ait Vestel'in 2,6 milyar TL'yi bulan net satışlarına yerli üretim katkısı 708 milyon TL ile yüzde 27 olmuştur. Sektörün diğer firmalarının net satışları içinde yerli katkı biraz daha yüksek olsa da ilk 10 firmanın ortalaması yüzde 21'de kalmıştır.

KİMYA SANAYİNDE KATMA DEĞER

Özellikle hammadde ithalatı yüksek bir başka sektör kimya sanayinde, 255 firma arasında 16 firma yer almaktadır. Kimya firmaları 15,4 milyar TL'ye yaklaşan net satışlarıyla toplam net satışlarda yüzde 5,6; toplamı 3,7 milyar TL'yi bulan brüt katma değerleriyle de toplam brüt katma değerde yüzde 4,3 pay sahibidirler. 16 kimya sanayi firmasının net satışlarında yerli üretimin payı yüzde 24 dolayındadır. Bu 16 firmanın ihracatı 1,8 milyar doları bulmaktadır. Bu da net satışların yüzde 32'si anlamına gelmektedir.

Elektrikli cihaz sanayinde ilk 10

Tablo 9. Kimya Sanayindeki İlk 10 Firmada Üretim Payı: 2014 (Milyon TL, %)

Firma	Net Satış	Brüt Katma Değer	Br. KD/Net Satış (%)	İhracat (Bin \$)	Ücretli Sayısı
1. Eti Maden İşletmeleri Genel M.	1.975	1.402	71	848.691	4.085
2. Soda Sanayi A.Ş.	1.309	437	33	281.345	930
3. AKSA Akrilik Kimya Sanayi A.Ş.	2.122	413	19	312.263	1.236
4. Toros Tarım San. ve Tic. A.Ş.	1.622	288	18	7.300	505
5. Betek Boya ve Kimya Sanayi A.Ş.	903	209	23	33.710	1.124
6. Gemlik Gübre Sanayii A.Ş.	697	186	27	76.569	537
7. Sasa Polyester Sanayi A.Ş.	1.237	161	13	220.546	1.075
8. Türk Henkel Kimya San. ve Tic. A.Ş.	1.169	157	13	12.126	781
9. Ravago Petrokimya Üretim A.Ş.	787	131	17	-	-
10. Ak-Kim Kimya San. ve Tic. A.Ş.	321	119	37	29.420	496
Kimya Sanayinde İlk 10 Firma	12.143	3.502	29	1.821.970	10.769

firma dikkate alındığında, net satışlara yerli üretim katkısı 2014'te yüzde 21 olarak gerçekleşmiştir. Sektördeki firmalar yaklaşık 17 milyar TL'lik net satışlarının ancak 3,5 milyar TL'sini yerli üretimden sağlamışlardır.

Sektörün en büyük firması olan Eti Maden'de bor bileşikler üretimi nedeniyle satışlara yerli katkı oranı yüzde 71 gibi oldukça yüksek bir yerde gerçekleşmiştir. Eti Maden'in 2014'te yaklaşık 2 milyar TL'yi bulan satışlarına yerli üretimin katkısı yüzde 71 olarak gerçekleşmiştir.

Sektörün ikinci büyüğü olan İş Bankası Grubu içindeki Soda Sanayi'nin 1,3 milyar TL'yi bulan net satışlarına yerli üretim katkısı 437 milyon TL ile yüzde 33 olmuştur. Sektörün diğer firmalarının net satışları içinde yerli katkı biraz daha düşük gerçekleşmiş ve sonuçta ilk 10 firmanın ortalaması yüzde 29 olarak gerçekleşmiştir. Eti Maden dışında tutulduğunda ise yerli üretimin katkı oranı yüzde 21'e düşmektedir.

Kimya sanayinin bir başka bileşeni olan ilaç sanayinde ise 255 firma arasında iki firma girmiştir. Bunlardan Deva Holding, 2014 yılında 447 milyon TL'lik satışının 202 milyon TL'lik, yani yüzde 45'lik kısmını kendi üretimi ile karşılarken, diğer firma Nobel İlaç'ta bu oran yüzde 31 olmuştur. Nobel İlaç

365 milyon TL'lik net satışının 112 milyon TL'sini kendi üretimi ile gerçekleştirmiştir.

ÇİMENTO-CAM SANAYİNDE ÜRETİM

Yerli hammaddeye dayalı olması gereken çimento-cam-seramik sanayinde bile, 2014'te net satışlara yerli üretim katkısı ancak yüzde 37'yi bulmuştur. İnşaat malzemeleri sanayii de denilebilecek bu sektörde, 255 firma arasında 26 firma girmiştir. Taş-toprak sanayininin bu firmaları 12,5 milyar TL dolayında net satışlarıyla toplam net satışlardan yüzde 4,6; toplamı 4,7 milyar TL'yi bulan brüt katma değerleriyle de top-

Tablo 10. Çimento-Cam Sanayindeki İlk 10 Firmada Üretim Payı: 2014 (Milyon TL, %)

Firma	Net Satış	Brüt Kat. Değer	Br. KD/ Net Satış (%)	İhracat (Bin \$)	Ücretli Sayısı
1. Akçansa Çimento San. ve Tic. A.Ş.	1.377	533	39	65.324	1.135
2. Çimsa Çimento San. ve Tic. A.Ş.	986	428	43	109.877	952
3. Paşabahçe Cam San. ve Tic. A.Ş.	1.074	424	39	302.975	3.664
4. Limak Çimento San. ve Tic. A.Ş.	592	374	63	19.217	842
5. Nuh Çimento Sanayi A.Ş.	637	340	53	49.942	534
6. Aşkale Çimento Sanayi T.A.Ş.	628	262	42	8.207	-
7. Adana Çimento Sanayi Türk A.Ş.	431	194	45	43.264	342
8. Anadolu Cam Yenışehir Sanayi A.Ş.	444	187	42	-	684
9. Limak Batı Çimento San. ve Tic. A.Ş.	506	169	33	2.495	603
10. Bolu Çimento Sanayi A.Ş.	323	163	51	480	258
İlk 10 Firmada Üretim Payı	6.999	3.074	44	601.781	9.014

lam brüt katma değerden yüzde 5,3 pay aldılar. 26 çimento-cam sanayi firmasının net satışlarında yerli üretimin payı yüzde 37 dolayındadır. Bu 26 firmanın ihracatı 875 milyon dolar dolayındadır. Bu da net satışların yüzde 16'sına karşılık gelmektedir.

Çimento-cam sanayisinde ilk 10 firma dikkate alındığında, net satışlara yerli üretim katkısı 2014'te yüzde 44 olarak gerçekleşmiştir. Sektördeki firmalar yaklaşık 7 milyar TL'lik net satışlarının ancak 3,1 milyar TL'sini yerli üretimden sağlamışlardır.

Sektörün en büyük firması olan Akçansa'da satışlara yerli katkı oranı yüzde 39'u bulurken bazı çimento şirketlerinde yüzde 60'ları aşmaktadır. Örneğin Limak'ta bu katkı yüzde 63'ü, Nuh Çimento'da yüzde 53'ü bulmuştur.

Sektörün İş Bankası Grubu içindeki cam şirketlerinden Paşabahçe'nin satışlarında üretim payı yüzde 39'u, Anadolu Cam Yenışehir'de yüzde 42'yi bulmuştur.

İnşaat sektörünü yakından ilgilendiren ağaç işleme sektöründe de firmaların satışlarına içeriden katma değer katkısı yüzde 15 dolayında kalmaktadır. Ham keresteyi işlemekten ibaret katma değer katkısı, örneğin sektörün en büyük firması Kastamonu Entegre Ağaç'ta

Tablo 11. Lastik-Plastik Sanayiindeki İlk 10 Firmada Üretim Payı: 2014 (Milyon TL, %)

Firma	Net Satış	Brüt Kat. Değer	Br. KD/ Net S, (%)	İhracat (Bin \$)	Ücretli Sayısı
1. BRISA Bridgestone Sabancı Lastik San. A.Ş.	1.723	652	38	209.322	2.055
2. Türk Pirelli Lastikleri A.Ş.	1.303	336	26	340.544	1.766
3. Naksan Plastik ve Enerji San. ve Tic. A.Ş.	1.170	235	20	121.562	3.105
4. Goodyear Lastikleri T.A.Ş.	1.144	217	19	315.847	1.311
5. Teklas Kauçuk San. ve Tic. A.Ş.	445	149	33	160.024	2.900
6. Standard Profil Otomotiv San. ve Tic. A.Ş.	435	115	26	130.229	2.275
7. Adopen Plastik ve İnşaat Sanayi A.Ş.	453	97	21	100.016	1.050
8. Pakpen Plastik Boru San. ve Tic. A.Ş.	482	90	19	21.758	751
9. Polinas Plastik San. ve Tic. A.Ş.	495	68	14	70.391	571
10. Öz-Ka Lastik ve Kauçuk San. Tic. A.Ş.	228	58	26	54.073	-
İlk 10 Firma	7.879	2.018	26	1.523.766	15.784

yüzde 15 olarak gerçekleşmiştir. Firma, yaptığı 1,9 milyar TL'lik satışa içeriden yüzde 14'lük katma değer katmıştır. Aynı şey diğer büyük firma Çamsan için de geçerlidir. Bu firma da 293 milyon TL'lik satışına içeriden ancak yüzde 25 katma değer katabilmiştir.

İnşaat-konut ile ilgili mobilya sektöründe de durum çok farklı değildir.

Mobilya sektörünün en büyüğü Boydak Grubu'na ait Boytaş Mobilya'nın 2014'te gerçekleştirdiği 941 milyon TL'lik satışa, firma içinden katkı yüzde 27'den ibaret kalmıştır. Bu oran İstikbal Mobilya'da yüzde 23, Doğtaş'ta yüzde 23 ve Yataş'ta yüzde 32'dir. Mobilyanın bu 4 büyük firması birlikte alındığında, 2014 yılında gerçekleştirdikleri 1,9 milyar TL'lik satışa, işletme katma değeri olarak katkıları 500 milyon TL'yi bulmamış ve oran olarak yüzde 27'yi geçememiştir.

LASTİK-PLASTİK SANAYİSİNDE ÜRETİM

İthal hammaddeye dayalı lastik-plastik sanayiinde, bekleneceği gibi, net satışlara yerli katma değer katkısı ancak yüzde 25'i bulmaktadır. Otomotiv lastiği ve plastik doğrama ağırlıklı firmaların başı çektiği bu sektörde, 255 firma arasında 11 firma girmiştir.

Lastik-plastik sanayiinin bu firmaları

8,1 milyar TL dolayında net satışlarıyla toplam net satışlardan yüzde 3; toplamı 2,4 milyar TL'yi bulan brüt katma değerleriyle de toplam brüt katma değerden yüzde 2,4 pay aldılar.

11 lastik-plastik sanayi firmasının net satışlarında firmaların iç üretimlerinin katkısı yüzde 25 dolayındadır. Bu 11 firmanın ihracatı 1,5 milyar dolar dolayındadır. Bu da net satışların yüzde 41'i demektir.

Lastik-plastik sanayiinde ilk 10 firma dikkate alındığında ise net satışlara yerli üretim katkısı 2014'te yüzde 26 ola-

Tablo 12. Makina Sanayiindeki İlk 10 Firmada Üretim Payı: 2014 (Milyon TL, %)

Firma	Net Satış	Brüt Kat. Değer	Br. KD/ Net Satış (%)	İhracat (Bin \$)	Ücretli Sayısı
1. Sarten Ambalaj San. ve Tic. A.Ş.	765	131	17	96.943	2.287
2. Baymak Makina San. ve Tic. A.Ş.	351	85	24	13.536	581
3. Türk Demir Döküm Fabrikaları A.Ş.	561	83	15	60.116	-
4. Samet Kalıp ve Madeni Eşya San. ve Tic. A.Ş.	286	80	28	32.122	1.330
5. Arslan Alüminyum San. ve Tic. Ltd. Şti.	327	71	22	32.360	605
6. Şa-Ra Enerji İnşaat Tic. ve San. A.Ş.	580	33	6	97.563	-
7. Hidromek-Hidrolik ve Mekanik San.. A.Ş.	631	180	28	76.834	1.342
8. Durmazlar Makina San. ve Tic. A.Ş.	353	109	31	95.318	-
9. Öztiryakiler Madeni Eşya San. ve Tic. A.Ş.	275	95	35	60.728	1.253
10. Tümosan Motor ve Traktör Sanayi A.Ş.	438	62	14	6.418	439
İlk 10 Firma	4.566	929	20	571.937	

rak gerçekleşmiştir. Sektördeki firmalar yaklaşık 7,9 milyar TL'lik net satışlarının ancak 2 milyar TL'sini yerli üretimden sağlamışlardır.

Sektörün en büyük firması olan Sabancı Grubuna ait Brisa'da satışlara yerli katkı oranı yüzde 38 ile en yüksek düzeydedir. Katkı oranı bazı şirketlerde yüzde 14'e kadar düşmektedir. Örneğin Brisa'nın rakibi Goodyear'da bu oran yüzde 19, T.Pirelli'de yüzde 26'dır. Plastik doğrama alt sektöründe de yerli üretimin satışlara katkısı yüzde 19-20 dolayındadır.

MAKİNE SANAYİİNDE ÜRETİM

İthal girdiye, makine-teçhizata, yedek parçaya dayalı makine imalat sanayiinde de bekleneceği gibi, net satışlara yerli katma değer katkısı ancak yüzde 20'yi bulmaktadır. Çeşitli amaçlı makine üretimi, ısı gereçleri üretimi ağırlıklı firmaların başı çektiği bu sektörde, 255 firma arasında 10 firma girmiştir.

Makine sanayisinin bu firmaları 4,6 milyar TL dolayında net satışlarıyla toplam net satışlardan yüzde 2; toplamı 1 milyar TL'ye yaklaşan brüt katma değerleriyle de toplam brüt katma değerden yaklaşık yüzde 1,7 pay aldılar.

En büyük 10 makine sanayi firması-

nın net satışlarında yerli üretimin payı yüzde 20 dolayındadır. Bu 10 firmanın ihracatı da 572 milyon dolar dolayındadır. Bu da net satışların yüzde 20'si anlamına gelmektedir.

Sektörün en büyük firması olan Sarten Ambalaj'da üretimin satışlara katkısı yüzde 17'den ibarettir. Isı cihazı üreticisi Baymak'ta yerli katkı yüzde 24 iken Türk Demirdöküm'de yüzde 15'e kadar düşmektedir. Sektördeki Şa-Ra Enerji isimli şirketin toplam satışlarına yerli üretimin katkısının yüzde 6'da kalması ise oldukça dikkat çekmektedir. Bu 10 firma arasında yerli katkısı en yüksek firma ise Öztiryakiler'dir ve katkı oranları yüzde 35'i bulmuştur.

DOKUMA VE KONFEKSİYONDA DURUM

Türkiye sanayisinin en geleneksel sektörlerinden olan tekstil ve giyimde de işletme içi katma değer katkısının yüzde 30'u geçmediği gerçeği çarpıcıdır. Özellikle son 10 yılda Asya'dan iplik, kumaş, aksesuar ithalatının hızlanmasıyla birlikte, tekstil-konfeksiyon işletmelerinden son ürüne eklenen katma değer, net satışların yüzde 30'unu ancak bulur duruma gelmiştir.

2014 için konu olan 255 firma için analize 22 tekstil firması girmiştir. Toplam

satışları 2014'te 8,4 milyar TL olan bu tekstil firmalarının içeriden katma değer katkıları ise 2,1 milyar TL'de kalmış, böylece brüt katma değer/net satış oranları yüzde 25'i ancak bulmuştur. Bu firmaların satışlarında iç pazar ağırlık taşımış, ihracatın payı ise yüzde 19'da kalmıştır.

Tekstil sanayiinin bu 22 firması, 255 firmaya ait toplam net satışlardan yüzde 3; toplam brüt katma değerden de yaklaşık yüzde 2,4 pay aldılar.

En büyük 10 tekstil sanayi firmasının net satışlarında ise yerli üretimin payı yüzde 29 dolayındadır. Bu 10 firmanın ihracatı da 690 milyon dolar dolayındadır. Bu da net satışların yüzde 34'ü anlamına gelmektedir.

Sektörün en büyük firması olan Merinos Halı'da üretimin satışlara katkısı yüzde 36 boyutundadır. Koteks Mensucat'ta yerli katkı, yüzde 22 iken üçüncü sıradaki Menderes Tekstil'de yüzde 25 olarak gerçekleşmiştir.

Analiz kapsamındaki en büyük 255 firma arasında konfeksiyon sektöründen giren firma sayısı ise 4 tanedir: Hugo Boss, Saran, Erak (Mavi) ve Sun Tekstil. Bunların toplamda net satışları 2014'te 1,3 milyar TL'yi bulurken, işletme içinden katma değer katkıları satışların yüzde 26'sından ibaret kalmış-

Tablo 13. Tekstil Sanayisindeki İlk 10 Firmada Üretim Payı: 2014 (Milyon TL, %)

Firma	Net Satış	Brüt Kat. Değer	Br. KD/Net Satış (%)	İhracat (Bin \$)	Ücretli Sayısı
1. Merinos Halı San. ve Tic. A.Ş.	626	223	36	41.123	2.500
2. Korteks Mensucat San. A.Ş.	741	161	22	48.800	1.974
3. Menderes Tekstil San. ve Tic. A.Ş.	594	147	25	211.116	2.425
4. Bossa Ticaret ve Sanayi T.A.Ş.	407	141	35	100.375	2.078
5. YÜNİSA Yünlü San. ve Tic. A.Ş.	319	135	42	76.126	1.954
6. Orta Anadolu İşletmesi T.A.Ş.	457	108	24	80.080	1.543
7. Gürtöks İplik San. ve Tic. A.Ş.	344	103	30	-	1.521
8. Flokser Tekstil San. ve Tic. A.Ş.	393	102	26	56.742	1.098
9. Matesa Tekstil San. ve Tic. A.Ş.	334	98	29	46.219	2.120
10.Özdilek Ev Tekstil San. ve Tic. A.Ş.	281	90	32	30.058	1.597
İlk 10 Firma	4.495	1.308	29	690.637	18.810

tır. Bu 4 firma, satış gelirlerinin yüzde 60'ını ihracattan sağlamış ve 7 bin dolayında istihdamla üretimlerini gerçekleştirmişlerdir.

En büyük firma kümesine deri sektörden tek firma olarak giren ve daha çok asker-polis bot-ayakkabı, çadır vb. satışı ile tanınan Yakupoğlu Tekstil'in ise 301 milyon TL'lik net satışına işletme katma değeri katkısı yüzde 15'ten ibaret kalmıştır. Bu da firmanın fason üretim yaptırma esaslı politikasıyla ilgilidir.

GIDA SANAYİİNDE KATMA DEĞER KATKISI

Türkiye sanayisinin bir diğer geleneksel sektörlerinden olan gıda, analize konu 255 firma içinde 60 firma ile en geniş yeri almaktadır. Yaklaşık 95 bin kişinin çalıştığı bu 60 gıda firmasının 2014 net satışları 46,5 milyar TL'yi bulmuştur. Bu da 255 firmanın net satışlarının yüzde 17'si demektir.

Ne var ki, gıda işletmelerinde yaratılan katma değer, büyük firmaların katma değerinin yüzde 8,2'si büyüklüğe ulaşsa da gıda sektörü net satışlarının ancak yüzde 15'ini bulmaktadır. Bu da sektörün büyük işletmelerinin ithal ve yerli hammadde, yarı ürün maddelerini, 95 bin kişinin çalıştığı gıda işletmelerinde küçük bir işleminden geçirmeleri ve ambalajlamalarından ibaret bir katma değer katkısı olmasından kaynaklanmaktadır. Bu 60 firmanın satışlarının ağırlığı iç pazara dönüktür, ihraç edilen kısmı ise yüzde 15 dolayındadır.

En büyük 10 gıda sanayisi firmasının net satışlarında yerli üretimin payı biraz daha yükselmekte ve yüzde 24'ü bulmaktadır. Bu 10 firmanın ihracatı da 420 milyon dolar dolayındadır. Bu da net satışların yüzde 56'sı anlamına gelmektedir.

Sektörün en büyük firması olan T. Şeker Fabrikaları'nda net satışlara işletme katma değer katkısı yüzde 26 olarak gerçekleşmiştir. İkinci firma Eti Gıda'da oran aynıdır. Üçüncü

Tablo 14. Gıda Sanayisindeki İlk 10 Firmada Üretimin Payı:2014 (Milyon TL, %)

Firma	Net Satış	Brüt Kat. Değer	Br.KD/ Net Satış (%)	İhracat (Bin \$)	Ücretli Sayısı
1. Türkiye Şeker Fabrikaları A.Ş.	3.098	816	26	4.255	10.435
2. Eti Gıda San. ve Tic. A.Ş.	2.287	587	26	124.127	5.465
3. Çay İşletmeleri Genel M.	1.958	523	27	16.638	6.484
4. SÜTAŞ Süt Ürünleri A.Ş.	1.834	355	19	15.084	4.370
5. Konya Şeker San. ve Tic. A.Ş.	2.039	351	17	46.443	3.178
6. Sofra Yemek Üretim A.Ş.	751	288	38	937	11.783
7. Banvit Bandırma Yem A.Ş.	1.850	278	15	90.788	4.123
8. Ülker Çikolata Sanayi A.Ş.	1.126	259	23	39.943	1.206
9. Kayseri Şeker Fabrikası A.Ş.	892	237	27	382	1.432
10. Kent Gıda Maddeleri San. A.Ş.	666	233	35	82.099	1.290
İlk 10 Firma	16.501	3.926	24	420.697	49.766

Çaykur'da oran yüzde 27 iken süt endüstrisindeki Sütaş'ta işletme katma değerinin satışlara katkısı yüzde 19'da kalmaktadır.

SONUÇ

Sanayide firmaların, ürettikleri ürünler için gerekli makine-teçhizat, hammadde, enerji vb.nin bir kısmını ithalat ya da ülke içinden başka işletmelerden tedarik etmeleri olağandır. Ancak bu tedarikin, firma satışlarının ne kadarını kapsadığı, firmanın kendisinin sattığı ürüne ne kadar katkı yaptığı, sanayinin sağlamlığı ve gücü konusunda önemli bir veri sayılır. Zaman içinde satışa konu ürünün bedelinin artan kısmının tedarik edilen malla ayrılarak içeriden katma değer katkısının azalması, işletmelerin zaafına işaretir.

Türkiye sanayisi, özellikle son yıllarda böyle bir zaafı yaşamakta, firmaların üretmiş gördükleri ve pazarladıkları ürüne işletme katkıları hızla azalmaktadır.

İstanbul Sanayi Odası'nın her yıl belirlediği Türkiye'nin en büyük sanayi firmaları sıralamasında firma net satışları ile brüt katma değer bilgilerini açıklayanlar arasında yapılan araştırma,

firmaların net satışlarına kendi işletmelerinden yaptıkları katkının 2003 sonrası azaldığını ve 2014 itibarıyla yüzde 30'un altına düştüğünü göstermektedir.

Başka bir ifadeyle, firmalar, net satış gelirlerinin yüzde 70'ini işletme dışından aldıkları makine-teçhizat, girdi, enerji vb. için harcarken ancak geriye kalan yüzde 30'unu dolaylı vergi, ücret, kâr, faiz olarak paylaşmak zorunda kalmaktadırlar. Bu oran bazı yıllarda yüzde 35'i bulmakla birlikte son yıllarda yüzde 30'un altına düşmüştür. Hatta birçok sektörde yüzde 20'lerdedir.

Bu durum, firmaların işletmede üretmek yerine, ithal etme ya da ülke içinden tedarik etme eğilimlerini daha kârlı, ekonomik bulmalarından kaynaklanmıştır. Özellikle de izlenen düşük kur politikaları ile bir dönem için geçerli olan dışarıdan ucuza borçlanma imkanları ve dışarıdan tedarik etme eğilimlerinin körüklenmesiyle, işletme içi üretim zayıf düşmüş, montajcılık pekişmiş, teknoloji üretimi, verimlilik artırma gayretleri gevşemiş, katma değer ve ona bağlı olarak istihdam olanakları gerilemiştir.

Bu sağlıksız durumun özellikle sanayi cirosunda büyük payları olan otomotiv,

elektrikli cihazlar, ana metal, makine, kimya gibi sanayilerde daha yüksek olduğu gözlenebilmektedir.

Özellikle işletmelerin, düşük kur ve ucuza borçlanma şartlarında tercih ettikleri ithalat ile dışarıdan tedarik, firmalara geçici kazançlar sağlasa da işletmeleri artan ölçüde montajcı, ambalajcı duruma getirmiş, istihdam kalitesini düşürmüş, yenilikçilik, buluşçuluk eğilimlerini zayıflatmıştır. Bunun yanı sıra, ülkenin cari denge açığını daha da büyüterek kırılganlığı pekiştirmiş, dış borç stokunu devasa boyutlara çıkarmış ve yeniden borçlanmanın maliyetlerini de tehlikeli ölçüde artırmıştır.

Bu durumun sürdürülemezliği, döviz kurlarının artması, dışarıdan borçlanmanın maliyetinin yükselmesi ile acı bir biçimde fark edilmiş bulunuyor. Sorunun aşılması ise bir dizi mikro ve makro politika değişikliklerine gidilmesini gerektiriyor.

Makro düzeyde, daha gerçekçi bir döviz kuru politikası ve kaynak kullanımı rasyonitesi ile birlikte, sanayiye yıkıcı dış rekabetten koruyacak dış ticaret önlemlerinin geliştirilmesi gerekiyor. Bunun yanında, yerli girdi, enerji üretimi ve tedarikinin özendirilmesi, işletme içi katma değer katkısının net satışlara ortalama olarak ilk elde yüzde 30'lardan yüzde 40'lara, giderek yüzde 50'lere kadar çıkarılmasını mümkün kılacak kamu desteklerine başvurulması gerekiyor. Bütün bunlar da bu sıçramayı sağlayacak sanayi politikaları ve strateji değişikliklerine gidilmesini gerektiriyor.

Sanayinin yeniden büyümenin lokomotif gücü anlamına gelecek bu makro atılıma paralel olarak sektörlerin ve tek tek firmaların kendi mikro değişimlerini geliştirmeleri, verimliliği artıracak, yenilikçi, buluşçu çabalar içine girmeleri, içeriden katma değer oranını yükseltme çabaları için seferber olmaları gerekiyor. ■