

157

# **MAHALLİ PAZARLAMA ÖRNEĞİ MARDİN ÇİMENTO SANAYİİ VE TİCARET A.Ş.'DE PAZARLAMA UYGULAMALARI**

( Bilim Uzmanlığı Tezi )

Tez Danışmanı

**Yrd. Doç. Dr. Emir ERDEN**

**E. Murat ÖZBAY**

İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ  
GENEL KÜTÜPHANESİ

MALATYA — 1988

GİRİŞ .....	X
ÇALIŞMANIN AMACI .....	XI
ÇALIŞMANIN KAPSAMI .....	XI
METOD .....	XIV

## B İ R İ N C İ B Ö L Ü M

## TÜRK ÇİMENTO SEKTÖRÜ VE MARDİN ÇİMENTO SANAYİİ TİCARET A.Ş.

1. TÜRKİYE'DE ÇİMENTO SEKTÖRÜ .....	1
1.1. Çimentonun Tanımı .....	1
1.2. Ülkemizde Üretilen Çimento Çeşitleri .....	1
1.3. Çimento ve Çimento Sanayii Tarihine Kısa Bir Bakış .....	2
1.4. Sektörün Gelişimi ve Bugünkü Durumu .....	3
1.4.1. Türkiye'de Üretim ve Hizmet İşletmelerinin Dağılımı .	4
1.4.1.1. Birincil Üretim, Alt Yapı ve Hizmetleri .....	4
1.4.1.2. İmalat Sanayii .....	5
2. MARDİN ÇİMENTO SANAYİİ VE TİCARET A.Ş. ....	6
2.1. Genel Bilgiler .....	6
2.2. Teknoloji ve Üretim .....	7
2.3. Üretim ve Satış .....	9
2.3.1. Çimento Üretimi .....	9
2.3.2. Satışlar .....	9
2.3.2.1. İç Satışlar .....	9
2.3.2.2. Dış Satışlar .....	11

## İ K İ N C İ B Ö L Ü M

## 1975-1987 YILLARI İTİBARI İLE TÜRKİYE'DE VE MARDİN ÇİMENTO SANAYİNDE ÜRETİM VE SATIŞ DURUMLARI

1. 1975 YILI İTİBARI İLE ÇİMENTO ÜRETİM VE SATIŞI.....	13
1.1. Çimento Sanayii (Genel) .....	13

1.2. Mardin Çimento Sanayii (Özel) .....	14
2. 1976 YILI İTİBARİ İLE ÇİMENTO ÜRETİM VE SATIŞI .....	15
2.1. Çimento Sanayii (Genel) .....	15
2.2. Mardin Çimento Sanayii (Özel) .....	16
3. 1977 YILI İTİBARİ İLE ÇİMENTO ÜRETİM VE SATIŞI .....	17
3.1. Çimento Sanayii (Genel) .....	17
3.2. Mardin Çimento Sanayii (Özel) .....	17
4. 1978 YILI İTİBARİ İLE ÇİMENTO ÜRETİM VE SATIŞI .....	18
4.1. Çimento Sanayii (Genel) .....	18
4.2. Mardin Çimento Sanayii (Özel) .....	19
5. 1979 YILI İTİBARİ İLE ÇİMENTO ÜRETİM VE SATIŞI .....	20
5.1. Çimento Sanayii (Genel) .....	20
5.2. Mardin Çimento Sanayii (Özel) .....	21
6. 1980 YILI İTİBARİ İLE ÇİMENTO ÜRETİM VE SATIŞI .....	23
6.1. Çimento Sanayii (Genel) .....	23
6.2. Mardin Çimento Sanayii (Özel) .....	24
7. 1981 YILI İTİBARİ İLE ÇİMENTO ÜRETİM VE SATIŞI .....	27
7.1. Çimento Sanayii (Genel) .....	27
7.2. Mardin Çimento Sanayii (Özel) .....	28
8. 1982 YILI İTİBARİ İLE ÇİMENTO ÜRETİM VE SATIŞI .....	30
8.1. Çimento Sanayii (Genel) .....	30
8.2. Mardin Çimento Sanayii (Özel) .....	31
9. 1983 YILI İTİBARİ İLE ÇİMENTO ÜRETİM VE SATIŞI .....	33
9.1. Çimento Sanayii (Genel) .....	33
9.2. Mardin Çimento Sanayii (Özel) .....	34
10. 1984 YILI İTİBARİ İLE ÇİMENTO ÜRETİM VE SATIŞI .....	36
10.1. Çimento Sanayii (Genel).....	36

10.2. Mardin Çimento Sanayii (Özel) .....	37
11. 1985 YILI İTİBARİ İLE ÇİMENTO ÜRETİM VE SATIŞI .....	39
11.1. Çimento Sanayii (Genel) .....	39
11.2. Mardin Çimento Sanayii (Özel) .....	40
12. 1986 YILI İTİBARİ İLE ÇİMENTO ÜRETİM VE SATIŞI .....	43
12.1. Çimento Sanayii (Genel) .....	43
12.2. Mardin Çimento Sanayii (Özel) .....	44
13. 1987 YILI İTİBARİ İLE ÇİMENTO ÜRETİM VE SATIŞI .....	47
13.1. Çimento Sanayii (Genel) .....	47
13.2. Mardin Çimento Sanayii (Özel) .....	48
14. SAYISAL VE GRAFİKSEL TABLOLAR .....	51

### Ü Ç Ü N C Ü B Ö L Ü M

#### MARDİN ÇİMENTO SANAYİİ VE TİCARET A.Ş.'DE PAZARLAMA FAALİYETLERİ

1. ORGANİZASYON YAPISI İÇERİSİNDE PAZARLAMA FAALİYETLERİNİN YERİ	61
1.1. Organizasyonun Düzenleniş Biçimi .....	61
1.2. Pazarlamanın Organizasyon İçerisinde Ticaret Müdürlüğü Olarak Görülmesi .....	63
1.3. Ticaret Müdürlüğünün Görev ve Yetkileri .....	63
2. PAZARLAMA (TİCARET) FAALİYETLERİ (YÖNETİM AÇISINDAN) .....	65
2.1. Mamül .....	65
2.1.1. Mardin Çimento Sanayinde Mamül Faaliyetleri .....	66
2.2. Fiyat .....	67
2.2.1. Mardin Çimento Sanayinde Fiyat Faaliyetleri .....	67
2.2.2. Çimento Satış Fiyatlarının Serbest Bırakılması ....	68
2.3. Dağıtım .....	69
2.3.1. Mardin Çimento Sanayinde Dağıtım Faaliyetleri .....	70
2.4. Tutundurma (Promosyon) .....	71
2.4.1. Tutundurma Faaliyetlerinin Sınıflandırılması .....	71

2.4.2. Mardin Çimento Sanayinde Tutundurma Faaliyetleri ..	73
3. PAZARLAMA FAALİYETLERİ (GENEL AÇIDAN) .....	76
3.1. Pazar İle İlgili Faaliyetler (Müşteri İlişkileri) .....	76
3.1.1. İç Pazar İle İlgili Faaliyetler .....	76
3.1.2. Dış Pazar İle İlgili Faaliyetler .....	77
3.2. Satınalma - Satış Faaliyetleri .....	78
3.2.1. Satınalma Faaliyetleri .....	78
3.2.2. Satış Faaliyetleri .....	79
3.2.2.1. İç Satış Faaliyetleri .....	79
3.2.2.2. Dış Satış Faaliyetleri .....	80
3.3. Mardin Çimento Sanayinde Taşıma-Depolama Faaliyetleri ....	82
3.3.1. Taşıma Faaliyetleri .....	82
3.3.2. Depolama Faaliyetleri .....	83
3.4. Mardin Çimento Sanayinde Standartlaştırma ve Dereceleme Faaliyetleri .....	83
3.4.1. Standartlaştırma Faaliyetleri .....	83
3.4.2. Dereceleme Faaliyetleri .....	84
3.5. Mardin Çimento Sanayinde Finansman ve Risk Taşıma Faaliyet- leri .....	85
3.5.1. Finansman Faaliyetleri .....	85
3.5.1.1. Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar .....	85
3.5.1.2. Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar .....	85
3.5.1.3. Öz Kaynaklar .....	85
3.5.2. Risk Taşıma İle İlgili Faaliyetler .....	86
3.6. Mardin Çimento Sanayinde Bilgi Toplama ve Yayma Faaliyetleri	87
D Ö R D Ü N C Ü B Ö L Ü M	
DEĞERLENDİRME VE SONUÇ	
4. PAZARLAMA FONKSİYONLARI VE MARDİN ÇİMENTO SANAYİNDEKİ UYGULAMA- LARIN DEĞERLENDİRİLMESİ .....	89

---

4.1. Benzerlikler .....	89
4.2. Farklılıklar .....	89
4.3. Değerleme .....	92
5. SONUÇ 1.....	94
6. SONUÇ 2.....	97
7. YARARLANILAN KAYNAKLAR .....	102

## G İ R İ Ő :

İktisadi yaşaman işlerliğinde, faaliyetler önemli bir rol oynamaktadır. Bilindiği gibi iktisadi faaliyetler, Üretim-Dağıtım-Tüketim gibi işlevlerden oluşmaktadır. Bir ülkenin iktisadi sistemi içerisinde üretim, yapılaşma ve gelişmenin önemli bir unsurudur. Buna göre üretim birimlerini Şu Şekilde sınıflandırmak mümkündür. "Tarım-Enerji-İmalat" birimlerinden oluşmaktadır.

İmalat sanayii içerisinde yer alan ve ara malı üreten sanayii grubuna giren çimento sanayii, ülkenin iktisadi yapısı içerisinde önemli bir rol oynamaktadır. Karma Ekonomik sistem içerisinde oldukça başarılı olan ve hızlı bir Şekilde önemli bir gelişme gösteren çimento sanayii Türk Ekonomisi için büyük bir anlam ifade etmektedir. Hızlı bir Şekilde gelişmekte olan ülkemizde son yıllarda gerçekteşirilen sanayii atılımlarının devam ettirilebilmesi ve sanayileşmenin sağlam temellere oturtulabilmesi, sağlıklı bir alt yapının oluşturulması ile mümkün olacaktır. Çünkü alt yapısız bir sanayileşmeyi düşünmek ve gerçekteşirmek imkansızdır. Bu noktada çimento sanayii alt yapı tesisinde ve sanayileşmenin oluşturulmasında büyük bir görevi üstlenmektedir. Bu görevi en iyi bir Şekilde yerine getirebilmek için iç ve dış pazar taleplerini karşılama doğrultusunda, çimento sektörü çeşitli yörelerde kurulmuş olan 40'a aşkın fabrika ile hizmet vermektedir. İç talepteki önemli artışı karşılamakla beraber oluşturulan önemli dış pazar payı ile çimento sektörünün, Türk Ekonomisi içerisinde ne denli büyük bir değer ifade ettiği açıkça görölmektedir.

Ekonomik yapı içerisinde alt yapılaşma ve sanayileşme açısından bir diğer önemli sektörde İnşaat Sektörüdür. Yapılaşmayı sağlayan ve sanayileşmeye aktivite kazandıran sektör olması nedeniyle, ekonominin vazgeçilmez unsurlarından biridir. İnşaat sektörünün faali-

yetlerinde kullanılan ve bir ara mamül olan çimento buradada nedenli önemli bir mamül olduğunu göstermektedir. 70'li yıllarda durma aşamasına gelen inşaat sektörünün 80'li yıllarda tekrar hareket kazanması ile çimentoya olan ihtiyaç dahada artmış olup, bu doğrultuda çimento sanayinde yeni gelişmeler ve büyümeler meydana gelmiştir. "GAP" Projesinin gerçekleşmesi ile sektörün önemi dahada artacak ve daha hızlı bir gelişme göstermesi gerekecektir.

#### ÇALIŞMANIN AMACI :

Karma ekonomik yapıya sahip Türkiye'de bu sistemin en iyi bir şekilde işlediği sektörlerden biri olan çimento sektörünü genel, işletme seviyesinde Mardin Çimento Sanayii ve Ticaret A.Ş.'ni özel olarak inceleyip Mahalli Pazarlama Sistemlerine bir örnek sunulmak istenmiştir. Türkiye genelinde faaliyet gösteren çimento fabrikalarının üretim ve satış durumlarını toplam olarak ele alıp, Mardin Çimento Sanayinin Türk Çimento Sektörü içerisindeki yerini ve sektör ile Türk Ekonomisine neler kazandırdığını ortaya koyma açısından böyle bir çalışma gerekli idi.

Ayrıca Mardin Çimento Sanayinin "Mahalli Pazarlama İlkeleri" açısından nasıl bir etkiyi gösterdiği, pazar ve pazarlama konusunda neler yapıldığı, faaliyetlerinin başlangıç yılı olan 1975 yılından 1987 yılına kadarki faaliyet sonuçlarının neler olduğunu belirlemek amacıyla böyle bir çalışma yapmayı faydalı gördüm.

#### ÇALIŞMANIN KAPSAMI :

Çalışma konumuz Pazarlama ve "Mahalli Pazarlama İlkeleri" olduğuna göre öncelikle pazarlamayı, Makro ve Mikro açılarından ele almak gerekir.

Makro Pazarlama : "Pazarlamaya toplum açısından bakarak, işletmelerin pazarlama uygulamalarının tüm ülkenin ekonomik ve toplumsal



yapısı üzerindeki etkilerini tanıtır. Toplumun ve ülke ekonomisinin geliştirilmesinde pazarlamadan yararlanma yollarını gösterir."

"Pazarlama gerçekte, işletmelerin ve örgütlerin boyutları üstüne uzanan toplumsal bir eylemdir." İşletmeler uyguladıkları pazarlama ilkeleri ve yöntemleriyle, kendi amaçlarına en başarılı biçimde ulaştıkları gibi, toplumu oluşturan kişilerin kişisel çıkarlarına da çok yararlı olmuşlardır. Ancak toplumun çıkarlarına korumayı ihmal etmişlerdir. Sonuçta olumsuz çevresel etkilere ve kaynakların kötü biçimde kullanımına neden olmuşlardır. Kişisel çıkarlar (İşletmenin ve Bireylerin) ile toplum çıkarlarını bağdaştıracak, uyumlu kılacak biçimde pazarlama eylemleri yapılmalıdır. Bunun içinde, devlet işletmeler ve tüketiciler elbirliğiyle girişimlerde bulunmalı, düzenlemeler yapmalıdırlar. Kısaca pazarlama, toplumsal çıkarı sağlamak için yeni ve değişik görevler üstlenmelidir." (1)

Mikro Pazarlama : "Pazarlamaya örgüt açısından, özellikle işletmeler açısından bakar. Türü malların pazarlama biçimlerini, sorunlarını, sorunların çözüm yollarını gösterir. Ayrıca işletmenin pazarlama işlevlerinin yada eylemlerinin nasıl yönetileceğini, yönetimde kullanılacak ilkeleri ve yöntemleri açıklar."

"Pazarlama, bir işletme ve yönetim işlevidir." Türü malların ve hizmetlerin üreticiden tüketiciye doğru akışına sağlamak pazarlamanın temel görevidir. Bu görev yerine getirilirken türü eylemler ve işlevler yapılır. Görevin başarıyla yapılması için, pazarlama eylemleri ve işlevleri pazara yönelik olmalı, bilimsel yönetim ilkeleri ve yöntemleri uygulanmalıdır. Bu nedenle pazarlama, işletmelerde geçerli bir yönetim işlevidir.

Pazarlama yöneticisi bu görevini yerine getirirken, önce hizmet edeceği pazarı belirlemeli, sonra da tüm pazarlama eylemlerini ve

işlevlerini belirlenen pazara uygun bir biçimde planlamalı, örgütlemeli, düzenleştirmeli, yönettirmeli, denetlemeli ve sonuçta malların değişimini sağlamalıdır. Kuşkusuz görevini yaparken, işletme içi kaynakları ve olanakları kullanmak, işletme dışı türlü kurumlardan ve fiziksel eylemlerden yararlanmak ve türlü etkenleri göz önünde tutmak zorundadır.(1)

Pazarlamayı Makro ve Mikro düzeyde izah ettikten sonra, Mardin Çimento Fabrikası üzerinde yapmış olduğum çalışmanın kapsamını açıklamak sanırım daha kolay olacaktır. Buna göre Makro açıdan Türk Çimento Sanayinin durumunu ele alarak, Mikro seviyede de Mardin Çimentonun pazarlama faaliyetlerini fonksiyonel bir yaklaşımla ortaya koymaya çalıştım. Çalışmalarımı yaparken ve konuyla ilgili verileri toplarken, bizzat işletmenin yetkili elemanları ile görüşerek, gerçek ve tutarlı bilgileri işletmenin yıllık faaliyet raporlarından alarak yapmış olduğum çalışmayı gerçek değerler üzerine oturtmaya itina gösterdim.

Mahalli Pazarlama faaliyetleri konusunda yapılan araştırmalar, için şunu söylemek mümkündür. Bugüne kadar İstanbul-İzmir-Ankara ve Eskişehir gibi vilayetlerin dışında pek önemli bir araştırma yapılmamıştır. Bu nedenle bu araştırma ile ilk defa Mahalli Pazarlama Faaliyetleri üzerinde, Güneydoğu'da böyle bir araştırma yapılmaktadır. Ayrıca bu araştırma ile, Doğu İllerinde cereyan eden pazarlama faaliyetlerinin diğer illerdeki pazarlama faaliyetlerinden pek farklı olmayacağını göstermeye çalıştım.

---

(1) İlhan Cemalcılar ; Pazarlama, Eskişehir : Hakan Ofset, 1983

M E T O D :

Araştırmaya başlamadan önce, düşünce olarak Diyarbakır ve çevresinde mikro seviyede (işletme seviyesinde) yürütülen pazarlama faaliyetlerinin, İstanbul-Ankara-İzmir gibi büyük şehirlerde icra olunan faaliyetlere kıyasla büyük farklılıklar göstermeyeceğini zannediyordum. Çünkü pazarlama fonksiyonlarının her ortamda geçerli olacağını varsayacak olursak, bölgeler arasında büyük farklılıklar olmayacağı kanısına varabiliriz.

Ancak mahalli pazarlama faaliyetlerine örnek olarak, Mardin Çimento Fabrikasını, araştırma konusu olarak almaman nedeni, buradaki pazarlama faaliyetlerinin, sözkonusu büyük şehirdekilerle farklılık göstermesini düşünmemin gereği idi. Bu nedenle Mardin Çimento Fabrikasında yöresel pazarlama faaliyetlerinin, büyük şehirlerdeki pazarlama faaliyetlerinden, farklılık göstereceği varsayımından yola çıkarak, araştırmalarımı bu doğrultuda yürüttüm.

Araştırmaya bağlarken, kaynak ve veri toplama açısından, ilk olarak Mardin Çimento Sanayine gittim ve 13 yıllık üretim ve satışlarla ilgili verileri, yıllık raporları analiz ederek, elde ettim. İlgililerle görüşerek işletme hakkında geniş bilgiler edindim. Mikro seviyedeki bu bilgileri topladıktan sonra, makro açıdan Türk Çimento Sektörü hakkında ilgili kaynaklardan ve istatistiki verilerden, bilgiler toplayarak, çimento ve çimento sektörü hakkında gerekli verileri toplamaya çalıştım. Elde ettiğim tüm bilgileri fonksiyonel bir yaklaşımla değerlendirerek, çimentonun dünü bugünü ve Mardin Çimentonun faaliyete başladığı 1975 yılından 1987 yılı sonuna kadar geçirdiği aşamaların ve yaptığı çalışmaların, ekonomik açıdan değerlendirmesini yaparak, mahalli pazarlama faaliyetlerinin Mardin Çimentoda nasıl bir etki yarattığını ve neticede 13 yıllık faaliyetin yöreye ve Türk Eko-

nomisine, çimento sektörüne neler kazandırdığını ortaya koymaya çalışarak, neticede tüm çalışmalarımın ve analizlerimin bir değerlendirilmesini yaparak araştırma ve çalışmamı bitirdim.

## B İ R İ N C İ B Ö L Ü M

### TÜRK ÇİMENTO SEKTÖRÜ VE MARDİN ÇİMENTO SANAYİİ TİCARET A.Ş.

#### 1. Türkiye'de Çimento Sektörü

##### 1.1.Çimentonun Tanımı :

Çimento, başlıca silisyum, kalsiyum, aliminyum ve demir oksitlerini ihtiva eden hammaddelerin teknolojik metodlarla sinterleşme temperaturüne kadar pişirilmesi ile elde edilen yarı mamül madde klinkerin, tek veya daha fazla cinsteki katkı maddesi ile öğütülmesi suretiyle, imal edilen hidrolik bir bağlayıcıdır.

Bugün ülkemizde çimento endüstrisinde, yağ sistem, kuru sistem ve yarı kuru sistem olmak üzere üç üretim sistemi uygulanmaktadır.

##### 1. Yağ Sistem :

Yağ sistem üretiminde, kalkerle kil karışımına % 30-40 oranında su ilave edilip değirmende öğütülmekte ve sonra çamur haline getirilerek, pişirme işlemi yapılmaktadır.

##### 2. Kuru Sistem :

Kuru sistem üretiminde, kalkerle kil karışımı kurutulularak öğütüldükten sonra toz halinde (farin) pişirme ameliyesi yapılmaktadır.

##### 3. Yarı Kuru Sistem :

Yarı-Kuru üretim metodunda, hammadde kuru olarak öğütülüp eğik duran döner bir tabak üzerine su püskürtülüp leblebi veya fındık büyüklüğünde granüller haline getirilir. Bu granüller lepol ızgarasında kurutulup döner fırında pişirilmeye verilir.

Kuru sistemde yakıt sarfiyatı diğer sistemlere göre en ekonomik olanıdır. Bu nedenle bugün dünyada kuru sistem en yaygın olan üretim şeklidir.

##### 1.2. Ülkemizde Üretilen Çimento Çeşitleri :

##### 1. Portland Çimentoları ve Katkılı Portland Çimentosu (TSI9)

2. Yüksek Fırın Curuf Çimentoları (TS20)
3. Traslı Çimento (TS26)
4. Beyaz Portland Çimentosu (TS21)
5. Harç Çimentosu (TS22)
6. Uçucu Küllü Çimento (TS640)
7. Sülfatlı Curuf Çimentosu (TS809)
8. Erken Dayanımı Yüksek Çimento (Beton Travers Çimentosu (TS3646)

### 1.3 . Çimento ve Çimento Sanayii Tarihine Kısa Bir Bakış :

Geçen yüzyıl içerisinde, büyük bir kuvvet ve dinamizm ile bağdöndürücü bir süratle gelişen büyük sanayi kollarından biride çimento sanayii olmuştur.

Çimento sanayii geçirdiğimiz yüzyılın başlarında İngiltere'ye ait bir monopoldü. Çimento ilk defa İngiltere'de bulunmuş ve inşaat malzemesi olarak, sahip olduğu yüksek vasıflar nedeniyle büyük takdir toplamış, neticede yavaş yavaş dünyanın her tarafında büyük ölçüde imal edilmeye başlanmıştır. Teknik anlamda çimento üretimi 19.yüzyılın ortalarında gerçekleştirilmiştir.

Beton ve Betonarme inşaat sisteminin bugünkü üstün seviyeye çıkmasında çimento sanayii çok büyük bir rol oynamıştır.

Günümüzde çimentonun inşaat ve sanayide pek çeşitli kullanım alanları vardır. Bunları 6 noktada toplamak mümkündür.

1. Beton İmalinde,
2. Betonarme İmalinde,
3. Özellikle Çimento Mamullerinin İmalinde,
4. Sentetik Taş İmalinde,
5. Terazzo Taşları İmalinde,
6. Her çeşit toprak altı ve üstü inşaatlarda kullanılmaktadır.

Çimento sanayinin göstermiş olduğu gelişme ve inkişaf ile birlikte, ülkelerin sanayisel kalkınmalarında çimentoya olan bağılılıkları ne-nedeniyle bir İngiliz Muharriri, "Düne Demir Çağı Nazarı İle Baktı-ğımız Gibi Yarına Çimento Dekadı İsmi Verebiliriz." demiştir.(2)

#### 1.4. Sektörün Gelişimi ve Bugünkü Durumu :

Dünyada teknik anlamda, çimento üretim ve kullanımını sanayi dev-rimini takiben 19.yüzyılın ortalarında Batı Avrupa'da başlarken,

Türkiye'de ilk çimento fabrikası 1911 yılında 20.000 ton/yıl kapasite ile İstanbul/Darıcada (Aslan Çimento), ilk kamu sektörü fab-rikası ise 35.000 ton/yıl kapasite ile Sivas'ta (Sümerbank) kurulmuş-tur.

Bilahare çimento sektöründeki yatırımların yönlendirilmesi a-macı ile 1950'li yıllarda, Türk Çimento Sanayii bir Kamu İktisadi Te-sebbüsü olarak faaliyete sokulmuş, daha sonra çimento fabrikası yatı-rımları özellikle planlı ekonomiye geçildiği 1960 yılından itibaren programlı bir şekilde ülke sathına yaygınlaştırılmış, eskiler revize edilerek yeni sistemlerle takviye edilmiştir.

Halen faaliyette bulunan 40 adet çimento fabrikası mevcut olup bunların dağılımı, (Kamu, Karma ve Özel Sektör olarak) tablo 1'de yer almıştır.

Türkiye Çimento sektörünün gelişmesi planlı ekonomiye geçişle kendini göstermeye başlamıştır. I.Beş yıllık plan dönemi başında 2.6 milyon ton olan klinker kapasitesi, teknolojik ve ekonomik gelişmele-re paralel olarak V.Beş yıllık plan döneminde 21. milyon tona ulaş-mış bulunmaktadır. Çimento sektörünün gelişimini derinlemesine ince-lemeden önce, sektörün İktisadi Sistem içerisindeki yerini belirlemek

(2) The Economist. London, 10.11.1923. NO: 4. s.133. :Kaynak A.Ali

Özeken Türkiye Çimento Sanayii; İstanbul, Güven Basımevi, 1942.s.1-2

gerekir. Ekonomik yapı içerisinde, çimento sektörü sanayi işletmeleri olarak faaliyet göstermekte ve imalat sanayi içerisinde yer almaktadır. İmalat sanayinin ve çimento sektörünün sistem içerisindeki yerini belirleyebilmek için Türkiye'deki üretim ve hizmet işletmelerinin bir dağılımını yapmak gerekir.

1.4.1.D.1.Türkiye'de Üretim ve Hizmet İşletmelerinin Dağılımı :

1.4.1.1.Birincil Üretim, Alt Yapı ve Hizmetler :

A. TARIM

1. Bitkisel Üretim
2. Hayvancılık
3. Su Ürünleri
4. Ormancılık

B. MADENCİLİK

1. Madencilik

C. ENERJİ

1 D. ALT YAPI VE TURİZM

1. Ulaştırma
2. Haberleşme
3. Radyo-Televizyon
4. İnşaat
5. Harita-Tapu ve Kadastro
6. Turizm

E. EĞİTİM

F. SAĞLIK

G. KONUT

H. KAMU HİZMETLERİ

1. İç Güvenlik Hizmetleri
2. Adalet Hizmetleri



Görüldüğü gibi Türkiye'de üretim ve hizmet faaliyetleri böyle bir dağılım göstermektedir. Ancak konumuzun çimento olması nedeniyle ve çimentonunda İmalat Sanayii içerisinde yer almasından dolayı, İmalat Sanayii içinde sistem içerisindeki yerini belirlemek gerekir. Buna göre;

#### 1.4.1.2. İmalat Sanayii

##### I. Genellikle Tüketim Malı Üreten Sanayiler

1. Gıda Sanayii
2. İçki Sanayii
3. Tütün Mamulleri Sanayii
4. Dokuma ve Giyim Sanayii

##### II. Genellikle Ara Malı Üreten Sanayiler

1. Orman Sanayii
2. Kağıt Sanayii
3. Basım Sanayii
4. Deri ve Deri Mamulleri Sanayii
5. Lastik Sanayii
6. Plastik Sanayii
7. Kimya Sanayii
8. Petro Kimya Sanayii
9. Petrol Ürünleri Sanayii
10. Gübre Sanayii
11. Seramik Sanayii
12. Cam Sanayii
13. ÇİMENTO SANAYİİ
14. Pigmiş Kil ve Çimentolan Gereçler Sanayii
15. Demir Çelik Sanayii
16. Demir Dışı Metaller

##### III. Genellikle Yatırım Malı Üreten Sanayiler

1. Madeni Eşya İmalat Sanayii
2. Elektriksiz Makinalar Sanayii
3. Meslek-Bilim-Ölçü-Kontrol ve Optik Donatımı İmalat Sanayii
4. Elektrikli Makinalar Sanayii
5. Elektronik Sanayii
6. Karayolu Taşıtları Sanayii
7. Demiryolu Taşıtları Sanayii
8. Gemi İnşaat Sanayii
9. Uçak İmalat Sanayii (3)

İmalat Sanayii ve kapsamını belirledikten sonra, çimento sanayinin imalat sanayii içerisindeki yerini belirleyerek sektöre bulunduğu yer açısından açıklık getirmiş oluruz. Buna göre, yukarıda yaptığımız ayırıma göre Çimento Sanayii İmalat Sanayii içerisinde yer alan, Ara Malı Üreten Sanayilerin faaliyet alanına girmektedir.

Türkiye'nin yapılaşmasında ve kalkınmasında önemli bir yeri olan çimento sektörünün, yıllar itibarıyla Milli Gelir içerisinde nasıl bir paya sahip olduğunu gösterecek olursak, sanırım ekonomik sistem içerisinde sahip olduğu yerin önemini daha iyi bir şekilde ortaya koyabiliriz. Dağılım, (Tablo - 2)

## 2.Mardin Çimento Sanayii ve Ticaret A.Ş.

### 2.1.Genel Bilgiler :

Mardin Çimento Sanayii ve Ticaret A.Ş. Türk Ticaret Kanunu hükümlerine göre 2.6.1969 tarihinde kurulmuş bir anonim şirket olup, bu yasa doğrultusunda işlevini sürdürmektedir. Fiilen üretime geçiş tarihi ise 3.9.1975'tir. Fabrika Mardin/Savur yolu 6.Km. hizmet vermektedir.

---

(3) T.C.Başbakanlık D.P.T.4,Kalkınma Planı Ankara,Nisan 1979 s. 8-14.

Şirket çok ortaklı şirketler grubundan olup, bilinen ortak sayısı 1007'dir. Yeniden değerlemelerle birlikte 2 milyar TL'na (1,5 milyar yeniden değerlendirme, 500 milyon ortaklar katkısı ile nakden) ulaşılan kayıtlı sermayenin hali hazır yapısı şöyledir.

	( % )	( TL. )
- Ordu Yardımlaşma Kurumu	43.22	964.406.000-
- Çimento ve Toprak Sanayii	46.23	924.686.000-
- Mardin Ticaret ve Sy.Odası	0.0002	400.000-
- Gerçek Kişiler	5.54	110.508.000-
	100.0	2.000.000.000-

İlgili yıllar itibari ile sermayenin gelişimi ise şöyledir :

	Artırım	Toplam	Açıklama
Kuruluş Sermayesi	-	1.000.000	06.06.1969
1.Sermaye Artırımı	49.000.000	50.000.000	13.11.1969
2.Sermaye Artırımı	25.000.000	75.000.000	04.11.1972
3.Sermaye Artırımı	50.000.000	125.000.000	26.11.1973
4.Sermaye Artırımı	50.000.000	175.000.000	23.11.1975
5.Sermaye Artırımı	325.000.000	500.000.000	15.04.1985
6.Sermaye Artırımı	1500.000.000	2.000.000.000	02.04.1985

#### Yeniden Değerleme

Hisse senetlerinin her biri 500 TL/adet nominal değerinde ve hamiline olup, piyasada şu anda 10 katına yakın değerinde(yeniden değerlendirme karşılığı bedelsiz verilenler de dahil) alıcı bulabilmektedir.

#### 2.2. Teknoloji ve Üretim :

Fabrikada uygulanan teknoloji Türkiye'de en yaygın ve ağırlıkta olan türdendir.

- Konkasör : Rötörlü ve çekiçli (MIAG. 350 ton/saat)

- Farin ve çimento değirmenleri : Bilyalı ve kamaralı (KHD.ve F.L. Schmid 130 ton/saat ve 2 adet 60 ton/saat)
- Döner Fırın : Ön ısıtıcılı ve kuru sistem (KHD.AG.1590 ton/gün)
- Kömür Kurutma ve Öğütme Değirmeni : Valsli (Çaman 20 ton/saat)
- Paketleme : Tam otomatik ve bantlı (2 adet H.Bocker, 1 adet Trakya Makina Sanayi beheri 100 ton/saat) özelliklere sahip bulunmaktadır.

Bugün gelişmiş ülkeler ile bazı ortadoğu ülkelerinde daha ileri (elektronik beyinle kumanda edilen) teknolojiler uygulanmaktadır.

Çoğunlukla PÇ-325 normunda (katkılı-katkısız) portland çimento üretilmekte olup, talep halinde TypI, TypV (sülfatlı), PÇ-400, PÇ-500 normunda çimentolar üretilebilmektedir.

Çimento genelde dökme ve ambalajlı olarak satışı sunulmakta, yine talebe bağlı olarak (özellikle ihraç) çok katlı torbalı (5-6) silingli, Big-bağlı (1,5 tonluk polietilen torbalar) ambalaj türleri ile de sevkiyat yapılmaktadır.

Daha önceleri döner fırında sadece Fuel-Oil yakıt olarak kullanılırken, yörede doğal gaz yataklarının tesbiti üzerine (Nusaybin/Çamurlu mintikası) TPO ile anlaşmaya varılmış ve 1982 yılı ortalarında bir boru ile fabrikaya sevki sağlanmıştır. Buradaki amaç yakıtın maliyete olan olumsuz etkisini ortadan kaldırmaktır. Aynı zamanda yerli kaynaklara dönüşü sağlamaktır. Ancak doğal gaz fiyatının Fuel-Oil fiyatlarına bağlı olması ve son yıllardaki akaryakıt zamları doğal gazın maliyet avantajını ortadan kaldırmıştır. Bu nedenle kömür kullanımına geçiş zorunlu hale gelmiştir.

Süratle yatırım kararı alınarak kısa sürede sistem, kömürü yakıt olarak kullanır hale dönüştürülmüş ve 1985 yılı sonlarında yatırım fiilen devreye alınmıştır. Şu anda döner fırın her 3 yakıtıda tek tek veya birlikte kullanabilir hale gelmiştir. Kömür değirmenlerinin faali-

yete girişi ile maliyetlerde % 30 dolayında bir gerileme meydana gelmiştir.

### 2.3. Üretim ve Satış :

Fabrikanın devreye alınışından bu yana yıllar itibariyle sayısal ve grafiksel durumlar detaylı bir şekilde aşağıda incelenmiş olup, gerekli yorumlar yapılmıştır. Sayısal ve grafiksel durumlar detaylı olarak, Tablo (5-6-7-8-9-10)'da görülmektedir.

#### 2.3.1. Çimento Üretimi :

Tablo 6'da görüldüğü gibi çimento üretiminde 1976-1981 yıllarında en üst seviyeye ulaşılmıştır. 76-77-84 yıllarında ise üretim vasatın üstünde seyretmiştir. Diğer yıllarda ise arzulanan değerlerin altında kalmıştır. Zaman zaman satışların aksamasına neden olan bu husus ile ilgili önemli etkenler şunlardır.

- a. 78-80'li yıllarda ortaya çıkan döviz darboğazı ve buna bağlı olarak akaryakıt ve yedek parça teminindeki güçlükler,
- b. Enerjide zaman zaman oluşan darboğazlar ve voltaj dalgalanmaları,
- c. Yörede peşpeşe devreye giren çimento fabrikaları, bu durum işletmenin pazar payını olumsuz yönde etkilemiştir.
- d. Çeşitli nedenlerle ihracatta meydana gelen tıkanmalar.

#### 2.3.2. Satışlar :

Bu işlevle ilgili ayrıntılı bilgiler, Tablo (7-8 ve 9)'da görülmektedir. Fabrikanın ahracata dönük bir amaçla kurulması nedeniyle iç ve dış satışların ayrı ayrı incelenmesinde yarar vardır.

##### 2.3.2.1. İç Satışlar :

Son yıllarda dış satımın (0) noktasına yaklaşması nedeniyle iç satışlar zorlanarak önceki yıllara nazaran % 100'e yaklaşan artışlar meydana gelmiştir. İç satışların en parlak olduğu yıllar 84-85 ve 86 yıllarıdır.

Yurt içi satışların % 70'e yakın bir bölümü Şanlıurfa-Diyarbakır ve Batman il merkezleri ile bunların fabrika cephesindeki ilçelerine yapılmaktadır. Satışlarda ağırlığı kamu yatırımları oluşturmaktadır. (Lojman, Resmi binalar, karayolları, Köy Hizmetleri, DSİ baraj sulama kanalları, Tünel, vb. gibi)

Bahis konusu 3 merkezin yeni kurulan diğer fabrikalara daha yakın oluşu işletmenin iç satış miktarına olumsuz yönde etkileyerek giderek azalmasına neden olmaktadır. Tablo (7-8-10)

Nitekim son dört yılda devreye giren her biri 700.000 ton/yıl kapasiteli 4 fabrika sırasıyla, Adıyaman-Diyarbakır/Ergani, Siirt/Kurtalan, Şanlıurfa/Bozova fabrikaları olup, hepsi talebi aşağı yukarı belli pazardan pay alma yarışındadırlar. Bir ara bu fabrikalara şirketin maliyetinin düşük olması nedeniyle, düşük fiyatla klinker sevkiyatı düşünülmüş, (ilk etapta Siirt/Kurtalan Fabrikasına 40.000 ton gönderilmiş) ancak sonuç alınamamıştır.

Halen büyük şehirlerde meydana gelen arz sıkıntısı ve oluşan karaborsaya önlemek amaçlı ile nakliyelerin bir bölümünün fondan karşılanması kaydıyla klinker gönderilmektedir. (İstanbul-Ankara) Ayrıca bu bölgelere çimento gönderilmesi için girişimler aralıksız bir şekilde sürdürülmektedir.

İç satışı yönelik 1. ve 2.derece ilgi alanları Diyarbakır ve Mardin çevresidir. Fabrikaların etrafı tamamen fabrikalarla çevrilmiş olup, satış yönünden dar bir alana sıkışıp kalmıştır. Ancak GAP projesinin hazırlanması ve buna bağlı olarak enerji, sulama ve konut yatırımlarının artışı ile bu yöre fabrikalarının üretim ve satışlarında hissedilir artışlar gözlenebilecektir.

Yine son yıllarda dökme çimento satışlarında önemli ölçüde bir artış göze çarpmaktadır. Tablo -8 Mardin Çimento Fabrikası bizzat te-

sis ettiği dökme çimento araç ve ekipmanları ile bu pazardaki satış payını giderek artırma çabası içerisindeydi.

1979 yılına kadar tamamen bant teslimi olarak yapılan satışlar Tablo - 9 üretim daralması nedeniyle ve talepte meyalana gelen artışa bağlı olarak, karaborsa oluşması nedeniyle, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının ilgili tebliğ ve tamimleri doğrultusunda, satış ağırlığı şantiye ve mağaza teslimi satışlara kaydırılmıştır.

Karaborsanın ortadan kalkışı ve son yıllarda çimento arzında meydana gelen artış baya dönülmesine neden olmuş, buna bağlı olarak civar il ve ilçelerde 8 adet olan tanzim satış mağazaları 3'e (Mardin-Diyarbakır-Batman) indirilmiştir. 1987 yılının sonlarında alınan bir karar ile iç pazar satışlarının tümü işletme içinden gerçekleştirilmekte olup, önemli bir sorun olan nakliye konusu böylece çözüme kavuşturulmuştur. Fiyatlar 1985 Aralık ayından itibaren serbest bırakılmıştır. Maliyet girdilerinde artışlar oldukça, fiyatlarda ayarlama yapılmaktadır.

#### 2.3.2.2. Dış Satışlar :

Fabrikanın kuruluşundan buyana yaklaşık toplam 83 milyon, (bu günkü değerle 60 milyar TL.) döviz girdisi sağlanmıştır. Son iki yıl hariç dış satış toplam satışlar içerisinde önemli bir paya sahip olmuştur. Dış satışların gerek fiyat (120\$/ton) gerek miktar yönünden en başarılı dönemi 1981-1982 yıllarıdır. Tablo-7

Diğerinde fabrikanın iki önemli pazarı Suriye ve Irak'tır. Her iki ülke de içinde buldukları olağanüstü durum ve savaş koşulları nedeniyle çimento taleplerini asgariye indirmişler, ayrıca Irak yeni açtığı fabrikalar sayesinde ihracatçı durumada gelmiştir. Her iki pazara ancak özel çimento (sülfatlı) ihraç etme olanakları mevcut olup, bu durum sürekli olarak izlenmektedir. İthal vergi fonlarının (0)'a

indirilmesi nedeniyle önümüzdeki aylarda bölgeye Irak'tan külliyatlı miktarda çimento gireceği tahmin edilmektedir.

Son iki yılda ihracat (0) noktasına gelmiştir. Deniz yolundan yapılacak katkıda değerlendirilerek, özel tip çimento ihracınının gerçekleştirilebilmesi için gerekli çabalar gösterilmektedir. Dünya genelinde fiyatların düşük olması ve fabrikanın limanlara olan uzaklığı nedeniyle rekabet imkanı ortadan kalkmaktadır. Bu nedenle denize kadar olan nakliyanın kısmende olsa, Müstahsiller Birliği ek fonundan karşılanması büyük yarar sağlayacaktır. Bu kaynağın sağlanması için girişimler sürdürülmektedir. Bu imkan sağlandığı takdirde fabrikanın ihracat şansı artacaktır. Aksi halde fabrika % 50 gibi çok düşük bir kapasite ile çalışmak zorunda kalacaktır.



## İ K İ N C İ B Ö L Ü M

1975-1987 YILLARI İTİBARI İLE TÜRKİYE'DE VE MARDİN ÇİMENTO

SANAYİNDE ÜRETİM VE SATIŞ DURUMLARI

1.1975 Yılı İtibari İle Çimento Üretim ve Satışı

1.1.Çimento Sanayii (Genel)

Gelişmekte ve kalkınmakta olan ülkemizde, çimento sektöründe bu kalkınma ve büyümeye paralel olarak, hızlı bir gelişme göstermektedir. Bir yandan sanayileşme gelişirken, diğer yandan inşaat sektöründe bu gelişmeye ayak uydurmaya çalışmaktadır. Bu nedenle çimento tüketimi gittikçe artan bir seyir göstermektedir.

1970'li yılların sonuna doğru, ülkemizde çimento üretimi 8-9 milyon ton/yıl (4) civarında gerçekleşmektedir. 1975 yılında Kamu ve Özel sektör fabrikalarının toplam çimento üretimi 10.854.672 ton/yıldır.(4) Bu miktarın 4.855.672 tonu kamu kesimi işletmelerine, 5.998.942 tonu ise özel kesim işletmelerine aittir. Açılacak olan yeni fabrikalar ve tevsii yolu ile kapasitesini arttıran fabrikaların toplam üretim kapasiteleri gelecek yılın tahmini olarak 17 milyon ton/yıla ulaşacağı tahmin edilmektedir.

Ülkemiz, çimento ihracatı yapan bir ülkedir. 1974 yılında 393.000 ton/yıl olan ihracat, 1975 yılında 889.000 ton/yıla ulaşmıştır. (4) Bir önceki yıla göre artış oranı % 126'dır.

1975 yılı iç tüketim miktarı ise 9.818.000 ton/yıl'dır.(4) Görüldüğü gibi iç tüketim toplam üretimin büyük bir bölümünü teşkil etmektedir. İç tüketimin toplam üretim içindeki payı % 90'dır. Toplam tüketim içindeki payı ise % 91,4'tür.

İhracat miktarının toplam üretime ve satışı oranları ise şu şekildedir. İhracatın toplam üretime oranı % 8 olup, toplam tüketime oranı ise yine % 8'dir. Türkiye genelinde üretilen çimentonun kapasite-

te kullanım oranı % 63,8'dir.

## 1.2.Mardin Çimento Sanayii (Özel)

1975 yılı içerisinde inşası ve montajı biten fabrika, kapasite kontrolü ve geçici kabul tecrübesi için işletmeye alınmış ve 31.12.1975 tarihinde tecrübe dönemi sona ermiştir. Bu dönem içerisinde 3.10.1975 tarihinde döner fırın ateşlenmiş, 13.10.1975 tarihinde ise çimento satışına başlanmıştır.

1975 yılında 51.197 ton/yıl çimento üretilmiş olup, bu miktarın 41.888 ton/yılı ambalajlı çimentodur. Tecrübe döneminde satışı yapılan 41.888 ton/yıl ambalajlı çimentodan 31.615 ton/yılı yurt içinde satılmış ve geriye kalan 10.273 ton/yıl çimentonun 7817 ton/yılı Suriye'ye, 2456 ton/yılıda Irak'a satılmıştır. (5)

Bu durum üretilen çimentonun %61,7'si yurt içinde, % 20,06'sı ise yurt dışına satılmıştır. Fabrika,1975 yılını işletmeye yeni alınması nedeniyle zararla kapatmıştır. (307.221.37 TL.) Geçen yıllar zararı ile beraber, (1.220.420.70 TL.) toplam zarar 1.527.642.07 TL.dir.

Fabrikanın 1975 yılı kapasite kullanım oranı 550.000 ton/yıl kapasiteye göre % 94'tür.

1975 yılında ayrıca 5009 ton/yıl klinker satışı gerçekleştirilmiş olup, 41.888 ton/yıl ambalajlı çimentonun satışı ile birlikte 17.239.879 TL.lık gayri safi satış hasılatı ve 14.334.232.90 TL.lık safi satış hasılatı elde edilmiştir.(5)

Fabrikanın 1975 yılında gerçekleştirdiği üretim miktarını Türk Çimento Sanayininin üretim miktarına oranlayacak olursak, Türkiye'de üretilen çimentonun % 0,0047'sini oluşturmaktadır.

Diş satış miktarı ise, Türkiye çimento fabrikalarının toplam diş satışı içerisinde % 0,011'lik bir oranı ifade etmektedir.

1975 yılında işletmeyi etkileyen çeşitli sorunlar olmuştur.

Bunlar;

1. 1975 yılının Eylül ayında üretime başlayan fabrikada en büyük eksiklik olarak, kalifiye eleman yokluğunun getirdiği sıkıntılar göze çarpmaktadır.

2. Ayrıca 3 ay gibi kısa bir sürede üretimde bulunan fabrikanın henüz rayana oturmamış olması üretimi önemli ölçüde etkilemiştir.

## 2.1976 Yılı İtibarı İle Çimento Üretim ve Satışı

### 2.1.Çimento Sanayii (Genel)

Çimento sanayinde gelişme tüketime paralel olarak, hızla devam ederken, bir yandan yeni tesisler devreye girmekte ve mevcut fabrikalar tevsii yolu ile kapasitelerini arttırmaktadırlar.

Son üç yıl içerisinde ülkemizde çimento tüketimi 8,5 milyon tondan 11,5 milyon tona yükselmiştir.(6) Son üç yıla göre artış oranı % 35'tir. Ülkemizin çimento tüketimi bu şekilde yükselirken üretimde buna paralel olarak artmaktadır. Son üç yıl içerisinde üretim 9 milyon tondan 11,8 milyon tona yükselmiştir (6). Artış oranı % 31'dir. Ayrıca 1976 yılında ülkemizin çimento üretim kapasitesi 17 milyon tona ulaşmıştır.

Çimento ihracatçısı olan ülkemiz de 1974 yılında 393.000 ton olan ihracat 1976 yılında 895.000 tona yükselmiştir.(6) Toplam olarak üç yılda 2.177.000 ton ihracat gerçekleştirilmiştir. Bir önceki yıla göre ihracatın artış oranı % 6,7'dir.

1976 yılı iç tüketim miktarı 11.511.000 tondur (6). İç tüketimin toplam üretim içindeki payı % 97,5'tir. Toplam tüketim içindeki payı ise % 92,7'dir.

---

(4) Mardin Çimento Sanayii ve Tic.A.Ş. 1976 Yılı Faaliyet Rap. s.5-7

(5) Mardin Çimento Sanayii ve Tic.A.Ş. 1975 Yılı Faaliyet Rap. s.9-13

İhracat miktarının toplam üretim ve satışa oranları ise, şu şekilde gerçekleşmiştir. İhracatın toplam üretime oranı % 7,5 olup, toplam tüketime oranı ise % 7,2'dir. Türkiye genelinde üretilen çimento'nun kapasite kullanım oranı ise % 69,3'tür.

## 2.2.Mardin Çimento Sanayii (Özel)

1976 yılında 550.000 ton/yıl kapasite ile normal işletme dönemine girmiş bulunan fabrika aynı yıl içerisinde, 361.209 ton/yıl ambalajlı TS 19 PÇ 325 normunda çimento üretimi gerçekleştirmiştir. Ayrıca 20055 ton/yıl dökme çimento üretilmiş ve yurt içine satılmıştır. Toplam 363.264 ton/yıl çimentonun 193.310 tonu yurt içine, geriye kalan 169.954 ton/yıl çimento ise Irak ve Suriye Devletlerine ihrac edilmiştir.(6)

Bu durumda üretilen çimentonun % 53,2'si yurt içine, % 46,8'i ise yurt dışına satılmıştır. Yurt dışına yapılan satışlardan elde edilen döviz geliri, 5.992.616 dolardır (110.241.614.44 ₺.). Yurt içine yapılan satışlardan 89.269.118.20 ₺. gelir elde edilmiştir. Toplam gayri safi satış geliri 199.510.732.64 ₺. olup, safi satış geliri ise 160.285.195.94 ₺.'dir. Fabrikanın 1976 yılı kapasite kullanım oranı ise % 66 olarak gerçekleşmiştir.

Fabrikanın 1976 yılında gerçekleştirmiş olduğu üretimi Türkiye toplamı ile oranlayacak olursak, Türk Çimento Sanayii içindeki payının % 3 olduğu görülür.

İhracat miktarı ise toplam ihracat içerisinde % 19'lük bir payla bir işletmeye düşen miktar açısından oldukça önemli bir değeri ifade etmektedir.

- 1976 Yılında İşletmeyi Etkileyen Sorunlar :

1. 1976 yılında işletmeyi ve üretimi etkileyen sorunların başında elektrik kesilmeleri gelmektedir.

(6) Mardin Çimento Sanayii ve Tic.A.Ş.1976 Yılı Faaliyet Rap. s.5-12.

2. Diğer sorunlar ise kalifiye eleman eksikliği, mühendis te-  
minindeki güçlükler olarak sıralanabilir.

Bu sorunlar nedeniyle programlanan üretim ve satış hedeflerine  
tam olarak varılamamıştır.

### 3. 1977 Yılı İtibari İle Çimento Üretim ve Satışı

#### 3.1.Çimento Sanayii (Genel)

Çimento Sanayimiz bu yılda gelişimini sürdürmüş ve tüketim da-  
hada artarak, beraberinde üretim artışında getirmiştir. 1976 yılında  
11,8 milyon ton/yıl olan çimento üretimi 12,8 milyon tona yükselerek  
1 milyon tonluk bir artış meydana gelmiştir. Son üç yıl içerisinde çim-  
ento tüketimi 8,5 milyon tondan 12,9 milyon tona yükselmiştir (7).

17 milyon tonluk kapasite bu yılda devam etmiştir. Ülkemiz iç  
tüketim durumuna göre çimento ihrac etmeye devam etmiş ve 1975 yılın-  
da 889.000 ton olan ihracat 1977 yılında 905.000 tona ulaşmıştır (7).  
Üç yıllık toplam ihracat miktarı, 2.689.000 ton olmuştur.

1976 yılına oranla üretimde meydana gelen artış % 8 dolayında  
olup, tüketimde meydana gelen artış ise % 12 olarak gerçekleşmiştir.  
1977 yılı iç tüketim miktarı 12.925.000 tondur. Toplam tüketim için-  
deki payı ise yine aynı orandadır.

İhracat miktarının toplam üretim ve satışa oranları ise, şu  
şekilde gerçekleşmiştir. İhracatın toplam üretime oranı % 7 olup,  
toplam tüketime oranı ise % 7,1'dir. Türkiye genelinde çimento üreti-  
minin kapasite kullanım oranı % 75'tir.

#### 3.2.Mardin Çimento Sanayii (Özel)

1977 yılında işletme 352.869 ton ambalajlı TS 19 PÇ 325 nor-  
munda çimento üretimi gerçekleştirmiştir. Üretilen çimentonun 678 to-  
nu dökme çimentodur. Bu çimentonun satışı yurt içine yapılmıştır (7).

Toplam 352.869 ton çimentonun 203.828 tonu yurt içine, 144.041

tonu ise yurt dışına Suriye ve Irak devletlerine satılmıştır (7). Buna göre üretilen çimento nun % 59,2'si yurt içine, % 40,8'i ise yurt dışına satılmıştır. Yurt dışına yapılan satışlardan elde edilen döviz geliri, 4.808.624 dolardır. Yaklaşık olarak 100.116.253 ₺.dir. Yurt içine yapılan satışlardan 114.950.887.30 ₺. gelir elde edilmiştir. Toplam gayri safi satış geliri 215.067.140.30 ₺. olup, safi satış hasılatı 195.940.241.29 ₺.dir. Fabrikanın 1977 yılı kapasite kullanım oranı % 64 olarak gerçekleşmiştir.

Fabrikanın 1977 yılı çimento üretim miktarının Türkiye toplamı içindeki yeri % 0,027 dolayındadır.

İşletmenin ihracat miktarının toplam ihracat içindeki payı ise % 16 ile yine bir tek işletme için önemli bir miktarı teşkil etmektedir. 1977 yılında ülkemizde en fazla çimento ihrac eden fabrikalar arasında Mardin Çimento Sanayii ikinci sıraya almıştır.

1976 yılında üretimi etkileyen sorunlar bu yılda devam ederek, üretim ve satış nisbetlerinin sınırlı oranlarda gerçekleşmesine neden olmuştur.

#### 4.1978 Yılı İtibari İle Çimento Üretim ve Satışı :

##### 4.1.Çimento Sanayii (Genel)

Çimento sanayindeki gelişme ve tüketimdeki artışlar bu yılda devam ederek, 1977 yılında 12,9 milyon ton/yıl olan çimento tüketimi 15,4 milyon tona yükselmiştir (8). Bir önceki yıla oranla artış % 20' dir.

1977 yılında 12,8 milyon ton/yıl olan çimento üretimi, 1978 yılında 15,3 milyon tona yükselmiştir. Bir önceki yıla göre artış % 19,5'tir. Son üç yıl içerisinde meydana gelen üretim artış oranı ise % 70'tir. 1978 yılındada toplam üretim kapasitesi 17 milyon tondur.

(7) Mardin Çimento Sanayii ve Tic. A.Ş. 1977 Yılı Faaliyet Rap. s.7-14.

1977 yılında 905.000 ton/yıl olan ihracat bu yıl 1.175.648 yük-  
selmiştir. Bir önceki yıla göre artış % 30'dur. Dört yıllık toplam ih-  
racat 3.864.648 tona ulaşmıştır. 1978 yılı iç tüketim miktarı  
14.252.000 tondur (8). İç tüketimin toplam üretim içindeki payı % 93,  
toplam tüketim içindeki payı ise % 92,5'tir.

Ihracat miktarının toplam üretim ve satışı oranı ise, toplam  
üretime oranı % 7,6, toplam tüketime oranı ise yine % 7,6'dır. Türkiye  
genelinde üretilen çimentonun kapasite kullanım oranı % 90'dır.

#### 4.2. Mardin Çimento Sanayii (Üzel)

1978 yılında işletme 299.734 ton/yıl ambalajlı TS 19 PÇ 325  
normunda çimento üreterek, bu çimentonun 181.965 tonunu yurt içine,  
117.769 tonunu ise Suriye ve Irak devletlerine satmıştır. Üretilen çim-  
entonun 627 tonu yurt içi amaçlı olarak dökme çimento şeklinde üre-  
tilmiştir.

Bu duruma göre, üretilen çimentonun % 60,7'si yurt içine, %39,3'  
ü ise yurt dışına satılmış olup, bu satışlardan elde edilen döviz ge-  
liri 4.038.820 dolardır. Yaklaşık olarak 113.134.147 ₺.dir. Yurt içi-  
ne yapılan satışlardan elde edilen gelir ise, 162.345.202.30 ₺.dir.  
Toplam gayri safi satış geliri 275.479.349.30 ₺. olup, safi satış ge-  
liri ise 243.181.831.53 ₺.dir. (8) Fabrikasının 1978 yılı kapasite kul-  
lanım oranı % 54,5'tir. Fabrikasının 1978 yılı çimento üretim miktarının  
Türkiye çimento sanayinin üretimi içindeki payı % 2'dir.

İşletmenin ihracat miktarının toplam ihracat içindeki payı ise  
% 10 ile önemli bir miktar ifade etmektedir. Bu yıl içerisinde Mardin  
Çimento, ihracat yapan fabrikalar arasında altıncı sırayı almıştır.

---

(8) Mardin Çimento Sanayii ve Tic. A.Ş. 1978 Yılı Faaliyet Rap. s.7-17.

- 1978 Yılında İşletmeyi Etkileyen Sorunlar :

1. Üçüncü üretim yılında fabrika üretim kapasitesinin oldukça altında bir üretim gerçekleştirmiştir. Kapasitenin bu şekilde gerçekleşmesine neden olan en önemli etkenler ekonomik ve yöresel koşullar olmuştur. Fabrikasının, yörenin ilk sanayi kuruluşu olması nedeniyle bu yıl üretimi aksamadan sağlayacak yapıya henüz ulaşamadığı görülmektedir.

2. Elektrik kesilme ve dalgalanmaları üretimi önemli ölçüde etkilemektedir. Bu olumsuz koşullara rağmen fabrika belirttiğimiz üretim ve satışları gerçekleştirmiştir.

3. 1978 yılında fabrika iç ve dış satış güçlükleri ile karşılaşmıştır. 1978 yılında devlet yatırımlarının bir önceki yıla oranla hızını kaybetmesi ve kraft kâğıt teminindeki güçlükler nedeniyle iç satışlar önemli ölçüde aksamıştır.

Nakliyedeki aksaklıklar nedeniyle dış satışlarda önceki yıllara nazaran bir azalma meydana gelmiştir. Dolayısıyla 1978 yılında üretilen klinkerin tamamı çimentoya dönüştürülemediği ve satılamamıştır.

4. Önceki yıllarda devam eden kalifiye eleman ve mühendis teminindeki güçlükler, bu yılda devam etmiş bu nedenle programlanan hedeflere ulaşılamamıştır.

5. 1979 Yılı İtibari İle Çimento Üretim ve Satışı :

5.1. Çimento Sanayii (Genel)

Ülkemizde çimento sanayii, artan iç ve dış talebe göre gelişimini sürdürürken, ekonomik darboğazlar nedeniyle kurulu mevcut kapasite tam anlamıyla kullanılamamaktadır. Önceki yıllarda başlayan ve 1979 yılında dahada ağırlaşan ekonomik darboğazlar sonucu ülke çimento sanayinde enerji ve yakıt yokluğu nedeniyle öngörülen programlar hedefine ulaştırılamamıştır.



1978 yılında 15,3 milyon ton/yıl olan çimento üretimi 1979 yılında 13,8 milyon tona düşmüştür. Bir önceki yıla oranla azalış %10 civarındadır. 17 milyon tonluk kapasite bu yılda devam etmiştir. 1978 yılında 14,2 milyon ton/yıl olan iç tüketim 1979 yılında 12,7 milyon tona düşmüştür. Önceki yıla oranla azalış % 11'dir (9).

1979 yılında gerçekleştirilen ihracat miktarı 995.534 tondur. (10) Bir önceki yıla oranla ihracat miktarında % 16'lık bir azalma meydana gelmiştir. 5 yıllık toplam ihracat miktarı 4.857.095 tona ulaşmıştır.

1979 yılı iç tüketim miktarı 12.726.645 tondur. (10) İç tüketimin toplam üretim içindeki payı % 92 olup, toplam tüketim içindeki payı ise % 93'tür.

İhracat miktarının toplam üretim ve satışa oranları ise şu şekilde gerçekleşmiştir. İhracatın toplam üretime oranı % 7,2 olup, toplam tüketime oranı ise yine % 7,2 civarındadır. Türk çimento sanayinin 1979 yılı kapasite kullanım oranı % 81'dir.

#### 5.2.Mardin Çimento Sanayii (Özel)

1979 yılında işletme 244.168 ton/yıl klinker ve bundanda 273.937 ton/yıl TS 19 FÇ 325 normunda çimento üretmiştir.(10) Bu çimentonun 174.821 tonu yurt içine, 95.804 tonu ise yurt dışına (Irak devletine) satılmıştır. Üretilen çimentonun 34.915 tonu yurt içi amaçlı olarak dökme çimento şeklinde üretilmiştir. (10)

Bu duruma göre, üretilen çimentonun % 63,81'i yurt içine, % 34,97'si ise yurt dışına satılmış olup, bu satışlardan elde edilen döviz geliri 4.534.921 dolardır (10). Yaklaşık olarak 195.337.181.36 ₺'dir. Yurt içine yapılan satışlardan elde edilen gelir ise 249.885.838 ₺'dir.(10) Toplam gayri safi satış hasılatı 453.650.740.36 ₺'olup, safi satış hasılatı ise 361.569.900.19 ₺'dir (10).

Fabrika 1979 yılında 360.000 ton/yıl klinker ve 400.000 ton/yıl çimento üretimini hedef almışken, aksaklıklar nedeniyle iş programı 324.000 ton/yıl klinker üretimi ve 350.000 ton/yıl çimento satışı şeklinde revize edilmiştir.

550.000 ton/yıl kapasiteli işletmede 1979 yılı kapasite kullanım oranı % 49,8 olarak gerçekleşmiştir. İşletmenin 1979 yılı çimento üretim miktarının Türkiye genelinde üretilen çimento miktarı içindeki payı % 2'dir. İşletmenin 1979 yılı ihracatının çimento sanayinin toplam ihracatı içindeki payı % 9,6'dır. Fabrika açısından bu oran oldukça başarılı bir değerdir.

- 1979 Yılında İşletmeyi Etkileyen Sorunlar :

1. Üretimin düşmesine neden olan nedenlerin başında, elektrik kesilmeleri, voltaj dalgalanmaları ve çoğu zaman uygulanan enerji kısıtlamaları gelmektedir. Bu nedenlerden dolayı döner fırının duruş ve kalkışları bazı günler çok kısa aralıklarla 5-7 kez olmuş ve bu durum döner fırında tamiri uzun sürecek onarımlar gerektirmiştir.

Bir yandan habersiz enerji kısıtlamaları ve voltaj dalgalanmaları devam ederken, günün belirli saatleri arasında verilen enerji %50 kısıtlanmıştır.

2. Yurt düzeyindeki akaryakıt sıkıntısı fabrikayda olumsuz yönde etkilemiştir. Döner fırında kullanılan fuel-oil temin edilemediğinden üretim düşmüştür.

3. Ekonomik darboğaz diğer sanayii kollarınada etkilediğinden özellikle döner fırında kullanılan muhtelif malzeme zamanında ve yeterli miktarda temin edilememiştir.

4. Uzman personel olmayışı üretimi etkileyen faktörler arasında yer almaktadır.

5. Şirketin ilgili iş sendikası ile anlaşamamasından dolayı üretim 26.10.1979 tarihinden itibaren grev nedeni ile 29 gün durmuştur. Bu nedenle program hedeflerine ulaşamamıştır.

6. Yöresel sorunlarda işletmenin üretimini etkileyen unsurlardan olmuştur. Fabrika gelişmemiş bir bölgenin en önemli sanayii kuruluşu olması nedeniyle, tarım ekonomisinden sanayileşmiş bir ekonomiye geçmenin tüm zorlukları yaşanmaktadır.

#### 6. 1980 Yılı İtibari İle Çimento Üretim ve Satışı :

##### 6.1.Çimento Sanayii (Genel)

Çimento sanayindeki gelişme devam etmekle beraber, yaşanan ekonomik sıkıntı ve darboğazların inşaat sektörünü olumsuz yönde etkilemesi nedeni ile çimento üretimi 1978 yılında ulaştığı 15,4 milyon tonluk üretimin oldukça altına düşmeye başlamıştır. Bu düşüşün en önemli nedenlerinin başında, fabrikalarda meydana gelen duraklamalar, grevler ve enerji yokluğu gelmektedir.

1979 yılında 13,8 milyon ton/yıl olan çimento üretimi 1980 yılında 12,8 milyon ton/yıl olarak gerçekleşmiştir. Önceki yıla göre azalış % 7'dir. Toplam kapasite 17 milyon ton/yıl olarak devam etmektedir. 1979 yılında 12,7 milyon ton/yıl olan iç tüketim 1980 yılında 12 milyon tona düşmüştür. Önceki yıla oranla azalış % 5'tir.

1980 yılında gerçekleşen toplam ihracat 752.796 tondur.(11) Bir önceki yıla oranla ihracatta % 24'lük bir azalma meydana gelmiştir. 6 yıllık toplam ihracat 5.609.891 tona ulaşmıştır.

1980 yılı iç tüketim miktarı 12.087.726 tondur (11). İç tüketimin toplam üretim içindeki payı % 93 olup, toplam tüketim içindeki payı ise % 94'tür.

İhracat miktarının toplam üretim ve satışa oranları ise, toplam üretime oranı % 5,8, toplam tüketime oranı yine % 5,8'dir. Çimen-

to sanayinin 1980 yılı toplam kapasite kullanım oranı % 75,7'dir.

## 6.2. Mardin Çimento Sanayii (Özel)

1979 yılında başlayan farkedilir düşüş, 1980 yılındada devam etmiş ve 1979 yılı değerlerinin altına inmiştir. 1980 yılında 220.268 ton/yıl klinkerden 233.823 ton/yıl öğütülmüş çimento elde edilmiş, ancak bu çimentonun 229.700 tonu dökme ve ambalajlı olarak iç ve dış pazarlara satmak üzere hazır vaziyete getirilmiştir. (11)

Üretilen bu çimentonun içe ve dışa satışında güllüklerle karşılaşılmasına rağmen, şu satış miktarları gerçekleştirilmiştir.

Yurt içine 143.365 ton/yıl çimento satılarak 666.129.537.20 ₺. gelir elde edilmiş olup, yurt dışına Suriye ve Irak devletlerine 86.335 ton/yıl çimento ihrac edilmiş ve bu satıştan 5.384.495 dolar, yaklaşık 476.944.357.22 ₺. döviz geliri elde edilmiştir (12).

Toplam gayri safi satış geliri 1.143.073.891.72 ₺.dir. safi satış geliri ise 979.845.410.25 ₺.dir (12).

Bu duruma göre, işletme satışlarının %62,41'i yurt içine, % 37,59'u ise yurt dışına yapılmıştır.

1979 yılı üretim hedefi 1980 yılındada alınmış ve 360.000 ton/yıl klinker üretimi ile 400.000 ton/yıl çimento satışı öngörülmüştür. Ancak 1979 yılında çekilen sıkıntılar 1980 yılındada devam etmiş ve program hedeflerine ulaşılamayarak, iş programı yeniden revize edilmiş ve 1980 yılı sonunda üretim ve satış hedeflenen programın çok altında gerçekleşerek 220.268 ton/yıl klinker üretimi ve 229.700 ton/yıl çimento satışı gerçekleştirilmiştir. Bir önceki yıla oranla çimento üretimi olarak azalış % 14,6'dır.

---

(11) Türkiye Çimento Sanayii İstatistik Yıllığı 1980

(12) Mardin Çimento Sanayii ve Tic. A.Ş. 1980 Yılı Faaliyet Rap.s.6-12.

İşletmenin 1980 yılı kapasite kullanım oranı 550.000 ton/yıl kapasiteye göre % 42,5'tir.

İşletmede 1980 yılında üretilen çimentonun, Türkiye genelindeki toplam çimento üretimine oranı % 1,8'dir. Ayrıca 1980 yılı ihracatının toplam ihracat içindeki payı % 11,4'lik oranla oldukça başarılı bir miktar olarak görülmektedir.

- 1980 Yılında İşletmeyi Etkileyen Sorunlar :

1. 1980 yılının ilk aylarında işletme fuel-oil yokluğu nedeniyle 57 gün durmuş ve bu sebeple 80.000 ton/yıl klinker üretimi yapılamamıştır.

2. Enerji yetersizliği ve voltaj dalgalanmalarına tüm yıl içinde istihsalı önemli ölçüde etkileyerek 10.000 ton/yıl klinker istihsalı eksik yapılmıştır.

3. Fabrikanın gelişmemiş bir bölgede kurulması nedeniyle uzman işçi istihdamı gerçekleştirilememiş, dolayısıyla kalifiye eleman çalıştırılmadığı için hata ve arızalarda artışlar meydana gelmiş, bu durum üretimi ve işletmeyi olumsuz yönde etkilemiştir.

Bu sorunun çözümü, ancak kısa vadede değil, uzun vadede mevcut elemanların eğitimlerinin yapılması ile istenen kalifiye elemanların işletmeye kazandırılması şeklinde gerçekleşebilir.

4. İşletmenin kuruluş yerinin sanayi bölgelerinden uzak oluşu nedeni ile zamanında yedek parça temin etmek imkansız olarak görülmektedir. Bu sorunun halledilebilmesi stok seviyelerinin yüksek tutulması ile mümkün olabilir. Ancak mevcut finansman durumu yüksek stok seviyesine izin verir durumda değildir.

5. Şirketin, üretimde meydana gelen aksaklıklar nedeni ile finansal dengesi bozulmuş ve önceki yıllarda alınan banka kredileri bu nedenle ödenemez hale gelmiştir. Bu arada T.D.K.dan alınan enerji be-

deli ve vergi borçlarında ödenemiyerek bir çıkmaza girilmiştir.

Ayrıca arttırılan faiz oranları nedeni ile 1980 yılı borçlarına karşılık 98.964.781.09 TL. faiz ve gecikme zammı ödenmiştir. Şirket 1981 yılına 550.549.848 TL. borçla girmiştir. Bu meblağın 405.833.583.92 TL.sı ortalama % 50 faizli borçtur. 1981 yılında bu borçlar ödenmezse ödenecek faiz miktarı 203 milyon TL.dir. Borçlar ve faiz miktarları işletmenin karlılığına olumsuz yönde etkilemektedir.

6. Fabrikanın kuruluşundan bu yana yakıt olarak fuel-oil kullanılmaktadır. Bu nedenle fuel-oil maliyet girdilerininin %42,13'lük oranını oluşturmaktadır. Maliyeti arttıran bu gider için düşünülen çözüm 1980 yılında fabrika sınırlarına kadar gelen doğal gaz hattından yararlanmak olacaktır. 1981 yılında doğal gaz alma imkanı oluşmuş ve bu nedenle brülör alımı için 1980 yılında sipariş verilmiştir. Ancak daha sonra yapılan araştırma ve edinilen bilgiler neticesinde doğal gaz bedelinin fuel-oil bedeline yaklaşık olduğu öğrenilmiş ve doğal gazdan vazgeçilerek, fabrikada yakıt olarak kömür kullanılması öngörülmüştür. 1980 yılında ön çalışmalar yapılmış ve gerekli adımlar atılarak kömür öğütme tesislerinin kurulması ile kömürün yakıt olarak kullanılmasına geçileceği karara bağlanmıştır. Yakıt olarak kömür kullanıldığı takdirde, 1980 yılı parasal değerleri ile (fuel-oil ve doğal gaz dahil) asgari 400 milyon TL.lik bir tasarruf sağlanacaktır.

Yukarıda sıraladığımız tüm olumsuz koşullara rağmen, fabrika faaliyetine devam etmiş ve daha önce belirttiğim üretim-satış miktarları gerçekleştirilmiştir.

- 1980 Yılında Satışları Etkileyen Sorunlar :

1. 1980 yılı başlarındaki motorin yokluğu devre devre kraft kağıdı teminindeki güçlükler, dış satışlardaki lisans ve tescil işlemlerindeki aksaklıklar iç ve dış satışları etkileyen faktörler ola-

rak görülmektedir.

2. Bunlara rağmen iç ve dış satışları etkileyen en önemli faktör nakliye yetersizliğidir. Yöredeki nakliyeciliğin gelişmesine rağmen, bölgenin ihtiyacı olan taşıma potansiyeline bir türlü cevap verilememektedir. Yörede bulunan kamyonlar küçük kapasiteli olup, TIR nakliyeciliği hiç gelişmemiştir. 1980 yılı ihracatının aksamasında nakliye önemli bir yer tutmaktadır.

1980 yılında yapılan girişimler ile yöreye yakın başka bölgelerde çalışan bazı kamyonlar fabrikamıza yöneltilebilmiş ancak sonuç sorunu çözecek düzeyde olmamıştır.

Buna göre 1981 yılı iç ve dış satış programının gerçekleştirilmesi büyük ölçüde nakliyeye bağlı kalacak ve TIR nakliyeciliği gelişmediği takdirde satışlar aksayacak, 1980 yılında olduğu gibi 1981 yılında da üretilen çimento nakliyedeki aksaklıktan dolayı satılamadığı takdirde şirketin kârlılığı olumsuz yönde etkilenecektir.

#### 7. 1981 Yılı İtibarı İle Çimento Üretim ve Satışı :

##### 7.1. Çimento Sanayii (Genel)

1981 yılı son yıllara göre ve yaşanan ekonomik darboğazlara rağmen Türk Çimento Sanayii için oldukça başarılı ve iyi sayılacak bir yıl olmuş ve bu yıl içerisinde, 1975'ten bu yana en iyi verim yılı olan 1978 yılı değerlerine yaklaşılmıştır. Buna göre 1981 yılında Özel ve Kamu sektörü olarak toplam 15.043.230 (13) ton/yıl çimento üretilmiştir. Önceki yıla oranla artış % 17'dir. İki yıl öncesine göre artış % 9 olurken, iki yılın ortalamasına göre artış % 13'tür. 1981 yılı Türk Çimento Sanayii için bir kıpırdanma yılı olmuş ve bu kıpırdanmanın tahmini olarak gelecek yıllarda etkileyeceği düşünülmektedir. 1981 yılı toplam üretim kapasitesi 17 milyon ton olarak devam etmektedir.

1980 yılında 12 milyon ton/yıl olan iç tüketim 1981 yılında 11,7 milyon tona düşmüştür. Bir önceki yıla göre azalış % 3'tür. 1981 yılında gerçekleşen toplam ihracat 3.255.973 tondur (13). Önceki yıla oranla ihracatta meydana gelen artış % 300'dür. Bu miktar 1975 yılından bu yana ulaşılmış olunan en yüksek ihracat rakamıdır. 1981 yılı ihracatı ile birlikte toplam 7 yıllık ihracat 8.865.864 tona ulaşmıştır. 1981 yılı ihracatının son 6 yıl içerisindeki toplam ihracata oranı % 58 gibi önemli bir oranı ifade etmektedir.

1981 yılı iç tüketim miktarı olan 11.772.276 ton/yıl çimentonun toplam üretim içerisindeki payı % 78 olup, toplam tüketim içerisindeki payı yine % 78 dolaylarındadır.

Toplam ihracatın üretim ve satış miktarlarına oranları ise, toplam üretim ve tüketim % 22'dir. 1981 yılında Türk Çimento Sanayinde gerçekleşen kapasite kullanım oranı % 88'lik değerle son yılların en yüksek değerine ulaşmıştır.

#### 7.2. Mardin Çimento Sanayii (Özel)

1979 ve 1980 yıllarında başlayan düşüş 1981 yılında yerini yeniden bir tırmanışa bırakmıştır. Türk çimento sanayinde meydana gelen patlama Mardin Çimento Sanayinide olumlu yönde etkilemiştir.

1980 yılındaki 233.823 tonluk çimento üretimini 1981 yılında 411.855 tona (13) ulaşmıştır. Buda % 76'lık bir artışı ifade etmektedir. Üretilen bu çimentonun ambalajlı ve dökme olarak 410.720 tonu (13) iç ve dış pazarlara satılmak üzere hazır duruma getirilmiştir. Bu çimentonun iç ve dış satışında geçen yılın problemleriyle karşılaşılmış, ancak her şeye rağmen satışlar başarılı bir seviyeye ulaşmıştır. İç ve dış yapılan satışların miktar ve değerleri şu şekildedir.

Yurt içi ambalajlı 103.868 ton/yıl (13) çimento yurt içine satılarak 650.214.264 TL (14) gelir elde edilmiş olup, yurt dışı amba-



lajlı olarak Suriye'ye, dökme ve ambalajlı olarak Irak devletine toplam olarak 306.852 ton (14) çimento ihracı gerçekleştirilmiş ve dış satışlardan 36.979.670 dolar, yaklaşık olarak 4.913.887.492 TL.(14) gelir elde edilmiştir. Toplam gelir ise 5.564.101.756 TL. olmuştur. Bir önceki yıla oranla gelirlerde meydana gelen artış % 500 ile rekor bir seviyeye ulaşmıştır. Toplam gayri safi satış geliri 5.564.101.756 TL. olup, safi satış geliri ise, 4.378.180.143 TL.dır.(14)

Bu duruma göre işletme satışlarının % 25'i yurt içine % 75'i ise yurt dışına yapılmıştır. İhracatın % 75'lik bir payı oluşturması başarılı bir satış döneminin geçirildiğini ortaya koymaktadır. 1981 yılında 466.000 tonluk satış hedefi % 11,7'lik bir azalışla realize edilmiş olup, 410.720 ton olarak gerçekleştirilmiştir. Ancak bir önceki yıla oranla satışlarda % 79'luk bir artış meydana gelmiş ve bu oranda 1981 yılının başarılı bir yıl olduğunu ispat etmiştir.

İşletmenin 1981 yılı üretimine göre kapasite kullanım oranı %75 olmuştur. Bu oran son 6 yılın en büyük değeridir. İşletmede 1981 yılında üretilen çimentonun Türk Çimento Sanayinin üretimi içindeki payı % 2,7'dir. Ayrıca 1981 yılı ihracatının toplam ihracat içindeki payı ise % 9'luk bir oranla oldukça başarılı bir miktar olarak görülmektedir.

- 1981 Yılında İşletmeyi Etkileyen Sorunlar :

1. Enerji yetersizliği ve voltaj dalgalanmaları nedeniyle döner fırın tuğlalarında meydana gelen dökülmeler, istihsalin aksamasına neden olmuştur.

Enerji yokluğu en çok çimento öğütme işlemlerini etkilemiştir.

(13) Türkiye Çimento Sanayii İstatistik Yıllığı 1981

(14) Mardin Çimento Sanayii ve Tic.A.Ş.1981 Yılı Faaliyet Rap.s.20-23.

Bu nedenle enerji kısıtlaması altında çalışan değirmenler voltaj yetersizliği ile birlikte alım ve satımlardaki aksaklıklar çimento üretiminde toplam 9623 saat duruş meydana getirmiştir.

2. Klinker üretimini en fazla etkileyen problemlerin başında, tuğla dökülmeleri nedeniyle fırının giriş kısmında meydana gelen hasardır. Bu durum önceki yıllarda kalifiye eleman eksikliğinden meydana gelmiş olup, fırın girişinin ilk 20 metresi deforme olmuştur.

4-5 yıl böyle bir hasarın olmaması gerekirken meydana gelen fırın hasarı nedeniyle klinker üretimi programın altında kalmış ve bu sorunun halledilmesi 1982 yılı revizyonuna bırakılmıştır.

3. 1981 yılı içinde yurt içi inşaat sektöründeki durgunluk ve yatırımların istenilen seviyeye çıkmayışı buna mukabil ihracat imkanlarının artması nedeniyle iç satış rakamları % 61 noksanı ile gerçekleşirken, ihracatta % 53'lük bir artış meydana gelmiştir.

### 8.1982 Yılı İtibari İle Çimento Üretim ve Satışı :

#### 8.1.Çimento Sanayii (Genel)

1981 yılı sanki 1982 yılının habercisi olmuş ve 1982 yılında, Türk Çimento Sanayii geçmiş yılların en büyük başarısına ulaşmıştır. Dolayısıyla son 7 yılın en yüksek üretim seviyesine varılmıştır. 70'li yıllarda yaşanan darboğazlar ve sıkıntılar yavaş yavaş kaybolmaya başlamış olup, 1980 yılından sonra ülkede sağlanan barış, güven ve huzur ortamı 1981 yılından başlayarak 1982 yılındada meyvelerini vermeye devam etmiştir.

1982 yılında Kamu ve Özel kesim fabrikaları toplam 15.777.746 ton/yıl (15) çimento üretimi gerçekleştirilmiştir. Bir önceki yıla göre artış % 5'tir. Önceki yılların üretim miktarlarına göz önüne alacak olursak 1982 yılı yaklaşık 16 milyon Ton/yıl ile en başarılı üretim yılı olarak görülmektedir. 1982 yılı üretim kapasitesi 17 mil-

yon tondur.

1981 yılında 11,7 milyon ton/yıl olan iç tüketim, 1982 yılında da çok küçük bir pozitif sapmayla aynı şekilde gerçekleşmiştir.

1982 yılında gerçekleşen toplam ihracat 3.980.478 tondur (15). Bir önceki yıla oranla ihracatta % 22'lik bir artış meydana gelmiştir. Bu miktar son 7 yılın ulaşılan en büyük satış miktarıdır. Bu yılki dış satışla beraber toplam 8 yıllık ihracat 12.846.342 tona ulaşmıştır. 1982 yılı toplam ihracatının 7 yıla göre oranı % 45 gibi önemli bir miktara ifade etmektedir.

1982 yılı iç tüketim miktarı olan 11.778.506 ton (15) çimento-nun toplam üretim içindeki payı % 75 olup, toplam tüketim içindeki payı ise yine % 75'tir.

Toplam ihracatın, üretim ve satış miktarlarına oranı ise ihracatın toplam üretim ve tüketime oranları % 25'tir.

1982 yılında Türk çimento sanayinde gerçekleşen kapasite kullanım oranı % 92,8'lik değerle son 6 yılın en yüksek değerine ulaşmıştır.

### 8.2.Mardin Çimento Sanayii (Özel)

Türk Çimento Sanayii başarılı bir dönem geçirirken, bu başarı Mardin Çimento Sanayinde görülmemiş ve 1982 yılı 1981 yılına nazaran oldukça başarısız bir yıl olmuştur.

1982 yılında 255.772 ton/yıl (15) çimento üretilmiştir. Bu miktar bir önceki yılın üretiminin çok altında bir miktardır. Buda % 38'lik bir azalmanın meydana geldiğini göstermektedir. Üretilen çimento-nun 255.872 tonu (15) ambalajlı ve dökme olarak satışa hazır duruma getirilmiştir.

Satışa hazır 255.872 ton/yıl çimentonun 138.248 tonu (16) yurt içine satılmış ve bu satıştan 1.102.296.895 İL. gelir elde edilmiştir. Ayrıca 117.624 ton/yıl (16) çimento ise yurt dışına satılmış ve buradanda 13.998.328 dolar (16) yaklaşık 2.530.727.557 İL. gelir elde edilmiştir. Bu rakamlarla 1982 yılı toplam geliri 3.633.024.452 İL.sına ulaşmıştır. Bu miktar bir önceki yılın gelirinin oldukça altında bir rakamdır. Buna göre önceki yıla oranla azalış % 35'tir. Bir önceki yıla oranla üretimdeki düşüğe bağlı olarak satışlardada % 38'lik bir azalma meydana gelmiştir.

Bu verilere göre işletme satışlarının % 54'lük kısmı yurt içine, % 46'lık kısmı ise yurt dışına yapılmıştır. % 46'lık bir ihracat payı önceki yıla göre başarısız olarak görünmekle beraber önemli bir miktardır.

İşletmenin 1982 yılı kapasite kullanım oranı 550.000 ton/yıl kapasiteye göre % 47 olarak gerçekleşmiştir. Bu oran önceki yılın oldukça altında kalan bir değerdir.

1982 yılında üretilen çimentonun, Türk Çimento Sanayii içindeki yeri üretim açısından % 1,6 olarak görülmekte ve 1982 yılı ihracatının toplam ihracata oranı % 2,9'lık değerle bir önceki yılın oranısal olarak altında bir değer olmasına rağmen bir fabrikanın yapmış olduğu ihracat olarak, yine önemli bir payı teşkil etmektedir.

- 1982 Yılında İşletmeyi Etkileyen Sorunlar :

1. Döner fırında üretimi etkileyen ve tuğla sarfiyatını arttıran "Multisiklon'un" çalışmaması başta gelen problem olarak görülmektedir. Multisiklondaki arıza duruşlar meydana getirmekte olup, bu nedenle üretimde düşümler meydana gelmektedir.

2. Taş ocağı ile konkasör arasındaki kurulu köprü hem ihtiyaca cevap vermemekte hem de yağışlı havalarda üzerinde su toplanması nedeniyle tehlike oluşturmaktadır.

3. Önceki yıllarda devam eden enerji kesilmeleri ve voltaj dalgalanmaları bu yılda üretim problemleri olarak devam etmiştir.

4. Kalifiye eleman bulmada ve yetiştirmede sorunlar devam etmekte olup, çeşitli nedenlerden dolayı eldeki elemanlar ayrılmakta 1982 yılı ücret imkanları ile kalifiye personel temini mümkün olmamaktadır. Personel açıklığıda üretimi düşüren neden olarak görülmektedir.

#### 9.1983 Yılı İtibari İle Çimento Üretim ve Satışı :

##### 9.1.Çimento Sanayii (Genel))

1981 ve 1982 yıllarında olumlu bir çizgi çizen Türk Çimento Sanayii 1983 yılında önceki iki yıla oranla bir gerileme göstermiş, ancak 1981 öncesi yılların üretim ve satış seviyelerine yaklaşmıştır. Her ne kadar 1983 yılı bir durgunluk yılı olarak görülsede, bu durumun geçici olduğu ve başlayan başarılı atılımın devam edeceğini söylemek mümkündür.

1983 yılında Kamu ve Özel kesim fabrikaları toplam 13.594.860 ton/yıl(17) çimento üretimi gerçekleştirmişlerdir. Önceki yıla oranla meydana gelen azalış % 13,8 oranındadır. İki yıl öncesine göre ise azalış % 9,6 oranındadır. 1983 yılında sahip olunan üretim kapasitesi 17 milyon tondur.

1982 yılında 11.778.506 ton/yıl olan iç tüketim 1983 yılında negatif bir sapmayla 11.561.643 tona (17) düşmüştür. Azalış % 1,8'dir.

1983 yılında gerçekleştirilen toplam ihracat 2.063.255 tonla(17) önceki iki yılın altında kalmış, ancak diğer altı yılın üstünde bir ihracat gerçekleştirilmiştir. Bu nedenle 1981 ve 1982 yıllarının dış

şında 1983 yılı başarılı bir dış satış dönemi geçirmiştir. Bu yılki dış satışla beraber toplam 9 yıllık ihracat 14.909.597 tona ulaşmıştır. 1983 yılı ihracatının 8 yılın toplam ihracatına oranı % 16'dır.

1983 yılı iç tüketim miktarı olan 11.561.643 ton/yıl çimento-nun toplam üretim içerisindeki payı % 85'le büyük bir oranı teşkil etmekte olup, toplam tüketime oranı ise % 84,8'dir.

1983 yılı toplam ihracatının üretim ve satış miktarlarına oranı ise, üretime oran % 15, tüketime oran ise yine % 15'tir.

1983 yılında Türk Çimento Sanayinin gerçekleştirdiği kapasite kullanım oranı % 79,9'luk değerle 81 ve 82 yıllarından dışında başarılı bir seviyeye ulaşmıştır.

#### 9.1. Mardin Çimento (Özel)

1982 yılında Türk Çimento Sanayii hareketlenirken ve olumlu bir tarmanış gösterirken Mardin Çimento Sanayii pek başarılı bir yıl geçirmemiştir. Ancak 1983 yılında Türk Çimento Sanayii 81 ve 82 yıllarına göre bir durgunluk gösterirken, bu defa Mardin Çimento Sanayii bir hareketlenme göstermiş ve 1983 yılında bir önceki yılın üretim ve iç satışlarda üst değerlerine çıkılmıştır. Bu durumda Mardin Çimento Sanayii üzerindeki karamsar düşünce 83 yılında azda olsa dağılarak yerini umut verici düşüncelere bırakmıştır.

Mardin Çimento 83 yılında şu değerleri meydana getirmiştir. 262.473 ton/yıl(18) olarak programlanan öğütülmüş çimento üretimi fiili olarak 298.079 ton/yıl (18) şeklinde gerçekleşmiştir. Pozitif realize oranı % 13,5'tir. Bu üretim miktarının önceki yıla göre artışı % 16,5'tir. Satışa hazır duruma getirilen çimento miktarı ambalajlı ve dökme olarak 302.261 tondur(18).

Üretimdeki artış beraberinde satışlardaki artışıda getirmiştir.

Satışlarda önceki yılların sükantıları devam etmiş ve ihracat miktarı son yılların en düşük düzeyine inmiştir. Üretilen çimentodan fazla bir miktarın satışı yapılmış ve bunun önemli bir bölümü yurt içine satılmıştır. Yapılan satışlar ve değerleri aşağıdaki gibidir.

Satışa hazır 302.261 ton/yıl çimentonun 224.524 tonu(18) yurt içine satılmış ve bu satıştan 2.296.192.796 ₺.(18) gelir elde edilmiştir. Yurt içine yapılan satışın 37.861 tonu (18) dökme çimento olarak gerçekleştirilmiştir. Programa göre yurt içi satış % 51 fazlasıyla realize edilmiştir.

Ayrıca 77.737 ton/yıl(18) çimento, 5635 tonu(18) dökme olmak üzere yurt dışına satılmış ve bu satıştan 5.834.839 dolar(18) yaklaşık olarak 1.519.589.321 ₺. gelir elde edilmiştir. Bu rakamlarla 83 yılı geliri 3.815.782.117 ₺.sına ulaşmıştır. Bu miktar bir önceki yılın gelirine oranla fazla bir miktar olup, artışoranı % 5'tir. 1983 yılı gayri safi satış geliri 3.886.337.572 ₺.olup, safi satış geliri 3.210.107.019 ₺.dır.

Bu verilere göre işletme satışlarınının % 74'ü yurt içine % 26'lık kısmı ise yurt dışına yapılmıştır. İç satış payı önceki yıla göre olumlu bir miktar olarak görünmekle beraber % 26'lık dış satış payı önceki yılın % 46'lık payına göre % 43'lük bir azalışı ifade etmektedir.

İşletmenin 83 yılı kapasite kullanım oranı 550.000 ton/yıl kapasiteye göre % 54 şeklinde gerçekleşerek önceki yıla göre % 15 artış meydana gelmiştir.

Mardin Çimento Sanayinde üretilen çimentonun, Türk Çimento Sanayii içindeki payı % 2 oranında olup, 83 yılı ihracatının toplam ihracata oranı ise % 3,7'lik bir değerle oransal olarak önceki yılın (18) Mardin Çimento Sanayii ve Tic.A.Ş. 1983 Yılı Faaliyet Rap.s.8-11.

üstüne çıkmıştır. Mardin Çimento için başarılı bir değeri ifade etmektedir.

- 1983 Yılında İşletmeyi Etkileyen Sorunlar :

1. Fabrika 83 yıla içerisinde 4,5 ay fiilen çalışmış, 7,5 ay ise duruşta kalmıştır. Bunun nedeni 82 yılından devreden 179.436 tonluk klinker stokunun olması ve ayrıca T.B.K.'in Türkiye genelinde uyguladığı enerji kısıtlamalarından kaynaklanmaktadır. Bu şartlarda fabrika klinker üretimini 166.060 ton olarak gerçekleştirebilmiştir.

2. Suriye ve Irak'a yapılan ihracatın arttırılması için bu ülkelerde müteahhitlik yapan aracı firmalar ile girişimler yapılmış ve ayrıca fabrikanın İran pazarına girebilmesini sağlamak için gerekli girişimler yapılmıştır. Bu girişimler olumlu sonuç verdiği takdirde fabrikanın ekonomik durumunda önemli bir değişiklik yaratacağı gibi ülke ekonomisinde büyük katkıda bulunacağı ve döviz girdisi sağlayacağı açıkça görülmektedir.

3. Olumsuz şartlara rağmen ve ekonomik darboğaza rağmen fabrikada tasarruf tedbirleri alınmış ve 83 yılının kârla kapatılması sağlanmıştır.

10.1984 Yılı İtibari İle Çimento Üretim ve Satışı :

10.1. Çimento Sanayii (Genel)

1983 yılında Türk Çimento Sanayinde meydana gelen gerileme 1984 yılında tekrar canlanarak 82 yıla değerlerine yaklaşılmıştır. Daha öncede söylediğim gibi 83 yılı geçici bir dönem olmuş ve çimento sanayii için başarılı ve parlak ufuklar yavaş yavaş görünmeye başlamıştır.

1984 yılında Kamu ve Özel kesim fabrikaları toplam 15.737.820 ton/yıl(19) çimento üretimi gerçekleştirmiştir. Önceki yıla göre artış % 15,7'dir. Bu rakam iki yıl öncesinin değerlerine yaklaşık bir miktarı ifade etmektedir. 84 yıla toplam üretim kapasitesi 17 milyon



tondur.

1983 yılında 11.561.643 ton/yıl olan iç tüketim 84 yılında pozitif bir sapmayla ve % 17,5'lik bir artılla 13.536.829 tona(19) yükselmiştir.

1984 yılında gerçekleştirilen toplam ihracat 2.139.255 tonla (19) önceki yıldan fazla bir miktara ulaşmıştır. Artış oranı % 3,6'dır. Bu miktar 81 ve 82 yıllarının altında diğer yılların ise üstünde bir miktarla, başarılı bir dış satış değeridir. Bu yılki dış satışla beraber toplam 10 yıllık ihracat 17.048.852 tona ulaşmıştır. 84 yılı toplam ihracatının son 9 yıllık ihracata oranı % 14'tür. Bu oran bir önceki yılın altında bir orandır.

1984 yılı iç tüketim miktarının, Çimento Sanayinin toplam üretimi içindeki payı % 86 ile önemli bir miktarı ifade etmekte olup, toplam tüketime oranı ise yine % 86'dır.

1984 yılı toplam ihracatının üretim ve satış miktarlarına oranları ise, üretime % 13,5, tüketime ise % 13,6'dır.

1984 yılında Türk Çimento Sanayinin gerçekleştirdiği kapasite kullanım oranı % 93'lük bir değerle son 10 yılın 82 yılında dahil olmak üzere en yüksek oranına ulaşılmıştır.

#### 10.2. Mardin Çimento Sanayii (Özel)

1984 yılındaki hareketlilik ve başarı Mardin Çimento Sanayinde olumlu yönde etkilemiştir. diyebiliriz. Önceki yıl meydana gelen olumlu kıpırdanışlar 84 yılındada devam etmiştir. Ancak bu hareketlilik üretimde görülürken ve iç satışlar bu üretimi eritirken dış satışlar önemli bir düşüş göstermeye başlamıştır.

1984 yılında gerçekleştirilen üretim ve satış değerleri aşağıdaki gibidir.

1984 yılında 300.000 ton/yıl(20) olarak programlanmışken, fiili olarak gerçekleşen miktar 350.030 ton/yıl(20) olmuştur. Pozitif realize oranı % 16,6'dır. Bu oran bir önceki yıla göre %17'lik bir artışın meydana geldiğini göstermektedir.

Üretilen çimentonun 349.881 tonu(20) iç ve dış pazarlara satılmak üzere hazır duruma getirilmiştir. Üretimde meydana gelen artış iç satışlardada artışı sağlarken, dış satışta önemli bir azalma meydana gelmiştir. Yapılan iç ve dış satış miktarları şu şekildedir.

Satışa hazır 349.881 ton/yıl çimentonun 336.206 tonu(20) yurt içine satılmış ve 4.713.343.376 L.(20) gelir elde edilmiştir. Yurt içine yapılan satışın 97.645 tonu(20) dökme çimento şeklinde yapılmıştır. Bu duruma göre 250.000 ton/yıl(20) olarak programlanan iç satış % 34 fazlasıyla 336.206 ton/yıl olarak realize edilmiştir.

Yurt dışına 13675 ton/yıl(20) çimento ihracı gerçekleştirilmiş olup, bu satışın 2090 tonu(20) dökme çimento olarak yapılmıştır. Yurt dışına yapılan satışlardan elde edilen toplam gelir 941.791 dolardır. Yaklaşık olarak 362.667.767.411 L.(20) gelir elde edilmiştir. 50.000 ton olarak programlanan ihracat % 27 eksiği ile realize edilmiştir.

Bu rakamlara göre 84 yılı toplam geliri 5.081.016.051 L.(20)ye ulaşılmıştır. Dış satışların düşmesine rağmen bu miktar bir önceki yılın toplam gelirine oranla % 33'lük bir artış göstermiştir.

1984 yılı gayri safi satış hasılatı 5.081.016.051 L.olup, safi satış hasılatı 5.046.570.446 L.dır.(21)

Bu verilere göre işletme satışlarının % 96'sı yurt içine % 4'lük kısmı ise yurt dışına yapılmıştır. % 96'luk yurt içi payı önceki

yıllara oranla önemli bir miktar teşkil etmektedir. Ancak % 4'lük dış satış payı bir önceki yılın % 26'lık payına oranla çok düşük kalmış ve % 84,6'lık bir azalış göstermiştir.

İşletmenin 84 yılı kapasite kullanım oranı 550.000 ton/yıl kapasiteye göre % 64 şeklinde gerçekleşmiştir. Bir önceki yıla oranla kapasite % 19'lük bir artış göstermiştir.

Mardin Çimento Fabrikasında 84 yılında üretilen çimentonun Türk Çimento Sanayii içindeki payı üretime oranla % 2 dolayında olup, 84 yılı ihracatının çimento sanayinin yapmış olduğu ihracatın oranı % 1'lik bir değerle önceki yılın olabıkça altına inmiştir. Bu değer önceki yıllara göre başarısız bir oranı ifade etmektedir.

- 1984 Yılında İşletmeyi Etkileyen Sorunlar :

1. Yapılan ihracat girişimleri bu yıl içerisinde başarılı sonuçlar vermemiş ve ihracat miktarında önemli kayıplar meydana gelmiştir.

2. 1984 yılında maliyetler bütün safhalarda artış göstermiş ve 84 yılı içerisinde yapılan zamalar nedeniyle ve diğer ayarlamalar nedeniyle maliyetler önemli ölçüde artış göstermiştir.

3. Ekonomik sıkıntılar ve darboğazlar işletmeyi olumsuz yönde etkilemektedir.

11. 1985 Yılı İtibari İle Çimento Üretim ve Satışı :

11.1.Çimento Sanayii (Genel)

1984 yılında başlayan olumlu tirmanış, 1985 yılındada devam etmiş ve bu dönemde 17 milyon ton/yıl olan kapasitenin üzerine çıkılmıştır.

1985 yılında Kamu ve Özel Sektör fabrikaları toplam olarak 17.581.337 ton/yıl(21) çimento üretimi gerçekleştirmişlerdir. Bu ra-

kam önceki yılların oldukça üstünde bir miktarı ifade etmektedir. Bir önceki yıla oranla artış % 11,7'dir.

1985 yılında Türk Çimento Sanayinin toplam üretim kapasitesi 17 Milyon tondur.

1984 yılında 13.586.829 ton/yıl olan iç tüketim 85 yılında %16'lık bir artışla 15.796.057 tona(21) yükselmiştir.

1985 yılında gerçekleştirilen toplam ihracat 1.761.288 tonla(21) bir önceki yıldan daha az bir değerle gerçekleşmiştir. Azalış oranı % 17,6'dır. Bu yılki dış satışla beraber toplam 11 yıllık satış 18.810.140 tona ulaşmıştır. 85 yılı toplam ihracatının son 10 yıllık ihracata oranı % 10'dur.

1985 yılı iç tüketim miktarı olan 15.796.057 ton çimentonun toplam üretim içindeki payı % 90 ile önemli bir oranı ifade etmekte olup, toplam tüketim oranı ise yine % 90'dır.

1985 yılı toplam ihracatının üretim ve satış miktarlarına oranları ise toplam üretime ve tüketime % 10'dur.

1985 yılında gerçekleşen kapasite kullanım oranı mevcut kapasitenin üzerinde gerçekleşen bir değerle % 103 olmuştur. Son 11 yılın en yüksek değerine ulaşılmıştır.

#### 11.2. Mardin Çimento Sanayii (Özel)

1985 yılında Mardin Çimento Sanayinde görülen tablo şu şekildedir.

Üretim, programlanan hedefin üzerinde gerçekleştirilmiş, iç satışlarda başarı devam ederken, dış satışlarda en başarısız dönem yaşanmıştır. İhracatta meydana gelen bu önemli düşüş dış satışların yavaş yavaş sifıra doğru yöneldiğini göstermektedir.

Buna göre 1985 yılında çimento üretimi 310.000 ton/yıl programlanmışken, % 11,8 fazlasıyla realize edilmiş ve üretim 346.628 ton/yıl (22) olarak gerçekleştirilmiştir.

347.412 ton/yıl (22) çimento ambalajlı ve dökme olarak hazır hale getirilmiştir.

1985 yılı üretimi geçen yılın üretim miktarına yaklaşıncan, iç satışlarda bir önceki yıla oranla artış meydana gelmiş ve dış satış çok az denilecek bir seviyede gerçekleşmiştir.

Yapılan iç ve dış satışların gerçekleşen değerleri aşağıdaki gibidir.

345.015 ton/yıl(22) çimento yurt içine satılmış ve bu satıştan 107.976 tonu(22) dökme satış olmak üzere, 6.805.221.235 TL gelir elde edilmiştir. Buna göre 230.000 ton/yıl(22) olarak programlanan ambalajlı iç satış, % 3'lük realize ile 237.039 ton/yıl olarak gerçekleşmiştir. Programda dahili dökme satış yokken 107.976 ton/yıl dökme iç satış yapılmış ve programda olmayan bir durum meydana gelmiştir.

Yurtdışına 2397 ton/yıl(22) çimento satılmış olup, bu çimentonun 1497 ton/yıl'ı(22) dökme satış olarak yapılmıştır. Yapılan iç satıştan elde edilen gelir 92.449 dolar(22) yaklaşık olarak 48.458.647 TL'dir.

Dış satış 80.000 ton/yıl(22) olarak programlanmışken, % 87'lik bir negatif sapma meydana gelerek çok düşük bir oranda gerçekleşmiştir.

Bu rakamlara göre 85 yılı toplam geliri 6.853.679.712 TL'ye ulaşmıştır. Dış satışın düşmesine rağmen bu miktar geçen yılın toplam gelirin oranla bir artış göstermiş olup, oran % 34,8'dir.

1985 yılı gayri safi satış geliri 6.853.679.712 TL olup, safi satış hasılatı 6.159.025.104 TL'dir.(22)

Bu verilere göre işletme satışlarının % 99'u yurt içine % 1'lik kısma ise yurt dışına yapılmıştır. % 99'luk iç satış payı bir önceki yıla göre % 3 artış göstermiş ve önemli bir orana yükselmiştir. % 1'lik dış satış ise geçen yılın değeri olan % 4'ünde altında kalarak sifara doğru bir gidış başlamıştır.

İşletmenin 1985 yılı kapasite kullanım oranı 550.000 ton/yıl kapasiteye göre % 63 olarak gerçekleşmiştir. Bir önceki yılın kapasitesine hemen hemen yaklaşılmakla beraber % 1'lik bir azalma söz konusudur.

Mardin Çimentonun 1985 yılı üretiminin Türk Çimento Sanayii Sanayii içindeki payı, üretim olarak % 1,9 dolayında olup, toplam ihracat içindeki payı ise % 00,001'lik bir oranla önceki yılında altına inmiştir. Yapılan programlara göre bu oran hedeflere varılmadığını göstermektedir.

- 1985 Yılında İşletmeyi Etkileyen Sorunlar :

1. Önceki yıllarda çimento maliyetini önemli ölçüde etkileyen enerji sorunu halledilerek yerli kaynaklara dönülmüş ve fuel-oil-den vazgeçilerek kömür öğütme tesislerinin inşaatı 1984 yılı sonu itibariyle bitirilmiştir.

2. İnşaatın bitmesine rağmen tesislerin montaj ve makina aksamasının yurt dışından ithali gerektiğinden ve 1985 Şubat-Mart aylarının yörede çok şiddetli soğukları yaşatması nedeniyle aksamalar meydana gelmiş, bu nedenle 1985 yılı sonunda geçici kabule hazır hale getirilmiştir.

3. Bu arada hammadde taşıyan köprü, döner fırın yanındaki rampa, imalat havuzu tadilatı, hizmet evleri çatı onarım ve izolasyonu 1985 yılında karşılaşılan sorunlar olarak görülmektedir.

Netice olarak 85 yılı 84 yılından daha iyi bir yıl olmuş ve başarılı bir dönem olarak geçirilmiştir.

## 12.1986 Yılı İtibari İle Çimento Üretim ve Satışı :

### 12.1.Çimento Sanayii (Genel)

1986 yılında Türk Çimento Sanayinin toplam üretim ve faaliyetleri oldukça başarılı bir dönem geçirmiştir.

84 yılı kıyırdağı 85'ten sonra 86 yılındada kendini göstermiş ve bu dönemde bir önceki yıla oranla % 13,7'lik bir artışla üretim 20.003.547 tona(23) çıkmıştır. Bu miktar 84 yılı rakamlarının %27 üstündedir. Son iki yılın ortalama artış oranı ise % 21 civarındadır. Bu durum ve oranlar son 4 yılın istikrarlı bir dönem olduğunu göstermektedir.

1986 yılında Türk Çimento Sanayinin toplam üretim kapasitesi 20 milyon tonun üzerine çıkmıştır.

1985 yılında 15.796.057 ton/yıl olan iç tüketim 86 yılında pozitif bir oranla % 19,8'lik bir artışla 18.936.041 tona(23) ulaşmıştır.

1986 yılında gerçekleştirilen toplam ihracat bir önceki yıla oranla % 35,9'luk bir azalışla 1.128.771 ton/yıl(23) olarak gerçekleşmiştir. Bu yılki dış satışla beraber toplam 12 yıllık ihracat 19.938.911 tona ulaşmıştır. 86 yılı ihracatının son 11 yıllık ihracata oranı % 6'dır. Bu oran önceki yılın altında bir değerdir.

86 yılı iç tüketim miktarının toplam üretim içindeki payı %94,6 toplam tüketime oranı ise % 94'tür.

86 yılı toplam ihracatının üretim ve satış miktarlarına oranları ise üretim ve tüketime göre % 5,6'dır.

86 yılında gerçekleştirilen kapasite kullanım oranı 17 milyon ton/yıla göre % 118 olarak son 12 yılın en üst değerine ulaşmıştır.

1986 yılı Türk Çimento Sanayii için iç satışlarda ve üretimde başarılı bir dönem olarak yaşanmış olup, dış satışta meydana gelen düşüş bu noktada artık düşündürücü olmaya başlamıştır. Bu düşüş siyasi ve ekonomik nedenlere bağlı olarak görülmektedir.

Dış satışlardaki düşüğe rağmen iç satışlardaki artış, Türk inşaat sektörünün ve yatırımların yavaş yavaş canlandığını göstermektedir.

## 12.2. Mardin Çimento Sanayii (Özel)

1986 yılı Mardin Çimento için önceki iki yıla oranla pek başarılı bir dönem olmamıştır. Üretim önceki iki yıla oranla düşüş göstererek 84 yılında 350.030 ton/yıl olan üretimin altında bir üretimle 302.585 ton/yıl olarak gerçekleşmiştir.(24) Önceki yıla oranla düşüş % 13 olup, iki yıl öncesine göre ise % 13,5'tir. Ortalama düşüş %13'tür.

86 yılında öngütülmüş çimento üretimi 310.000 ton/yıl(24) olarak programlanmışken gerçekleşen miktar 152.503 ton/yıl(24) olmuştur. Realize oranı negatif % 49,5'tir.

Ambalajlı çimento 240.000 ton/yıl(24) olarak programlanmışken, % 45,6'lık bir negatif sapma ile 109.546 ton/yıl şeklinde gerçekleşmiştir. Ayrıca öngütülmüş K.P.Ç. programda yokken 151.234 ton/yıl(24) üretilmiştir. Dökme çimento olarak 50.000 ton/yıl programlanmışken, (24) gerçekleşen miktar 42.107 ton/yıl(24) olmuştur. Realize oranı negatif % 15,7'dir.

Buna göre 86 yılı toplam üretimi 302.887 tona(24) ulaşmıştır. 86 yılında meydana gelen üretim düşüklüğü beraberinde satışlardaki azalışıda getirmiş olup, gerçekleşen iç ve dış satış değerleri aşağıdaki gibidir.

Satışa hazır 303.737 ton/yıl(24) çimentonun, 302.837 tonu(24) iç pazara satılmış ve bu miktarın 55.392 tonu(24) dökme satış olarak



gerçekleştirilmiştir.

86 yılı iç satış programı, ambalajlı ve dökme olarak 290.000 ton/yıl(24) şeklinde hedef alınmışken, gerçekleşen 302.387 ton/yıl çimento iç satışı % 104'lük bir orana ulaşmıştır. Ambalajlı çimento realize oranı % 103 olup dökme çimento realize oranı ise % 112'dir.

Bu verilere göre, 86 yılı iç satışı önceki yıla oranla % 12'lik bir azalma göstermiştir. Yapılan iç satışlardan 7.545.375.920 İL. (24) gelir elde edilmiştir. Gelirde meydana gelen artış 85 yılına göre % 10,8'dir.

Dış satışlarda önceki yıllarda başlayan hızlı düşüş 86 yılında en düşük seviyeye inerek 850 ton/yıl(24) şeklinde gerçekleşmiştir. Önceki yıla göre düşüş % 64,5'tir. Yapılan dış satıştan elde edilen gelir ise 36.975 dolar(24), yaklaşık olarak 26.593.019 İL.dir. Dış satış 86 yılında 20.000 ton/yıl(24) olarak programlanmışken, negatif bir sapmayla % 96 ile realize edilmiştir.

Bu rakamlara göre, 86 yılı toplam geliri 7.751.968.939 İL. olmuştur. Dış satıştaki düşüşe rağmen bu miktar önceki yılın toplam gelirine oranla % 10'luk bir artışı ifade etmektedir.

1986 yılı gayri safi satış hasılatı 2.061.990.470 İL.lük klin-ker satışı ile 9.633.959.409 İL.(24) olup, safi satış hasılatı ise 9.184.112.095 İL.(24)'dır.

Bu verilere göre, işletme satışlarının % 99,7'si yurt içine, % 0,003'lük kısmı ise yurt dışına yapılmıştır. İç satışın payı artarken, dış satış sıfıra doğru yaklaşmaya başlamıştır.

İşletmenin 86 yılı kapasite kullanma oranı 550.000 ton/yıl kapasiteye göre % 55 olarak gerçekleşmiştir. Bu kapasite 85 yılının altında % 12'lik bir azalma ile gerçekleşmiştir.

(24) Mardin Çimento Sanayii 1986 Yılı Faaliyet Raporu s.3-8-11-22.

Mardin Çimentoda 86 yılında üretilen çimentonun, Türk Çimento Sanayii içindeki payı % 1,5 olmakla beraber, 86 yılı ihracatının toplam ihracat içindeki payı ise % 1'lerin altına düşerek ihracatın başarısız bir dönem geçirdiğini ortaya koymaktadır.

- 1986 Yılında İşletmeyi Etkileyen Sorunlar

1. İç satışlarda meydana gelen problemler, 86 yılında ortadan kalkma eğilimi göstermiş ve başarılı bir iç satış dönemi geçirilmiştir.

2. Dış satışta ise, bölgede uzun süreden beri devam eden ihracat darboğazı nedeniyle gösterilen tüm çabalara rağmen satışlar çok düşük bir seviyede kalmıştır.

İran-İrak ve Suriye'ye yapılan ihracat durmuş olup, sadece Sudan'a 850 ton/yıl çimento satılabilmektedir. Dış satışlardaki düşüğe neden olan faktörlerin başında Orta Doğu'daki İran-İrak savaşını gösterebiliriz.

3. Üretimde maliyeti önemli ölçüde etkileyen Fuel-Oil yerine yerli kaynaklara dönüş sağlanmış ve kömür tesisleri deneme faaliyetine geçerek geçici kabul sağlanmıştır.

4. Kraft kâğıdı ve ithalinde meydana gelen giderleri en aza indirmek için ve yörede dökme çimento satışı artırmak için ilgili ekipman araç ve gereçlerin alımı sağlanmış olup, bunlar için 206.356.428 TL harcama yapılmıştır.

5. Yörede fabrika bacasından çıkan toz olumsuz yönde etkili olduğundan bu problem için düşünülen çözüm, fabrika bacasından çıkan ve havaya karışan toz miktarını minimum seviyeye indirecek, çevre kirliliğini maksimum seviyede önleyecek olan baca gazını sistemde gizleyecek olan ekonomik toz tutma tesisinin yatırım şart olup, bununla ilgili teşvik belgesi alınmış olup, üst seviyede teknik etütler sürdürülmektedir. Yatırım 87 yılında realize edilecektir.

### 13. 1987 Yılı İtibari İle Çimento Üretim ve Satışı :

#### 13.1.Çimento Sanayii (Genel)

1987 yılında Türk Çimento Sanayii Üretim ve satışlar açısından başarılı bir dönem geçirmiş ve 85 yılında başlayan tırmanış bu yıl içerisinde de olumlu bir seviyeye ulaşmıştır.

Buna göre, 87 yılı gerçekleşen üretim ve satış miktarları aşağıdaki gibidir.

Üretimde geçen yıla oranla % 12,9'luk bir artış meydana gelmiş ve 1987 yılı toplam çimento üretimi 22.597.147 tona(25) ulaşmıştır. 85 yılına göre % 28,5 84 yılına göre ise % 43,5'lik bir artışla son üç yılın ortalama artışı % 28,3 olmuştur. Bu artışlar son dört yılın istikrarlı dönemler olduğunu göstermektedir.

87 yılında Türk Çimento Sanayinin toplam üretim kapasitesi 22 milyon ton/yıl'ın üzerine çıkmıştır.

86 yılında 18.936.041 ton/yıl olan iç tüketim, 87 yılında pozitif bir orana % 17,7'lik bir artışla 22.291.185 tona(25) ulaşmıştır.

87 yılında gerçekleştirilen toplam ihracat, önceki yıllara oranla önemli bir derecede düşüş göstermiş ve 86 yılına göre % 80,7'lik bir azalışla 223.160 ton/yıl(25) olarak gerçekleşmiştir.

Bu yılki dış satışla beraber toplam 13 yıllık ihracat 20.162.071 tona ulaşmıştır. 87 yılına ihracatı son 12 yıla göre % 1,'lik bir değerle son yılların en düşük oranına ifade etmektedir.

87 yılı iç tüketim miktarının toplam üretim içindeki payı % 98,6 olup, toplam tüketime oranı ise % 99'luk bir oranı ifade etmektedir.

87 yılı toplam ihracatının üretim ve satış miktarlarına oran-

ları ise üretime % 0,009, tüketime ise yine % 0,009'dur.

87 yılı kapasitesi önceki yılların üzerine çıkarak 17 milyon ton/yıl olan kapasite % 32,9'luk bir artışla 22 milyon ton/yıl kapasitenin üzerine çıkılmıştır.

1987 yılı Türk Çimento Sanayii için üretimde ve iç satışlarda başarılı bir dönem olmuş, ancak dış satışlarda meydana gelen düşüş önemli bir seviyeye inmiş olup, öz denecek bir seviyede gerçekleşmiştir. Son dönemlerde Irak devletinin çimento sektörüne ağırlık vermesi ve çimento ihrac edebilecek bir düzeye gelmesiyle beraber, Ortadoğudaki savaş, siyasi ve ekonomik nedenler bu düşüşe neden olan başlıca faktörlerdir.

Dış satışlar başarısız bir dönem geçirirken, iç satışlarda meydana gelen artış Türk İnşaat Sektörünün ve yatırımların canlılığını ifade etmektedir. Toplu konut organizasyonu ve verilen krediler inşaat sektörünü canlandırmış ve üretilen çimentonun hemen hemen tamamı yatırımlara ve inşaat sektörüne kanalize edilmiştir.

### 13.2.Mardin Çimento Sanayii (Özel)

1987 yılı Mardin Çimento için önceki dört yıla göre pek başarılı dönem olmamıştır. Üretim bu yıllara göre düşüş göstermiş ve 84 yılında 350.030 ton/yıl olan çimento üretimi, 87 yılında % 21'lik bir azalışla 275.529 ton/yıl(26) olarak gerçekleşmiştir. Önceki yıla göre azalış % 0,08 85 yılına göre % 20,5 ve 83 yılına görede azalış % 0,07'dir. Son dört yılın ortalama azalışı % 10,4'tür.

87 yılında üretilen çimentonun 273.157 ton/yıl'ı(26) iç pazara satılmış ve 257.800 ton/yıl olarak hesaplanan programın üzerine çıkılmıştır. Pozitif realize oranı % 0,06'dir. Bu rakamlara göre 87 yılı iç satışı 86 yılına göre % 1'lik bir azalma göstermiş ve 84-85 yıllarına

göre ise azalış % 19 ve % 21'dir. Ortalama azalış % 13, 'dir. Son üç yıla göre iç satış azalma gösterirken 83 ve önceki yıllara göre 87 yılı iç satışı aslında başarılı bir miktardır.

Dış satışlarda önceki yıllarda başlayan düşüş nihayet 87 yılında sifıra inmiş ve bu dönemde dış satış gerçekleşmemiştir. Böylece dış satışlarda meydana gelen azalış % 100'e ulaşmıştır.

87 yılı satışlarından elde edilen gayri safi satış hasılatı % 21'lik bir artışla 11.646.192.972.99 ₺. olmuştur. Safi satış hasılatı ise 11.430.185.012.99 ₺.olarak gerçekleşmiştir.(26) Satış hasılatı içinde ayrıca 50.000 ton/yıl klinker satışı programlanmış ve satış % 300'lük bir artışla 150.000 ton/yıl olarak gerçekleşmiş ve 3.476.383.984.00 ₺. ile satış hasılatı içerisinde önemli bir miktar olarak gerçekleşmiştir.

Bu verilere göre işletme satışlarının % 99'luk kısmı iç pazarlara yapılmış ve % 1'lik miktar ise stok edilmiştir.

İşletmenin 87 yılı kapasite kullanım oranı 550.000 ton/yıl kapasiteye göre % 50 şeklinde gerçekleşmiştir.

87 yılında üretilen çimentonun Türk Çimento Sanayii içindeki payı üretim olarak % 0,01'lik oranı göstermekle beraber, ihracat olmaması nedeniyle oran (0) olarak meydana gelmiştir.

- 1987 Yılında İşletmeyi Etkileyen Sorular :

1. Fabrika bacasından havaya karışan farin tozunu minimum seviyeye getirecek ve çevre kirliliğini maksimum seviyede önleyici gaz soğutma kulesi yatırımını 87 yılında realize edilmiştir. Yatırım için 161,4 milyon ₺. harcama yapılmıştır.

2. Fabrika sahasında yeraltı suyu olmaması ve mevcut kaynakların yetersizliği nedeniyle, artık su tasfiye tesisatı yatırımda bu yıl içerisinde gerçekleştirilmiş ve bunun için 29,5 milyon ₺. harcama

---

(26) Mardin Çimento Sanayii 1987 Yılı Faaliyet Raporu s. 7-11-15-22

yapılmıştır.

3. Dış satışlar için gösterilen çabalar netice vermemiş ve bu yıl ihracat yapılamamıştır.

TÜRKİYE'DE ÇİMENTO FABRİKALARININ DAĞILIMI

KAMU SEKTÖRÜ FABRİKALARI		ÖZEL SEKTÖR FABRİKALARI		KARMA SEKTÖR FABRİKALARI	
1	Afyon Çimento Sanayii T.A.Ş.	1	Akçimento Ticaret A.Ş.	1	Adana Çimento Sanayii T.A.Ş.
2	Altınova Elazığ Çimento San.T.A.Ş.	2	Anadolu Çimentoları T.A.Ş.	2	Bolu Çimento Sanayii T.A.Ş.
3	Ankara Çimento Sanayii T.A.Ş.	3	Aslan Çimento A.Ş.	3	Konya Çimento Sanayii T.A.Ş.
4	Balıkesir Çimento Sanayii T.A.Ş.	4	Baştaş Başkent Çim.Sny.T.A.Ş.	4	Mardin Çimento Sanayii ve Ticaret A.Ş.
5	Bartın Çimento Sanayii T.A.Ş.	5	Batı Anadolu Çimento Sny.A.Ş.	5	Ünye Çimento Sanayii ve Ticaret A.Ş.
6	Çorum Çimento Sanayii T.A.Ş.	6	Bursa Çimento Fabrikası A.Ş.		
7	Gaziantep Çimento Sanayii T.A.Ş.	7	Çanakkale Çimento Sanayii A.Ş.		
8	Kiğde Çimento Sanayii T.A.Ş.	8	Çimenttaş-İzmir Çim.Pab.T.A.Ş.		
9	Söke Çimento Sanayii T.A.Ş.	9	Çimsa Çimento Sanayii T.A.Ş.		
10	Trakya Çimento Sanayii T.A.Ş.	10	Eskişehir Çimento Pab.T.A.Ş.		
11	Adıyaman Çimento Sanayii Müess.	11	Göltaş-Gölller Bölgesi Çimento Sanayii ve Ticaret A.Ş.		
12	Aşkale Çimento Sanayii Müess.	12	Muh Çimento Sanayii A.Ş.		
13	Ergani Çimento Sanayii Müess.	13	Yibitaz-Yozgat Çimento Fab.A.Ş.		
14	İskenderun Çimento Sanayii Müess.	14	Zeytinburnu Çimento Sanayii T.A.Ş. (Kefanlı)		
15	Kars Çimento Sanayii Müess.				
16	Kurtalan Çimento Sanayii Müess.				
17	Ladik Çimento Sanayii Müess.				
18	Sivas Çimento Sanayii Müess.				
19	Şanlıurfa Çimento Sanayii Müess.				
20	Trabzon Çimento Sanayii Müess.				
21	Van Çimento Sanayii Müessesesi				

## MİLLİ GELİRE ORANSAL OLARAK ETKİLERİ

YILLAR	MİLLİ GELİR (TL.)	TÜRK GİMMETİ SİMÖRÜNÜN MİLLİ GELİRE NAKSİ (TL)	%	MİLLİ GELİRİN MİLLİ GELİRE NAKSİ (TL)	%
1975	441.925.800.000	3.712.297.824	0.008	17.509.374	0.00004
1976	562.075.200.000	5.464.757.781	0.009	159.698.007	0.00028
1977	750.197.800.000	7.677.165.150	0.010	193.842.630	0.00025
1978	1.122.244.700.000	12.443.950.749	0.011	239.782.693	0.00021
1979	1.898.936.800.000	18.452.606.216	0.010	365.979.832	0.00019
1980	3.887.489.500.000	54.924.233.814	0.014	997.483.918	0.00025
1981	5.637.773.600.000	90.259.380.000	0.016	4.389.962.445	0.00077
1982	7.599.821.000.000	110.601.999.460	0.015	3.631.450.856	0.00048
1983	10.182.550.500.000	117.391.616.100	0.012	3.166.493.217	0.00031
1984	16.331.277.600.000	192.505.014.240	0.012	5.048.482.690	0.00031
1985	24.000.987.100.000	305.036.196.950	0.013	6.145.021.184	0.00026
1986	33.345.744.700.000	473.904.918.727	0.014	9.149.262.645	0.00027
1987	57.857.116.300.000	700.511.650.000	0.012	11.230.929.600	0.00019
TOPLAM	163.668.140.600.000	2.097.885.787.005	0.013	44.735.904.091	0.00027



YILLAR İTİBARIYLA TÜRKİYE'DE ÇİMENTO ÜRETİMİ VE TÜKETİMİ

<u>YILLAR</u>	<u>ÜRETİM (TON)</u>	<u>TÜKETİM (TON)</u>
1980	12.827.914	12.087.726
1981	14.495.276	11.772.276
1982	15.726.506	11.779.506
1983	13.544.643	11.561.643
1984	15.737.820	13.586.829
1985	17.581.337	15.796.057
1986	20.003.547	18.934.041

DÜNYADA ÇİMENTO ÜRETİMİ YIL (1987)

<u>Ü L K E</u>	<u>Ü R E T İ M (Milyon Ton)</u>
ÇİN	142.221
S.S.C.B.	131.000
JAPONYA	73.191
A.B.D.	76.540
İTALYA	35.973
HİNDİSTAN	31.750
İSPANYA	24.042
FRANSA	23.668
B. ALMANYA	24.373
MEKSİKA	20.680
BREZİLYA	20.635
G.KORE	25.179
TÜRKİYE	20.004
POLONYA	14.792
TAIWAN	13.563

NOT: 13 milyon tonun üzerindeki üretimler dikkate alınmıştır.

AVRUPA'DA ÇİMENTO ÜRETİMİ (1985 YILI)

Ü L K E	Ü R E T İ M (Bin Ton)
İTALYA	37.316.000
İSPANYA	24.197.000
FRANSA	23.546.000
BATI ALMANYA	22.944.000
TÜRKİYE	17.581.337
YUNANİSTAN	13.520.000
İNGİLTERE	13.403.000
BELÇİKA	5.537.000
PORTEKİZ	5.364.000
AVUSTURYA	4.541.000
İSVİÇRE	4.254.000
HOLLANDA	2.877.000
İSVEÇ	2.050.000
FİNLANDİYA	1.608.000
İRLANDA	1.487.000
DANİMARKA	1.418.000
KORVEÇ	1.354.000
LÜKSEMBURG	853.000
İZLANDA	117.000

Not : 1987 Yılında Türkiye Çimento Üretiminde, 22 milyon ton ile  
TABLO - 4

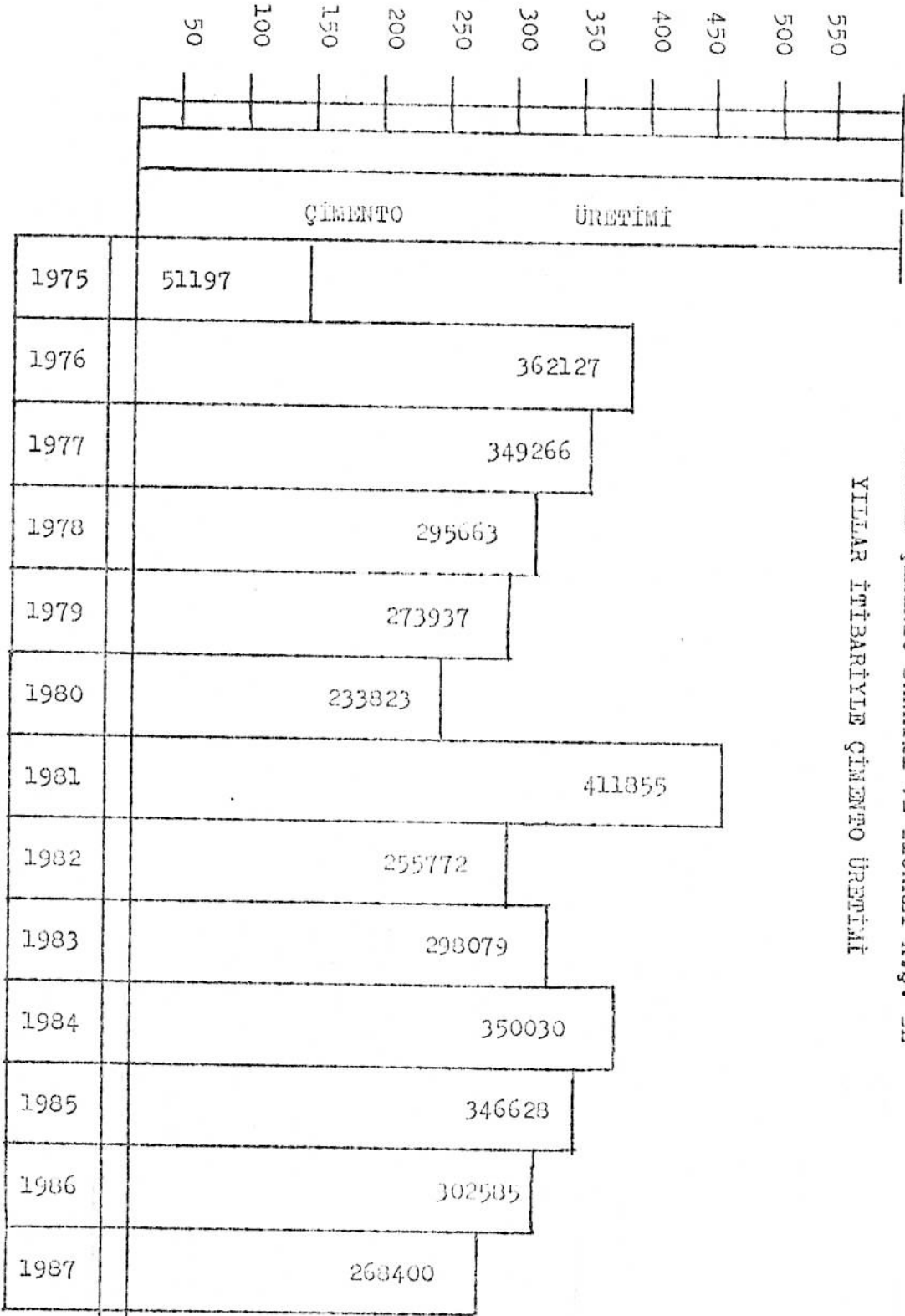
Avrupada 5. sırada yer almıştır.

	5	10	15	20	25
1975	4855672	5998942	10854672		
1976	7373537	5018204	12391741		
1977	8339057	5493673	13832730		
1978	8946446	6397513	15343959		
1979	8593938	5217893	13811831		
1980	6499557	6375322	12874879		
1981	7381374	7661856	15043230		
1982	8202355	7575391	15777746		
1983	6935089	6659771	13594860		
1984	8296394	7441426	15737820		
1985	9266995	8314342	17581337		
1986	10559105	9444442	20003547		
1987	11863129	10734021	22597150		

YILLAR ITCANIVAN ERNEVEGE DE QUINTO JORNADA

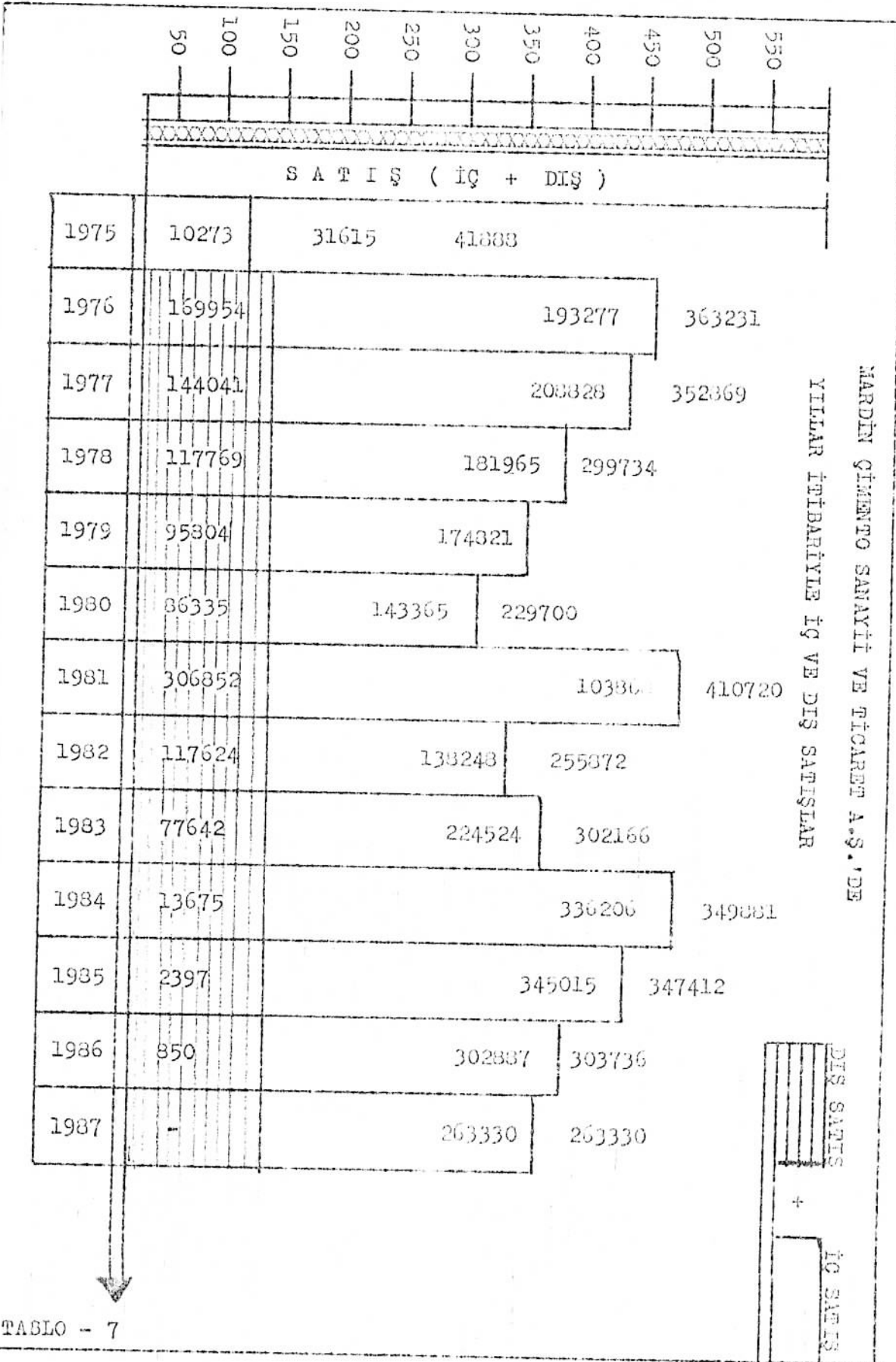
KANU  
 +  
 ZSL

TABLO - 5



MARDIN ÇİMENTO SANAYİİ VE TİCARİET A.Ş. DE  
YILLAR İTİBARIYLA ÇİMENTO ÜRETİMİ

TABLO - 6



TABLO - 7

50 100 150 200 250 300 350 400 450 500 550

İÇ SATIŞLAR (DÖKME + TORBALI)

YIL	DÖKME	TORBALI	TOPLAM
1975	31615		
1976	2055	191222	193277
1977	678	202150	203828
1978	627	181338	181965
1979	34915	139906	174821
1980	11054	132311	143365
1981		103868	103868
1982	598	137650	138248
1983	37861	186663	224524
1984	97645	238561	336206
1985	107976	237039	345015
1986	55892	246995	302887
1987		263330	

MARDİN ÇİMENTO SANAYİİ VE TİCARİET A.Ş.'DE  
YILLAR İTİBARIYLA DÖKME VE TORBALI  
OLARAK İÇ SATIŞLAR

İÇ SATIŞLAR  
DÖKME  
TORBALI

TABLO - 8

DAHİLİ SATIŞLAR (TON) (13.10.1975 - 31.12.1986)

YILLAR	D Ö K M E		T O R B A L I				GENEL	
	BANT	ŞANTIYE	TOPLAM	BANT	ŞANTIYE	MAĞAZA	TOPIAM	TOPLAK
1975	-	-	-	31.432	-	-	31.432	31.432
1976	-	-	-	193.310.4	-	-	193.310.4	193.310.4
1977	678	-	678	208.150	-	-	208.150	208.150
1978	626.8	-	626.8	123.477	-	57.862	181.339	181.965.8
1979	34.915	-	34.915	27.484	103.928	8.552	139.934	174.849
1980	11.054.9	-	11.054.9	25.454	29.816	77.041	132.311	143.365.9
1981	39.9	-	39.9	21.149	38.787	43.892	103.828	103.867.9
1982	28.9	569.5	598.4	16.376	58.226	63.048	137.650	138.248.4
1983	25.027.6	12.834	37.861.6	16.297	62.301	108.065	186.663	224.524.6
1984	38.938	58.707	97.645	19.655	105.385	113.521	238.561	336.206
1985	2.621	105.355	107.976	158.362	55.392	23.285	237.039	345.015
1986	5.894.3	49.997.6	55.891.9	198.312	33.890	14.793	246.995	302.886.9
TOPLAM	119.824.4	227.463.1	347.287.5	1.039.4534	487.725	510.029	2.037.212.4	2.384.499.9

TABLO - 9

## 1975-1987 YILLARI İTİBARIYLA MARDİN ÇİMENTO SANAYİİ TİCARET A.Ş.'NDE KLİNKER ÇİMENTO ÜRETİM VE SATIŞLARI

YILLAR	YILLIK ÜRETİM	YILLIK SATIŞ	YILLIK STOK	YILLIK ÜRETİM	YIL.İÇ SATIŞ	YIL.DIŞ SATIŞ	YILLIK STOK	YILLIK ÜRETİM	YILLIK SATIŞ	YILLIK STOK
1975	82.645	5009	26.439	51.197	31.615	10.273	9309			
1976	333.620	-	9776	362.127	193.277	169.954	8370			
1977	335.770	-	6474	349.266	208.828	144.041	4571			
1978	321.930	-	49.976	295.663	181.965	117.769	500			
1979	244.168	10.033	19.250	273.937	174.821	95.804	3812			
1980	220.268	-	35.169	233.823	143.365	86.335	7935			
1981	390.624	-	26.170	411.855	103.868	306.352	9070			
1982	386.637	-	179.436	255.772	136.248	117.624	8970			
1983	166.060	8875	51.760	298.079	224.524	77.642	4883			
1984	350.855	-	67.705	350.030	336.206	13.675	5032			
1985	316.869	-	51.450	346.626	345.015	2.397	4248			
1986	335.000	113.013	1.889	302.585	302.887	850	3096			
1987	405.000	150.000	26.360	275.529	273.157	-	5468			
TOPLAM:	3.899.646	286.930	551.854	3.806.491	2.657.776	1.143.216	75.264			

TABLO - 10



1975-1987 YILLARI İTİBARIYLA TÜRK ÇİMENTO SEKTÖRÜNDE ÜRETİM VE SATIŞ MİKTARLARI

YILLAR	TOPLAM ÜRETİM	TOPLAM İÇ SATIŞ	TOPLAM DIŞ SATIŞ	TOPLAM SATIŞ
1975	10.854.672	9.818.000	889.000	10.707.000
1976	12.391.741	11.511.293	881.397	12.392.695
1977	13.832.730	12.923.639	904.914	13.828.552
1978	15.343.959	14.186.107	1.186.250	15.372.357
1979	13.811.831	12.726.645	995.534	13.722.179
1980	12.874.379	12.037.726	752.796	12.840.522
1981	15.043.230	11.772.276	3.255.973	15.028.249
1982	15.777.746	11.778.506	3.980.478	15.758.984
1983	13.594.860	11.561.643	2.063.255	13.624.898
1984	15.737.820	13.586.929	2.139.255	15.726.034
1985	17.581.337	15.796.057	1.761.288	17.557.345
1986	20.003.547	18.936.041	1.123.771	20.064.812
1987	21.979.614	23.551.348	226.220	23.777.568
TOPLAM	198.827.966	180.236.159	20.165.131	200.401.245

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### MARDİN ÇİMENTO SANAYİİ VE TİCARET A.Ş. DE PAZARLAMA FAALİYETLERİ

#### 1. Organizasyon Yapısı İçerisinde Pazarlama Faaliyetlerinin Yeri :

##### 1.1. Organizasyonun Düzenleniş Biçimi :

Mardin Çimento Sanayii ve Ticaret A.Ş. Türk Ticaret Kanunu Hükmüne göre 2.6.1969 tarihinde Anonim Şirket statüsünde kurulmuş olan bir şirkettir.

Yönetimin tepesinde bulunan Yönetim Kurulu, genel kurulca seçilen 7 üyeden oluşmaktadır ( 3 üye OYAK, 3 üye ÇİTOSAN temsilcisi, 1 üye mahalli). Ayrıca denetleme kurulu ise, 3 üyeden meydana gelmektedir (OYAK-ÇİTOSAN münavebeli 2 ve 1).

Mardin Çimento Sanayinde 23'ü yönetici olmak üzere toplam 320 personel görev yapmaktadır. Bu personellerin eğitim ve kalifiye durumları aşağıdaki gibidir.

#### MEVCUT PERSONEL DURUMU :

---

<u>Norm.K.</u>	<u>Fiili K.</u>	<u>Müdür</u>	<u>Şef</u>	<u>Büro Pers.</u>	<u>Mühendis</u>	<u>Teknisyen</u>	<u>Ustabaşı</u>
389	320	6	5	40	2	4	7

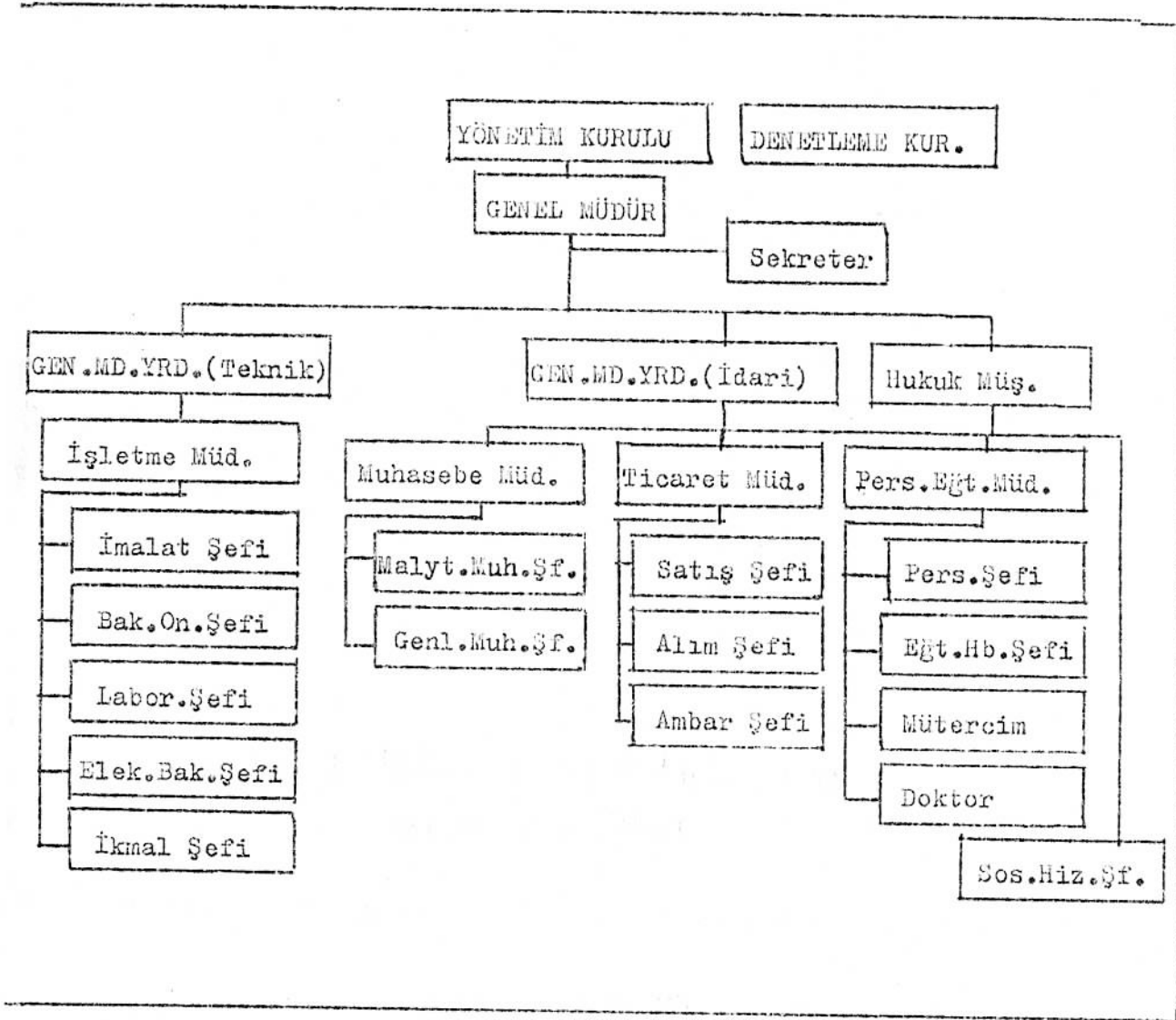
<u>Kalif.İşçi</u>	<u>Usta</u>	<u>Düz İşçi</u>	<u>EĞİTİM DURUMU :</u>		<u>İlk Ok.</u>	<u>Okur Yazar</u>
97	24	135			154	43

	<u>Norm.K.</u>	<u>Fiili K.</u>	<u>Fak.</u>	<u>Y.Ok.</u>	<u>Tekn.</u>	<u>M.S.E.</u>	<u>Lise</u>	<u>Orta Ok.</u>
İDARİ :	141	125	5	17	3	38	40	20
TEKNİK:	248	198						

---

MARDİN ÇİMENTO SANAYİİ VE TİCARET A.Ş.

ORGANİZASYON ŞEMASI



Üretimdeki düşüşe paralel olarak personel alımları kısılmış ve ayrılanların yerine yenisi (önemi haiz kadrolar dışında) alınmamak suretiyle 1982 yılından bu yana % 11 dolayında personel kısıntısı yapılmış olup, şu anda bu uygulamaya devam edilmektedir.

## 1.2. Pazarlamanın Organizasyon İçerisinde Ticaret Müdürlüğü

### Olarak Görülmesi :

Genel olarak işletmelerin organizasyonlarında, satış işlemlerini Pazarlama Departmanı üstlenirken, genel bir organizasyon uygulaması nedeniyle, ÇİTOSAN fabrikalarında pazarlama işlerini Ticaret Müdürlükleri veya Şeflikleri yerine getirmektedir. Ancak Türkiye Çimento Sanayinin organizasyon şemasında hem pazarlama hem de Ticaret Daire Başkanlıkları yer almaktadır.

Buna göre organizasyon şemasında görüldüğü gibi Ticaret Müdürlüğü, Genel Müdür Yardımcısına (idari) bağlanmış olup, gördüğü hizmetler Pazarlama Departmanının yerine getirdiği görevler olmakla beraber alım işlemleride bu Müdürlüğün görevleri arasında yer almaktadır.

Ticaret Müdürlüğüne bağlı olarak bir satış şefliği, alım şefliği ve ambar şefliği görev yapmaktadır. Bu safhada değişik bir ad ve özellikle görev yapan Ticaret Müdürlüğünün görev ve işlevlerini sıralamak oldukça yararlı olacaktır.

### 1.3. Ticaret Müdürlüğünün Görev ve Yetkileri :

**Görev Tanımı :** Mevzuat ve emirler çerçevesinde şirketin ikmal, pazarlama, ihale ve ambarlama işlerini yürütür, bu konularda Genel Müdür İdari Yardımcısına yardım eder.

#### Görevler :

1. Mevcut mevzuat, politika, saptanan prensip ve alınan kararlar uyarınca şirketin yıllık ikmal programını hazırlar, onaylanan programların uygulanmasını, ambarların tesbiti ve gerekli düzeltmelerin yapılmasını sağlar.

2. Yürürlükteki mevzuat, direktif ve kararlara uygun olarak şirketle ilgili bütün satış ve satın alma, şartname, sözleşme ve akıtları hazırlar, bunların uygulanmasını sağlar.

3. Ambarlama ve stok kontrol sistemini kurar, uygular, geliştirir ve atıl stok yaratmak için gereken tüm alım ve satış önlemlerinin alınmasını sağlar.
4. Pazarlama ve pazar araştırmalarını yapar, alım ve satım politikalarını saptar, uygulanmasını ve gereken sapmaların düzeltilmesini temin eder.
5. Şirketin satış ve satın alma faaliyeti ile ilgili yükleme, ulaştırma ve boşaltma işlerini, gerektiğinde süreli bağlantılarını tanzim eder ve sözleşme esaslarına göre uygulanmasını sağlar, gerekli önlemlerin alınmasını temin eder.
6. Piyasa analizleri yapar, piyasa hazırlanmasını, firmaların uygunlaştırılmasını, sürüm önlemlerinin alınmasını sağlar.
7. Satış için dinamik bir örgütün kurulması, geliştirilmesi, verimli çalışma koşullarının saptanmasını sağlar, faaliyetlerini izler, değerlendirir ve geliştirilmesini temin eder.
8. Görevleri ile mevzuatın hazırlanması, bu mevzuat ile birlikte satış ve satın alma koşullarının geliştirilmesi, istatistiki çalışmaların yapılması ve bundan faydalanmasını sağlar.
9. Sigorta şirketleri ile anlaşmaları sağlar, gerektiğinde sigorta acentalığını yapar, muhasebe ile müştereken sigorta işlerini yürütür.
10. İthalat ve ihracat ile ilgili tüm işleri yönetir.
11. Hükümet tarafından yönetilmeyen ürünlerin, maliyet araştırmasına dayalı satış fiyatlarını saptar, izler ve geliştirir.
12. Gerektiğinde kredili satış esaslarını ve kontenjan tahsisleri ile ilgili prensipleri hazırlar, onaylananların uygulanmasını sağlar.
13. Müdürlüğün fonksiyonları ile ilgili tarihçeyi ve firma

kartlarını tutar.

14. Genel Müdür İdari Yardımcısı ve Genel Müdür tarafından verilen diğer görevleri yapar.

Yetkileri : (Yöneticilerin müşterek yetkilerine ek olarak)

1. Mevzuatın gerektirdiği ve genel müdürlüğün verdiği yetki ve limitler çerçevesinde alım ve satım yönetmek. Şirketin satış ve ikmal programlarını hazırlamak.

2. Şartname, sözleşme ve kendi görev alanı çerçevesindeki diğer akitlerin yapılmasını temin etmek, uygulamayı izlemek ve kredili satışları yönetmek.

3. Ambarlama ve stok kontrolünü yönetmek.

4. Büyük ortaklar, kardeş şirketler, firmalar, bayiler, diğer üreticiler ve şirket birimleri ile yakın iş ilişkileri kurmak, koordinasyon sağlamak.

5. Koordinasyon ve teknik kurullara katılmak.

6. Görevlendirildiği zaman Genel Müdür Yardımcılığına ve diğer yöneticilere vekalet etmek.

7. Genel Müdür ve Genel Müdür İdari Yardımcılığı tarafından verilen diğer yetkiler.(27)

2. Pazarlama (Ticaret) Faaliyetleri (Yönetim Açısından) :

2.1. Mamül :

Bir ara mamül olan çimentonun, pazarlama yönetimi açısından Mardin Çimento Fabrikasınınca, hangi şartlarda üretildiği ve mamül özelliği açısından nelere dikkat edildiği, nasıl bir mamül geliştirilmesine gidildiği, Mamül konusunda üzerinde durulması gereken konu-

---

(27) Örgütlenme İncelenmesi ve Örgüt-Görev-Yetki-Sorumluluk Yönetmelik Tasarısı Koordinasyon Uzmanlığı, Ankara - 1981 s. 181-183.

lar olarak görülmektedir.

Pazarlama programlarının hazırlanmasında mamul planlaması ile başlanır. Mamulün stratejik bir karar değişkeni olarak önemi, işletmenin tüm pazarlama faaliyetlerinin esasını oluşturmaması, fiyat, tütürdürme ve dağıtım kararlarının şekillendirmesi sebebine dayanır.(28)

Buna göre mamul, işletme yöneticileri ile tüketiciler arasında köprü vazifesi gören bir fonksiyondur.

Bir pazarlama değişkeni olarak "mamul" denilince, terkiğinde bulunan unsurlar, mekanik yapısı, şekli ve dayanıklılığı, tadı, kokusu, ambalajların özellikleri gibi hususlar anlaşılır.

#### 2.1.1. Mardin Çimento Sanayinde Mamul Faaliyetleri :

Mardin Çimento Sanayinde üretim önce klinker (yarı mamul) daha sonra çimento (mamul) halinde gerçekleştirilmektedir. Çimento konusunda İşletme Müdürlüğü bünyesinde yer alan laboratuvarında gerekli çalışmalar yapılmakta ve mamul geliştirilmeleri bu bölümün çalışmalarına neticesinde gerçekleştirilmektedir.

Mardin Çimento şu anda genellikle PÇ-325 normunda (katkılı-katkısız) portland çimentosu üretmekte olup, talep olduğu takdirde TypI, TypV (sülfatlı), PÇ-400, PÇ-500 normunda çimento türlerini üretebilmektedir. Çimentonun pazara sunulması genelde dökme ve ambalajlı olarak yapılmakta, yine talebe bağlı olarak (özellikle ihrac) çok katlı torbalı (5-6), slingli, big başlı (1,5 tonluk polietilen torbalar) ambalaj türleri ile de sevkiyat yapılmaktadır.

İşletmede üretilen çimento dünya standartlarına uygun niteliktedir. Bu nedenle ihrac ürünü olarak önemli bir yer tutmakta olup, Mardin Çimento açısından, Ortadoğu önemli bir dış pazarı oluşturmaktadır.

---

(28) İsmet Mucuk; Pazarlama İlkeleri. İstanbul, Der Yayınevi. 1982. s. 99-100

## 2.2.Fiyat :

Pazarlama karmasını oluşturan dört karar değişkeninden biri olan fiyat, ekonomik hayatın da temel unsurlarından birini teşkil eder. Pazara dayalı ekonomilerde fiyat arz ile talebi karşılaştırır. Alıcı ile satıcının üzerinde anlaşmaya varması ile mübadele sağlanmış olur.

Fiyat, günümüzde hem makro ekonomik düzeyde, hem mikro düzeyde işletmeler açısından, hem de tüketiciler açısından önemli bir değişkendir.

-Makro açıdan bakıldığında, fiyat pazara dayalı ekonomilerde ekonomik hayatın temel düzenleyicisidir. Buna göre bir malın pazar fiyatı, üreticileri, rantları, faizi ve kârları özellikle o mala üretim süresince katalan üretim faktörü denilen girdilerin fiyatlarına etkiler.

-Mikro açıdan, işletmeler içinde fiyat, pazarlama faaliyetlerinin yürütülmesinde önemli bir değişkendir. Fiyat işletme pazarlama programının devlet düzenleme ve müdahalelerinde en fazla etkilenen bir bölümdür.(29)

### 2.2.1.Mardin Çimento Sanayinde Fiyat Faaliyetleri :

Mardin Çimento Fabrikasının, fiyat yönetimi ve belirlemesi konusundaki faaliyetlerini şu şekilde açıklamak mümkündür.

Çimento konusunda uygulanan fiyat politikası ülke çapında, 1911 yılından 1958 yılına kadar, serbest bir satış fiyatı belirleme uygulaması devam ettirilmiş olup, ancak 1958 yılından itibaren fiyat belirlenmesini hükümetler yapmaya başlamıştır. Bu uygulamada 1981 yılına kadar devam etmiştir.

Bu bilgiler ışığında, Mardin Çimento'nun 1975 yılında üretime

---

(29) İsmet Mucuk; Pazarlama İlkeleri. İstanbul, Der Yayınevi. 1987.



başladığını gözönüne alacak olursak, 1953 yılı öncesi fiyat politikası Mardin Çimentoyu pek ilgilendirmemekte olup, 1953 yılından sonraki uygulamada ise fiyatın hükümetler tarafından belirlenmesi, yine fiyat uygulamasında Mardin Çimentoya fazla bir görev yüklenmemektedir.

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının 22.6.1981 tarih ve 25 Sayılı tebliği ile yurt içinde üretilen klinker ile her cins çimentonun satış fiyatlarının tesbit ve ilanında Türkiye Çimento Müstahsiller Birliği yetkili kılınmıştır.

1985 yılına kadar uygulanan fiyatlandırma politikası sonucu çimento satış fiyatları hem uzun hem de kısa dönemde sektörde satış kârlılığının oluşmasına ve sermaye birikimine imkan vermemiş, bu durum sektörün gelişmesini olumsuz yönde etkilemiştir.

Nitekim, 1980-1981 yılları arasında özel sektörce yeni fabrika kurulması veya ilave kapasite yaratılmasına yönelik ciddi bir yatırım tegebbüsünde bulunulmamış ve bu dönemde çimento sahasında tüm yatırım projeleri kamu sektörünce realize edilmiştir. Bu dönemdeki çimento satış fiyatlarının gelişmesi, ekonominin genel fiyat artışlarının göstergesi olan toptan eşya fiyat endeksleri (TEFE) ve yapı malzemeleri genel endeksi ile mukayese edilmiş ve çimento satış fiyatlarındaki artışın gerek toptan eşya fiyatlarında, gerekse yapı malzemeleri fiyat artışlarının altında seyrettiği gözlenmiştir.

#### 2.2.2. Çimento Satış Fiyatlarının Serbest Bırakılması :

Sektörde serbest rekabet ortamının yaratılması, maliyetlerin düşürülmesi, pazar paylarının büyütülerek kârlılığın ve verimliliğin artırılması, yaratılan kaynakların yeni yatırımlara yönlendirilmesi amacıyla yapılan çalışmalar sonucu çimento sektörü için önemli bir ekonomik reform olan, Sanayi ve Ticaret Bakanlığının 6.12.1985 tarih ve BIK/1985-2 sayılı tebliği ile çimento satış fiyatları serbest bırakıl-

mıştır.

Fabrikalar ve Mardin Çimento Fabrikası uygulanmakta olan Liberal Ekonomi Politikası gereği, serbest rekabet koşullarında verimlilik ve kârlılıklarını artırmak amacı ile mevcut tesislerini modernize etmeye, kapasite artışı ve enerji tasarrufu sağlamaya yönelik önkalsiyasyon ilavesine, kömüre dönüşüm projelerini realize ederek maliyetlerini düşürmeye yönelmişlerdir.

Çimento satış fiyatlarının serbest bırakıldığı 85 yılı sonundan itibaren çimento satış fiyatları (₺) ve (DM) cinsinden mukayese edildiği zaman çimento fiyatının (DM) değer artışının altında (₺) değer artışının üstünde seyrettiği gözlenmektedir.

### 2.3. Dağıtım :

Günümüzde üretimin çok küçük bir kısmı üretim yerinde tüketilir ve çok küçük bir kısmı da direkt olarak tüketiciden satın alınır. Üretimin önemli bir kısmı ise, çok çeşitli tiplerdeki pazarlama araçları tarafından tüketicilere ulaştırılır. Değişik isimlerle anılan çeşitli tiplerdeki bu araçlar üretim ile tüketim arasındaki dengeyi sağlayan kişi veya kuruluşlardır. Çünkü ancak üretilen mal tüketicinin istediği yerde ve zamanda ona sunulduğu takdirde üretim bir anlam ifade eder. İşte üretilen malın istenilen yerde ve zamanda tüketiciye sunulmasında, dağıtım kanallarının ve dağıtımın rolü büyüktür. Araçlar bazen değişik ülkelerde yer alan uzun bir zinciri oluşturur.

Buna göre dağıtım, üretilen mamüllerin tüketicilere dağıtılması ile ilgili tüm çabaları kapsar ve bu nedenle üretim ile tüketim arasındaki açığı kapatır.

Üretici bir işletme için dağıtımla ilgili kararlar iki ana kısımda ele alınabilir.

1. Dağıtım Kanalının Seçimi : Bu kısımda nasıl bir dağıtım şek-

linin uygulanacağı, malların tüketiciye ulaştırılmasında ne tip ve ne sayıda aracı kullanılacağı sorunu dikkate alınır.

2. Fiziksel Dağıtım : Burada ise, malların üretim yerlerinden tüketicilere akışı, diğer bir deyişle, fiziksel dağıtım sisteminin seçilmesi ve böylece malın gitmesi gereken yere zamanında ve minimum masraflarla ulaştırılmasıdır.(30)

### 2.3.1. Mardin Çimento Sanayinde Dağıtım Faaliyetleri :

Pazarlama Yönetimi açısından, dağıtım konusuna ana hatlarıyla değindikten sonra Mardin Çimento Fabrikasının mamul dağıtım politikası ve yönetimi üzerinde durmaya çalışalım.

1979 yılına kadar tamamen bant teslimi olarak yapılan satışlar, dağıtım politikası içerisinde, çimento satışının üretim yerinden yapılması özelliğini getirmiştir. Ancak üretim daralması-talep artışı ve buna bağlı olarak karaborsa oluşması neticesinde Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının ilgili tebliğ ve tamimleri doğrultusunda satış ağırlığı gantiye ve mağaza teslimi satışlara kaydırılmıştır.

Karaborsanın ortadan kalkışı ve son yıllarda çimento arzında meydana gelen artış başa dönülmesine neden olmuş, buna bağlı olarak civar il ve ilçelerde 3 adet olan tanzim satış mağazaları 3'e (Mardin-Batman-Diyarbakır) indirilmiştir.

Dışarıya önemli miktarlarda çimento ihraç eden Mardin Çimento Fabrikasının iki önemli pazarı Suriye ve Irak'tır. Bu pazarlara ulaşmada deniz yolu avantaj sağlarken, Mardin Çimentonun limana uzak olması dağıtımda aksaklıklar ve zorluklar meydana getirmektedir. Denize kadar olan nakliyenin kısmende olsa Müstahsiller Birliği ek fonundan karşılanması için girişimler yapılmış olup, yeterli imkanlar tanırsa ihracat şansı artabilecektir.

---

(30) İsmet Mucuk; s.g.e, 1987. s. 225-226.

#### 2.4. Tutundurma (Promosyon) :

İşletmenin tüketici arzu ve ihtiyaçlarına uygun mali planla-  
yıp geliştirmesi, uygun fiyatla fiyatlandırması ve uygun bir dağı-  
tım ile istenildiğinde satın alınabilecek şekilde hazır bulundurması  
yeterli değildir. Bununla, yeni mamul, fiyat ve dağıtım sorunlarının  
çözümüne ek olarak yapılması gereken başka çalışmalar vardır ki bun-  
lar kısaca "Tutundurma" denilen satışı artırıcı çabalardır. İşletme  
içinde önemli bir yeri olan tutundurma çalışmalarının stratejik bir  
biçimde düzenlenmesi gerekir, buda bütün satışı artırıcı faaliyet-  
lerden maksimum faydayı sağlamak üzere optimum bir tutundurma kar-  
ması oluşturulmasına gerekli kılar.

Ancak, işletme için mevcut temel stratejilerden biri olarak  
tutundurma geniş ölçüde, mamul ve mamul hattı, fiyat ve dağıtım ko-  
nusunda daha önce alınan kararlara bağlıdır.

Mamul, firma ile tüketici arasında köprü fonksiyonunu görür-  
sede, ürettiği malın ve onun üstünlüğünü veya fiyatının uygunluğu-  
nu tüketicilere duyuramayan firmanın başarısı sınırlı olacaktır.

Mamul, işletmenin kontrol edilemeyen, dış faktörlere, intiba-  
kanı (uyumunu) sağlayan bir faktördür. Tutundurma ise, firmanın kont-  
rol edilemeyen değişkenlere etkisini sağlayan en önemli pazarlama  
değişkenidir.

"Diğer bir deyişle tutundurma, işletmenin ürettiği mal ve hiz-  
metin varlığını tüketicilere duyuran ve işletmenin yaşamasını, geliş-  
mesini sağlayan bir pazarlama aracıdır." (31)

#### 2.4.1. Tutundurma Faaliyetlerini 4 Başlık Altında Toplamak Mümkündür:

1. Kişisel Satış : Satış yapmak amacı ile bir veya daha fazla potan-  
siyel alıcı ile karşılıklı konuşmak, görüşmek ve sonuca ulaşmaktır.

---

(31) İsmet Mucuk; a.g.e, 1987. s. 161-162.

Başlıca Özellikleri Şunlardır :

- a. Kişisel karşılama
- b. Dostluk ilişkileri geliştirme
- c. Dinlenme ve karşılık verme zorunluluğunun olması
- d. Satışçının gerekli bilgileri toplaması

2. Reklam : Malların, hizmetlerin veya fikirlerin geniş kitlelere duyurulması ve benimsetilmesi amacı ile bir ücret karşılığında kişisel olmayan bir biçimde sunulmasıdır. Reklam mesajı genellikle kitle iletişim araçları ile geniş kitlelere ulaştırılır. Radyo, TV, gazete, dergi, afiş, pano, katalog ve benzeri araçlardan yararlanılır. Reklamı, kurumsal reklam ve marka reklam olarak ikiye ayırmak mümkündür.

Kurumsal ve marka reklamının başlıca özellikleri şunlardır :

- a. Geniş kitleye yönelik olma
- b. Tekrarlanabilme ve her yana yayılabilme
- c. Anlamlı ve etkili biçimde sunulabilme
- d. Kişisel olmama

3. Tanıtma : Karşılığında genellikle bir ücret ödemedi, radyo, TV ve basın yayın araçlarından işletme yöneticileri veya mallar ve hizmetler hakkında yayınlanan ticari haber, röportaj, resim vb. şekillerdeki tanıtıcı çalışmalarını içerir. Buna göre tanıtma, daha geniş kapsamlı olarak halkla ilişkiler fonksiyonunun bir kısmıdır. Halkla ilişkiler yaratma ve sürdürme çabalarıdır. Bu çabaların bir bölümü olarak tanıtma reklama benzer, hatta parasız reklam diye de anılabilir. Ancak, reklamlardan belirli farklılıkları vardır. Tanıtmanın başlıca özellikleri şunlardır :

- a. Yüksek doğruluk derecesi
- b. Kitlelere kolayca ulaşma
- c. Merak ve ilgi uyandırma

4. Satış Geliştirme : Kişisel satış, reklam ve tanıtma çabaları dı-

şında kalan sürekli olarak yürütülmeyen, fuarlara katılma, sergiler, tehirler vb. devamlılığı olmayan satış çabalarıdır.

Satış geliştirme çabaları pek çok sayıda heterojen faaliyetlerdir. Bunları sınıflandırmak zordur. Ancak bu tutundurma çabaları hitap ettiği kitleye göre ;

a. Tüketicilere yönelik eşantıyon verme, kupon, ikramiye veya pul verme, moda gösterileri, para ifade vb.

b. Aracılara yönelik satın alma avansı, karşılıksız mal, özendirme primi, satış yarışmaları vb.

c. Satışlara yönelik pirim, satışçı yarışmaları, satış toplantıları vb. şeklinde üçlü olarak gruplandırılabilir.

Satış geliştirme tek başına kullanılabilirse de, çoğunlukla başka bir tutundurma çabası ile birlikte yürütülür. Bu yüzden yardımcı tutundurma veya özel satış çabaları diye de adlandırılır. Çok çeşitli olduklarından ortak özellikleri pek azdır. Bunlar :

a. Genellikle dikkat çekme ve etkili olma: Satış geliştirmede kullanılan birçok araç çabuk etkili olur.

b. Uygulama ve denetleme kolaylığı : Kolay uygulandığı gibi etkisinde kolay ölçülür.

c. Malın değerini küçültme : Aşırı ölçüde kullanılırsa malın değeri ve satış fiyatının uygunluğu konusunda şüphe uyandırır. (32)

#### 2.4.2. Mardin Çimento Sanayinde Tutundurma Faaliyetleri :

Mardin Çimento Sanayinin tutundurma faaliyetlerine baktığımız zaman, şu özellikleri ve uygulamaları görmek mümkündür.

Her üretim işletmesinde olduğu gibi Mardin Çimentoda pazarlama faaliyetleri standart bir biçimde yürütülmekte olup, ancak diğer Sektörlerde olduğu gibi tutundurma faaliyetleri, çimento sektöründe pek

geniş kapsamlı görülmektedir. Karma sektörün ve sistemin başarılı bir kolu olan çimento sektörü ve bu sektörün bir parçası olan Mardin Çimentodaki tutundurma faaliyetleri diğer fabrikalardan farklı değildir. Buna göre; tutundurma kapsamı içinde Mardin Çimentonun faaliyetleri şu şekilde açıklanabilir.

1. Kişisel Satış : Bir ara sanayi mamulü üreten Mardin Çimentoda, üretilen mamulün kişisel satış yolu ile tanıtım ve satışının yapılmadığı görülmektedir. Ancak fabrikanın satış organizasyonu içinde yer alan 3 adet satış mağazasının belirli merkezlerde bulunması mamullerin işletme merkezi ile bağlantısını sağlamakta ve istenilen bilgiler ve hizmetler bu satış mağazalarında verilmektedir.

Ayrıca Türk çimento sektörü içerisinde ihracat yapan fabrikalar arasında Mardin Çimentonun önemli bir yer tutması nedeniyle dış pazarlarda gerekli bağlantıların kurulması veya bazı aksaklıkların giderilmesi için yönetici durumundaki elemanlar gerektiğinde dışarıya gönderilmektedir. Bu doğrultuda Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının tebliğini gözönüne alacak olursak daha önce üretim yerinden yapılan satışlar, bu tebliğ ile mağaza ve şantiye teslimi satışlara kaydırılmıştır. Görüldüğü gibi kişisel satış açısından özellikler pek görülmektedir.

2. Reklam : Çimento Sektörünün ve Mardin Çimentonun reklam faaliyetlerini şu çerçevede göstermek mümkündür.

Mardin Çimentonun sektör içerisinde önemli bir ihracat hareketi göstermesi ve bu durumun toplantılarda, konferanslarda ve dergilerde belirtilmesi ile fabrikanın göstermiş olduğu başarının ifade edilmesi, dergi ve kataloglarda Mardin Çimentonun ve ürünlerinin tanıtılması faaliyetleri yürütülmekte olup, ayrıca işletmeyi tanıtıcı hediyelik eşyaların çeşitli müşterilere ve kurumlara verilmesi reklam

faaliyetlerini içermektedir.

Bu faaliyetlerle beraber Mardin Çimento ÇİTOSAN'ın ortağı olması nedeniyle Türkiye Çimento Sanayii T.A.Ş.'nin reklam ve tanıtım imkanlarından da yararlanmaktadır. Bu faaliyetleri genel anlamda, tanıtma faaliyetleri içerisinde de özetlemek mümkündür.

**3. Tanıtma :** Günümüz Türkiye'sinde Sanayi ürünlerindeki çeşitliliğin artmasıyla, bunların gerek yurt içi gerekse yurt dışında fuar ve sergiler yolu ile tanıtılması ve pazarlanması büyük ölçüde önem kazanmıştır.

Bu gerçekten hareketle, işletmede ürünlerin ve faaliyetlerin ulusal ve uluslararası alanda tanıtılması konusuna ciddiyetle eğinilmekte ve sonuç olarak kalkınmanın hızlanmasında ülke ekonomisine katkı sağlanması amacı güdülmektedir. Bu amaçla Mardin Çimentonun ortağı olan ÇİTOSAN çeşitli faaliyetler yürütmektedir. Bu faaliyetler şunlardır:

Çeşitli sanayii fuarlarına katılarak (Bursa-Kocaeli ve İzmir Fuarları gibi) ülkemizin ve sektörün adını dünya pazarlarında duyurarak ekonomik bağlantılar kurulmasını sağlamak. Ayrıca çeşitli sanayii sergilerine katılarak ürünlerin tanıtımını sağlamak, inşaat sektörünün çeşitli toplantı ve seminerlerine tebliğler ve tanıtıcı bilgiler ile katılmak ve bunun gibi faaliyetler sıralanabilir.

Türk Çimento Sektörünün ihracatçı bir sektör olması ve Mardin çimentonunda bunda payının olduğu göz önüne alınırsa, yurdumuzu ziyaret eden yabancı ticaret heyetlerine sanayii mallarımıza tanıtmak amacıyla ile yıl boyu açık kalan Ankara ve İstanbul ticaret fuarlarına ÇİTOSAN olarak iştirak edilmeside tanıtım faaliyetleri içerisinde yer almaktadır.

Ayrıca ÇİTOSAN'ın katıldığı yurt dışı fuarlar iki gruba ayrıl-



maktadır. Bunlardan ilki ticari ilişkilerin yoğun olarak sürdürüldüğü özellikle Ortadoğu ülkelerinde düzenlenen Türk haftalarıdır.

İkinci grubu ise, ev sahibi ülkelerin gerçekleştirmesiyle istekli tüm ülkelere açılan uluslararası fuarlardır. ÇİTOSAN bu amaçla düzenlenen fuarların bir kısmına 85 yılından bu yana katılmaktadır.

4. Satış Geliştirme : Türk Çimento Sektöründe ve Mardin Çimentoda satış geliştirme ve tanıtım çabaları aynı kapsam içinde düşünülmekte olup, tanıtım faaliyetleri içerisinde satış geliştirme çabalarında yürütülmektedir.

### 3. Pazarlama Faaliyetleri (Genel Açıdan) :

#### 3.1. Pazar İle İlgili Faaliyetler (Müşteri İlişkileri) :

Mardin Çimento fabrikasının pazar faaliyetlerini iki kısımda incelemek mümkündür. Birinci kısım iç pazar, ikinci kısım ise dış pazar olarak nitelendirilebilir.

#### 3.1.1. İç Pazar İle İlgili Faaliyetler :

İç pazarın müşterilerini büyük bir ölçüde inşaat sektörü oluşturmaktadır. 1970'li yıllarda durgunluk gösteren inşaat sektörünün 1980'li yıllarda ve son zamanlarda önemli bir hareketlilik göstermesi, hem iç talebi hemde satışları büyük ölçüde artırmıştır. Mardin Çimentonun bölgesel ve dış pazar amaçlı kurulduğunu göz önüne alırsak son zamana kadar Mardin Çimentonun müşterilerinin, çevre illerdeki inşaat firmaları, toplu konutçuluğun geliştirdiği kooperatifler ve bölgedeki yatırımların ihtiyacı doğrultusunda, Kamu Kurum ve Kuruluşlarından oluştuğunu görebiliriz.

İç pazarın müşterilerine çimento veya klinker satışı mağaza ve şantiye teslimi şeklinde gerçekleştirilmektedir. İç pazar müşterilerinin % 70'lik bölümünün Şanlıurfa-Diyarbakır ve Batman il merkezleri ile bunların fabrika cephesindeki ilçelerden oluştuğu görül-

mekle beraber satışlarda ağırlık kamu yatırımlarındadır. (lojman, resmi binalar, karayolları, köy hizmetleri, DSİ, baraj sulama kanalları, tünel, baraj vb. gibi) SÖZ konusu 3 merkezin yeni kurulan fabrikalara daha yakın olması, iç pazar satışının ve müşterilerinin giderek azalmasına yol açmaktadır.

Ayrıca büyük şehirlerde meydana gelen arz sıkıntısı ve oluşan karaborsayı önlemek amacıyla klinker satışı gerçekleştirilmektedir. (Ankara ve İstanbul Fabrikalarına) Bu bölgelere çimento satışı yapabilmek için gerekli girişimler yapılmakta ve sürdürülmektedir.

Fabrikanın etrafı tamamen başka fabrikalar tarafından çevrilmiş olup, iç pazar açısından dar bir alan meydana gelmiştir. Ancak GAP projesinin hızlanması ve buna bağlı olarak enerji, sulama ve konut yatırımlarının artışı ile bu yöre fabrikalarının üretim ve satışlarında hissedilir artışlar gözlenebilecektir.

### 3.1.2. Dış Pazar İle İlgili Faaliyetler :

Mardin Çimento Fabrikası ihracatçı bir işletmedir. Fabrikanın kuruluşundan bu yana 100 milyon \$ yakın ihracat yapılmış ve bu ölçüde döviz girdisi sağlanmıştır. Son iki yıl hariç dış satış toplam satışlar içerisinde önemli bir paya sahip olmuştur.

Fabrikanın dış pazardaki iki önemli müşterisi Suriye ve Irak'tır. Her iki ülkede içinde buldukları olağanüstü durum ve savaş koşulları nedeniyle çimento talebini asgariye indirmişlerdir. Ayrıca Irak yeni açılan fabrikaları ile ihracat yapabilecek duruma gelmiştir.

Her iki pazara ancak özel çimento (sülfatlı) ihrac etme olanakları mevcut olup, pazardaki durum sürekli olarak takip edilmektedir. Ayrıca ithal vergisi ve fonların (0)'a indirilmesi nedeniyle bölgeye Irak'tan külliyatlı miktarda çimento gireceği tahmin edil-

mektedir.

Mardin Çimentonun dış pazar payı son iki yıldır, (0) noktasına gelmiştir. Ancak deniz yolundan, fondan yapılan katıda değerlendirilerek özel tip çimento ihracı için gerekli çabaların sürdürüldüğü görülmektedir.

Dünya genelinde fiyatların düşük olması ve işletmenin limana uzak olması rekabet imkanını ortadan kaldırmaktadır. Denize kadar olan nakliyenin bir kısmı Müstahsiller Birliği tarafından karşılanacak olursa ihracat şansı tekrar artacaktır. Aksi takdirde fabrika \$50 gibi çok düşük bir kapasite ile çalışmak zorunda kalacaktır.

### 3.2. Satınalma-Satış Faaliyetleri :

#### 3.2.1. Satınalma Faaliyetleri

Bir üretim işletmesi olan, Mardin Çimento Fabrikası tekrar mamul üretebilmek için bazı satınalma faaliyetlerini yerine getirmek zorundadır. Fazarlamamanın değişim işlevlerinden olan satın alma işlevi yerine getirilirken, üretimin gerçekleştirilebilmesi için bazı mal ve hizmetlerin satın alınması gerekmektedir.

Mardin Çimento Fabrikasında satın alma işlevlerini, İdari Genel Müdür Yardımcısına bağlı Ticaret Müdürlüğü nezdinde, Alım Şefliği yerine getirmektedir. Buna göre çimento üretiminin gerçekleştirilmesi için Alım Şefliği şu satınalma faaliyetlerini göstermektedir.

Belirli dönemlerde yarı mamul olan klinker alımı, üretimde kullanılan yardımcı üretim araçlarının alımı, yakıt, ambalaj malzemesi vb. birçok üretim işlemini tamamlayıcı elemanların alımı, Alım Şefliği tarafından yerine getirilmektedir.

Bunların dışında yine işletmede üretimin ve satışların belirlenen hedeflere ulaşabilmesi için çeşitli hizmetlerde satın alınmaktadır. Örneğin hammadde istihraç ve nakliyesi, curuf nakliyesi, pet-

petrokok nakliyesi, kömür nakliyesi , işgören taşımaları, paketleme, gıda vb.gibi hizmetler işletme dışından satın alınarak yerine getirilmektedir. Ayrıca satın alınan mamüllere alçı taşı, tras, caruf, petrokok, kömür vs. eklemek mümkündür.

### 3.2.2. Satış Faaliyetleri :

Mardin Çimento Fabrikasında satış faaliyetlerini iki grupta inceleyebiliriz. Bunlar iç satış ve dış satış faaliyetleridir.

#### 3.2.2.1.İç Satış Faaliyetleri :

İç pazardaki faaliyetlerin başında, bölgenin mevcut çimento talebini karşılamak amacıyla gösterilen çalışmalar gelmektedir. İşletme iç pazardaki en önemli faaliyetleri 84-85 ve 86 yıllarında göstermiştir. İç pazarın potansiyel olarak % 70'lik satışları Şanlıurfa, Diyarbakır ve Batman il merkezleri ile bunların fabrikaya yakın ilçelerine yapılmaktadır. Satışlarda aşarlık kamu yatırımlarındadır. İç pazarda çimento satışını gerçekleştirmek veya bu doğrultuda çalışmalar yapmak, pek fazla çabayı gerektirmemektedir. Söz konusu merkezlerle yapılan satışlar son 4 yılda gitgide düşüş göstermeye başlamıştır. Bunun nedeni, bölgede hizmete giren 700.000 ton/yıl kapasiteli dört fabrikanın (Adıyaman-Diyarbakır/Ergani-Siirt/Kurtalan-Şanlıurfa Bozova) faaliyetleri olmuştur. Bu fabrikaların hepsinin amacı, talebi aşağı yukarı belli pazardan pay kapmak ve bunu bir yarış haline getirmektir.

Bir ara bu fabrikalara Mardin Çimento'nun maliyetinin düşük olması nedeniyle klinker sevkedilmesi düşünülmüş ve bu doğrultuda Siirt/Kurtalan Fabrikasına 40.00 ton/yıl gönderilmiş, ancak devamı getirilemediğinden sonuç alınmamıştır. Halen büyük yehirlerde meydana gelen arz sıkıntısı ve oluşan karaborsayı önlemek amacıyla nakliyesinin bir bölümü fondan karşılamak üzere klinker sevkiyatı yapılmaktadır.

(İstanbul-Ankara) Ayrıca bu bölgelere çimento satışının yapılabilmesi için çalışmalar ve girişimler yürütülmektedir.

Çevre fabrikalar iç pazar payını olumsuz yönde etkilemekte olup, satış yönünden dar bir alan meydana getirmektedirler. Ancak GAP projesinin hızlanması ve buna bağlı olarak yatırımların artışı yöre fabrikalarının satış çabalarına ve paylarına olumlu yönde etkileyecektir.

Mardin Çimento Fabrikası iç pazar payını artırabilmek için dökme çimento satışına önem vermekte ve bu doğrultuda oluşturduğu dökme çimento araç ve ekipmanları ile satışlarını yükseltmeyi düşünmektedir. Satış karması içerisinde yer alan 3 adet satış mağazası şu anda 5'e indirilmiş ve iç pazara mamul üretim yerinden ve mağazalardan sunulmaktadır.

#### 3.2.2.2. Dış Satış Faaliyetleri :

Yıllar itibarıyla dış satış faaliyetlerine başladığımız zaman fabrika işletmeye açıldığı 1975 yılından itibaren, 87 yılı hariç hemen hemen her yıl dış pazarlara önemli miktarlarda çimento satışı gerçekleştirmiştir. Buna göre dış pazar Mardin Çimento için önemli bir pazar ifade etmektedir. Dış pazarın en önemli iki müşterisi Suriye ve Irak devletleridir. Ancak son yıllardaki Ortadoğu huzursuzluğu ve siyasi ekonomik etkenler Irak'a olan satışları (0)'a indirmiştir. Aynı zamanda Irak yeni fabrikalar devreye sokarak çimento ihraç edebilecek duruma gelmiştir.

1975 yılından 1987 yılına kadar dış satışların toplam satışlar içerisindeki payına bir göz atacak olursak, dış pazarın Mardin Çimento açısından önemini ortaya koymuş oluruz.

<u>YILLAR</u>	<u>İÇ SATIŞ (1000 ton)</u>	<u>DİŞ SATIŞ (1000 ton)</u>	<u>TOPL.SAT.</u>	<u>DİŞ SAT.%</u>
1975	31.615	10273	41888	0.25
1976	193.277	169954	363231	0.47
1977	203.823	144041	352869	0.41
1978	181.965	117769	299734	0.39
1979	174.821	95804	270625	0.35
1980	143.365	86335	229700	0.38
1981	103.868	305852	410720	0.75
1982	138.248	117624	255872	0.46
1983	224.524	77642	302166	0.26
1984	336.206	13675	349881	0.04
1985	345.015	2397	347412	0.006
1986	302.887	850	303736	0.002
1987	273.157	-	273157	0.00

Tabloda görüldüğü gibi 75 yılından 83 yılına kadar dış pazar payı, toplam pazar payı içerisinde önemli bir miktar oluşturmaktadır. Ancak son yıllarda bu pay gittikçe azalmış ve nitekim 1987 yılında (0)'a düşmüştür.

Dünya genelinde fiyatların düşük olması ve fabrikanın limana olan uzaklığı rekabet imkanını ortadan kaldırmaktadır. Denize kadar olan nakliyenin bir kısmı Müstahsililer Birliği tarafından karşılanacak olursa tekrar ihracat şansını doğurabilecektir. Aksi takdirde işletme iç pazar talebine göre düşük kapasite ile çalışmak zorunda kalacaktır.

### 3.3.Mardin Çimento Sanayinde Taşıma-Depolama Faaliyetleri :

#### 3.3.1. Taşıma Faaliyetleri :

Mardin çimento fabrikasında, çeşitli alanlarda gerçekleştirilen faaliyetlerin önemli bir kısmının dışarıya yaptırıldığı ve bu konuda önemli bir giderin olduğu görülmektedir.

Fabrika, taşıma ve iş makineleri açısından önemli bir parka sahiptir. Buna göre 2 loder (1 paletli, 1 lastik tekerlekli) 2 midibüs, 2 minibüs, 3 binek oto, 4 kaya damperli, 1 tahta kasa kamyon, 2 kapalı kasa kamyonet, 2 kamyon (silobaslı), 4 Tır (dorseliye ve silobaslı) 2 traktör, 1 ekskavatör olmak üzere 25 adet araç ve iş makinesi mevcuttur.

İşletme sahip olduğu bu araç parkıyla gerekli işleri ve taşıma faaliyetlerini yerine getirmekte olup, mevcut taşıma kapasitesi tüm taşıma işlevlerine cevap vermemektedir. Bu nedenle taşıma işlerinin bir kısmı dışarıya yaptırılmaktadır. Dışarıya yaptırılan taşıma işlevlerini şöylece sıralayabiliriz.

Hammadde istihraç ve nakliyesi, alçı taşı istihraç ve nakliyesi, curuf nakliyesi, petrokok nakliyesi, kömür nakliyesi ve işçi taşımaları gibi işlevlerden oluşmaktadır.

1979 yılına kadar mamül taşınması ile ilgili herhangi bir sorun görülmemektedir. Bu yıla kadar satışlar bant satışı olarak gerçekleştirilmiştir. 79 yılından sonra Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının ilgili tebliği doğrultusunda satış ağırlığı mağaza ve şantiye teslimi satışlara kaydırılınca, nakliye konusunda önemli tıkanmalar meydana gelmiş ve 70'li yılların petrol krizi taşımacılığı olumsuz yönde etkilemiştir. Bu nedenlerden dolayı taşıma işlevlerinin bir kısmı işletmece, bir kısmında dışarıdan yerine getirilmiştir.

Dış pazar taşımacılığında ise maliyet açısından deniz taşımacılığı önem taşımakta olup, fabrikanın limana uzaklığı nakliye konusunu

önemli bir sorun haline getirmekte ve buna bağlı olarak ihracat imkanları olumsuz yönde etkilenmektedir.

### 3.3.2. Depolama Faaliyetleri :

Çimento sektöründe, depolama veya stoklama faaliyetleri içerisinde çimentodan çok yarı mamul olan klinker stoku önem arz etmektedir. Çünkü çimentonun uzun süre korunmasının güç olması ve kapalı stok silosu gerektiğinden genellikle 7-8 günlük stoklar ile yetinilmektedir. Ancak buna karşın klinkerin açık havada bile uzun süre kalması mümkündür.

Mardin Çimento Fabrikasında depolama faaliyetleri sektördeki uygulamalardan farklı değildir. Çimento depolamasının risk ve masraf taşınması nedeniyle uzun süre depolanması söz konusu olmayıp, talep doğrultusunda mevcut depolarda fazlaca bekletilmeden pazara sunulmaktadır. Çimento stoklarının 10 günü geçmediği ve bu süreler içerisinde stokların eritildiği görülmektedir. 75 yılından 87 yılına kadar çimento ve klinker olarak stok yapılmış ve bu stoklar, klinkerde 1,5 - 2 ay seviyesinde tutulmuş olup, çimentoda ise bu süre azami 10 gün ile sınırlanmıştır. Yıllara göre çimento ve klinker stoku 10 nolu tabloda görülmektedir. 82 yılında görülen stok fazlalığı Irak pazarı için o dönemde var olan ihracat beklentisinden kaynaklanmış ve ihracat gerçekleşmeyince, fabrika uzun süre (7 ay) duruşa alınarak stok normal seviyeye düşürülmüştür. İşletmenin içinde bulunduğu dönemdeki klinker fazlası, civar iller ile Ankara ve İstanbul bölgelerindeki çimento fabrikalarına (Çanakkale-Akçimento-Bağtaç-Kurtalan) gönderilmek suretiyle asgariye indirilmiştir.

### 3.4.Mardin Çimento Sanayinde Standartlaştırma ve Dereceleme Faaliyetleri

#### 3.4.1. Standartlaştırma Faaliyetleri :

Mardin Çimento Fabrikası üretimde, mamul standardizasyonuna gi-



derek klinker ve çimento konusunda belirli bir ölçüye ulaşmıştır. İşletmenin mevcut laboratuvarında mamül ile ilgili çalışmalar yapılırken, ayrıca Müstahsiller Birliğinin 1978 yılında çalışmaya başlayan Ortadoğunun en büyük çimento araştırma ve geliştirme merkezinin faaliyet ve yeniliklerinden de yararlanılmaktadır. Yılda iki defa "Çimento Teknolojisi" konusunda eğitim programları düzenlenmekte olup, Mardin Çimento bu programlara katılmaktadır.

Çimento standardının bir uluslararası standart olması nedeniyle ülkemiz çimento sektöründe ve Mardin Çimentoda bu standartlar uygulanmaktadır.

#### 3.4.2. Dereceleme Faaliyetleri :

Sınıflandırma olarak adlandırabileceğimiz bu faaliyetler, Mardin Çimento fabrikasında standardizasyon faaliyetleri ile gerçekleştirilmiş olup, fabrikada şu mamüller geliştirilerek üretilmeye başlanmıştır.

a. Yarı Mamül Klinker (Portland Çimentosu Klinkeri)

b. Mamül Çimento (Portland Çimentosu)

1. Katkılı Portland Çimentosu (KPÇ 325) normunda

2. Portland Çimentosu (PÇ 325) normunda

3. Portland Çimentosu (PÇ 400) normunda

4. Sülfata Dayanıklı Portland Çimentosu

görüldüğü gibi işletmede standart olarak 6 çeşit mamül üretilmekte olup, oluşturulan standartlaştırma ve dereceleme neticesinde, güvenli mamül, satışta güven sağlaması nedeniyle düşük pazarlama maliyeti, fiziksel dağıtım maliyetinde düşüş, standart ve derecesi bilinen mala kredi sağlama kolaylığı ve risk azaltması, fiyat riskini ve sigortalama işlemlerini kolaylaştırması nedeniyle işletmeye büyük avantajlar sağlar. Mardin Çimento bu avantajlardan azami bir şekilde yararlanma

çabası içerisinde. Dışa yönelik olması bu çabalara daha da önemli bir hale getirmektedir.

### 3.5 Mardin Çimento Sanayinde Finansman ve Risk Taşıma Faaliyetleri :

#### 3.5.1. Finansman Faaliyetleri :

Mardin Çimento Sanayii ve Ticaret A.Ş. çok ortaklı şirketler grubundan olup, ortak sayısı 1007'dir. Şirketin sermayesi, yeniden değerlemeler ile birlikte 2.000.000.000 TL'ye (1,5 milyar yeniden değerlendirme, 500 milyon ortaklar katkısı ile naklen) ulaşmıştır. Sermayenin mevcut yapısı aşağıdaki gibidir.

	TL.	%
Ordu Yardımlaşma Kurumu	964.406.000-	48.22
T.Çimento ve Top.Sanayii	924.686.000-	46.23
Mardin Ticaret ve Sanayi Odası	400.000-	0.0002
Gerçek Kişiler	110.508.000-	5.54
	2.000.000.000-	100.00

Şirketin finans kaynaklarını bankalardan sağlanan krediler, alınan tahviller, fonlardan sağlanan yardımlar vb. gibi. Finansman kaynaklarını ayrıca 3 grupta incelemek mümkündür.

#### 3.5.1.1. Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar :

- Alınan Krediler
- Borçlar
- Alınan Avanslar

#### 3.5.1.2. Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar :

- Uzun Vadeli Borçlar
- Tahvil Borçları

#### 3.5.1.3. Öz Kaynaklar :

- Ödenmiş Sermaye
- Dönem Karları

- Yedekler

Ayrıca Mardin Çimentonun gerçekleştirdiği yatırımlar nedeniyle orta vadeli krediler sağlamış ve bu kredilerin önemli bir kısmını DESİYAB ve MÜSTAHSİLLER BİRLİĞİ sağlamıştır.

1985 yılı sonunda 1,7 milyar TL. olan orta vadeli borç kalemi 86 sonunda 1,6 milyar TL. 87 yılı sonunda ise 1,4 milyar TL. ye inmiştir. Finansman faaliyetleri konusunda şunu söylemek mümkündür ki çok istisnai bir durum olmadığı takdirde ileriye dönük bir nakit sıkıntısı görülmemektedir.

-Şirketin Mali Yapısını daha iyi bir seviyeye getirmek ve karlılığı artırmak için şu önlemlerin alınması gerekir.

1. Üretimde katkı maddesi kullanılarak, enerji ve kalori tasarrufu yoluyla maliyetleri düşürerek kârın artmasını sağlamak.

2. Satılan malın maliyeti içerisinde en yüksek payı alan yakıtlar masrafını kömür kullanmak suretiyle asgariye indirerek karlılığın artmasını sağlamak.

3. Her yönde tasarruf tedbirlerine riayet etmek.

4. Mali Kaynakları düzenli ve programlı kullanarak finansman masrafı yükünü azaltmak ve finansman fazlasını akılcı yollarla nemalandırmak.

5. İç satışın maksimize edilmesi için her türlü çabanın gösterilerek karlılığın artmasına sağlamak.

6. Dış pazar arayışlarını sürdürerek, ihracatın geliştirilmesini sağlamak.

3.5.2. Risk Taşıma ile İlgili Faaliyetler :

Risk zarar etme ihtimali olduğuna göre, Mardin Çimentonun yıllar itibarıyla işletme faaliyetlerine baktığımız zaman işletmeye başlangıç yılı olan 1975 ile 1979 yıllarında işletme çegitli nedenlerden

dolayı zarar etmiştir. Diğer yılları ise işletme kârlı olarak kapatmıştır.

Mardin Çimento ürettiği mamüller ile ilgili olarak, mamüllerin depolanması ve satışı sırasında meydana gelebilecek riskleri en aza indirebilmek için gerekli sigortalama işlemleri Ticaret Müdürlüğünce yapılmakta olup, risk oranı en aza indirilmeye çalışılmaktadır.

İşletmenin toplam alacakları 1,9 milyar TL. olup, bunun önemli bir bölümünü çimento müşterilerinden olan teminatlı alacaklar teşkil etmektedir. Bu nedenle alacakların tahsilinde meydana gelebilecek riskler teminat yoluyla en aza indirilmekte hatta tahsil edilememe gibibir durumla karşılaşma imkanı yok denecek kadar azdır.

### 3.6.Mardin Çimento Sanayinde Bilgi Toplama ve Yayma Faaliyetleri :

Pazarlama eylemleri bütünü sezgilere dayanarak yürütülemez. Eylemlerin yerine getirilmesi demek, aynı zamanda kararlar almak demektir. Buna göre kararlar boşlukta alınamaz. Kararlar toplanan bilgilere ve verilere dayanılarak alınmalı ve uygulamaya konulmalıdır. Böyle bir davranış pazarlamada bilinçli, akılcı ve bilimsel davranmanın en başta gelen gereğidir.

Pazarlama sisteminde bilgiler tüm işletmelerde olduğu gibi iki yönde hareket eder. (Üreticiden tüketiciye-Tüketiciden üreticiye doğru) pazara ilişkin bilgiler toplamak nedenli önemli ise mallar ve hizmetlere ilişkin bilgilerin toplanmasında o denli önemlidir.

Bilgiler çeşitli kaynaklardan toplanabilir. (gazeteler, yayınlar, devlet yayınları, kişisel gözlemler, pazarlama araştırmaları, işletme içi kayıtlar, sanayi ticaret odalarının yayınları ve aracı kurumlardan toplanan bilgiler vb.gibi) Bilgi toplamanın yanı sıra , toplanan bilgilerin kavranması, değerlendirilmesi ve kullanılmasında önemlidir.

Bilgi toplama ve yayma konusunda işletme örgütü içerisinde, Ti-

icaret Müdürlüğü pazarlama faaliyetleri doğrultusunda gerekli bilgi toplama ve yayma işlevlerini yerine getirmektedir. İşletme bünyesinde, mevcut pazarlama kamerası ile bölgesel pazar ve müşteri bilgileri toplanırken, çimento sektörü içerisinde ÇİTOSAN'ın göstermiş olduğu faaliyetler ve bilgi kaynakları, diğer fabrikalar için önemli bir bilgi kaynağını teşkil etmektedir.

Ayrıca, Türkiye Çimento Müstahsilleri Birliğinin kurmuş olduğu çimento araştırma merkezi sayesinde gerekli bilgiler, diğer işletmelerce ve Mardin Çimento tarafından kolayca elde edilebilmektedir. Sektördeki değişimler ve gelişmelerden tüm fabrikalar süratli bir şekilde bilgi sahibi olmaktadır.

Çimento Müstahsilleri Birliği, yurt içinde ve yurt dışında bilim merkezleri ile bu konuda çalışan ilgili müesseseler ve kuruluşlar ile diyalog içerisinde bulunarak gerekli bilgi akışı süratli bir şekilde sağlanıp, bu bilgiler tüm sektöre dağıtılmaktadır.

Mardin Çimento, bilgi akışında ve yayılmasında ÇİTOSAN'ın ve MÜSTAHSİLLER BİRLİĞİ'nin çalışmalarından yararlanırken, kendisinde pazar çalışmaları, mamül araştırmaları, tüketici araştırmaları yapacak gerekli bilgileri sistematik bir biçimde toplayıp değerlendirmekte ve bu doğrultuda üretim ve satış hedeflerinin programını belirlemektedir. Diğer bir deyişle üretim ve satış tahminleri yapılmaktadır. Mevcut laboratuvarında gerekli mamül araştırmaları ve standardizasyon çalışmaları yapılmakta ve çimento konusunda dünyada uygulanan üretim kalite ve teknikleri konusunda bilgiler toplanarak, dünyadaki ve ülkemizdeki çimento normlarına uyuma çabası gösterilmektedir.

## D Ö R D Ü N C Ü B Ö L Ü M

### DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

#### 4. Pazarlama Fonksiyonları ve Mardin Çimento Sanayindeki Uygulamaların Değerlendirilmesi :

##### 4.1. Benzerlikler :

Daha öncede ifade edildiği gibi pazarlama fonksiyonları hemen hemen her yerde ve her ortamda geçerlilik göstermektedir. Ancak araştırmaya başlarken, yöresel olarak Mardin Çimentonun bu faaliyetlerde farklılık göstereceği varsayımından yola çıkmıştım. Nitekim çalışmalarımın ve araştırmalarımın neticesinde bazı konulara şeffaflık kazanarak daha açık bir hale gelmiş oldu.

Bu nedenle Mardin Çimentoda, fonksiyonel pazarlama hareketlerindeki benzerlikleri ortaya koymak daha kolay oldu. Buna göre tüm sektörlerde, sanayi ve endüstri dallarında uygulanan pazarlama fonksiyonlarının ve faaliyetlerinin çimento sektöründe ve Mardin Çimentoda uygulandığını gözlemiş oldum.

Yönetim açısından ve genel açıdan pazarlama faaliyetlerine baktığımız zaman standart olan fonksiyonel hareket ve faaliyetlerin Mardin Çimentoda yürütüldüğünü ve uygulandığını gördüm. Benzer yönler açısından şunu söyleyebiliriz ki, diğer bölgelerde veya daha elverişli yörelerde yürütülen faaliyetler ile Mardin Çimentonun bölgesinde yürüttüğü faaliyetler arasında bir ayrıcalık olmamakla beraber, bölgenin özelliği nedeniyle bazı faaliyetler değişik uygulama alanı bulabilmekte veya sektörün özelliği nedeniyle farklılıklar oluşabilmektedir.

##### 4.2. Farklılıklar :

Çimento sektörünün özelliği ve bölgenin mevcut durumu nedeniyle, pazarlama faaliyetlerinde ve fonksiyonların işlevlerinde bazı farklılıklar ve zorluklar göze çarpmaktadır. Pazarlama fonksiyonları diğer

işletmelerde olduğu gibi Mardin Çimentodada yerine getirilirken bölgenin kalkınmamış olması ve sanayi bölgelerine olan uzaklığı işletmeyi clumsy yönde etkilemekte ve faaliyetlerin bir kısmının yetersiz kalmasına neden olmaktadır. Bilindiği gibi sanayi bölgelerinde veya toplanma bölgelerinde bazı işlevler daha iyi bir şekilde yerine getirilir.

Mardin Çimento Fabrikası kurulurken amaç olarak hem bölgenin kalkınmasını sağlamak, hem de yörenin ihtiyacı olan çimentoyu üreterek yöreye ve Türk Ekonomisine katkı oluşturma düşüncesi hedef olarak seçilmiştir. Ayrıca yörenin Suriye ve Irak devletlerinin sınırlarına yakın olması nedeniyle bu ülkelere çimento satışının kolay olacağı düşünülmüştür. Bu düşünce ve hedefler doğrultusunda tesis edilen Mardin Çimentoda pazarlama faaliyetleri belirlenen hedefler çerçevesinde yerine getirilmeye çalışılmıştır.

İşletmeler genelde satış ve pazar faaliyetlerini yerine getirirken bu görevi, işletme örgütü içerisinde pazarlama departmanı üstlenmektedir. Mardin Çimentoda pazarlama departmanı yerine Ticaret Müdürlüğünü görmekteyiz. Pazarlama faaliyetlerinin tümünü Ticaret Müdürlüğü elemanları yerine getirmektedir. Ayrıca tüm alım ve ikmal işlerini de yine bu müdürlük yerine getirmektedir. Bu nedenle diğer pazarlama departmanlarının yapmış olduğu işlevlerden daha fazlasını yerine getirmesi nedeniyle ağır bir yük altında kalmaktadır.

Diğer yandan öteki sektörlerde, pazarlama karnasının kurulması ve üretilen mamüllerin pazara veya tüketicilere sunulması, yada satışların üretici firma tarafından yapılması, aracı firmaların devreye sokularak faaliyetlerin yerine getirilmesi işletmelerin isteğine bağlı iken Mardin Çimentoda ve sektörde çimentonun dağıtım konusundaki uygulamalar, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının plan ve programı doğrultu-

sunda, önceleri yapılan satışlar, (bant satışlar) daha sonra mağaza ve şantiye satışlara kaydırılarak, bu konudaki hareket serbestiyeti Bakanlık tarafından sınırlandırılmıştır. Ancak son olarak satışların üretim yerinden yapılması uygulamasına geçilmiştir.

Ayrıca pazarlama yönetimi fonksiyonu olan "fiyat" konusundaki uygulamalarda da, diğer sektörlerde yürütülen politikalardan farklılıklar göze çarpmaktadır. 1911 yılından 1958 yılına kadar fiyat politikası olarak, serbest satış fiyatı uygulaması devam ettirilmiş ancak bu yıldan itibaren fiyat belirlenmesini siyasi yönetimler yapmaya bağlamıştır. Bu uygulamada 1981 yılına kadar devam etmiş ve bu yıl içerisinde fiyat tesbit yetkisi Türkiye Çimento Müstahsilleri Birliğine verilmiştir. 1985 yılına kadar uygulanan bu politika kârlılığı ve sermaye birikimini sağlayamamış ve bu nedenle 85 yılının sonunda fiyatlar serbest bırakılarak verimliliğin ve kârlılığın artması hedef alınmıştır. Buna göre fonksiyonel bir işlev olan fiyat 85 yılında esas olan özelliğine kavuşmuştur.

Mardin Çimento'nun büyük bir ihracat potansiyeli oluşturmaması, dış pazar faaliyetlerini önemli bir hale getirmemiştir. Irak ve Suriye ile ihracat bağlantıları kurulmuş ve önemli miktarlarda dış satışlar gerçekleştirilmiştir. Ancak taşıma ve nakliye konusu dış pazar imkanlarını çıkmaza sokmuştur. Karayolu taşımacılığı yakın olmasına rağmen taşınan mamülün özelliği nedeniyle fazla miktarda mal taşımak veya nakletmek oldukça masraflı olmakta ve maliyeti olumsuz yönde etkilemektedir. Oysa deniz yolu taşımacılığı bu konuda sağladığı avantajlar ile masrafları ve maliyeti olumlu yönde etkileyerek büyük üstünlükler sağlamaktadır. Ancak limana yakın fabrikalar bu avantajı iyi kullanabilmekte, Mardin Çimento ise limana olan uzaklığı nedeniyle bu imkandan iyi bir şekilde yararlanamamaktadır. Bu nedenle dağıtım ve taşıma



politikaları olumsuz yönde etkilenmekte, plan ve programlar çıkmaza girmektedir.

Bu nedenle ihracat 1987 yılında (0)'a inmiştir. Çimento Müstahsiller Birliğinin limana kadar olan nakliyenin bir kısmını karşılaması halinde ihracat imkanı yeniden doğacak ve Dağıtım-Taşıma faaliyetleri sistemli bir şekilde yerine getirilerek, doğal haline kavuşturulacaktır.

Mardin Çimentoda "Tutundurma" faaliyetleri diğer sektörlerdeki faaliyetlerden farklılıklar göstermektedir. Bilhassa temel tüketim, gıda ve giyim sanayi mamüllerinde tutundurma çabaları oldukça önemli bir şekilde ele alınıp, faaliyetler bu öneme göre düzenlenmektedir. Ancak bir ara mamül olan çimento ve çimento sektörünün yapısı gereği bu faaliyetler sınırlı kalmakta, reklam ve kişisel satıştan ziyade tanıtma ve satış geliştirme faaliyetlerine yer verilmektedir. Bu faaliyetlerde mamülün özelliğine ve ÇİTOSAN'ın davranışlarına göre yerine getirilmektedir. Çimento Müstahsiller Birliği burada da önemli bir rol oynamaktadır.

#### 4.3. Değerleme :

Pazarlama fonksiyonlarının, Mardin Çimentoda uygulanmasının gösterdiği benzer ve farklı yönleri ortaya koyduktan sonra bir değerlendirme yaparak bazı sonuçlar elde etmek mümkün olacaktır.

Fonksiyonel olarak pazarlama hareketleri, standart bir uygulama ile Mardin Çimentonun örgüt yapısı içerisinde ağırlığını göstermektedir. Bu nedenle sistematik olarak farklılıklar görünmemektedir. Ancak örgüt yapısında sistem açısından Ticaret Müdürlüğü değişik bir konum arz etmektedir. Ekonomik yapı içerisinde değişik özelliklere sahip sektörler olmasına rağmen, bu sektörlerdeki uygulamalar temelde birleşmektedir. Çimento sektörü karma ekonomik yapının içerisinde başarılı olan

ve gelişme gösteren bir daldır. Bu nedenle kendi sistemi içerisinde kurmuş olduğu düzen ve uyguladığı ilkeler ile diğer sanayi dallarından ve bunların faaliyetlerinden farklılık gösterebilmektedir. Türk Ekonomisine içte ve dışta önemli katkılar sağlayan bu sektör ve sektörün kolu olan Mardin Çimento, tüm yönetim fonksiyonlarında ve pazarlama fonksiyonlarında başarılı çalışmalar yaparak, dışarıda ve içeride başarılı bir seviyeye ulaşmıştır. Bu başarıya ulaşırken ekonominin geçirmiş olduğu darboğazlar ve sıkıntılar dolaylı olarak, çimento sektöründe etkilemiş ve 70'li yılların bunalımı, İnşaat-yapı sektörüne yatırımlara büyük darbeler vurarak sektöre sıkıntılı dönemler yaşatmıştır. Ancak bu dönemlerde Mardin Çimento dış pazardaki etkinliği ve elde ettiği payla ülke ekonomisine önemli döviz girdileri sağlamış olup, olumsuzluklardan kendine düşen pay derecesinde etkilenmiştir.

Pazar ve pazarlama faaliyetleri son 4 yıla kadar başarılı bir şekilde yürütülürken, son dönemlerde işletmeye açılan 4 fabrika Mardin Çimentonun iç pazar payına olumsuz yönde etkilemiş ve satışlar önemli derecede düşüş göstermiştir. Bu Olumsuzluklara rağmen GAP projesinin gelişmesi ve hız kazanması yöre çimento fabrikalarının ve Mardin Çimentonun üretimini, satış miktarlarını önemli ölçüde artıracaktır.

Sıfıra inen dış pazar payı yeni çalışmalar ve kaynaklarla yeniden canlandırılmaya çalışılmakla beraber, bu doğrultuda çabalar sarfedilmektedir. Değerleme neticesinde son olarak şunu söyleyebilirizki, yaptığımız araştırma ve gözlemler neticesinde yörenin coğrafik ve ekonomik yapısındaki olumsuzlukların dışında pazarlama faaliyetlerinde önemli bir farklılık görülmemektedir.

Sonuç olarak araştırmanın tüm hatlarıyla neler doğurduğunu, nelere ışık tuttuğunu açıklayacağım.

## 5. SONUÇ 1. :

Yaptığım araştırma ve gözlem neticesinde, ortaya çıkan sonuçları sistematik olarak şu şekilde değerlendirmek mümkündür.

A. Çalışmaya başlarken Mardin Çimento Fabrikasının "Mahalli Pazarlama İlkelerinden" ne derece etkilendiğini ve bu ilkelerin bir üretim işletmesi üzerinde ne gibi uygulama değişiklikleri gösterebileceğini düşünerek araştırma ve gözlemlerime yön verdim.

Nitekim çimento sektörü, dünyada ve ülkemizde ekonomilerin önemli bir kolu. Bu nedenle yöresel bir incelemeye geçmeden genel bir çalışma yaptım. Bu çalışmanın özet bir şekilde sonucunu şu şekilde açıklayabilirim.

Dünyada çimento üretiminin liderliğini "Çin", Avrupa çimento üretiminin liderliğini ise İtalya yapmaktadır.

Türkiye Çimento Üretiminde dünyada 13. sırada, Avrupada ise 5. sırada yer almaktadır. 1987 yılı sonu itibarıyla Türkiye'de toplam çimento üretimi 21.979.614 tona ulaşmıştır. Bu miktar 75 yılının üretimi olan 10,8 milyon tonun % 100 üstünde bir miktardır. Şunu söyleyebilirizki çimento sektörü 13 yılda % 100'lük bir gelişme göstermiştir.

B. Mardin Çimento Sanayinin yıllar itibarıyla üretim ve satış faaliyetlerini özet bir sonuçla ifade edecek olursak,

Geri kalmış bir yörede kalkınmayı sağlamak ve sınır yakınlığı nedeniyle Ortadoğu pazarında pay elde edebilmek amacıyla kurulup 1975 yılında faaliyete geçen, Mardin Çimento Fabrikası üretim ve satış faaliyetleri ile önemli gelişmeler göstermiş ve dış pazarda önemli paylar elde ederek ülke ekonomisine döviz olarak önemli katkılar sağlamıştır. İşletmeye açıldığı ilk yıl dönemi zararlar kapatmış ancak 76-77 ve 78 yıllarında sürekli gelişme göstererek iç ve dış satışlarıyla kârlı bir duruma geçmiştir. Ancak 1979 yılında bazı nedenlerden dolayı dönem za-

larla kapatılmış olup, 80 yılından itibaren kârlı bir döneme geçilmiş ve 81, 82, 86 ve 87 yılları kârlılık açısından patlama yılları olmuştur. 550.000 ton/yıl kapasiteli Mardin Çimento Fabrikasında üretim ise 76, 77, 78 yıllarında olumlu sayılacak seviyelerde gerçekleşmiş patlama 81 yılında 411.855 tonla meydana gelmiştir. 83, 84, 85 ve 86 yılları 300.000 ton/yıl civarında seyrederken 1987 yılı bunun altında bir üretimle 275.529 ton/yıl olarak gerçekleşmiştir. Dış pazar payı oldukça büyük olan Mardin Çimento üretimi bağladığı yıldan itibaren dışarıya çimento satmaya başlamış, 75-87 yıllarının en parlak dış satışı 81 yılında 306.652 ton/yıl'la gerçekleştirilmiştir. Daha öncede bahsettiğim nedenlerden dolayı dış satış 83 yılından itibaren inişe geçmiş ve 87 yılında "0" noktasına ulaşmıştır.

Bu bilgiler ışığında 13 yıllık üretim ve satış faaliyetlerini değerlendirecek olursak, sonuç olarak başarılı bir faaliyet çizgisi çizilmiş olup, belirlenen hedeflere ulaşıldığı görülmektedir. Ancak son yıllar işletmenin durumuna biraz zorlar gibi olmuştaysa da, önümüzdeki dönemlerde ekonomide ve yörede meydana gelecek hareketlilik nedeniyle yeni ufuklar ve umutlar açılmıştır.

#### C. Pazarlama Faaliyetlerinin, Yönetim ve Genel Ağılardan Sonuçlarının

Özetleyecek Olursam,

-Genel kabul görmüş organizasyon yapıları ve bunların içerisinde pazarlama faaliyetlerini, pazarlama departmanının yapması doğal olarak görülürken, Mardin Çimento Fabrikasında organizasyon biçimi genel hatlarıyla uygunluk göstermekle beraber, pazarlama faaliyetleri Ticaret Müdürlüğü adı altında organize edilmiş olup, aynı zamanda alım ve ikmal işleride bu bölümün görev sorumluluklarına verilmiştir. Ancak şunu söyleyebilirizki ÇİTOSAN'ın ortağı olmaması nedeniyle, organizasyon biçimi ve faaliyetleri olarak Türkiye Çimento Sanayinin etkisi altında kalın-

makta ve sektörün önemli bir bölümünü teşkil etmesi nedeniyle, ÇİTOSAN'ın uygulama ve tecrübelerinden yararlanmaktadır.

-Yönetim açısından pazarlama faaliyetlerinin sonuçlarını şu şekilde ifade edebilirim.

Mamül, fiyat, dağıtım ve tutundurma faaliyetleri açısından Mardin Çimentodaki uygulamalara baktığımız zaman, yarı mamül klinker ve mamül çimento üretiminde dünya standartları uygulanmakta olup, mevcut laboratuvarlarda çalışmalar sürdürülürken, Müstahsiller Birliğinin kurmuş olduğu araştırma ve geliştirme merkezinin bilgilerinde yararlanılmaktadır. Mamül farklılaştırması talep doğrultusunda gerçekleştirilmektedir.

Fiyat konusundaki faaliyetlere baktığımız zaman 1985 yılı sonuna kadar fiyatların Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından belirlendiği, ancak aynı yılın sonunda çimento fiyatlarının serbest bırakılması ile yeni bir döneme girildiği ve rekabet-talep durumları karşısında fiyatların serbestçe oluştuğu görülmektedir.

-Dağıtım Faaliyetlerinin sonuçlarına baktığımız zaman, görünen tablo şu şekildedir.

Mardin Çimento ürettiği olduğu klinker ve çimentoyu 1979 yılına kadar bant teslimi olarak satmıştır. Ancak bu yıldan sonra satışların ağırlığı mağaza ve şantiye teslimine kaydırılmıştır. Bu dönemde 8 mağaza satış şubesi olarak kullanılmış, daha sonra bu sayı 3'e endirilmiştir.

Görüldüğü gibi diğer sektörlerde olduğu gibi dağıtım politikasında mallar araçlar vasıtası ile değil üretici işletmenin mamüllerini kendi imkanları ile satmasının ve dağıtmasının söz konusu olduğu görülmektedir. İç pazara yapılan dağıtımlarda bir sorun görünmezken dış pazar dağıtımında aksaklıklar görülmekte, limana olan uzaklık nedeniyle dağıtım maliyetleri oldukça artmaktadır. Müstahsiller Birliği bu konuda yardımcı olduğu takdirde ihracat imkanı doğabilecektir.

Mardin Çimento Sanayinde yapılan son değişiklik ve alınan karar ile çimento satışı ve dağıtımını üretim yerine kaydırılmıştır.

-Tutundurma faaliyetlerinin sonuç ve değerlendirmesinde şu şekilde yapmak mümkündür.

Mardin Çimentoda tutundurma faaliyetlerini, tanıtım ve satış geliştirme çabaları olarak görmek mümkün, diğer bazı sektörlerde kişisel satış, reklam ve diğer tutundurma faaliyetleri etkili bir biçimde yerine getirilirken, Mardin Çimento Ülkedeki çimento tanıtım politikası içerisinde ÇİTOSAN'ın ve Müstahsiller Birliğinin çabalarıyla gerekli fuar, sergi ve konferanslara katılımlar ile çimento ve diğer ürünlerin tanıtımları yapılmaktadır.

-Pazarlama faaliyetlerinin genel açıdan sonuçlarına bakacak olursak,

1975 yılından bu yana Mardin Çimento kuruluş amacı açısından hedeflerine ulaşmış olup, son döneme kadar bölge pazar payının önemli bir kısmını elinde bulundurmıştır. Dış pazar faaliyetleri ile önemli sayılabilecek derecede dış satışlar gerçekleştirmiştir. Bölgesel olarak yörenin gelişmemiş bir konum arz etmesi nedeniyle bir sanayi işletmesi olarak, Mardin Çimento yöreye bir hareket getirmiş ve istihdam sahası yaratması ile beraber bölgenin çimento talebini önemli ölçüde karşılamıştır. Yörenin sanayi bölgesi olmaması ve sanayi bölgelerine olan uzaklığı faaliyetleri her noktada olumsuz yönde etkilemişse de pazarlama faaliyetleri olarak diğer yörelerde yapılan uygulamalar, Mardin Çimentodada yerine getirilmiş olup, tüm imkansızlıklara rağmen başarılı ve kârlı dönemler geçirilmiştir.

## 6. S O N U Ç 2. :

Mardin Çimento Sanayii ve Ticaret A.Ş. üzerinde yapmış olduğum yöresel çalışmanın, genel hatlarıyla bir yorumunu yapacak olursam,

Araştırmanın başında pazarlama faaliyetlerinin, yöresel pazarlama ilkeleri nedeniyle değişiklikler gösterebileceğini varsaymıştım. Ancak yaptığım çalışmalarım neticesinde gördüğüm, sektörün özelliğinin dışında yöresel pazarlama ilkelerini uygulamada pek farklılık göstermemiştir. Diğer bölgelerdeki ilke ve uygulamalar aynı şekilde Mardin Çimentodada etkisini göstermiş ve çalışmalar bu doğrultuda yerine getirilmiştir.

Ancak Mardin Çimentonun faaliyetlerinin genel bir değerlendirilmesini yapacak olursak, ortaya yararlı birtakım rakamların çıkacağı kanısındayım.

Toplam 13 yıllık dönem içerisinde Türk Çimento Sektöründe üretilen çimento miktarı 197.559.517 tondur. Bu dönemlerde Mardin Çimentonun gerçekleştirdiği toplam çimento üretimi ise, 3.806.491 tondur. Buna göre Mardin Çimentonun 13 yıllık toplam çimento üretimi içerisinde sektörün önemli bir kolu olarak, % 1,9268'lik bir paya sahiptir. Yaklaşık bu paya % 2 diyebiliriz.

Diğer yandan 13 yıllık iç satışlara bakacak olursak, sektördeki toplam iç satış, 177.165.952 tondur. Buna göre Mardin Çimentonun iç pazar toplam satışı 2.657.776 ton/yıl olarak gerçekleşmiştir. Toplam iç satışa oranı % 1,5 civarındadır. Dış satışlar açısından, Türkiye genelini ve Mardin Çimentonun satışlarına değerlendirecek olursak 13 yıllık toplam dış satışlar 20.156.271 ton/yıl olup,, Mardin Çimentonun dış satışları 1.143.216 tondur. Mardin Çimentonun dış satışlarının toplam dış satışa oranı % 5,6 civarındadır.

Görüldüğü gibi 40 adet fabrikadan oluşan Türk Çimento Sektörü içerisinde, Mardin Çimento yöresel ve genel olarak önemli faaliyetler göstermiş olup, sektöre bilhassa dış satımlarda önemli katkılar sağlamıştır.

Yöresel faaliyetleri neticesinde, Mardin Çimento işletmeye açıldığı 1975 yılı ve 1979 yılı hariç kârlı ve hedeflerine varan bir işletme şeklinde çalışmıştır. Buradan göyle bir sonuç çıkarmak mümkündür. Yörenin taşımış olduğu ve getirdiği bazı imkansızlıklara rağmen, yöresel pazarlama ilkeleri, her yöredeki standart uygulamalar ve faaliyetlerden farklılık göstermemiştir. Neticede Mardin Çimento standart ilkeleri uygulamış ve başarıyla sayabileceğimiz hareketler göstererek önemli bir gelişme katetmiştir. Bugün için Türk Çimento Sektörü başarılı ve kârlı bir sektör olarak faaliyetlerini sürdürmekte olup, bu başarının gelecek dönemlerde de devam etmesi için bazı ilkelerin ortaya konması gerekir.

O halde çalışmamız, Çimento Sektörü ve Mardin Çimentonun başarılarına devam ettirebilmeleri için uyulması gereken bir takım ilkelerle bitirmek istiyorum.

-Çimento ve Çimento Sektöründe Başarılı Bir Geleceğin İlkeleri:

Hızla gelişen çimento sektörü beraberinde bazı sorunlarda getirmektedir. Günümüzde birlikte yaşamın zorlayıcı kural ve koşulları güncelliğini sürdürmektedir. Bunların arasında çevre kirlenmesi, insan sağlığını etkileyen en önemli ve üzerinde durulması gereken konulardan biridir.

Çimento sektörünün çevre kirlenmesindeki payı küçümsenmeyecek orandadır. Bu nedenle 1980'li yıllarda çimento sanayii diğer ana sorunlarla birlikte çevre kirlenmesiyle de yakından ilgilenmek zorundadır.

Hızla gelişen teknolojinin, yerinde ve yaygınlar aracılığı ile yakından izlenmesi ve uygulanması sağlıklı, verimli çalışmaların yoğunlaştırılması ile birlikte, öncelikle sağlık ve teknoloji yönünü vurgulayarak, sorunların çözümlenmesinde geçmiş tecrübelerden yararlanarak, inatçı bir takiple ana hatlarıyla belirleyeceğimiz şu ilkelerin uygu-



lanması gerekir.

1. Çevreyi çimento ile kirlotmemek, doğaya, insan sağlığına saygılı olmak,
2. Modern teknolojiyi izlemek ve uygulamak,
3. Enerji ve yakıtın en uygun türünü seçerek, en ekonomik biçimde kullanmak,
4. Yeni standartlar geliştirerek, çeşitli katkı maddeleri kullanmak.
5. Çaplak çimento tüketimini ve dış satımını artırarak, bu konuda Batı Avrupa oranlarına ulaşmaya hedeflemek,
6. Fiyat, pazarlama ve dış satımda, özellikle diğer satıcı ülkeler ile rekabet edebilmek için, iç ve dış ticaretin nesnel ekonomik kurallarına uyarken siyasal sınırlamaların etkisinde kalmamak,
7. Teknoloji ve Mühendislik hizmetleri yönünden dışa açılmak.
8. Ortadoğnun çimento üretim kuruluşlarını bünyesinde toplayan mesleki bir kurum oluşturmak,
9. Yan kuruluşlar aracılığı ile yeni finansman kaynakları yaratmak, parasal sorunlara yeni yaklaşımlar getirmek,
10. Yetenekli ve becerikli insan gücünü sektörün özelliklerine göre uygun bir biçimde yetiştirmek ve değerlendirmek,

Sıraladığım bu ilkelerin her biri bir diğeri kadar önemli ve bağlayıcı olmakla beraber, bu ilkeleri uygulamada, bütün kalemlerde çalışmaların sağlıklı bir zincirleme ile bilimsel bir yol izlemeleri gereklidir.

Bunun için ;

"Fabrika çalışsında nasıl çalışırsa çalışsın" önyargısına sapanmadan en az enerji ve kalori harcayarak yeterli ve yetenekli per-

sonelle, düşük maliyetlerle başarıya ulaşmanın önemi ve çabasında bulunulmalıdır.

Deney ve bilgi, birarada geliştirilerek, etkinliklerin güçlendirilmesi ile başarı grafiği yükseltilmelidir.

İşletmelerin dışa bağımlılığını azaltacak tüm önlemler alınmalı, kendileri için gerekli kaynakları yaratacak kuruluşlar haline getirilmelidir.

Kapasite artırma yolunda yeni tesisler kurulurken modern işletmecilik uygulamalarına özen gösterilmelidir.

Kuruluş harcamalarının, işletme dönemine yapacağı etkilerin önemi unutulmamalı, rastgele yatırımlar yerine rasyonel yatırımlar gerçekleştirilmelidir.

Gelecek yılların bu doğrultuda yapılacak çalışmalar ile başarı ve gelişme getireceği kaçınılmaz bir sonuç olacaktır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR :

I. KİTAPLAR :

- Akçay, Okan ; Endüstri İşletmesinde Yeni Mamül Geliştirme ve Pazarlama Yönetimi Açısından Analizi, Bursa İTİA Yayını.  
Bilimsel Yayınlar Derneği, 1976
- Cemalcılar, İlhan ; Pazarlama Araştırması, Eskişehir İ.T.İ.A.Yayını 1975
- Cemalcılar, İlhan ; Pazarlama, Eskişehir-Hakan Ofset, 1983
- Cemalcılar, İlhan ; Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 72 Ankara - 1985
- Erem,Tunç ; Yönetim Açısından Pazarlama, İstanbul - 1977
- Kotler, Philip; Pazarlama Yönetimi, Çev. Erdal Yaman, Ankara, Hilal Matb.  
Koll.Şti.
- Kotler, Philip ; Principles Of Marketing, Third Edition, Englewood Cliffs  
N.J.; Prentice-Hall Inc., 1986
- Kotler, Philip ; Marketing Monagement, Analysis, Plaminy And Cant. rol.  
3 rd Ed. London, 1976
- Kurtuluş, Kemal ; Dağıtım Kanalları, Genel Bir Bakış, Etkinlik Ölçülmesi  
ve Türkiye Örneği, İstanbul İ.Ü.İ.F. Pazarlama Ens.Yayını,1979
- Mazlum, Mustafa ; Pazarlama Yönetimi, Adana, İ.İ.B.F. 1980
- Mazlum, Mustafa ; Pazarlama Araştırma, Adana, İ.İ.B.F. 1979
- Mucuk, İsmet ; Pazarlama İlkeleri, İstanbul-Der. Yayınevi, 1982
- Mucuk, İsmet ; Pazarlama İlkeleri, İstanbul-Der Yayınevi, 1987
- Oluç, Mehmet ; Pazarlama İlkeleri ve Türkiye'de Uygulamaları İst.1970
- Oluç, Mehmet ; Pazarlamanın Önemi ve Örgüt İçindeki Yeri, İ.Ü. İşletme  
Ens.Yayını.
- Özeken, Ahmet Ali ; Türkiye Çimento Sanayii, İstanbul Güven Basımevi 1942
- Pınar, Cengiz ; Pazarlama Politikaları ve Stratejileri, E.Ü.İTB.Fak.  
Yayını 1970
- Tenekecioğlu, Birol ; Pazarlamada Fiziksel Dağıtım ve Türkiye'deki  
Uygulama, Eskişehir İ.T.İ.A. Yayını 1974

Tenekecioglu, Birol ; Ekonomik Kalkinmada Pazarlama, Eskisehir İ.T.İ.A. Yayını.

Tokol, Tuncer ; Pazarlama Arastirmasi, 3.Baski Bursa U.Ü. Yayını 1984

Uraz, Çevik ; Temel Pazarlama Bilgileri, Ankara, Ankara Basımevi ve Ciltevi, 1978

Uraz, Çevik ; Uluslararası Pazarlamada Sanayii Mallarının İşletme Düzeyinde Planlaması Ankara, A.İ.T.İ.A. Yayını 1975

## II. MAKALELER :

Betil, İbrahim ; "İhracatın Paformansı ve Maliyeti Hakkında Bir Görüş" İktisat Dergisi, Temmuz - Ağustos 1985

Kaya, İsmail ; "Fiziksel Dağıtım Planlaması" Oluş ve Diğerleri, Op.Cit.

Koç, Ahmet Niyazi ; Pazarlamanın Türkiye'nin Ekonomik Kalkınmasındaki Rolü", E.İ.T.İ.A., I.İşletmecilik Kongresi.

Kurtuluş, Kemal ; "Ülkemiz Koşulları ve Pazarlama", Pazarlama Dergisi Haziran, 1981

## III. DİĞERLERİ

Gayri Safi Milli Hasıla D.İ.E. Matbaası Ankara 1987

İmalat Sanayii ; İstihdam-Üretim-Eğilim (Geçici Sonuçlar) D.İ.E. Matb. Ankara 1987

İstanbul Sanayii Odası, 1987 Yılı Basında Türkiye Ekonomisi İst.1987

Mardin Çimento Sanayii ve Ticaret A.Ş. Faaliyet Raporu 1975 Yılından,

Mardin Çimento Sanayii ve Ticaret A.Ş. Faaliyet Raporu 1987 Yılına kadar.

Mardin Çimento Sanayii ve Ticaret A.Ş. Genel Bilgi Kitapçığı 1986

Örgütlenme İncelemesi ve Örgüt-Görev-Yetki-Sorumluluk Yönetmelik Tasarısı Ankara Koordinasyon Uzmanlığı 1981

T.C.Başbakanlık D.P.T.STATE PLANNING ORGANIZATION Üretim Raporu Ocak 1983

Türkiye Çimento Sanayii T.A.Ş. Yıllığı Ankara Ajans İletim 1987

Türkiye Çimento Sanayii T.A.Ş.Fabrikalar Kataloğu İstanbul Hakan Ofset 1987