

AKRİLİK BANYO GEREÇLERİ FİZİBİLİTE RAPORU

AKRİLİK BANYO GEREÇLERİ FİZİBİLİTE RAPORU

İÇİNDEKİLER

1.	ÖNSÖZ.....	2
2.	ÇALIŞMA ÖZETİ.....	3
3.	PAZAR ARAŞTIRMASI VE PAZARLAMA PLANLAMASI.....	4
3.1.	PAZAR VE TALEP ANALİZİ.....	4
3.1.1.	SEKTÖRÜN YAPISI VE ÖZELLİKLERİ.....	4
3.1.2.	PAZARIN BÜYÜKLÜĞÜ VE PROFİLİ.....	5
3.1.3.	TALEBİ ETKİLEYEN UNSURLAR.....	13
3.1.4.	REKABET YAPISI VE RAKİPLERİN ÖZELLİKLERİ.....	18
3.2.	PAZARLAMA PLANI.....	19
3.2.1.	HEDEF PAZAR VE ÖZELLİKLERİ.....	19
3.2.2.	HEDEF MÜŞTERİ GRUBU VE ÖZELLİKLERİ.....	21
3.2.3.	HEDEFLenen SATIŞ DÜZEYİ.....	22
3.2.4.	SATIŞ FİYATLARI.....	22
3.2.5.	SATIŞ KANALLARI.....	23
3.2.6.	PAZARLAMA/SATIŞ YÖNTEMLERİ.....	23
3.2.7.	KURULUŞ YERİ SEÇİMİ VE ÇEVRESEL ETKİLER.....	24
4.	HAMMADDE VE DİĞER GİRDİ PLANLAMASI.....	25
4.1.	HAMMADDE VE DİĞER GİRDİ TEMİN KOŞULLARI.....	25
4.2.	HAMMADDE VE DİĞER GİRDİ MİKTARLARI.....	25
5.	İNSAN KAYNAKLARI PLANLAMASI.....	26
5.1.	PERSONEL YÖNETİMİ.....	26
5.2.	ORGANİZASYON ŞEMASI.....	26
6.	ÜRETİM PLANLAMASI.....	27
6.1.	YATIRIM UYGULAMA PLANI VE SÜRESİ.....	27
6.2.	KAPASİTE KULLANIM ORANI.....	27
6.3.	ÜRETİM MİKTARI.....	28
6.3.1.	TAM KAPASİTEDEKİ ÜRETİM DÜZEYİ.....	28
6.3.2.	İLK FAALİYET YILINDAKİ ÜRETİM DÜZEYİ.....	28
6.3.3.	İLK 15 YILDAKİ ÜRETİM DÜZEYİ.....	28
6.4.	BİRİM MALİYETLER VE KARLILIK ORANLARI.....	28
6.5.	İŞ AKIŞ ŞEMASI.....	29
6.6.	TEKNOLOJİ ÖZELLİKLERİ.....	30
6.7.	MAKİNE VE EKİPMAN BİLGİLERİ.....	30
7.	FİNANSAL ANALİZLER.....	31
7.1.	SABİT YATIRIM TUTARI.....	31
7.2.	İŞLETME SERMAYESİ.....	32
7.3.	TOPLAM YATIRIM İHTİYACI.....	33
7.4.	FİNANSAL KAYNAK PLANLAMASI.....	33
7.5.	KREDİ VE AMORTİSMAN HESABI.....	34
7.6.	NAKİT AKIM HESABI.....	35
8.	EKONOMİK ANALİZLER.....	36
8.1.	NET BUGÜNKÜ DEĞER ANALİZİ.....	36
8.2.	AYRINTILI TAHMİNİ GELİR TABLOSU.....	37
8.3.	TAHMİNİ BİLANÇO.....	39
8.4.	FİNANSAL ORANLAR VE SONUÇLARIN DEĞERLENDİRİLMESİ.....	42
8.4.1.	FİZİBİLİTE SONUÇLARI.....	42
8.4.2.	ORAN ANALİZİ SONUÇLARI.....	43
9.	VARSAYIMLAR.....	46
10.	YENİ TEŞVİK SİSTEMİNİN DİYARBAKIR'A GETİRDİĞİ AVANTAJLAR.....	47
10.1.	YATIRIM YERİ TAHSİSİ.....	47
10.2.	VERGİ İNDİRİMİ.....	48
10.3.	GÜMRÜK VERGİSİ MUAFİYETİ VE KDV İSTİSNASI.....	48
10.3.1.	GÜMRÜK VERGİ MUAFİYETİ.....	49
10.3.2.	KDV İSTİSNASI.....	49
10.4.	SİGORTA PRİMİ İŞVEREN HİSSESİ DESTEĞİ.....	49
11.	EK: FİZİBİLİTEDE KULLANILAN FORMÜLLER.....	50



Ön SÖZ

Dünyada ve ülkemizde piyasa ağırlıklı bir ekonomik yapının güçlenmesine paralel olarak özel sektör yatırımlarının önemi artmış, bölgesel dengesizliklerin giderilmesinde rekabetçi özel sektör girişimciliği son derece önemli hale gelmiştir. Bu kapsamda görece olarak gelir düzeyi düşük yörelerde özel sektör dinamizminin çeşitli araçlarla harekete geçirilmesi gerekmektedir.

Bu araçlardan biri de özel sektörün bilgi açığını kapatacak çalışmalardır. Özellikle yatırım alanları ve yatırım ile ilgili diğer konularda yapılan çalışmalar; bir yandan yöre girişimcileri için yeni fikirler oluştururken, diğer yandan yöre dışından gelebilecek yerli ve yabancı yatırımcılar için daha cazip bir ortam sağlanmasına katkıda bulunacaktır. Bu kapsamda, Karacadağ Kalkınma Ajansı Diyarbakır Yatırım Destek Ofisi tarafından Diyarbakır ili için 14 adet potansiyel yatırım alanı belirlenmiş ve bu alanlara yönelik yatırım fizibiliteleri hazırlanmıştır. Amaç, Diyarbakır ilinde yapılacak yatırımları uygun alanlara yönlendirerek yerel potansiyeli harekete geçirmek, kaynak israfını azaltmak ve ekonomik kalkınmaya ivme kazandırmaktır.

Kamuoyunun bilgisine sunulan bu raporlar ile uygun yatırım alanlarının fizibilite düzeyine çıkarılması hedeflenmiştir. Ancak, nihai fizibilite statüsü kazanma açısından raporlar bazı belirsizliklere ve kısıtlara sahiptir. Bu belirsizlikler ve kısıtlar 3 ana başlık altında toplanabilir:

- 1.**Projeyi uygulayacak yatırımcıların kimliği belli değildir. Bu durumda hazırlanan raporlarda zorunlu olarak standart bazı varsayımlardan hareket edilmiştir.
- 2.**Hazırlanan projelerin ne zaman uygulanacağı hususu belirsizdir.
- 3.**Yapılan fizibilite çalışmalarının destek dokümanlar ile kati hale gelmesi gerekmektedir. Gerekli destek dokümanlar arasında bazı projelerde yasal olarak Çevresel Etki Değerlendirmesi (ÇED) veya Ön-ÇED raporu hazırlanması, ilave pazar etütleri yapılması gibi dokümanların hazırlanması gerekli olabilecektir.

Bu belirsizlikler ve kısıtlar altında hazırlanan raporlarda duyarlılık analizleri yapılması, gelecekte ortaya çıkabilecek değişimlere karşı raporların kullanım değerini artırıcı olumlu bir unsur olarak görülmektedir. Ancak, yukarıda açık bir şekilde ifade edilen kısıtlar altında hazırlanan fizibilite çalışmalarının, özel sektör için yol gösterici bir doküman olarak değerlendirilmesi ve uygulama aşaması öncesinde yukarıda sözü edilen konularda ilave çalışmalar ile raporların güncelleştirilmesi gerekmektedir.

2. ÇALIŞMA ÖZETİ

YATIRIM KONUSU: Yatırımın konusu akrilik bazlı banyo malzemeleri üretimidir.

AKRİLİK
BANYO GEREÇLERİ
FİZİBİLİTE RAPORU

ÜRETİLECEK ÜRÜN/HİZMET: Yatırım kapsamında akrilik bazlı duşakabin ve duş tekneleri üretilmesi planlanmıştır.

NACE KODU: 23.42: Seramik sıhhi ürünlerin imalatı

GTİP BİLGİLERİ: 81221: Seramikten musluk taşı, lavabo, küvet, bide, pisuar vb. porselenden 81229: Seramikten musluk taşı, lavabo, küvet, bide, pisuar vb. diğer

YATIRIM YERİ: Yatırımın yapılacağı yer Diyarbakır ilidir.

TESİS KAPASİTESİ: Tesiste tam kapasitede 14.400 adet/yıl duşakabin ve duş teknesi üretililebilecektir.

TOPLAM YATIRIM TUTARI: Toplam yatırım tutarı 576.484 USD'dir.

YATIRIM SÜRESİ: Yatırım süresi 12 aydır.

KAPASİTE KULLANIM ORANI: Kapasite kullanım oranı ilk yıl için %60 olarak belirlenmiştir.

İSTİHDAM: İstihdam edilen personel sayısı ilk yıl 15 kişidir.

YATIRIMIN GERİ DÖNÜŞ SÜRESİ: Yatırımın geri dönüş süresi 1,82 yıldır.

SERMAYENİN KARLILIĞI: Sermaye karlılığı % 84,11'dir.

NET BUGÜNKÜ DEĞER: 15 yıllık net bugünkü değer toplamı 15.812.460 USD'dir.

3. PAZAR ARAŞTIRMASI VE PAZARLAMA PLANLAMASI

3.1. PAZAR VE TALEP ANALİZİ

3.1.1. SEKTÖRÜN YAPISI VE ÖZELLİKLERİ

Bir yapının mimari planlama aşamasında ilk düşünülecek şeylerden biri de ıslak hacim çözümleridir. Banyo, tuvalet ve mutfaktan oluşan ıslak hacimlerden “banyo” özellikle yapı sektörünün en çok üzerinde çalıştığı ekipmanları ürettiği bir mekândır.

Günümüzde banyoları içinde tuvalet, lavabo, duş ve küveti olan odalar şeklinde tanımlayabiliriz. Özellikle yurtdışında eskiden banyolar “içinde küvet olan odalar” şeklinde tanımlanmaktaydı. Küvetlerin yerini banyolarda duş alınca bu tanım değişti ve “içinde yıkanılan yer” şeklinde kullanılmaya başlandı. Şu an banyolarda küvetten başka birçok eşya da aynı mekanda yer alabilmektedir.

Küveti, lavabosu, klozeti, yer ve duvar kaplamaları, batarya ve muslukları, banyo mobilyaları ve aksesuarları ile banyo çözümleri, her banyodan banyoya, hacme göre ve kullanıcının tercihine göre şekillenmektedir. Teknolojinin ilerlemesiyle birbirinden farklı banyo ekipmanları ve alternatifleri geliştirilmiştir. Renginden mobilyasına ve iç mekanda konumlanmasıyla birçok banyo çözümü mevcuttur. İçinde sadece bir küvet olan oda, artık aydınlatmasından havalandırılmasına kadar birçok tesisatı da içinde barındırmaktadır.

Banyolar dar mekanlar olduğu için mobilyaların da yer kazandıran şekilde tasarlanmış olmaları kullanıcı tercihi açısından önemlidir. Büyük banyolarda ise kullanılan mobilya ve seramikler daha çok dikkat çekeceğinden kullanıcının tercihine göre modern ya da klasik tercihler yapılabilmektedir. Türkiye’de banyo çözümleri sunan yapı malzeme ve ekipman firmaları, yurtdışı ile kıyaslandığında daha kaliteli, daha ucuz ve daha farklı alternatifler üretebilmektedir. Bundan dolayı birçok büyük banyo seramik ve vitrifiye firmaları yurtdışı fuarlarında etkin bir konumda ürünlerini sergileyebilmektedir. Yapı sektöründe seramik üreticilerinin büyük bir paydaya sahip olmasının en büyük nedeni de iş hacminin hem yurtiçi hem de yurtdışında önemli yüzdelere çıkmasından kaynaklanmaktadır.

Teknolojinin banyolara getirdiği bir yenilik banyo duşları olmuştur. Geliştirilen duşlar artık buharlı, jet, masaj yapan ya da standart başlıklarıyla güven ve konfor için üretilmektedir. Duş kabinleri de oturaklı, birden fazla duş başlıklı, masaj opsiyonlu, kaymayı önleyici malzemesi, mikrofonu, CD player ve TV ekranı ile fiberglas, akrilik panel, plexi-glas ve kalın güvenlik camı kullanılarak üretilmektedir.

Birçok banyoda kullanılan havalandırma sistemleri ile içerideki nem giderilerek, banyolarda oluşan küf ve mantarlar önlenmektedir. Aynı zamanda bu havalandırma sistemleri banyolara ısıttığı için istenmeyen iklim koşullarının da önüne geçilmektedir. Sıhhi tesisat ürünleri genellikle banyo ve mutfaklarda kullanılan ve hijyenik yönüyle öne çıkan küvet, lavabo, klozet, rezervuar, musluk gibi sürekli suyla temas halindeki inorganik metalik olmayan hammaddelerin belirli oranda karıştırılıp pişirilen ve su emme değeri %0,75 altında olan ürünlerdir. Ürün yelpazesi oldukça geniş olan sıhhi tesisat aynı zamanda içinden su geçen her türlü boruyu da kapsamaktadır.

Ürün yelpazesinin binlerce değişik kalemden oluşması ve ayrıca alt sektörün de geniş ürün gamından oluşması araştırmanın mutfak ve banyo ürünlerinden küvet, lavabo, musluk vb. birkaç ana mamulle sınırlı tutulmasına neden olmuştur. Sektörle ilgili olarak genel bilgi edinmek açısından söz konusu ana grupların analizi yeterli olacaktır.

3.1.2. PAZARIN BÜYÜKLÜĞÜ VE PROFİLİ

3.1.2.1. DÜNYADA SERAMİK SEKTÖRÜ

Seramik sektörü; seramik yer ve duvar karoları, banyolarda ve mutfaklarda kullanılan lavabolar, klozetler, rezervuarlar gibi inşaat sektörünün girdisi olan malzemeleri, sofa ve mutfak eşyaları gibi günlük hayatımızda kullanılan eşyaları ile modern bilim ve teknolojinin ürünlerini ve teknolojilerini üreten şu alt sektörlerden oluşmaktadır:

1. Seramik Karo
2. Seramik Sağlık Gereçleri
3. Refrakter
4. Seramik Sofa ve Süs Eşyaları
5. Teknik Seramik

Seramik sektörü, 1960'lardan sonra gerek yapı sektörünün gelişmesi gerekse seramiğin kullanım alanının artması ile hızla büyümüş; özellikle gelişmiş ülkelerde, hem tüketim hem de üretimde önemli bir hacme ulaşmıştır.

1980'lerden itibaren, gelişmiş Avrupa ülkeleri ve ABD'ye ek olarak gelişmekte olan ülkeler, hammaddeye yakınlık, ürünlerin taşınabilirliği ve teknolojiye ulaşım imkânlarından yararlanarak, kendi seramik sanayilerini yaratmaya başlamıştır.

Artan işçilik ve enerji maliyetleri, birçok gelişmiş ülkenin mevcut üretimlerinin bir bölümünü düşük maliyetli ülkelere kaydırmasına veya gerçekleştirecekleri yeni yatırımları bu bölgelerde yapmalarına neden olmuştur.

Tasarım, üstün kalite ve markalaşma ile öne çıkan İtalya ve teknoloji odaklı üretim ile öne çıkan İspanya'dan sonra tüm ülkeler, geleneksel seramik ürünlerinde fiyat rekabetine odaklanmış ve karo sektöründe, Çin, Brezilya, İspanya ve İtalya öne çıkan ülkeler olmuştur. Sektörün önde gelen diğer ülkeleri Birleşik Krallık, Almanya, Kuzey Avrupa ve ABD ise, seramiğin kullanım alanlarını geliştirmeye odaklanarak, teknik seramik alanında liderliklerini sürdürmektedirler.

İspanya ve İtalya'daki başlıca üreticiler; Türkiye, Çin, Mısır, Hindistan gibi gelişen merkezler ile rekabet etmektedir. Aşırı rekabet; bu üreticilerin, üretimi daha yüksek kalite ve fiyat aralıklarına kaydırmasına neden olmuştur. İhracata eğilimi yüksek olan ülkeler, İspanya ve İtalya'dır. İki ülke dünyadaki toplam ihracatın yarısından fazlasını gerçekleştirmektedir. Çin, kendi üretim teknolojisini geliştirmeye başlamıştır. Enerjide dışa bağımlı olmayan ülkelerdeki üreticiler, gün geçtikçe daha fazla avantaj kazanmaktadır.

Seramik sağlık gereçleri sektöründe ise; karoda ön plana çıkan ülkeler yerine, büyük küresel üreticiler ön planda yer almaktadır. Dünya seramik sağlık gereçleri üretimi, yılda yaklaşık 200 milyon adettir. Avrupa (Doğu Avrupa ülkeleri hariç), yaklaşık 50 milyon adetlik üretimi ile Çin'den sonra dünyadaki en büyük üretici bölgedir. Avrupa'nın en önemli üreticileri, İtalya, İspanya, Türkiye, Fransa, İngiltere ve Almanya'dır. Seramik sağlık gereçleri sektöründeki ilk 10 üretici, yaklaşık 150 milyon adet üretim kapasitesine sahiptir.

İdeal Standard, Roca ve Sanitec, Kohler, Toto gibi uluslararası üreticiler, iç pazardaki büyümeden yararlanma ve düşük maliyetli üretim tesislerini ihracat üssü yapma hedefiyle, hızla gelişmekte olan pazarlara yayılmış bulunmaktadır. Bu firmaların ardından, Türkiye, Meksika, Şili ve Portekiz'deki üretici firmalar, coğrafi avantaj, düşük üretim maliyeti ve oluşmaya başlayan nitelikli iş gücü ile bölgelerinin ihracat üssü haline gelmeyi başarmıştır. Dünyada 90'lardan başlayarak seramik sağlık gereçleri üretiminde sürekli bir yükseliş olmuş ve nüfus artışı ile birlikte ürünlerin kullanımındaki artış, bu gelişmenin temel nedenlerini oluşturmuştur. 90'larda gerçekleşen hızlı artışın ardından, 2000'li yıllarda büyümede yavaşlama kaydedilmiştir.

Çin, seramik sağlık gereçleri sektöründe dünyadaki en büyük üreticidir. Dünyanın üretim merkezi haline gelen bu ülkeyi sırasıyla, Brezilya, Meksika ve Türkiye takip etmektedir. Seramik sağlık gereçlerinde ihracat oranı (%10-15), karoya göre daha sınırlıdır. Dünya genelinde toplam seramik sağlık gereçleri ihracatı 2010 yılında, bir önceki yıla göre artış göstererek, 4 milyar ABD Doları olarak gerçekleşmiştir. Dünya genelinde toplam seramik sağlık gereçleri ithalatı, 2010 yılında 4,4 milyar ABD Dolar olarak gerçekleşmiştir. 2010 yılı verilerine göre seramik sağlık gereçleri ihracatında ilk üç ülkeyi, Çin, Meksika ve Almanya oluşturmaktadır¹. Seramik sağlık gereçleri sektöründe Avrupa pazarı, yüksek tüketim hacmi ile ön plana çıkmaktadır.

2012 yılında dünya seramik sağlık gereçleri ihracatı bir önceki yıla oranla %1 azalma kaydederek 4,3 milyar \$ seviyesinde gerçekleşmiştir. Çin toplam ihracattan aldığı %21'lik pay ve 934 milyon \$ ihracat ile sektörde lider konumunu sürdürmektedir. Çin'i sırasıyla Meksika, Almanya, ve İtalya izlerken; Türkiye dünya seramik sağlık gereçleri ihracatından aldığı %4 payla 5. sırada yer almaktadır.

2012 yılında dünya seramik sağlık gereçleri ithalatı ise %0,2 azalma kaydederek 4,7 milyar \$ olarak gerçekleşmiştir. ABD toplam ithalattan aldığı %18'lik pay ve 897 milyon \$ ithalat ile sektörde en fazla ithalat yapan ülke konumundadır. ABD'yi sırasıyla Fransa (%6 pay), Almanya (%6 pay), İngiltere (%6 pay), Kanada (%5 pay) ve Rusya (%3 pay) takip etmektedir.

3.1.2.2. TÜRKİYE'DE SERAMİK SEKTÖRÜ

Seramik sektörü, seramik kaplama malzemeleri ve seramik sağlık gereçleri olmak üzere iki faaliyet kolundan oluşmaktadır. Seramik kaplama malzemeleri; seramik karoları, seramik sıhhi gereçleri ise vitrifiye, banyo küvetleri gibi ürünleri kapsamaktadır. Ülkemizde ve dünyada gelir grupları arasındaki dengesizliğin artmasına bağlı olarak gelir makasının açıldığı gözlenmektedir. Üst gelir grubundaki büyümenin az, alt gelir grubundaki büyümenin daha hızlı olması ve buna paralel olarak orta gelir grubunun ise küçüldüğü gözlenmektedir. Bu durum, seramik sektöründe ürün çeşitlemesine yansımakta olup, orta segment ürünlerinin azalarak, alt ve üst segment ürünlere doğru yönelim yaşanmasına neden olmaktadır.

Son 10 yıl içinde yaşanan iki ağır kriz inşaat sektörünü de fazlasıyla olumsuz şekilde etkilemiştir. Sektörde yaşanan durgunluk, giderek gerileyen yatırımlar ve iç pazardaki yetersiz talep yatırımcıları daha çok ihracata yöneltmiştir.

Seramik sektörünün en önemli sorunları enerji ve nakliye maliyetlerinin yüksek olmasıdır. İşçilik yönünden oldukça emek-yoğun olan seramik sıhhi gereçler sektöründe büyük oranda yerli hammadde kullanılmaktadır. KOBİ'lerin çoğu %100'e varan oranlarda yerli hammadde kullanırken, bazı büyük firmalar %20 oranında ithal hammadde kullanmaktadır. Firmaların birim maliyetleri ise büyüklük ve üretim kapasitelerine bağlı olarak farklılıklar göstermektedir. 1 ton ürünün maliyeti 650-1200 dolar arası değişmekte olup toplam enerji maliyeti de 100 dolar civarındadır. Enerji ve yakıt maliyetlerinin toplam maliyet içindeki payı ise %12-28 arasında değişmektedir.

Dünya ölçeğinde önemli bir konuma gelen Türk Seramik Sağlık Gereçleri Sektörü, rekabet gücü yüksek olan bir sektördür. Seramik sağlık gereçleri üretimi, ilk olarak 1958 yılında Eczacıbaşı'nın Kartal üretim tesislerini kurması ile başlamıştır. Türkiye, Avrupa'da en büyük seramik sağlık gereçleri üretimine sahip ve en fazla ihracat yapan ülke konumundadır. 1960 yılında 800 bin olan yıllık üretim kapasitesi 2008 yılı itibarıyla 21 milyon adede yükselmiştir. Sektörde 5.800 kişi istihdam edilmektedir. Seramik karo sektörünün ekonomik büyüklüğü, seramik

TABLO 1- SERAMİK SAĞLIK GEREÇLERİ ÜRETİCİLERİNİN İLLERE GÖRE DAĞILIMI

	Firmalar	Kapasite (Adet)	Bulunduğu İl
1.	ECZACIBAŞI VİTRA	4.900.000	Bozüyük/Bilecik
2.	SEREL	1.300.000	Manisa
3.	KALEVİT	1.600.000	Çanakkale
4.	EGE	1.400.000	İzmir
5.	ECE BANYO	1.500.000	Çorum
7.	ÇANAKÇILAR	1.200.000	Zonguldak
8.	TOPRAK *	730.000	Bozüyük
9.	HERİŞ -KÜTAHYA	700.000	Kütahya
10.	KILINÇ *	600.000	Tekirdağ
11.	İDESER-İDEAL	800.000	İstanbul
12.	TURKUAZ SERAMİK	1.500.000	Kayseri
13.	DOĞVİT SANİTERİ	854.000	İstanbul
14.	ESVİT ESKİŞEHİR *	840.000	Eskişehir
15.	ERBE (Sevit) *	250.000	İstanbul
16.	ÖZVİT	110.000	İzmit
17.	ÇELEBİLER	250.000	Sakarya
18.	DURAVİT	240.000	İstanbul
20.	SEREN SERAMİK*	200.000	Bozüyük
21.	EYVİT	240.000	Kayseri
22.	BOZVİT	240.000	Bozüyük
23.	TURAVİT TURAN	450.000	Ordu
24.	BARTIN SERAMİK	350.000	Zonguldak
25.	SELVİT	100.000	Eskişehir
26.	ÖZİŞİK SERAMİK	100.000	Eskişehir
27.	ÇAMAŞ SERAMİK	100.000	Ordu
28.	MEGA	200.000	Diyarbakır
29.	MARTI	200.000	Kayseri
30.	ASOS	125.000	Çanakkale
31.	PORSUK	90.000	Eskişehir
32.	TEPE	70.000	İzmir
	TOPLAM	21.239.000	

Kaynak: <http://www.serfed.com/tr/>
(* Faaliyetini durdurdu (toplam 1.050.000 adet/yıl)

sağlık gereçlerinden birkaç kat fazla olmasına rağmen; istihdamda seramik sağlık gereçleri ile seramik karo sektörü birbirine yaklaşmaktadır³.

Seramik sağlık gereçleri sektörünün toplam kapasitesi yaklaşık 22 milyon adet olup, Eczacıbaşı Yapı 4,9 milyon adet ile sektörde lider konumdadır. Ege Seramik ise 1,4 milyon adet ile Serel ve Kalevit firmalarının ardından dördüncü sırada yer almaktadır⁴.

Sektörde 10'u büyük ölçekli 27 firma üretim gerçekleştirmektedir. Türk seramik sıhhi gereçleri sektörü, aynı zamanda Avrupa'nın en büyük seramik sıhhi gereçleri üreticisi ve ihracatçısıdır⁵.

TABLO 2 - İLLERE GÖRE KAPASİTELER

İl	Kapasite (Adet)	İL/TR
Bozüyük	6.070.000	28,6%
İstanbul	2.144.000	10,1%
Çorum	1.500.000	7,1%
Çanakkale	1.725.000	8,1%
Zonguldak	1.550.000	7,3%
İzmir	1.470.000	6,9%
Manisa	1.300.000	6,1%
Eskişehir	1.130.000	5,3%
Kayseri	1.940.000	9,1%
Kütahya	700.000	3,3%
Tekirdağ	600.000	2,8%
Ordu	550.000	2,6%
Sakarya	250.000	1,2%
Diyarbakır	200.000	0,9%
İzmit	110.000	0,5%
Genel Toplam	21.239.000	100,0%

Kaynak: Türkiye Seramik Federasyonu, 2010

Seramik sağlık gereçleri sektörü, seramik kaplama malzemelerinden sonra ülke ekonomisinde önemli bir yeri olan ikinci büyük seramik alt sektörüdür. Seramik sağlık gereçleri sektörü aynı zamanda inşaat sektörüne çeşitli tesisat ürünleri sağlayan bir sanayi dalıdır. Türkiye'de seramik kaplama malzemelerinin üretildiği iller **Çanakkale, İstanbul, Bilecik, Eskişehir, Kütahya, Uşak, İzmir, Aydın ve Yozgat'tır**.

Seramik Kaplama Malzemeleri Sektörü:

Ülkemiz seramik sektörü; seramik kaplama malzemeleri ihracatında dünya 5.si, Avrupa 3.sü konumundadır.

Seramik Sağlık Gereçleri Sektörü:

Türkiye dünya seramik sağlık gereçleri ihracatından aldığı %4 payla 5. sırada yer almaktadır.

TABLO 3 - TÜRK SERAMİK SANAYİ SEKTÖRÜNÜN YAPISI

Sektörün Üstünlükleri	Sektörün Sorunları
Geniş bir iç pazar İnşaat sektörünün büyüklüğü Hareketli bir konut sektörü Zengin seramik hammadde kaynakları Hammadde kaynakları yakınındaki yüksek kapasiteli üretim tesisleri İleri teknoloji Pazara yakınlık Eğitilmiş ve deneyimli işgücü Avrupa Birliği Mevzuatına uyum İşçilik ücretleri Üniversite-sanayi işbirliği Tasarım gücü	Enerji maliyetlerinin yüksekliği Nakliye maliyetlerinin yüksekliği İstihdam üzerindeki yüksek vergi ve sosyal güvenlik yükleri Üretim tesisleri civarında yeterli sayıda yan sanayinin oluşmamış olması Kil temininde yaşanan sıkıntılar Döviz kurlarının ihracatı kolaylaştırıcı yönde seyretmemesi
Güçlü bir sivil toplum örgütü (SERFED) Türk seramik imajı çalışmaları	

Türkiye 2012 yılında yeni bir rekora imza atarak hem üretimde hem de iç satışta başarı göstermiştir. Türkiye'nin 2012 yılında üretimi bir önceki yıla göre %7,7 artışla 280 milyon m2'ye ulaşmıştır. Yurt içi satışlar 2012 yılında %9,1 artarak 180 milyon m2 olmuştur. Miktarda %5 artışla 91,7 milyon m2, değerinde ise %10,4 artışla 586 milyon \$ olmuştur. Değer bakımından Türkiye'nin başlıca pazarları sırasıyla Almanya (%11,9 düşüşle \$66 milyon), Irak (%57,8 artışla \$60,7 milyon), İsrail (\$58 milyon) ve İngiltere (%14,8 artışla \$54 milyon)dur. İhracat hacmi açısından %55,7 artışla 108 milyon m2'ye ulaşan Irak en büyük pazar haline gelmiştir. Irak'ı İsrail 10,7 milyon m2 ile takip etmektedir.

2012 yılında dünya seramik sağlık gereçleri ihracatı bir önceki yıla oranla %1 azalma kaydederek 4,3 milyar \$ seviyesinde gerçekleşmiştir. Çin toplam ihracattan aldığı %21'lik pay ve 934 milyon \$ ihracat ile sektörde lider konumunu sürdürmektedir. Çin'i sırasıyla Meksika, Almanya ve İtalya izlerken; Türkiye dünya seramik sağlık gereçleri ihracatından aldığı %4 payla 5. sırada yer almaktadır.

2012 yılında dünya seramik sağlık gereçleri ithalatı ise %0,2 azalma kaydederek 4,7 milyar \$ olarak gerçekleşmiştir. ABD toplam ithalattan aldığı %18'lik pay ve 897 milyon \$ ithalat ile sektörde en fazla ithalat yapan ülke konumundadır. ABD'yi sırasıyla Fransa (%6 pay), Almanya (%6 pay), İngiltere (%6 pay), Kanada (%5 pay) ve Rusya (%3 pay) takip etmektedir.

Türkiye'nin İnşaat ve Yapı Malzemeleri Sektöründe Konumu

- Çimento ihracatında Avrupa'da 1.
- Gaz beton üretiminde Avrupa'da 2.
- Hazır beton üretiminde Avrupa'da 3.
- İnşaat Demiri ihracatında Dünya'da 1.
- Çelik boru üretiminde Avrupa'da 3.
- Plastik profil üretiminde Avrupa'da 3.
- Düz cam üretiminde Avrupa'da 5.
- Seramik kaplamaların üretiminde Avrupa'da 5.
- Doğal taş üretiminde Dünya'da 5.
- İnşaat boya üretiminde Avrupa'da 6.

Aşağıdaki tablolarda seramik ve toprak ürünleri alanında Türkiye'nin ihracatının 2012 ve 2013 yıllarına ilişkin değerlendirmeleri verilmektedir.

**TABLO 4 - TÜRKİYE GENELİ ÇİMENTO, CAM, SERAMİK VE TOPRAK ÜRÜNLERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ İŞTİGAL ALANI
2012 VE 2013 YILLARI OCAK-ARALIK DÖNEMİ İHRACAT KARŞILAŞTIRMASI**

	2012 Yılı			2013 Yılı			[%] Değişim	
	Miktar	Değer	\$/Ton	Miktar	Değer	\$/Ton	Miktar	Değer
Klinker	2.951.983	131.933	45	2.156.730	97.038	45	-26,9	-26,4
Çimento	10.264.735	669.645	65	9.713.774	653.336	67	-5,4	-2,4
ÇİMENTO SEKTÖRÜ TOPLAMI	13.216.718	801.578	61	11.870.504	750.374	63	-10,2	-6,4
Seramik Kaplama Malzemeleri	1.418.936	590.254	416	1.415.705	605.804	428	-0,2	2,6
Seramik Sağlık Gereçleri	113.008	187.868	1.662	119.077	203.808	1.712	5,4	8,5
Porselen Sofra ve Mutfak Eşyası	20.370	56.994	2.798	18.778	60.392	3.216	-7,8	6,0
Seramik Sofra ve Mutfak Eşyası	15.017	26.245	1.748	14.475	27.908	1.928	-3,6	6,3
Refrakterler (*)	228.207	143.872	630	274.346	160.283	584	20,2	11,4
Seramik Süs Eşyası	1.245	4.605	3.698	1.267	4.772	3.765	1,8	3,6
İnşaat Tuğlası ve Kiremit	52.413	6.884	131	58.618	7.989	136	11,8	16,1
Diğerleri	2.713	5.341	1.969	2.140	5.067	2.368	-21,1	-5,1
SERAMİK SEKTÖRÜ TOPLAMI	1.851.909	1.022.062	552	1.904.407	1.076.023	565	2,8	5,3
Düzcamlar	110.882	42.584	384	131.501	49.752	378	18,6	16,8
Camdan Sınai Kaplar	70.160	38.015	542	50.625	29.918	591	-27,8	-21,3
Cam Ev Eşyası	249.907	464.924	1.860	246.863	474.096	1.920	-1,2	2,0
Cam Lifi-Cam Yünü	34.720	67.531	1.945	30.970	64.707	2.089	-10,8	-4,2
Aynalar	13.522	18.274	1.351	18.182	22.817	1.255	34,5	24,9
Çok Katlı Yalıtım Camları	34.200	53.491	1.564	31.464	58.395	1.856	-8,0	9,2
Emniyet Camları	38.706	67.839	1.753	45.431	62.732	1.381	17,4	-7,5
İşlenmiş Cam	10.316	12.393	1.201	11.106	13.367	1.204	7,7	7,9
Cam Süs Eşyası	384	2.313	6.020	410	4.280	10.438	6,7	85,0
Diğerleri	11.332	36.712	3.240	9.286	35.583	3.832	-18,1	-3,1
CAM SEKTÖRÜ TOPLAMI	574.129	804.075	1.401	575.839	815.647	1.416	0,3	1,4
Avize	23.698	237.059	10.003	27.160	284.078	10.459	14,6	19,8
Avize Aksam ve Parçaları	1.530	10.616	6.940	1.308	9.359	7.153	-14,5	-11,8
AYDINLATMA CİHAZLARI TOPLAMI	25.228	247.675	9.818	28.468	293.437	10.307	12,8	18,5
Yapı Elemanları	381.187	94.201	247	313.057	86.336	276	-17,9	-8,3
Suni Aşındırıcılar	183.484	65.439	357	204.260	74.700	366	11,3	14,2
Toprak Ürünleri	1.474.925	64.175	44	1.806.998	62.018	34	22,5	-3,4
DOĞAL KAYNAKLI MADDE TOPLAMI	2.039.596	223.815	110	2.324.315	223.053	96	14,0	-0,3
DİĞERLERİ	81.959	197.914	2.415	95.331	202.130	2.120	16,3	2,1
GENEL TOPLAM	17.789.539	3.297.119	185	16.798.864	3.360.664	200	-5,6	1,9

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıt Rakamları- <http://www.cimentobirlik.org/tr/istatistikler>

**TABLO 5 - TÜRKİYE GENELİ ÇİMENTO, CAM, SERAMİK VE TOPRAK ÜRÜNLERİ İHRACATININ ÜLKELERE GÖRE DAĞILIMI
(2012 VE 2013 YILLARI OCAK-ARALIK DÖNEMİ)**

Ülke	2012 Yılı			2013 Yılı			[%] Değişim	
	Miktar (Kg)	Değer (\$)	\$/TON	Miktar (Kg)	Değer (\$)	\$/TON	Miktar	Değer
Irak	2.161.995.399	368.158.504	170	1.538.089.700	340.270.337	221	-28,9	-7,6
Almanya	190.146.454	201.977.998	1.062	169.434.215	195.038.932	1.151	-10,9	-3,4
Libya	1.025.131.812	103.009.280	100	2.169.838.935	193.098.818	89	111,7	87,5
Rusya Fed.	2.170.193.507	222.910.245	103	1.495.332.744	186.977.785	125	-31,1	-16,1
İsrail	936.202.127	140.340.953	150	1.089.814.245	148.517.957	136	16,4	5,8
İngiltere	202.697.165	144.201.308	711	183.593.913	147.194.413	802	-9,4	2,1
Azerbaycan	177.314.700	137.279.679	774	201.640.143	146.242.609	725	13,7	6,5
Fransa	277.020.067	122.351.729	442	271.023.660	112.192.165	414	-2,2	-8,3
İtalya	441.817.738	106.000.237	240	304.502.245	104.700.710	344	-31,1	-1,2
ABD	110.005.230	83.594.863	760	151.142.699	96.338.626	637	37,4	15,2
Türkmenistan	52.477.066	60.792.790	1.158	53.592.781	81.222.718	1.516	2,1	33,6
Gürcistan	523.571.361	91.932.975	176	418.520.497	79.798.356	191	-20,1	-13,2
Bulgaristan	482.061.523	71.518.466	148	422.475.672	70.095.331	166	-12,4	-2,0
Antalya Ser. Böl.	648.097.278	39.616.597	61	1.045.943.627	63.256.869	60	61,4	59,7
Kanada	102.871.236	45.230.533	440	149.468.438	56.110.816	375	45,3	24,1
Suudi Arabistan	85.826.984	45.037.592	525	122.002.933	54.569.708	447	42,1	21,2
İran	46.687.116	50.890.330	1.090	43.117.872	52.043.720	1.207	-7,6	2,3
Romanya	382.544.078	50.265.253	131	378.643.708	50.132.973	132	-1,0	-0,3
İspanya	241.537.969	53.312.190	221	170.277.950	47.529.114	279	-29,5	-10,8
Mısır	350.195.247	49.513.606	141	215.274.804	44.428.583	206	-38,5	-10,3
Diğer	7.181.144.845	1.109.183.919	154	6.205.133.248	1.090.903.537	176	-13,6	-1,6
TOPLAM	17.789.538.903	3.297.119.047	185	16.798.864.028	3.360.664.076	200	-5,6	1,9

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıt Rakamları- <http://www.cimentobirlik.org/tr/istatistikler>

3.1.2.3. TÜRKİYE'DE DUŞAKABİN SEKTÖRÜ

Yatırım konusu banyo gereçleri sektörü ise akrilik küvet, akrilik duş teknesi, akrilik hidromasaj sistemleri, dikey masajlar, akrilik küvet basamakları özel tasarım banyo küvetleri, duş ve küvet üzeri kabinleri, duş bölmeleri ve banyo sağlık gereçleri imalatını kapsayan bir alt sektördür. Türkiye'de ilk olarak bir Alman firması tarafından tanıtımı ve satışı yapılan duş kabini ürünü daha sonra konuya ilgi duyan yerli girişimciler tarafından yeni markalar yaratılmak sureti ile yeni bir sektöre dönüştürülmüştür. Duş kabini sektörü kuruluş aşamasında çok ciddi bir sermaye birikimi gerektirmeyen bir sektör gibi görünmekte ve bundan dolayı bazı problemlerle karşılaşmaktadır. Sektörde merdiven altı diye tabir edilen, kaliteli ürün yapmayan ve ürün garantisini yerine getirmeyen çok sayıda atölye tipi firma bulunmaktadır.

Bunun yanında servis ağlarının olmaması nedeni ile tüketicinin aldığı ürünün montajı yapılmamaktadır ya da ehil olmayan kişiler tarafından yapılmaktadır. Aynı zamanda uzak doğudan gelen birçok ürün gibi duş kabinlerinde de gerekli kontrollerin yapılmamasından kaynaklı, insan sağlığını önemli ölçüde etkileyecek birçok problem bulunmaktadır.

Duşakabin sistemleri, modern hayatın hızlı akışının bir sonucu olarak, temiz ve sağlıklı banyolar oluşturmak amacıyla ortaya çıkmıştır. Zamanla farklı teknik ve elementlerin de üretime dahil edilmesiyle ürün çeşitliliği artış göstermiştir. Halk arasında duş kabini olarak da tabir edilen duşakabin sistemleri, ağırlıklı olarak pleksi duşakabinler, cam duşakabinler, panel duşakabinler gibi adlarla tanınırlar. Duşakabinler, duş teknelerinin üzerine veya küvet üstüne uygulanabildiği gibi, hareketli kanat biçimleri de duşakabinlerin şekillerine uyum sağlamaktadır. Her zevke ve bütçeye göre duşakabin seçenekleri mevcut olup, ayrıca müşterilerin talepleri doğrultusunda, ekonomik uygulamalarda da farklı tercihlere yer verilebilmektedir.

3.1.3. TALEBİ ETKİLEYEN UNSURLAR

IMF tarafından 9 Nisan 2014 tarihinde yayınlanan “*Dünya Ekonomik Görünüm Raporu*”na göre;

- Gelişmiş ekonomiler kaynaklı küresel ekonomik aktivitedeki güçlenmenin kırılığında olsa 2014 yılının devamında ve 2015 yılında devam edeceği belirtilmiştir. Küresel büyüme için Ocak ayında gerçekleştirilen tahminlerde iki yıl içinde 0,1 puanlık aşağı yönlü revizyona gidilmiş ve küresel büyümenin 2014 yılında yüzde 3,6, 2015 yılında ise yüzde 3,9 seviyesinde gerçekleşeceği tahmin edilmiştir.
- Öncü göstergeler, üretim ve tüketime yönelik aylık veriler Avro Bölgesinde yılın ilk çeyreğinde ekonomik aktivitede canlanmaya işaret etmektedir. Ancak bankacılık sektöründe devam eden sorunlar ve kamu kesiminde devam eden kemer sıkma önlemleri talep artışını engellemekte ve büyümeyi baskılamaktadır. Enflasyonun uzun süredir politika hedefi olan yüzde 2 seviyesinin oldukça altında seyretmesi deflasyonist kaygıların artmasına neden olmaktadır.

TABLO 6 - IMF - WEO NİSAN 2014 - BÜYÜME TAHMİNLERİ (%)

	2013	2014	2015
Dünya	3,0	3,6	3,9
Gelişmiş Ekonomiler	1,3	2,2	2,3
ABD	1,9	2,8	3,0
Japonya	1,5	1,4	1,0
Almanya	0,5	1,7	1,6
Fransa	0,3	1,0	1,5
İngiltere	1,8	2,9	2,5
Gelişmekte Olan Ekonomiler	4,7	4,9	5,3
Çin	7,7	7,5	7,3
Rusya	1,3	1,3	2,3

Kaynak: IMF Dünya Ekonomik Görünüm Raporları (Nisan 2014)

- Türkiye inşaat sektöründe yaklaşık 6.500 üretici firma faaliyet göstermektedir. Çalışan nüfusun %6'ya yakını (SGK verilerine göre toplam çalışan sayısı 1.789.487 kişidir), inşaat sektöründe istihdam edilmektedir. Yapı malzemeleri üretimi, toplam sanayi içinde %10, imalat sanayi içinde ise %12-13'lük bir paya sahiptir. Başlıca inşaat malzemelerinin üretim ve ihracatı açısından dünyanın sayılı ülkelerinden biri olan Türkiye, özellikle çimento, inşaat demiri, demir-çelik, inşaat aksamı ve ürünleri, plastik ve alüminyum inşaat malzemeleri, seramik, cam, boya, mermer, kablolar, elektrik malzemeleri ve ısıtma-soğutma cihazları gibi ürünlerde, iç talebi karşılamanın yanı sıra, uluslararası piyasalarda da başarı ile rekabet etmektedir. Dünyanın en fazla yapı malzemesi ihraç eden 7'inci ülkesi konumunda olan Türkiye, çimento ihracatında dünya sıralamasının en başında yer almaktadır. Sektörün başlıca ihraç pazarları, Irak, Mısır, Libya, Birleşik Arap Emirlikleri ve Cezayir. Türkiye'nin inşaat malzemeleri ithalatı ise büyük ölçüde Çin, Almanya, İtalya, Fransa ve İspanya'dan gerçekleştirilmektedir. Türk müteahhitlik ve inşaat firmalarının, özellikle son yıllarda, Ortadoğu, Orta Asya ve Kuzey Afrika'da gerçekleştirdiği girişimler, sektörün gelişimini olumlu yönde etkilemektedir⁸.
- Önümüzdeki beş senede, büyümeyi tetikleyen unsurlar göz önünde bulundurulduğunda, gelişmekte olan ülkelerde inşaat sektörünü parlak bir dönemin beklediği görülmektedir. Türkiye, 2009 – 2014 yılları arası dönemde inşaat sektöründe %8,5 oranında (yeni, yenileme ve inşaat malzemeleri) büyüme beklentisi ile çok olumlu gözükken ülkeler arasında yer almaktadır⁹. Konut talebi, artan kentsel dönüşüm projeleri, doğrudan yabancı yatırımlardaki artış beklentisi, yenilenebilir enerji alanında yapılması planlanan altyapı yatırımları ve büyük enerji nakil projelerinin Türkiye'den geçmesi, Türkiye'de başta konut inşaatları olmak üzere, konut dışı ve altyapı inşaatlarındaki büyümeyi de desteklemektedir. Ayrıca, gayrimenkul yatırım ortaklıklarının sayısında görülen artış, finansmanı güç büyük projelerin gerçekleşmesinin de önünü açmaktadır. Bu gelişmelere ek olarak, harcanabilir gelir seviyesinin yükselmesi, deprem ve enerji verimliliği konusunda alınacak önlemler ve halkın bilinç seviyesinin giderek artmasıyla Türkiye'de yenileme pazarı da inşaat sektörünün büyümesinde rol oynayacaktır.
- Sosyo-ekonomik veriler de inşaat sektörü büyüme beklentilerini desteklemektedir. Türkiye inşaat malzemeleri sektöründe büyümeyi tetikleyecek unsurlar aşağıda sıralanmıştır.

Kentsel Dönüşüm Projeleri

Ülke içinde son dönemde kentsel dönüşüm projeleri hız kazanmaktadır. Türkiye'de dar ve orta gelirli vatandaşların nitelikli konut ihtiyacını karşılamak için kurulan Başbakanlık Toplu Konut İdaresi Başkanlığı (TOKİ), 2003 yılında verilen “Planlı Kentleşme ve Konut Üretimi” programı kapsamında konut seferberliği başlatmıştır.

⁸ Doğu Marmara ABİGEM, 2012 Yılı Türkiye'de Yapı Sektörü ve Yapı Malzemeleri Sektör Raporu

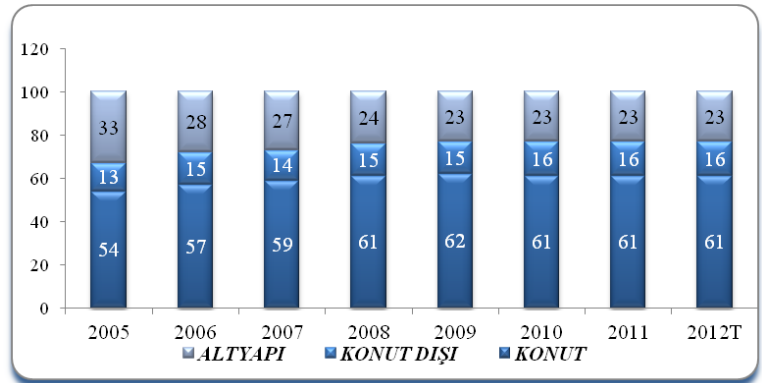
⁹ Global Construction 2020”, Global Construction Perspectives and Oxford Economics, 2009

T.C. Kalkınma Bakanlığı ve Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre; Türkiye'nin yenileme, dönüşüm ve nitelikli konut üretimi dahil olmak üzere 3 milyon civarında acil konut ihtiyacı olduğu tespit edilmiştir. 2013 yılına kadar her yıl yaklaşık 600 bin yeni konuta gereksinim olduğu belirtilmiştir. Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı Derneği (GYODER) tarafından düzenlenen 12. Gayrimenkul Zirvesi sonrasında açıklanan “2023 Vizyonunda Gayrimenkul Sektörü” raporuna göre; 2023 yılında kentli nüfusun 71 milyona yükseleceği öngörülmüşken, aynı dönemde kentli hane halkı ölçeği ise küçülmeye devam edeceği dile getirildi. 4,12 olan hane sayısının 3,79'a indiği bunlara bağlı kentli hane halkı sayısının ise 14 milyondan 19 milyona ulaşacağı kaydedilen raporda, “2011-2023 yılları arasında hane halkı sayısının 4,84 milyon artması beklenmektedir. Bu artışlar doğal olarak konut talebini beraberinde getirecektir. Bugün kentsel alanlarda 5,3 milyon dairenin kentsel dönüşümü söz konusu. Ekonomik yapılabirlik dikkate alındığında bu konut stokunun dönüşümü zamana yayılacaktır. Bu değişimin ilk 2 yılda yavaş başlayacağı, sonrada hızlanacağı öngörülmektedir. 2023 yılına kadar her yıl için 50 bin yenileme kaynaklı konut ihtiyacı doğacağı düşünülmektedir. Toplamda on sene bazında 600 bin konutun yenileme ihtiyacı bulunmaktadır. Türkiye'de üç ayrı kaynaktan doğan toplam konut ihtiyacı 2023 yılına kadar olan dönem için 7,56 milyon adettir. Bu ihtiyacın 4 milyonu nüfus artışı ve kentleşme kaynaklı, 2 milyonu ise kentsel dönüşümden gelmektedir¹⁰.

TOKİ'nin uzun vadeli stratejisi, alt ve orta gelir grubuna yönelik sosyal konutlar ile gerekli hizmet birimlerini altyapılarını da tamamlayarak sunmaktır. Ülke genelinde, konut ihtiyacının en acil çözüm beklediği alanları belirlemek üzere araştırma yöntemleri uygulayan TOKİ, toplu konut yatırımları için uzun vadeli bir eylem planı geliştirmiştir. Bu kapsamda, son yedi yıllık dönemde, özellikle yoksulluğun da etkisiyle özel sektör yatırımlarının azaldığı Doğu ve Güney Doğu Anadolu bölgelerine odaklanılmıştır. Önümüzdeki yıllarda ise İstanbul, İzmir, Ankara, Diyarbakır ve Adana gibi, ülkenin kırsal kesimlerinden büyük ölçüde göç alan büyük kentlere daha fazla yoğunlaşılacaktır¹¹. TOKİ, konut seferberliği kapsamında 2014 yılı Ekim ayı itibariyle sosyal donatı ve teknik altyapıları ile birlikte 81 il, 800 ilçede, 3 bin 12 şantiyede başlatılan konut sayısı 636 bin 225 konut rakamına ulaşmış ve 2023 yılı sonu için bir milyon konutluk proje hedefi açıklanmıştır.

Grafik 1: Türkiye'de İnşaat Sektörü Yatırımlarının Dağılımı, 2005 – 2012

*Kaynak: Buildecon, Turkey
Construction Market Report 2012*



Konut Dışı Yatırımlar

İnşaat sektörü genelinde Türkiye'de beklenen büyümenin önemli bir bölümü konut yatırımlarından gelecek olmakla birlikte, konut dışı yatırımların sektördeki büyümeye katkıda bulunacağı da bir gerçektir. 2007 senesine kadar hızla artan doğrudan yabancı yatırımlar global krizin etkisiyle 2008 ve 2009'da olumsuz etkilenmiş olsa da 2011 yılından itibaren tekrar artmaya başlamıştır. Gerek iç pazarının büyüklüğü gerekse de yakın coğrafyaya ihracat yapabilme olanakları ile Türkiye yabancı yatırımcılara cazip gelmektedir. Yabancı yatırımcının Türkiye'ye girmesi, yeni üretim tesislerine, ofis binalarına talebi artırarak konut dışı yatırımların da artmasına yardımcı olacaktır.

Konut dışı yatırımların artmasını sağlayacak diğer bir gelişim de, Türkiye'de 1996 yılında kurulmaya başlanan gayrimenkul yatırım ortaklıklarıdır (GYO). Türkiye'de son yıllarda sayıları artan GYO'ların portföy büyüklüklerinde de önemli bir artış göze çarpmaktadır. Pek çok yatırımcının ya da kurumun kendi kaynaklarıyla finanse edemeyeceği büyük ölçekli gayrimenkul projelerinin toplanan gayrimenkul yatırım ortaklıkları payları ile finanse edilmesini sağlayan GYO'lar, inşaat sektörü ve buna bağlı sektörlerin gelişimine katkı sağlamaktadır. Toplu konut yatırımlarının yanı sıra özellikle uzun dönem kira getirilerinin olması sebebiyle alışveriş merkezleri (AVM), ofis binaları, lojistik depoları gibi ticari yapı yatırımları da GYO'ların portföyünde önemli yer tutmaktadır. 1987 yılında Türkiye'de açılan ilk AVM'den sonra 1995 yılında 12, 2006 yılında 117, 2014 Mart ayında 328 olan AVM sayısının 2015'te 432, 2016'da ise 449'a ulaşacağı tahmin edilmektedir.

Altyapı Yatırımları

Türkiye inşaat sektöründe büyümenin geleceği diğer bir alan altyapı yatırımlarıdır. Altyapı projeleri uzun vadeli projeler oldukları için finansmanın organize edilip, planlı bir şekilde yatırımların gerçekleştirilebilmesi kritik önem taşımaktadır. Küresel finansal krizin etkilerini halen taşıyan Türkiye'de 2009'da her ne kadar altyapı yatırımları için ayrılan fonlarda bir yavaşlama görülse de, 2010 yılından itibaren altyapı yatırımlarında tekrar artış olduğu gözlenmektedir.

Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı'nın yaptığı açıklamaya göre, Türkiye'nin 2020 yılına kadar elektrikte %150 ek kapasite yatırımına ihtiyacı vardır. Bu da hem yerli hem yabancı yatırımcı için değeri gün geçtikçe artan bir sektör olan enerji sektörüne yaklaşık 90 milyar dolar değerinde bir yatırım yapılacağı anlamına gelmektedir. Yine Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı'nın yenilenebilir enerji kaynakları konusunda yapmayı planladığı yatırımlar başta rüzgar ve hidroelektrik olmak üzere, jeotermal ve güneş gibi yenilenebilir enerji kaynakları konusunda önemli gelişmeler olacağına işaret etmektedir.

Harcanabilir Gelir Seviyesinin Artması

Türkiye'de harcanabilir gelir seviyelerinin hızla artması sonucu tüketiciler evlerine daha fazla yatırım yapmaktadır. Günümüzde evler insanların sosyalleşebilecekleri ortamlar haline dönüşmüştür. Tüketiciler evlerini kendilerinin ve statülerinin dış dünyaya bir yansıması olarak gördüklerinden evlerinin güzelleştirilmesine yönelik projelere (Örneğin; mutfak ve banyo mobilya ve seramiklerinin yenilenmesi gibi) devam edeceklerdir.

Binalarda Enerji Verimliliği

Türkiye'de toplam enerji kullanımının %32'sinin konutlar tarafından gerçekleştirildiği ve binalarda enerji verimliliği sağlamak suretiyle önemli bir tasarrufa gidilebileceği tespit edilmiştir. Bu doğrultuda, Türkiye binalarda enerji verimliliği konusundaki çalışmalara 2008 yılı itibarıyla hız vermiştir. 2008 Aralık ayında 5627 sayılı Enerji Verimliliği Kanunu kapsamında “Binalarda Enerji Performansı Yönetmeliği” ile binalarda enerjinin ve kaynaklarının verimli kullanılması, enerji israfının önlenmesi ve çevrenin korunması hedeflenerek mevcut ve yeni binalara verilmek üzere “Enerji Kimlik Belgesi” düzenlenmesi kararı alınmıştır. Mevcut binalar ve inşaatı devam edip henüz yapı izni almamış binalar için enerji kimlik belgesi alınması konusunda Temmuz 2017'ye kadar süre tanınmıştır. Yasal uygulamaların yürürlüğe girmesine ek olarak, Türkiye'de tüketiciler de enerji verimliliği konusunda giderek bilinçlenmektedir.

Binalarda enerji verimliliği konusunda alınan tedbirlerin sonucunda işletim maliyetlerinde ciddi oranda düşüş görülmesi, bu alana yatırım yapan tüketicilerin sayısını da artırmaktadır. Ayrıca enerji verimliliği konusunda yapılacak yatırımlara yönelik çeşitli bankalar tarafından eko-kredi adı altında uzun vadeli ve daha uygun koşullar altında finansman desteği sağlanması da bu gelişimi desteklemektedir.

Türkiye'deki mevcut 16 milyon birimlik yapı stokunu ve her sene eklenen yeni binayı göz önünde bulundurduğumuzda, “Binalarda Enerji Performansı Yönetmeliği”, artan tüketici bilinci ve finansman destekleriyle birlikte bina ve tesisat yalıtımı, aydınlatma, ısıtma, soğutma, havalandırma sistemleri gibi alanlarda yapılacak iyileştirmeler inşaat malzemeleri tüketimini artıracaktır.

Deprem Yönetmeliği

Yenileme pazarının büyümesini depreme karşı riskli bulunan binalarda güçlendirme yapılması suretiyle destekleyecek bir diğer faktör, 2007 yılında yürürlüğe giren “Deprem Bölgelerine Yapılacak Binalar Hakkındaki Yönetmelik” ve bu kapsamda 2008 yılında yayınlanan “Yapı Denetim Uygulama Yönetmeliği”dir. Bu yönetmeliğe göre, ülke topraklarının %66'sı 1. ve 2. derece deprem bölgesinde bulunmakta, ülke nüfusunun da %71'i bu bölgede yaşamaktadır. Bir üst seviyede 3. ve 4. derece deprem bölgelerinin kapsadığı coğrafya, ülke topraklarının %92'sini oluşturmaktadır. Deprem riski yüksek bir ülke olan Türkiye'nin yakın tarihinde ciddi can ve mal kaybına yol açan afetlerin sayısı çoktur.

Yeni inşaatlarda deprem yönetmeliklerine uygun projelendirme ve uygulama ve yönetmeliklere uygun inşaat malzemelerinin tercih edilmesi yapı güvenliği açısından önemli bir konudur. Mevcut konut stokumuzun %48'nin 30 yaş ve üzerinde olduğu göz önünde bulundurulduğunda, deprem yönetmeliklerine uygun yapılmayan binaların yeniden yapılandırılması, yeni inşaat ve üzerlerinde yürütülecek sağlama çalışmaları da yenileme pazarının büyümesine yardımcı olacaktır.

3.1.4. REKABET YAPISI VE RAKİPLERİN ÖZELLİKLERİ

Son yıllarda gelişen teknolojiye ayak uyduran üretici firmalar birbirinden özellikli duşakabinleri piyasaya sürmüşlerdir. Hali hazırda piyasada müzik çalan, suyun sıcaklığını otomatik olarak ayarlayan, 20 ayrı noktadan basınçlı su püskürten, havalandırılmalı, telefonlu, kompakt duşakabinler üretilmekte ve satılmaktadır. Duşakabin üreten sayısı 250'yi geçtiği için sektörde kırıncı bir rekabet gözlenmektedir.

Duşakabin sistemleri, modern hayatın hızlı akışının bir sonucu olarak, temiz ve sağlıklı banyolar oluşturmak amacıyla ortaya çıkmıştır. Zamanla farklı teknik ve elementlerin de üretime dahil edilmesiyle ürün çeşitliliği artış göstermiştir. Halk arasında duş kabini olarak da tabir edilen duşakabin sistemleri, ağırlıklı olarak pleksi duşakabinler, cam duşakabinler, panel duşakabinler gibi adlarla tanınırlar. Duşakabinler, duş teknelerinin üzerine veya küvet üstüne uygulanabildiği gibi, hareketli kanat biçimleri de duşakabinlerin şekillerine uyum sağlamaktadır. Her zevke ve bütçeye göre duşakabin seçenekleri mevcut olup, ayrıca müşterilerin talepleri doğrultusunda, ekonomik uygulamalarda da farklı tercihlere yer verilebilmektedir.

Türkiye'de bu alandaki kurulu kapasitenin büyüklüğü konusunda maalesef sağlıklı veriler bulunmamaktadır. Marka adı ve teknolojik düzeyi bilinen üreticiler ile ithalatçılar dışında, orta ölçekli pek çok küçük ve yerel üretici ile yüzlerce atölye bulunmaktadır.

Yaklaşık 3 milyar TL civarında olduğu tahmin edilen banyo gereçleri pazarında talebin %15-20'si markalı üretim yapan büyük kuruluşlar tarafından, kalan %80-85'i ise atölye ve atölye irisi işletmeler tarafından karşılanmaktadır. Bu durum çözülmesi gereken sorunların başında gelmektedir. Standartlaşma ve toplam kalite kavramı hedefleri içindeki marka sahibi firmalar, ekolojik, hijyenik ve fonksiyonel, vb. standart ürünlerle üretim yaparken, küçük üreticiler bu standartlara uymamaktadır. Bu da sınaî ve idari maliyetleri zaten yüksek olan marka sahibi üretici ve ithalatçıların aleyhine olmaktadır. Dolayısıyla bu durum sektörde standartlaşmanın ve toplam kalitenin hayata geçirilmesinin önündeki en büyük engellerden biridir.

3.2. PAZARLAMA PLANI

3.2.1. HEDEF PAZAR VE ÖZELLİKLERİ




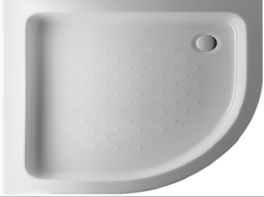
Duş tekneleri, duş yapmak amacıyla kullanılan, derinliği fazla olmayan farklı renk, şekil ve malzemelerden yapılan bir banyo teknesidir. Çocukların, yaşlıların veya bedensel engellilerin daha rahat kullanması için duş tekneleri banyo küvetlerinden daha uygun ve doğru bir seçimdir. Ayrıca daha da güvenli olması açısından kaygan olmayan zeminler seçilebilir.




Akrilik, kolay temizlenebilen, hijyenik ve de dayanıklı bir malzemedir. Yüzeyinde sabun, yağ, kir ve kireç gibi atıkları barındırmayan akrilik, bu özelliğiyle uzun yıllar boyunca ilk günkü gibi kullanılabilir.

Küvet üretiminde polymethylmethacrylate (PMMA) adlı hammaddeden üretilen akrilik plakalar kullanılmaktadır. Akışkan halde bulunan hammadde cam vasıtasıyla sıkıştırılıp kalıp haline getirilir. Bu işlemlerden geçirilen malzemenin yüzeyi cam özelliği aldığından son derece pürüzsüz, gözeneksiz ve parlaktır. Sıcak ve soğuk su temaslarından etkilenmez. Bu nedenlerle akrilik küvetlerde zaman içinde kılcal kırılmaları ve pas oluşmaz, sararma ve deforme olmaz. Dış yapısında dahi kullanılan akrilik materyal bakteri barındırmaz, hijyenik ve çok uzun ömürlüdür.

Akrilik küvetler panelleri pis su giderlerinin tıkanması durumunda kolayca sökülebilecek biçimde tasarlanmıştır. Herhangi bir bakım durumunda paneller sökülerek pis su giderine rahatça bakım yapılabilir. Akrilik küvetler ısıyı uzun süre tutma ve ses dalgalarını absorbe edebilme özelliklerine sahiptir. Bunun en büyük etkilerinden biri gövdeleri güçlendirmede kullanılan cam elyafının en iyi izolasyon malzemesi oluşudur. Çabuk ısınır, içindeki suyun ısısını muhafaza eder. Ayrıca akrilik dayanıklı bir malzemedir kırılma eğilimi yoktur. Çizilse dahi küvet yüzeyindeki bu tip hasarları zımpara ve su ile çok pratik bir biçimde giderilebilir.

Tesiste üretilmesi planlanan ürünler aşağıda verilmiştir.

Duş Tekneleri	
Monoblok Duş Tekneleri	Panelli Duş Tekneleri
	
Kare	
	
Köşe	

Küvet Kabinleri	
	
Köşe	Dikdörtgen
	
Köşe	Oturmalı



3.2.2. HEDEF MÜŞTERİ GRUBU VE ÖZELLİKLERİ



İnşaat sektörü gerek sanayi boyutuyla, gerekse pazarlama ve ticaret boyutuyla Türkiye'nin en geniş sektörlerinden birisini oluşturmakta, dolaylı olarak 400 alt sektörü etkilemektedir. Türkiye'nin dünya inşaat sektörü içerisindeki payı %3'tür. Dünyanın en büyük 225 uluslararası inşaat firması arasında 20 Türk firması da bulunmaktadır. Sektörün GSMH içindeki doğrudan payı %5 ve dolaylı payı %30'dur. 1970 sonrasındaki 35 yıllık sürede 63 ülkede gerçekleştirilen iş hacmi 85 milyar dolara, üstlenilen proje sayısı da 3600'e ulaşan Türk müteahhitler hizmet kalitesi, fiyat ve müşteri memnuniyeti boyutlarıyla güçlerini 4 kıtada kanıtlamışlardır. İnşaat malzemesi ihracatı ile dış müteahhitlik hizmetleri birlikte değerlendirildiğinde, inşaat sektörünün Türkiye'nin toplam ihracatı içerisindeki payı %20 kadardır. Bu niteliği ile sektör, turizmden sonra ödemeler dengesine en büyük katkıyı sağlama potansiyeline sahiptir. Sağladığı geniş istihdam olanakları ve GSMH'ya katkısıyla yapı sektörü ekonominin lokomotif sektörü sayılmaktadır.

İnşaat sektörünün etkilemiş olduğu sektörlerden birisi de hazır mutfak ve banyo mobilyaları sektörüdür. İnşaat sektörünün gelişmesi ile paralellik gösteren bu sektör Türkiye ekonomisinde önemli bir yere sahip bulunmaktadır.

Son Tüketicinin Eğilimleri

Gelişmiş ülkelerde daha belirgin olan ancak hızla gelişmekte olan ülkelerde de oluşmaya başlayan orta ve üst segment tüketicilerin eğilimleri incelendiğinde genellikle paralellik görülmektedir. Enerji verimliliği, çevre ve sürdürülebilirlik Batı Avrupa ve ABD gibi gelişmiş ülkelerde tüketicinin enerji verimliliği, çevre ve iklim değişikliği konusunda bilinç seviyesi yüksek olup yürürlükteki regülasyonların da etkisiyle konut alımında, inşaat malzemesi seçiminde ve uygulamada beklentileri bu yönde artmaktadır. Tüm dünyada etkili olan bu eğilim, alınan ürünlerin içeriğinde insan sağlığına zarar veren maddelerin olmaması gibi kriterleri (ör: uçucu organik bileşenlerin azaltılması, vb.) zorunlu kılarken, sağlıklı yapılaşmanın sınırlı seviyede olduğu gelişmekte olan ülkelerde ise her ne kadar bilinç seviyesi istenilen düzeyde değilse de, yapı güvenliği daha öncelikli bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır.

2008 yılında yaşanan krizin etkisinden tam olarak sıyrılamamış gelişmiş ülkelerde ise tüketici halen harcamalarında dikkatlidir. Özellikle fiyat ve fiyatın karşılığında elde edilen değer karar vermede etkili bir kriter olarak karşımıza çıkmaktadır. Krizin de etkisiyle dışarıda olmak yerine evde daha fazla zaman geçirmeyi tercih eden tüketiciler (cocooning), evlerinde konfor sağlayacak ürünlere harcama yapmaktadırlar. Ürün çeşitliliği, kalite ve işlevselliğin yanı sıra tasarım da karar vermede önemini korurken kadınların satın alım ve karar vermede payları artmaktadır.

Gelişmekte olan ülkelerde gerek uygulayıcı maliyetlerinin halen düşük olması, gerek alım gücü artan tüketicinin rahatlığını artıracak ve hayatını kolaylaştıracak hizmet beklentisi, uygulama hizmetlerinde profesyonellerden destek almayı tercih etmesini sağlamaktadır. Yapı güvenliği konusunda bilinç seviyesi deprem sonrasında artmış olsa da, henüz istenilen düzeyde değildir. Çevre duyarlılığı ve enerji verimliliği konularında ise tüketicinin bilinç seviyesi oldukça düşüktür. İnşaat malzemeleri sektöründe tüketicilerin bayi kanalı ile ilişkileri diğer sektörlere kıyasla kurumsal olmaktan çok daha uzaktır.

“Bildik, tanıdık” kavramı yerini “kurumsal ve güvenilirliğin firmadan beklenmesine” henüz terk etmemiştir. Kredi kartlarının yaygınlaşması, tüketici promosyonları vb. faktörler ile finansman seçenekleri genişlese de, uzun vadeli ev yenileme finansmanının tüketicileri halen zorladığı görülmektedir. Türkiye'de tüketicinin finansman kaynaklarına erişiminin artırılması, şu anda birbirine geçmiş ürün ve hizmet fiyatlarının daha şeffaf hale getirilmesi, uygulama ve yapı denetimleri konusunda mevzuatta ilgili geliştirmelerin yapılması ve bu mevzuatların hayata geçirilmesinin garanti altına alınması, ürün sertifikasyonu ve mesleki sertifika programlarının geliştirilip uygulanmasının sağlanması gibi iyileştirmelerin yapılması ile inşaat malzemeleri pazarının daha sağlıklı bir yapıya geçişi sağlanacaktır,

3.2.3. HEDEFLENEN SATIŞ DÜZEYİ

HEDEFLENEN SATIŞ DÜZEYİ													
Ürünler/Aylar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Toplam
Duşakabin	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	8.640

3.2.4. SATIŞ FİYATLARI

SATIŞ FİYATLARI	
Ürün	Birim Satış Fiyatı (USD)
Duşakabin	100

3.2.5. SATIŞ KANALLARI

DAĞITIM KANALLARI	
Satış Şekli	Açıklama
Fabrikadan satış	Fabrikadan toptan ve perakende satış
Bayi kanalıyla	Yetkili satıcı kanalıyla inşaat malzemeleri satıcıları, müteahhitler ve kooperatifler

3.2.6. PAZARLAMA/SATIŞ YÖNTEMLERİ

Tesisin kuruluşunu izleyen dönemde öncelikle içinde bulunduğu sektörün yapısına uygun olarak modern pazarlama tekniklerine öncelik verilecektir. Firmanın üretime başlaması ile birlikte planlanan reklam ve tanıtım çalışmaları için öngörülen bütçe kalemleri tabloda verilmiştir.

PAZARLAMA/SATIŞ YÖNTEMLERİ					
Aylar	Aktivite 1	Tutar	Aktivite 2	Tutar	Toplam (USD)
1	Kartvizit	118	Ulusal Gazete Reklamları	709	827
2	İnternet Sitesi	709	Google Reklamları	1.181	1.890
3	Ürün Kataloğu	1.181	Müşteri Ziyaretleri	236	1.418
4	Yerel TV Reklamları	473	Müşteri Ziyaretleri	236	709
5	Gazete Reklamları	189	Müşteri Ziyaretleri	236	425
6	Ürün Kataloğu	1.181	Müşteri Ziyaretleri	236	1.418
7	Yerel TV Reklamları	473	Müşteri Ziyaretleri	236	709
8	Gazete Reklamları	189	Müşteri Ziyaretleri	236	425
9	Ürün Kataloğu	1.181	Müşteri Ziyaretleri	236	1.418
10	Yerel TV Reklamları	473	Müşteri Ziyaretleri	236	709
11	Gazete Reklamları	189	Müşteri Ziyaretleri	236	425
12	Ürün Kataloğu	1.181	Müşteri Ziyaretleri	236	1.418
Toplam					11.791

3.2.7. KURULUŞ YERİ SEÇİMİ VE ÇEVRESEL ETKİLER

Diyarbakır ilinde kurulması planlanan “Akrilik Banyo Gereçleri Üretim Tesisi”nin temel kuruluş yeri seçim kriterlerine göre irdelenmesi (3'lü değerlendirme ölçütüne göre) aşağıda tablolaştırılmıştır.

PAZARLAMA/SATIŞ YÖNTEMLERİ		
Kriterler	Ölçüt	Açıklamalar
Pazarlar	1	Diyarbakır ili bölgesel pazar anlamında genişlemeye elverişli bölgeler arasında yer almaktadır. Ayrıca ihracat olanakları bakımından hedef pazar olan Orta Doğu ülkelerine yakındır.
İşgücü	2	Bölgede işsizlik yoğun olmakla birlikte, kalifiye eleman bulmada sıkıntı duyulabilir.
Malzeme ve Hizmetler	2	İstanbul ağırlıklı olmasına karşılık girdi temininde sorun bulunmamakla birlikte yedek parça, bakım vb. hizmetleri bakımından sıkıntı duyulabilir.
Ulaştırma	1	İç ve dış piyasaya yönelik ulaşım olanaklarında sorun bulunmamaktadır. Ürün satışında taşıma maliyetleri sektörün genel eğilimleri doğrultusunda tüketiciye aittir. Bu nedenle bölgesel olarak yapılacak satışlarda başka bölgelerde yer alan rakiplere göre daha avantajlı olunacaktır.
Hükümet ve Yasalar	1	Yasal bakımdan çeşitli destekler bulunmaktadır.
Finansman Olanakları	1	Bölgesel kalkınma ajansları ve kredi olanakları bakımından finansman olanaklarına erişimde bir sorun bulunmamaktadır.
Su ve Artıkların Yok Edilmesi	1	İşletmenin organize sanayi bölgesinde kurulması durumunda bu olanaklara ulaşımında sağlanacak ek kolaylıklar bulunmaktadır.
Enerji ve Yakıt	1	Bölgede enerji sürekliliğinde yaşanan sıkıntılar bulunmaktadır, bu amaçla tesise jeneratör alımı öngörülmüştür.
Toplumsal Özellikler	2	Bölgenin girişimcilik kültürü gelişmemiştir.
Konum veya Arazi Özellikleri	1	İnşaata elverişli bir bölgedir ve iklim koşulları üretimin sürekliliğine engel değildir.

Üçlü değerlendirme ölçütü olarak 1.Olumlu, 2.Olumlu Ancak Yetersiz, 3.Olumsuz kullanılmıştır.

4.HAMMADDE VE DİĞER GİRDİ PLANLAMASI

4.1. HAMMADDE VE DİĞER GİRDİ TEMİN KOŞULLARI

Üretimde kullanılacak hammaddeler yurt içinden temin edilecek olup; ana girdiler ve yardımcı malzemeler şunlardır:

- Akrilik Levha
- Alüminyum Profil
- Vida, Rulman vs.

Akrilik levhanın en önemli özelliği çok kolay şekillendirilebilir olmasıdır. Bunun yanında şeffaf ve opak her renkte üretilebilmesi, kuvvetli asitler ve non-polar çözücüler dahil pek çok kimyasala dayanıklı olması, sağlığa zararı olmaması, ışık geçirgenliği, hafifliği ve sağlamlığı, çok geniş ve değişik alanlarda kullanılmasını sağlamıştır. Akrilik levhaların en önemli kullanım alanları, mağaza vitrinlerin, ürün tanıtım stantların ve müze teşhir elemanlarının yanında inşaat, mobilya ve dekorasyon sektöründe kullanılmaktadır. Balkon ve merdiven korkulukları, seperatörler, çatı aydınlatmaları, masa sandalye gibi bazı mobilya çeşitleri akrilik levhaların kullanıldığı ürün gruplarından bazılarıdır.

4.2. HAMMADDE VE DİĞER GİRDİ MİKTARLARI

HAMMADDE VE DİĞER GİRDİ MİKTARLARI					
Duşakabin					
No	Ürün/Hizmet	Birim Fiyat	Miktar	Birim Tutar	Yıllık Maliyeti (USD)
1	Akrilik Levha (Kg)	32,00	0,7	22,40	193.536,00
2	Yardımcı malzemeler				19.353,60
			Toplam	22,40	212.889,60

1 adet duşakabin içinde %70 oranında akrilik malzeme kullanıldığı varsayımıyla hesaplanmıştır.

Diğer Yardımcı Malzemeler maliyeti, her bir ürün içerisindeki hammaddelerin toplamının %10'u olarak varsayılmış ve toplama dahil edilmiştir. **Diğer Yardımcı Malzemeler:**-Alüminyum Profil -Vida, Rulman vs. -Ambalaj malzemesi

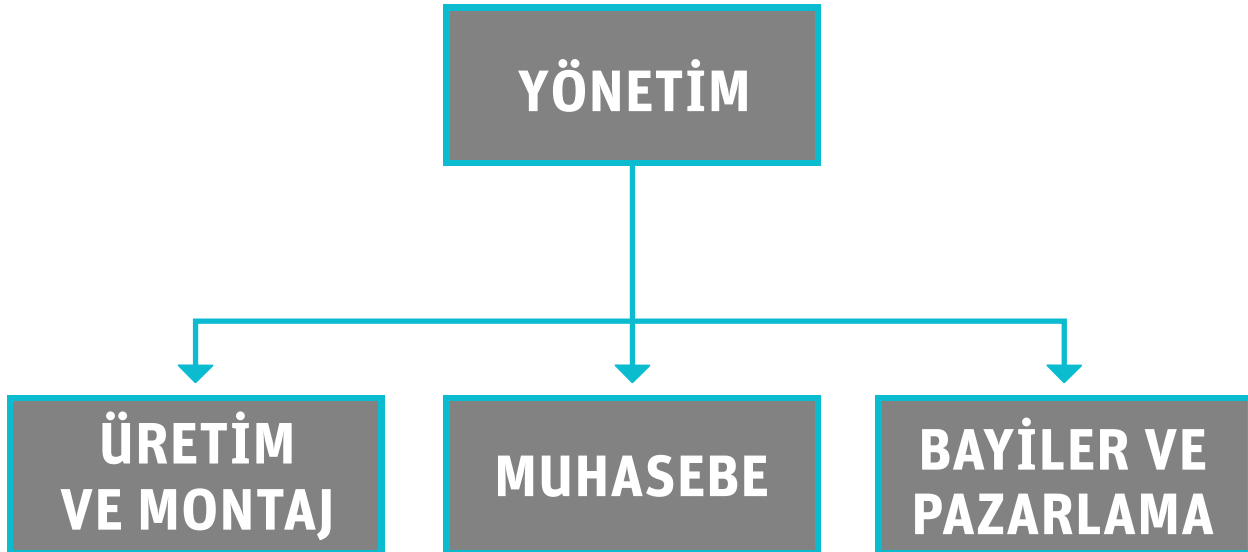
5. İNSAN KAYNAKLARININ PLANLAMASI

5.1. PERSONEL YÖNETİMİ

PERSONEL YÖNETİMİ				
No	Pozisyon	Aylık Brüt Ücretler (USD)	Personel Sayısı	Yıllık Brüt Ücretler (USD)
1	Yönetim	2.000	1	24.000
2	Üretim (Usta)	1.100	2	26.400
3	Üretim (İşçi)	700	10	84.000
4	Muhasebe ve İdari İşler	1.000	1	12.000
5	Satış ve Pazarlama	1.200	1	14.400
Toplam			15	160.800

*Yönetim ve üretimde üst kademede çalışacak personelin maaşı Diyarbakır ilindeki piyasa koşulları ve yapılacak işin niteliği dikkate alınarak belirlenmiştir.
Brüt ücretlere işveren payı dâhildir.*

5.2. ORGANİZASYON ŞEMASI



6.1.YATIRIM UYGULAMA PLANI VE SÜRESİ

YATIRIM UYGULAMA PLANI VE SÜRESİ												
Aktiviteler/Aylar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Finansal kaynakların temini	■											
Arazi belirlenmesi	■											
İşletmenin yasal kuruluşu		■										
Gerekli izinlerin alınması			■	■								
İnşaat işleri												
Makine ve donanım alımı				■	■	■	■	■	■			
Makine ve donanım montajı							■	■	■			
Hammadde temini										■		
Deneme üretimi										■	■	
İdari örgütlenmenin yapılması							■	■				
İşgücünün sağlanması									■	■	■	
Pazarlama planının yapılması											■	■

Yatırımın başlangıç tarihi 01.01.2014 olarak kabul edilmiştir.

6.2. KAPASİTE KULLANIM ORANI

KAPASİTE KULLANIM ORANI															
Yıllar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Kapasite Kullanım Oranı	0%	60%	70%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%

Kapasite kullanım oranının işletmenin 4. yılından itibaren %80 oranında sabitleneceği varsayılmıştır.

6.3. ÜRETİM MİKTARI

6.3.1. TAM KAPASİTEDEKİ ÜRETİM DÜZEYİ

TAM KAPASİTEDEKİ ÜRETİM DÜZEYİ													
Ürünler/Aylar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Toplam
Duşakabin	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	14.400

Tam kapasitedeki üretim düzeyi; satın alınan makine ve donanımların kapasiteleri, işyeri büyüklüğü ve personel sayısı göz önüne alınarak %100 kapasite kullanım oranındaki düzeye göre hesaplanmıştır.

6.3.2. İLK FAALİYET YILINDAKİ ÜRETİM DÜZEYİ

İLK FAALİYET YILINDAKİ ÜRETİM DÜZEYİ													
Ürünler/Aylar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Toplam
Duşakabin	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	8.640

Birinci yıldaki üretim düzeyi ilk yıl için %60'lık kapasite kullanım oranına göre belirlenmiştir.

6.3.3. İLK 15 YILDAKİ ÜRETİM DÜZEYİ

İLK 15 YILDAKİ ÜRETİM DÜZEYİ															
Yıllar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Ürünler/Kapasiteler	0%	60%	70%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%
Duşakabin	0	8.640	10.080	11.520	11.520	11.520	11.520	11.520	11.520	11.520	11.520	11.520	11.520	11.520	11.520

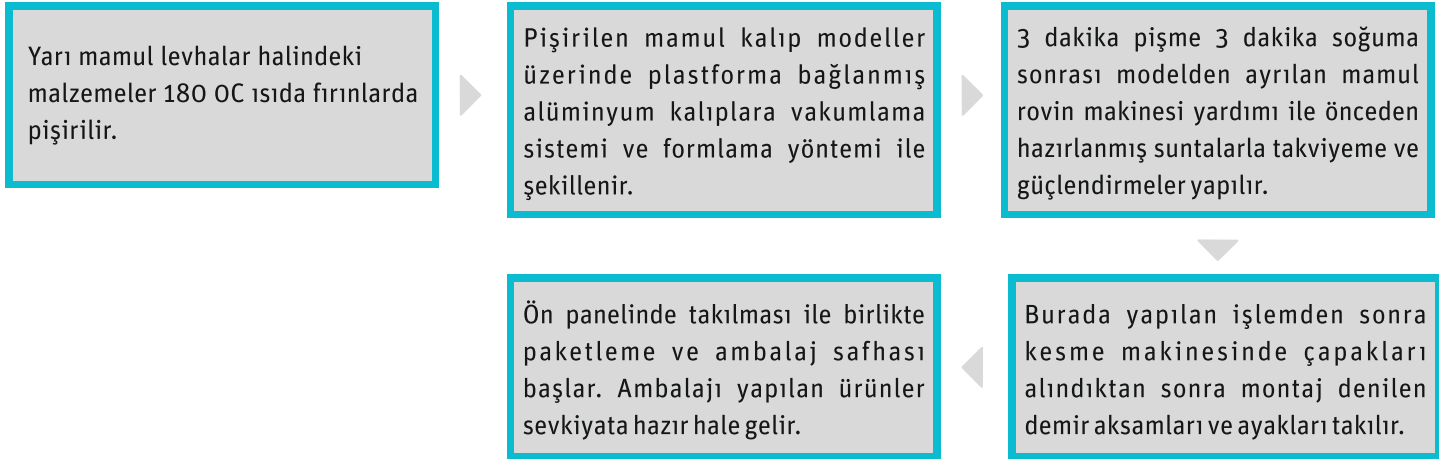
6.4. BİRİM MALİYETLER VE KARARLILIK ORANLARI

BİRİM MALİYETLER VE KARLILIK ORANLARI								
Üretim Türleri	Hammadde Maliyeti (USD)	Genel Giderler Maliyeti (USD)	Personel Maliyeti (USD)	Toplam Birim Maliyet (USD)	Yıllık Toplam Maliyet (USD)	Birim Satış Fiyatı (USD)	Birim Ürün Başına Düşen Karlılık Oranı	Birim Ürün Başına Düşen Karlılık Tutarı (USD)
Duşakabin	22,40	3,14	18,61	44,15	381.470	100,00	55,85%	55,85

6.5. İŞ AKIŞ ŞEMASI

Tesiste üretilecek ürünler akrilik küvetler, akrilik hammaddesi levha ısıtma fırınlarında istenilen şekilde ve küvet kalıplarına uyum sağlayacak şekilde ısıtıldıktan sonra yapılan pnömatik hidrolik sıkıştırma ve yüksek vakumlamadan sonra taşıyıcı ve küvet mukavemetini arttırmak için yapılan destek suntası, polyester, elyaf, mek, kobal, karışım ve işleme işlemi özel makineler vasıtasıyla düzenli bir püskürtme ile yapılmaktadır.

Akrilik levha üretim iş akış şeması:



6.6. TEKNOLOJİ ÖZELLİKLERİ

Tesiste Üretilen Kabinlerin Teknik Özellikleri

- **Akrilik Levha:** Akrilik levhanın polymethylmethacrylate (PMMA) en önemli özelliği çok kolay şekillendirilebilir olmasıdır. Bunun yanında transparan ve opak her renkte üretilebilmesi, kuvvetli asitler ve non-polar çözücüler dahil pek çok kimyasala dayanıklı olması, sağlığa zararı olmaması, ışık geçirgenliği, hafifliği ve sağlamlığı, çok geniş ve değişik alanlarda kullanılmasını sağlamıştır.
- **Alüminyum:** Profil olarak işlem alışılmadık kimyasal bileşimi Etial-60 (6063) normal limitleri içindedir. ISO 9001 kalite belgesine haiz olan Epoxy polyester boya kullanılmaktadır.
- **Polistiren Levha (Cam Kısmı):** Kalınlık 2,2 m. esnek olup kırılmaya ve 800C su sıcaklığına dayanıklıdır. Banyo temizliğinde kullanılan normal deterjan ve sabundan zarar görmez.
- **Sekorit Cam:** Temperlenmiş camlar 4 mm ve 6 mm kalınlığındadır. Çok sert bir darbeye kırıldığında, çok küçük parçalar halinde yayıldığından vücuda zarar vermez.
- **Vida Aksamı:** Duş kabin imalatında ve montaj aşamasında kullanılan vidaların tamamı krom-nikel çeliğinden üretilmiştir. Oksitlenme veya paslanma olmaz.

6.7. MAKİNE VE EKİPMAN BİLGİLERİ

MAKİNE VE EKİPMAN BİLGİLERİ				
No	Makine-Ekipman ve Tefrişatlar	Birim Fiyat (USD)	Adet	Toplam (USD)
1	Profil Büküm Makinesi	4.253,31	1	4.253,31
2	Delme Kalıpları	1.304,35	4	5.217,39
3	Eksantrik Pres	13.232,51	1	13.232,51
4	Sütun ve Radyal Matkaplar	212,67	6	1.275,99
5	Profil Kesme Makinesi	1.654,06	3	4.962,19
6	Akrilik Cam Kesme	10.396,98	1	10.396,98
7	Şarjlı Matkap	425,33	4	1.701,32
8	Plastform	14.177,69	1	14.177,69
9	Alüminyum kalıplar	2.362,95	31	73.251,42
10	Vidalı kompresör	9.451,80	1	9.451,80
11	Akrilik Yumuşatma Fırını	11.814,74	1	11.814,74
Toplam (KDV Hariç Tutarlar)				149.735

Yatırım kapsamında temin edilecek makineler birinci el makine olup yerli üretim tercih edilmiştir.
Makine ve donanım temininde yüklenici firmalara ödemelerin peşin yapılacağı varsayılmıştır.
Makine parkuru ile tam kapasitede yıllık bazda ve çeşitli ölçülerde 14.400 adet duşkabini üretilabilecektir.

SABİT YATIRIM TUTARI

Yatırım Kalemleri	Tutar (USD)	Giderle İlgili Açıklama
Etüt Proje Giderleri	9.451,80	Bina inşaatının projelendirme (Keşif, metraj, plan, harita ve çizim) ve zemin etüt maliyetidir.
Arazi Alım Giderleri	0,00	Arazi-arsa alımı yapılmayacaktır
Bina Yapımı	189.035,92	1.000 m ² x 189,04 USD/m ² üzerinden hesaplanmıştır
Makine-Ekipman ve Tefrişatlar	149.735,35	Makine, ekipman, tefrişat ve donanımların KDV hariç tutarlarıdır.
Demirbaş Giderleri	7.500,00	Demirbaş ve ofis malzemeleridir.
Taşıt Alım Giderleri	25.992,44	Taşıt alım gideridir.
Montaj Giderleri	1.497,35	Makinelerin montaj giderleridir.
Kuruluş İşlemleri ve Harç Masrafları	1.417,77	Limited Şirket için öngörülmüştür.
Genel Giderler	3.846,31	Diğer kalemlerin toplamının % 1'idir.
Beklenmeyen Giderler	19.423,85	Diğer kalemlerin toplamının % 5'idir.
Sabit Yatırım Alt Toplamı	407.900,78	

Etüt proje gideri tutarı hesaplanırken bina inşaat giderleri tutarının %5'i düzeyinde olacağı varsayılmıştır.

Yatırımcının işyerini inşa edebileceği bir araziye sahip olduğu varsayılmış ve maliyet belirtilmemiştir.

İnşaat sürecinde Taban Alanı Katsayısı Diyarbakır Belediyesi İmar ve Şehircilik Daire Başkanlığı'ndan alınan bilgiye göre %35'dir.

Makine ve donanım giderleri 6.7. Makine ve Ekipman Bilgileri tablosundan alınmıştır.



7.2. İŞLETME SERMAYESİ

İŞLETME SERMAYESİ															
İşletme Gider Kalemleri (USD)	İşletme Sermayesi	2.Yıl	3.Yıl	4. Yıl	5. Yıl	6. Yıl	7. Yıl	8. Yıl	9. Yıl	10. Yıl	11. Yıl	12. Yıl	13. Yıl	14. Yıl	15. Yıl
Hammadde ve Diğer Girdiler	48.384	193.536	225.792	258.048	258.048	258.048	258.048	258.048	258.048	258.048	258.048	258.048	258.048	258.048	258.048
Personel Giderleri	40.200	160.800	187.600	214.400	214.400	214.400	214.400	214.400	214.400	214.400	214.400	214.400	214.400	214.400	214.400
Pazarlama-Satış Giderleri	2.948	11.791	13.756	15.721	15.721	15.721	15.721	15.721	15.721	15.721	15.721	15.721	15.721	15.721	15.721
Elektrik	5.104	20.416	23.819	27.221	27.221	27.221	27.221	27.221	27.221	27.221	27.221	27.221	27.221	27.221	27.221
Su	392	1.568	1.829	2.091	2.091	2.091	2.091	2.091	2.091	2.091	2.091	2.091	2.091	2.091	2.091
Yakıt (Isınma-Aidat)	58	231	269	308	308	308	308	308	308	308	308	308	308	308	308
Mali Müşavir Ücreti	666	2.665	3.110	3.554	3.554	3.554	3.554	3.554	3.554	3.554	3.554	3.554	3.554	3.554	3.554
Hukuk Müşaviri Ücreti	3.771	15.085	17.599	20.113	20.113	20.113	20.113	20.113	20.113	20.113	20.113	20.113	20.113	20.113	20.113
Telefon	600	2.400	2.800	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200
Kırtasiye Giderleri	250	1.000	1.167	1.333	1.333	1.333	1.333	1.333	1.333	1.333	1.333	1.333	1.333	1.333	1.333
Ambalaj-Paketleme Giderleri	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sigorta Giderleri	693	2.771	3.233	3.695	3.695	3.695	3.695	3.695	3.695	3.695	3.695	3.695	3.695	3.695	3.695
Nakliye Gideri	1.000	4.000	4.667	5.333	5.333	5.333	5.333	5.333	5.333	5.333	5.333	5.333	5.333	5.333	5.333
Bakım-Onarım	91	365	426	486	486	486	486	486	486	486	486	486	486	486	486
Genel Giderler (%1)	1.042	4.166	4.861	5.555	5.555	5.555	5.555	5.555	5.555	5.555	5.555	5.555	5.555	5.555	5.555
Beklenmeyen Giderler (%10)	10.520	42.079	49.093	56.106	56.106	56.106	56.106	56.106	56.106	56.106	56.106	56.106	56.106	56.106	56.106
Toplam Tutar	115.718	462.874	540.020	617.165	617.165	617.165	617.165	617.165	617.165	617.165	617.165	617.165	617.165	617.165	617.165

Varsayımlar:

- İşletme giderleri USD bazında verilmiştir.
- İşletme sermayesi hesaplanmasında 3 aylık işletme giderleri dikkate alınmıştır.
- Hammadde ve diğer girdiler tutarı 4.2. Hammadde ve Diğer Girdi Miktarı tablosundan alınmıştır.
- Personel giderleri 5.1. Personel Yönetimi tablosundan alınmıştır.
- Pazarlama satış giderleri 3.2.6. Pazarlama/Satış Giderleri tablosundan alınmıştır.
- Elektrik kWh fiyatı belirlenirken 01.10.2013 tarihinden itibaren uygulanan “Sanayi İşyerleri İçin Tek Zamanlı Tarife” baz alınmış ve bilgi Dicle Elektrik Dağıtım AŞ'den temin edilmiştir. Birim fiyata KDV dâhil değildir.
- Metreküp su fiyatı belirlenirken Diyarbakır Su ve Kanalizasyon İdaresi Temmuz 2014 “İşyeri Tarifesi” baz alınmıştır. Birim fiyata KDV dâhil değildir.
- Isınma amaçlı yakıt türü olarak doğalgaz kullanılacağı varsayılmıştır. Metreküp doğalgaz fiyatı belirlenirken Diyarbakır Doğalgaz Dağıtım A.Ş.-Ağustos 2014 işyerleri için uygulanan tarife baz alınmıştır. Birim fiyata KDV dâhil değildir.
- Mali müşavir ücreti belirlenirken “2014 Yılı Serbest Muhasebecilik, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik, Yeminli Mali Müşavirlik Asgari Ücret Tarifesi” baz alınmıştır.

- Hukuk müşaviri ücreti belirlenirken Diyarbakır Barosu Başkanlığı'nın 2013 Yılı Asgari Ücret Çizelgesi'nde yer alan tarife baz alınmıştır.
- Sigorta gideri olarak araçlara ait kasko gideri ve işyerinin (Makineler, bina ve diğer ekipmanlar dahil) yangın, hırsızlık, sel, deprem vb. risklere yönelik sigorta gideri baz alınmıştır. İşyeri sigortası hesaplanırken ise yine sabit yatırım kalemleri tablosunda yer alan bina inşaat giderleri, makine-ekipman giderleri ve demirbaş giderleri toplamının binde 5'i baz alınmıştır.
- Bakım-onarım gideri işyeri binasının, makine ekipmanların ve taşıtların bakım – onarım giderlerini kapsamaktadır. Gider hesaplanırken sabit yatırım kalemleri tablosunda yer alan bina inşaat gideri, makine ekipman gideri ve taşıt gideri toplamının binde 1'i baz alınmıştır.
- Genel giderler hesaplanırken diğer tüm giderlerin %1'i oranında bir genel gider olacağı varsayılmıştır.
- Beklenmeyen giderler hesaplanırken diğer tüm giderlerin %10'u oranında bir beklenmeyen gider oluşabileceği varsayılmıştır.

7.3. TOPLAM YATIRIM İHTİYACI

TOPLAM YATIRIM İHTİYACI	
Toplam Yatırım İhtiyacı	Tutar (USD)
Sabit Yatırım Tutarı	407.901
İşletme Sermayesi	115.718
Sabit Yatırım ve İşletme Sermayesi KDV	52.864
Toplam Yatırım İhtiyacı	576.484

7.4. FİNANSAL KAYNAK PLANLAMASI

FİNANSAL KAYNAK PLANLAMASI		
TOPLAM YATIRIM İHTİYACI (USD)	1. Yıl	Açıklama
Sabit Yatırım Tutarı	407.901	İşletmenin ilk yatırım dönemindeki sabit tutardır.
İşletme Sermayesi	115.718	İşletmenin bir aylık ortalama işletme giderleridir.
Ödenecek KDV	52.864	Sabit yatırım tutarı ve işletme sermayesinin KDV tutarıdır.
Toplam Yatırım Tutarı	576.484	
FİNANSMAN KAYNAKLARI (USD)	1. Yıl	Açıklama
Öz Kaynak	288.242	Yatırımcının karşılayacağı öz kaynak tutarıdır.
Krediler	288.242	Yatırımcının banka kredisi alacağı öngörülen tutardır.
Toplam Finansman Tutarı	576.484	

Yatırım tutarının %50 öz kaynak, %50 kredi ile karşılanacağı varsayılmıştır.

7.5. KREDİ VE AMORTİSMAN HESABI

KREDİ VE AMORTİSMAN HESABI					
Kredi Tutarı (USD)		288.242	Vade (Yıl)	5	
Kredi Yıllık Faiz Oranı		14,0%	Faiz Geri Ödemesiz Dönem	0	
Yıllık Taksit Tutarı		83.960	Toplam Geri Ödeme Tutarı	419.800	
Yatırım Yılları	Borç Tutarı	Anapara Ödemesi	Faiz Ödemesi	Geri Ödenen Tutar	Kalan Tutar
1. Yıl					
2. Yıl	288.242	43.606	40.354	83.960	244.636
3. Yıl	244.636	49.711	34.249	83.960	194.924
4. Yıl	194.924	56.671	27.289	83.960	138.254
5. Yıl	138.254	64.605	19.356	83.960	73.649
6. Yıl	73.649	73.649	10.311	83.960	0
TOPLAM		288.242	131.559	419.800	

Maddi Duran Varlıklar Amortismanı			
Yatırım Harcamaları	Ekonomik Ömür (Yıl)	Amortisman Oranı	Tutar (USD)
Taşıt Alım Giderleri	5	20%	5.198
Bina Yapımı	50	2%	3.781
Makine-Ekipman ve Tefrişatlar	5	20%	29.947
Faiz Amortismanları	5	20%	26.312
Demirbaşlar	5	20%	1.500
Toplam			66.738
Maddi Olmayan Duran Varlıklar Amortismanı			
Yatırım Harcamaları	Ekonomik Ömür (Yıl)	Amortisman Oranı	Tutar (USD)
Kuruluş ve Örgütlenme Gideri	5	20%	7.127

7.6. NAKİT AKIM HESABI

NAKİT AKIM HESABI

Nakit Girişleri (USD) / Yıllar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Dönem Başı Nakit Mevcudu	0	0	386.158	788.995	1.261.373	1.733.752	2.206.131	2.762.470	3.318.811	3.875.153	4.431.496	4.987.840	5.544.184	6.100.530	6.656.877
Kredi Tutarı	288.242	0	0	0	0	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Öz Kaynak	288.242	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Satış Gelirleri Toplamı	0	864.000	1.008.000	1.152.000	1.152.000	1.152.000	1.152.000	1.152.000	1.152.000	1.152.000	1.152.000	1.152.000	1.152.000	1.152.000	1.152.000
Hesaplanan KDV	0	155.520	181.440	207.360	207.360	207.360	207.360	207.360	207.360	207.360	207.360	207.360	207.360	207.360	207.360
Nakit Girişleri Toplamı	576.484	1.019.520	1.575.598	2.148.355	2.620.733	3.093.112	3.565.492	4.121.832	4.678.174	5.234.517	5.790.861	6.347.206	6.903.551	7.459.898	8.016.246
Nakit Çıktıları (USD) / Yıllar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Sabit Yatırım Tutarı	407.901	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
İşletme Sermayesi	115.718	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
İşletme Giderleri Toplamı	0	446.746	521.204	595.661	595.661	595.661	595.661	595.661	595.661	595.661	595.661	595.661	595.661	595.661	595.661
İndirilecek KDV	52.864	53.875	62.854	71.833	71.833	71.833	71.833	71.833	71.833	71.833	71.833	71.833	71.833	71.833	71.833
Ödenecek KDV	0	48.781	118.586	135.527	135.527	135.527	135.527	135.527	135.527	135.527	135.527	135.527	135.527	135.527	135.527
Kredi Faiz Ödemeleri	0	40.354	34.249	27.289	19.356	10.311	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Kredi Anapara Ödemeleri	0	43.606	49.711	56.671	64.605	73.649	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Nakit Çıktıları Toplamı	576.484	633.362	786.604	886.981	886.981	886.981	803.021	803.021	803.021	803.021	803.021	803.021	803.021	803.021	803.021
Dönem Sonu Nakit Mevcudu	0	386.158	788.995	1.261.373	1.733.752	2.206.131	2.762.470	3.318.811	3.875.153	4.431.496	4.987.840	5.544.184	6.100.530	6.656.877	7.213.225

8. EKONOMİK ANALİZLER

8.1. NET BUGÜNKÜ DEĞER ANALİZİ

NET BUGÜNKÜ DEĞER ANALİZİ															
Yıllar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Net Nakit Akımlar	-576.484	316.293	376.811	392.676	392.676	383.921	445.827	445.827	445.827	445.827	445.827	445.827	445.827	445.827	445.827
Toplam Net Nakit Akımlar	-576.484	-260.190	116.621	509.297	901.973	1.285.894	1.731.721	2.177.549	2.623.376	3.069.203	3.515.030	3.960.857	4.406.684	4.852.512	17.310.505
İndirgenmiş Net Nakit Akımlar	-576.484	-236.537	96.381	382.642	616.060	798.439	977.512	1.117.427	1.223.824	1.301.642	1.355.196	1.388.256	1.404.105	1.405.600	4.558.397
Toplam NBD (5 Yıllık)	282.062														
Toplam NBD (10 Yıllık)	5.700.906														
Toplam NBD (15 Yıllık)	15.812.460														
İndirgeme Oranı (%10)	1,00	1,10	1,21	1,33	1,46	1,61	1,77	1,95	2,14	2,36	2,59	2,85	3,14	3,45	3,80

İç Verim Oranı %32



8.2. AYRINTILI TAHMİNİ GELİR TABLOSU

AYRINTILI TAHMİNİ GELİR TABLOSU			
GELİR TABLOSU (USD)	CARİ DÖNEM		
	2014	2015	2016
A - Brüt Satışlar	0,00	864.000,00	1.008.000,00
1- Yurtiçi Satışlar	0,00	864.000,00	1.008.000,00
2- Yurtdışı Satışlar	0,00	0,00	0,00
3- Diğer Gelirler	0,00	0,00	0,00
B - Satış İndirimleri	0,00	0,00	0,00
1- Satıştan İadeler (-)	0,00	0,00	0,00
2- Satış İskontoları (-)	0,00	0,00	0,00
3- Diğer İndirimler (-)	0,00	0,00	0,00
C - Net Satışlar	0,00	864.000,00	1.008.000,00
D- Satışların Maliyeti (-)	0,00	362.623,88	423.061,19
1- Satılan Mamullerin Maliyeti (-)	0,00	362.623,88	423.061,19
2- Satılan Ticari Mallar Maliyeti (-)	0,00	0,00	0,00
3- Satılan Hizmet Maliyeti (-)	0,00	0,00	0,00
4- Diğer Satışların Maliyeti (-)	0,00	0,00	0,00
Brüt Satış Karı Veya Zararı	0,00	501.376,12	584.938,81
E - Faaliyet Giderleri	67.334,48	157.987,46	172.007,80
1 - Araştırma Ve Geliştirme Giderleri (-)	0,00	0,00	0,00
2 - Pazarlama Satış Ve Dağıtım Giderleri (-)	0,00	11.791,12	13.756,30
3 - Genel Yönetim Giderleri (-)	67.334,48	146.196,35	158.251,50
Faaliyet Karı Veya Zararı	-67.334,48	343.388,66	412.931,01
F - Diğer Faal. Olağan Gelir Ve Karlar	0,00	0,00	0,00
1 - İştiraklerden Temettü Gelirleri	0,00	0,00	0,00
2 - Bağlı Ortaklıklardan Temettü Gelirleri	0,00	0,00	0,00
3 - Faiz Gelirleri	0,00	0,00	0,00
4 - Komisyon Gelirleri	0,00	0,00	0,00

5 - Kambiyo Karları	0,00	0,00	0,00
6 - Konusu Olmayan Karşılıklar	0,00	0,00	0,00
7 - Reeskont Faiz Geliri	0,00	0,00	0,00
8 - Faal. İle İlgili Diğer Olağan Gelir Ve Karlar	0,00	0,00	0,00
G - Diğer Faal. Olağan Gider Ve Zararlar (-)	0,00	0,00	0,00
1 - Karşılık Giderleri	0,00	0,00	0,00
2 - Kambiyo Zararları	0,00	0,00	0,00
3 - Reeskont Faiz Gideri	0,00	0,00	0,00
4 - Diğer Olağan Gider Ve Zararlar	0,00	0,00	0,00
H - Finansman Giderleri	0,00	40.353,85	34.248,98
1 - Kısa Vadeli Borçlanma Giderleri	0,00	0,00	0,00
2 - Orta ve Uzun Vadeli Borçlanma Giderleri	0,00	40.353,85	34.248,98
Olağan Kar Veya Zarar	-67.334,48	303.034,81	378.682,03
I- Olağandışı Gelir Ve Karlar	0,00	0,00	0,00
1 - Önceki Dönem Gelir Ve Karları	0,00	0,00	0,00
2 - Diğer Olağandışı Gelir Ve Karlar	0,00	0,00	0,00
J- Olağandışı Gider Ve Zararlar	0,00	0,00	0,00
1 - Çalışmayan Kısım Gider Ve Zararları (-)	0,00	0,00	0,00
2 - Önceki Dönem Gider Ve Zararları (-)	0,00	0,00	0,00
3 - Diğer Olağan Dışı Gider Ve Zararlar (-)	0,00	0,00	0,00
Dönem Karı Veya Zararı	-67.334,48	303.034,81	378.682,03
K - Dönem Karı Vergi Ve Diğer Yasal Yükümlülük Karşılıkları (-)	0,00	60.606,96	75.736,41
Geçmiş Yıl Zarar Mahsubu	0,00	-67.334,48	303.034,81
Dönem Karı Veya Zararı	-67.334,48	303.034,81	378.682,03
K - Dönem Karı Vergi Ve Diğer Yasal Yükümlülük Karşılıkları (-)	0,00	60.606,96	75.736,41
Dönem Net Karı Veya Zararı (-)	-67.334,48	242.427,85	302.945,62

8.3. TAHMİNİ BİLANÇO

TAHMİNİ BİLANÇO							
TAHMİNİ BİLANÇO (USD)							
AKTİFLER	2014	2015	2016	PASİFLER	2014	2015	2016
Dönen Varlıklar				Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar			
A. Hazır Değerler	0,00	522.627,50	937.905,28	A. Mali Borçlar	0,00	83.960,09	83.960,09
Kasa	0,00	0,00	0,00	Banka Kredileri	0,00	0,00	0,00
Alınan Çekler	0,00	0,00	0,00	Uzun Vadeli Kredilerin Anapara Ve Faizleri	0,00	83.960,09	83.960,09
Bankalar	0,00	522.627,50	937.905,28	Tahvil Anapara Borç Taksit Ve Faizleri	0,00	0,00	0,00
Verilen Çekler Ve Ödeme Emirleri (-)	0,00	0,00	0,00	Çıkarılmış Bono Ve Tahviller	0,00	0,00	0,00
Diğer Hazır Değerler	0,00	0,00	0,00	Çıkarılmış Diğer Menkul Kıymetler	0,00	0,00	0,00
B. Menkul Kıymetler	0,00	0,00	0,00	Menkul Kıymetler İhraç Farkı (-)	0,00	0,00	0,00
C. Ticari Alacaklar	0,00	0,00	0,00	Diğer Mali Borçlar	0,00	0,00	0,00
Alıcılar	0,00	0,00	0,00	B. Ticari Borçlar	0,00	0,00	0,00
Alacak Senetleri	0,00	0,00	0,00	Satıcılar	0,00	0,00	0,00
Alacak Senetleri Reeskontu (-)	0,00	0,00	0,00	Borç Senetleri	0,00	0,00	0,00
Verilen Depozito Ve Teminatlar	0,00	0,00	0,00	Borç Senetleri Reeskontu (-)	0,00	0,00	0,00
Şüpheli Ticari Alacaklar	0,00	0,00	0,00	Alınan Depozito Ve Teminatlar	0,00	0,00	0,00
Şüpheli Ticari Alacaklar Karşılığı (-)	0,00	0,00	0,00	Diğer Ticari Borçlar	0,00	0,00	0,00
D. Diğer Alacaklar	0,00	0,00	0,00	C. Diğer Borçlar	0,00	0,00	0,00
İştiraklerden Alacaklar	0,00	0,00	0,00	Ortaklara Borçlar	0,00	0,00	0,00
Bağlı Ortaklıklardan Alacaklar	0,00	0,00	0,00	Personele Borçlar	0,00	0,00	0,00
Diğer Çeşitli Alacaklar	0,00	0,00	0,00	Diğer Çeşitli Borçlar	0,00	0,00	0,00
E. Stoklar	0,00	16.128,00	18.816,00	D. Alınan Avanslar	0,00	0,00	0,00
İlk Madde Ve Malzeme	0,00	16.128,00	18.816,00	E. Ödenecek Vergi Ve Diğer Yükümlülükler	0,00	60.606,96	75.736,41
Yarı Mamuller - Üretim	0,00	0,00	0,00	Ödenecek Vergi Ve Fonlar	0,00	60.606,96	75.736,41
Ticari Mallar	0,00	0,00	0,00	Ödenecek Sosyal Güvenlik Kesintileri	0,00	0,00	0,00
Diğer Stoklar	0,00	0,00	0,00	Vadesi Geçmiş Ertelenmiş Veya Taksitlendirilmiş Vergi Ve Diğer Yükümlülükler	0,00	0,00	0,00
Diğer Stoklar Enflasyon Farkı	0,00	0,00	0,00	F. Borç Ve Gider Karşılıkları	0,00	0,00	0,00

Stok Değer Düşüklüğü Karşılığı (-)	0,00	0,00	0,00	Dönem Karı Vergi Ve Diğer Yasal Yükümlülük Karşılıkları	0,00	0,00	0,00
Verilen Sipariş Avansları	0,00	0,00	0,00	Dönem Karının Peşin Ödenen Vergi Ve Diğer Yükümlülükleri(-)	0,00	0,00	0,00
F. Gelecek Aylara Ait Giderler Ve Gelir Tahakkukları	0,00	0,00	0,00	Kıdem Tazminatı Karşılığı	0,00	0,00	0,00
Gelecek Aylara Ait Giderler	0,00	0,00	0,00	G. Gelecek Aylara Ait Gelirler Ve Gider Tahakkukları	0,00	0,00	0,00
Gelecek Aylara Ait Giderler Enflasyon Farkı	0,00	0,00	0,00	Gelecek Aylara Ait Gelirler	0,00	0,00	0,00
Gelir Tahakkukları	0,00	0,00	0,00	Gider Tahakkukları	0,00	0,00	0,00
G. Diğer Dönen Varlıklar	52.864,30	0,00	0,00	Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar Toplamı	0,00	144.567,05	159.696,49
İndirilecek KDV	52.864,30	0,00	0,00	Orta ve Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar			
İş Avansları	0,00	0,00	0,00	A. Mali Borçlar	288.241,78	244.635,54	194.924,43
Personel Avansları	0,00	0,00	0,00	Banka Kredileri	419.800,44	335.840,35	251.880,26
Sayım Ve Tesellüm Noksanları	0,00	0,00	0,00	Ertelenmiş Borç Maliyetleri (-)	131.558,66	91.204,81	56.955,83
Peşin Ödenen Vergi Ve Fonlar	0,00	0,00	0,00	B. Ticari Borçlar	0,00	0,00	0,00
Diğer Dönen Varlıklar Karşılığı (-)	0,00	0,00	0,00	C. Diğer Borçlar	0,00	0,00	0,00
Dönen Varlıklar Toplamı	52.864,30	538.755,50	956.721,28	Ortaklara Borçlar	0,00	0,00	0,00
Duran Varlıklar				D. Alınan Avanslar	0,00	0,00	0,00
A. Ticari Mallar	0,00	0,00	0,00	E. Borç Ve Gider Karşılıkları	0,00	0,00	0,00
B. Diğer Alacaklar	0,00	0,00	0,00	F. Gelecek Yıllara Ait Gelirler Ve Gider Tahakkukları	0,00	0,00	0,00
C. Mali Duran Varlıklar	0,00	0,00	0,00	Orta ve Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar	288.241,78	244.635,54	194.924,43
İştirakler	0,00	0,00	0,00	Öz Kaynaklar			
İştiraklere Sermaye Taahhütleri (-)	0,00	0,00	0,00	A. Ödenmiş Sermaye	288.241,78	288.241,78	288.241,78
İştirakler Sermaye Payları Değer Düşüklüğü Karşılığı (-)	0,00	0,00	0,00	Sermaye	288.241,78	288.241,78	288.241,78
D. Maddi Duran Varlıklar	372.263,71	345.879,55	279.141,54	Sermaye Olumlu Farkları	0,00	0,00	0,00
Arazi Ve Arsalar	0,00	0,00	0,00	Ödenmemiş Sermaye	0,00	0,00	0,00
Yer Altı Ve Yer Üstü Düzenleri	0,00	0,00	0,00	B. Sermaye Yedekleri	0,00	0,00	0,00
Binalar	0,00	189.035,92	189.035,92	Hisse Senetleri İhraç Primleri	0,00	0,00	0,00
Tesis, Makine Ve Cihazlar	149.735,35	190.089,20	190.089,20	Hisse Senetleri İptal Karları	0,00	0,00	0,00
Taşıtlar	25.992,44	25.992,44	25.992,44	Maddi Duran Varlık Yeniden Değerleme Artışları	0,00	0,00	0,00
Demirbaşlar	7.500,00	7.500,00	7.500,00	Diğer Sermaye Yedekleri	0,00	0,00	0,00
Diğer Maddi Duran Varlıklar	0,00	0,00	0,00	C. Kar Yedekleri	0,00	0,00	0,00

Birikmiş Amortismanlar (-)	0,00	66.738,01	133.476,02	Yasal Yedekler	0,00	0,00	0,00
Yapılmakta Olan Yatırımlar	189.035,92	0,00	0,00	Statü Yedekleri	0,00	0,00	0,00
E. Maddi Olmayan Duran Varlıklar	84.021,07	28.509,66	21.382,24	Olağanüstü Yedekler	0,00	0,00	0,00
Kuruluş Ve Örgütlenme Gideri	35.637,07	35.637,07	35.637,07	Diğer Kar Yedekleri	0,00	0,00	0,00
Özel Maliyetler	48.384,00	0,00	0,00	Özel Fonlar	0,00	0,00	0,00
Diğer Maddi Olmayan Duran Varlıklar	0,00	0,00	0,00	D. Geçmiş Yıllar Karları	0,00	0,00	0,00
Birikmiş Amortismanlar (-)	0,00	7.127,41	14.254,83	E. Geçmiş Yıllar Zararları	0,00	-67.334,48	235.700,33
F. Özel Tükenmeye Tabi Varlıklar	0,00	0,00	0,00	Geçmiş Yıl Zararları Enflasyon Farkı	0,00	0,00	0,00
G. Gelecek Yıllara Ait Giderler	0,00	0,00	0,00	F. Dönem Net Karı/Zararı	-67.334,48	303.034,81	378.682,03
H. Diğer Duran Varlıklar	0,00	0,00	0,00				
Duran Varlıklar Toplamı	456.284,78	374.389,20	300.523,78	Öz Kaynaklar Toplamı	220.907,30	523.942,11	902.624,14
Aktif Toplamı	509.149,08	913.144,70	1.257.245,06	Pasif Toplamı	509.149,08	913.144,70	1.257.245,06

8.4. FİNANSAL ORANLAR VE SONUÇLARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

8.4.1. FİZİBİLİTE SONUÇLARI

Fizibilite Sonuçları		2. Yıl
1	Yatırımın Karlılığı	42,05%
2	Sermayenin Karlılığı	84,11%
3	Net Katma Değer (USD)	859.265
4	Kişi Başına Yatırım Tutarı (USD)	38.432
5	Yatırım Geri Dönüş Süresi (Yıl)	1,82
6	15 Yıllık Net Bugünkü Değer (USD)	15.812.460

Yatırımın Kârlılığı: Yatırımın kârlılığı; vergi Sonrası Kârın, Yapılan Toplam Yatırım Tutarına Oranıdır. Diyarbakır İlinde Yapılması Planlanan “Akrilik Banyo Gereçleri Üretim Tesisi” için yatırımın kârlılığı %42 olarak bulunmuştur. Proje yatırımın kârlılığı bakımından değerlendirildiğinde, yatırımın mevcut enflasyon değerleri göz önüne alındığında yeterince kârlı olduğu görülmektedir.

Sermayenin Kârlılığı: Sermayenin kârlılığı; yatırım için ortaya konulan sermayenin (özkaynakların) kârlılığının bir göstergesidir ve vergi sonrası kârın özkaynaklara bölünmesiyle elde edilir. İdeal durumda 2 olması istenen sermayenin karlılığı oranı Diyarbakır ilinde yapılması planlanan “Akrilik Banyo Gereçleri Üretim Tesisi” için %84 olarak bulunmuştur. Bu oranın yatırımın daha düşük özkaynakla gerçekleştirilmesi durumunda artacağı düşünülebilir. Bu varsayım, bir dereceye kadar ve özellikle çok uygun şartlarda kredi temin edilmesi durumunda doğrudur. Genelde öz kaynak oranı azaldıkça, alınan kredilerden dolayı vergi sonrası kârda da düşme olacağından, sermayenin kârlılığı, alınan kredi faizine göre değişecektir.

Net Katma Değer: Net katma değer, yılda kâr olarak yatırımcıya kalan miktarla birlikte, işçilere yapılan ödemeler, faiz giderleri ve genel giderler başlığı altında yapılan ödemelerin tamamıdır ve işletmenin oluşturduğu artı değeri göstermektedir. Net katma değer yüksek oluşu, işletmenin ekonomiye katkısının büyüklüğünün de bir ölçüsüdür. Diyarbakır ilinde yapılması planlanan “Akrilik Banyo Gereçleri Üretim Tesisi” yatırımı ile ülke ekonomisine bir yılda sağlanacak katma değer yaklaşık olarak 859.265 USD olarak hesaplanmıştır.

Kişi Başına Yatırım Tutarı: Kişi başına yatırım tutarı, yatırımda istihdam edilen personel başına yapılan yatırımın bir göstergesi olup, toplam yatırım tutarının toplam istihdama bölünmesiyle hesaplanır. Diyarbakır ilinde yapılması planlanan “Akrilik Banyo Gereçleri Üretim Tesisi” sayesinde yaratılacak istihdam kişi başına 38.432 USD'lik bir harcamayı gerektirecektir.

Yatırımın Geri Dönüş Süresi: Yatırımın geri dönüş süresi, yatırım kendini amorti etme süresinin bir göstergesidir. Toplam yatırım tutarının, vergi sonrası kâr ile amortisman tutarının toplamına bölünmesiyle elde edilir. İdeal olarak beklenen yatırımın 1 yıldan önce geri dönüş vermesidir. “Akrilik Banyo Gereçleri Üretim Tesisi” için yatırımın geri dönüş süresi 2,74 yıl olarak bulunmuştur. Bu sonuca göre proje konusu yatırım, kendisini 3. yılın içerisinde amorti etmiş olacaktır. Yatırım tutarı yüksek olmamasına karşılık ilk yıl için öngörülen kapasite kullanım oranının son derece temkinli şekilde belirlenmiş olmasının etkisiyle geri ödeme süresi 1 yılın üzerine çıkmış olsa da sonuç olarak ideale oldukça yakın bulunmuştur.

Net Bugünkü Değer: Proje analizinde en çok kullanılan yöntemlerden biri olan Net Bugünkü Değer (NBD) yöntemi bir projenin ekonomik ömrü boyunca sağlayacağı net nakit girişlerinin ve yatırım giderlerinin belli bir indirgeme oranı (sermayenin alternatif maliyeti) ile bugüne indirgenmesi sonucu bulunan değerdir. Bir projenin bu yöntemle göre kabul edilebilmesi için net bugünkü değerın sıfıra eşit veya büyük olması gerekmektedir. Diyarbakır ilinde yapılması planlanan “Akrilik Banyo Gereçleri Üretim Tesisi”nin hesaplanan net bugünkü değeri ise %10 iskonto oranı ve 15 yıllık nakit akımları üzerinden pozitif ve 15.812.460 olarak hesaplanmıştır. Bu haliyle net bugünkü değer anlamında sorunsuz bir yatırım olarak görülmektedir.

Yatırımın Uygunluğu: Diyarbakır ilinde yapılması planlanan “Akrilik Banyo Gereçleri Üretim Tesisi” bölgede imalat sanayinin alt yapısının güçlendirilmesini, daha verimli ve etkin üretim yapılmasını, yeni ürünler sunulmasını sağlayarak öncelikle sanayi sektöründe, dolaylı olarak da inşaat sektöründe rekabet gücünü geliştirecek, yaratacağı ek istihdam ile de işsizlik sorununun çözümüne katkıda bulunacak bir yatırım olarak görülmektedir.

8.4.2. ORAN ANALİZİ SONUÇLARI

Diyarbakır ilinde yapılması planlanan “Akrilik Banyo Gereçleri Üretim Tesisi”nin tahmini bilanço ve gelir tablosunun çeşitli finansal oranlar yardımıyla analiz edilmesi sonucunda, yatırımın işletme döneminde gerçekleşmesi beklenen finansal oranları aşağıda irdelenmiştir. Fizibilitenin hazırlanmasında kullanılan varsayımlar doğrultusunda bulunan belli başlı oranlar aşağıda özetlenmektedir.

8.4.2.1. LİKİDİTE ANALİZİ

Likidite Analizi		2. Yıl	3. Yıl	Formül Açıklaması
1	Cari Oran	3,73	5,99	Dönen Varlıklar/Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar (İdeal oran asgari 2'dir).
2	Dönen Varlıkların Aktif Varlıklara Oranı	0,59	0,76	Dönen Varlıklar/Aktif Varlıklar Toplamı (İdeal oran asgari %50'dir).

8.4.2.2. FİNANSAL YAPI ANALİZİ

FİNANSAL YAPI ANALİZİ				
Finansal Yapı Analizi		2. Yıl	3. Yıl	Formül Açıklaması
1	Kaldıraç Oranı	0,43	0,28	$(\text{Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar} + \text{Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar}) / \text{Aktif Varlıklar Toplamı}$ (İdeal oran azami %50'dir)
2	Öz Kaynakların Aktif Varlıklara Oranı	0,57	0,72	$\text{Öz Kaynaklar} / \text{Aktif Toplamı}$ (İdeal oran asgari %50'dir).
3	Öz Kaynakların Yabancı Kaynaklara Oranı	1,35	2,55	$\text{Öz Kaynaklar} / (\text{Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar} + \text{Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar})$ (İdeal oran asgari 1'dir).
4	Kısa Vadeli Kaynakların Pasifler Toplamına Oranı	0,16	0,13	$\text{Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar} / \text{Pasif Kaynaklar Toplamı}$ (İdeal oran azami 0,33'tür)
5	Maddi Duran Varlıkların Öz Kaynaklara Oranı	0,50	0,37	$\text{Maddi Duran Varlıklar (Net)} / \text{Öz Kaynaklar}$ (İdeal oran 1'dir)
6	Maddi Duran Varlıkların Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklara Oranı	1,08	1,70	$\text{Maddi Duran Varlıklar (Net)} / \text{Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar}$ (İdeal oran asgari 1'dir).
7	Duran Varlıkların Yabancı Kaynaklara Oranı	0,68	0,93	$\text{Duran Varlıklar} / (\text{Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar} + \text{Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar})$
8	Duran Varlıkların Öz Kaynakla İlişkisi	0,71	0,33	$\text{Duran Varlıklar} / \text{Öz Kaynaklar}$
9	Duran Varlıkların Devamlı Sermaye Oranı	0,49	0,27	$\text{Duran Varlıklar} / (\text{Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar} + \text{Öz Kaynaklar})$ (İdeal oran azami 1'dir).
10	Kısa Vadeli Yabancı Kaynakların Toplam Yabancı Kaynaklara Oranı	0,37	0,45	$\text{Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar} / (\text{Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar} + \text{Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar})$ (İdeal oran azami 0,50'dir)
11	Maddi Duran Varlıkların Aktif Toplamına Oranı	0,38	0,22	$\text{Maddi Duran Varlıklar (Net)} / \text{Aktif Toplamı}$

8.4.2.3. FAALİYET ANALİZİ

FAALİYET ANALİZİ				
	Faaliyet Analizi	2. Yıl	3. Yıl	Formül Açıklaması
1	Çalışma Sermayesi Devir Hızı	1,60	1,05	Net Satışlar/Dönen Varlıklar
2	Net Çalışma Sermayesi Devir Hızı	1,26	0,90	Net Satışlar/(Dönen Varlıklar-Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar Toplamı)
3	Maddi Duran Varlıklar Devir Hızı	2,31	3,35	Net Satışlar/Duran Varlıklar
4	Öz Kaynak Devir Hızı	1,65	1,12	Net Satışlar/Öz Kaynaklar
5	Aktif Devir Hızı	0,95	0,80	Net Satışlar/Aktif Varlıklar Toplamı
6	Ekonomik Rantabilite	11,06%	8,75%	(Vergiden Önceki Kar+Finansman Giderleri)/Pasif Kaynaklar Toplamı
7	Maliyetlerin Satışlara Oranı	41,97%	41,97%	Satışların Maliyeti/Net Satışlar
8	Faaliyet Giderlerinin Satışlara Oranı	18,29%	17,06%	Faaliyet Giderleri/Net Satışlar
9	Faiz Giderlerinin Satışlara Oranı	4,67%	3,40%	Finansman Giderleri/Net Satışlar

8.4.2.4. KARARLILIK ANALİZİ

KARLILIK ANALİZİ				
	Karlılık Analizi	2. Yıl	3. Yıl	Formül Açıklaması
1	Karlılık Oranı	35,07%	37,57%	Net Kar/Net Satışlar
2	Vergi Öncesi Karın Sermayeye Oranı	57,84%	41,95%	Vergi Öncesi Kar/Öz Kaynaklar
3	Net Karın Toplam Varlıklara Oranı	33,19%	30,12%	Net Kar/Aktif Varlıklar Toplamı
4	Faaliyet Karının Gerçek Kullanılan Varlıklara Oranı	37,61%	32,84%	Faaliyet Karı/(Aktif Varlıklar Toplamı-Mali Duran Varlık)

9. VARSAYIMLAR

VARSAYIMLAR

Kalem	Birim	Değer	Tutar (USD)	Kaynak
Elektrik	kWh	15.000	0,11	Dicle EDAŞ 01.10.2013 tarihinden itibaren uygulanan "Sanayi İşyerleri İçin Tek Zamanlı Tarife"
Su	Metreküp	50	2,61	Diyarbakır Su ve Kanalizasyon İdaresi Temmuz 2014 "İşyeri Tarifesi"
Isınma	KWH	500	0,04	Diyarbakır Doğalgaz Dağıtım A.Ş-Ağustos 2014
Taşıt Alım Giderleri	Adet	1	25.992,44	neziroglu.com.tr
Mali Müşavirlik Hizmeti	Ay	1	222,12	Serbest Muhasebecilik, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik, Yeminli Mali Müşavirlik Asgari Ücret Tarifesi, 2014 Yılı
Hukuk Müşavirliği Hizmeti	Ay	1	1.257,09	Diyarbakır Barosu Başkanlığı Asgari Ücret Çizelgesi, 2013 Yılı Tarifesi
Bina Yapımı	Metrekare	1.000	189,04	Çevre ve Şehircilik (Bayındırlık) Bakanlığı Birim Fiyatı, 2014
Kapalı Alan Oranı	%		35,00	Diyarbakır Belediyesi İmar ve Şehircilik Daire Başkanlığı
Döviz Kuru	USD/TRY		2,116	Projenin revize edilmesinde 28.08.2013-28.08.2014 tarihleri arası TCMB döviz satış kuru ortalaması olarak USD/TRY=2.116 TL kullanılmıştır.



10. YENİ TEŞVİK SİSTEMİNİN DİYARBAKIR'A GETİRDİĞİ AVANTAJLAR

Yeni Teşvik Sistemi Kapsamında uygulanacak olan faiz desteği oranları bölgesel bazda aşağıdaki tablolar gibidir.



FAİZ DESTEĞİ ORANLARI			
Bölgeler	Destek Oranı		Azami Destek Tutarı (Bin-)
	TL - Cinsi Kredi	Döviz Cinsi Kredi	
I	-	-	-
II	-	-	-
III	3 Puan	1 Puan	500
IV	4 Puan	1 Puan	600
V	5 Puan	2 Puan	700
Diyarbakır (6. Bölge)	7 Puan	2 Puan	900

6. Bölgede yer alan Diyarbakır ilinde yapılacak asgari sabit yatırım tutarı üzerindeki yatırımlarda kullanılacak olan yatırım kredilerinde TL bazında 7 puan, döviz kredileri bazında 2 puan faiz indirimi uygulanacaktır. Azami Faiz Desteği de 900.000,00 TL'ye çıkarılmıştır.

10.1. YATIRIM YERİ TAHSİSİ

Bakanlıkça teşvik belgesi düzenlenmiş büyük ölçekli yatırımlar ile bölgesel desteklerden yararlanacak yatırımlar için Maliye Bakanlığınca belirlenen esas ve usuller çerçevesinde yatırım yeri tahsis edilebilecektir.

KARŞILAŞTIRMALI BÖLGESEL TEŞVİK UYGULAMASI							
DESTEK UNSURLARI	I	II	III	IV	V	Diyarbakır (6. Bölge)	
KDV İstisnası	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
Gümrük Vergisi Muafiyeti	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
Vergi İndirimi Yatırıma Katkı Oranı (%)	OSB Dışı	15	20	25	30	40	50
	OSB İçi	20	25	30	40	50	55
Sigorta Primi İşveren His. Desteği (Destek Süresi)	OSB Dışı	2 yıl	3 yıl	5 yıl	6 yıl	7 yıl	10 yıl
	OSB İçi	3 yıl	5 yıl	6 yıl	7 yıl	10 yıl	12 yıl
Yatırım Yeri Tahsisi	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
Faiz Desteği	YOK	YOK	✓	✓	✓	✓	
Gelir Vergisi Stopajı Desteği	YOK	YOK	YOK	YOK	YOK	10 yıl	
Sigorta Primi İşçi Hissesi Desteği (Destek Süresi)	YOK	YOK	YOK	YOK	YOK	10 yıl	

10.2.VERGİ İNDİRİMİ

Asgari sabit yatırım tutarı üzerindeki yatırımlara uygulanacak yatırıma katkı oranları ve vergi indirim oranları aşağıdaki gibi uygulanacaktır.

VERGİ İNDİRİMİ						
Asgari sabit yatırım tutarı üzerindeki yatırımlara uygulanacak yatırıma katkı oranları ve vergi indirim oranları aşağıdaki gibi uygulanacaktır.						
Bölgeler	Bölgesel Teşvik Uygulamaları		Büyük Ölçekli Yatırımların Teşviki		İşletme/Yatırım Döneminde Uygulanacak Yatırıma Katkı Oranı	
	Yatırıma Katkı Oranı (%)	Vergi İndirim Oranı (%)	Yatırıma Katkı Oranı (%)	Vergi İndirim Oranı (%)	Yatırıma Katkı Oranı (%)	Vergi İndirim Oranı (%)
1. Bölge	15	50	25	50	50	50
Diyarbakır (6. Bölge)	50	90	60	90	80	20

Yeni teşvik sistemi ile ayrıca yatırım döneminde yatırıma katkı uygulaması başlatılmış olup yatırımcılar yatırıma katkı tutarının %80'ine kadar olan kısmını diğer faaliyetlerinden elde ettikleri ticari kazançlarına uygulama imkânı getirilmiştir. Kalan kısım olan %20'sinin ise yatırımcının 6. Bölgede yer alan ilde yapmış olduğu yatırım sonrası, işletme döneminde elde edeceği kazancına uygulanacak olan kurumlar vergisinden düşülecektir. Ayrıca Yatırımın OSB'de yapılması durumunda bölgesel teşvik uygulamasında yer alan yatırıma katkı oranı %55 olarak uygulanacaktır.

10.3.GÜMRÜK VERGİSİ MUAFİYETİ VE KDV İSTİSNASI

Diyarbakır, Yeni Teşvik Sistemi'ne göre 6. Bölgede yer almakta olup, Desteklenen sektörlerin genişliği, iş gücü maliyetlerinin azaltılması ve finansman imkânlarının genişletilmesi ile yatırımlarda en avantajlı il arasındadır.

Asgari Sabit Yatırım Tutarı (500.000,00 TL) üzerindeki tüm sektörler Diyarbakır ilinin de içinde yer aldığı 6. Bölgede, bölgesel destek kapsamında değerlendirilmektedir. Bu kapsamda değerlendirilen yatırımlara uygulanan destek unsurları ve destek oranları şunlardır:

10.3.1. GÜMRÜK VERGİ MUAFİYETİ

Asgari sabit yatırım tutarının üstündeki tüm Teşvik Belgesi kapsamında yatırım malları, İthalat Rejimi Kararı gereğince ödenmesi gereken Gümrük Vergisi'nden muaf tutulacaktır.

10.3.2. KDV İSTİSNASI

Asgari sabit yatırım tutarının üstündeki Teşvik Belgesine haiz yatırımcılara teşvik belgesi kapsamında yapılacak makine ve teçhizat ithalat ve yerli teslimleri katma değer vergisinden istisna edilecektir.

10.4. SİGORTA PRİMİ İŞVEREN HİSSESİ DESTEĞİ

Yeni Teşvik sistemi ile uygulanacak olan Sigorta Primi İşveren Desteği uygulama dönemi ve uygulama oranları aşağıdaki gibi belirlenmiştir.

SİGORTA PRİMİ İŞVEREN HİSSESİ DESTEĞİ

Yeni Teşvik sistemi ile uygulanacak olan Sigorta Primi İşveren Desteği uygulama dönemi ve uygulama oranları aşağıdaki gibi belirlenmiştir.

Bölgeler	31.12.2015'e kadar	01.01.2016 itibariyle	Destek Tavanı (Sabit Yatırıma Oranı - %)	
			Bölgesel Teşvik Uygulamaları	Büyük Ölçekli Yatırımların Teşviki
I	2 yıl	-	10	3
II	3 yıl	-	15	5
III	5 yıl	3 yıl	20	8
IV	6 yıl	5 yıl	25	10
V	7 yıl	6 yıl	35	11
Diyarbakır (6. Bölge)	10 yıl	7 yıl	50	15

11. FİZİBİLİTEDE KULLANILAN FORMÜLLER

YATIRIMIN KARLILIĞI

Yatırımın karlılığı; vergi sonrası karın, yapılan toplam yatırım tutarına oranıdır.

Yatırımın Karlılık Oranı = (Ortalama Kar / Sabit Yatırım Tutarı) x 100

SERMAYENİN KARLILIĞI

Sermayenin karlılığı; yatırım için ortaya konulan sermayenin (Öz kaynakların) kârlılığının bir göstergesidir ve vergi sonrası karın öz kaynaklara bölünmesiyle elde edilir. İdeal durumda 2 olması istenir.

$$\text{Sermayenin Karlılığı} = \frac{\text{Vergi Sonrası Net Kar}}{\text{Ortalama Öz Kaynaklar}}$$

NET KATMA DEĞER

Net katma değer, yılda kâr olarak yatırımcıya kalan miktarla birlikte, işçilere yapılan ödemeler, faiz giderleri ve genel giderler başlığı altında yapılan ödemelerin tamamıdır ve işletmenin oluşturduğu artı değeri göstermektedir. Net katma değerın yüksek oluşu, işletmenin ekonomiye katkısının büyüklüğünün de bir ölçüsüdür.

KİŞİ BAŞINA YATIRIM TUTARI (USD)

Kişi başına yatırım tutarı, yatırımda istihdam edilen personel başına yapılan yatırımın bir göstergesi olup, toplam yatırım tutarının toplam istihdama bölünmesiyle hesaplanır.

$$\text{Kişi Başına Yatırım Tutarı} = \frac{\text{Toplam Yatırım Tutarı}}{\text{İstihdam Edilecek Kişi Sayısı}}$$

YATIRIM GERİ DÖNÜŞ SÜRESİ (YIL)

Bir projenin geri ödeme süresi, başlangıçta yatırılan paranın geri alındığı süredir. Başlangıçta yatırılan paranın, ileriki yıllarda elde edilecek nakit akışları ile kaç yılda geri alınacağını ölçer. Bu yöntemde geri ödeme süresi en kısa olan proje tercih edilir. Beklenen zaman ise genelde yatırımın ekonomik ömrüdür.

$$\text{Geri Ödeme Süresi} = \frac{\text{Toplam Yatırım Tutarı}}{\text{Yıllık Net Nakit Girişi}}$$

Proje analizinde en çok kullanılan yöntemlerden biri olan Net Bugünkü Değer (NBD) yöntemi bir projenin ekonomik ömrü boyunca sağlayacağı net nakit girişlerinin ve yatırım giderlerinin belli bir indirgeme oranı (Sermayenin alternatif maliyeti) ile bugüne indirgenmesi sonucu bulunan değerdir. Bir projenin bu yöntemle göre kabul edilebilmesi için net bugünkü değerinin sıfıra eşit veya büyük

$$\text{NBD} = \sum_{t=0}^n \frac{A_t}{(1+i)^t} - C_t$$

Nakit Girişlerinin Bugünkü Değerleri Toplamı *Yatırım Harcaması*

İSKONTO ORANI (İndirgeme Oranı)

Genel olarak iskonto oranının kullanımında sermaye maliyeti kullanılmaktadır. Sermaye maliyetini yatırımın finansmanında kullanılan kaynakların ağırlıklı ortalama maliyeti şeklinde ifade etmek mümkündür. Bunun dışında iskonto oranı olarak;

- Beklenen oran,
- Cari faiz oranı,
- Devlet borçlanma oranı,
- Benzer yapıya sahip yatırımların ortalama karlılığı kullanılabilir.

Ayrıca iskonto oranı belirlenirken ülkedeki enflasyon oranı, cari faiz haddi ve beklenen riskler de hesaba katılmalıdır.

İÇ VERİM ORANI (İç Karlılık Oranı)

İskonto edilmiş nakit akımı yöntemi olarak da bilinen iç verim oranı (Internal Rate of Return-IRR) yatırımın gerektireceği nakit çıkışlarının bugünkü değeri ile ekonomik ömrü boyunca sağlayacağı nakit girişlerinin bugünkü değerini eşit kılan iskonto oranı olarak tanımlanmaktadır. Bir başka ifadeyle yatırımın net bugünkü değerini sıfıra eşitleyen iskonto oranıdır.

$$\text{IRR} = \sum_{t=0}^n \frac{A_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=0}^n \frac{C_t}{(1+r)^t} = 0$$

Hurda değeri bu formülde göz ardı edilmiştir.

A_t = t döneminde nakit girişi,

C_t = yatırımın gerektirdiği t dönemindeki nakit çıkışı.

DİYARBAKIR

YATIRIM DESTEK OFİSİ

Diyarbakır YDO genel olarak aşağıdaki faaliyetleri yürütmektedir:

- İlin iş ve yatırım ortamını Ulusal ve Uluslar arası düzeyde tanıtmak ve ile yatırımcı çekmek,
- Yatırımcılara ücretsiz bilgi sağlamak ve onları yönlendirmek,
- İlin iş ve yatırım ortamına ilişkin analiz, rapor ve strateji çalışmaları yapmak/yaptırmak,
- İlin iş ve yatırım ortamına ilişkin envanter çalışmaları yürütmek,
- İş ve yatırım ortamının geliştirilmesine yönelik olarak ilgili kurum ve kuruluşlarla ortak çalışmalar yapmak,
- Yatırımları izlemek,
- Devlet yardımlarına ilişkin olarak, ilgili mevzuatta belirtilen iş ve işlemleri yapmak,
- Yatırımcıların izin ve ruhsat işlemleri ile diğer idari iş ve işlemlerini, ilgili makam ve merciler nezdinde sonuçlandırmak üzere ajans yönetim kurulu adına tek elden takip ve koordine etmek,
- Bilgilendirme ve raporlama çalışmaları yapmak.

DİYARBAKIR YATIRIM DESTEK OFİSİ

🏠:Selahattini Eyyubi Mah. Urfa
BulvarıNo:15/A 21080
Bağlar/DİYARBAKIR / TÜRKİYE
☎ :0 (412) 237 12 16-17
☎ :0 (412) 237 12 14
✉ :dbakirydo@karacadag.org.tr

www.investdiyarbakir.com

👉 www.karacadag.org.tr

 DESTEK HATTI
444 63 21

 www.facebook.com/DiyarbakirYDO

 www.twitter.com/DiyarbakirYDO

*“Yatırımlarınız için
Doğru Anahtar”*