



TR63 Bölgesi
Kuyumculuk
Sektör Raporu

2015



DOĞAKA

T.C. DOĞU AKDENİZ KALKINMA AJANSI
TR. EASTERN MEDITERRANEAN DEVELOPMENT AGENCY
Hatay Kahramanmaraş Osmaniye



İçindekiler

4 Tablo Dizini
Grafik Dizini

5 Harita Dizini
Kisaltmalar

5 Kullanılan Ölçü Birimleri

6 Önsöz

8



Dünya Kuyumculuk Sektörü

1.1. Altın	8
1.2. Gümüş	15
1.3. En Çok İthalat ve En Çok İhracat Yapan Ülkeler	19
1.3.1. En Çok İthalat Yapan Ülkeler	19
1.3.2. En Çok İhracat Yapan Ülkeler	21

24



Türkiye Kuyumculuk Sektörü

2.1. Türkiye Kuyumculuk Sektöründe İthalat ve İhracat	27
2.1.1. Hammade İthalatı	27
2.1.2. İthalat	29
2.1.3. İhracat	31
2.1.4. Mesleki Eğitim	33

36



TR63 Bölgesi Kuyumculuk Sektörü

3.1. Kahramanmaraş İli Kuyumculuk Sektörü	37
3.2. Görüşme ve Anket Sonuçları	38

47

Genel Değerlendirme

53

Kaynakça



Tablo Dizini

Tablo 1. Yıllara Göre Dünya Altın Üretimi (Ton).....	9
Tablo 2. 2013 ve 2014 Yılları Dünya Altın Üretiminde İlk 20 Ülke (Ton).....	10
Tablo 3. Avrupa'da Altın Üretimi (Ton).....	11
Tablo 4. Altın Fiyatları (Dolar/ons).....	13
Tablo 5. Dünya Altın Arzı (Ton).....	14
Tablo 6. Dünya Altın Talebi (Ton).....	14
Tablo 7. Dünya Kuyumculuk Sektörü Toplam Altın Talebi.....	15
Tablo 8. Dünya Gümüş Üretimi (Milyon Ons)-.....	16
Tablo 9. Dünya Gümüş Arzı (Milyon Ons).....	18
Tablo 10. Dünya Gümüş Talebi (Milyon Ons).....	18
Tablo 11. İnciler, Değerli Taşlar ve Metaller, Paralar ve Benzerleri İthalat Değerleri (Milyar Dolar).....	20
Tablo 12. İnciler, Değerli Taşlar ve Metaller, Paralar ve Benzerleri İhracat Değerleri (Milyar Dolar).....	22
Tablo 13. Türkiye'de Altın Üretimi (Ton).....	26
Tablo 14. Türkiye Kuyumculuk Sektörü İthalatının Toplam İthalat İçindeki Payı (Dolar).....	30
Tablo 15. Türkiye Kuyumculuk Sektöründe En Çok İthalat Yapılan İlk Beş Ülke.....	31
Tablo 16. Türkiye Kuyumculuk Sektörü İhracatının Toplam İhracat İçindeki Payı (Dolar).....	32
Tablo 17. Türkiye Kuyumculuk Sektöründe En Çok İhracat Yapılan İlk Beş Ülke.....	33
Tablo 18. Türkiye'de Takı Tasarımı ve Kuyumculuk Bölümlerinin Olduğu Üniversiteler.....	34
Tablo 19. Hatay Kuyumculuk Sektörü İhracat ve İthalat Rakamları (Dolar).....	36
Tablo 20. Kahramanmaraş Kuyumculuk Sektörü İhracat ve İthalat Rakamları (Dolar).....	37

Grafik Dizini

Grafik 1. Altın Rezervleri (Ton).....	12
Grafik 2. Yıllara Göre Türkiye Altın ve Gümüş İthalat Rakamları (Dolar).....	27
Grafik 3. Türkiye'de Altın Fiyatları (Dolar/ONS).....	28
Grafik 4. Türkiye'de Gümüş Fiyatları (Dolar/ONS).....	29
Grafik 5. Yıllara Göre Türkiye Kuyumculuk Sektörü İthalat Rakamları (Dolar).....	30
Grafik 6. Yıllara Göre Türkiye Kuyumculuk Sektörü İhracat Rakamları (Dolar).....	32
Grafik 7. İşyeri Sahiplerinin Eğitim Durumu.....	38
Grafik 8. Üretilen Ürünlerin Ayan.....	39
Grafik 9. Üretilen Ürünlerin Çeşidi.....	40

Grafik 10. Firmaların Eğitim İhtiyaçları.....	40
Grafik 11. İşletmeleri Büyütmeye Teşvik Eden Nedenler.....	42
Grafik 12. İşletmelerin Büyümede Karşılaştığı Sorunlar.....	43
Grafik 13. Firmaların Büyümesini Sağlayan Faktörler.....	43
Grafik 14. Ürünlerde Yenilik İçin Kullanılan Araştırma Kanalları.....	44
Grafik 15. Kahramanmaraş Kuyumcularının Müşteriler Tarafından Tercih Edilme Nedenleri.....	45

Harita Dizini

Harita 1. 2014 Yılı Dünya Altın Üretimi (Ton).....	11
Harita 2. 2014 Yılı Dünya Gümüş Üretimi (Ton).....	17
Harita 3. Ülkelerin Değeri Mücevherat İthalatı (Bin Dolar).....	21
Harita 4. Ülkelerin Değeri Mücevherat İhracatı (Bin Dolar).....	23
Harita 5. Türkiye Altın ve Gümüş Cevherleşme Sahaları.....	25
Harita 6. Takı Tasarımı ve Kuyumculuk Bölümlerinin Bulunduğu Üniversitelerin Yer Aldığı İller...34	

Kısaltmalar

ABD	Amerika Birleşik Devletleri
Ar-Ge	Araştırma-Geliştirme
BAE	Birleşik Arap Emirlikleri
DOĞAKA	Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı
FED	Federal Rezerv Sistemi-ABD Merkez Bankası
KMYO	Kahramanmaraş Meslek Yüksekokulu
MTA	Maden Tetkik ve Arama Genel Müdürlüğü
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
Ür-Ge	Ürün Geliştirme

Kullanılan Ölçü Birimleri

Million Troy Ounce (Milyon Ons) = Moz
Troy Ounce (Ons) = Oz
1 Million Troy Ounce (Milyon Ons) = 31.103 Ton (Metric Tons)
1 Ton=1 Metric Tonne=1.000kg=32,151 Troy Ounces (Ons)
1 Troy Ounce (Ons) = 31.1035 Gram



Önsöz

Hatay, Kahramanmaraş ve Osmaniye illerinde 2010 yılından bu yana faaliyetlerini sürdürmekte olan Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı kurulduğu gün itibarıyla sorumluluğunda bulunan bölgenin sosyal ve ekonomik kalkınmasına yönelik araştırma ve planlama çalışmalarına devam etmektedir. Gerçekleştirilen bu çalışmalar kapsamında Ajansımız, bölgemizde öne çıkan sektörlerin faaliyetlerini bölgesel, ulusal ve uluslararası boyutları ile inceleyerek, bu sektörleri destekleyici politikalar ve stratejiler geliştirilmesini, sektörlerin rekabet güçlerinin artırılmasına katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

Ülkemizde altın üretim kapasitesi bakımından ilk sırada İstanbul yer alırken, Kahramanmaraş ili ikinci sırada yer almaktadır. Türkiye’de kullanılan ziynet eşyalarının ve kuyumcu vitrinlerinde sergilenen ürünlerin önemli bir bölümü Kahramanmaraş’ta yer alan kuyumcu atölyelerinde işlenmektedir. Kahramanmaraş geleneksel üretime, el işlemeciliğinde dayalı kuyumculuk konusunda gelişme göstermiş ve özellikle iç piyasada iyi bir satış grafiği yakalamıştır.

Çalışmada, öncelikle kuyumculuk sektörünün Dünya ve Türkiye’deki yerine genel bir bakış yapılmış ve daha sonra TR63 Bölgesindeki mevcut durumu ve sahip olduğu potansiyel ele alınmıştır. TR63 Bölgesi illeri içerisinde sektörde Kahramanmaraş ili ön plana çıkmaktadır. Kahramanmaraş’ta sektörün sorunları ve ihtiyaçları konusunda bilgi sahibi olmak ve sektörde faaliyet gösteren firmalar hakkında gerekli bilgi donanımına sahip olmak amacıyla sektöre yönelik anket çalışması düzenlenmiştir. Sonuç olarak Kahramanmaraş ilinde sektöre yönelik durumun tespit edilebilmesi için anket sonuçlarından yola çıkılarak sektör analiz edilmiştir.

Kuyumculuk sektörünün mevcut durumunun ortaya konulduğu, değerlendirme ve politika önerileri ile desteklendiği bu rapor, Ajansımız tarafından kuyumculuk sektörü ile ilgili tüm kamu kurum ve kuruluşları ve özel sektör yatırımcılarının faydasına ve kullanımına sunulmuştur.

Kuyumculuk sektör rapor hazırlanması sırasında emeği geçen ve anket çalışmasında yer alan kuyumcu esnaflarına, Kahramanmaraş Kuyumcular Odası’na, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu El Sanatları Bölümü’ne teşekkür ederiz.

DOĞU AKDENİZ KALKINMA AJANSI





Dünya Kuyumculuk Sektörü

Kuyumculuk, değerli metal ve taşların işlenmesiyle her türlü takı ya da süs eşyası üretilmesi ve bu ürünlerin işlendikten sonra yatırım aracı olarak kullanılan eserlere dönüştürülmesi sanattir. Kuyumculuk denildiğinde akla ilk olarak altın gelmektedir. Ancak kuyumculuk sektöründe altın dışında hammadde olarak gümüş gibi diğer kıymetli metaller ve mineral kökenli olmayan hammaddeler ya da bunların kombine halleri kullanılmaktadır.¹

Dünyada altın üretiminin geçmiş MÖ 4.000 yıllarına kadar uzanmaktadır. Anadolu'nun altın işleme geçmişi ise MÖ 3.000'li yıllara dayanmaktadır. Anadolu'da yaşamış olan uygarlıklar, Hititler, Urartular, Frigyalılar, İyonyalılar, Lidyalılar, Romalılar, Bizanslılar, Selçuklular ve Osmanlılar dini ve estetik amaçlı olmak üzere takı stilleri geliştirmiştir. Anadolu takı kültürü özellikle ilk çağlarda Kuzey Suriye ve Mezopotamya'nın etkisi altında kalmış, Helenistik dönemde kuyumculuğun merkezi olan Antakya Roma döneminde de önemini korumuştur.²

Osmanlılarda İstanbul VI. Yüzyıldan itibaren kuyumculuk merkezi halini almaya başlamış ve altın takı üretimi İstanbul'un fethedilmesiyle hız kazanmıştır. İstanbul'da altın takı üretimi 1467 yılında kurulan dünyanın ilk kapalı alışveriş merkezi olan Kapalıçarşı çevresinde yoğunlaşmıştır. İstanbul dışında Trabzon, Samsun, Sivas, Van, Erzurum, Erzincan, Gümüşhane, Bitlis, Kula, Eskişehir, Diyarbakır, Mardin, Midyat, Kahramanmaraş gibi şehirlerde de altın üretim ve ticareti gerçekleştirilmektedir. Cumhuriyet Döneminde altın üretim ve ticareti İstanbul haricinde Kahramanmaraş, Adana, Gaziantep, Mersin, Trabzon ve İzmir illerinde ağırlıklı olarak gerçekleştirilmektedir. Türkiye'de kuyumculuk sanayi, 1983 yılında ihracat yasağının kaldırılmasında sonra ihracata başlamıştır.

1.1. ALTIN

Kuyumculukta hammadde olarak en çok kullanılan madde altındır. 20. yüzyıla kadar en fazla altın üretimi yapan ülke Güney Afrika Cumhuriyeti'dir. 1970 yılında Güney Afrika yıllık 1.000 ton altın üretmiştir ancak zamanla Güney Afrika'nın üretim miktarı azalmış, Güney Afrika'nın yerini Çin, Rusya, Avustralya ve ABD almıştır. Dünya altın üretiminin son 45 yılının ele alındığı Tablo 1'de 1990 yılında itibaren son 25 yıl içerisinde altın üretiminin artış yönünde olduğu görülmektedir. Dünya toplam altın üretiminin en üst seviyeye ulaştığı yıl 2014 yılıdır. 1990 yılı itibarıyla altın üretimi 2.000 tonu aşmıştır.

1 (T.C. Ekonomi Bakanlığı, İhracat Genel Müdürlüğü, Maden, Metal ve Orman Ürünleri Daire Başkanlığı, Altın Mücevherat Sektör Raporu, 2014)

2 (Bilici Selahattin, Kahramanmaraş'ta Kuyumculuk Faaliyetleri Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütcü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş, 2013)

Tablo 1. Yıllara Göre Dünya Altın Üretimi (Ton)

Ülke	1970	1980	1990	2000	2010	2014
Çin	1,6	7	100	175	345	461,8
Avustralya	19	17	244	295	261	272,9
Rusya	202	258	302	142	192	262,2
ABD	54	30	294	353	231	205
Kanada	74	50	169	153	91	153,8
G. Afrika	1.000	674	605	428	189	163,8
Dünya	1.478	1.218	2.127	2.573	2.598	3.133,2

Kaynak: (İzmir Ekonomi Üniversitesi, Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi Projesi İhtiyaç Analizi, Kuyumculuk Sektör Raporu, 2012 (Gold Survey, 2015))

2000 yılında küresel kuyumculuk sektörünün yarattığı toplam gelir yaklaşık olarak 113 milyar dolar iken bu rakam 2005 yılında 146 milyar ve 2012 yılında yaklaşık 210 milyar dolara çıkmıştır. Kuyumculuk ve değerli taş üretimi, Güney Afrika, Kanada, Avustralya ve Rusya gibi ülkelerde hammadde madenciliği ile başlayan Çin, Hindistan, Türkiye ve Tayland gibi ülkelerde de bu ürünlerin işlenmesiyle tamamlanan bir süreçtir.³ 2014 yılında altın üretiminde Çin, Avustralya, Rusya, ABD ve Peru ilk 5 ülke arasında yer almaktadır. Tablo 2'de görüldüğü üzere 2014 yılında 2013 yılına göre Dünya altın üretiminde yaklaşık %2'lik artış gerçekleşmiştir. Altın üretiminde en yüksek artış Kanada, Arjantin, Kazakistan'da yaşanırken; ABD, Peru, Şili ve Güney Afrika'da dikkate değer düşüş gerçekleşmiştir. Altın üretiminde ilk 20 ülke sıralamasına girmemesine rağmen 2013-2014 yılı arasındaki değişim oranı göz önüne alındığında Moğolistan'da %71 ve Demokratik Kongo Cumhuriyeti'nde %58 oranında artış yaşanmıştır.

2015 yılı itibarıyla
dünya altın rezervi
31.949^{ton}
1.219 \$  **değerindedir**

3 (İzmir Ekonomi Üniversitesi, Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi Projesi İhtiyaç Analizi, Kuyumculuk Sektör Raporu, 2012)

Tablo 2. 2013 ve 2014 Yılları Dünya Altın Üretiminde İlk 20 Ülke (Ton)⁴

Ülke	2013	2014	Değişim Oranı (%)
Çin	438,2	461,8	5,39
Avustralya	268,1	272,9	1,79
Rusya	248,8	262,2	5,39
ABD	229,5	205	-10,68
Peru	187,7	172,6	-8,04
G. Afrika	177	163,8	-7,46
Kanada	133,3	153,8	15,38
Meksika	119,8	118,2	-1,34
Endonezya	109,6	116,4	6,20
Gana	107,4	108,2	0,74
Brezilya	80,1	80,7	0,75
Özbekistan	77,4	80,4	3,88
Arjantin	50,1	59,8	19,36
P. Yeni Gine	60,5	58,2	-3,80
Kazakistan	42,6	49,2	15,49
Mali	48,2	47,4	-1,66
Tanzanya	46,6	45,8	-1,72
Şili	48,6	44,2	-9,05
Kolombiya	41,2	43,1	4,61
Filipinler	40,5	42,6	5,19
Diğerleri	506	546,9	8,00
Dünya	3.061,6	3.133,2	2,34

4 Tablo 2'de ülkelerin 2014 yılı üretim değerleri ele alınarak sıralama yapılmıştır.

Harita 1. 2014 Yılı Dünya Altın Üretimi (Ton)



Kaynak: (Dünya Altın Konseyi İstatistikleri, World Gold Council, Gold Mining, 2015)

2014 yılında Avrupa'da altın üretiminde, Rusya ilk sırada yer alırken Türkiye ikinci sırada yer almaktadır. Avrupa'da üretilen altının %82'si Rusya tarafından üretilmektedir.

Tablo 3. Avrupa'da Altın Üretimi (Ton)

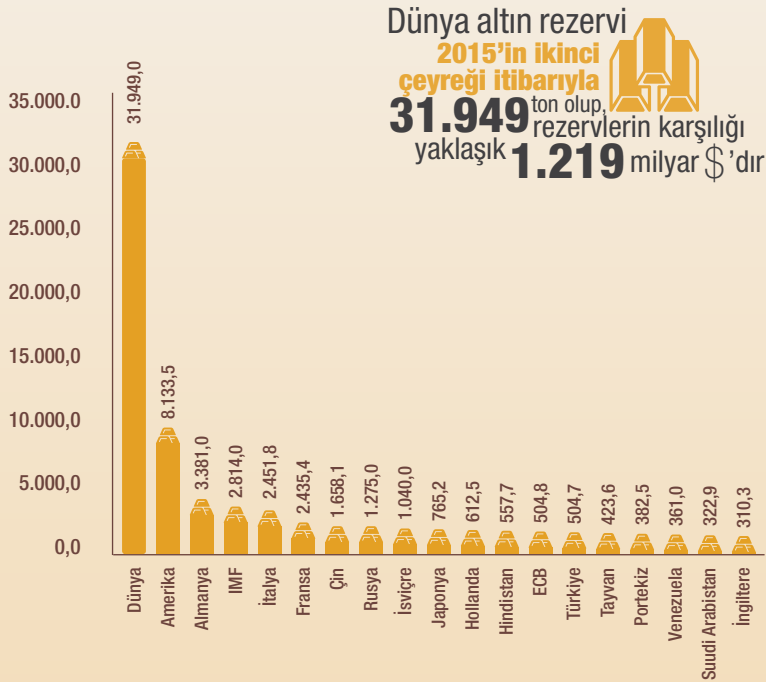
Ülke	2010	2011	2012	2013	2014
Rusya	203,4	215,6	229,7	248,8	262,2
Türkiye	16,6	24,1	29,6	33,5	32,3
Finlandiya	5,6	6,4	8,9	8,4	7,3
İsveç	6,3	5,9	6	6,4	6,4
Bulgaristan	2,5	3,4	4,3	4,6	5,4
İspanya	0	0,4	1,5	2,1	2
Diğerleri	3,1	2,4	2,4	3,7	3,1
Dünya	237,5	258,2	282,4	307,5	318,7

Kaynak: (Gold Survey, 2015) (Thomson Reuters, 2015)



Dünya altın rezervi 2015 yılının ikinci çeyreği itibarıyla 31.949 ton olup rezervlerin karşılığı yaklaşık 1.219 milyar dolardır. ABD, 8.133 tonla dünyanın en fazla altın varlığına sahip ülke iken, Türkiye, 504 tonla bu kategoride 14'üncü sırada yer almaktadır.

Grafik 1. Altın Rezervleri (Ton)



Kaynak: (Dünya Altın Konseyi İstatistikleri, World Gold Council, Reserve Asset Management, 2015)

Altın fiyatları son 10 yılda dalgalı bir seyir izlemektedir. 2005 yılında 444,5\$/ons olan altın fiyatında 2008'de yaşanan küresel ekonomik krize rağmen sürekli artış kaydedilmiş ve 2012 yılına kadar sürekli artış gerçekleşmiştir. Ancak bu tarihten sonra altın fiyatları yeniden düşmeye başlamış ve 2014 yılı sonuna kadar düşüş trendi devam etmiştir. 2014 yılı sonu itibarıyla gümüş fiyatı 1.266,4\$/ons'a kadar gerileyerek 2010 yılı seviyelerine düşmüştür.

Tablo 4. Altın Fiyatları (Dolar/ons)

Yıl	Altın Fiyatı	Değişim Oranı
2005	444,5	-
2006	603,8	35,8
2007	695,4	15,2
2008	872,0	25,4
2009	972,4	11,5
2010	1.224,5	25,9
2011	1.571,5	28,3
2012	1.669,0	6,2
2013	1.411,2	-15,4
2014	1.266,4	-10,3

Kaynak: (Gold Survey, 2015)

Altın arzı denildiğinde madenden altın çıkarılması ile birlikte merkez bankalarında bulunan altın satışı, kuyumculuk ve diğer endüstri alanlarından geri dönüşümü sağlanmış altın olarak tanımlanan hurda altın akla gelmelidir. Altın madencilik endüstrisinde yeni kaynak bulma sıkıntısının yaşanması, altın çıkarma maliyetlerinin yükselmesi altının arzının düşmesine neden olan unsurlardır. Altın madencilğinde fiyatların artması, merkez bankalarının elindeki altın oranının artması altın fiyatlarını doğrudan etkilemekte ve fiyatların yükselmesine neden olmaktadır. Dünya'da toplam altın arzı verileri incelendiğinde, toplam arzın yaklaşık %71'ini maden arzının, yaklaşık %39'unu geri dönüştürülmüş altın arzının oluşturduğu görülmektedir.

2015 yılında
Türkiye,
Dünya altın varlığı
sıralamasında
504 tonla
14. sıradadır



Tablo 5. Dünya Altın Arzı (Ton)

	2013	2014
Toplam Maden Üretimi	3.069,1	3.133,5
Net Üretici Koruması (Net Producer Hedging)	- 32,6	100,5
Toplam Maden Arzı	3.036,5	3.234,0
Geri Dönüştürülmüş Altın	1.247,4	1.168,9
Toplam Arz	4.283,9	4.402,9
Altın Fiyatı (Dolar/ons)*1	1.411,2	1.266,4

Kaynak: (World Gold Council, Gold Demand Trends, Second Quarter, 2015)

Altın talebini; mücevherat imalatından kullanılan altın, teknoloji amaçlı kullanılan altın ve yatırım/finans alanında kullanılan altın oluşturmaktadır. Altın talebini etkileyen faktörler ekonomik sıkıntılar ve politik belirsizliklerdir. Bu tip durumlarda altın güvenli yatırım aracı olarak görülür ve talep artışı yaşanır. Yaşanan talep artışı da altın fiyatlarını etkiler. 2014 yılında mücevherat imalatında kullanılan altının toplam talep içerisindeki payı yaklaşık %56, teknoloji amaçlı kullanılan altının payı yaklaşık %8 ve yatırım/finans amaçlı kullanılan altının payı yaklaşık %36'dır. Yatırım/finans amaçlı kullanılan altının kaynağı fonlar, merkez bankası alımlarıdır.

Tablo 6. Dünya Altın Talebi (Ton)

	2013	2014	Toplam İçindeki Pay
Mücevherat İmalatı	2.707,2	2.485,3	56,45
Teknoloji	354,3	346,5	7,87
Yarı Toplam İmalat Üstü	3.061,5	2.831,9	64,32
Toplam Külçe ve Para Altın	1.702,0	1.004,4	22,81
Altın Borsa Yatırım Fonu ve Benzeri Ürünler	-916,3	-184,2	-4,18
Merkez Bankası Satın Almaları ve Diğerleri	625,5	590,5	13,41
Altın Talebi	4.472,6	4.242,6	96,36
Fazlalık/Açık (Surplus/Deficit)	-188,7	160,4	3,64
Toplam Talep	4.283,9	4.402,9	100,00
Altın Fiyatı	1.411,2	1.266,4	

Kaynak: (World Gold Council, Gold Demand Trends, Second Quarter, 2015)

5 Troy ons=31.1035 gram

Mücevherat sektöründe talep edilen toplam altın miktardan yıllar içerisinde inişli çıkışlı bir seyir izlemektedir. (Tablo 7) 2008 yılında yaşanan küresel kriz ile birlikte 2009 yılında altın miktarında ciddi bir düşüş kaydedilmiştir. 2010 yılında artış ivmesi yaşanırken, 2011 ve 2012 yıllarında tekrar düşüş yaşanmıştır. Yaşanan bu düşüş ile 2009 yılındaki seviyeye inilmemiş olsa da 2009 yılından sonraki en düşük rakamlara ulaşılmıştır. Ancak 2013 yılında bir önceki yıla oranla %41'lik bir artış ile son 10 yıl içerisinde en yüksek değeri ulaştığı 2005 yılı rakamına yaklaşmıştır. 2013 yılında yaşanan bu artış 2012 yılında Çin'de ticaret dengesinin beklentinin oldukça üstünde gerçekleşmesinden kaynaklanmaktadır. Mücevherat sektöründe altının yıllar içerisindeki toplam değerinde genel olarak sürekli artış yaşanmıştır.

Tablo 7. Dünya Kuyumculuk Sektörü Toplam Altın Talebi

Yıl	Ton	Toplam Değer (Milyar Dolar)
2005	2.719	38,9
2006	2.300	44,6
2007	2.423	54,2
2008	2.304	64,6
2009	1.814	56,7
2010	2.017	79,4
2011	1.972	99,6
2012	1.896	101,7
2013	2.673	121,3
2014	2.463	100,3

Kaynak: (World Gold Council, Gold Demand Trends, Second Quarter, 2015) (World Gold Council, Gold Demand Trends , 2014; World Gold Council, Gold Demand Trends , 2013; World Gold Council, Gold Demand Trends , 2012; World Gold Council, Gold Demand Trends, 2011)

1.2. GÜMÜŞ

Dünya'nın en çok gümüş mücevheratı üretimi yapan 5 ülkesi Meksika, Peru, Çin, Avustralya ve Şili'dir. Meksika gümüş maden yataklarına sahip olduğu için tarihsel süreç boyunca gümüş mücevheratında büyük bir öneme sahip olmuş ve bu durum üretime de yansımıştır. Gümüş üretiminde 2013-2014 yılları arasında yaşanan değişim incelendiğinde; gümüş üretiminde en büyük gelişmeyi Merkez ve Güney Amerika ülkelerinin sağladığı görülmektedir. Peru, Şili, Bolivya, Arjantin, Guatemala ve Dominik Cumhuriyeti'nde üretiminde yaşanan artış



Merkez ve Güney Amerika ülkelerinin ön plana çıkmasını sağlamıştır. Şili, Guatemala gibi ülkelerde artış yaşanırken; Kanada'da gümüş üretimde ciddi bir düşüş gerçekleşmiştir.

Tablo 8. Dünya Gümüş Üretimi (Milyon Ons)⁶⁻⁷

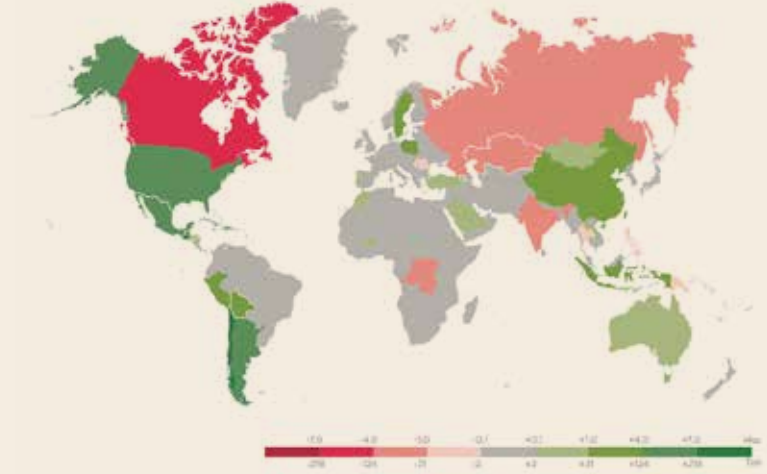
Ülke	2013	2014	Değişim Oranı (%)
Meksika	187,2	192,9	3,04
Peru	119,5	121,5	1,67
Çin	115,6	114,7	-0,78
Avustralya	59,2	59,4	0,34
Şili	39,2	50,6	29,08
Bolivya	41,2	43,2	4,85
Rusya	45,9	42,9	-6,54
Polonya	37,6	40,6	7,98
ABD	33,4	37,6	12,57
Arjantin	24,9	29,1	16,87
Guatemala	9	27,6	206,67
Kazakistan	19,6	17,5	-10,71
Kanada	20,8	15,5	-25,48
İsveç	10,8	12,7	17,59
Fas	8,2	8,9	8,54
Hindistan	10,7	8,4	-21,50
Endonezya	8,2	7,7	-6,10
Türkiye	6	6,6	10
Dominik Cumhuriyeti	2,8	4,5	60,71
Ermenistan	3,4	3,7	8,82
Diğerleri	32,1	31,7	-1,25
Dünya	835,3	877,3	5,03

Kaynak: (The Silver Institute, World Silver Survey , 2015) (Thomson Reuters, 2015)

⁶ 1 milyon ons= 31.103 ton (metric tons); 1 ton=1 metric ton

⁷ Tablo 7'de ülkelerin 2014 yılı üretim değerleri ele alınarak sıralama yapılmıştır.

Harita 2. 2014 Yılı Dünya Gümüş Üretimi (Ton)



Kaynak: (The Silver Institute, World Silver Survey , 2015) (Thomson Reuters, 2015)

Gümüş, en çok endüstriyel uygulamalarda (batarya, elektrik-elektronik, otomotiv, lehim vb.) kullanılmakta, endüstriyel kullanımları sırasıyla mücevherat, madeni para ve madalya imalatı, gümüş eşya yapımı izlemektedir.

Gümüş fiyatları son 10 yılda dalgalı bir seyir izlemektedir. 2005 yılında 7,3\$/ons olan gümüş fiyatı 2008'de yaşanan küresel ekonomik krize kadar artarak, 2008 yılı Mart ayında 19,3\$/ons'a kadar yükselmiş ancak ekonomik krizin ardından ay yılı içerisinde Kasım ayında 9,9\$/ons seviyesine düşmüştür. 2008'de yaşanan krizden sonra küresel ekonomideki toparlanma ile gümüş fiyatları 2010 ve 2011 yıllarında yükselişe geçmiştir. 2010 yılında gümüş fiyatı ortalaması 2008 yılına göre %34 oranında artmıştır. Tablo 9'da görüldüğü üzere ay yılı 2011 yılında da 2010 yılına göre %74'lük bir artış gerçekleşmiştir. Ancak bu tarihten sonra gümüş fiyatları yeniden düşmeye başlamış ve 2014 yılı sonuna kadar düşüş trendi devam etmiştir. 2014 yılı sonu itibarıyla gümüş fiyatı 19,1\$/ons'a kadar gerilemiştir.



Tablo 9. Dünya Gümüş Arzı (Milyon Ons)

	2010	2011	2012	2013	2014
Toplam Maden Üretimi	751,2	755,3	789,3	835,3	877,5
Net Devlet Satışları	44,2	12,0	7,4	7,9	-
Hurdacılıkta Kullanılan Gümüş (Scrap)	227,5	216,5	255,5	192,7	168,5
Net Üretici Koruması (Net Hedging Supply)	50,4	12,2	-47,1	-35,4	15,8
Toplam Gümüş Arzı	1.073,3	1.041,1	1.005,2	1.000,5	1.061,8
Gümüş Fiyatı	20,2	35,1	31,1	23,8	19,1

Kaynak: (The Silver Institute, Supply&Demand, 2015)

Dünya gümüş talebi içerisinde mücevheratın payı %20'dir. Gümüş talebinde en yüksek pay endüstriyel üretim amaçlıdır. Sektörde altın ve gümüş talebi karşılaştırıldığında gümüşün mücevherat sektöründeki kullanımı altına kıyasla sınırlı kalmaktadır.

Tablo 10. Dünya Gümüş Talebi (Milyon Ons)

	2010	2011	2012	2013	2014	Toplam İçindeki Pay
Mücevherat	190,7	188,8	186,3	212,1	215,2	20,27
Madeni Para ve Madalya İmalatı	143,3	210,6	138,0	243,6	196,0	18,46
Gümüş Eşya	51,6	47,2	43,7	58,8	60,7	5,72
Endüstriyel Üretim	645,1	628,3	595,2	597,9	594,9	56,02
Fiziksel Talep	1.030,7	1.074,9	963,2	1.112,4	1.066,8	-
Fiziksel Fazlalık/Açık (Physical Surplus/Deficit)	42,6	-33,8	41,9	-111,9	-4,9	-
Toplam Gümüş Talebi	1.073,3	1.041,1	1.005,1	1.000,5	1.061,9	-
Gümüş Fiyatı	20,2	35,1	31,1	23,8	19,1	-

Kaynak: (The Silver Institute, Supply&Demand, 2015)

1.3. EN ÇOK İTHALAT ve EN ÇOK İHRACAT YAPAN ÜLKELER

2014 yılı verilerine göre dünya değerli mücevherat ticaret ithalatı 53,2 milyar dolar, dünya değerli mücevherat ihracatı 61,5 milyar dolar olmak üzere dünya değerli mücevherat ticaret toplam 114,7 milyar dolardır. Dünya mücevherat sektöründe en çok ithalat yapan ilk 5 ülke ile en çok ihracat yapan ilk 5 ülkenin aynı ülkeler olduğu görülmektedir.

1.3.1. EN ÇOK İTHALAT YAPAN ÜLKELER

Dünya mücevherat sektöründe en çok ithalat yapan ülke Hong Kong'dur, Hong Kong'u sırasıyla ABD, Hindistan, Çin ve Birleşik Krallık izlemektedir. 2014 yılında Dünya mücevherat ihracatında bir önceki yıla oranla yaklaşık %9'luk bir düşüş yaşanmıştır. Türkiye, mücevherat sektöründe Dünya sıralamasında 16. sırada yer almaktadır. 2013-2014 yılları arasında ilk 5 ülke içerisinde sadece Çin'de artış yaşanmış olup artış oranı %128'dir. İlk 5 ülke içerisinde en yüksek düşüşü yaşayan ülke %27'lik düşüş ile Hong Kong olmuştur.

2014 YILI
DÜNYA DEĞERLİ
MÜCEVHERAT TİCARETİ
114,7 MİLYAR
DOLARDIR





Tablo 11. İnciler, Değerli Taşlar ve Metaller, Paralar ve Benzerleri İthalat Değerleri (Milyar Dolar)

Ülke	2010	2011	2012	2013	2014
Hong Kong	33,5	62,2	85,5	136,4	98,7
ABD	52,3	66,1	62,9	64,5	64,0
Hindistan	68,6	93,6	81,6	67,5	59,8
Çin	10,8	14,9	13,2	18,3	41,9
Birleşik Krallık	56,0	71,1	83,8	36,8	36,2
Birleşik Arap Emirlikleri	26,5	36,7	41,1	45,7	32,8
Belçika	17,3	23,8	21,7	21,6	21,6
Japonya	11,6	14,0	11,7	11,8	20,5
Almanya	17,6	23,7	20,9	21,4	17,9
İsviçre	16,3	19,5	17,0	16,3	15,7
Kanada	12,6	17,6	15,3	13,8	12,7
İtalya	9,3	12,4	12,9	10,6	10,4
Singapur	8,1	7,1	8,8	8,8	9,7
İsrail	8,7	11,1	8,5	9,3	9,7
Tayland	10,4	20,6	13,8	18,3	9,5
Türkiye	3,0	7,0	8,5	16,2	8,1
Dünya Toplam	412,9	569,6	578,4	586,9	532,3

Kaynak: (Trade Map, 2015)



Harita 3. Ülkelerin Değerli Mücevherat İthalatı (Bin Dolar)



Kaynak: (Trade Map, 2015)

1.3.2. EN ÇOK İHRACAT YAPAN ÜLKELER

Dünya mücevherat sektöründe en çok ihracat yapan ülke Hong Kong'dur, Hong Kong'u sırasıyla ABD, Çin, Birleşik Krallık ve Hindistan izlemektedir. 2014 yılında Dünya mücevherat ihracatında bir önceki yıla oranla yaklaşık %13'lük bir düşüş yaşanmıştır. En çok ihracat yapan ilk 5 ülke içerisinde 2010-2014 yılları arasında ihracat gelirlerini sürekli artıran tek ülke Çin'dir. İlk 5 ülke içerisinde en yüksek düşüşü yaşayan ülke %46'lık düşüş ile Birleşik Krallık olmuştur. Hong Kong'da 2014 yılına sürekli bir artış görünürken 2014 yılında %21'lik düşüş meydana gelmiştir. Türkiye, mücevherat sektöründe Dünya sıralamasında ancak 21. sırada yer alabilmiştir.

Dünya mücevherat sektöründe en çok ihracat yapan ülke **Hong Kong** olup, Hong Kong'u sırasıyla **ABD, Çin, Birleşik Krallık ve Hindistan** izlemektedir





Tablo 12. İnciler, Değerli Taşlar ve Metaller, Paralar ve Benzerleri İhracat Değerleri (Milyar Dolar)

Ülke	2010	2011	2012	2013	2014
Hong Kong	31,5626	55,2102	77,5572	104,8830	82,4057
ABD	51,7155	71,8279	71,6643	71,9802	64,7370
Çin	12,5464	27,5037	45,4513	50,2885	63,2124
Birleşik Krallık	30,0675	63,7534	37,4650	99,8893	53,7915
Hindistan	32,4646	50,0156	43,0897	44,1577	40,7035
Belçika	19,8764	26,1161	23,4671	22,1053	23,3905
Birleşik Arap Emirlikleri	27,5045	30,7187	32,5501	34,2214	23,1151
İsrail	16,8673	21,1752	17,9748	19,5194	21,1221
Kanada	18,8730	24,8497	21,6238	21,6487	20,3205
İsviçre	14,4743	19,1575	19,3810	19,7224	19,9703
Almanya	15,3497	21,3449	19,9691	17,2420	14,5756
Güney Afrika	11,7535	24,1098	19,0731	17,5382	14,0551
İtalya	11,0320	16,7671	18,9910	15,6022	13,4883
Avustralya	13,9090	16,8660	17,3449	15,0315	13,3943
Myanmar*	1,8710	0,0008	0,0003	1,2245	12,4185
Rusya Federasyonu	7,2840	3,7266	13,8231	14,3010	11,5791
Japonya	11,7451	17,2729	13,2383	10,7088	10,2169
Tayland	11,6518	12,2998	13,1470	10,0844	10,0795
Singapur	7,5866	5,6508	7,1301	8,0574	8,1511
Meksika	9,1588	13,2070	13,1541	9,7513	7,8177
Türkiye	3,7486	3,7388	16,3277	6,9986	7,7166
Dünya Toplam	438,1662	634,1041	654,0365	709,0804	615,0242

Kaynak: (Trade Map, 2015)

* Rapor içerisinde tablolarda genelde virgülden sonra ilk basamağa yer verilirken, Tablo 11'de Myanmar'a ait değerleri görünür kılmak amacıyla bu tablo için farklı bir kullanıma gidilmiştir.

Harita 4. Ülkelerin Değerli Mücevherat İhracatı (Bin Dolar)



Kaynak: (Trade Map, 2015)



Kaynak: İstanbul Arel Üniversitesi, Kuyumculuk ve Takı Tasarımı Atölyesi



Türkiye Kuyumculuk Sektörü

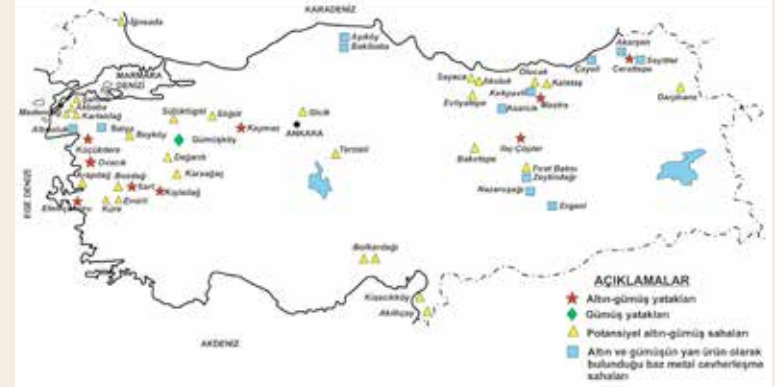
Kuyumculuk sektörü Anadolu'da binlerce yıldan beri var olan bir meslek, bir zanaattır. Anadolu topraklarının çok sayıda uygarlığa ev sahipliği yapması neticesinde tüm bu uygarlıklar farklı sebeplerle kuyumculuk sektörüne önem vermişlerdir.

Türkiye, altın mücevherat pazar büyüklüğü açısından Hindistan, Çin, ABD ve Rusya ile birlikte en büyük beş pazar arasında yer alırken, üretimde de Hindistan ve İtalya ile birlikte ilk üç ülke arasında yer almaktadır. Türkiye yıllık olarak 400 ton altın işleme kapasitesine sahiptir fakat bu kapasitenin tümü kullanılmamaktadır. Ülkemizde her sene yaklaşık 250–300 ton altın mücevherat üretilmektedir. Sektörde yaklaşık 250 bin kişi istihdam edilmektedir. Yaklaşık 5 bin üretici, 35 bin perakende satış mağazası bulunmaktadır. Altın üretim merkezi İstanbul olmakla birlikte, Ankara ve İzmir'de de önemli miktarlarda üretim yapılmaktadır. Ayrıca Doğu ve Güneydoğu Anadolu'daki bazı illerde de geleneksel çizgiler taşıyan üretim mevcuttur.⁸

Türkiye'de 1985 yılına kadar Maden Tetkik ve Arama Genel Müdürlüğü tarafından altın yataklarının tespitine yönelik arama faaliyetleri gerçekleştirilmiştir. 1985 yılında yürürlüğe giren Yeni Maden Kanunu ile birlikte yabancı sermayeli madencilik firmalarının Türkiye'ye gelmeleriyle birlikte altın arama faaliyetlerinde yeni bir döneme girilmiştir. MTA verilerine göre Türkiye'de maden rezervleri incelendiğinde 700 ton altın rezervi, 6.062 ton gümüş rezervi bulunmaktadır.

Harita 5'te Türkiye'de ki altın ve gümüş maden yataklarına yer verilmiştir. 1989 yılında keşfedilen Bergama Ovacık Madeni 2001 yılında üretime geçen ilk altın madeni olmuştur. 2002 yılında Manisa Salihli Sart Plaser, 2006 yılında Uşak Kışladağ, 2009 yılında Gümüşhane Mastra, 2010 yılında Erzincan Çöpler, 2011 yılında Eskişehir Kaymaz ve İzmir Efemçukuru, 2012 yılında Niğde Tepeköy altın madenleri işletmeye geçmiştir. Kayseri, Bilecik, Çanakkale, Sivas, Ağrı, Bursa, Konya, Yozgat, Ordu, Malatya ve Erzurum ilerleyen yıllarda açılması planlanan altın maden işletmelerinin yer aldığı illerdir. Haritada da görüldüğü üzere Türkiye'nin tek gümüş maden yatağı Kütahya-Gümüşköy'de bulunan maden yatağıdır.

Harita 5. Türkiye Altın ve Gümüş Cevherleşme Sahaları



Kaynak: (Maden Tetkik ve Arama Genel Müdürlüğü, 2015)

Türkiye'de 2000 yılına kadar altın üretimi yapılmazken 2000 yılından itibaren altın üretimi hızla artmaya başlamış ve altın üretimi 2010 yılında yaklaşık 17 ton, 2014 yılında da bu rakam 32,3 ton olarak gerçekleşmiştir. Son 10 yıl içerisinde altın üretim miktarında yaşanan değişim oranı incelendiğinde 2014 yılı haricinde bir önceki yıla göre her yıl artış kaydedilirken 2014 yılında düşüş gerçekleştiği ve en yüksek artışların 2006 ve 2011 yılında gerçekleştiği görülmektedir.

**Son 15 Yılda Türkiye'de
altın üretimi
32,3 ton'a
ulaşmıştır**



8 (T.C. Ekonomi Bakanlığı, İhracat Genel Müdürlüğü, Maden, Metal ve Orman Ürünleri Daire Başkanlığı, Altın Mücevherat Sektör Raporu, 2014)



Tablo 13. Türkiye'de Altın Üretimi (Ton)

Yıl	Altın Üretim Miktarı	Değişim Oranı
2005	5,1	-
2006	8,1	58,8
2007	10,1	24,7
2008	11,4	12,9
2009	14,5	27,2
2010	16,6	14,5
2011	24,1	45,2
2012	29,6	22,8
2013	33,5	13,2
2014	32,3	-3,6

Kaynak: (Gold Survey, 2015)

Türkiye'de altın ithalatı yalnızca Merkez Bankası ve gerekli izin belgesine sahip olan İstanbul Altın Borsası üyeleri tarafından yapılmaktadır. İstanbul Altın Borsası 1995 yılında Türk Altın Sektörü'nü serbestleştirmek ve uluslararası piyasalarla uyum sağlamak üzere kurulmuştur. 2015 yılı itibarıyla İstanbul Altın Borsası üye sayısı 189'dur. Borsa üyeleri; bankalar, yetkili müesseseler, kıymetli maden aracı kurumları, kıymetli maden üretim ve pazarlaması faaliyetinde bulunan kuruluşlardan oluşturmaktadır. Kuyumculuk sektörü şirketleri Borsa İstanbul üyeleri olmayıp sadece Elmas ve Kıymetli Taş Piyasasında faaliyet göstermektedir. Üye sayısına dahil olmayan kuyumculuk sektör şirketlerinin sayısı 2015 yılı itibarıyla 448'dir.

Türkiye yıllık İstanbul Sanayi Odası'nın açıkladığı "Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Şirketi" araştırmasında, 2014 yılında Altın ve Mücevherat sektöründe faaliyet gösteren Dünya Uluslararası Mücevherat ve Kuyumculuk San. ve Tic. A.Ş., Karakaş Atlantis Kıymetli Madenler Kuyumculuk Telekomünikasyon San. ve Tic. A.Ş. ve Altınbaş Kuyumculuk İth. İhr. San. ve Tic. A.Ş. yer almışlardır.

Türkiye
altın mücevherat
pazar büyüklüğü
açısından
Hindistan Çin ABD ve
Rusya ile birlikte
en büyük 5 pazar
arasında yer almaktadır



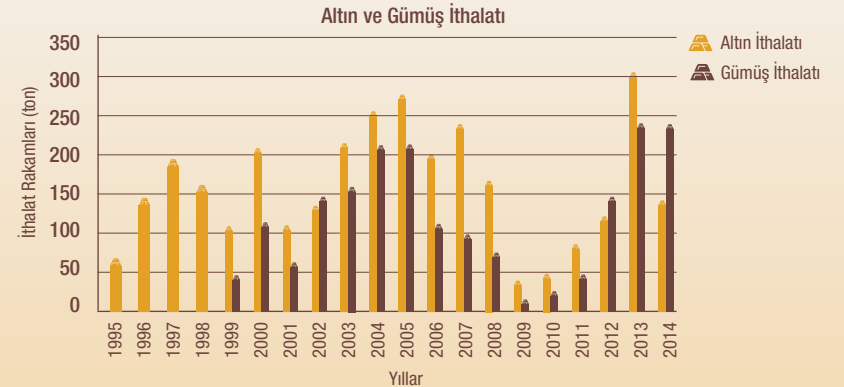
2.1. TÜRKİYE KUYUMCULUK SEKTÖRÜNDE İTHALAT VE İHRACAT

2.1.1. HAMMADDE İTHALATI

Kuyumculuk sektöründe temel hammadde olarak en çok kullanılan ürünler altın ve gümüştür. Türkiye ciddi miktarlarda altın ve gümüş ithal eden bir ülkedir. Türkiye'de son 20 yıllık dönemde yıllık ortalama 150 ton altın ithalatı gerçekleştirilmiştir. 1999 yılından itibaren günümüze kadar gümüş ithalatı ele alındığında her yıl ortalama 110 ton gümüş ithalatı yapıldığı görülmektedir.

Altın ve gümüş ithalat miktarları ülkenin genel ekonomik durumu ile yakından ilişkili olup miktarların dalgalı bir seyir izlediği dikkat çekmektedir. Ayrıca dikkat çeken iki unsur daha bulunmaktadır. İlk unsur, 2008 yılında yaşanan küresel ekonomik krizin ülkenin ekonomik durumunu etkilemesi ve bu sebeple altın ve gümüş ithalat değerlerinin kriz sonrası 2009 yılında düşüşe geçmesi olmuştur. 2009 yılında altın değerlerinin 1995 yılı miktarlarının altına inmiş, 1995 yılında 65,6 ton olan altın ithalatı 2009 yılında bu rakamın altına inerek 37,6 tona düşmüştür. Gümüş değerleri de 1999 yılı miktarlarının altına inmiş, 1999 yılında 40,5 ton olan ithalat 2009 yılında 5,5 tona düşmüştür. İkinci unsur, her iki hammaddenin de ithalat miktarları yükselmiş ve son 20 yıl içerisinde ithal miktarlarının en üst seviyeye çıktığı yıl 2013 yılı olarak gerçekleşmiştir.

Grafik 2. Yıllara Göre Türkiye Altın ve Gümüş İthalat Rakamları (Dolar)

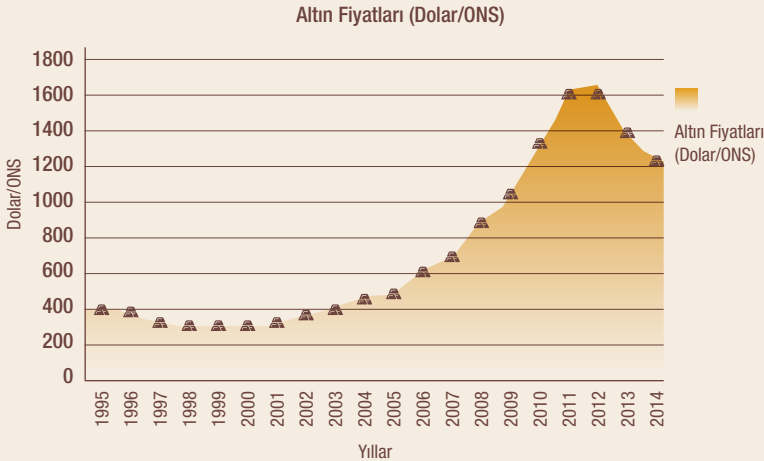


Kaynak: (Borsa İstanbul, 2014)



Grafik 3'te altın fiyat hareketlerine ve Grafik 4'te gümüş fiyat hareketlerine yer verilmiştir. Grafik 3'te 2001 yılı itibarıyla altın fiyatlarında sürekli bir artış yaşandığı görülmektedir. Bu artış 2012 yılına kadar devam etmiştir. Grafik 4'te 2005 yılı itibarıyla gümüş fiyatlarında sürekli bir artış yaşandığı görülmektedir. Bu artış 2012 yılına kadar devam etmiştir. Altın ve gümüş fiyatlarının artması sektörün üretim maliyetlerinin artmasına ve lüks tüketim maddesi olan mücevheratın tüketiminin azalmasına neden olmaktadır. Özellikle küresel kriz dönemi olan 2008-2009 yılları arasında altının güvenli liman olma özelliği nedeniyle altına dayalı yatırım talebinde büyük bir artış gerçekleşmiştir. 2013 yılına kadar yükselen fiyatlar nedeniyle talep gerilemiştir. 2013 yılına kadar altın fiyatlarında artış görülmesinin nedenleri arasında düşük küresel faiz oranları, parasal genişleme politikaları ve Avrupa ekonomilerinde artan endişe ile altına yönelme sayılabilir. 2013 döneminde FED'in parasal genişleme politikasında ABD ekonomisinde iyileşme görmesi nedeniyle teşvikleri azaltacak olması altının güvenli liman olma özelliğini kaybetmesine neden olmuştur.⁹

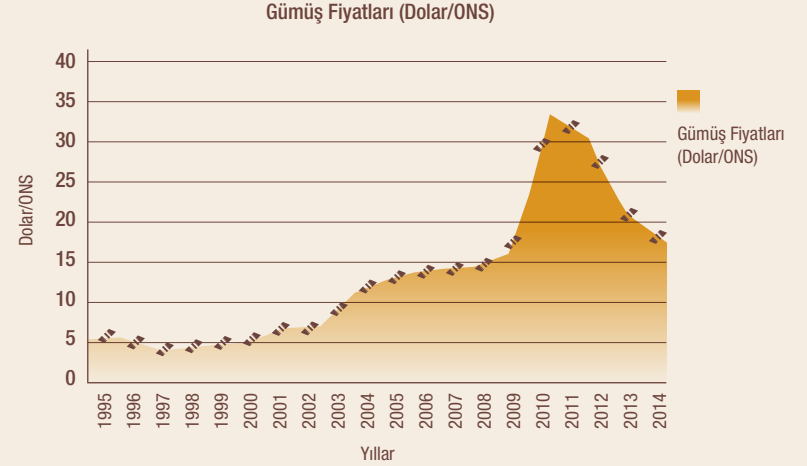
Grafik 3. Türkiye'de Altın Fiyatları (Dolar/ONS)



Kaynak: (Borsa İstanbul, 2014)

9 <http://borsanasiloymanir.co/altin-fiyatlarini-etkileyen-faktorler/>

Grafik 4. Türkiye'de Gümüş Fiyatları (Dolar/ONS)



Kaynak: (Borsa İstanbul, 2014)

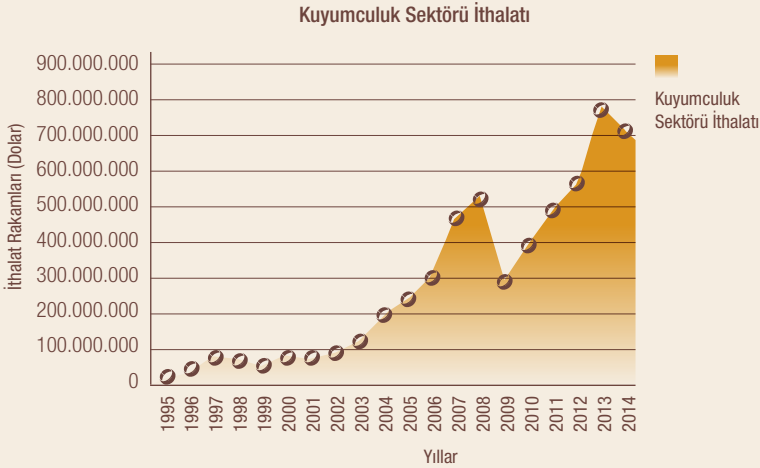
2.1.2. İTHALAT

Türkiye'de kuyumculuk sektörünün son 10 yıllık ithalat rakamları incelendiğinde 1995 yılından sonra ithalat değerlerinin arttığı, 1996-2001 yılları arasında birbirine yakın değerler arasında inişli-çıkışlı bir seyir izlediği ve 2001-2008 yılları arasında sürekli bir artış kaydedildiği görülmektedir. Ancak 2008 yılında yaşanan küresel krizden kuyumculuk ithalatı etkilenmiş ve bir önceki yıla göre %46 oranında ciddi bir düşüş gerçekleşmiştir. Krizden sonraki dönemlerde ithalat değerlerinde tekrar artış gerçekleşmiş ve 2012 yılında ithalat rakamı krizden önceki seviyeye ulaşmıştır.





Grafik 5. Yıllara Göre Türkiye Kuyumculuk Sektörü İthalat Rakamları (Dolar)



Kaynak: (TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri, 2014)

Tablo 14'te kuyumculuk sektörü ithalatının toplam ithalat içerisindeki payına yer verilmiştir. 1995 yılında toplam kuyumculuk sektörü ithalatı yaklaşık 9 milyon dolar iken bu rakam 2000 yılında 73 milyon dolar civarında, 2005 yılında da 238 milyon dolara yükselmiştir. Kuyumculuk ithalatında 1995-2000 yılları ve 2000-2005 yılları arasında ciddi artışlar yaşanmıştır.

Tablo 14. Türkiye Kuyumculuk Sektörü İthalatının Toplam İthalat İçindeki Payı (Dolar)

	1995	2000	2005	2010	2014
Kuyumculuk Sektörü İthalatı	9.189.755	73.633.908	238.031.838	398.188.032	717.463.340
Toplam İthalat İçerisinde Kuyumculuk Sektörünün Payı (%)	0,03	0,14	0,2	0,21	0,30

Kaynak: (TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri, 2014)

Tablo 15'te Türkiye'de kuyumculuk sektöründe en çok ithalat yapılan ilk 5 ülkeye yer verilmiştir. Tablo incelendiğinde üç önemli nokta ortaya çıkmaktadır. 10 yıllık sıralamanın verildiği tabloda dikkat çeken ilk nokta İtalya ve BAE düzenli olarak çok ithalat yaptığımız ülkelerdir. İkinci nokta en çok ithalat yaptığımız ülkelerin bazıları aynı zamanda en çok ihracat yaptığımız ülkelerdir. Bu ülkeler ABD ve BAE'dir. Üçüncü noktada sektörde Güneydoğu Asya ve Uzak Doğu ülkelerinin ithalat içindeki payının arttığının görülmesidir.

Tablo 15. Türkiye Kuyumculuk Sektöründe En Çok İthalat Yapılan İlk Beş Ülke

Yıl	1. Ülke	2. Ülke	3. Ülke	4. Ülke	5. Ülke
2005	İtalya	BAE	Tayland	ABD	Belçika
2006	İtalya	BAE	Tayland	ABD	Hindistan
2007	İtalya	BAE	Tayland	Çin	Hong Kong
2008	İtalya	BAE	Tayland	Hong Kong	ABD
2009	İtalya	BAE	Tayland	ABD	Çin
2010	İtalya	BAE	Tayland	Çin	Hong Kong
2011	İtalya	BAE	Tayland	Çin	Hindistan
2012	İtalya	BAE	İspanya	Çin	Hong Kong
2013	BAE	İtalya	Çin	Hong Kong	Tayland
2014	BAE	İtalya	Çin	Hindistan	Tayland

Kaynak: (TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri, 2014)

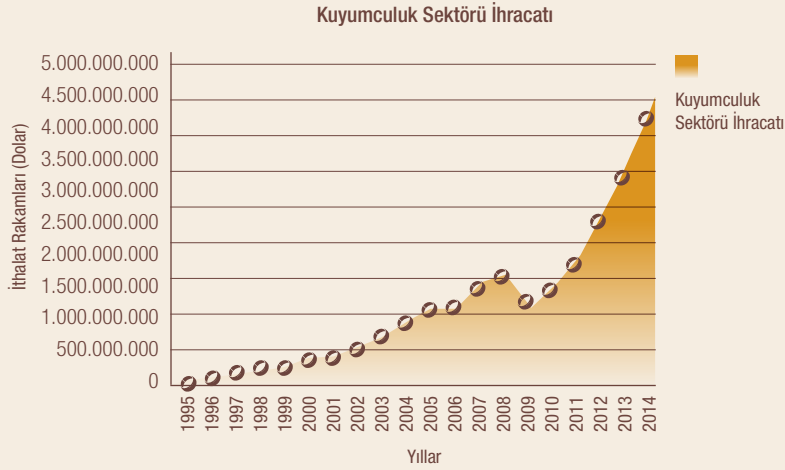
2.1.3. İHRACAT

Türkiye'de kuyumculuk sektörünün son 10 yıllık ihracat rakamları incelendiğinde sektörün yıllar itibarıyla ihracat değerlerinde ciddi oranda artış yaşandığı görülmektedir. 2008 yılından sonra sektörde küresel kriz sebebiyle düşüş kaydedilmiş olmasına karşın 2011 yılı itibarıyla sektör tekrar yükseliş imesi kazanmıştır.

Türkiye'de 2014 yılında
kuyumculuk sektörü ihracat rakamı
4.3 milyar \$'dır



Grafik 6. Yıllara Göre Türkiye Kuyumculuk Sektörü İhracat Rakamları (Dolar)



Kaynak: (TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri, 2014)

Tablo 16'da kuyumculuk sektörü ihracatının toplam ihracat içerisindeki payına yer verilmiştir. 1995 yılında toplam kuyumculuk sektörü ihracatı 65 milyon dolar iken bu rakam 2010 yılında 1,5 milyar dolar civarında, 2014 yılında da 4,3 milyar dolara yükselmiştir. Kuyumculuk ihracatında 2000-2005 yılları ve 2010-2014 yılları arasında ciddi artışlar yaşanmıştır.

Tablo 16. Türkiye Kuyumculuk Sektörü İhracatının Toplam İhracat İçindeki Payı (Dolar)

	1995	2000	2005	2010	2014
Kuyumculuk Sektörü İhracatı	65.033.922	394.393.208	1.167.969.714	1.538.247.150	4.368.227.202
Toplam İhracat İçerisinde Kuyumculuk Sektörünün Payı (%)	0,3	1,42	1,59	1,35	2,77

Kaynak: (TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri, 2014)

Tablo 17'de Türkiye'de kuyumculuk sektöründe en çok ihracat yapılan ilk 5 ülkeye yer verilmiştir. Tablo incelendiğinde bazı ülkelerin sürekli olarak Türkiye'nin pazarı konumunda olduğu görülmektedir. Bu ülkeler ABD, BAE, Rusya Federasyonu ve Almanya'dır.

Tablo 17. Türkiye Kuyumculuk Sektöründe En Çok İhracat Yapılan İlk Beş Ülke

Yıl	1. Ülke	2. Ülke	3. Ülke	4. Ülke	5. Ülke
2005	ABD	BAE	İtalya	Almanya	Rusya Federasyonu
2006	ABD	BAE	İtalya	Almanya	Rusya Federasyonu
2007	ABD	BAE	Rusya Federasyonu	İtalya	Almanya
2008	BAE	ABD	Rusya Federasyonu	Almanya	İtalya
2009	BAE	ABD	Almanya	Irak	Rusya Federasyonu
2010	BAE	ABD	Irak	Almanya	Rusya Federasyonu
2011	BAE	Irak	Rusya Federasyonu	Kazakistan	ABD
2012	BAE	Irak	Rusya Federasyonu	Kazakistan	ABD
2013	BAE	Irak	Rusya Federasyonu	Almanya	Libya
2014	BAE	İran	Irak	Libya	ABD

Kaynak: (TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri, 2014)

2.1.4. MESLEKİ EĞİTİM

Kuyumculuk sektöründe ülkenin potansiyelinin daha verimli kullanılması, kıymetli maden ve taşların üretimi, işlenmesi bir diğer deyişle sektörün işletmesinden tasarıma kadar olan süreçte eğitilmiş işgücüne ihtiyaç vardır. Ancak sektörün bu talebini karşılamaya yönelik eğitim programları sektörün ihtiyaçlarını karşılayabilmek adına yetersiz kalmaktadır.

Türkiye'de halihazırda sektörün gelişmesi, kalifiye işgücü yetiştirilmesi adına çeşitli illerde üniversitelerde takı tasarımı ve kuyumculuk bölümleri mevcuttur. Türkiye'de 20 ilde 24 üniversitede takı tasarımı ve kuyumculuk bölümleri mevcuttur.



Harita 6. Takı Tasarımı ve Kuyumculuk Bölümlerinin Bulunduğu Üniversitelerin Yer Aldığı İller



Tablo 18. Türkiye'de Takı Tasarımı ve Kuyumculuk Bölümlerinin Olduğu Üniversiteler

Üniversite	Bulunduğu İl
Afyon Kocatepe Üniversitesi	Afyon
Ankara Üniversitesi	Ankara
Adnan Menderes Üniversitesi	Aydın
Balıkesir Üniversitesi	Balıkesir
Batman Üniversitesi	Batman
Bitlis Eren Üniversitesi	Bitlis
Hitit Üniversitesi	Çorum
Trakya Üniversitesi	Edirne
Atatürk Üniversitesi	Erzurum
Gaziantep Üniversitesi	Gaziantep
Süleyman Demirel Üniversitesi	Isparta
İstanbul Arel Üniversitesi	İstanbul
Haliç Üniversitesi	İstanbul

Türkiye'de 
20 ilde **24**
 üniversitede
 takı tasarımı ve
 kuyumculuk bölümleri
 mevcuttur

Üniversite	Bulunduğu İl
İstanbul Aydın Üniversitesi	İstanbul
İstanbul Kemerburgaz Üniversitesi	İstanbul
Marmara Üniversitesi	İstanbul
Dokuz Eylül Üniversitesi	İzmir
Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi	Kahramanmaraş
Kastamonu Üniversitesi	Kastamonu
Kocaeli Üniversitesi	Kocaeli
Dumlupınar Üniversitesi	Kütahya
Mardin Artuklu Üniversitesi	Mardin
Mersin Üniversitesi	Mersin
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	Muğla

Kaynak: (LGS-LYS Sistemleri, 2015)

Türkiye'de
1995 yılında
 toplam kuyumculuk
 sektörü ihracatı
65 milyon \$
 iken bu rakam
2010 yılında
1,5 milyar \$
 civarına,
2014 yılında da
4,3 milyar \$'a
 yükselmiştir



Kaynak: İstanbul Arel Üniversitesi, Kuyumculuk ve Takı Tasarımı Atölyesi



TR63 Bölgesi Kuyumculuk Sektörü

Türkiye'de kuyumculuk sektöründe, işgücü ve üretim kapasitesi en fazla olan il İstanbul'dan sonra Kahramanmaraş'tır. Bu sebeptir ki TR63 Bölgesi kuyumculuk sektör raporunda Hatay, Kahramanmaraş ve Osmaniye illeri arasında sektörde bölgenin öne çıkan ili olması itibarıyla Kahramanmaraş ele alınmıştır. Hatay, Kahramanmaraş ve Osmaniye illeri kuyumculuk sektörünün son 10 yıllık ithalat ve ihracat rakamları incelendiğinde Tablo 18'de Hatay verilerine ve Tablo 19'da Kahramanmaraş verilerine yer verilmiştir. Osmaniye ili ile ilgili sektöre yönelik herhangi bir veri olmaması sebebiyle Osmaniye iline yer verilmemiştir. Tablo 18'e göre Hatay verileri incelendiğinde Hatay ilinde de kuyumculuk sektörüne yönelik dikkat çeken dış ticaret rakamlarının olmadığı hatta 2013 ve 2014 yıllarında ihracat ve ithalat yapılmadığı görülmüştür.

Tablo 19. Hatay Kuyumculuk Sektörü İhracat ve İthalat Rakamları (Dolar)

Yıl	İhracat	İthalat
2005	9.985	11.552
2006	-	-
2007	947	21.465
2008	20.835	-
2009	-	55.004
2010	-	87.797
2011	21.888	24.606
2012	1.000	18.628

Kaynak: (TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri, 2014)

Tablo 19'da Kahramanmaraş verileri incelendiğinde sektörde bölge içerisinde Kahramanmaraş ilinin ön plana çıktığı ihracat ve ithalat verilerinde de anlaşılmaktadır. Kahramanmaraş'ta ithalat ve ihracat rakamlarının dalgalı bir seyir izlediği dikkat çekmektedir.

Türkiye'de
sektörde
iş gücü ve üretim kapasitesinde
Kahramanmaraş
2. sıradadır

Tablo 20. Kahramanmaraş Kuyumculuk Sektörü İhracat ve İthalat Rakamları (Dolar)

Yıl	İhracat Dolar	İthalat Dolar
2005	-	5.718
2006	-	-
2007	708.332	-
2008	684.162	1.000.105
2009	5.974.302	203
2010	5.379.928	-
2011	12.128.511	174.142
2012	18.877.895	34.504
2013	10.630.418	6.635
2014	16.233.475	9.761

Kaynak: (TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri, 2014)

3.1. KAHRAMANMARAŞ İLİ KUYUMCULUK SEKTÖRÜ

Kuyumculuk sektörü, Türkiye'de seksenli yılların sonunda gerçekleşen yasal düzenlemelerin ardından Dünya'da az rastlanılan bir hızla gelişim göstermiştir. Günümüzde Türkiye kuyumculuk sektöründe kapasitesi ve iş gücü ile Dünya sıralamasında öncelikli bir konuma gelmiştir. Türkiye'de sektördeki bu gelişmeyi yakalayan, işgücü ve üretim kapasitesi en fazla olan ilimiz İstanbul'dan sonra Kahramanmaraş'tır.¹⁰

İstanbul'da altın takı üretimi 1467 yılında kurulan ve Dünya'nın ilk kapalı alışveriş merkezi olan Kapalıçarşı ve çevresinde yoğunlaşmıştır. İstanbul dışında altın üretim ve ticaretinin gerçekleştiği iller, Kahramanmaraş, Adana, Gaziantep, Mersin, Trabzon ve İzmir gibi şehirlerdir. Kahramanmaraş'ta kuyumculuğun tarihi Dulkadiroğulları Beyliği, Selçuklu ve Osmanlı dönemlerine dayanmaktadır.

Kuyumculuk sektörü sektör jargonu ile atölyecilik, toptancılık, çantacılık ve perakendecilik olarak sınıflandırılmaktadır. Sektörde faaliyet gösteren firmalar altın ve takı tasarımı ile üretim yapan kuyumcu atölyeleri, son kullanıcı için işlenmiş altının pazarlamasını yapan vitrin ku-

¹⁰ (Bilici Selahattin, Kahramanmaraş'ta Kuyumculuk Faaliyetleri Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütcü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş, 2013)

Sektörde
Kahramanmaraş
2014 yılı
ihracat rakamı yaklaşık
16 Milyon \$'dır



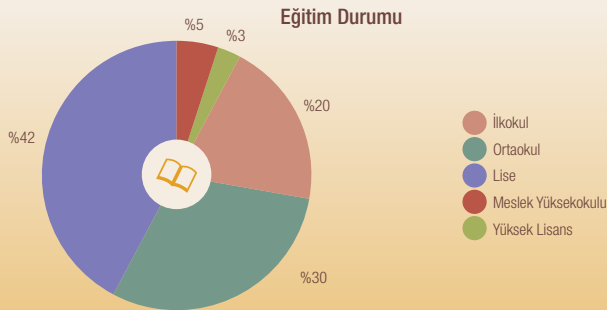
yumcuları olarak tabir edilen perakendecilerdir. Kahramanmaraş ili kuyumculuk sektöründe 700'e yakın atölye ve 5 bin civarında çalışan, yaklaşık olarak 150 vitrin kuyumcusu ile İstanbul'dan sonra Türkiye'de ikinci sırada yer almaktadır.

Kuyumculuk sektörünün ön plan çıktığı Kahramanmaraş ilinde sektörün mevcut durumu hakkında bilgi edinebilmek amacıyla Kahramanmaraş Kuyumcular Odası Başkanı, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Kahramanmaraş Meslek Yüksekokulu (KMYO) El Sanatları Bölüm Başkanı ve sektörde faaliyet gösteren 39 firma ile birebir görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmelerde veri toplamak amacıyla firma sahiplerine sektöre yönelik anket düzenlenmiştir. Anket sonuçları doğrultusunda sektörün sorunlarının ve ihtiyaçlarının tespit edilmesi amaçlanmıştır.

3.2. GÖRÜŞME VE ANKET SONUÇLARI

Kuyumculuk sektöründe ziyaret edilen firmalar Dulkadiroğlu ve Onikişubat ilçelerinde yer almaktadır. Firmalar çoğunlukla sahipleri tarafından yönetilmekte olup ortaklar tarafından yönetilen firmalarda ortak sayısı 2-5 arasında değişmektedir. İşyeri sahiplerinin çoğunluğunu lise mezunları oluştururken lise mezunlarını ortaokul ve ilkokul mezunları izlemektedir. Ayrıca firmaların yönetimlerinden sorumlu kişilerin çoğunluğunun çıraklıktan mesleğe başlayarak yetiştiği öğrenilmiştir. Bu durum meslek sahiplerinin çırak-kalfa-usta ilişkisi içerisinde yetiştiğini göstermektedir. Ayrıca çocukluktan itibaren geleneksel yöntemlerle meslekte yetişenlerin zamanla işyeri sahibi oldukları anlaşılmaktadır.

Grafik 7. İşyeri Sahiplerinin Eğitim Durumu

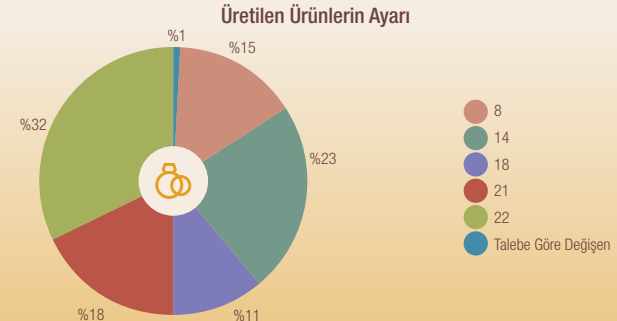


Sektörde faaliyet gösteren firmalarda çalışan personel sayısı genellikle 3-30 arasında değişmektedir. Anket yapılan firmalardan iki tanesi gümüş üzerine çalışan firmalar olup bu firmalarda çalışan sayısı 1-3 arasındadır. Firmalardan biri de ayar evi olup ayar evi çalışan sayısı 3-5 arasındadır.

Firmalarda genellikle kalite standartlarını belgeleyen herhangi bir sertifika bulunmamakla beraber firmalarda ancak TSE belgesi bulunmaktadır. Ancak firmaların büyük çoğunluğunun marka tescilli bulunmaktadır.

Ürün olarak firmalardan 1'inde hem altın hem gümüş kullanılmaktadır. 2 firmada ise sadece gümüş kullanılmaktadır. Bu firmalar dışında kalan firmaların hepsinde altın kullanılmaktadır. Kahramanmaraş'ta üretilen ürünler incelendiğinde 22 ayar altının üstünlüğü Grafik 8'de görülmektedir. 22 ayar altın üretimi yapan işletmeleri 14 ayar ve 21 ayar üretim yapan firmalar izlemektedir. Tüm ayar türlerini yapan firmaların oranı yaklaşık %28'dir.

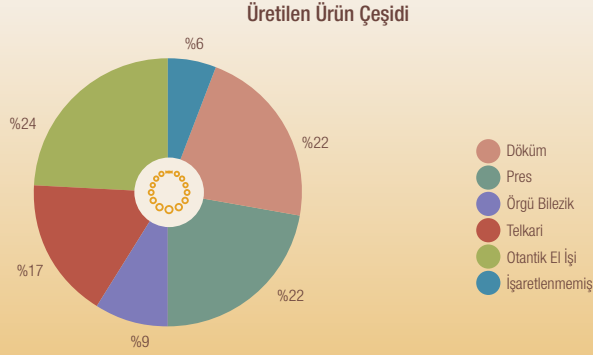
Grafik 8. Üretilen Ürünlerin Ayarı



Kuyumcu atölyelerinde %24 tantik el işi, %22 pres, %22 döküm, %17 telkari ve %9 örgü bilezik üretilmektedir. Farklı yöntemler ile üretime devam edilmesine rağmen el işçiliğinin de halen yoğun olarak devam ettiği görülmektedir. Ayrıca grafikte atölyelerin en çok ürettiği ürünlere yer verilmiş olup atölyeler birden fazla ürünü bir arada yapmaktadır.

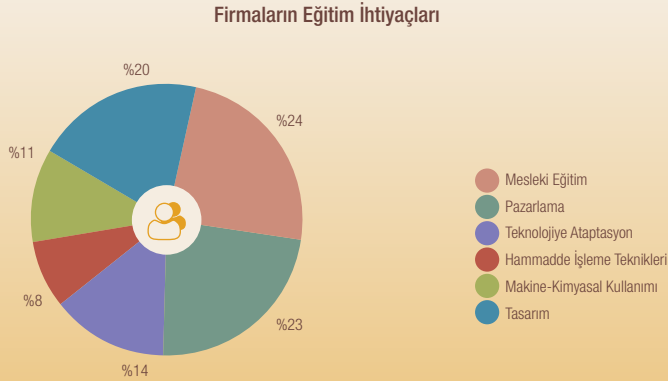


Grafik 9. Üretilen Ürünlerin Çeşidi



Firmalara eğitim ihtiyaçları sorulduğunda mesleki eğitim, pazarlama ve tasarım eğitimlerine firmaların çoğunluğunun ihtiyacının olduğu görülmüştür.

Grafik 10. Firmaların Eğitim İhtiyaçları



Firmalara bünyelerinde mevcut olan birimler sorulduğunda firmaların %90'ında üretim biriminin olduğu, firmaların %67,5'inde pazarlama biriminin olduğu, %42,5'inde perakende satış için birim mevcut olduğu, %15'inde muhasebe biriminin olduğu ve %10'unda halkla ilişkiler biriminin mevcut olduğu öğrenilmiştir.

Kahramanmaraş ilinin Akdeniz bölgesinde yer alması itibarıyla Akdeniz Bölgesi, coğrafi konum olarak Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerine yakın olması itibarıyla bu 3 bölgeye de ürünlerin pazarlanması daha kolay olmaktadır. Ayrıca bu birkaçına beraber satış yapan ve tüm ülkeye satış yapan çantacı ve toplancılar da mevcuttur.

Anket görüşmesi gerçekleştirilen firmaların %70'inin dış ticareti bulunmazken geriye kalan %30 firmanın çoğunlukla Ortadoğu ülkeleri ile dış ticareti bulunmaktadır. Ortadoğu ülkelerini AB ülkeleri izlemektedir. Dış ticaret yapan firmalardan birinin Uzakdoğu ülkeleri ve yine bir firmanın Kuzey Amerika ile dış ticareti bulunmaktadır.

Kahramanmaraş ilinde faaliyet gösteren firmaların genelinde ihracat faaliyetleri pasif durumdadır, firmalardan sadece 2 tanesi ihracat yaptığını belirtmiş olup firmalardan biri Ortadoğu ve Uzakdoğu ülkelerine diğer firmada Suriye'ye ihracat yapmaktadır. Firmalar direk olarak ihracat yapmamakta ancak dolaylı yollar ile İstanbul merkezli firmalar üzerinden Dubai, Irak, Lübnan, Mısır, Suudi Arabistan gibi ülkelere ihracat yapmaktadırlar. Firmaların ihracattaki hedef ülkeleri Ortadoğu ülkeleridir. Ortadoğu ülkelerindeki siyasi karşılıkların sona ermesi ile birlikte firmalar yeni pazarlara açlabileceklerini düşündüklerini belirtmiştir. Hedeflerinde ihracat yapma olan firmalar;

🏢 Dış piyasada rekabetin zorluğu

🏢 Formalitenin çokluğu

🏢 Kapasitenin yetersiz olması

🏢 İç pazarın daha karlı olması

🏢 İhracat yapılması öngörülen firmalar ile ilgili firmalar arasında diyalogu sağlayacak nitelikli tercüman eksikliği

gibi sebeplerden ötürü ihracat ile ilgili sorunlar yaşamaktadırlar.



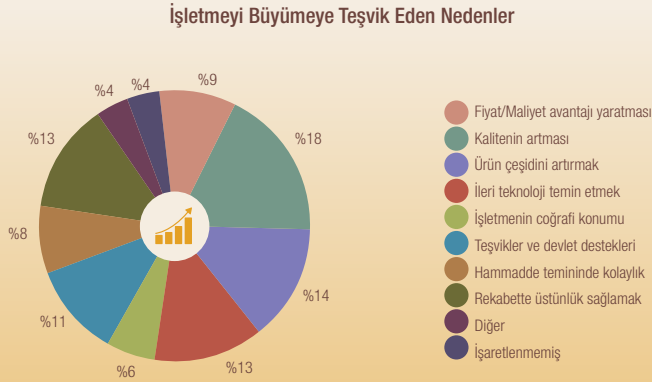
Ziyaret edilen firmaların hepsi uluslararası herhangi bir kurum veya kuruluşla bağlantılarının olmadığını ve faaliyetlerinde üniversite ile işbirliği yapmadıklarını ifade etmişlerdir.

Finansal anlamda firmalar çoğunlukla kendi öz sermayelerini kullanmakta olup birçoğu banka kredisi kullanmamaktadır. Ancak bir kısmı gayrimenkul almak, hammadde temini, ürün süreçlerinde yenilik, kapasiteyi artırmak, makine ve ekipman satın almak, fabrikanın yenilenmesi, yeni pazarlara girmek amaçları ile kredi almışlardır. Firmaların bir kısmı KOSGEB'in fuar desteklerinden faydalanmıştır.

Firmaların yaklaşık %73'ü büyümeye yönelik stratejilerinin olduğunu, büyümeyi çoğunlukla firmalarının modernizasyonu ve ortak girişim ile sağlayacaklarını belirtmişlerdir.

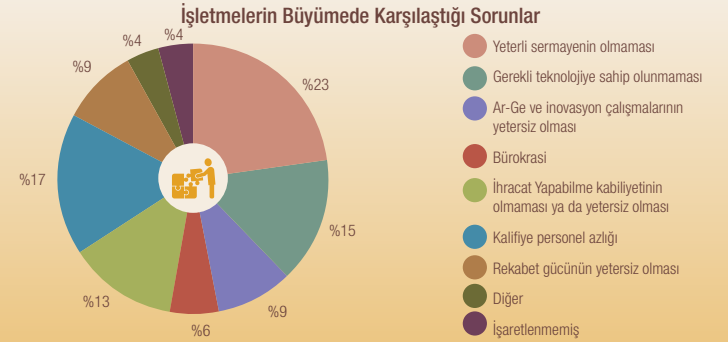
İşletmeleri büyümeye teşvik eden nedenler arasında %18'lik pay ile kalitenin artması, %14'lük pay ile ürün çeşidinin artması, %13 ile rekabette üstünlük sağlamak ve ileri teknoloji temin etmek ön plana çıkmaktadır.

Grafik 11. İşletmeleri Büyümeye Teşvik Eden Nedenler



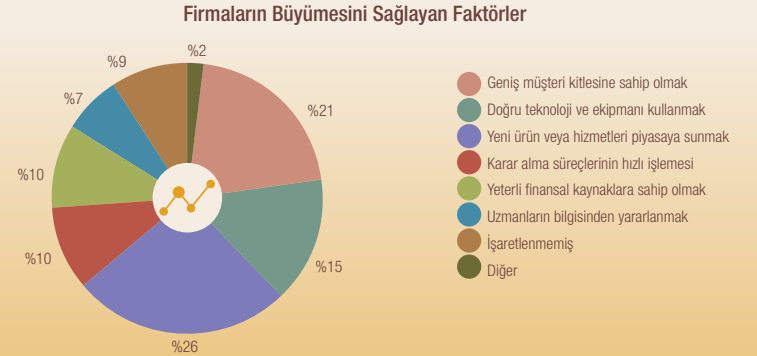
İşletmelerin büyümede karşılaştığı sorunların başında yeterli sermayenin olmaması gelmektedir. Bunu sırasıyla kalifiye personel azlığı ve gerekli teknolojiye sahip olunamaması nedenleri izlemektedir.

Grafik 12. İşletmelerin Büyümede Karşılaştığı Sorunlar



Firmalara geçmiş yıllarda büyümelerini sağlayan faktörler sorulduğunda, büyümeyi sağlayan ilk faktör yeni ürün veya hizmetleri piyasaya sunmak, ikinci faktör geniş müşteri kitlesine sahip olunması üçüncü faktör ise doğru teknoloji ve ekipmanı kullanılması olarak çıkmıştır.

Grafik 13. Firmaların Büyümesini Sağlayan Faktörler



İşletmeler sektörü ve teknolojiyi fuarlar, müşteriler, sektörel dergiler, internet, tasarım araştırmaları ve rakipleri aracılığıyla takip etmektedirler. İşletmelerin teknoloji kullandıklarını beyan etmelerine rağmen gelişmiş yeni teknolojileri kullanmadıkları belirlenmiştir. Teknoloji kullanı-



minin az olması firmaların çoğunlukla küçük ölçekli firmalar olmasından kaynaklanmaktadır. Firmaların birçoğu yeni/farklı ürünler üretebilmek, ürün kalitesi ve kapasitesini artırabilmek, yeniliğe ayak uydurmak, seri üretim yapabilmek amaçlarıyla yeni teknoloji kullanımlarına ihtiyaç duymaktadırlar.

Anket yapılan firmalara mevcut üretim kapasitelerinin yüzde kaçı ile üretim yaptıkları sorulmuş olup firmaların %65'i bu soruyu cevaplandırmıştır. Soruyu cevaplandıran firmaların yaklaşık %54'ünün mevcut üretim kapasitesi %50 ve %50'nin altındadır. Kapasite oranının düşük olma nedenleri arasında;

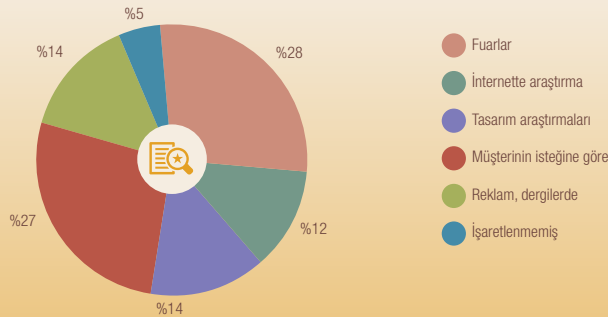
- Finansman sorunları
- Hammadde temininde güçlükler
- Pazar bulamama
- Teknolojik yetersizlikler
- Ülkenin ekonomik durumu

yer almaktadır.

Firmaların ürünlerinde yenilik yapılabilmesi amacıyla kullandıkları araştırma yöntemleri arasında ilk sırada fuarlar gelmektedir. İkinci olarak yenilik arayışlarında müşterinin isteğinin ön plana çıktığı görülmektedir. Bu da firmaların talebe verdikleri önemin göstergesidir.

Grafik 14. Ürünlerde Yenilik İçin Kullanılan Araştırma Kanalları

Ürünlerde Yenilik İçin Kullanılan Araştırma Kanalları

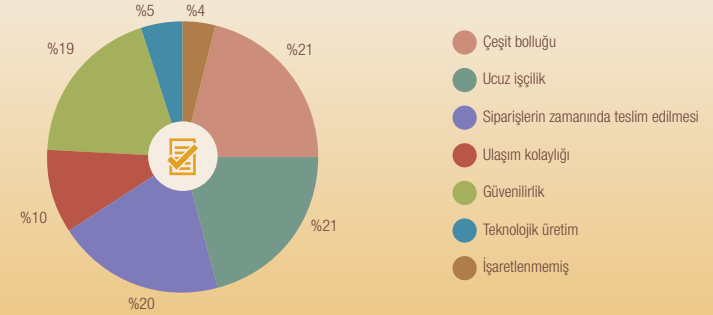


Sektörde Ar-ge ve Ür-ge faaliyetlerinin yapılacağı ortak tasarım merkezi, laboratuvar, Altınşehir, Kuyumcukent, 3D modelleme merkezi gibi ortak kullanım alanlarının yapılması ankete katılan ve soruya cevap veren tüm firmalar tarafından istenmekte olup firmaların %73'ü Kuyumcukent Projesinde yer aldıklarını beyan etmişlerdir. Firmalar Kuyumcukent Projesinde arıtma, aydınlatma, işyeri kontrollü merkezi ısıtma/soğutma, merkezi ısıtma/soğutma, havalandırma ve filtre sistemlerinin yer almasını istemektedirler.

Firmalara Kahramanmaraş kuyumcularının müşteriler tarafından tercih edilme nedenleri sorulduğunda ilk sırayı çeşit bolluğu ve ucuz işçilik almaktadır. Bu nedenleri sırasıyla siparişlerin zamanında teslim edilmesi ve güvenilirlik izlemektedir.

Grafik 15. Kahramanmaraş Kuyumcularının Müşteriler Tarafından Tercih Edilme Nedenleri

Tercih Nedenleri



Kuyumculuk sektöründe hammaddenin değerinde ağır olması sebebiyle geri dönüşümünün sağlanması önem arz etmektedir. Firmalara geri dönüşümü sağlamak amacıyla atıkları saklayıp saklamadıkları sorulmuş ve cevap veren firmaların yaklaşık %92'si atıkları sakladıklarını ve atıkların geri dönüşümü için kal ramatı ve kimya ramatı yöntemlerini kullandıklarını belirtmişlerdir.

Anket gerçekleştirilen ve soruya cevap veren firmaların %62'si hammadde erişiminde güçlük yaşamaktadırlar. Sektörde kullanılan makine ekipmanları için üretici firmalar tarafından verilen servis hizmetinden firmaların geneli memnun olsa da servis hizmetlerinden memnun



olmayan firmalarda mevcuttur. Ayrıca firmaların tamamı makine firmalarının yeni teknolojilerin tanıtımına yönelik etkinlik düzenlenmesini talep etmektedirler.

Firmalara beşeri sermaye konusunda sıkıntı yaşayıp yaşamadıklarına dair yöneltilen soruda, soruya cevap veren firmaların %45'inde beşeri sermaye konusunda sıkıntı yaşadıkları cevabı alınmıştır. Bu sorunun giderilmesi amacıyla eğitim sisteminin revize edilmesi, meslek liseleri ve üniversite ile kuyumcu atölyeleri arasında işbirliği çalışmalarının gerçekleştirilmesi gerektiği ortaya çıkmıştır.

Görüşme gerçekleştirilen firmalara 10 yıl öncesine göre firmalarının karlılık oranının değişimi sorulduğunda çeşitli cevaplar alınmıştır. Soruya cevap veren firmaların %42'si 10 yıl öncesine göre firmalarının karlılık oranının artmadığını beyan etmişler ve bu duruma ülkenin ekonomik durumu, işsizlik, altına olan talebin azalması, artan rekabet koşulları, pazarın daralması ve merdiven altı üretim gibi faktörlerin sebebiyet verdiğini dile getirmişlerdir. Soruya cevap veren firmaların %55'i 10 yıl öncesine göre firmalarının karlılık oranının arttığını beyan etmişler ve bunu sağlayabilmek için yeni teknoloji kullanımı ile yeni modeller ürettiklerini, teknolojiye yatırım yaptıklarını ifade etmişlerdir. Soruya cevap veren firmaların %3'ü dönemsel değişikliklerden ötürü bu soruya "Evet" ya da "hayır" şeklinde cevap veremeyeceklerini 2015 yılında karlılık oranlarının düşük olduğunu ancak 2014 yılında karlılık oranlarının daha iyi olduğunu belirtmişlerdir.



Kaynak: İstanbul Arel Üniversitesi, Kuyumculuk ve Taki Tasarımı Atölyesi

Genel Değerlendirme

Kahramanmaraş ilinde faaliyet gösteren sektörün özellikle imalat ile ilgili bölümü ile uğraşan kesim şehir merkezinde dağınık şekilde faaliyet göstermektedir. Kuyumcu atölyeleri şehir merkezinde Aynalı Han, Umut Han, Çinili Çarşısı, Döngel Sitesi, Remzi Sitesi, Çiçek Han, Selçuk Sitesi gibi işhanlarında konumlanmıştır. Kahramanmaraş ilinde kuyumculuk sektörünün gelişmiş olmasına rağmen üretim yapan atölyelerin yeterli genişliğe sahip olmaması üreticilerin birçok sorunla karşı karşıya kalmasına neden olmaktadır. Fiziki koşulların yetersiz olması sağlıklı üretim yapılmasını engellemektedir. Fiziki koşulların elverişli olmadığı bu alanlarda gerek çalışanların iş sağlığı ve iş güvenliği gerekse firmaların sermaye güvenliği tehdit altındadır. Sektörde kullanılan hammaddenin değerinde pahalı olması itibarıyla atölyelerin yerini belirlemede güvenlik önemli faktörlerden birisidir. Kuyumcu esnafı dağınık bir biçimde ve güvenliği bulunmayan yerlerde üretim ve işleme gerçekleştirmektedir. İmalatta kullanılan bazı kimyasal maddeler insan sağlığını ve çevreyi tehdit etmektedir. "Kahramanmaraş Kuyumcukent Projesi" ile üretim yapan firmaların bir araya geleceği, atık ve çevre konularına duyarlı bir alanın inşaa edilmesi planlanmaktadır.

Kahramanmaraş Kuyumcular Odası girişimiyle "Kahramanmaraş Kuyumcukent Projesi" için süreç 2013 yılında arsa satın alınması ile başlamıştır. Proje mevcut durumda 2016 yılı mart ayı içerisinde inşaat yapımı için ihaleye çıkma aşamasındadır. Proje kapsamında sektörde üretici konumunda olan imalatçı ve toptancı firmalara yer verilmiştir. Sektörde 5 bin civarında çalışan varken, proje ile birlikte sektörde istihdam edilecek kişi sayısının 7.000 ile 10.000 arasına çıkması planlanmaktadır. Proje ile kuyumculuk sektörü altyapısının iyileştirilmesi ve geliştirilmesi hedeflenmektedir. Bu doğrultuda sektörde kendi tasarımını yapabilen, insan sağlığı ve çevreye duyarlı, toplu üretim alanına sahip, uygun teknolojik altyapı ile donatılmış nitelikli fiziki koşullara sahip bir ihtisas bölgesinin yapılması hedeflenmektedir.

Türkiye'de iç piyasada, özellikle de Güneydoğu ve Doğu Anadolu bölgelerinde satılan 22 ayar modellerin çoğunluğu Kahramanmaraşlı firmaların üretimidir. Türkiye'nin birçok ilinde Kahramanmaraş'ta üretilen ürünler kuyumcu vitrinlerinde yer almaktadır. Kahramanmaraş kuyumcuları kaliteli işçilik, sağlam ayar, çeşitli bolluğu ve ucuz işçilik özellikleri ile tercih edilmektedir.

Sektörde Türkiye ölçeğinde önemli bir üretim kapasitesine sahip Kahramanmaraş'ta bu üretimde katma değeri artıracak özgün nitelikli ürünlerin elde edilmesine olanak sağlayacak



altyapı olanakları sınırlı düzeydedir. İlerdeki üretimler büyük ölçekli birkaç firma dışında geleneksel yöntemlerle ve bazı işletmelerde merdiven altı tarzda yapılmakta olup rekabet gücü açısından zayıf konumdadır.

Bununla birlikte yeni model ve tasarımlarla rekabet gücünü geliştirmek isteyen üreticiler ise İstanbul'da yer alan tasarım ve modelleme tedarikçilerine bağımlı kalmaktadır. Bu durum, ilave maddi maliyetlere ve zaman maliyetlerine sebep olduğu gibi özgün tasarımların başka kullanıcılar tarafından haksız yollarla elde edilmesi riskini de beraberinde getirmektedir. Bu sorunun giderilmesine ön ayak olabilmek adına ilde 3D Modelleme Merkezi, ortak tasarım merkezi, laboratuvar gibi ortak kullanım alanlarının oluşturulması sektörün gelişimine katkı sağlayacaktır.

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, El Sanatları Bölümü sorumluluğunda DOĞAKA, 2015 yılı Doğrudan Faaliyet Destek Programı kapsamında "Kahramanmaraş Tasarım ve 3D Modelleme Merkezi Fizibilitesi" hazırlanmıştır. Tasarım ve 3D Modelleme Merkezi ile sektörün ihtiyaçlarını karşılayacak modern makine ve ekipmanlar ile donatarak sektördeki işletmelere daha hızlı, kaliteli, daha düşük maliyetle, daha fazla sayıda ürün geliştirme, ürün çeşitliliğini arttırmaktır. Ayrıca kurulması planlanan merkezde tasarım konusunda uzmanlaşmış nitelikli personeller yetiştirilerek firmaların ihtiyaç duyduğu nitelikli istihdam potansiyelinin oluşturulması amaçlanmaktadır.

Üretilen ürünlerin pazarlanması, pazarlama şekilleri birçok soruna neden olabilmektedir. Ürünlerin pazarlanması farklı yollarla gerçekleştirilmektedir. Üreticinin kendisinin pazarlama yapması, şehirdeki veya başka şehirlerdeki toptanlara ürünlerin verilmesi ile pazarlamanın yapılması, gerek şehir içinde olan gerekse şehir dışından gelen çantacı olarak tabir edilen pazarlamacılar aracılığıyla pazarlamanın yapılması söz konusu pazarlama şekilleridir. Toptancılar aracılığıyla pazarlamanın yapılması üreticiler açısından daha güvenilir ve daha kolay bir yöntem iken çantacı adı verilen pazarlamacılar aracılığıyla ürünlerin pazarlanması tamamiyle güven üzerine dayanan bir ilişkiye bağlıdır. Bu pazarlama şekilleri sektörde ticaretin kayıt dışı olarak devam etmesine sebep olmaktadır.

Kuyumculuk sektöründe faaliyet gösteren atölye ve işletmelerde en temel sorunlardan birisi olan nitelikli eleman temini, bu sektörlerde çalışan veya istihdam edilebilecek düzeyde eğitim alan kişilerin mesleki yeteneklerini geliştirebilecek alanların olmaması nedeniyle oldukça sınırlı düzeyde kalmaktadır. Meslek lisesi ve üniversitede takı tasarımı bölümleri

mevcut değilken sektördeki kalifiye eleman sıkıntısı bu bölümlerin olmamasına bağlanmış- tır. Kahramanmaraş ilinde Kız Teknik ve Meslek Lisesi'nde Kuyumculuk Teknolojisi Alanı ve Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu, El Sanatları Bölümünde Geleneksel El Sanatları ve Kuyumculuk ve Takı Tasarımı bölümleri açılmıştır. Geleneksel El Sanatları ve Kuyumculuk ve Takı Tasarımı bölümüne 2012-2013 eğitim-öğretim yılında ilk kez öğrenci alınmıştır. Ancak mevcut durumda hem meslek lisesinde hem de üniversite de takı tasarımı bölümü olmasına rağmen nitelikli işgücünün halen sektörün sorunları arasında yer aldığı ancak niteliğinin değiştiği görülmüştür. Yapılan görüşmeler ve anket sonuçları incelendiğinde meslek lisesi veya meslek yüksekokulu mezunlarının sektör ile tanışmalarının sektöre göre geç yaşta gerçekleşmesi, 20-22 yaş aralığında mezunların sektörden maddi beklentilerinin daha yüksek olması, meslekte çıraklıktan yetişen işgücünün azalması, çıraklıktan yetişen işgücünün azalması ile geleneksel üretimin zamanla yerini kaybedecek olması, çıraklıktan yetişen işgücünün genel ahlaki değerler ile yetişmesi ve çırak-kalfa-usta ilişkisini sahiplenmesi ancak meslek lisesi veya meslek yüksekokulu mezunlarına yaşları itibarıyla bu ahlaki değerlerin kazandırılmasının güçlüğü gibi sebeplerden ötürü nitelikli işgücü konusu hala sektörün sorunları arasındaki yerini korumaktadır. Yapılan görüşmeler ve anketlerde nitelikli işgücü sorununun giderilebilmesi için firma sahipleri öneri olarak meslek lisesi veya meslek yüksekokulu öğrencilerinin eğitim süreleri içerisinde ders programlarına uygun olacak şekilde sektörde faaliyet gösteren firmalarda staj yapma imkanı sunmuşlardır.

Kahramanmaraş'ta kuyumculuk sektörünün tanıtımının yapılabilmesi için altın ve mücevher fuarının yapılması önemlidir. Ortadoğu Altın ve Mücevher Fuarı, 2015 yılında Kahramanmaraş'ta gerçekleştirilmiştir. Fuar, ilk olarak 2004 yılında Adana'da başlamış ve üç yıldan sonra Gaziantep'e taşınmıştır. Gaziantep'te 7 yıl boyunca katılımcıları bir araya getiren fuar 2015 yılında Kahramanmaraş iline taşınmıştır. 2016 yılından da fuarın Kahramanmaraş ilinde yapılması planlanmaktadır. Ortadoğu Altın ve Mücevher Fuarı'nın Kahramanmaraş ili ile geç buluşmasının sebebi 2015 yılı öncesinde fuar organizasyonlarına ev sahipliği yapabilecek bir fuar alanının bulunmamasından ve konaklama sorununun giderilememesinden kaynaklanmaktadır. Fuar alanı ve katılımcılar için konaklama sorununun giderilmesi ile Kahramanmaraş ili fuara ev sahipliği yapmaya başlamıştır.

Kahramanmaraş'ta kuyumculuk sektörünün gelişmesi; mesleğin aile mesleği olması-babadan oğula geçmesi, işçi maliyetlerinin ucuz olması, prestijli ve karlı bir meslek olması, sektörle ilgili atölyeler arası bilgi paylaşımı ve yardımlaşmanın olması faktörlerine dayanmaktadır.



Kahramanmaraş'ta Kuyumculuk Sektörünün Güçlü Yanları

- 🏠 Mesleğin aile mesleği olması
- 🏠 Yüksek kar marjı
- 🏠 Mesleki birliğin varlığı
- 🏠 Ucuz işgücü
- 🏠 Kaliteli işçilik
- 🏠 Çeşit bolluğu
- 🏠 Meslek Lisesi ve Üniversitede takı tasarımına yönelik bölümlerin varlığı
- 🏠 “Kahramanmaraş Kuyumcukent Projesi”
- 🏠 “Kahramanmaraş Tasarım ve 3D Modelleme Merkezi Fizibilitesi” projesi
- 🏠 “Ortadoğu Altın ve Mücevher Fuarı”na Kahramanmaraş'ın evsahipliği yapmaya başlamış olması

Kahramanmaraş'ta kuyumculuk sektörüne yönelik hazırlanan rapor kapsamında yapılan anket ve birebir görüşmelerin sonucunda sektörde kurumsallaşma ve markalaşma konularında sorunlar yaşandığı, sektör tanıtım faaliyetlerinin yeterli olmadığı, kendi öz sermayelerini kullanan firmaların hammaddeye erişimde sorunlar yaşadığı, imalat esnasında fire verilmesi nedeniyle kuyumculuk sektörü için atıklarının geri dönüşümünün sağlanmasının önemli olduğu görülmüştür.



Kahramanmaraş'ta Kuyumculuk Sektörünün Sorunları

- 🏠 Zayıf kurumsallaşma
- 🏠 Zayıf markalaşma
- 🏠 Sektör tanıtım faaliyetleri eksikliği
- 🏠 Hammaddeye erişim
- 🏠 Geri dönüşüm
- 🏠 Nitelikli işgücü yetersizliği
- 🏠 Sektörde kayıt dışılık
- 🏠 Ülkenin ekonomik durumu ve politik belirsizlikler
- 🏠 Artan rekabet koşulları
- 🏠 Merdiven altı üretim
- 🏠 Altyapı problemleri
- 🏠 Güvenlik
- 🏠 Atölyelerin fiziki koşulları
- 🏠 Kümelenmemiş, dağınık şekilde faaliyet gösteren işyerleri
- 🏠 Geleneksel üretimin zamanla yerini kaybedecek olması

Kahramanmaraş ilinde Kuyumcukent Projesinin bir an önce tamamlanması ve yapılması planlanan tasarım ve 3D modelleme merkezi sayesinde birçok yeniliğin gelişimi istihdamı beraberinde getirecek, kuyumcuların bir araya gelerek kümelenmesi ile daha hızlı gelişim sağlanacak, sektördeki tasarım ve modelleme sorunlarının çözüme kavuşma imkanı olacaktır.



Kahramanmaraş'ta Kuyumculuk Sektörünün Sorunlarına Yönelik Çözüm Önerileri

- İşyerlerinin bir araya gelerek kümelenmesi
- Üniversitede kuyumculuk ile ilgili dört yıllık eğitim veren bölümün açılması
- Staj yapma imkanın bütün firmalara yaygınlaştırılması
- “Kahramanmaraş Kuyumcukent Projesi”nin hayata geçirilmesi
- Kuyumculukla ilgili çeşitli organizasyonların düzenlenmesi ile sektörün tanıtım eksikliğinin giderilmesi
- “Kahramanmaraş Tasarım ve 3D Modelleme Merkezi Fizibilitesi” projesinin tamamlanması
- Mesleki birlik olan Kahramanmaraş Kuyumcular Odası'nın daha etkin hale getirilmesi



KAYNAKÇA

- Altın Madencileri Derneği. (2011). Madencilik Sektörü ve Altın Madenciliği Raporu.
- Altın Madencileri Derneği. (2015). <http://altinmadencileri.org.tr/> adresinden alınmıştır
- Bilici Selahattin, Kahramanmaraş'ta Kuyumculuk Faaliyetleri Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş. (2013). 2015 tarihinde alındı
- Borsa İstanbul. (2014). 12 02, 2015 tarihinde <http://www.borsaistanbul.com/veriler/verileralt/kmtp/piyasa-verileri> adresinden alındı
- Dünya Altın Konseyi İstatistikleri, World Gold Council, Gold Demand Trends. (2015). 2015 tarihinde <http://www.gold.org/supply-and-demand/gold-demand-trends> adresinden alındı
- Dünya Altın Konseyi İstatistikleri, World Gold Council, Gold Mining. (2015). 2015 tarihinde <http://www.gold.org/gold-mining/interactive-gold-mining-map> adresinden alındı
- Dünya Altın Konseyi İstatistikleri, World Gold Council, Reserve Asset Management. (2015). 2015 tarihinde <http://www.gold.org/reserve-asset-management> adresinden alındı
- Gold Survey. (2014). Thomson Reuters.
- Gold Survey. (2015). Thomson Reuters.
- İstanbul Maden ve Metaller İhracatçı Birlikleri . (2015). 2015 tarihinde <http://www.immib.org.tr/default.asp> adresinden alındı
- İzmir Ekonomi Üniversitesi, Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi Projesi İhtiyaç Analizi, Kuyumculuk Sektör Raporu. (2012). Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi Projesi İhtiyaç Analizi, Kuyumculuk Sektör Raporu. İzmir.
- Kahramanmaraş Kuyumcular Odası Başkanlığı. (2015). Kahramanmaraş Kuyumcukent İhtisas Sanayi Sitesi Fizibilite Raporu. Kahramanmaraş.
- Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu, El Sanatları Bölümü. (2015). Kahramanmaraş Tasarım ve 3D Modelleme Merkezi Fizibilitesi. Kahramanmaraş.
- Karakaş Atlantis Kıymetli Madenler Telekomünikasyon Sanayi ve Ticaret AŞ. (2012). Halka Arz Fiyat Tespit Raporu .
- LGS-LYS Sistemleri. (2015). 2015 tarihinde <http://www.ygslyssistemi.com/tab-an-lar/2-yillik-2014-2015-taban-puanlari-ygs-lys/kuyumculuk-ve-taki-tasarimi-2014-2015-onli-sans-2-yillik-taban-puanlari-2015-ygs-lys-tercih-donemi-icin.html> adresinden alındı



Maden Tetkik ve Arama Genel Müdürlüğü. (2015). 12 07, 2015 tarihinde http://www.mta.gov.tr/v2.0/indexb.php?id=maden_yataklari adresinden alındı

TC. Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı. (2011). Kahramanmaraş İli Kuyumculuk Sektör Araştırma Raporu. Kahramanmaraş.

TC. Ekonomi Bakanlığı, Hammadde ve Temel Girdiler Analiz Dairesi. (2015). EMTİA Raporu, Metaller ve Mineraller/Kıymetli Metaller. Ankara.

TC. Ekonomi Bakanlığı, İhracat Genel Müdürlüğü, Maden, Metal ve Orman Ürünleri Daire Başkanlığı, Altın Mücevherat Sektör Raporu. (2014). Altın Mücevherat Sektörü. Ankara.

TC. Kalkınma Bakanlığı, Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018, Madencilik Politikaları Özel İhtisas Komisyonu Raporu 2023. (2015). Ankara.

The Silver Institute, Supply&Demand. (2015). 2015 tarihinde <https://www.silverinstitute.org/site/supply-demand/> adresinden alındı

The Silver Institute, World Silver Survey . (2015). Thomson Reuters. 2015 tarihinde <https://forms.thomsonreuters.com/gfms/> adresinden alındı

Thomson Reuters. (2015). 2015 tarihinde Thomson Reuters: <https://forms.thomsonreuters.com/gfms/> adresinden alındı

Trade Map. (2015). 2015 tarihinde Trade Map: [http://www.trademap.org/\(X\(1\)S\(lznuxp2sjd-111jfbdxek3i\)\)/Index.aspx](http://www.trademap.org/(X(1)S(lznuxp2sjd-111jfbdxek3i))/Index.aspx) adresinden alındı

TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri. (2014). 12 01, 2015 tarihinde TÜİK: <https://biruni.tuik.gov.tr/disticaretapp/menu.zul> adresinden alındı

World Gold Council, Gold Demand Trends . (2011). World Gold Council. 2015 tarihinde <http://www.gold.org/supply-and-demand/gold-demand-trends> adresinden alındı

World Gold Council, Gold Demand Trends . (2012). World Gold Council. 2015 tarihinde <http://www.gold.org/supply-and-demand/gold-demand-trends> adresinden alındı

World Gold Council, Gold Demand Trends . (2013). World Gold Council. 2015 tarihinde <http://www.gold.org/supply-and-demand/gold-demand-trends> adresinden alındı

World Gold Council, Gold Demand Trends . (2014). World Gold Council. 2015 tarihinde <http://www.gold.org/supply-and-demand/gold-demand-trends> adresinden alındı

World Gold Council, Gold Demand Trends, Second Quarter. (2015). World Gold Council. 2015 tarihinde <http://www.gold.org/supply-and-demand/gold-demand-trends> adresinden alındı

EK-1 GÖRÜŞME YAPILAN FİRMALARIN LİSTESİ

Firma Adı	Görüşülen Kişi
Kuyumcular Odası Başkanlığı	Hacı Mustafa Öz
Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Kahramanmaraş Meslek Yüksekokulu El Sanatları Bölüm	Hakan Özger
Seçkingold	Murat İpçioğlu
Goldmar Kuyumculuk	Halit Dama
Ecmel Kuyumculuk	Mehmet Kızmaz
Güven Gümüş	Ali Güvener
Hakan Gümüş	Hakan Akgüngör
Eda Kardeşler	Ali Demirciler
Önder Kuyumculuk	Seyfullah Küçükönder
Bulut Yıldızcılık	Ali Bulut
Neris Kuyumculuk	Osman Bozoğlan
By Öz Gold	Hacı Mustafa Öz
Mar-İş	Mahmut Çilköse
Zümrüt Kuyumculuk	Süleyman Değirmenci
Ardıç Kuyumculuk	Ahmet Ardıç
Mebey Gold	Mesut Boyraz - Beytullah Ateştemur
Çevirciler Kuyumculuk	Fatih Akpınar
Nas Gold	Nihat Açksarı
Goldmar	Yavuz Ahras
Kandeğer Kuyumculuk	Uğur Kandeğer
Güven Ayar Evi	Emrah Çınar
Güven Kuyumculuk	Halil Geyik



Firma Adı	Görüşülen Kişi
Kuzey Alyans	Özkan Karataş
Zinfa Gold	Harun Çamsan
Sıla Kuyumculuk	Serdar İspir
Atilla Kuyumculuk	Atilla Çokgezer
Sarıca Kuyumculuk	Ökkeş Sarıca
Altuntaş Kuyumculuk	Ferhat Taşgetiren-Mustafa Ceyhan
Öz Eda Gold	İsmail Doğrubakan-İlyas Yiğit-Hasan Doğrubakan
Pekeren Kuyumculuk	Ömer Pekeren
Altın Halat	Faruk Sevgili
Atakan Kuyumculuk	Ahmet Atakan
Servet Gold	Servet Güzeldemirci
Kıncı Kaan Kuyumculuk	Fatih Kıncı
Nizam Kuyumculuk	Mustafa Tımarcıoğlu
Gülüstan	Yücekan Tımarcıoğlu
Bereket Kuyumculuk	Murat Mezdeği
Özdemir Kuyumculuk	Nihat Özdemir
Nida Kuyumculuk	Abdullatif Ağgürbüz
Maraş Kuyumculuk	Sami Burun
Sarraı Kuyumcu	İsmail Alcı
Afif Kuyumculuk	Mehmet Bekereci

EK-2 ANKET FORMU

Genel Bilgiler

1. Anketi dolduran kişi veya kişilerin adı ve soyadı

2. Anketi dolduran kişi veya kişilerin görevleri

3. Anket ile ilgili irtibat kişinin adı soyadı

4. Anket ile ilgili irtibat kişinin e-mail adresi

5. Anket ile ilgili irtibat kişinin cep telefonu numarası

Firmaya Ait Genel Bilgiler

1. Firmamızın Adı

2. Firmamızın Bulunduğu İlçe

3. Firmamız aşağıdakilerden hangi yapıdadır?

- AŞ.
- LTD. ŞTİ.
- Şahıs Şirketi
- Atölye
- Esnaf
- Gelir Vergisi



4. Firmanız kaç yıldır faaliyet gösteriyor?

- 1-5 yıl
- 5-10 yıl
- 10-15 yıl
- 15-20 yıl
- 20-25 yıl
- 25 yıldan fazla

5. Firmanızda çalışan personel sayısı nedir?

- 1-3
- 3-5
- 5-10
- 10-20
- 20-30
- 30'dan fazla

6. Firma bir aile şirketi mi?

- Evet
- Hayır

7. Firma ortaklar tarafından mı yönetiliyor?

- Evet
- Hayır

8. Cevabınız Evet ise kaç ortak tarafından firma yönetilmektedir?

- 1
- 2-5
- 6-10
- 11-50
- 50'den fazla

9. Firma sahibi tarafından mı yoksa profesyonel yönetici tarafından mı yönetilmektedir?

- Sahibi tarafından
- Profesyonel yönetici tarafından

10. Firmanın yönetiminden sorumlu kişinin eğitim durumu nedir?

- İlkokul
- Ortaokul
- Lise
- Meslek yüksekokulu
- Üniversite
- Yüksek Lisans
- Doktora

11. Firmanın yönetiminden sorumlu kişi kuyumculukla ilgili mesleki eğitim-kurs aldı mı?

- Evet
- Hayır

12. Eğitim ihtiyaçlarınız nelerdir? (Birden fazla tercihte bulunabilirsiniz.)

- Mesleki eğitim
- Pazarlama
- Teknolojiye adaptasyon
- Hammadde işleme teknikleri
- Makine-kimyasal kullanımı
- Pazarlama, mesleki eğitim
- Tasarım

13. Firmanızda hangi birimler mevcuttur? (Birden fazla tercihte bulunabilirsiniz.)

- Üretim
- Pazarlama
- Muhasebe
- Halkla ilişkiler
- Perakende satış



14. Firmanızın tasarım bölümü var mı?

- Evet
- Hayır

15. Firmanızın ürünleri nelerdir?

- Altın
- Gümüş

16. Altın ise ne tür ayar üretimi yapılmaktadır? (Birden fazla tercihte bulunabilirsiniz.)

- 8
- 14
- 18
- 21
- 22

17. Firmanızın kalite standartlarını belgeleyen herhangi bir sertifikanız var mı?

- Evet
- Hayır

18. Cevabınız Evet ise bu kalite belge veya belgeleri nelerdir?

.....
19. Almayı planladığınız kalite standardı belge veya belgeler var mıdır?

.....
20. Hangi çeşit üretim yapıyorsunuz? (Birden fazla tercihte bulunabilirsiniz.)

- Döküm
- Otantik el işi
- Pres
- Örgü bilezik
- Telkâri

21. Yıllık toplam cironuz nedir? (Cevap vermek istememeniz durumunda soruyu boş bırakabilirsiniz.)

- 1.000.000TL'den az
- 1.000.000-2.999.999TL
- 3.000.000-5.999.999TL
- 6.000.000-9.999.999TL
- 10.000.000-15.999.999TL
- 16.000.000-24.999.999TL
- 25.000.000-49.999.999TL
- 50.000.000TL ve üstü

22. Müşteri portföyünüz hangi bölgelerdir? Soru bölge bazlı olmasına karşın tercih edilen bölgeler içerisinde hangi illerin portföyünüzde yer aldığını da belirtebilir misiniz? (Örnek: Marmara Bölgesi: İstanbul) (Birden fazla tercihte bulunabilirsiniz.)

- Akdeniz Bölgesi
- Doğu Anadolu Bölgesi
- Ege Bölgesi
- Güneydoğu Anadolu Bölgesi
- İç Anadolu Bölgesi
- Karadeniz Bölgesi
- Marmara Bölgesi

23. Firmanız ağırlıklı olarak hangi ülkelerle ticaret yapmaktadır? (Birden fazla tercihte bulunabilirsiniz.)

- AB ülkeleri
- Ortadoğu ülkeleri
- Orta Asya Türk Cumhuriyetleri
- Kuzey Amerika ülkeleri
- Çin, Japonya ve Uzakdoğu ülkeleri
- Rusya, Ukrayna
- Dış ticaretimiz bulunmamaktadır.



24. En son almış olduğunuz kredinin amacı neydi? Lütfen en önemlide en önemsizye doğru en çok 3 seçenek işaretleyiniz. (1: Çok önemli.3: En az önemli)

- Yeni işletme kurmak
- Ürün süreçlerinde yenilik
- Kapasiteyi artırmak
- Yeni pazarlara girmek
- Nakit ve çalışma seviyesini artırmak
- Etkinliği artırmak
- Gayrimenkul almak
- Makine ve ekipman satın almak
- Fabrikanın yenilenmesi
- Hammadde/maden temini

25. İhracat yapıyor musunuz? İhracat miktarınız nedir?

İhracat Miktarı:

26. İhracat yapıyorsanız 2014 yılında hangi ülkelere ihracat yaptığınızı belirtiniz.

.....

27. İhracatla ilgili yaşadığınız sorunların nedenlerini önem sırasına göre belirtiniz.

1: Çok önemli.6: Daha az önemli

Sorunlar:

- Satış yapacak pazar bulamama
- İç pazarın daha karlı olması
- Formalitelerin çokluğu
- Dış piyasada rekabetin zorluğu
- Kapasitenin yetersiz olması
- Diğer.

28. İhracatın cironuzdaki payı nedir?

%

29. İşletmenizin ihracattaki hedef kitlesi hangi ülke/ülkelerdir?

.....

30. İşletmeniz yeni pazarlara açılmayı düşünüyor mu? Cevabınız Evet ise bu pazarlar hangileridir?

- Hayır
- Evet

31. Firmanızın uluslararası herhangi bir kurum veya kuruluşla bir bağlantısı var mıdır? Varsa lütfen isimlerini sıralayınız?

.....

32. Firmanızın büyüme stratejisi var mı?

- Evet
- Hayır

33. Cevabınız Evet ise aşağıdaki büyüme stratejilerinden size uygun olanı işaretleyiniz.

- Modernizasyon stratejisi
- Birleşme stratejisi
- Başka bir işletmeyi satın alma stratejisi
- Ortak girişim
- Diğer

34. İşletmenizi büyümeye teşvik eden nedenlerden size uygun olanlarını önem derecesine göre sıralayınız. 1: Çok önemli.3: Daha az önemli

- Fiyat/maliyet avantajı yaratması
- Kalitenin artması
- Ürün çeşidini artırmak



- İleri teknoloji temin etmek
- İşletmenin coğrafi konumu
- Teşvikler ve devlet destekleri
- Hammadde temininde kolaylık
- Rekabette üstünlük sağlamak
- Diğer.....

35. Size göre işletmenizin büyümesinde karşılaştığınız en önemli 3 sorun nedir? Lütfen önem derecesine göre sıralayınız. 1: Çok önemli.3: Daha az önemli

- Yeterli sermayenin olmaması
- Gerekli teknolojiye sahip olunmaması
- Ar-ge ve inovasyon çalışmalarının yetersiz olması
- Bürokrasi
- İhracat yapabilme kabiliyetinin olmaması ya da yetersiz olması
- Kalifiye personel azlığı
- Rekabet gücünün yetersiz olması
- Diğer

36. Firmanızın geçmiş yıllarda büyümesini sağlayan 3 önemli faktörü lütfen önem derecesine sıralayınız. 1: Çok önemli.3: Daha az önemli

- Geniş müşteri kitlesine sahip olmak
- Doğru teknoloji ve ekipmanı kullanmak
- Yeni ürün veya hizmetleri piyasaya sunmak
- Karar alma süreçlerinin hızlı işlemesi
- Yeterli finansal kaynaklara sahip olmak
- Uzmanların bilgisinden yararlanmak
- Diğer

37. İşletmeniz sektörünü ve teknolojiyi nasıl takip ediyor?

Patent Veritabanları	
İnternet	
Sektörel Dergiler	
Rakipler	
İş Ortakları	
Müşteriler	
Pazar Araştırmaları	
Fuarlar	

38. Yararlanılan Ar-Ge ve diğer destekler nelerdir?

TÜBİTAK	
Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı	
KOSGEB	
TTGV	
Ekonomi Bakanlığı	
Diğer	

39. İşletmeniz fikri hakları; işletmenin marka tescili, patenti/faydalı modeli/ tescilli endüstriyel tasarımları var mıdır?

- Evet
- Hayır

40. Cevabınız Evet ise belgesini aldığınız ürünler nelerdir?

41. Yeni teknoloji talebiniz var mı?

- Evet
- Hayır



42. Cevabınız Evet ise neden böyle bir teknolojiye ihtiyaç duyuyorsunuz?

.....
Bu teknoloji ile çözülecek sorunlar nelerdir?
.....

43. En son zaman üretim teknolojisi modernizasyonu yatırımı yaptınız?

- 1-3 yıl önce
- 4-5 yıl önce
- 6 yıl önce
- Teknoloji modernizasyonu yapmadık

44. İşletmenizin mevcut üretim kapasitesinin yüzde kaçını ile üretim yapmaktasınız?

%.....

45. Kapasite kullanım oranınız düşükse bunun nedenleri nelerdir? Lütfen önem sırasına göre numaralandırınız? 1: Çok önemli, ...3: Daha az önemli

- Finansman sorunları
- Hammadde temininde güçlükler
- Pazar bulamama (iç ve dış)
- Teknolojik yetersizlikler

46. Ar-Ge faaliyetlerine yönelik bir talebiniz var mı?

.....
47. Markalaşma çalışmaları düşünüyor musunuz?
.....

48. Pazarlama ve markalaşma konularında sorunlar yaşıyor musunuz?

- Evet
- Hayır

49. Cevabınız Evet ise bu sorunların giderilmesinde neyin katkısı olacağını düşünüyorsunuz?

.....
(Kuyumcukent, Altınşehir, 3D modelleme merkezi vb. gibi oluşumların markalaşma yönünde katkısı olacağını düşünüyor musunuz?)

50. Sektörde Ar-Ge ve Ür-Ge faaliyetlerinin yapılacağı ortak tasarım merkezi, laboratuvar, Altınşehir, 3D modelleme merkezi gibi ortak kullanım alanlarının yapılmasını ister misiniz?

- Evet
- Hayır

51. "Altın Şehir Projesinde" yer alıyor musunuz?

- Evet
- Hayır

52. Kurumsal kapasitenin artırma yönelik eğitim talebiniz var mıdır?

.....
53. Ürünlerinizde yenilik için hangi araştırmaları yapıyorsunuz? (Birden fazla tercihte bulunabilirsiniz.)

- Fuarlar
- İnternette araştırma
- Tasarım araştırmaları
- Müşterinin isteğine göre
- Reklam, dergilerde

54. Müşterilerin Kahramanmaraş kuyumcularını tercih nedenleri nelerdir?

- Çeşit bolluğu
- Ucuz işçilik
- Siparişlerin zamanında teslimi
- Ulaşım kolaylığı
- Güvenilirlik
- Teknolojik üretim



55. Mevcut işyeriniz kaç m²'dir?

- 1-20
- 21-50
- 51-100
- 101-200
- 201-400
- 401-600

56. Faaliyet alanınız ile ilgili olarak üniversiteler ile işbirliği yapmakta mısınız?

- Evet
- Hayır

57. Cevabınız Evet ise hangi üniversite veya üniversitelerle işbirliği yaptığınızı belirtir misiniz?

58. 56. soruda cevabınız Evet ise hangi alanlarda işbirliği yapmaktasınız?

59. Beşeri sermaye konusunda bulunduğunuz bölgede sıkıntı yaşamakta mısınız?

- Evet
- Hayır

60. Cevabınız Evet ise beşeri sermaye sıkıntısını aşmak için önerileriniz nelerdir?

61. 10 yıl öncesine göre firmanızın karlılığının arttığını düşünüyor musunuz?

- Evet
- Hayır

62. Cevabınız Evet ise bunu sağlayan faaliyetleriniz nelerdir?

63. Cevabınız Hayır ise bunun sebeplerini belirtir misiniz?

64. Önümüzdeki üç yıl içerisinde üretim ve satış miktarlarındaki değişime yönelik hedefleriniz nelerdir?

Satış: %..... Üretim: %.....

65. Sektörde siparişe göre hammadde teminine kolay erişim sağlayabiliyor musunuz?

- Evet
- Hayır

66. Makine firmalarının verdiği servis hizmetinden memnun musunuz?

- Evet
- Hayır

67. Makine firmalarının yeni teknolojilerin tanıtımına yönelik etkinlik düzenlenmesini ister misiniz?

- Evet
- Hayır

68. Kurulması planlanan Altın Şehir projesinde aşağıdaki sistemlerden hangisinin olmasını istersiniz? (Birden fazla tercihte bulunabilirsiniz.)

- Artma
- Aydınlatma
- İşyeri kontrolü merkezi ısıtma/soğutma
- Merkezi ısıtma/soğutma
- Havalandırma
- Filtre Sistemi

69. Geridönüşümü sağlamak amacıyla atıklar saklanıyor mu?

- Evet
- Hayır

70. Atıkların geri dönüşümü hangi yöntemle saklanıyor?

- Kal Ramatı
- Kimya Ramatı
- Kal Ramatı, Kimya Ramatı

Yayında emeği geçen Ajans Personelerimize teşekkür ederiz.
Genel Yayın Koordinasyon Erva Zeynep BUDAK, Figen GÖKŞEN
Fotoğraf Serhat Zafer ÜLGÜR

