

# PVC PLASTİK ve ALÜMİNYUM KAPI-PENCERE SİSTEMLERİ SEKTÖRÜ MEVCUT DURUM ANALİZİ



MERSİN TİCARET VE  
SANAYİ ODASI

HAZİRAN 2010

## PVC PLASTİK ve ALÜMİNYUM KAPI-PENCERE SİSTEMLERİ SEKTÖRÜ MEVCUT DURUM ANALİZ SONUÇLARI

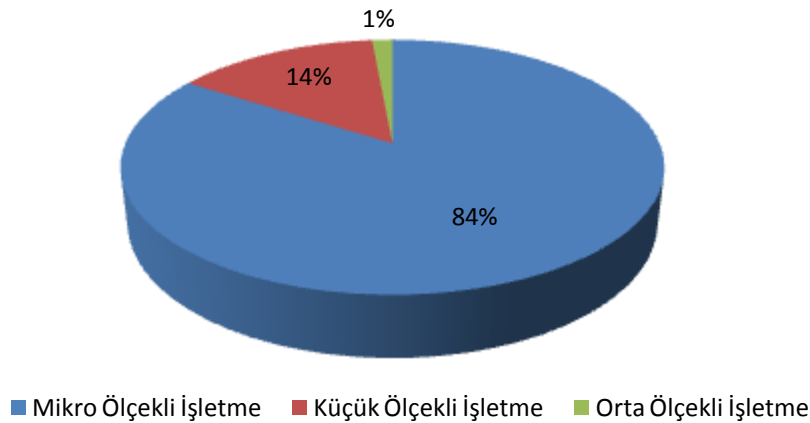
PVC kapı, pencere sistemleri 1981’li yıllarda Türkiye’ye girmiş ve kullanımı hızlı bir ivme kazanmıştır. Getirdiği avantajlar nedeniyle pazarını hızla geliştiren PVC ürünlerinde, yatırımların talebe paralel olarak arttığı gözlenmektedir. PVC ürünlerine olan ilginin bir başka göstergesi ise, sonu “pen” ile biten satış mağazalarının sürekli olarak artış göstermesidir.(PVC Dış Cephe Kaplama Sektör Raporu,iTO,2004)

Odamız Meslek Gruplarından gelen talepler doğrultusunda; İlimizde yer alan ilgili meslek grubunun faaliyet alanının genel durum tespitinin yapılması ve sektörde yaşadıkları sorunların belirlenmesine yönelik araştırmalar kapsamında; Mersin Ticaret ve Sanayi Odası 41. “Plastik ve Kimyasal Maddeler Sanayi” Meslek Grubunun altında yer alan “PVC PLASTİK ve ALÜMİNYUM KAPI-PENCERE SİSTEMLERİ” alt sektörüne yönelik olarak bu çalışma gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, sektörün ilimizdeki mevcut durumunun, güçlü ve zayıf yönlerinin tespit edilmesi ve işletmelerin Odamızdan beklentilerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda, Odamız üyesi olan işletmeler ve PVC profil üretimi yapan işletmelerin ilimiz merkezinde yer alan bayileri toplamında 123 işletme yöneticisine yüz yüze anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. İşletmelerden gelen cevapların analizleri aşağıdaki gibidir.

### 1-İŞLETMELERİN YAPILARINA GÖRE DAĞILIMI

PVC plastik ve alüminyum kapı ve pencere sistemleri sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin yapıları ile ilgili ankete verdikleri cevaplar kapsamında; sektörün %84’ünü mikro ölçekli , %14’ünü küçük ölçekli ve %1’ini orta ölçekli işletmeler oluşturmaktadır.

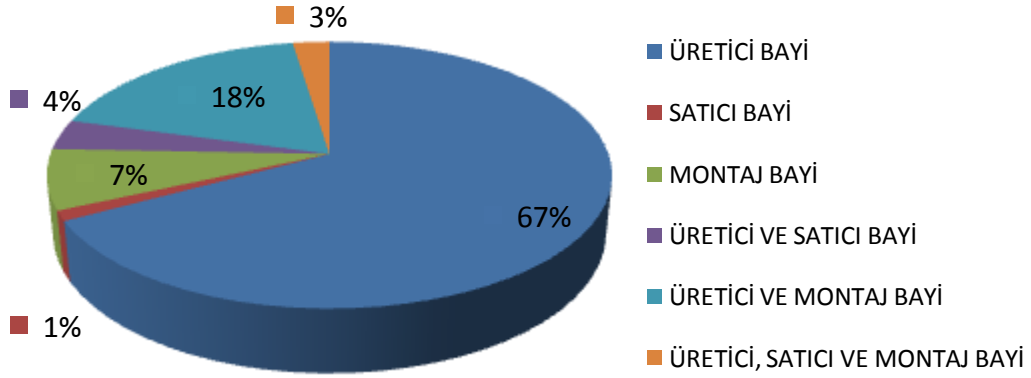
### İŞLETMELERİN NİTELİKLERİNE GÖRE DAĞILIMI



### 2-İŞLETMELERİN FAALİYET ALANI ve PERSONEL DAĞILIMI

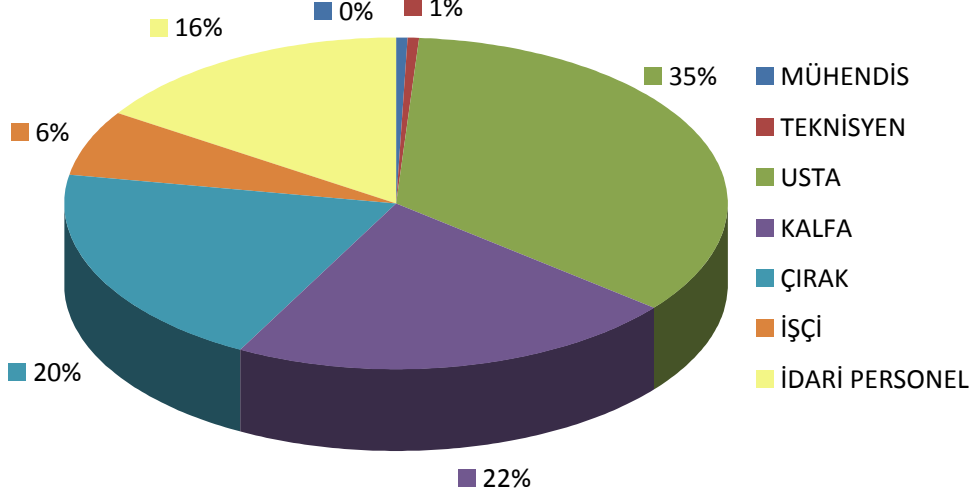
İşletmelerin sektördeki faaliyet alanlarını belirtmelerine ilişkin verdikleri cevaplara göre, sektörün %67’sini üretici bayi, %18’ini hem üretici ve hem montaj bayi, %7’sini montaj bayi, %4’ünü hem üretici hem satıcı bayi, %3’ünü üretici, satıcı ve montaj bayi, %1’ini ise sadece satıcı bayi oluşturmaktadır.

### FİRMALARININ ANA FAALİYET ALANINA GÖRE DAĞILIMI



Sektörde çalışan personelin %35'ini usta, %22'sini kalfa ve %20'sini çırak oluşturmaktadır. Geriye kalan %23'ü ise idari personel, işçi, teknisyeni kapsamaktadır.

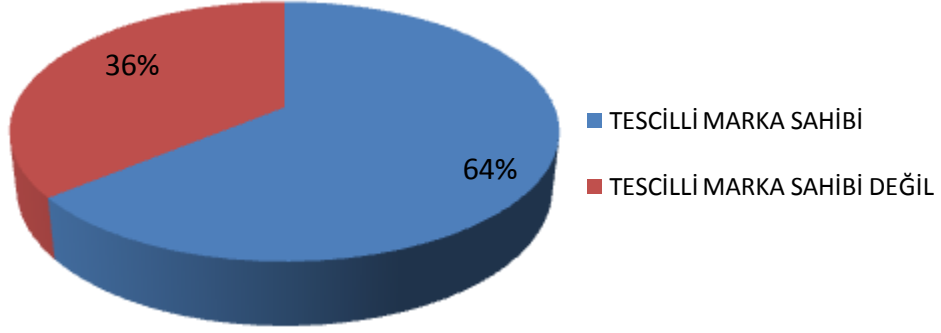
### ÇALIŞAN PERSONELİN GÖREVLERİNE GÖRE DAĞILIMI



### 3-TESCİLLİ MARKA

İşletmelerin tescilli marka sahibi olmaları ile ilgili soruya verdikleri cevaba göre; işletmelerin %64'ü tescilli marka sahibi olduğunu, %36'sı ise tescilli markası olmadığını belirtmişlerdir.

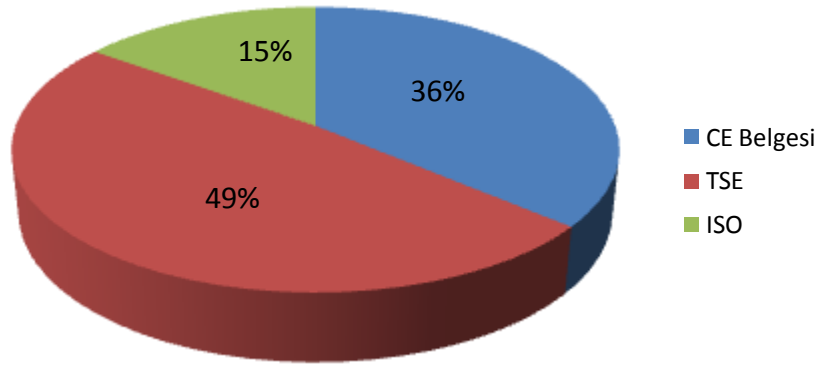
### TESCİLLİ MARKASI OLAN İŞLETMELERİN DAĞILIMI



### 4-İŞLETMELERİN SAHİP OLDUĞU BELGELERİN DAĞILIMI

İşletmelerin sahip oldukları belgelerin dağılımına bakıldığında, %49'u TSE, %36'sı CE ve %15'i ISO belgesine sahiptirler.

### SAHİP OLUNAN BELGELERİN DAĞILIMI

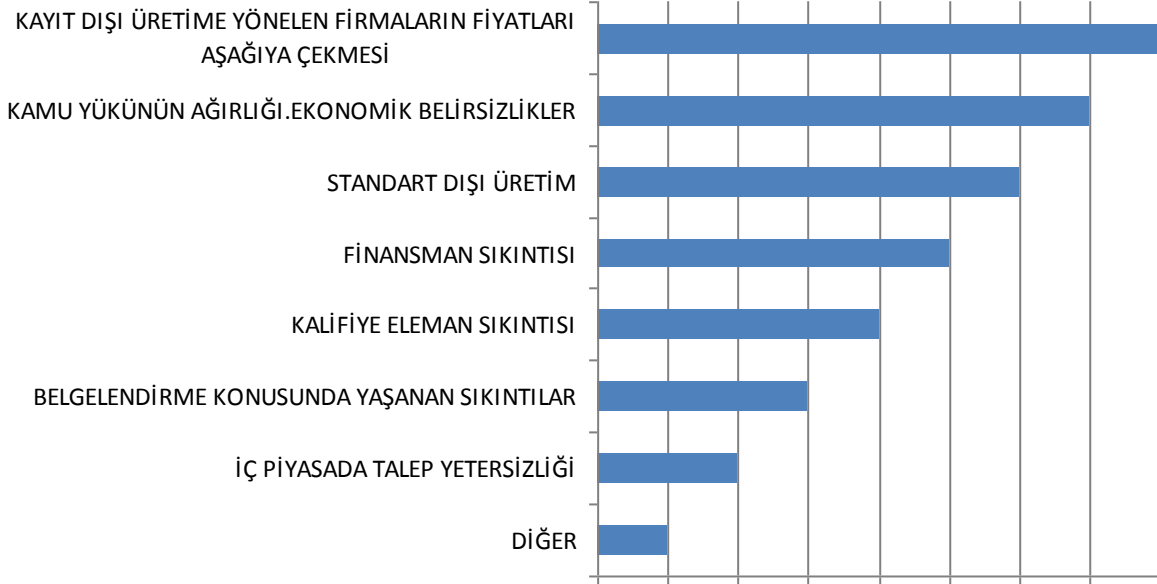


### 5-İŞ YAŞAMINDA KARŞILAŞILAN SORUNLAR

İşletme yöneticilerinden iş yaşamında karşılaştıkları sıkıntıları belirtmelerine yönelik kendilerine uygun olan cevabı önem dercesine göre sıralamalarının istendiği soruya gelen cevaplara bakıldığında ilk sırada kayıt dışına yönelen firmaların fiyatlarını aşağıya çekmesinden dolayı haksız rekabet ortamının mevcut olması gelmektedir. İkinci sırada ise kamu yüklerinin ağırlığının, kayıt dışı üretim yapanlarla olan rekabeti olumsuz etkilemesi ve ekonomideki belirsizliklerin yoğun bir şekilde yaşandığı ortamda geneli mikro ölçek yapısında olan KOBİ'lerin ayakta durma konusunda yaşadıkları güçlükler yer almaktadır. Üçüncü sırada ise firmaların yetkili üreticilerine getirdikleri belirli standartlar olmasına karşın bazı üretici firmaların PVC içerisinde kullanılması gereken saç miktarı, menteşeler vb. malzemelerde eksik veya belirtilen özellikte olmayan maddeler kullanması yani standart dışı üretim yapılması sorununun geldiği gözlenmektedir. İşletmelerin özellikle finansal kaynak bulma konusunda yaşadıkları zorlukların etkisi ile finansman sıkıntıları dördüncü sırada yer almaktadır. Sektörde yaşanan finansman sorununu; kalifiye eleman yetiştirilmesi ve belgelendirme konusunda yaşanan sıkıntılar, iç piyasada yaşanan talep yetersizliği ve işletmelerin belirtilen sıkıntılar dışında yer alan

diğer başlığı altında değerlendirilen hammadde/ara malı fiyatlarının yüksek olması ve sektörde çok fazla işletmenin faaliyet göstermesinden dolayı rekabette yaşanan güçlükler takip etmektedir.

### SEKTÖRDE YAŞANAN SIKINTILARIN DAĞILIMI



### 6-REKABET ORTAMININ ETKİNLİĞİ İÇİN YAPILMASI GEREKENLER

İşletmelere rekabet ortamının etkinliği için yapılması gerekenler hakkında görüşlerini sorduğumuzda, işletmelerin önemli çoğunluğu sektörde çok fazla merdiven altı üretici yani kayıt dışı üretim yapan işletmenin mevcut olduğunu, söz konusu işletmelerin rekabet ortamında diğer işletmeler ile eşit koşullarda olmamalarından dolayı piyasada haksız rekabet ortamı yaratıldığını belirtmişlerdir. Bu noktada yapılması gerekenler arasında, devletin söz konusu ortamı kontrol altına alması için denetimlerini arttırması gerektiğini belirtmişlerdir. Rekabet ortamının etkinliği için uygulanabilecek başka bir faaliyet ise kaliteli ürün kullanımı konusunda tüketicinin bilinçlendirilmesi, üreticilerin kaliteli üretim yapmaya teşvik edilmesi ve üretim sonucunda çıkan ürünlerin standartlara uygunluğunun denetimlerinin etkin bir şekilde yapılması görüşleri yer almaktadır.

Araştırmaya katılan işletmelerin bir kısmı ise büyük ölçekte PVC üretimi yapan işletmelerin, bayilik verirken; bayilik verecekleri işletmelerin buldukları konum dikkate alınarak bayilik verilmeleri rekabet ortamının etkinliği için yapılması gerekenler arasında olduğunu belirtirken, diğer kısmının ise sektöre yönelik fuar, reklam vb. tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine ağırlık verilmesinin ve sektöre ait sanatkârlar odası veya dernek olmasının rekabet güçlerini arttıracığı düşüncesi içerisinde oldukları görülmektedir.

## 7-İŞLETMELERİN REKABET ÇEVRESİ İLE İLGİLİ BULGULAR

### İŞLETMELERİN RAKİPLERİNE GÖRE ÜSTÜN OLDUKLARI ALANLAR

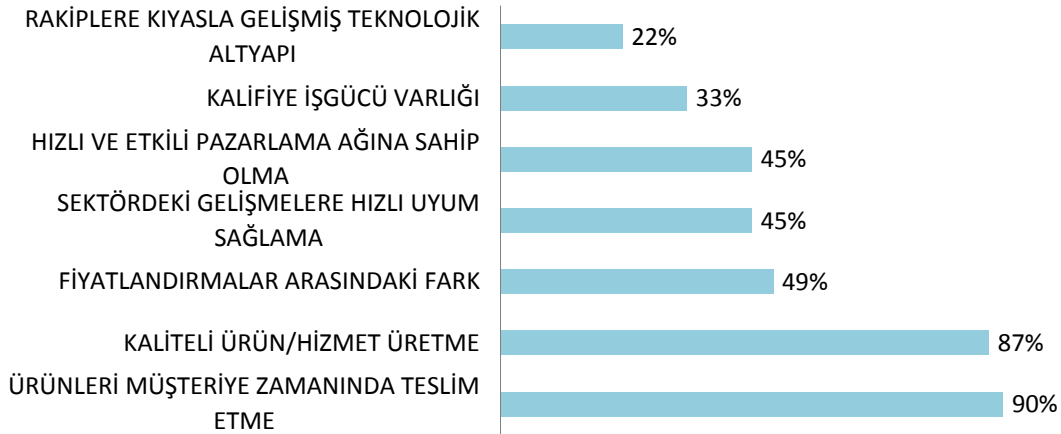
Araştırmanın bu bölümünde işletme sahiplerine aynı sektörde faaliyet gösteren benzer işletmelere göre üstün oldukları yönleri belirtmeleri istenmiştir.

Yöneticilerin %90'ı ürünleri müşteriye zamanında teslim etme yönünden rakiplerine kıyasla üstün olduklarını belirtirken, buradan işletmelerin büyük bölümünde hem işgücü hem de makine ve donanım açısından yeterli kapasiteye sahip olduğu sonucuna ulaşılabilmektedir. %87'si ise kaliteli ürün ve hizmet üretme konusunda üstün olduklarını belirtmişlerdir.

Yarıya yakın yönetici fiyatlandırmalar arasındaki farkın rakiplere kıyasla güçlü yönleri arasında yer aldığını düşünmektedir. Küçük ölçekli işletme olmanın avantajı ile sektördeki gelişmelere hızlı bir şekilde uyum sağlandığı görüşünde olan %45 oranındaki yönetici, aynı zamanda işletmenin hızlı ve etkili pazarlama ağına sahip olmalarını üstünlük olarak belirtmişlerdir. Nitekim işletmelerin yaklaşık olarak yarısının pazarlama konusunda sıkıntı yaşamadıkları anlaşılmaktadır.

Ancak işletmelerin sadece üçte biri kalifiye işgücüne sahip olmalarını avantaj olarak belirtirken, %22'si rakiplerine kıyasla daha gelişmiş teknolojik altyapıya sahip olduklarını belirtmişlerdir. Burada işletmelerin önemli bölümünün küçük ölçekli olmasından kaynaklı olarak sahip olunan teknoloji ve nitelikli işgücü varlığının yetersiz olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

### İŞLETMELERİN RAKİPLERİNE GÖRE ÜSTÜN OLDUKLARI ALANLAR



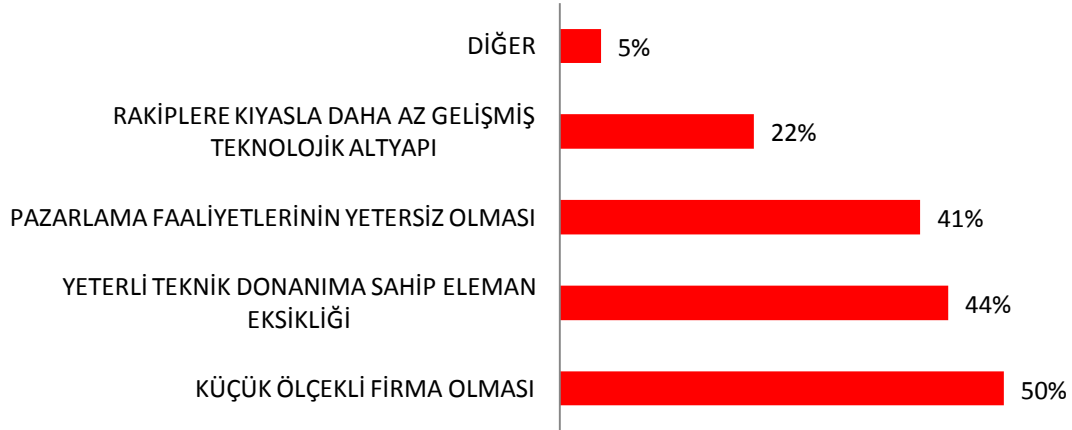
### İŞLETMELERİN RAKİPLERİNE GÖRE ZAYIF OLDUKLARI ALANLAR

İşletme yöneticilerinden aynı sektörde faaliyet gösteren benzer işletmelere göre işletmelerinin zayıf oldukları alanları belirtmeleri istenmiştir.

İşletmelerin yarısının küçük ölçekli işletme yapısına sahip olmasının rakiplerine kıyasla en önemli zayıflıkları olduğunu belirtirken ve buna bağlı olarak yeterli donanıma sahip eleman istihdam edememe, pazarlama faaliyetlerinin yetersizliği, rakiplerine kıyasla teknolojik alt yapının daha az gelişmiş olmasının güçsüz yönleri arasında yer aldığını ifade etmişlerdir. İşletmelerin küçük ölçekli yapıya sahip olmasının hem güçlü hem zayıf yönler arasında yer aldığı dikkat çekerken, söz konusu

yapının getirmiş oldukları zayıflıkları yukarıda üstün oldukları alanlardan da tespit edildiğinden birbirini örtüştüğü görülmektedir. Belirtilen haricinde; diğer seçeneği altında işletmelerin belirlediği zayıf yönleri arasında; küçük ölçekli işletme yapısı niteliğinde olmanın getirdiği kurumsal yapının eksik olması, kayıt dışı üreticiler ile aradaki fiyat farklılıkları, finansal destek bulmada yaşadıkları sıkıntıların yer aldığı gözlenmektedir.

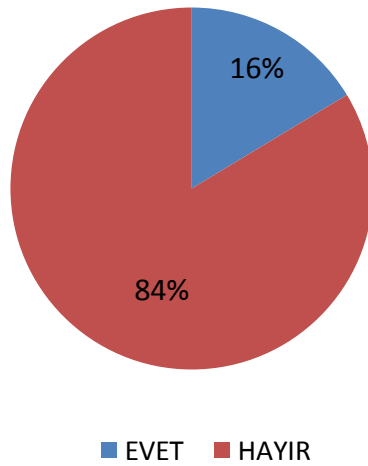
### İŞLETMELERİN RAKİPLERİNE GÖRE ZAYIF OLDUKLARI ALANLAR



### 8-MTSO 41.MESLEK GRUBU FAALİYETLERİ HAKKINDA GÖRÜŞLER

Çalışmaya katılan işletmelere, Odamız 41. “Plastik ve Kimyasal Maddeler Sanayi” Meslek Grubunun altında yer alan “PVC PLASTİK ve ALÜMİNYUM KAPI-PENCERE SİSTEMLERİ “ alt sektörünün faaliyetleri hakkında bilgileri olup olmadığı ile ilgili sorduğumuz soruya %84’ü bilgi sahibi olmadığını, %16’sı ise faaliyetleri takip ettiklerini belirtmişlerdir. Bilgi sahibi olmayan işletme yöneticilerinin sayısının fazla olması işletmelerin büyük bölümünün esnaf odalarına kayıtlı olmasından kaynaklanmaktadır.

### MTSO MESLEK GRUBU FAALİYETLERİ HAKKINDA BİLGİ SAHİBİ OLAN İŞLETMELERİN DAĞILIMI



İşletme yöneticilerine Meslek Komitesinin daha etkin çalışması için görüş ve önerilerinin de sorulduğu çalışmada verilen cevaplar komite faaliyetlerinden bilgi sahibi olanlar ve olmayanların görüşleri olmak üzere iki türlü değerlendirilmiştir.

KOMİTE FAALİYETLERİ HAKKINDA BİLGİ SAHİBİ OLANLARA AİT GÖRÜŞ VE ÖNERİLER	KOMİTE FAALİYETLERİ HAKKINDA BİLGİ SAHİBİ OLMAYANLARA AİT GÖRÜŞ VE ÖNERİLER
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Kredi olanaklarını artırma yönünde işletmelere destek olunması ve kredi alma işlemleri sırasında karşılaşılan prosedürleri yerine getirmede işletmelerin işlemlerinin kolaylaştırmasına yönelik girişimlerin gerçekleştirilmesi</li> <li>✓ Kaliteli ürün kullanımı konusunda müşterileri bilinçlendirmeye yönelik tanıtım faaliyetlerinin geliştirilmesi</li> <li>✓ Sektördeki gelişmeleri işletmelerin daha yakından takip edilmesi ve uygulamaya geçirebilmesine yönelik eğitimler ve seminerler gibi bilgilendirme faaliyetlerinin etkin bir biçimde düzenlenmesi</li> <li>✓ İşletmeleri rekabet ortamında etkileyen sıkıntıların giderilmesine yönelik faaliyetler yürütülmesine öncülük edilmesi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Sektörde yer alan firmaların bir araya gelip görüş alışverişinde bulunup işbirliği içerisinde olacağı ortamın yaratılması</li> <li>✓ Gerçekleştirilen faaliyetler hakkında bilgilendirilmesi</li> </ul>

## 9-ORGANİZE EDİLMESİ İSTENEN EĞİTİM VE SEMİNERLER

Sektörde faaliyet gösteren işletmelerden Odamız tarafından organize edilmesini istedikleri eğitim ve seminer faaliyetleri hakkında önerilerine bakıldığında,

✓ Çıracılık ve kalfalık eğitimlerine ağırlık verilerek kalifiye eleman yetiştirilmesine yönelik eğitimler
✓ PVC işini ilgilendiren her türlü alanda düzenlenecek eğitim organizasyonu (örneğin; otomasyon kapı sistemleri)
✓ Pazarlama ve satış teknikleri hakkında çalışanların bilgilendirilmesi
✓ İş güvenliği ile ilgili seminer programları
✓ İş kolu ile ilgili teknolojik gelişmelerin ve yeni çıkan ürünlerin tüm üretici bayilerin bilgilendirilmesine yönelik teknik eğitim organizasyonlar



✓ Yapılacak iş ihaleleri hakkında bilgilendirmeler

✓ Kalite yönetimine yönelik programlar

✓ Üretici bayilere getirilen CE belgesi alma zorunluluğu hakkında firmaların bilgilendirilmesine yönelik faaliyetler

## 10-MERSİN TİCARET VE SANAYİ ODASI'NDAN BEKLENTİ VE ÖNERİLER

✓ Yapılacak etkinlikler tüm işletme sahiplerine duyurulmalı. Esnaf ve Sanatkarlar Odası ile işbirliği yapılması

✓ MTSO üyeleri ile görüş alışverişinde olmalı, ilişkileri güçlendirmeli, sürekli esnafla görüşülmeli ve sıkıntıların giderilmesi için faaliyette bulunulmalı

✓ PVC sektörünü temsil eden platform kurulması

✓ \*Aidatların kesinlikle düşmesi

\*Sadece seçim zamanı değil, seçimlerden sonrada firmaların menfaati konusunda görüşme yapılmalı

✓ MTSO'nun tüm etkinliklerinden daha yaygın haberdar olunması

✓ \*Şirketlere ucuz kredi olanakları sağlanmalı,

\*Kültür ve sanat faaliyetleri organize edilmeli,

\*Kentin tarihsel gelişimi ülkeye tanıtılmalı

✓ \*PVC işi üzerine kalifiye eleman yetiştirilmesine destek verilmesi

\*Kaliteli işler yapılması için MTSO, üyelerine ve diğer işletmelere destek vermeli

✓ \*Oda üyelerinin tamamına oda kimlik kartının bastırılarak verilmesi

\*İstisnasız her koldan ayrı ayrı üyelerin periyodik olan seminerlerle ilgili bilgilendirilmesi

✓ PVC Pencere ve kapı sektörü önemli ve Türkiye için yeni bir sektördür. Bu sektörün her sektör gibi sorunları olmaktadır. Bu sektörün düzenlenmesi ve sistem içinde sağlıklı bir şekilde büyümesi için gereken uygun koşulların belirlenip bunların uygulamaya konması

✓ Belge almada kolaylık sağlanmalı. K belgesi almak için ilgili yardımlar yapılmalı. Kendi aracımı kendi işimde kullanıyorum. Ama nakliyecilerden dolayı K belgesi zorunluluğu getiriliyor.

✓ Fiyatların takip edilmesi rekabetin kontrol edilmesi konusunda girişimlerde bulunulması

✓ Küçük işletmelere destek olunması

✓ Dış pazarın kente çekilmesi

✓ \*Kayıt dışı üretimi engellemek için denetim yapılması konusunda girişimlerde bulunması

\*Bu çalışmaların daha sık yapılması

- 
- ✓ MTSO'nun faaliyetlerinden haberdar olmak ve finansman konusunda yardımcı olacak girişimlerde bulunması
- ✓ Belgelendirme konularında daha etkili olmaları
- ✓ Anket sonuçlarını öğrenmek ve sektörü iyileştirici faaliyetlerin yapılması
- ✓ Sokak çocuklarının eğitilerek sektöre kazandırılmalı ve topluma faydalı birey olarak yetiştirilmesine yönelik projeler desteklenmeli
-