

14 Nisan 2014

Sayı : B.15.0.SGB.02.610 - 989
Konu : Yazılı Soru Önergesi (7-35008)

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ BAŞKANLIĞINA

- İlgi:** a) TBMM Başkanlığının 10.12.2013 tarih ve KAN.KAR.BŞK.43452547-120.07 – 7/35008-154203-259026 sayılı yazısı.
b) Başbakanlığın 17.12.2013 tarih ve 31853594-610-2-6571-6950 sayılı yazısı.

Gaziantep Milletvekili Sayın Mehmet ŞEKER'in Sayın Başbakanımıza tevcih ettiği, Sayın Başbakanımızın da kendileri adına tarafımca cevaplandırılmasını tensip ettikleri, 7/35008 esas nolu yazılı soru önergesi, T.B.M.M. İç Tüzüğü'nün 99 uncu maddesi gereği aşağıda cevaplandırılmaktadır.

Bilgilerinize arz ederim.


Taner YILDIZ
Bakan

EK :
Önerge Cevabı (8 Sayfa)

DAĞITIM :

Gereği :
TBMM Başkanlığı

Bilgi :
Başbakanlık

Soru 1:

Eti Maden İşletmeleri Genel Müdürlüğüne bağlı olarak;

- 1-Lüksemburg'da Etimine SA
- 2- Finlandiya'da Etiproducs OY
- 3- Amerika'da Etimine USA
- 4- Çin'de Etimine ASIA
- 5- Rusya'da Etimine Russia

olmak üzere 5 adet pazarlama ve satış şirketi ağı bulunmaktadır. Ayrıca muhtelif ülkelerde bu 5 şirkete ve Eti Maden İşletmeleri Genel Müdürlüğü'ne bağlı temsilcilik ve acentalıklar da bulunmaktadır.

Eti Maden İşletmeleri Genel Müdürlüğü 2840 sayılı kanundan aldığı yetki ile bor tuzu madenlerimizi devlet adına tekel olarak işletmektedir. Bor tuzu ve rafine bor ürünlerine gelişmiş ülke sanayilerinin ve ileri teknoloji endüstrilerinin kullandığı en önemli maden hammaddesidir. Eti Maden dünya bor pazarında satışta 1. Sıraya gelmiştir. Dünya bor tuzu rezervlerinin yaklaşık % 75'i ülkemizde bulunmaktadır. Eti Maden İşletmeleri Genel Müdürlüğü bor tuzu madenlerimiz ve bu maden kaynaklarımızdan ürettiği muhtelif ürünlerden 2011 yılında toplam 2.437.657 ton ihracat gerçekleştirmiş olup söz konusu ihracatın % 35'i (885.955 tonu) Çin Halk Cumhuriyetine yapılmıştır.

2011 yılı için Eti maden İşletmeleri Genel Müdürlüğü faaliyet raporlarında görülen toplam 2.437.657 ton bor ve bor rafine ürünleri ihracatının;

329.155 tonu doğrudan Eti Maden İşletmeleri Genel Müdürlüğü tarafından,

482.313 tonu yurtdışı pazarlama şirketlerince,

975.201 tonu acentalar tarafından ve

650.988 tonu diğer satıcılar tarafından gerçekleştirilmiştir.

Çin Halk Cumhuriyetine 2011 yılında yapılan 885.955 ton ihracatın 155.045 tonu doğrudan, 21.695 tonu acenta, 684.537 tonu diğer satıcılar ve 24.678 tonu Shanghai Etimine ASIA tarafından yapılmıştır.

Konuya ilişkin olarak;

Çin Halk Cumhuriyetine yapılan 885.955 ton bor ve rafine bor ürünleri ihracatının Eti Maden İşletmeleri Genel Müdürlüğü ve ona bağlı pazarlama şirketi Shanghai Etimine ASIA tarafından yapılan toplam 179.723 ton ihracatın dışında kalan 706.232 ton ihracat hangi firmalar eliyle gerçekleştirilmiştir?

Cevap 1:

Bor madenlerinin aranması ve işletilmesiyle ilgili olarak 2840 sayılı kanunda "Bor tuzları, uranyum ve toryum madenlerinin aranması ve işletilmesi Devlet eliyle yapılır" hükmü yer almaktadır. Aynı zamanda, 3213 sayılı Maden Kanununun 49 uncu maddesinde ve Maden Kanununda yapılan değişikliklerle ilgili 5177 sayılı kanunun 22 nci maddesinde "2840 sayılı kanun hükümleri saklıdır." hükmü yer almaktadır.

Ayrıca, Danıştay 1. Dairesince verilen (01/05/2000 tarihli, Esas No:2000/50 ve Karar No:2000/67) kararda "2840 sayılı kanunun 2. maddesi uyarınca bor tuzlarının aranması ve işletilmesinin Devlet eliyle yapılması zorunluluğunun, bu madenin zenginleştirilmesini, rafinasyonunu ve pazarlanmasını da kapsadığı" belirtilmektedir.

Bunlara ek olarak, Rekabet Kurulu'nun 04/01/2000 tarih ve 00-1/2-2 sayılı kararında "2840 sayılı kanunun verdiği ve 3213 sayılı Maden Kanununun koruduğu tekel hakkı, bor madenlerinin istihracı, konsantre edilmesi ve rafine edilmesi, söz konusu ürünlerden bor uç ürünü ve nihai ürün elde edilmesi ve bunların pazarlanması süreçlerini kapsadığı" ifade

edilmektedir.

Bilindiği gibi bir işletmede “pazarlama” fonksiyonu dört unsurdan oluşmaktadır. Bunlar: Ürün, fiyat, tanıtım ve dağıtımdır.

- i. Ürün: Piyasanın talep ettiği özelliklerdeki ürünü tüketicilere sunmak,
- ii. Fiyat: Ürünü en uygun fiyatla pazara sunarak satılmasını sağlamak,
- iii. Tanıtım-Tutundurma: Ürünün hedef pazarlarda potansiyel tüketiciler tarafından farkındalığını ve tanınırlığı sağlamak,
- iv. Dağıtım: Ürünün hedef pazarlara en uygun şekilde ulaşmasını sağlamaktır.

Eti Maden İşletmeleri Genel Müdürlüğü dünyada 80'in üzerinde ülkeye bor ürünleri satışı yapmakta olup üretilen bor ürünlerinin tamamının satışı Kurum tarafından yapılmakta ve yönetilmektedir. Satılan ürünlerin son kullanıcılara ulaşmasını sağlamak amacıyla pazarlama fonksiyonu yerine getirilirken hedef pazarlara ve sektörlerle göre piyasa koşullarının gerektirdiği dağıtım ağı oluşturulmakta ve kontrol edilmektedir. Mevcut ve potansiyel bütün tüketicilere ulaşabilmek için optimum dağıtım kanalı karmaşı oluşturulmakta ve bu durum pazarın dinamizmine ve gereklerine uygun şekilde sürekli olarak iyileştirilmektedir. Bu nedenle hedef pazarlara, sektörlerle ve tüketicilere göre farklı dağıtım kanalı kullanılmakta olup dağıtım kanalı karmasında doğrudan dağıtım, acenteler ve bağımsız distribütörler yer almaktadır.

Ancak, bor ürünlerinin pazarlanmasında bir takım önemli yapısal kısıtlar vardır. Bu kısıtlardan öne çıkanlar arasında yer alanlar şunlardır:

- 1- Bor endüstriyel bir üründür. Bor ürünü Eti Maden için nihai ürün olmakla birlikte alıcılar açısından bir ara ürün/girdidir. Dolayısıyla doğrudan doğruya hane halkı tarafından tüketimi yoktur. Bu sebeple, bor tüketimindeki artış, borun tüketildiği endüstrilerdeki üretim artışına bağlıdır.
- 2- Bor ürünleri kullanıldıkları endüstrilerde genellikle ana tüketim maddesi olmayıp (cam endüstrisindeki kuvars, demir-çelik tüketen sektörlerdeki demir ürünleri, alüminyum tüketen sektörlerdeki alüminyum ürünleri gibi), üretim prosesini iyileştirme, nihai ürünün kalitesini artırma gibi amaçlarla tüketilen bir katkı maddesi niteliğindedir. Bu nedenle bor ürünleri, üretiminde kullanıldığı nihai ürünün içeriğindeki yüzdesi ve dolayısıyla tüketimi oldukça düşüktür. İlaveten, ikame ürünlere yönelik, üretim reçetesinde kullanılan bor miktarını azaltma gibi tüketim azaltıcı riskler çok yüksektir.
- 3- Her ne kadar bor ürünlerinin genel olarak bir çok alanda tüketilme imkanı olsa da büyük miktarlarda bor tüketen endüstrilerin sayısı çok sınırlıdır. Günümüzde bor ürünlerinin büyük bir çoğunluğu sadece üç endüstride [cam (*cam elyafi*, *cam yünü* ve *borosilikat cam*), seramik ve tarımda] tüketilmekte olup bu endüstrilerin toplam bor tüketimi içindeki payı yaklaşık % 79'dur. Geri kalan çok sayıda endüstrinin tüketim içindeki payı ancak % 21 civarındadır. Dolayısıyla bu endüstrilerde ciddi büyümeler yaşansa bile bor tüketimine olumlu etkisi sınırlı olmaktadır.
- 4- Bor ürünlerinin tüketildiği bir çok sektörde borun ikame esnekliği çok yüksektir. Üstelik bu ikame çok yönlüdür. Birincisi, bor ürünleri bir çok endüstride birbirini ikame edebilmektedir. Örneğin, cam elyafi üretiminde borik asit ile kolemanit birbirlerini ikame etmektedir. İkincisi, bor dışı ürünler tarafından ikame söz konusudur. Örneğin, deterjan sektöründe sodyum perkarbonat bor ürünlerini (sodyum perborat mono hidrat ve tetra hidrat gibi) ikame etmektedir. Üçüncüsü, teknolojik gelişmeler sayesinde bor tüketen endüstriler, alternatif üretim yöntemleri geliştirerek ya bor ürünlerini tamamen girdi olmaktan çıkarmakta veya girdi miktarını azaltabilmektedirler.

- 5- Dünya bor tüketimi rezervlerle kıyaslandığında çok küçük durumdadır. Dünyanın bilinen bor rezervleri günümüzdeki tüketim değerleriyle dünyanın yaklaşık 700 yıllık talebini karşılayacak durumdadır. Her ne kadar dünyanın bilinen bor rezervlerinin çoğu Türkiye'de olsa da sadece diğer ülkelerde bulunduğu belirtilen mevcut bor rezervleri günümüzdeki tüketim değerleriyle dünyanın yaklaşık 180-200 yıllık talebini karşılayacak durumdadır. Dolayısıyla her zaman daha fazla üretmek demek daha fazla satabilmek anlamına gelmemektedir.

Bu sebeplerden dolayı, bor ürünleri endüstriyel ürünler olmasına rağmen dünya bor pazarı oldukça küçük bir hacme sahip olup ortalama büyüme hızı da yüksek değildir. Dünya bor pazarı günümüzde 4 milyon ton civarındadır. 2002 yılında 670 milyon \$ olan bor pazarı 2011 yılında ancak 1,9 milyar dolar seviyesine yükselebilmiştir. Oysa, dünya soda külü tüketimi günümüzde yaklaşık 45 milyon ton'dur. Dünya çelik endüstrisinin 2009 yılındaki durgunlukta bile pazar hacmi 655 milyar \$ olmuştur.

Dünya bor pazarı yoğun bir rekabete sahiptir. Bor ürünlerinin endüstriyel ürünler olmasından dolayı Eti Maden'in ürettiği bor ürünleri ihracata dayalı olup ürünlerin % 97'si ihraç edilmektedir. Üretilen ürünler dünyanın bütün pazarlarına sunulmakta olup 80'in üzerinde ülkeye satış yapılmaktadır.

Dünya bor pazarındaki yoğun rekabete rağmen Eti Maden; yıllık 2 milyon ton üretimi, 1.8-2 milyon ton ürün satışı ve bunun karşılığında 850 milyon dolar civarında satış hasılatı ile dünya bor pazarının yaklaşık % 47'sine sahiptir.

Dünya bor pazarında % 47 paya sahip olmak ve ürünleri 80'in üzerindeki ülkede yer alan tüketicilere ulaştırmak için yaygın bir dağıtım ağına sahip olmak gerekmektedir. Önemli bor pazarlarına kendisine organik olarak bağlı olan yurtdışı pazarlama şirketleri kanalıyla ulaşma politikası benimsenmiştir. Bu politikanın sonucu olarak, bu gün itibarıyla Avrupa ülkeleri ile Kuzey ve Orta Amerika ülkelerinin tamamında ve Afrika kıtasının önemli bor pazarlarında doğrudan veya kendi yurtdışı pazarlama şirketleri kanalıyla bor ürünlerinin dağıtımını yapmaktadır. Bunlara ilaveten; Asya, Orta Doğu ve Güney Amerika pazarlarında doğrudan, yurtdışı pazarlama şirketleri ve bağımsız distribütörler kanalıyla ürünlerin son kullanıcılara dağıtımını yapılmaktadır.

Ülkemizin bor kaynaklarını optimum şekilde değerlendirmek ve pazardan maksimum şekilde yararlanmak amacıyla dünya bor pazarı ve genel ekonomik gelişmeler çok yakından takip edilmekte, ürünlerinin en uygun şekilde pazarlanması için bölgesel ve sektörel pazarlardaki değişimler ve talep dalgalanmaları izlenmekte, portföyde yer alan ürünler hedef pazarlara en uygun ürün yelpazesıyla, optimum dağıtım kanalı kullanılarak ve en uygun fiyatlarla pazara sunulmaktadır.

Diğer taraftan, ikame ürünler ve üretim teknolojileri alanındaki gelişmeler de sürekli olarak izlenmektedir. Bu alandaki riskler ve tehditler analiz edilerek bunların olumsuz etkilerinin ortadan kaldırılması veya en aza indirilmesi için gerekli önlemler alınmakta ve ürünler bu amaca uygun olarak optimum pazarlama karmasıyla pazara sunulmaktadır.

Pazarda bir taraftan tüketicilerin talep ve beklentilerinin karşılanması için pazarlama çalışmaları sürdürülürken diğer taraftan da rakiplerin durumu takip edilerek, üretim kapasiteleri ve fiili üretimleri, ürün portföylerindeki değişimler, hedef pazarları ve tüketicileri, piyasa fiyatları, lojistik faaliyetler gibi faktörler analiz edilerek karar alma süreçlerinde

GAZİANTEP MİLLETVEKİLİ SAYIN MEHMET ŞEKER'İN
YAZILI SORU ÖNERGESİ VE CEVAPLARI
(7/35008)

değerlendirilmeye alınmaktadır.

Yukarıda sözü edilen konuların yanı sıra, bor ürünleri satışlarındaki artış seyrinin devam ettirilebilmesi ve belirlenen hedeflere ulaşılması için pazarlama faaliyetleri yürütülmekte ve bu çerçevede bir taraftan üretim kapasitesi artırılırken diğer taraftan da mevcut pazarda pazar payının artırılması ve ayrıca yeni pazarlar oluşturarak daha fazla satış yapılması için çalışmalar sürdürülmektedir.

Eti Maden İşletmeleri Genel Müdürlüğü yurtdışı satışlarını doğrudan satış ve dağıtıcılar kanalıyla satış olmak üzere 2 ana kanaldan gerçekleştirmektedir. Son tüketici durumunda olan ve uzun yıllardan bu yana iş yapılan müşterilere Doğrudan Dağıtım kapsamında satış yapılırken bazı son kullanıcılar ile düşük miktarlarda tüketimi olan kullanıcılara Distribütörler kanalıyla satış yapılmakta olup, acentelik sözleşmesi veya temsilcilik yetkisi olan dağıtıcılar ve Acenteler ile Yıllık satış sözleşmesi kapsamında çalışan Diğer Dağıtıcılar bu grupta yer almaktadır.

2011 yılında Çin pazarına yapılan bor ürünleri satışı aşağıda Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1: Eti Maden'in Dağıtım Kanalı Bazında ÇİN'e Yaptığı Bor Satışları

			2011	
DAĞITIM KANALI			Miktar (Ton)	Tutar (\$)
DOĞRUDAN DAĞITIM : SON KULLANICILAR			155.045	72.631.442
DİSTRİBÜTÖR	ACENTELER	BOROCHEMIE*	21.695	10.176.464
		SHANGHAI ETIMINE ASIA	24.678	13.044.904
	DİĞER DİSTRİBÜTÖRLER**		684.537	293.378.770
ÇİN TOPLAM			885.955	389.231.580
* Çin'in Guangdong Bölgesinde acentelik yetkisinde, Çin'in diğer bölgelerinde "diğer distribütörler" kapsamında faaliyet göstermektedir. ** Diğer distribütörler aşağıdaki gibidir: QINGDAO NICEWAY;ACTIVE MINERALS INT.;SHANGHAI JAMES/ÇİN;POWER SQUARE;DEKA MADENCILIK;BEIJING FAREAST;JINAN ELITE INTERNATIONAL TRADE CO. LTD.;SHANGHAI BAOGAO;Dalian Pacific Chemical Co. Ltd.;SHENZHEN CAPCHEM;SUNRISE INTERNATIONAL CHEM.;SHANGHAI FLORIN ECONOMIC&TRD.;CNSC;DONGE FIRST INTERNATIONAL;CHINALIGHT RESOURCES;FINE UNITY;SINO MINMETALS;Shandong Ruixue Tech. Co., Ltd.;				

Soru 2:

2006 yılından bugüne Eti Maden İşletmeleri Genel Müdürlüğü tarafından yapılan bor ve bor ürünleri ihracat miktarı nedir? Bu ihracatın ne kadarının Eti Maden İşletmeleri Genel Müdürlüğü, ne kadarının Eti Maden'in yurtdışı pazarlama şirketlerince ve ne kadarının acenteler ve diğer satıcılar tarafından yapıldığını firma bazında açıklar mısınız?

Cevap 2:

Eti Maden İşletmeleri Genel Müdürlüğü'nün 2006 yılından bu yana yaptığı bor ihracatı ve bunun dağıtım kanalı bazında dağılımı Ek 1'de yer almaktadır.

Soru 3:

Eti Maden İşletmeleri Genel Müdürlüğü faaliyet raporlarında yer alan bilgilere göre 2011 yılındaki toplam 2.437.657 ton bor ve rafine bor ürünleri ihracatının 811.468 tonunun Eti Maden İşletmeleri Genel Müdürlüğü ve onun yurtdışı pazarlama şirketlerince, kalan 1.626.189 tonluk ihracatın ise acenta ve diğer satıcılar tarafından gerçekleştirildiği görülmektedir. Bir başka deyişle Eti Maden İşletmeleri Genel Müdürlüğü toplam ihracatının % 33'ünü Eti Maden İşletmeleri Genel Müdürlüğü ve 5 adet yurtdışı pazarlama şirketleri, kalan % 67'sini ise acenta ve diğer satıcılar gerçekleştirmektedir. Eti Maden İşletmeleri Genel Müdürlüğü ihracatının % 67'sini gerçekleştiren bu ayrıcalıklı acenta ve diğer satıcılar hangi firmalardır?

Cevap 3:

Eti Maden İşletmeleri Genel Müdürlüğü'nün 2011 yılı bor ürünleri ihracatı 1.955.344 ton olup bunun 329.155 tonu doğrudan Genel Müdürlük tarafından, 482.313 tonu yurtdışı pazarlama şirketleri kanalıyla, 492.888 tonu Eti Maden ile organik bağı olmayan acenteler kanalıyla ve 650.988 tonu diğer distribütörler kanalıyla gerçekleştirilmiştir.

Acente olarak dağıtım yapan distribütörler acentelik sözleşmesi veya temsilcilik yetkisi kapsamında faaliyet sürdürmekte olup 2011 yılında bu statüde çalışan firmalar Borochemie International Pte. Ltd., Afro Global Group, Asian Agro Chemicals Corporation, Mario Pilato Blat ve Pars Gohare Alborz Trading Company firmalarıdır.

Söz konusu yılda diğer distribütörler olarak yani "satış sözleşmesi bazında çalışan" firmaların listesi Ek 2'de yer almaktadır.

Soru 4:

Danıştay 1. Dairesinin 2000/50 Esas, 2000/67 Karar no.lu istişari görüşünde; 2840 sayılı yasanın değişik 2'nci maddesi uyarınca bor tuzlarının aranması ve işletilmesinin Devlet eliyle yapılması zorunluluğunun, bu madenin "zenginleştirilmesini, rafine edilmesini ve pazarlanmasını da kapsadığı" açıkça belirtilmesine karşın hangi yasal gerekçeye dayanılarak Eti Maden İşletmeleri Genel Müdürlüğü ve 5 adet yurt dışı pazarlama şirketleri dışında bor ve bor ürünleri ihracatı acenta ve diğer satıcılar eliyle yaptırılmaktadır?

Cevap 4:

Danıştay 1. Dairesince verilen (01/05/2000 tarihli, Esas No:2000/50 ve Karar No:2000/67) kararda "..... bor tuzlarının yurt içinde isteyen Türk vatandaşı kişi ve firmalara da satılabileceği, Türk vatandaşı kişi veya firmanın satın aldığı bor'u ülke içinde kuracağı tesislerde işleyip elde edeceği ürünleri yurt içinde veya yurt dışında satabilmesinde hukuki bir engel bulunmadığı sonucuna ulaşılarak" denilmektedir.

Anlaşılabacağı üzere, bahse konu Danıştay istişari görüşünün hüküm içeren netice kısmı incelendiğinde, borların ülkemiz içindeki pazarlama şirketlerine dahi satılabileceği ifade edilmiştir. Ancak, Eti Maden İşletmeleri Genel Müdürlüğü bütün bor ürünlerini kendi tesislerinde işlemekte ve pazarlamasını kendisi yapmaktadır. Hatta satışa sunulan ürünlerin % 95'i tamamen son aşamaya kadar işlenmiş nihai ürün haline getirilmiş ürünler olup doğrudan doğruya ilgili endüstrilerce tüketilmektedir. Bu bağlamda, bor ürünlerinin yurtiçi pazarda araya distribütör konmaksızın doğrudan nihai tüketicilere pazarlanması ve dağıtım politikası benimsenmiştir. Uluslararası pazarda ise mevcut ve potansiyel bütün tüketicilere ulaşabilmek için optimum dağıtım kanalı karması oluşturulmakta ve bu durum pazarın dinamizmine ve gereklerine uygun şekilde sürekli olarak iyileştirilmektedir. Bunun sonucu olarak, önemli ve gelişmiş ekonomilere sahip bor pazarlarında doğrudan veya yurtdışı pazarlama şirketleri

yoluyla dağıtım fonksiyonu benimsenirken pazar riskinin yüksek olduğu pazarlarda bağımsız distribütörlerle çalışma ön plana çıkarılmaktadır.

Bu nedenle, hedef pazarlara, sektörlerle ve tüketicilere göre farklı dağıtım kanalı kullanılmakta olup dağıtım kanalı karmasında; doğrudan dağıtım, acenteler ve bağımsız distribütörler yer almaktadır. Son kullanıcı durumunda olan ve uzun yıllardan bu yana iş yapılmakta olan son tüketici durumundaki müşterilere genellikle doğrudan pazarlama yapılmaktadır. Bununla birlikte, son kullanıcılar ile düşük miktarlarda alım yapan ve değişik bölgelere dağılmış müşterilere distribütörler kanalıyla ulaşılmaktadır. Distribütörler kanalıyla yapılan satışlar, spesifik hedef pazar bölgeleri/sektörler için yapılmakta ve belirli bir pazar için yapılan satışın başka bir pazara nakline izin verilmemektedir.

Soru 5:

Eti Maden İşletmeleri Genel Müdürlüğü ve 4 adet yurt dışı pazarlama şirketinin ihraç ve satış fiyatlarıyla acenta ve diğer satıcılar eliyle yapılan ihraç fiyatları arasında nasıl bir farklılık (Aracı ihracatçıya uygulanan fiyatlar ve nihai tüketiciye uygulanan fiyatlar dikkate alınarak) vardır? Eti Maden İşletmeleri Genel Müdürlüğü faaliyet raporlarında yer alan ihracat miktarları üzerinden Eti Maden İşletmeleri Genel Müdürlüğü mü yoksa acenta ve diğer satıcılar mı daha fazla kazanmaktadır?

Cevap 5:

Bor ürünleri fiyatları bir çok endüstriyel emtiada olduğu gibi tüketildiği sektör, bölge, ülke, ikame ürünler, rakiplerin durumu gibi bir çok faktör analiz edilerek ve sürekli gözlemlenerek belirlenmekte ve piyasa dinamikleri doğrultusunda gerekli reaksiyonlar zamanında gösterilmektedir. Dolayısıyla fiyatlar ve diğer pazarlama politika ile stratejileri ülkenin bor kaynaklarını en optimum şekilde değerlendirmek bilinci ve sorumluluğuyla piyasa koşullarına göre belirlenmektedir.

Ayrıca, dağıtıcılar kanalıyla yapılan satışlar spesifik hedef pazar bölgeleri/sektörler için yapılmakta olduğundan bu pazarlardaki cari fiyatlar, fiyat dalgalanmaları, tüketici tercihlerinde meydana gelen değişiklikler gibi fiyatı ve tüketimi etkileyen hususlar sürekli ve yakından takip edilmektedir. Diğer taraftan, söz konusu pazarlarda bulunan son kullanıcılar istedikleri zaman doğrudan ürün satın alma tercihlerini kullanabilmektedir. Dağıtıcıların son kullanıcılara yüksek fiyat uygulaması söz konusu değildir.

Sorular 6, 7, 8, 9:

- Sayın Başbakan Recep Tayyip ERDOĞAN'ın kayınbiraderi Eyüp GÜLBARAN tarafından 2008 yılında kurulan DEKA MADENCİLİK KİMYEVİ MADDELER VE HAYVANCILIK SANAYİİ TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ'nin bor tuzu ve rafine bor ürünleri ihracatıyla olan ilgileri nedir? Bu şirketin faaliyet konusu içerisinde 2840 sayılı kanunla devletçe işletilecek maden olan bor (boraks) neden yer almaktadır? Bu şirket kurulduğundan bu güne kadar kaç ton bor ve rafine bor ürünleri ihraç etmiştir?
- Eyüp GÜLBARAN ve Yüksel METİN'in 2006 yılının başından bu yana Sunrise International Chemical, Qingdao Niceway International Chemical şirketleri ile olan ilişkisi nedir? Bu şirketler 2006 yılı başından günümüze kadar kaç ton bor ihracatı gerçekleştirmiştir?
- Adı geçen kişiler münferiden ya da ortaklık halinde yahut referans verdikleri şirketler aracılığıyla bor ve bor ürünleri ihracatı yapmışlar mıdır?
- Daha önce CIF satış yapan Eti Maden İşletmeleri Genel Müdürlüğü'nün FOB satışa geçmesinin nedeni nedir? Ayrıca söz konusu ihracata ilişkin taşıma hangi firmalara ait gemilerle gerçekleştirilmiştir.

Cevaplar 6, 7, 8, 9:

Bahse konu firmalar bor ürünlerinin Çin pazarında dağıtılması konusunda “diğer dağıtıcılar” kapsamında yıllık satış sözleşmesi bazında çalışmaktadır.

2011 yılında Eti Maden İşletmeleri Genel Müdürlüğü satışları FOB ve FCA teslim şekilleriyle yapılmıştır. FOB ve FCA teslim şekillerinde ürün, satıcıya limanda teslim edildiğinden sevkiyatın hangi gemilerle gerçekleştirileceği alıcı firma tarafından belirlenmektedir.

Gerek pazar payının gerekse müşteri memnuniyetinin artırılması için üretim kapasitesinin, ürün portföyünün ve kalitesinin yanı sıra dağıtım ve lojistik hizmetlerinin de artırılması amacıyla sürekli iyileştirmeler yapılmaktadır. Ürünlerin müşterilere en uygun koşullarda teslimi için yaygın dağıtım ağı yanı sıra bunların teslim şekli de büyük önem arz etmektedir. Ürünlerin CIF olarak müşterilere teslimiyle müşterilere daha yakın noktalardan ürün sağlanarak, tedarikçi ve müşteri arasındaki mesafe kısaltılmaktadır. Bu amaçla Eti Maden İşletmeleri Genel Müdürlüğü kurumsal politika olarak CIF satış yöntemini benimsemiş ve 2012 yılından bu yana uygulamaya başlanmıştır. Pilot uygulama bölgesi olarak Çin pazarı seçilmiş olup diğer pazarlarda da kademeli olarak CIF teslim şekline geçilmektedir.

CIF teslim şeklinde piyasa araştırması yapılarak en uygun navlun bulunmakta ve taşıma işi en uygun teklifi veren firma/acentaya verilmektedir. 2012-2013 yıllarında yapılan CIF satışlarda 21 ayrı firma/acentaya kullanılmış olup, toplam 51.175 adet konteyner ile 1.149.211 ton ürün taşıma işi dünya genelinde bilinen MSC, Maersk, Cosco, China Shipping v.b. uluslararası firmalara ait gemilerle yapılmıştır.

Ek-1: Eti Maden İşletmeleri Genel Müdürlüğü'nün Dağıtım Kanalı Bazında Bor İhracatı

Ek-1: Eti Maden İşletmeleri Genel Müdürlüğü'nün Dağıtım Kanalı Bazında Bor İhracatı																	
DAĞITIM KANALI		2006		2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013*	
		MİKTAR (TON)	TUTAR (\$)	MİKTAR (TON)	TUTAR (\$)	MİKTAR (TON)	TUTAR (\$)	MİKTAR (TON)	TUTAR (\$)	MİKTAR (TON)	TUTAR (\$)	MİKTAR (TON)	TUTAR (\$)	MİKTAR (TON)	TUTAR (\$)	MİKTAR (TON)	TUTAR (\$)
DOĞRUDAN DAĞITIM : SON KULLANICILAR		243.901	49.417.125	208.273	46.726.198	309.718	91.606.505	162.069	57.826.974	271.350	89.412.440	329.155	111.723.941	231.515	91.437.688	229.555	82.627.746
		411.314	118.364.475	409.102	120.029.555	384.698	140.648.541	273.863	128.971.797	379.270	161.407.428	482.313	229.841.069	543.133	260.059.544	474.085	211.018.028
DİSTRİBÜTÖR		ACENTELER															
		254.708	77.425.654	317.769	95.135.298	390.048	136.913.740	281.365	106.244.161	429.153	157.677.705	492.888	197.332.349	410.130	168.154.172	376.828	148.697.553
DİĞER DİSTRİBÜTÖRLER		420.565	120.855.560	394.395	121.757.058	384.393	149.660.110	348.776	142.583.703	532.238	220.781.274	650.988	292.512.281	586.988	277.712.237	683.299	324.241.528
		1.330.488	366.062.814	1.329.539	383.648.109	1.468.858	518.828.896	1.066.073	435.626.635	1.612.010	629.278.848	1.955.344	831.409.640	1.771.765	797.363.641	1.763.767	766.584.855
TOPLAM																	

*25-12-2013 tarihi baz alınmıştır. Bilgiler geçicidir.

Ek-2: Eti Maden'in 2011 Yılında "DİĞER DİSTRİBÜTÖRLER" Kanalı Bazında Bor İhracatı

MARUBENI (JAP)	SOPREMA NV	RAWABI MARKETING (S.ARAB)	PIONEERS CHEMICALS (S.ARAB)
NITROFARM (GR)	DEPOTCHEM (ISRAIL)	KIMMCO (KUVEYT)	FIPRO TRADE SRL
ACTIVE MINERALS INT.	CHIMEXIM S.A.	FOUZ CHEMICAL (S.ARAB)	SINO MINMETALS
SUMITOMO CORPORATION	HANWHA/KORE	ETSUN (TR)	LOAB IRAN CO. (IRAN)
QINGDAO NICEWAY	DAE YANG ENVIR-CHEM (KOREA)	MANTI CO. LTD.	PROGRESSIVE TRADERS PVT. LTD.
SHANGHAI JAMES/ÇİN	INTERNATIONAL TRADE (EGYPT)	SHAAR CHEM (ISRAIL)	ŞERİKETEL CEZIRE
KHC	HATKİM (TR)	DONG'E FIRST INTERNATIONAL	TRAXYS FAR EAST LIMITED
MITSUBI (JAP)	MODERN CHEMICAL (PAK)	FAUJI FERTILIZER	MINEREX
POWER SQUARE	CHEMIART (ISRAIL)	KHURRAM TRADERS	SAWAHEI CO. LTD.
COMERCIAL FOX	TEORQUIMICA	HATAY KIMYA (TR)	EL NOUR (EGYPT)
REDOX (AUS)	SHANGHAI BAOGAO	MUNIR SUKHTIAN (JORDAN)	KUWAIT FINANCE (KUVEYT)
DE SOSA	Dalian Pacific Chemical Co. Ltd.	MANUCHAR(BELÇİKA)	SIGMA (EGYPT)
TOPRAK NOWAPACK	DEM.S. GAVRIEL	ZITCO (UAE)	AL SADA
DEKA MADENCİLİK	PENTACHEM SRL	KEY TRADE	ALFA SHIPPING
BEIJING FAREAST	SHENZHEN CAPCHEM	Fluid Fert International CV	ZAMIL GROUP [S.ARAB]
JINAN ELITE INTERNATIONAL TRAD. CO. LT.	ELTON INTERNATIONAL	CHASE INT.(PAK)	DABIN WORLD Co., Ltd-KORE
TRI BROTHERS	INTERTRADE (PAK)	ABC	TANISHO AND CO.LTD.
TRADEWELL CO. (S.ARAB)	EXPRESSO IMPEX (PAK)	RN CHEMICALS (ESKİ ETS RAYMOND) (LUB)	MARAWAN LIMITED (EGYPT)
EUCOM	AGRIFEM CO LTD(GR)	GELIUS PROMO SERVICE	Shandong Ruixue Tech. Co., Ltd.
CCM-Fertilizers Malezya	SUNRISE INTERNATIONAL CHEM.	CHINALIGHT RESOURCES	AGROCHEMICALS (YUN)
EL KAYAR TRADING (EGYPT)	SOPREMA POLSKA	FINE UNITY	ALBORZ İTH. VE İHR. LTD. ŞTİ. (TR)
MRS SAWSAN DERKI (SYR)	DOHAT AL (QATAR)	PRODISEN	CHEMICAL PLUS (LÜBNAN)
EL KAYAR İMP./EXP. (EGYPT)	SHANGHAI FLORIN ECONOMIC&TRD.	METAL EXPORT	INTERSNABHİM
SOPREMA CANADA	QUIMIALMEL	J.J. HANSEN	UNIVERSAL TOOLS
MONTANA EXPLORADORA	INTERCHEM	PROGRESSIVE TRADING CORPORATION	TECHNICAL CONVERTING PAPER SA
KAZAKH -BULGARIA	ARKAN (EGYPT)	MATES	ICN COMPANY LLC
MR. KATASH OMAR (QATAR)	KALOGEROPOULOS	DERYAYEW AKMUHAMMET	STOLLER (EGYPT)
KHAN ASP.	STERA CHEMICALS S.R.L.	S.Y.DAN GEN. TRAD.(KUVEYT)	SL COSMETIXPACK
THE NATIONAL LEATHER (KUVEYT)	WENDT-CHEMIE (D)	EL SAFA (EGYPT)	SİB NOSİR
INTERSAC	CNSC	KOBİTEX (CDN)	SAUDI SPECIALTY (S.ARAB)
INTERTRADE-IT	Soprema	WABCO	PROCHEMIE (S.ARAB)
TOUMEI CO LTD.	CHIMSNAB (BG)	GOMEZ	LIARA TRADING, INC.
KERAFRIT EGYPT (EGYPT)	ELFE S.A	PRODIVERS	CIHAN DERİ (TR)
KİMİA RAZI (İRAN)	KLEN INTERNATIONAL	ENİMEX	SHEHAB GULF (S.ARAB)
BRENNTAG BULGARIA	BIESTERFELD INTERNATIONAL GMBH	GLOBE CHEMICALS (D)	ZAYED
CISCO TRADING (KUVEYT)	COLOROBIA MEXICO SA DE C.V.	EUROSABBIE-EUROMINERALLI	KOP-COAT (USA)
SULATLANTICA	ALLUJINE (EGYPT)	DEVELING TRADE B.V.	İFTIKHAR AUTO STORE
REMY GmbH & Co. KG.	AL QAWAFEL (JORDAN)	KHYBER ELECTRIC (PAK)	HASAD AL DHABAB (S.ARAB)
Industria Quimica Anastacio S/A	S.C.KYNITA SRL.	MARUICHI CO. LTD.	
AFCO (YUN)	ELAHLIA		