

27048

İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
PARA VE BANKA BÖLÜMÜ
YÜKSEK LİSANS TEZİ

SABUN SEKTÖRÜNE BİR ÖRNEK:
COLGATE HACI ŞAKIR SABUN, GLİSERİN FAB.T. A.Ş.

ZİŞAN YARDIM (KILIÇKAN)

TEZİ YÖNETEN: PROF.DR. GÜL TURAN

İSTANBUL-1993

V.C. YÜNSERÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ

İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
PARA VE BANKA BÖLÜMÜ
YÜKSEK LİSANS TEZİ

SABUN SEKTÖRÜNE BİR ÖRNEK:
COLGATE HACI ŞAKİR SABUN, GLİSERİN FAB.T. A.Ş.

ZİŞAN YARDIM (KILIÇKAN)

TEZİ YÖNETEN: PROF.DR. GÜL TURAN

İSTANBUL-1993

ÖNSÖZ

Sabun sektörüne bir örnek Colgate Hacı Şakir Sabun, Gliserin Fab. T. a.ş. konulu yüksek lisans tezimde Türkiye’de sabun sektörünün şimdiki durumunu ve ileriki senelerdeki alacağı durum hakkında bilgi vermeye çalıştım. Bu konuyu anlatırken Hacı Şakir Sabun, Gliserin Fab. T. a.ş.’nin Başer Colgate’e devrinin sebeplerinden de bahsettim. Sabun sektörünün üretim, satış, ithalat ihracat, kapasite rakamlarını, yeterli bilgi olmaması nedeniyle çok detaylı bir şekilde veremediğim için özür dilerim. Tezimi hazırlarken bana yardım ve ilgisini hiçbir zaman esirgemeyen ve beni devamlı destekleyen değerli hocam Prof.Dr. Gül Turan’a, Mülakat sorularında bana yardımcı olan Hacı Şakir Sabun, Gliserin Fab. T. a.ş. eski mali koordinatörü Nihat Yalçıntaş beye en içten teşekkürlerimi sunarım.

İstanbul, 20.3.1993

Zişan Yardım (Kılıçkan)

İÇİNDEKİLER

| | |
|--|----|
| GİRİŞ | 1 |
| I. SABUN SEKTÖRÜ : TANIM VE ÖZELLİKLERİ | |
| A. Sabun Sektörünün Tanımı | 5 |
| B. Sabunların Sınıflandırılması ve Özellikleri | 8 |
| 1. Türk Standartları Enstitüsü'ne göre Yapılan Sınıflandırma | |
| a. Ekstra sabunlar | 8 |
| b. Birinci sınıf sabunlar | 9 |
| c. İkinci sınıf sabunlar | 10 |
| d. Üçüncü sınıf sabunlar | 12 |
| 2. Kullanım Amacına göre sabunların sınıflandırılması | |
| a. Banyo Sabunu olarak kullanılan sabunlar | 14 |
| b. Temizlik işlerinde kullanılan sabunlar | 15 |
| c. Tıpta kullanılan sabunlar | 15 |
| d. Özel amaçlı olarak kullanılan sabunlar | 15 |
| C. Sabun Yapımında Kullanılan Hammaddeler | 17 |
| D. Sabun Sektöründe Üretim Metodları | 21 |
| 1. Üretim Metodlarının genel özeti | 21 |
| a. Soğukta yapım | |
| b. Yarı pişirme usulü | |
| c. Marsilya tipi | |
| d. Clayton metodu | |
| e. İ.p.c metodu | |
| f. "Dupont de Nemours" metodu | |
| g. Sharpless metodu | |
| h. Monsovan metodu | |
| i. Kontinü pişirme metodu | |
| i. Sergi usulu üretim metodu | |
| 2. Türkiye'de Kullanılan Teknoloji | 23 |
| E. Sabun Üretimi | 24 |
| 1. Sabun Üretiminin Ana Seyir Şeması | 24 |
| 2. Türkiye'de Sabun Üretim Fabrikalarında Kullanılan Üretim Seyri | 27 |
| II. TÜRKİYE'DE SABUN SEKTÖRÜNDE ÜRETİM VE TİCARET | |
| A. Sabun Sektöründe Üretim, Kapasite Kullanımı ve Fiyatların Seyri | |
| 1. Dönemler itibariyle sabun üretimi | 32 |
| a. 1923-1941 Döneminde Üretim | 33 |
| b. 1963-1979 Döneminde Üretim | 36 |
| c. 1980-1992 Döneminde Üretim | 40 |

II

| | |
|--|----|
| d. Sabun sektöründe rekabet koşulları | 44 |
| 2. Sabun Sektöründe Kapasite Kullanımı | 49 |
| 3. Sabun Sektöründe Fiyatlar | 52 |
| B. Sektörün Dış Ticaret Durumu | |
| 1. İthalat | 57 |
| a. Ürün İthalatı | 57 |
| b. Hammadde İthalatı | 58 |
| 2. İhracat | 59 |
| a. İhracat | 59 |
| b. Hedef Pazarların incelenmesi | 67 |

III.SABUN SEKTÖRÜNE ÖRNEK: COLGATE HACI ŞAKİR SABUN, GLİSERİN FAB. T. A.Ş.

| | |
|--|-----|
| A. Hacı Şakir Sabun, Gliserin Fab. T. a.ş.'nin Kuruluşu ve Faaliyet alanları | 78 |
| B. Hacı Şakir Sabun, Gliserin Fab. T. a.ş.'de Üretim ve Satışlar | 88 |
| 1. 1975-1992 Yılları arasında yapılan satışlar | 89 |
| 2. 1988-1991 Yılları arasında yapılan satışların ürün çeşitleri ve bölge bazında dağılımı | 94 |
| 3. Hacı Şakir Sabun, Gliserin Fab. T. a.ş.'nin 1991 yılı itibariyle Türkiye'de sabun sektöründe yer alan diğer firmalar ile mukayesesi | 97 |
| C. Hacı Şakir Sabun, Gliserin Fab. T. a.ş.'de Tevsi ve Modernizasyon Çalışmaları | 101 |
| 1. Yeni yatırımın üretim kapasitesine etkisi | 103 |
| 2. Yatırım harcamalarının seyri | 106 |
| 3. Yatırımın Finansmanı | 107 |
| 4. Hacı Şakir Sabun, Gliserin Fabrikaları T. a.ş.'nin Başer Colgate'e devri | 108 |

| | |
|-----------|-----|
| IV. SONUÇ | 113 |
|-----------|-----|

TABLO VE ŞEMALAR LİSTESİ

| | | |
|------------|---|-----|
| Tablo 1.1 | Çeşitli sabun ürünlerinde kullanılan başlıca hammaddeler | 19 |
| Şema 1.1 | Sabun Üretiminin Ana Seyir Şeması | 26 |
| Tablo 2.1 | 1923-1941 Yılları arasında sabun sektörü | 35 |
| Tablo 2.2 | 1963-1979 Yılları arası üretim | 38 |
| Tablo 2.3 | 1963-1979 Yılları arası ürün çeşitlerine göre üretim dağılımı | 39 |
| Tablo 2.4 | 1975-1992 Yılları arasında sabun üretimi | 42 |
| Tablo 2.5 | 1980-1992 Yılları arası üretimin ürün çeşitlerine göre dağılımı | 43 |
| Tablo 2.6 | Kapasitenin ürün çeşitlerine göre dağılımı | 46 |
| Tablo 2.7 | Türkiye'de Sabun Üretimi Yapan Firmalar | 48 |
| Tablo 2.8 | Kapasite Kullanımı | 51 |
| Tablo 2.9 | 1960/69 Yılları arası ortalama fiyat artışları | 52 |
| Tablo 2.10 | 1961-1970 Yılları arası sabun fiyatları | 53 |
| Tablo 2.11 | 1977-1982 Yılları arası sabun grubunda fiyat gelişmeleri | 54 |
| Tablo 2.12 | 1988-1993 Yılları arası sabun fiyatları | 56 |
| Tablo 2.13 | 1936-1992 Yılları arası sabun ithalat ve ihracatı | 64 |
| Tablo 2.14 | Suudi Arabistan'a yapılan ihracat | 68 |
| Tablo 2.15 | Kuveyt'e yapılan ihracat | 70 |
| Tablo 2.16 | Birleşik Arap Emirlikleri'ne yapılan ihracat | 71 |
| Tablo 2.17 | Ürdün'e yapılan ihracat | 72 |
| Tablo 2.18 | Cezayir'e yapılan ihacat | 73 |
| Tablo 2.19 | İran'a yapılan ihracat | 74 |
| Tablo 2.20 | Irak'a yapılan ihracat | 75 |
| Tablo 2.21 | Libya'ya yapılan ihracat | 76 |
| Şema 3.1 | Maya Şirketler grubu | 82 |
| Tablo 3.1 | 1975-1992 Yılları arasında yapılan satışlar | 90 |
| Tablo 3.2 | 1975-1992 Yılları arasında yapılan satışların toplam içindeki % payları | 91 |
| Şema 3.2 | 1975-1992 Yılları arası satışların grafiği | 92 |
| Şema 3.3 | 1975-1992 Yılları arası toplam satışların grafiği | 93 |
| Tablo 3.3 | Sabun çeşitlerinin yıllara göre toplam içindeki payları | 95 |
| Tablo 3.4 | 1989-1992 Yılları arası satışlar | 96 |
| Tablo 3.5 | Kapasite/kapasite kullanımı(1991) | 98 |
| Tablo 3.6 | Sabun sektöründe Hacı Şakir ve Evyap'ın aldığı paylar | 100 |
| Şema 3.3 | Proses şeması | 105 |
| Şema 3.4 | Organizasyon şeması | 112 |

GİRİŞ

İleri Toplumların günlük hayatını en çok etkileyen maddelerin başında yıkayıcı ve temizleyiciler gelmekte ve bu maddelerin tüketimi topluluğun medeniyet ölçüsü olarak kullanılmaktadır. Yıkama ve temizleme kelimelerinin çok geniş bir kapsamı vardır, ve bu görevi yerine getiren sayısız maddeler bulunmaktadır. Canlıların ve eşyaların temizlenmesinde kullanılan bu maddeler genel olarak sabunlar, temizleme tozları ve deterjanlardır.

Sabun ilk ve en eski temizlik maddesi olup, eski çağlardan beri insanlar tarafından kullanılmaktadır. Sabun üretim ve kullanımına ilk defa Akdeniz çevresindeki ülkelerde başlanmış ve sabun, mevcut bitkisel yağlardan; soda ve kil gibi hammaddelerden yapılmıştır. Sabun kullanımının ilk defa Akdeniz çevresindeki ülkelerde başlamasının sebebi; sabun imali için lüzumlu hammaddelerin bu çevrede kolaylıkla elde edilebilmesidir. ¹

2300 yıldır bilinen sabunun, ilk defa M.Ö. 600'de Fenikeliler tarafından yapıldığı sanılmaktadır. Mürver ağacı, keçi donyağı ve ağaç kökü ile yapılan sabun Fenike'liler ile Galya'lılar (eski Fransa) arasında bir değişim aracı olarak kullanılıyordu. Roma imparatorluğu zamanında herkes tarafından bilinen sabunu, Romalılar'ın çok eski Akdeniz halklarından mı, yoksa İngiltere'de yaşayan Kelt'lerden mi öğrendiği açıklığa kavuşmamış durumdadır. Kelt'ler sabuna önce "Saipo" adını vermişler ve bu kelime daha sonra "Soap" olarak değişmiştir. Kelt'ler hayvansal yağlardan ve bitki küllerinden ürettikleri sabunu, bir alkali olarak kullanıyorlardı. Milattan sonra 130-200 yılları arasında yaşayan Yunanlı Fizikçi Galen'e göre, ikinci yüzyılda yıkama ve temizlemede önemi anlaşılan sabun vücut temizliğinde bir ilaç şeklinde kullanılıyordu. Milattan sonra 385'lerde yaşayan fizikçi Theodorus Prescionus'a göre, daha sonraları sabun bir şampuan şeklinde kullanılmaya başlanmıştır. ²

Pompei kazılarında, volkanik küller arasında 2000 yıl dayanmış olan sabun parçaları ve komple bir sabun üretim yeri bulunmuştur. Milattan sonra 800'de yaşamış olan "Simyacıların babası" kabul edilen Arap kimyacı Cabir İbni Hayyam, yazılarında sabunun etkili bir temizleme maddesi olduğundan bahsetmektedir. ³

¹ Hacı Şakir Fabrikaları Taş, "Sabunun Tarihçesi" (Teksir, 1991)

² Araştırma Servisi, "Sabun Üretimi Modernleşiyor", *Dünya Gazetesi*, 3 Ekim 1989, s. 3

³ İdem

Ortaçağ'da Marsilya'da üretilen sabunun üretim tekniği Marsilya'ya o dönemlerde yerleşmiş bulunan Phoceanlar tarafından benimsenilmiş, sonradan Cenova ve Venedik ile İspanyol'ların Kastil eyaletinde de sabun üretilmeye başlanmıştır. Ortaçağ'da en fazla Almanya'da sabun üreticiliği gelişmiştir. 12. yüzyıl sonlarında ilk İngiliz sabun üretimine Bristol'de başlanmıştır. 13. ve 14. yüzyıllarda ise, Londra'da "Chepside"ta bir sabun üreticisinin bulunduğu bilinmektedir.⁴ Ortaçağ'da çoğu zaman sabun tek elden imal edilirdi. Sabun kalıplarının ağırlığı kararnamelerle tayin edilir ve her kalıpta bir mühür izinin bulunması gerekirdi.⁵

Marsilya'da başlayan sabunculuk, sabunun gelişmesinde çok etkili olmuştur. Burada toplanan sabun üreticileri üretimlerinde kullandıkları işlem ve metodları bir sır olarak gizlemişlerdir. 1769'da Marsilya Akademisi sabunculara daha iyi ve kaliteli üretimi teşvik edici ödüller vermiştir. Fransız ihtilali döneminde Marsilya ve çevresinde sabun üretimi yılda 3500 tona kadar çıkmıştır.⁶

17. yüzyılın sonlarına doğru sabun, parçalar halinde ve ambalajlı olarak satılmıştır. Bu tarihten sonra Marsilya'daki bu sanayi kolu ihracata başlamıştır. En çok Amerika'ya ihracat yapılmıştır. Marsilya'daki üretim, pazar bulması nedeniyle düzenli olarak artmıştır. 1760'da 140 pişirici varken, 1775'de 152, 1789'da 236 pişirici olmuştur. Bu sayı birinci imparatorluk döneminin başlangıcında 360'a ulaşmıştır.⁷

Sabun imalatında büyük hamlelerden biri 1787'de Leblanc tarafından keşfedilen tuzdan soda üretim metodu olmuştur. Bundan birkaç yıl sonra yağların kimyevi yapısının keşfedilmesiyle imalat geniş ölçüde yayılmıştır. Afrika ve Şark'tan nebati yağların temini, hayvani yağlara bağlı kalmayı da ortaya kaldırmış olduğundan artık sabun imalatı süratle yayılmaya başlamıştır.⁸

1804'de soda ile işleme usulü bulunmuştur. Bundan sonra sabun ticareti de bir hayli hızlanmıştır. Marsilya'daki sabun üretimi ilk zamanlarda yalnız zeytinyağından yapılmaktaydı. 1815 yılından sonrada kötü zeytin mahsulü nedeniyle, sabun üreticileri tohum yağlarının kullanılmasına başlamışlar, buharlı üretim çalışmalarının ilerlemesiyle bu tohum yağlarının kullanımını arttırmışlardır. Bu durumu koloni limanlarından getirilen yağlar da etkilemiştir. Bundan dolayı sabun üretim formüllerinde bazı değişiklikler yapılmıştır. Tohum yağları, Donyağı, Koko yağı gibi yeni yağlar kullanılarak sabun üretimine hız verilmiştir. Napolyon savaşlarından sonra, sabuna bir hayli yüksek oranlarda vergi konulmuştur. Bu durum sabun üreticilerini güç durumlara sokmuştur. Fakat

⁴ İdem

⁵ Safa Kılıçlıoğlu, Nezihe Araz, Hakkı Devrim, "Sabun", **Meydan Larousse Büyük Lugat ve Ansiklopedisi**, Cilt 10, İstanbul: Meydan Yayınevi, 1972.

⁶ Devlet Planlama Teşkilatı: **Sabun, Deterjan, Gliserin Özel İhtisas Komisyonu Raporu**, Ankara: 1971, s. 7

⁷ İdem

⁸ Hacı Şakir Fab. T. a.ş. op. cit, s. 1

1853'de yüksek oranlı vergi kaldırılmıştır. Bu karardan sonra, devletin bir milyon sterlin toplamında bir vergi kaybı olmuştur. Bu karar, sabunun kullanımını daha çok arttırmıştır.⁹

19. yüzyılın başlarında sabun sanayinin gelişmesiyle, modern çağın doğuşu da gerçekleşmiştir. İngiltere'de 1861'de sabun sarfiyatı senede 100.000 ton iken, 1884'de William Hesketh Lever'in bu sanayiye girmesiyle senede 200.000 tona ve bu gün ise 600.000 tona yaklaşmış bulunmaktadır. W. H. Lever İngiltere'de sabun sanayiinde ilk önemli adımları atmıştır. 1884'de "Sunlight Soap" 'u ilk defa ambalaj içerisinde piyasaya sürerek kalite ve miktarı firma ismiyle garanti etmeyi ortaya koymuştur. İleriki senelerde harcamaının hızla artması karşısında eldeki ham yağların yetmeyeceği düşünülerek yeni kaynaklar aranmaya başlanmıştır. Ve böylece Tropikal nebati yağlar (palmiye, hindistan cevizi, yer fıstığı)'ın kullanılabilme imkanları araştırılarak 1900-1910 sıralarında W.H. Lever Belçika Kongo'sunda, Palmiye ve Soloman adalarında copra çiftlikleri işletmeye başlamıştır. Nebati yağların kullanılmasının en büyük mahzuru, onların hayvani yağlar gibi sert olmayıp likit halde olmaları idi. Sabun sanayiinde bundan sonra atılan en büyük adım, yumuşak yağların sertleştirilmesini mümkün kılan hidrojenasyonun keşfedilmesi olmuştur ki, bu da Birinci Dünya savaşından önce meydana gelmiştir.¹⁰

Sabun sanayinin bugün eriştiği seviyeye rağmen Dünya'daki artan yağ kıtlığı, bu sahadaki sanayicileri yeni hammaddeler bulunması yönünde araştırmalara sevk etmiştir. İkinci Dünya savaşı sırasında (1942), bu kıtlık kendini ortaya koyarak İngiltere'de sabunun vesikaya bağlanmasına sebep olmuştur. Yeni hammaddeler araştırılması üzerindeki çalışmalar, savaştan önce bile Amerika ve Almanya'da oldukça gelişerek sabunun yerine geçecek deterjan denen maddeler kullanılmaya başlanmıştır. Bunların hammaddesi madeni yağlar olduğundan ve sabuna nazaran bazı üstün vasıfları bulunduğundan, bugün Dünya'nın gelişmiş ülkelerinde özellikle 1950'den sonra deterjan sanayii hızla gelişmiş ve sanayide, evlerde, otel ve restoran gibi müesseselerde sabunun yerini almıştır.¹¹

Türkler yaklaşık olarak XII. yüzyıla kadar sabun yerine sularındaki tabii soda, çöven, saparna, sabun otu, süt kökü, kaşık otu, kılaya kavuğu, acı ağaç, hadem tozu, tavşan kulağı, hint kestanesi v.b. saponinli maddeler ve kül kullanıyorlardı. İlk çağlarda bugünkü sabunun ilkel şekli Araplar tarafından yapılmıştır. Ortaçağda İslam ülkelerinde sabunculuk gelişmiş bir imalat kolu olmuştur. Edremit'te 1300 yıllarında yapılan Kurşunlu camiine ait Vakfiye ve 1530-1664 yıllarına ait sicil defterlerinde sabunculuğa ait kayıtlar vardır. Bir sanayi kolu haline gelen sabun imalatı, 1863 tarihli kalevi maddeler kararnamesiyle yeni esaslara bağlanmıştır.¹²

⁹ Devlet Planlama Teşkilatı, op. cit, s. 6

¹⁰ Hacı Şakir Fab. T. a.ş., op. cit, s. 1.

¹¹ Hacı Şakir Fab. T. a.ş., op. cit, s. 2

¹² Kılıçlıoğlu Araz, Devrim, op. cit, s. 805.

Daha sonraki yıllarda özellikle Cumhuriyet döneminde bir zeytinyağı beldesi olan Ayvalık'ta sabunculuk gelişmiş ve yayılmıştır. Buralı Rumlar, ürettikleri zeytinyağının bir bölümüyle "hane ihtiyaçlarını" karşılamak üzere sabun yapıyorlardı. Mübadeleden sonra Ayvalık yöresine yerleşen Giritliler ise, sabuncululuğu daha da ileri götürmüşlerdir. 1950'li yıllarda Ayvalık'ta 32 tane sabunhane yapılmıştır. Sabunhanelerde üretilen sabunlar büyük kentlere, çevre illere gönderiliyordu. Yine 50'li yıllarda bu küçük imalathaneler kapanmaya başlamışlardır. Çünkü aralarında bazıları günümüzün büyük ve önemli markaları olma yoluna girmişler ve imalathane düzeyinden fabrika ölçeğine sıçramışlardır. Ayvalık'ın büyük sabuncuları ülke pazarına yayılırken, buranın halkı yine eskisi gibi kendi sabununu evinde kendisi yapma alışkanlığını sürdürmüştür. Halk evlerde yapılan saf, temiz, katıksız sabunu kimyasal karışımlarla elde edilen sabuna yeğ tutuyordu.¹³

1980'lerde Türkiye önemli büyüklükteki bir sabun endüstrisine sahip olmuştur. Büyük ve modern işletmelerin yanında çok sayıda da küçük ve geleneksel yöntemlerle sabun üreten ünite mevcut bulunmaktadır. Modern yöntemlerle sabun üreten firmalar toplam üretimin yarısından fazlasını sağlamakta, ülke üretiminin geri kalanı zeytinyağı rafinasyonu yan ürünlerinin değerlendirilmesi amacı ile ve el ile yapılan sabunlar olup, yüzlerce aile işletmesi bu geleneksel endüstriyi oluşturmaktadır. Bu sabunlar "banyo ve tuvalet sabunları" olarak bilinen ve modern yöntemlerle üretilen sabunlara kıyasla nispeten daha düşük kalitede olmalarına karşılık, ucuza mal edildiklerinden piyasada müşteri bulmaya devam etmektedirler.¹⁴

Sabun yapımında hammadde olarak en fazla donyağları, zeytinyağı rafinasyonu artıkları, ayçiçek yağları ile ithal soya ve palmye yağları kullanılmaktadır. Geleneksel sabun endüstrisinin büyük bir bölümü, zeytinyağı endüstrisinin bir uzantısı olarak gelişmiştir. Son zamanlarda Malezya'dan getirilen daha düşük fiyatlı palmye yağlarının, sabun hammaddesi olarak ithal, sıvı ve katı yağlar arasındaki payı gittikçe artmaktadır. Sabun üretiminde bu yağlar birbirleri ile karıştırılarak kullanılmaktadır. "Sergi usulü" denen geleneksel yöntemlerle yürütülen sabunculuk gittikçe azalmaktadır. Çünkü bu yolla üretilen sabunların dış pazarlarda piyasa bulma şansı yoktur.¹⁵

Türkiye'de sabun üretiminin 60 yıllık bir geçmişi olmasına rağmen, bu sektör hakkında tatmin edici bilgilerin var olduğunu söylemek güçtür. Kanımca bunun iki sebebi olmalı: Birincisi; bu sektör alanında hiçbir kamu kuruluşunun olmaması, ikincisi; bu alandaki kuruluşların temsilcilerinin bilgi vermede çekimser davranmaları; ticari sır, patentli formül kullanma, rekabet gereği gibi, belki lüzumsuz bazı kuruntuların arkasına sığınarak bilgi aktarmaya yanaşmamalarıdır.

¹³ Necati Güngör, "Sabun yeniyorsa güzeldir", **Cumhuriyet**, 8 Temmuz 1990, s. 9.

¹⁴ İ. Cihan Kuru, "Türkiye'de sabun endüstrisi", **Dünya Gazetesi**, 14 Eylül 1991, s. 2

¹⁵ İdem.

I. SABUN SEKTÖRÜ: TANIM VE ÖZELLİKLERİ

A. Sabun Sektörünün Tanımı:

Bazı Az gelişmiş ülkelerde kadınlar akar su kenarına diz çökerek kirli çamaşırları suyun içinde taş veya sopayla döverler, böylece kirin az bir kısmı gevşetilerek akan suyla gider, fakat yağlı olan kirlerin eşya üzerinden tamamen ayrılması için bir temizleyici madde (sabun) şarttır. Sabun veya başka bir temizleyici maddenin 3 temel özelliği şunlardır:¹⁶

1. Islatıcı: Su kendi başına iyi bir ıslatıcı madde değildir. Bir bardak suyu boşaltırsanız içinde kalan suyun bazı bölgelerde toplanıp diğer bölgeleri kuru halde bıraktığı görülür. Birkaç damla su döküldüğü bölgeye yayılmaz, sebep ise suyun yüzey gerilimidir. Bu yüzden su kendi başına kirli eşyalarla tüm bir temas temin edemez, yani yüzey gerilimi buna engel olur. İşte suyun yüzey gerilimini azaltan bir ıslatıcı olarak sabun lüzumludur. Ve onun sayesinde su, kirlere nüfuz ederek onları yerlerinden ayırır, yani temizler.

2. Kiri ayırmaya yardımcı: Sabun maddesinin en ufak temsilcisi olan sabun molekülünün yağ seven bir kuyruğu ile su seven başı vardır. Ve bu iki ucu sevdiği maddeye doğru gitmek ister. Kirli bir kumaşı sabunlu su içerisine koyarsak ne olur? Her kir taneciği, ortası solid bir madde olup yağlı bir tabaka ile kaplanmış ve kumaş elyafına yapışmış durumdadır. Sabunlu su kumaş elyafı arasına nüfuz etmeye başlayınca, kir taneciği etrafını ince bir tabaka halinde sabun molekülleri sarar. Ve bu moleküllerin yağ seven kuyrukları yağa doğru olup, su seven başları dışarıya sabunlu suya dönmüş durumdadır. Böylece sabun molekülleri ile sarılmış olan kir taneciğinin kumaş elyafı ile teması kesilmiş olur. Fakat bir karıştırma olmazsa ilelebet orada kalacaktır. Burada suyun karıştırılması veya eşyanın hareket ettirilmesi, kirin ayrılması için şarttır.

3. Kiri su içinde tutma: Eğer eşya sudan çıkarılırken ayrılmış olan kir, yeniden eşya üzerine yapışsa temizleme olmamış olur. O halde ayrılan kir taneciğini su içerisinde tutarak yeniden eşya üzerinde toplanmasına mani olmak lazımdır. Bunu da kir tanelerinin etrafını saran bir zar halindeki sabun molekülleri temin eder. Su seven başlar, hep dışarıya doğru olduğundan teşekkül eden aynı cins elektriki kuvvetler dolayısıyla bu sarılmış tanecikler birbirlerini, kumaş elyafı ve diğer sathları iterek yeniden bir yerde toplanmazlar ve su içerisinde yüzerek sabunlu su ile beraber eşyadan ayrılmış olurlar.

Sabunun bir temizleyici olarak iş görmesi, yukarıda bahsedilen 3 özelliği sayesinde mümkündür.

¹⁶ Hacı Şakir, Fab. T. a.ş., op. cit, s. 3-4.

Sabun ana maddesi bitkisel ve / veya hayvansal yağların ve yağ asitlerinin alkalilerle reaksiyonu sonucunda elde edilen, genellikle temizleyici olarak kullanılan bir mamuldür.¹⁷

Bugün yaşadığımız modern hayatın kaçınılmaz ihtiyaçlarından biri olan sabun, gerek kendimizi gerekse eşyalarımızı, içinde yaşadığımız yerleri temizlemek için lüzumlu olan hayati bir maddedir.¹⁸

Bir alkalinin yağlı bir madde üzerine etkisiyle elde edilen temizlik ve yıkama işlerinde kullanılan bir maddedir.

Sabun, Devlet Planlama Teşkilatınca yayınlanan Beş Yıllık Kalkınma planında "Kimya Sanayii" içinde yer alan bir mal grubudur. Sabunun BTN (Brüksel Tarife Nömeanklatörü) ve SITC (Uluslararası Standard Ticaret Sınıflandırılması) karşılıkları şunlardır:

Dış Ticaret Sınıflandırması - Sabun ve Yıkama Müstahzarları:

| <u>BTN No</u> | <u>SITL No</u> | <u>Acıklaması</u> |
|---------------|----------------|--|
| 34.01 | 554.1 | Sabunlar (Tıbbi sabunlar dahil) |
| 34.01.10 | | i) Arap sabunu ve benzeri yumuşak sabunlar |
| 34.01.20 | | ii) Diğer sabunlar |
| 34.01.20.10 | | A. Pul, granül veya toz halinde olanlar |
| | | B. Diğerleri |
| | | i) Arap Sabunu ve benzeri yumuşak sabunlar |
| 34.01.20.21 | | Arap sabunu |
| 34.01.20.29 | | Diğer yumuşak sabunlar |
| | | ii) Diğerleri |
| 34.01.20.31 | | Sıvı sabunlar |
| 34.01.20.39 | | Diğerleri |
| 34.02 | 554.2 | Yıkama müstahzarları (Sabun ihtiva etsin etmesin) |
| 34.02.10 | | i) Aktif anyonlu tensiyooaktif organik müstahzarlar |
| 34.02.20 | | ii) Aktif katyonlu tensiyooaktif organik müstahzarlar |
| 34.02.30 | | iii) Aktif iyonu bulunmayan tensiyooaktif organik müstahzarlar |
| 34.02.40 | | iv) Sabun ihtiva etmeyen tensiyooaktif müstahzarlar |
| 34.02.50 | | v) Sabun ihtiva eden tensiyooaktif müstahzarlar |
| 34.02.60 | | vi) Sabun ihtiva etmeyen yıkama müstahzarları |
| 34.02.70 | | vii) Sabun ihtiva eden yıkama müstahzarları |
| 34.02.90 | | viii) Diğer yıkama müstahzarları |

Birinci pozisyona giren sabunlar ana maddesi bitkisel ve hayvansal yağların veya yağ asitlerinin alkalilerle reaksiyonu sonucunda elde edilen ve genellikle vücut temizliğinde kullanılan mamüllerdir. Sabunlar kalıp, toz, hamur, sıvı v.s.

¹⁷ Devlet Planlama Teşkilatı, **Sabun deterjan gliserin özel ihtisas komisyonu raporu**, Ankara: 1971, s. 1.

¹⁸ Kılıçlıoğlu, Araz, Devrim, op. cit. s. 805

hallerde olabilir. Bu pozisyona giren sabun türleri ev, tuvalet, traş sabunu, gliserinli, tıbbi aşındırıcı, arap sabunu ve sınai (naftenatlı, reçineli) sabunlardır.¹⁹

İkinci pozisyona giren temizlik malzemeleri ise, sabun ihtiva etsin etmesin genel temizleme işlerinde kullanılan ve içerisinde esas temizleyici olarak alkil sülfat veya alkilaryl sülfonat tipindeki aniyonik yüzey aktif maddeler ile, temizleme işlemine yardımcı diğer maddeler bulunan karışımlardır. Bunlardan aktif anyonlu olanlar genellikle çamaşır yıkama da kullanılan köpüklü deterjanlardır. Aktif katyonlular ise deterjan gücü düşük olan, ancak dezenfekte özelliği olan temizlik malzemeleridir. Çamaşır yumuşatıcıları da bu gruba girmektedir. Aktif iyonu bulunmayanlar ise kumaş, tabak ve metal yüzeylerden; sıvı ve katı yağları çıkarmada etkilidir.²⁰

Türk Standartları Enstitüsü'ne göre ise, sabunun Konu, Tarif ve Kapsam açıklamaları şöyledir (T.S. 54)²¹

0.1- Konu: Bu standard çeşitli sabun ve sabun tozları ile sabun kremlerinin ve sıvı sabunların tarif, sınıf ve nev'ileri ile fiziksel ve kimyasal özelliklerini, numune alma ve muayene metodlarını, piyasaya arz şekillerini belirtir.

0.2- Tarif: Nebati ve hayvansal yağlarla mumların (Wax), reçinelerin ve asitlerinin veya bunların karışımlarının anorganik yahut organik alkalilerle veya bunların karışımları ile sabunlaştırılması veya tadil edilmesiyle elde olunan temizleyici maddelere "sabun" denir.

0.3-Kapsam: Bu standard yurt içinde imal veya hariçten ithal edilen sabunlar ile müessir maddesini sabun teşkil eden katı, toz, sıvı ve krem halinde temizleme müstahzarlarını kapsar.

Müessir maddesini, sentetik temizleyici madde teşkil eden deterjanlar, tıbbi sabunlar ve traş kremleri ile şampuanlar, bu standardın dışında kalmakta olup deterjanlar sabun ve sabunlar da deterjan tabiri ile adlandırılmazlar.

Sabunlara bazı özellikler vermek için sağlığa zararlı olmayan ve sınıflarında belirtilen hadleri aşmıyacak nisbette yararlı sentetik maddeler ilave edilebilmektedir.

¹⁹ Nursun Beşeli, "Temizlik malzemeleri ihracat imkanları ve pazar araştırması", Ankara, 1980, s. 1.

²⁰ Beşeli, op. cit. s. 1.

²¹ Beşeli, op. cit. s. 2.

B.Sabunların Sınıflandırılması ve Özellikleri:

1.Türk Standartları Enstitü'süne Göre Yapılan Sınıflandırma:

Türk Standartları Enstitüsü sabunları ihtiva ettikleri yağ asidi miktarına göre, dört sınıfa ayırmıştır. ²²

- a. Ekstra sabunlar
- b. Birinci sınıf sabunlar
- c. İkinci sınıf sabunlar
- d. Üçüncü sınıf sabunlar

Ekstra, birinci, ikinci, üçüncü sınıflar içinde incelenilen sabun çeşitlerinin dışında, bu sınıfların esas özelliklerine uymak şartıyla başka çeşit sabunlar da yapılabilir. Ancak bu sabunların üzerine ait olduğu sınıfın işareti veya yazısı konur.

a. Ekstra sabunlar:

%75 ve daha yüksek nisbette yağ asidi ihtiva ederler. Bu sınıfa giren sabunların bileşiminde bulunabilecek diğer maddelerin miktarları aşağıda gösterilmiştir. Bu değerler (105°C de uçucu maddeler hariç) muayene metodları kısmında belirtildiği şekilde %17.0 uçucu madde esasına göre hesap edildiğinde bulunması gereken miktarlardır.

| | |
|--|--------|
| - 105°C de uçucu maddeler toplamı en çok | %17.0 |
| - Serbest kalevi (NaOH cinsinden hesaplandığında) en çok | % 0.2 |
| - Alkolde çözünmeyen maddeler (klorürler hariç) en çok | % 2.0 |
| - Klorürler (NaCl cinsinden hesaplandığında) en çok | % 3.00 |
| - Sabunlaşmamış yağlar en çok | % 0.3 |

Bileşimi itibari ile ekstra sabunlar sınıfına ait olmakla beraber, kullanılış yerlerine göre uygun özellikler vermek suretiyle üretilen sabunlar ekstra sabunların çeşitleridir. Çeşitlerin bileşimleri belirtilmeyen hususlarda ekstra sabunlar için konulan değerlere uygun olmalıdır. Ekstra sabunların başlıca çeşitleri; tuvalet sabunları, traş sabunları ve toz, granül, çubuk, yaprak halinde satışa sunulan saf sabunlardır. ²³

i) Tuvalet sabunları: Bu tip sabunlar ekstra sabunlardan uygun maddeler ilavesi ve soğutma, ufalama, kurutma, karıştırma, valslerden geçirme ve kalıplama gibi fiziksel işlemler sonucunda elde edilen sabunlardır. Bu sabunlarda;

²² "Sabunların Sınıflandırılması ve Özellikleri", **Dün ya Gazetesi**, 22 Kasım 1989, s. 4.

²³ Beşeli, op. cit, s. 41.

- Serbest kalevi miktarı (NaOH cinsinden hesaplandığında) en çok %0.1
- Reçine miktarı en çok %5.0
- Lanolin ve/veya vazelin en çok %3.0
- Lanolin ve/veya vazelin ve/veya esansı mevcut tuvalet sabunlarında sabunlaşmamış madde miktarı en çok %1.5 olabilmektedir.²⁴

ii) Traş sabunları: Bu sabunlarda;

- Serbest kalevi bulunmayacak,
- Serbest yağ asitleri stearik asit hesabıyla en çok %2.0
- Lanolin ve/veya vazelin miktarı en çok %3.0
- Lanolin ve/veya vazelin ve/veya esansı mevcut traş sabunlarında sabunlaşmamış madde en çok %1.5 olabilmektedir.²⁵

iii) Saf sabunlar: Ekstra sabunların çeşitli usullerle toz, yaprak, çubuk, granül hale getirilmiş şeklidir. Bu sabunlarda;

- 105°C de uçucu maddeler en çok %12.0,
- Granül ve çubuk şeklindeki saf sabunlarda çap en çok 2 mm,
- Yaprak halindeki saf sabunlarda kalınlık en çok 1 mm olurken,
- Toz halinde olanlar 80 meşlik elekte bakiye bırakmayacak kadar ince olmalıdır.²⁶

b. Birinci sınıf sabunlar:

En az %0.2 nisbetinde yağ asidi ihtiva ederler. Bu sınıfa giren sabunların bileşiminde bulunabilecek maddelerin miktarları aşağıda gösterilmiştir. Bu değerler (105°C de uçucu maddeler hariç) %30.0 uçucu maddeler esasına göre hesap edildiğinde sabunda bulunması gereken miktarlardır.

- 105°C de uçucu olan maddeler toplamı en çok %30.0
- Serbest kalevi (NaOH cinsinden hesaplandığında) en çok % 0.2
- Alkolde çözünmeyen maddeler (klorürler hariç) en çok % 2.0
- Klorürler (NaCl cinsinden hesaplandığında) en çok % 3.0
- Sabunlaşmamış yağlar en çok % 0.3'tür.

Bileşimi itibariyle birinci sınıf sabunlara ait olmakla beraber, kullanılış yerlerine göre uygun özellikler vermek suretiyle imal edilen sabunlar birinci sınıf sabunların çeşitleridir. Çeşitlerin bileşimleri belirtilmeyen durumlarda birinci sınıf

²⁴ Beşeli, op. cit. s. 41.

²⁵ Beşeli, op. cit. s. 41.

²⁶ Beşeli, op. cit. s. 41.

sabunlar için konulan değerlere uygun olmalıdır. Birinci sınıf sabunların başlıca çeşitleri banyo sabunları ve reçineli sabunlardır.²⁷

i) Banyo sabunu: Birinci sınıf sabunlara uygun maddeler ilavesi ve soğutma, ufalama, kurutma, karıştırma, valslerden geçirme ve kalıplama gibi fiziksel işlemler sonucu elde edilen sabunlardır. Bu sabunlarda;

- Reçine asitleri miktarı en çok %10.0
- Lanolin ve/veya vazelin miktarı en çok % 3.0
- Lanolin ve/veya vazelin ve/veya esansı mevcut banyo sabunlarında sabunlaşmamış (sabunlaşabilen + sabunlaşmayan) yağ miktarı en çok %1.5 olabilecektir.²⁸

ii) Reçineli sabunlar: Reçineli sabunlarda, reçine asitleri toplamı en az %10 olacaktır.

c. İkinci sınıf sabunlar:

En az %40 nisbetinde yağ asidi ihtiva eden sabunlardır. Bu sınıfa giren sabunların bileşiminde bulunabilecek maddelerin miktarları aşağıda gösterilmiştir. Bu değerler (105°C de uçucu maddeler hariç) %35 uçucu maddeler esasına göre hesap edildiğinde sabunda bulunabilecek miktarlardır.

- 105°C de uçucu olan maddeler en çok %35.0
- Serbest kalevi (NaOH cinsinden hesaplandığında) en çok % 0.3
- Alkolde çözünmeyen maddeler (klorürler hariç) en çok % 4.0
- Klorürler (NaCl cinsinden hesaplandığında) en çok % 3.0
- Sabunlaşmamış yağlar en çok % 0.3

bileşimi itibariyle, ikinci sınıf sabunlara ait olmakla beraber kullanış yerlerine göre uygun özellikler vermek suretiyle imal edilen sabunlar ikinci sınıf sabunların çeşitleridir. Bunların bileşimleri belirtilmeyen durumlarda ikinci sınıf sabunlar için konulan değerlere uygun olmalıdır.²⁹

i) Acı su sabunu: Bu sabunlarda;

- 105°C de uçucu maddeler toplamı en çok %55.0
- Serbest kalevi (NaOH cinsinden hesaplandığında) en çok % 0.5
- Yağ asitlerinin sabunlaşma indisi en az 240 olacak ve,
- şeker bulunmayacaktır.³⁰

ii) Gliserinli saydam sabunlar: Bu sabunlarda;

- 105°C de uçucu maddeler toplamı en çok %55.0
- Serbest kalevi (NaOH cinsinden hesaplandığında) en çok % 0.1

²⁷ Beşeli, op. cit, s. 41.

²⁸ Beşeli, op. cit, s. 41.

²⁹ Beşeli, op. cit, s. 42

³⁰ Beşeli, op. cit, s. 42

- Gliserin miktarı en az olmalıdır.³¹

% 5.0

iii) Dokuma sabunları: Yalnız zeytinyağı ve zeytin yağı asitlerinden yapılmış olmalıdır. Bu sabunlarda;

- 105°C de uçucu maddeler toplamı en çok %32.0
- Sabunlardan elde edilen yağ asitlerinin iyod endisi 79-95 arasında,
- Sabundan elde edilen yağ asitlerinin titri 17-26°C arasında olacaktır.³²

iv) Prina sabunları: Yalnız prina yağından yapılan sabunlardır. Bu sabunlarda;

- 105°C de uçucu maddeler toplamı en çok %32.0,
- Sabundan elde edilen yağ asitlerinin iyod endisi 79-92 arasında
- Sabundan elde edilen yağ asitlerinin titri en çok 26°C olabilecektir.³³

v) Dokuma dink sabunları: Dokuma sanayiinde kullanılan bu sabunlarda;

- 105°C de uçucu maddeler toplamı en çok %32.0
- Alkali karbonat miktarı (susuz Na_2CO_2 olarak) en çok % 5.0
- Serbest kalevi miktarı(NaOH cinsinden hesaplandığında) en çok % 0.1
- Sabundan elde edilen yağ asitlerinin iyod endisi en çok 45,
- Sabunun bulunma noktası en az 50°C olabilecektir.³⁴

vi) Traş sabunu tozları: Traş için kullanılan sabun tozudur. Bu sabunlarda;

- 105°C de uçucu maddeler toplamı en çok %10.0
- Köpük stabilizatörleri (talk, nişasta ve benzerleri) en çok %30.0
- Serbest yağ asitleri, stearik asit hesabıyla en çok % 0.5'tir.
- Alkolde çözünmeyenler dikkate alınmaz.³⁵

vii) Toz sabunlar: Yıkama özelliklerini mükemmelleştirmek maksadı ile içine muhtelif maddeler ilave edilen ve toz haline getirilmiş sabunlardır. Bu sabunlarda;

- Yağ asitleri miktarı en az %45.0
- Sodyum karbonat (Na_2CO_2) miktarı en çok %30.0
- Sodyum karbonat (Na_2CO_2) alkali fosfatlar, beyazlatıcı maddeler,
Ve aynı maksatlar için ilave edilen diğer maddelerin toplamı en çok %40.0

³¹ Beşeli, op. cit. s. 42

³² Beşeli, op. cit. s. 42

³³ Beşeli, op. cit. s. 42

³⁴ Beşeli, op. cit. s. 42

³⁵ Beşeli, op. cit. s. 43

- "Oksijenli toz sabun" adı altında satışı çıkarılan mamüllerde aktif oksijen miktarı en az % 0.5 olabilecek ve,
- Toz sabunlarda alkolde çözenmeyen maddeler ve 105°C de uçucu maddeler dikkate alınmayacaktır.³⁶

d. Üçüncü sınıf sabunlar:

Yağ asidi miktarı %40.0'dan az olan sabunlardır. Bu sınıfa giren sabunların bileşiminde bulunabilecek maddelerin miktarları aşağıda gösterilmiştir. Bu değerler 105°C de uçucu olan maddeler hariç, %55.0 uçucu madde esasına göre sabunda bulunması gereken miktarlardır.

- 105°C de uçucu olan maddeler toplamı en çok %55.0
 - Serbest kalevi (NaOH cinsinden hesaplandığında) en çok % 0.4
 - Alkolde çözünmeyen maddeler (klorürler hariç) en çok % 4.0
 - Klorürler (NaCl cinsinden hesaplandığında) en çok % 0.75
 - Sabunlaşmamış yağlar en çok % 1.0'dır.
- Bu sınıfa giren başka sabun çeşitleri kumlu sabunlar ve arap sabunudur.³⁷

i) Sıvı tuvalet sabunu: Bu sabunlarda;

- Yağ asitleri en az %13.0
- Serbest alkali, en çok % 0.05 (KOH) olabilir,
- Şeker, gliserin, alkol veya bunların toplamı en çok % 3.0
- 0°C de 18 saat bırakıldığında çöken madde miktarı hacmen en çok % 0.5'dir.³⁸

ii) **Kumlu sabunlar:** Sabunun temizleyici özelliklerini mekanik tesirler ilavesiyle arttırmak için imal edilmiş olan sabun çeşitleridir. Bu sabunlarda;

- 105°C de uçucu olan maddeler en çok %25.0
- Serbest kalevi (NaOH cinsinden hesaplandığında) en çok % 0.2
- Sabunlaşmamış yağlar en çok % 1.0
- Alkali tuzlar (soda ve/veya boraks) en çok % 5.0
- Alkali tuzlar (soda ve/veya boraks) en çok % 2.0
- Silisli maddeler veya aynı maksada hizmet edecek benzerleri en çok %60.0, en az %35.0 olacak ve 80 meşlik elekte bakiye bırakmayacaktır.³⁹

³⁶ Beşeli, op. cit, s. 43.

³⁷ Beşeli, op. cit, s. 43.

³⁸ Beşeli, op. cit, s. 43

³⁹ Beşeli, op. cit, s. 43

iii) Arap sabunu: Sabunlaştırıcı madde olarak kısmen veya tamamen potasyum bileşikleri kullanılmak suretiyle imal edilmiş olan, her türlü yumuşak sabunlardır. Bu sabunlarda;

- Yağ asitleri miktarı en az %30.0
- Serbest kalevi miktarı (KOH cinsinden hesaplandığında) en çok % 0.5
- Alkali ile birleřmemiř yağlar (serbest organik asidler + nötr yağlar + sabunlařması mümkün olmayan maddeler) en çok %2.0 olabilecek ve,
- 0°C de 24 saat bekletildiğinde bir sıvı tabakası ayrılmayacaktır.
- Yapılışında sodyum hidroksit - potasyum hidroksit karışımı kullanılmış olanların da kristaller bulunabilir.⁴⁰

⁴⁰ Beşeli, op. cit, s. 43.

2. Kullanım Amacına Göre Sabunların Sınıflandırılması:

Kullanım amacına göre sabunlar 3 sınıfa ayrılır.

- a) Banyo sabunu olarak kullanılan sabunlar
- b) Temizlik işlerinde kullanılan sabunlar
- c) Tıpta kullanılan sabunlar (Dezenfekte özelliği olan)
- d) Özel amaçlı olarak kullanılan sabunlar

a. Banyo sabunu olarak kullanılan sabunlar: Dört çeşittir.⁴¹

- **Kokulu sabun:** Yapımında gösterilen özenin giderek artması, kokulu sabun kullanımının çok yaygınlaşmasına yol açmıştır. Sabunların kokulu hale getirilmesi ilgi çekici bir işlemdir; kokunun içine giren temel yağlar alkali ortama iyi dayanmadığı için kokunun bozulma tehlikesi vardır. Öte yandan kokunun yayılmasına yardım eden alkolün bulunmadığı sabunlarda dayanıklılığı sağlamak için dayanıklı maddeler eklemek gerekir. Kokulu sabunlar bazen meyve şeklinde de piyasaya sürülür ve daha ilgi çekici olması sağlanır.

- **Tuvalet sabunu:** Bu sabun içinde sabunlaşmamış ürün bulunmayan ve serbest alkali oranı %0.05'ten az, sodyum klorür oranı da %0.5 civarında olan bir hamurdan elde edilir. Hammadde daha sonra, suyunun %20'sini kaybetmesi ve böylece yağ asidi miktarının %78'e yükselmesi için kurutulur. O zaman koku ve renk verici maddeler, bazen de değişik katkı maddeleri katılır; daha sonra karışım, iki mekanik işlemden geçirilir: Kütleye uygun bir yapı verebilmek ve katkıların mükemmel bir şekilde dağılmasını sağlamak için karıştırma ve yoğurma, sonra sabunun düzgün parçalar halinde kesilmesi. Sabun kalıplarının baskısı ve ambalajı müşteri üzerinde önemli etkileri olan işlemlerdir.

- **Saydam veya şeffaf sabun:** Soğutma sırasında homojenliğini koruması için, içine şeker, gliserin veya alkol katılan sabundur. Duyarlılığını elektrolitik ortamda kaybeder ve billurlaşmaz.

- **Yüzer sabun:** Yoğunluğunu azaltarak sudan daha az yoğun hale getirmek için, içine hava karıştırılan tuvalet sabundur.

b. Temizlik işlerinde kullanılan sabunlar:⁴²

- **Arap sabunu:** Potas sabunu veya yumuşak sabun da denir. Bir bitkisel veya hayvansal yağ ile potasyum hidroksit çözeltisinin birleşmesinden meydana gelen sabundur. (Genellikle yarı saydam, yağlı bir macun kıvamındadır). Bazen tıpta, uyuz hastalığı tedavisinde kullanılır.

⁴¹ Safa Kılıçlıoğlu, Nezihe Araz, Hakkı Devrim, "Sabun", **Meydan Larousse Büyük Lugat ve Ansiklopedisi**, cilt 10, İstanbul: Meydan Yayınevi, 1972.

⁴² Kılıçlıoğlu, Araz, Devrim, op. cit. s. 805.

- **Toz sabun:** Toz haline getirilmiş sert sabun; yağ ve reçine asidi miktarı en az %82'dir.

c. Tıpta kullanılan sabunlar: (Dezenfekte özelliği olan)⁴³

- **Antiseptik sabun:** Bakteri öldürücü maddelerin (heksaklara, difenilmetan, tekraklorofenol ve diklorofenol'den türeyen sentetik bileşikler) katılmasıyla az da olsa antiseptik ve mikrop öldürücü özellikler kazanan sabundur.

- **Kozmetik sabun:** Deriyi beslemeğe, yumuşatmağa ve uyarmağa yarayan sabundur. Bu sabunlar basit, çok yağlı sabunlar (%1-3 çok yağlayıcı maddeli) ve kozmetik katılmış sabunlar (Lanolin, Ketil alkol, lesitin) olarak ikiye ayrılır.

- **Parazit öldürücü, böcek öldürücü antikriptogamik sabun:** İçinde parazit öldürücü maddeler, özellikle prekropon'dan çıkarılan maddeler, DDT, kükürt ve sodyum polisülfür kullanılan sabundur.

- **Prina Sabunu:** Zeytinden zeytinyağı çıkarıldıktan sonra geriye kalan artıklardan elde edilen prina yağından yapılmış sabundur. Cilt hastalıklarında, saç dökülmelerinde kullanılır.

- **Sıvı (veya mayı) sabun:** Bileşiminde %36 oranında hindistan cevizi yağından yapılmış potas sabunu bulunan sulu çözeltilidir. Ameliyatlarda kullanılmak için sıvı sabun beşte bir oranında seyreltilir.

- **Tıbbi sabun:** Badem veya çekirdek yağının sodyum hidroksit çözeltisiyle sabunlaşmasından elde edilen sabundur.

- **Badem yağı sabunu:** Badem yağı ile sodyum hidroksitten elde edilir ve çeşitli ilaçlarda sıvı yağ olarak kullanılır. (haplar, liminentler)

- **Potashlı hindistan cevizi yağı sabunu:** Suda uygun bir şekilde çözündürülüp sterilize edilerek cerrahi sabun denen sabunu meydana getirir (Ameliyatlardan önce ellerin ve eldivenlerin yıkanması için kullanılır.) Çeşitli ilaçlar (kükürt, ihtiyol, katran, çeşitli antiseptikler) katılmış katı sabunlar tıbbi sabunları meydana getirir ve cilt hastalıklarında kullanılır.

d. Özel amaçlı olarak kullanılan sabunlar: ⁴⁴

- **Donyağı sabun:** Donyağlarının (dana veya domuz içyağlarının) sodyum hidroksit çözeltisiyle sabunlaşmasından elde edilen sabundur. Alkollü çözeltisi apodeldak balsamının temel maddesini meydana getiren bir jel'dir.

⁴³ Kılıçlıoğlu, Araz, Devrim, op. cit, s. 805

⁴⁴ Kılıçlıoğlu, Araz, Devrim, op. cit, s. 805.

- **Metalik sabun:** Genellikle ağır madenlerden herhangi birinin çözünmüş tozu ve alkali sabun arasındaki çift ayrışmadan elde edilen sabundur.
- **Payet sabun veya Pulcuklu sabun:** Yağ asitleriyle reçine asitleri oranı en az %78 olan, ince ve düzgün geometrik pulcuklar şeklinde bulunan sabundur.
- **Sogukta yapılan sabun:** Sıvı halde katılan maddeler ile sodyum veya potasyum hidroksit çözeltisinin egzotermik tepkimesiyle elde edilen sabundur.
- **Talaş sabunu:** Yağ ve reçine asitleri oranı %75 olan talaş şeklindeki sabundur.
- **Yarı pişmiş sabun:** Kısmi bir tuzlama uygulansın veya uygulanmasın sıcakta hamurlaştırma ile elde edilen sabundur.



C. Sabun Yapımında Kullanılan Hammaddeler:⁴⁵

Sabunların temel hammaddeleri muhtelif nebati ve hayvani yağlar ve kostik sodasıdır. Bugün sabun sanayiinde kullanılan yağlar şunlardır:

- **Nebati yağlar**: Nebati yağ çeşitleri Palmiye, palmiye çekirdeği, koko (kopra), soya, yer fıstığı, pamuk ve zeytin yağlarıdır.
- **Hayvani yağlar**: Hayvani yağlar balina, sığır ve koyun yağlarıdır.
- **Ayçiçek yağı**: Orijin Orta Amerikadır. Şimdi her yerde yetişmektedir. En fazla Rusya'da yetiştirilir. Çekirdeği %30 yağ verir.
- **Koko yağı**: Palmiye çekirdeği yağı gibi nisbeten yumuşak yağ olarak kullanılır. Tropik ülkelerde yetişir; dış liflerinden halat, paspas gibi maddeler, kabuğundan yakılacak kömür ve et kısmından yağ yapılır, sütü de içilir. Kopra denilen kurutulmuş parçalanmış etinden %60 yağ çıkarılır.
- **Palmiye yağı**: Donyağından daha sert (43-46 °C) bir yağdır. Sıkı yapılı plastik ve çok iyi köpüren, çatlamaya meyli az bir sabun meydana getirdiğinden sabunculukta kullanışlı bir yağdır. Kokusu da birçok parfümlere daha çok uyar. Tropik ülkelerde yetişir.
- **Yer fıstığı yağı**: Orijin Amerika olup, şimdi her yerde yetişmektedir. %42 yağ verir.
- **Pamuk çekirdeği yağı**: %20-25 yağ verir.
- **Soya yağı**: Orijin Çin ve Uzak Doğu olup şimdi her yerde bilhassa Amerika'da yetiştirilir. %16 kadar yağ verir.
- **Zeytin yağı**: Akdeniz bölgesinde, bilhassa İspanya ve İtalya'da bol miktarda yetişir ve yağı çıkarılır.

Diğer yağlar:

- **Rapeseed yağı**: Başlıca Çin'de yetişir, %35-40 yağ verir. Susam yağı ise Çin, Hindistan, Afrika, Japonya'da fazlaca yetiştirilir. %50 yağ verir.

Reçine (Rosin, Çamsakızı): Pahalı olduğundan yerini EDTA, Stavax, Ionol gibi koruyucu maddelere bırakmıştır. Fakat parfüm fiksator olarak değerine erişilememiştir.

⁴⁵ Hacı Şakir Fab. T. a.ş. "Sabunun Tarihçesi", (Teksir, 1991)

- **Destile asitler:** Bunlar da hazırlandıktan birkaç saat içerisinde sabunlaştırmak şartıyla, yağlar yerine kullanılabilir.

- **Hayvani yağlar:**

- **Don yağı:** Titri 40-42°C olmalıdır. 43°C'den daha yüksek olursa, koyun yağı katıldığına göstergedir. Ve sabunun depoda muhafazası sırasında ağır koku oluşur. Donyağından başka domuz yağı, balina yağı gibi maddeler de hayvani yağ olarak kullanılırsa da, miktar olarak sabun sanayiinde önemli bir yer tutmazlar.

Diğer hammaddelerin esasını ise, kostik soda ve tuz oluşturur.

Kostik soda: %30 olarak kullanılır. Bu solüsyon kostik sodanın su ile sulandırılmasıyla hazırlanır ve %3-4 ihtiva eder. Tuz suda eritilerek %15-20 solüsyon halinde kullanılır.

Sabun için; tuvalet, banyo ve traş sabunu, çamaşır sabunu, gliserin gibi ayırımlarda bulunduğumuzda bunların üretiminde kullanılan hammaddeler Tablo 1.1'den izlenebilir.

TABLO 1.1

**ÇEŞİTLİ SABUN ÜRÜNLERİNDE KULLANILAN BAŞLICA
HAMMADDELER⁴⁶**

1) **Tuvalet - banyo ve traş sabunu:**

| | |
|---------------------------|---------------|
| a) Don yağı | Yerli + ithal |
| b) Pirina yağı | Yerli |
| c) Hidrojene pamuk yağı | Yerli |
| d) Ham rapidsa yağı | Yerli |
| e) Çiçek yağı | Yerli |
| f) Koko yağı | İthal |
| g) Hidrojene rapidsa yağı | Yerli |
| h) Hidrojene çiçek yağı | Yerli |
| i) Mısır özü yağı asidi | Yerli |
| j) Karışık sabunluk yağ | Yerli |
| k) Çiçek yağı asidi | Yerli |
| l) Zeytinyağı asidi | Yerli |
| m) Tinopal | İthal |
| n) Tuz | Yerli |
| o) Sodyum hidroksit | Yerli |
| ö) Parfüm | İthal |
| p) Sodyum hidrosülfid | İthal |
| r) Aktif toprak | İthal |
| s) E.D.T.A. | İthal |
| t) Magnezyum sülfat | İthal |
| u) Titandioksit | İthal |
| ü) Reçine | İthal |
| v) Sodyum klorit | Yerli |
| y) Kalsiyum karbonat | Yerli |
| z) Fosfat asidi (saf) | Yerli |

2) **Çamaşır sabunu:**

| | |
|-----------------------|-------|
| a) Bitkisel yağlar | Yerli |
| b) Sodyum hidroksit | Yerli |
| c) Parfüm | İthal |
| d) Sodyum hidrosülfid | İthal |
| e) Titandioksit | İthal |
| f) E.D.T.A. | İthal |
| g) Magnezyum Sülfat | İthal |
| h) Sodyum silikat | Yerli |
| i) Reçine | İthal |

⁴⁶ M. İrfan, Keskin, "Kimya sanayii araştırması, güncelleştirme çalışması", Türkiye Sınai Kalkınma Bankası A.Ş. Kredi ve Yatırım Müdürlüğü, İstanbul: 1983, s.4.

3) **Gliserin:**

- | | |
|----------------------------------|-------|
| a) Sabun altı suyu (Lessiv suyu) | Yerli |
| b) Sülfürik asit | Yerli |
| c) Alüminyum sülfat | Yerli |
| d) Aktif karbon | Yerli |
| e) Kireç | Yerli |
| f) Don yağı asidi | Yerli |



D. Sabun Sektöründe Üretim Metodları:

1. Üretim Metodlarının genel özeti:

Sabun üretim metodları çok çeşitlidir. Belli başlı on tane üretim metodu vardır⁴⁷

a. Soğukta yapım: En basit methodur. En azında %30'luk sodyum veya potasyum hidroksit çözeltilerinin gerektiği "yağ içinde su" tipinde bir emülsiyonun hazırlanması lazımdır. Tepkime egzotermiktir, fakat sıcaklık 100°C'nin altında kalır. Basit olduğu için (sıvı lipit bileşenler ve derişik alkali çözeltisi karışımı) bu metod küçük tesislerde uygulanır. Bununla beraber iki sakıncası vardır: bir taraftan gliserin kütleinin içinde kalır ve tekrar kazanılmaz, diğer taraftan da sabunlaşma ender olarak tamdır ve ürünün iyi korunmasını engelleyen sabunlaşmamış kısımlar kütle içinde kalır.

b. Yarı Pişirme Usulü: Traş sabunu yapımı için geliştirilen bu methodta, emülsiyonun belirli bir süre 90°C'de kalması ve bozulmamış yağın veya alkali fazlasının bulunmadığının analize doğrulanması, bu fazla alkalinin de kesin bir şekilde nötrleştirilmesi gerekir.

c. Marsilya tipi: Bu methodta hamurlaştırma, tuzlama, pişirme ve tasfiye yapılır. Daha sonra soğumaya bırakılan sabun hamuru, 35-40 kg'lık paralel yüzler haline getirilir, modeller üzerine taşınır ve belirli bir ağırlıkta kalıplar halinde kesilir; bu metod için 24 ile 60 saat gerekir. Sabunlar, ısıtıcı çift çeperli bir besleme haznesi içinde tutulur ve hücreli pres filtreleere benzeyen bir soğutma presine sürülür. Sürekli çalışan daha modern makineler sabunu hem soğutur, hem de suyunu alır. Böylece toz veya payet sabun elde edilir.

d. Clayton metodu: 1934'e doğru ortaya çıkmıştır. Yüksek sıcaklık uygulanır. Ve sonra yeniden hidratlanan susuz bir sabun elde edilir.

e. i.p.c metodu: Gunther Jacobs'un ortaya çıkardığı bir methodtur. Yağları eritmek ve sodyum hidroksitle emülsiyon meydana getirmek için etkisiz bir eritici kullanılır; elde edilen kütle, atmosfer basıncından daha düşük bir basınç altında, sm²'ye 7 kg'lık bir gerilimin etkisinde bırakılarak eriticinin ve glikolün buharlaştırılması sağlanır.

f. "Du Pont de Nemours" metodu: Gliseritler metanol etkisiyle metil esterleri haline dönüştürülür. Ve sürekli damıtma ile saflaştırılan esterler susuz veya derişik çözelti halindeki bir alkaliyle işlenir.

g. Sharpless metodu: Marsilya metodunun ilkeleri uygulanır ve imalatın her safhasında merkez kaç işlemi yapılır.

⁴⁷ Kılıçoğlu, Araz, Devrim, op. cit, s. 805

h. "Monsavon" metodu: "Yağ içinde su" tipinde bir emülsiyon kullanılmaktadır. Saf sabunda %61 yağ asidi ve %0.2 sodyum hidroksit fazlası olacak şekilde, düşük sıcaklıkta derişirme alkali çözeltisi ile yapılır; sıcak bir çepere temas ederek başlayan tepkime egzotermik olduğu için kendi kendine devam eder. Sabun bir kule içinde derişikliği sınır hidroksit çözeltisine eşit olan, derişik hidroksit çözeltisiyle yıkanır ve tasfiye bir miktar düz sabunun eritildiği ve esmer kısımların elde edildiği hafifçe alkali bir su katılarak yapılır. Fazlar (%75 sabun, %25 esmer faz) çift zarflı kaplarda 12 ile 24 saat dinlendirilerek ayrılır. Esmer faz böylece saf sabun ve sınır hidroksit çözeltisinden belirli bir miktar sodyum klorür katılarak ayrılır.

1. Kontinü Pişirme metodu: Yağların kontinü olarak sabunlaştırılması, sabun hamurunun yine kontinü olarak gliserinli sabun altı sularından ayrılarak yıkanması ve santrifüjlenmesidir. Sistem İtalya Mazzoni firmasının geliştirdiği modern bir teknolojidir. Prensibi, yağların alkali ile beraber 120-135°C de 2-3 atm. basınç altında tek fazlı bir ortamda ani sabunlaştırılması, gliserinli suların ayrılması ve ters akım prensibine göre sabunun yıkama sularıyla yıkanması ve santrifüjlenmesidir. ⁴⁸

i. Sergi usulü üretim metodu: Pişirmeden sonraki bütün safhaların tamamı ve/veya bir kısmı basit usullerde yapılmaktadır. Bu arada bu işlemleri yarı mekanik şekilde (kesme ve damgalama işlemleri) yaparak üretimde bulunan sabun sanayicileri de mevcuttur. ⁴⁹

⁴⁸ Devlet Planlama Teşkilatı, **Sabun- deterjan- gliserin özel ihtisas komisyonu raporu**, Ankara: 1987, s. 41-42

⁴⁹ Devlet Planlama Teşkilatı, **Sabun- deterjan- gliserin özel ihtisas komisyonu raporu**, Ankara: 1987, s. 41-42

2. Türkiye'de Kullanılan Teknoloji:

Türkiye'de sabun sergi ve kontinü olmak üzere iki sistemde üretilmektedir. Sergi sabunculuğu yaygın olmasına karşın ilkel teknoloji ile sürdürülmektedir. Avrupa'da tamamen ortadan kalkan bu üretim tarzı fazla bir finansman gerektirmediği için yaygın bir üretici kesimine sahiptir. Kontinü sistem ise, gelişmiş bir teknoloji gerektirmektedir. Ve bu sistemde genellikle tuvalet sabunu üretilmektedir. ⁵⁰

Türkiye'de sabun üretimi 1980'lere kadar basit usulde sergi sabunculuğu olarak devam etmiş, daha sonra makine sabunculuğu başlamış ve her geçen yıl modernleşerek kapasite ve kalite bakımından büyük gelişmeler göstermiştir.

Sabunlaştırma işlemlerinde bilimsel yollar kullanılmaya başlanmış olup, Türkiye'de sabun sanayii teknolojisi diğer gelişmiş ülkelerdeki teknolojiyle aynıdır. Kontinü sabunlaştırma metodu olan bu teknolojiyle daha kaliteli sabun üretimi gerçekleştirilmektedir.

Ülkemizde modern tarzda üretilen makine sabunları Türk Standartları Enstitüsü tarafından belirlenmiş olan T.S. 54 sabun standardı normlarına uygundur. Böyle olmakla birlikte, yurt içi toplam sabun tüketiminin ki, yaklaşık 160.000- 170.000 Ton/ yıl'dır %30-35'ini (~ 4000 Ton/Yıl) sayıları 100'ü aşan basit usulde sergi sabunculuğu metoduyla üretim yapan küçük imalatçı firmalar üretmektedir. Bunlar özellikle hammadde kaynaklarına yakın yerlerde kurulmuş olup Akdeniz, Trakya, Ege, Marmara, Güneydoğu Anadolu bölgelerinde yaygınlaşmıştır. Piyasada fiyat unsurunun daha önemli olduğu sergi tipi ve benzer çamaşır sabunlarında bazı üreticiler maliyet düşürmek için kaliteyi düşürmekte standart dışına çıkarak haksız rekabete neden olmaktadır.

Türkiye'de sabunculuğun bu şekilde iki kol olarak ilerlemesiyle modern araçlarla üretimi yapılan fabrikasyon sabunların fiyatı daha ucuz olmasına rağmen, sergi sabununa rekabet üstünlüğü sağlanmaktadır. Gelişmiş ülkelerde uygulanan sabun üretim metodları ile karşılaştırma yapıldığında ülkemiz uygulamasının birkaç büyük firma dışında, gayet iptidai olduğu görülmektedir. Bugünkü durumun hemen değişmesi beklenemez. Fakat yatırım yapacak olan firmalar, uygulayacakları teknoloji açısından da denetlenecek olurlarsa durumun zamanla düzeltilmesi imkanı vardır. Ekonomimize daha yararlı bir üretim metodunun yerleşmesini temin için ikinci çare, kullanılan ham ve yardımcı maddelerin kontrol edilmesidir. Bu da kısmen standartlarla yapılmaktadır. Fakat yeterli olmamaktadır. Büyük ve modern yeni tesisler kuruldukları kullanılan teknoloji ile beraber tüketilen ham ve yardımcı maddelerin cins ve miktarları da kendiliğinden düzelecektir.

⁵⁰ "Sabun tüketimi geriliyor", **Dünya Gazetesi**, 13 Haziran 1988.

E. Sabun Üretimi

1. Sabun Üretiminin Ana Seyir Şeması: ⁵¹

Sabunun oluşumu için hayvansal ve bitkisel yağlar bir karışım halinde kullanılır. Çamaşır sabununun %65'ini, banyo sabununun %75'ini, granül sabunun %80'nini, tuvalet sabununun ise %85'ni hayvansal yağlar, kalan kısmını ise bitkisel yağlar oluşturur.

Yağlar fabrikaya dökme yağ ve varil yağ biçiminde gelirler. Fabrikaya gelen prina yağı ve çiçek asidinin renkleri kalite kontrol servisince fosforik asit, sodyum klorit kullanılarak açılır. Ayrıca gelen yağların kullanılabilirliğide kalite kontrol servisince incelenir ve olumlu rapor verilirse imalat departmanından gelen rapor doğrultusunda bir paçal hazırlanır. Su, yağ, tuz, kostik sabunun temel maddelerini oluşturur. Hazırlanan paçal pişirme dairesine alınır. Pişirme sırasında değişik tipteki mamuller için ayrı kazanlar kullanılır. İlk sabunlaşma işlemi yaklaşık dört saat sürer. Bu sırada kazandan alınan bir numune kalite kontrol servisine getirilir. Burada karışımdaki kostik oranı kontrol edilir, eğer bu oran belli bir seviyenin altında ise belli bir miktar daha kostik ilave edilir. Kazanın ikinci suyunda kalite kontrol servisine bir numune daha getirilir ve karışımdaki titr durumuyla sabunun fiziki ve kimyasal özellikleri kontrol edilir. Sabunlaşma ameliyesi 35 saat sürer. Kapamadan sonra karışım üç kere yıkanır, blankit verilir.

Sabunlaşma safhasında kazanda lessiv suyu oluşur. Sabunun altında toplanan gliserin, su, kostik ve diğer yabancı maddeler karışımı oluştururlar. Kazandaki gliserinli su bir pompa ile kazandan alınarak gliserin imalinde kullanılır. Lessiv suyu alındıktan sonra kazana tekrar su basılarak sabunun inceltmesi sağlanır. Yıkama işleminde amaç, sabunun içindeki artık maddeleri atmak ve gliserini kazanmaktır. Standartlara göre beyaz sabundaki yağ asidi oranı binde sekiz olmalıdır.

Tüm bu işlemlerden sonra sabun, pişirme kazanlarından bir karıştırıcıya alınır. Artık pişirme safhası bitmiştir. Karıştırıcıdan alınan bir numune kalite kontrol servisine getirilir. Burada sabunlaşmayan yağ, tuz, alkalite, rutubet analizleri yapılır. Karışımın içerisindeki titandioksit oranı az ise, imalata uyarı yapılarak bu oran artırılır. Daha sonra karıştırıcıdan alınan karışım budinöz denen bir tanka nakledilir. Bu tank içindeki karışımda %30 nem, %0.8 tuz vardır.

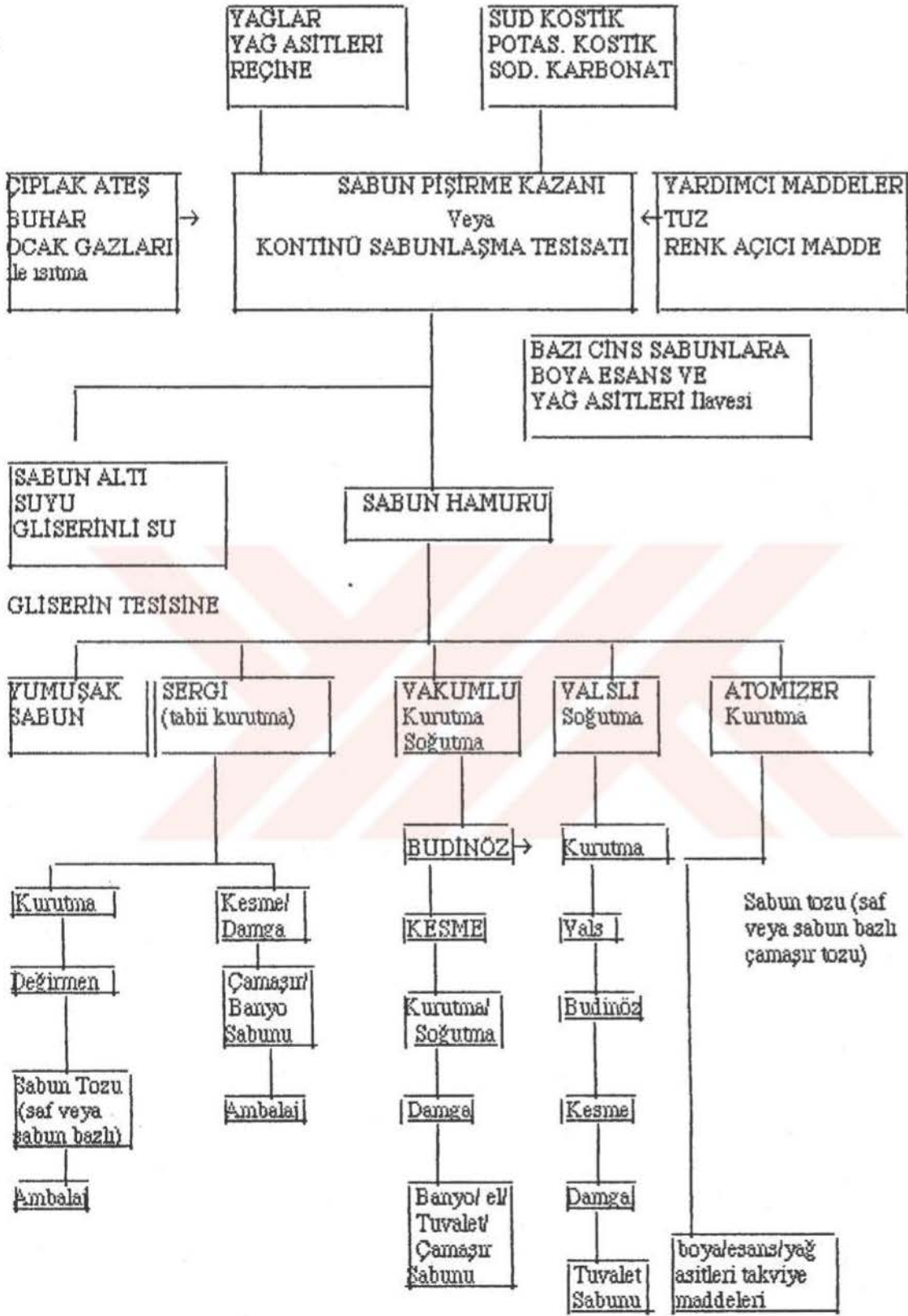
Karışım bu tanktan ısıtıcıya alınarak ısıtılma işlemi yapılır. Amaç ise, rutubeti ayarlamaktır. (max %20) Karışım buradan vakuma alınır, vakum 18-22 mm/g basıncındadır. Karışım burada soğutularak içindeki su buharı atılır. Karışıma esans katılan yerden bir numune daha alınarak kalite kontrol servisinde tuz ve rutubet oranı kontrol edilir. Standartlara uygun değilse, uygun hale

⁵¹ Hacı Şakir Fab. Taş., "Sabunun Tarihçesi", op. cit.

getirilir. Bu arada esans oranı tekrar kontrol edilerek sabuna dakikada atılacak esans miktarı saptanır. Tekrar bir karıştırma işleminden geçen sabun bıçaktan standartlara göre kesilerek çıkar. (Sabunun eni değişmez fakat boyu gerekirse uzatılır veya kısaltılabilir). Bu arada bıçaktan çıkan kalıpların ağırlığı kontrol edilir; asit gramı, kalıp ağırlığı arasında bir denge kurulur. Asit gramı 100 gr sabun asitle parçalanır, oluşan yağ asitlerinin tartılan miktarıdır, bu ağırlık min. 62 gr olmalıdır. Tüm bu işlemlerden sonra sabun bant ile bir tünelden geçirilir, kısmi kurutmaya tabi tutulur, amaç yüzeyindeki film teşekkülüdür. Bundan sonra sabun prese gelir ve damgalama işlemi yapılır. Son aşama olarak presten çıkan sabun kalite kontrol servisince son bir kontrolden geçirilir ve ambalajlanmak suretiyle sevkiyata hazır hale getirilir. (Bkz.Şema 1.1'de Banyo, El, Tuvalet, Çamaşır sabunu üretiminde görüldüğü gibi)



ŞEMA 1.1
SABUN ÜRETİMİNİN ANA SEYİR ŞEMASI ⁵²



2. Türkiye'de Sabun Üretim Fabrikalarında Kullanılan Üretim Seyri:⁵³

Sabun üretimi iki ana bölümde seyretmektedir.

İlk aşamada, istenilen sabun cinsine göre sabun hamuru hazırlanır ki, buna yağ ve/veya yağ asitlerinden sabun hamuruna varan "pişirme" kısmı denir. Tam otomatik ve kontinü usulü pişirmeden sonraki safhalar (kurutma, homojenizasyon, kristalizasyon, presleme ve ambalajlama) otomatik olarak yapılmaktadır.

İkinci aşamada, elde edilen sabun hamuru bir takım işlemlerle son ürüne dönüştürülür ki, buna sabun hamurundan ticari sabuna geçiş ameliyeleri "işleme kısmı" denir.

Fabrikalarda takip edilen işlemler sırasıyla şöyledir:

Yağların hazırlanması: Tuvalet sabunu yapımında kullanılacak olan bütün yağlar istenilen rengi alacak derecede ağartılmalıdır. Bazı hallerde, yağlardaki reçine gibi maddeleri uzaklaştırmak için, ağartmadan evvel asit veya tuzlu su yıkaması yapılır.

Asit Yıkaması: Bunun için yağ kazanı içerisinde istimle 70-80°C'ye ısıtıldıktan sonra, üzeri yavaşça kesilip sülfürik asit ilave edilir. Reçine tipli yabancı maddelerin çökmesi görüldükten sonra istim kapatılır. Ve birkaç saat durulması beklendikten sonra asit kısmı alttan boşaltılır. En son, su ile yıkanarak geri kalan asit giderilir.

Tuzlu su yıkaması: Yağ kazan içerisinde ısıtılır ve karıştırılırken üzerine %5'lik tuzlu su serpilir, sıcaklık 80°C'ye çıkarılır ve 8 saat dinlenmeye bırakılır. Tabakalar ayrıldıktan sonra, alttaki tuzlu su, çöken maddelerle birlikte dışarı atılır.

Ağartma: Hazırlanan yağ karışımı tanka doldurulup, sıcaklık yükseltilir ve rutubet karıştırılmak suretiyle vakumla giderilir. Ağartma toprağı (Ve asid) ilave edildikten sonra sıcaklık istenilen dereceye kadar arttırılır, mesela;

Don yağı için 100-125°C,
Yumuşak yağlar için 90-100°C v.s.

Bundan sonra yağdan numune alınır, uygun ise vakum kaldırılır, sıcaklık 90°C'nin altına düşürüldükten sonra filtreden sözülür. Ağartma için tabii toprak ve sülfürik asit veya aktif toprak (tonsil) kullanılır.

En iyi neticeyi almak için ağartılmış yağ, bekletilmeden hemen kullanılmalıdır. Azami bekleme saati 6 saattir. Ağartılmış yağın rengi, imal edilecek sabun üzerine aksedeceğinden, ağartma derecesi önemle takip edilmelidir. Bunun için muhtelif test usulleri ve standartlar mevcuttur. Yağın oksidasyonuna mani olmak için

⁵³ Hacı Şakir Feb. T. a.ş. "Sabunun Tarihçesi", op. cit.

ağartmanın mümkün olduğu kadar kısa zamanda yapılması ve yetecek kadar da ağartma toprağının ilavesi çok lüzumludur.

Koku giderilmesi: Bazı yağların (fıstık, koko, v.s) karakteristik ve istenmeyen kokuları gidermek için ağartma ameliyesi %1-2 rutubetli olarak yapılır. Bu da kafi gelmezse kostik veya soda ile temizlenir. Veya kaynatma ile rafine edilir.

Sabunlaşma: Yağ ve kostiğin birleşmesi, temas sırasında başlayarak önce serbest asit sonra da yağın ve mevcut sabunun da çabuklaştırıcı tesiri ile sabunlaşmasıyla sonuçlanır.

Bağ usulünde sabunlaşma 3 safhada gerçekleşir. Önce mevcut serbest yağ asitleri hızla sabunlaşarak, ikinci safhanın yani gittikçe hızlanan sabunlaşma safhasının başlamasına öncülük ederler. Son safhta ise yağ ve kostiğin çok azaldığı yavaşlama safhasıdır.

Devamlı sabunlaşma metodunda ise, bu 3 safha birleşerek devamlı sabunlaşmayı temin eden tek safha olarak ve daimi olarak sabunun mevcut olduğu bir şekilde sabun üretimi yürütülür.

Sabunlaşmada önemli bir husus yağların ağartmadan hemen sonra fazla bekletilmeden kullanılması ve sabunlaşmanın tam olarak yapılmasıdır. Çok az miktarda kalan serbest yağ sabunda oksitlenmeye ve neticede bozulmaya sebep olur.

Bağ usulü sabunlaşma: Bu usulde yağ ve kostik aynı anda kazana akıtılırken, bütün karışım istimle ısıtılır ve karıştırılır. Bu sırada fazla yağdan ileri gelen bir koyulaşma ihtimaline karşı ara sıra tuzlu su ilave edilir. Fakat çok fazla kostik ve tuz ilavesi sabunun kesilmesine sebep olarak sabunlaşmayı durdurabilir. Bundan dolayı sabunlaşma sırasında yağ ve kostik oranını çok dikkatli olarak ayarlamak gerekir. Ve lüzumu halinde yetecek miktarda tuz ilavesi çok önemlidir. Yağdan dolayı koyulaşma tehlikesini bertaraf etmek için kostik içerisine %3-4 tuz ilave edilir.

Bu usul hayli eski ve tatbiki zordur. Bunu kolaylaştırmak için yağ ve kostiği buhar tazyiki ile karıştırarak püskürten enjektörler kullanılır. Bu şekilde gayet iyi karışan ve derhal sabunlaşan karışım, kazanda da bir müddet buharla kaynatılarak sabunlaşma tamamlandıktan ve serbest kostik miktarı kontrol edildikten ve ayarlandıktan sonra ameliye sona erdirilir.

Bu metodla yapılan sabunlaşmalarda değişik tipte enjektörler kullanılmaktadır. Umumiyetle kullanılan iki tipten biri bağ şeklinde olup iki aksi istikamette gelen, yağ ve kostik ortadan gelen buhar vasıtasıyla beraberce püskürtülür. Diğer tipte ise iç içe yerleştirilmiş olan üç borunun en ortadaki buhar, ortadaki kostik ve en dıştaki de yağ hattına bağlı olup, yüksek tazyikli buhar vasıtasıyla yağ ve kostik gayet iyi ve muayyen nisbette karıştırılarak kazan içerisine püskürtülür.

Sabunlaşma sona erdikten sonra, kazan kaynatılır ve ince taneli olan sabun dinlenmeye bırakılır.

Devamlı Sabunlaşma metodu: Bu metod devamlı sabun üretiminin normal bir neticesi olarak meydana çıkmıştır. Burada 2 değişik sistemle sabunlaşma tamamlanmaktadır. Birincisi kostik ve yağ süratle ve iyi bir şekilde karıştıktan sonra kazanda sabunlaşma tamamlanır ve nihayet buharla kaynatılır. Diğer sistemde ise yağ ve kostik, reaksiyonu hızlandıran sabunun da yardımıyla devamlı olarak karıştırılır.

İlk sistemde, konsantrik enjektörden çıkan yağ kostik karışımı (kısmen sabunlaşmış emülsiyon) bölmeli bir tankın bir kısmına püskürtülür ve bu yeni sabunlaşmakta olan karışım dibe çökerken, daha evvel sabunlaşmış olan sabun da bölmenin üzerinden ikinci kompartmana geçer. Bu geçiş sırasında, buhar vasıtasıyla yapılan hafif karıştırmanın da tesiriyle sabunlaşma tamamlanmış olur. Ve nihayet üst tabakadaki sabun bir boru vasıtasıyla yıkanma kısmına akar.

İkinci sistemde ise, yağ %50'lik kostik, kapalı ve ısıtılmış, karıştırıcı bir kazanda ikinci kestirme grası içerisinde devamlı olarak sabunlaştırılır. Ham sabun aynı zamanda kestirilmiş ve yıkanmış olur ve nihayet pompa ile çekilerek soğutulur ve santrifüj ile kurutulur. Bu sistemde, gra absorpsiyonundan tam faydalanılarak sabun mevcudiyetinde yağ ve kostiğin devamlı karıştırılması ile sabunlaşma yapılmış olur. Bu metodlar sonucunda %62'lik bir sabun elde edilmiş olur.

Sabunun yıkanması (Kestirme): Sabunun içerdiği gliserin ile renkli ve yabancı maddeler bu tuzlu yıkanma sırasında sabundan ayrılırlar. Burada gliserinin tuzlu suda kolay çözülmesinden faydalanılır. Eğer sabun fazla kestirilmiş ve serbest yağ ihtiva ediyorsa yabancı maddelerin çoğu sabun içinde kalır.

Eğer sabunlaşma tamamlanmış ve ince taneli olarak kestirilmiş ise, onun grası daha iyi ayrılarak sabun temizlenmiş olur. Temiz ve parlak renkli bir sabun isteniyorsa, yıkama ameliyesi daima serbest kostik mevcudiyetinde ve ince taneli sabun ile yapılmalıdır. Burada en önemli faktör mevcut kostik ve tuz miktarının çok dikkatli bir şekilde ayarlanmasıdır. Lüzumlu miktardan daha az tuz ve kostik ilave edildiği takdirde, sabun daha iyi temizlenmiş olur. Fakat gra kısmı daha çok sabun ihtiva eder. Bu yıkanma esnasında ayrılan sulu faz fazla miktarda tuz yanında gliserinin çoğunu ihtiva ettiğinden gliserin üretimi için ayrıca işlem görür.

Sulandırma: Lux gibi bütün birinci kalite tuvalet sabunları iki sulandırma işlemine tabi tutulurlar. Sabunlaşma tamamlandıktan sonra geri kalmış olan serbest yağ az miktardaki kostik mevcudiyetinde ve ince taneli olarak bir saat kaynatılmakla ve nihayet tuzlu su ile dikkatlice kestirmekle giderilir. Ve nisbeten kuru bir sabun fazı elde edilir. Bu birinci sulandırmadan maksat sabunun istenen renk ve parlaklığını temin etmek, sabunlaşmanın tamamlanmasını garanti etmek ve eser miktardaki madeni maddelerin, ihtiva ettiği tuzu bertaraf etmektir. Bilhassa bakır,

çok az miktarlarda bile, mamül sabunun bozulmasını kolaylaştırdığı için buna karşı bazı koruyucu maddeler mamul sabuna ilave edilir.

İkinci sulandırma daha sulu ve birinciye nazaran daha ince taneli bir sabun verir ve tam bir ayrılma için 48 saat bekletilmesi icap eder. Sulandırmalardan elde edilen gralar (sabunun altında tabaka) fazla miktarda (%20-40 kadar) sabun ihtiva ettiklerinden atılmayıp, yıkandıktan sonra diğer kazanlara ilave edilirler.

Kurutma ve Son safha

Kurutma : Bütün yıkama safhasından sonra sulu kısımdan (gra) ayrılmış olan sabun %63'lük olup soğutulduğu zaman çabucak sertleşir. Bu likit sabundan tuvalet sabunu veya toz sabun yapabilmek için kurutulması icap eder. Bu maksatta iki tip kurutucu halen kullanılmaktadır. Bunlardan birisi dönen tanburlu metod olup burada sıcak ve likit sabun; dönen ve içerden su ile soğutulan madeni bir tanbur üzerinde ince bir tabaka halinde soğutulur ve bıçakla kazınarak ince şeritler halinde sabun elde edilir.

Diğer metoddaki ise sıcak ve likit sabun bir kule üzerinden tazyikli ve enjektör vasıtasıyla püskürtülürken aşağıdan gelen havanın tesiriyle kuruyarak kule dibine sabun tanecikleri halinde dökülür.

Her iki metod ile elde edilen sabun konseyörler üzerinde soğutulduktan sonra, ince çubuk haline getirilerek muhafaza edilir veya derhal silindirlerden geçirilir.

Muhafaza sırasında sabunun kısmen fazla kurumamasına dikkat edilmelidir, aksi takdirde elde edilen sabun tabletleri kumlu olur.

Sabunun Muhafazası: Sabunun oksidasyonuna yani bozulmasına mani olmak için bazı koruyucu maddeler ilave edilir. Bunlar kurutmadan evvel likit sabuna ilave edilebileceği gibi, parfüm ve boya ile beraber karıştırıcıya da ilave edilebilir.

Karıştırma: Kurutulmuş sabuna ilave edilebilecek maddeler aşağıda gösterildiği gibi hazırlanırlar.

i) Suda eriyen boyalar, su içerisinde devamlı karıştırılarak ve hafifçe kaynatılmak suretiyle eritilir ve daima karıştırıldıktan sonra alınır.

ii) Yağda eriyen boyalar ise, parfüm içerisinde iyice karıştırılarak eritildikten sonra kullanılır.

iii) Erimeyen boya maddeleri, umumiyetle boyanın gliserin içerisinde öğütülmesi ile hazırlanırlar, bazen bir miktar su ilavesi de karışmayı kolaylaştırır.

iv) Diğer koruyucu ve antiseptik maddeler ise suda, parfüm veya sabun içerisinde iyice eritildikten sonra kullanılırlar. İlave maddeler kurutulmuş sabun üzerine malaksör içerisinde karıştırma esnasında yavaşça ve muayyen bir sıra

dahilinde ilave edilmektedir. Bu sırada ilave edilen maddelerin sabun içerisinde iyice dağıtılıp karışmış olmasına dikkat edilmelidir.

Silindirme: İlave maddelerle iyice karışmış olan sabun değişik süratlerde dönen muhtelif silindirlerden geçip ezildikten sonra en son silindire temas eden bıçak vasıtasıyla kazınarak çubuk makinesine dökülmektedir. Bu silindirlerin aralığı takriben 0.25mm. olup içerlerinden geçen su vasıtasıyla sabun soğutulmuş olarak silindirme esnasında fazla ısınmasına mani olunmaktadır. Sabun silindirlerden çıkarken 35°C den daha sıcak olursa, çubuk makinesinde yapışma yaparak çalışmayı aksatmaktadır. Sabunun silindirlerin herhangi bir kısmında birikmemesine dikkat edilmelidir. Aksi takdirde fazla kuruma veya fazla ezilme sebebiyle çıkacak sabunda renk ve kıvam farkları, aynı zamanda kumlanma görülmektedir.

Çubuk haline getirme: Çubuk makinesi, bir silindir içinde dönen bir helezon, bunun üzerine sabun sevkeden üstü açık bir depo ve silindirin daralan bir çıkış ucundan ibarettir. Evvelki silindirlerden gelen talaş halindeki sabun, bir konveyör vasıtasıyla depo içine dökülür, buradan helezon vasıtasıyla sıkıştırılarak uç kısmından istenen şekilde devamlı bir çubuk halinde çıkar. Bu sırada helezon etrafındaki silindir, sabunun tazyik sebebiyle fazla ısınmaması için devamlı olarak su ile soğutulmaktadır. En uç kısmı ise, çıkan çubuğun düzgün olması ve iyi işlenebilmesi için sıcak su ile 50°C ye kadar ısıtılmaktadır.

Çubuk kesme: Çubuk makinesinden devamlı olarak çıkan çubuğun, sabun preste basılmadan önce istenen uzunlukta kesilmesi gerekmektedir. Çubuğun kesilmesi için tel veya bıçak kullanılmakta olup her birinin kendine has üstünlükleri ve mahzurları mevcut olmaktadır.

Presle şekil verme: Kesilmiş çubuk sabunlar kısa bir müddet soğutulduktan sonra preslenerek istenen şekil verilmektedir. Sabun tabletlerinde göze hoş görünmeyen presleme hatlarının meydana gelmemesi için çubuğun kesitinin ve boyunun uygun bir şekilde ayarlanması gerekmektedir.

Ambalajlama: Presten çıkan şekil verilmiş sabun tabletleri kontrol edildikten ve soğutulduktan sonra paketlenmektedir. Tabletler sıcak olarak sarılırsa, yumuşaklığından dolayı paketleme esnasında hasara uğrayabilir, sarıldıktan sonra terleme dolayısıyla sabun ince kağıda yapışarak normal şekli ve parlaklığı bozulmaktadır. Sabun tabletleri makinede paketlenirken ölçülerinin uygun olması şarttır, aksi takdirde sabunun zedelenmesi veya gayri muntazam paketleme vuku bulunmaktadır. Bu şekilde paketlenen sabun tabletlerinin iyi bir şekilde muhafaza edilebilmesi için en munasip şekilde harici kutulara istif edilmesi, nakliye esnasında zedelenmemesi, kuru ve iyi havalandırılan bir depoda olgunlaşma müddetlerini doldurması lüzumludur.

II. TÜRKİYE'DE SABUN SEKTÖRÜNDE ÜRETİM VE TİCARET

A. Sabun Sektöründe Üretim Kapasite Kullanımı ve Fiyatların Seyri

1. Dönemler İtibariyle Sabun Üretimi

Bir Alman kimyacı "Bir devletin sabun tüketimi sağlık ve medeniyetinin ölçüsü olabilir. Eğer iki ülkenin nüfus toplamları birbirine eşitse en fazla sağlıklı ve en fazla medeni olanı daha çok sabun tüketeni olacaktır." demiştir. Ancak zamanın gelişen koşulları içinde özellikle sentetik deterjan üretimine başlanmasıyla bu sağlık ve medeniyet ölçüsünde belirsizlik oluşmuştur.

Ülkemiz rakamlarını irdelediğimizde, sabun üretim ve tüketiminde özellikle son 15 yılda önemli bir gelişme olmadığı gibi yapısal farklılık da söz konusu değildir. Sözel gelişimi, tuvalet sabunlarının 4000-5000 ton dolayındaki 1973 yılı tüketim verileri 1988 yılı içinde geçerlidir.

DPT özel ihtisas komisyonları raporlarında, genellikle 250 civarında üretici firma ve 250.000 ton dolayında üretim kapasitesinden bahsedilmesine karşın, kağıt üstüne vurulduğunda 10-15 üretici ve 90-100.000 ton luk tüketimin üstüne çıkılamamaktadır.

Bu verilere bakıldığında, sabun sektöründe önemli ölçüde kapasite fazlalığı olduğu görülmektedir. Üstelik AT'ye girişin gündeme geldiği şu günlerde en akılcı yolun bu kapasitenin en verimli şekilde kullanılması gerektiği düşünülebilir.

Ancak bu düşünce doğrultusunda varolan şekliyle söz konusu verimli kapasite kullanımının zor olacağı düşünülmektedir. Ülkemizde sabun tüketiminin ve üretiminin yapısal durumunu incelediğimizde, markalı sabun tüketiminin yüzde 50'sinin hala klasik kalıp sabun olduğunu görmekteyiz. Bunu genel pazara oranladığımızda, klasik kalıp sabunun %70 bir paya sahip olduğunu görürüz. Bu durum tuvalet sabunu kullanım oranının artmadığını ve tüketicinin kalıp sabun kullanım alışkanlığını kuvvetli bağlılıkla devam ettirdiğini vurgulamaktadır.

İç piyasadaki tüketim alışkanlıkları yerli firmaları bu konuda ihtisaslaşmaya yöneltmiştir. Bu yüzden de farklı olan dış pazarlarla ilgili çalışmalarda o pazarların taleplerine yönelik üretim, pazarlama, ambalajlama ve benzeri gibi konular önem kazanmaktadır.

Ülkemizde kısa dönemdeki ekonomik beklentiler ile ilgili son günlerde tüm panel, konferans ve demeçlerin birleştiği nokta önemli ölçüde "olumsuzluk"tur. Ancak ülkemizde ekonomik planlamaların ve kararların makro düzeyde değil de tamamen mikro anlayışıyla ve zamanlama içinde yapıldığı bir gerçektir. Bu

olumsuzluk belirti ve beklentilerin hiç beklenmeyen bir anda olumluluğa düşmesi de söz konusu olabilir.

Şu sıralarda genellikle tüm sektörlerde ve ürünler için geçerli olan bir sloganın ana kalıbı sabun sektörü için de geçerlidir. "İnsanlar yıkanmıyor mu, çamaşır yıkamıyor mu, pis mi geziyorlar?..." Durma noktasına gelen ticari çark, üreticiden tüketiciye varan taşıma kanalındaki her noktayı tedirgin etmektedir. Günlük değişebilen ekonomik kararlar varsayımıyla sabun sektöründeki üreticiler kısa dönem için iki alternatifli yatırım planı yapmalıdırlar. Kapasitelerini aşan miktarda aniden oluşabilecek talebi karşılamak için yeni fabrika kurabilmeyi ve üretim kapasitesini süratle arttırabilmeyi planlamak ve çok düşük kapasite ile çalışmanın getirebileceği olumsuzlukları yaşamamak için fabrikaların çabuklukla nasıl atölye haline dönüşebileceğinin planını yapmak.

Beklentimiz bu iki dengesiz alternatifi de uygulamaya mecbur bırakmayacak, sağlıklı bir ekonomik bünyede hem verimli ortamı bulmak, hem de huzur içinde AT'ye yönelik hazırlıkları yapmak olacaktır.

a. 1923-1941 döneminde üretim:

Sabun sektörü son derece belirsiz bir sektördür. Geçmiş yıllardan itibaren gerekli veriler düzenli olarak elde edilememiştir. Aradaki yıllarda pek çok eksiklikler vardır. Aynı zamanda Anadolu'daki sabun sanayii ile meşgul olan firmaların toplantılara iştiraklarının çok kısıtlı olması gerekli bilgilerin toplanmasına engel olmuştur. Gerekli bilgiler ancak tecrübe ve özel bilgilere dayanılarak toplanabilmıştır. Bu nedenle bazı yıllar hakkında bilgi verilememektedir.

Sabun sanayiinde kuruluş sayısı ile üretim miktarı doğru orantılı olarak seyretmemektedir. Kuruluş sayısında 1926 yılından sonra gözle görülebilir bir artış olmuştur. Bu sayıdaki artış, 1932 yılından sonra azalmaya başlamıştır.

Kuruluş sayısı 1935 yılında 21 iken, üretim miktarı 2.132.768.-TL; 1936 yılında 18 iken, üretim miktarı 2.378.111.-TL' sıdır. 1937 yılında kuruluş sayısı 15 iken, üretim miktarı 3.420.518.-TL; 1938 yılında 30 iken, üretim miktarı 3.102.752.-TL olmuştur. Bu yıllarda işyeri sayısında %100'lük bir artış gerçekleşmiş fakat üretim miktarı azalmıştır. Bu da kapasitenin tam olarak kullanılmadığını göstermektedir.

1940 yılından sonra kuruluş sayısındaki azalma, artışa dönüşmüştür. Üretim miktarında da 1940 yılından sonra artış gerçekleşmiştir.

1923 ve 1941 yılları arasında sabun üretimi en çok Marmara Bölgesinde İstanbul, Balıkesir, Bursa, Tekirdağ ve Kocaeli'nde; Ege Bölgesinde İzmir, Manisa, Aydın, Muğla'da; Akdeniz Bölgesinde Mersin, Adana'da; İç Anadolu Bölgesinde Niğde ve Konya'da; Güneydoğu Anadolu Bölgesinde Gaziantep, Mardin, Urfa'da; Karadeniz Bölgesinde Samsun'da yapılmıştır. Bu dönemde en

çok banyo, el ve çamaşır yıkamada kullanılmak üzere saf zeytinyağından kalıp sabun üretilmiştir.

1950'lerden itibaren mevcut sabunhanelerin adedi 407'ye yükselmiştir. Bu yıllarda sabun daha çok çamaşır yıkama maddesi olarak kullanıldığı için, çamaşır sabunu en çok üretilen sabun durumundadır. Tuvalet sabunu ise, en az üretilen sabun durumundadır. Çünkü halk o yıllarda, lüks sabun yani tuvalet sabunu yerine, yeşil sabun kullanmaktadır. 1950-1960 yılları arası istihdam durumu şöyledir: Erkek işçi sayısı 2466, kadın işçi sayısı 244; teknik memur sayısı 94, idari memur sayısı 303'tür. Bu rakamların 1930-1940 yılları arası istihdam ile karşılaştırılınca, 7 kat oranında arttığı görülmektedir.

1940'lardan sonra sabun üretim rakamlarında %90 oranında artış gerçekleşmiştir. 1950 yılı örnek olarak verilirse, çamaşır sabununda 74.832.004.-TL, yeşil sabunda 11.601.200.-TL, beyaz sabunda 5.057.696.-TL, tuvalet sabununda 1.778.600.-TL, arap sabununda 1.234.800 TL'lık olmak üzere toplam 94.504.300 TL'lık üretim yapılmıştır.⁵⁴



⁵⁴ Ankara Ticaret Odaları, Sanayi Odaları ve Tic. Borsaları Birliği, "Türkiye de sabun sanayii", Ankara: 1958, s. 59

TABLO 2.1

1923-1941 Yılları Arasında Sabun Sektörü⁵⁵

| YILLAR | Kuruluş Sayısı | İthal Edilen H. Madde nin toplam H. Madde içindeki% | Çalışan İşçi Sayısı | | Toplam Üretim (TL) | Yıllık Artış % |
|--------|----------------|---|---------------------|----|-----------------------|----------------|
| 1923+ | 18 | | E | K | | |
| 1924 | 19 | | | | | |
| 1925 | 22 | | | | | |
| 1926 | 24 | | | | | |
| 1927 | 29 | | | | | |
| 1928 | 30 | | | | | |
| 1929 | 34 | | | | | |
| 1930 | 36 | | | | | |
| 1931 | 37 | | | | | |
| 1932 | 43*1 | %16 | 697 | 9 | 3.735.040 | |
| 1933 | 27 | %15 | 288 | 17 | 2.289.297 | -%38.7 |
| 1934 | 24 | %16 | 217 | 6 | 2.079.156 | -%9.2 |
| 1935 | 21 | %12 | 275*2 | | 2.132.768 | +%2.5 |
| 1936 | 18 | %10 | 467*2 | | 2.378.111 | +%11.5 |
| 1937 | 15 | | | | 3.420.518 | +%4.3 |
| 1938 | 30 | | | | 3.102.752 | -%9.2 |
| 1939 | 39 | | | | 5.077.922 | +%63.6 |
| 1940 | 47 | | | | 4.557.728 | -%10.2 |
| 1941 | 56 | | | | 10.135.015 | +%122 |

*1 4 tanesinin kuruluş tarihi bilinmiyor

*2 Azami Faaliyet aylarında çalışan toplam erkek ve kadın işçi sayısı

⁵⁵ Başvekalet İstatistik Umum Müdürlüğü, "Teşviki Sanayi konumundan istifade eden Müesseselerin faaliyeti", Sanayi İstatistikleri, Ankara: 1931, 1933, 1937, 1939, 1945.

b. 1963-1979 döneminde üretim:

1963 ve 1972 yılları arası üretim sürekli artmıştır. En yüksek artış 1966-1967 yılları arası ve 1971-1972 yılları arasında gerçekleşmiştir. Kişi başına düşen sabun üretimi de, 1963-1972 yılları arasında yükselme göstermiştir.

Bu dönemde en çok üretim Marmara Bölgesinde İstanbul, Gemlik, Bursa, Adapazarı'nda; Ege Bölgesinde Ayvalık, Aydın, Edremit, Milas'ta; Güneydoğu Anadolu Bölgesinde Gaziantep, Nizip, Kilis'te; Akdeniz Bölgesinde Antakya, Adana, Antalya'da gerçekleştirilmiştir.

1973-1979 yılları arası sabun üretiminde sürekli olarak bir azalma gerçekleşmiştir. Fakat nüfus artışına paralel olarak kişi başına üretimde 1973-1979 yılları arası devamlı olarak bir artış söz konusudur. (Bkz. Tablo 2.2) Son yıllarda sabunlaştırma işlemlerinde bilimsel yöntemlerin kullanılması sonucunda daha kaliteli sabun üretimine geçilmiştir. Ancak değişik tipte temizlik maddelerinin ortaya çıkışı 1975-1978 yılları arasında sabun üretiminin artışına engel olmuştur.

Bu dönemde tuvalet sabunları, banyo sabunları, traş sabunları, (krem ve çubuk), çamaşır sabunları (sergi tipi ve mekanik tip), yumuşak sabunlar, granüle ve toz sabunlar olmak üzere sabun üretiminde çeşitlilik artmıştır. Ve en çok üretim çamaşır sabunlarında yapılmıştır. Daha sonra sırasıyla granül ve toz sabunlar, tuvalet sabunları, yumuşak sabunlar, banyo sabunları, ve traş sabunları üretilmiştir. Örnek olarak 1970 yılını verebiliriz. 1970 yılında çamaşır sabunlarında 82.362 ton üretim gerçekleştirilmiştir. Bunun 57.654 tonu sergi tipi, 24.708 tonu mekanik tiptir. Çamaşır sabunlarının toplam üretimdeki payı %75.7'dir. Çamaşır sabunlarını 11.968 ton (%11.0 pay) ile granüle ve toz sabunlar izlemiştir. Daha sonra 5.984 ton (%5.5 pay) ile tuvalet sabunları, 5.440 ton (%5.0 pay) ile yumuşak sabunlar, 2.176 ton (%2.0 pay) ile banyo sabunları 870 ton (%0.8 pay) ile traş sabunları (653 tonu krem traş sabunu, 217 tonu çubuk traş sabunu) gelmektedir.⁵⁶ (Bkz. Tablo 2.3)

Ülkemizdeki sabun üretiminin 98.000 tona ulaştığı kabul edilen 1967 senesinden itibaren, senelik üretimin sadece %0.2 oranında azalacağı düşünülmüştür. Bu varsayımın hatalı oluşu sabun sanayiinde hammadde darlığını doğurmuş ve 1969-1970 yıllarında yemeklik yağ niteliğinde olan 20-25 bin ton, yemeklik yağ sabun sanayine kaymıştır. 1969-1970 yıllarında ortaya çıkan "margarin darlığı" hakikatte sabunluk yağ noksanlığıdır. Üretim projeksiyonu doğru yapıp gerekli olan sabunluk sert ve yumuşak sanayi yağları temin edilebilseydi, yemeklik yağların sabun sanayinde tüketilmesi söz konusu olmayacaktı.⁵⁷

Çamaşır sabunlarının toplam üretim içindeki payı 1955'de %94.5, 1964'de %86.1, 1967'de %96.9 ve 1970'de %75.7'dir. Tuvalet, banyo ve traş sabunlarının

⁵⁶ DPT raporu, op. cit. s. 31-32

⁵⁷ DPT raporu, op. cit. s. 31-32

toplam üretim içindeki yüzdesi 1955'de %0.9 iken, 1964'de %6.4'e yükselmiş, 1967'de %2.7'e düşmüş, 1970'de ise %8.3'e yükselmiştir. Toz sabunlarda da 1964'de %4 olan bu pay; 1967'de %0.4'e düşmüş, 1970'de %11'e yükselmiştir.



TABLO 2.2

1963-1979 Yılları Arası Üretim⁵⁸

| | | Ölçü Birimi | 1963 | 1964 | 1965 | 1966 | 1967 | 1968 | 1969 | 1970 |
|--------------------|---------|-------------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|
| Sabun Üretimi | Ton | | 80.400 | 84.200 | 87.900 | 91.800 | 98.100 | 101.700 | 104.700 | 108.800 |
| Üretim Artışı | % | | - | 4,7 | 4,4 | 4,4 | 6,9 | 3,6 | 2,9 | 3,9 |
| Kişi Başına Üretim | Kg/Kişi | | 2,690 | 2,750 | 2,800 | 2,850 | 2,970 | 3,000 | 3,010 | 3,050 |

| | | Ölçü Birimi | 1971 | 1972 | 1973 | 1974 | 1975 | 1976 | 1977 | 1978 | 1979 |
|--------------------|---------|-------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|--------|---------|
| Sabun Üretimi | Ton | | 113.800 | 119.700 | 119.000 | 118.500 | 118.300 | 115.290 | 114.035 | 112640 | 108.875 |
| Üretim Artışı | % | | 4,6 | 5,2 | -5,84 | -4,20 | -1,68 | -2,54 | -1,08 | -1,22 | -3,34 |
| Kişi Başına Üretim | Kg/Kişi | | 3,110 | 3,190 | 3,200 | 3,210 | 3,220 | 3,230 | 3,240 | 3,250 | 3,260 |

⁵⁸"Sabun, Deterjan, Gliserin özel ihtisas komisyonu raporu". Ankara 1971, T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Yayını, DPT No. 1132 ÖİK. 129, Aralık 1971, Ankara ek: 3; İhtisas raporu, DPT, Yayın No. DPT 2077 ÖİK: 315, Mart 1987 Ankara

TABLO 2.3

1963-1979 Yılları Arası Ürün Çeşitlerine Göre Üretimin Dağılımı⁵⁹

| ANA MALLAR | 1963 | 1964 | 1965 | 1966 | 1967 | 1968 | 1969 | 1970 | 1971 | 1972 |
|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Tuvalet Sabunu | | | | | | | | 5984 | | |
| Çamaşır Sabunu | | | | | | | | 82362 | | |
| Banyo/El Sabunu | | | | | | | | 2176 | | |
| Granül ve Toz Sabun | | | | | | | | 11968 | | |
| Yumuşak Sabunlar | | | | | | | | 5440 | | |
| Tıraş Sabunları | | | | | | | | 870 | | |
| TOPLAM | 80.400 | 84.200 | 87.900 | 91.800 | 98.100 | 101.700 | 104.700 | 108.800 | 113.800 | 119.700 |

| ANA MALLAR | 1973 | 1974 | 1975 | 1976 | 1977 | 1978 | 1979 |
|--------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Tuvalet Sabunu | 7735 | 7939.5 | 8162.7 | 4000 | 4500 | 5000 | 4600 |
| Çamaşır Sabunu | 84133 | 81528 | 78787.8 | 95000 | 90000 | 85000 | 80000 |
| Banyo/El Sabunu | 4760 | 5332.5 | 5915 | 6000 | 7500 | 5000 | 9000 |
| Granül ve Toz Sab. | 15470 | 16827 | 18573.1 | 2000 | 2700 | 3000 | 2500 |
| Yumuşak Sabun. | 6622 | 6583 | 5441.8 | 8000 | 9000 | 10000 | 12000 |
| Tıraş Sabunları | 280 | 290 | 1419.6 | 290 | 335 | 640 | 775 |
| TOPLAM | 119.000 | 118.500 | 118.300 | 115.290 | 114.035 | 112.640 | 108.875 |

⁵⁹ Sabun, Deterjan, Gliserin Özel İhtisas Komisyonu raporu, op. cit, ekler

c. 1980-1992 Döneminde Üretim:

1978-1980 yılları arasında döviz darboğazı nedeniyle hammadde ithalatının kısıtlı olması ve enflasyonun neden olduğu spekülasyonlarla talebin artması sektörün üretiminin talebin çok altında kalmasına neden olmuştur. Bu nedenle 1981 ve 1982 yıllarında %2 dolaylarında olan üretim artışını, 1983-1987 yılları arası üretimin azalması izlemiştir. 1981 ve 1982 yıllarında meydana gelen üretim artışının sebebi, bu yıllarda meydana gelen deterjan kıtlığıdır. Deterjan kıtlığı halkı sabun tüketimine yöneltmiş ve özellikle çamaşır sabunlarına olan istek artmıştır. Aynı zamanda 1980 yılında sabun hammaddesi olan donyağı sıkıntısı da ortadan kalkmıştır.

1983-1987 yılları arası üretimdeki azalma %6'lardan, %1'lere kadar devam etmiştir. 1987 ve 1988 yıllarında üretim artışı %11.33 ve %23.34 olarak gerçekleşmiştir. Üretimdeki azalmanın %2'lerden %11.33 artışa dönüşmesinin sebebi, bu yıllarda hammadde sorununun giderilmiş olmasıdır. Bu dönemde satın alma gücünün zayıflaması ile talepte daralma görülmüş ve sektörde yoğun rekabet başlamıştır. 1986 yılı öncesi toz, kalıp, sıvı, krem olarak ayrılan sabun, 1986 yılından sonra krem, toz olarak ayrılmış ve sanayi sabunlarında diğer bir kolonda yer almıştır. 1987 yılında meydana gelen artışta sabun (krem, toz) üretim miktarında azalma, sanayi sabunlarında artış gerçekleşmiştir. 1988 yılında ise tam tersi olmuştur. Kuruluş sayısında 1986 yılından sonra gözle görülebilir bir artış gerçekleşmiştir. Fakat bu artış, üretim miktarındaki artış ile doğru orantılı değildir. Çünkü firmalar kapasite arttırımına giderek üretim artışını gerçekleştirmişlerdir.

1989 yılında üretimde %18.84 dolayında azalma görülmüştür. Sabunda (krem, toz) %89.24 dolayında üretim miktarında azalma, sanayi sabunlarında %35.86 dolayında üretim miktarında artış gözlemlenmektedir. 1990 yılında %1.41 oranında artış meydana gelmiştir. %1.39 dolayında üretim artışı sabun da (krem, toz), %0.02 oranında artış sanayi sabunlarında olmuştur. 1991 yılında ise %16.81 dolayında üretimde azalma gerçekleşmiştir. Sabun da (krem, toz) %16.2 artış, sanayi sabunların da %20.05 azalma olmuştur. Toplam üretim miktarı düşmesine rağmen sabun (krem, toz) üretim miktarı artmıştır. Sanayi sabunları üretimindeki azalmanın bir kısmı, sabun (krem, toz) üretim miktarında da artış olarak gözlemlenmektedir.

Devlet İstatistik Enstitüsü'nün sektörün en büyük 27 işyerinden derlediği bilgilere göre 1 trilyonluk üretimin 1992 yılının ilk üç ayı için, %14.9'u sabun sektörüne aittir. Bu da 151 milyar TL'sidir. 1992 yılının ilk 3 ayında, 1991 yılının ilk üç ayına oranla %40'lık bir artış vardır. 1992 yılının ikinci üç ayında ise, 1991 yılının ikinci üç ayına oranla %100 oranında artış vardır. 1992 yılının ilk 6 ayına bakılarak, 1991 yılından daha fazla üretim olan bir yıl olduğu söylenebilir.

1980-1992 Döneminde en çok üretim Marmara Bölgesinde İstanbul ve Tekirdağ'da; Ege Bölgesinde İzmir, Burhaniye, Ayvalık, Aydın, Muğla,

Denizli'de; Güneydoğu Anadolu bölgesinde Urfa ve Nizip'te, Akdeniz Bölgesinde Adana, Antalya, Hatay, Mersin'de yapılmıştır. Daha önceki dönemde de aynı bölgelerde üretim yapılmıştır. Bu dönemin farkı, 1923-1941 döneminde üretime başlanan İç Anadolu Bölgesinde, 1963-1979 döneminde üretime ara verilmesi ve tekrar 1980-1992 döneminde başlanmasıdır. İç Anadolu Bölgesinde en çok Ankara, Konya, Kayseri'de üretim yapılmıştır.

1980-1992 Döneminde en çok üretim çamaşır sabununda yapılmıştır. Daha sonra yumuşak sabunlarda, banyo/el sabununda, tuvalet sabununda, toz sabun ve traş sabununda gerçekleştirilmiştir. Çamaşır sabununda üretim miktarında 1980-1992 döneminde 1983 yılına kadar bir artış gerçekleşmiş ve 1983 yılından sonra %77.1'den %56.4'e kadar bir azalma sözkonusudur.

Bu azalmaya rağmen talep artışının tuvalet ve banyo sabunu gibi kaliteli sabunlardan çok; çamaşır sabununda gözlendiğine işaret eden sektör yetkilileri, bu gelişmede Türkiye'nin son beş yıldır yaşamakta olduğu ekonomik durumun etkili olduğu görüşündedir. Sıkı para politikasının da etkisiyle tüketim harcamalarının kısılması ve geniş alıcı kitlelerin ucuza eğilimi, geçtiğimiz plan döneminin sabun talep projeksiyonlarının aksine gelişmeler yaratmıştır. 1980-1985 plan döneminde sabun tüketiminin düşmesi beklenmekteyken, çamaşır sabununa yönelik talebin bir kısmının tuvalet sabununa kayacağı tahmin ediliyordu. Dolayısıyla tuvalet sabunu tüketiminde belirgin artışlara karşın, deterjan da çamaşır sabunu tüketiminin bir kısmını karşılamıştır.⁶⁰

Yumuşak sabunlarda, bu dönemde devamlı olarak bir artış olmuştur. Bu artış %10.3'lerden %18.1'e kadar tırmanmıştır. Bunun sebebi yumuşak sabunların sanayide kullanabilecek türden bir sabun çeşidi olmasıdır.

Banyo/el sabunlarında, 1980-1982 yılları arasında %6.9'dan %14.4'e varan bir artış gerçekleşmiş fakat 1982 yılından sonra 1983 yılında %7.9'a düşmüş ve sonra yılların sırasıyla %8.5, %9.1, %9.7, %10.3, %10.8, %11.3, %11.8, ve 1991 yılında %12.2 olmuştur. 1982 yılındaki değerine ulaşamamıştır.

Tuvalet sabunlarında; 1981 yılında toplam üretim içindeki payı %3.37 iken, 1983 yılında %3.98 olmuştur. 1983 yılında bu pay %3.2 iken, devamlı olarak gerçekleşen artışlarla 1991 yılında %7.5 olarak gerçekleşmiştir.

Toz sabunlarda; 1982 ve 1984 yılları arası devamlı olarak artış meydana gelmiştir. 1985 yılında, 1984 yılında %3.1 iken %3.0 olmuştur. Bu azalma 1987 ve 1988 yılında %2.9 olmuş, 1989-1990 yıllarında %2.8, 1991 yılında %2.7 olmuştur.

Traş sabunlarında; %0.7'lerden %1.1'e kadar devamlı olarak bir artış gerçekleşmiştir.

⁶⁰ "Dünya Gazetesi", Haziran 1990

TABLO 2.4

1975-1992 YILLARI ARASINDA SABUN ÜRETİMİ⁶¹

| YILLAR | KURULUŞ SAYISI | | | | SABUN* ¹ | | SANAYİ SABUNLARI* | | YILLIK ARTIŞ % Miktar (Ton) |
|-----------------|----------------|----|------|------|----------------------|-----------------|-------------------|-----------------|--------------------------------|
| | SD | SÖ | SS.D | SS.Ö | Miktar (ton) | Değer (TL) | Miktar (Ton) | Değer (TL) | |
| 1975 | 1 | 26 | - | - | 52.328 | 817.058.790 | 1534 | 8.580.472 | - |
| 1976 | 1 | 24 | - | 1 | 115.290 | 1.656.947.900 | - | - | +%1,14 |
| 1977 | 1 | 22 | - | - | 114.035 | 1.967.559.900 | - | - | -%1,08 |
| 1978 | 1 | 22 | - | - | 112.640 | 3.568.547.800 | - | - | -%1,22 |
| 1979 | 1 | 24 | - | - | 108.875 | 6.269.784.600 | - | - | -%3,34 |
| 1980 | 2 | 24 | - | - | 130.325 | 14.230.578.000 | - | - | +%19,7 |
| 1981 | 2 | 19 | - | - | 134.065 | 16.675.675.000 | - | - | +%2,86 |
| 1982 | 2 | 23 | - | - | 138.070 | 21.278.106.000 | - | - | +%2,98 |
| 1983 | 4 | 23 | - | - | 128.892 | 25.866.047.000 | - | - | -%6,64 |
| 1984 | 2 | 20 | - | - | 124.900 | 42.155.499.000 | - | - | -%3,09 |
| 1985 | 3 | 19 | - | - | 123.600 | 60.314.328.000 | - | - | -%1,04 |
| 1986 | - | 8 | 3 | 18 | 61.402 ⁺² | 25.784.358.000 | 58.748 | 32.478.160.000 | -%2,79 |
| 1987 | 3 | 11 | 3 | 16 | 58.471 | 36.695.523.000 | 75.304 | 57.886.768.000 | +%11,33 |
| 1988 | 3 | 11 | 3 | 17 | 98.663 | 104.738.470.000 | 66.337 | 96.693.935.000 | +%23,34 |
| 1989 | 2 | 11 | 3 | 17 | 10.614 | 20.179.054.000 | 123.299 | 284.269.706.000 | -%18,84 |
| 1990 | 2 | 12 | 3 | 15 | 12.149 | 32.552.842.000 | 123.658 | 398.062.204.000 | +%1,41 |
| 1991 | 1 | 11 | 3 | 14 | 14.121 | 43.799.410.000 | 98.855 | 446.802.281.000 | -%16,81 |
| 1992(1. üy ay)1 | 14 | 2 | 12 | | 4738 | 23.071.396.000 | 20.710 | 128.673.321.000 | |
| 1992(2. üy ay)1 | 12 | 1 | 13 | | 3995 | 24.165.524.000 | 29.665 | 206.295.223.000 | |

* (1986 yılı ve sonrakiler kalıp sabun)

*¹ (Toz, kalıp, sıvı, krem her çeşit sabun)

*² (1986 yılı ve sonrası krem, toz, diğer sabun)

TABLO 2.5

1980-1992 YILLARI ARASI ÜRETİMİN ÜRÜN ÇEŞİTLERİNE GÖRE
DAĞILIMI⁶²

| ANA MAL | 1980 | 1981 | 1982 | 1983 | 1984 | 1985 |
|-----------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Tuvalet Sabunu | 4.400 | 4.000 | 5.500 | 4.125 | 4.621 | 5.191 |
| Çamaşır Sabunu | 100.000 | 95.000 | 90.000 | 91.642 | 86.430 | 83.677 |
| Banyo/El Sabunu | 9.000 | 16.000 | 20.000 | 10.182 | 10.617 | 11.248 |
| Toz Sabun | 3.000 | 3.000 | 3.700 | 3.738 | 3.872 | 3.708 |
| Yumuşak Sabun | 13.500 | 15.500 | 18.000 | 18.303 | 18.361 | 18.788 |
| Tıraş Sabunu | 425 | 565 | 870 | 902 | 999 | 988 |
| TOPLAM | 130.325 | 134.065 | 138.070 | 128.892 | 124.900 | 123.600 |

| ANA MALLAR | 1986 | 1987 | 1988 | 1989 | 1990 | 1991 |
|-----------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Tuvalet Sabunu | 5.767 | 7.090 | 9.405 | 8.570 | 9.370 | 8.473 |
| Çamaşır Sabunu | 79.299 | 86.151 | 103.950 | 82.356 | 81.485 | 66.319 |
| Banyo/El Sabunu | 11.655 | 13.779 | 17.820 | 15.133 | 16.025 | 13.783 |
| Toz Sabun | 3.605 | 3.879 | 4.785 | 3.749 | 3.803 | 3.050 |
| Yumuşak Sabun | 18.744 | 21.672 | 27.390 | 22.765 | 23.630 | 20.109 |
| Tıraş Sabunu | 1.080 | 1.204 | 1.650 | 1.339 | 1.494 | 1.242 |
| TOPLAM | 120.150 | 133.775 | 165.000 | 133.913 | 135.807 | 112.976 |

⁶² Sabun, Deterjan, Gliserin Özel İhtisas Komisyonu raporu, op. cit.

d. Sabun Sektöründe Rekabet Koşulları:

Ülkemizde sabun üretiminde kapasite sorunu olmadığı gibi, büyük oranda üretilen sergi tipi sabunların dışında teknoloji eksikliğinde sözkonusu değildir. Ancak hammadde ve yardımcı maddelerin önemli bir bölümü dışa bağımlıdır. Zaman zaman ülkemizde döviz darboğazına gidilmesi veya dövizin devamlı değer kazanması sonucu yaşanan olumsuzlukların içe yönelik bazı önlem ve teşviklerle ortadan kaldırılması yoluna gidilmelidir. Özellikle yerli donyağı üretiminin artırılması ve sabun üretiminde yağ asitlerinin kullanımının teşvik edilmesi, hammadde ile ilgili dışa bağımlılık oranını düşürecektir.

Sektörde faaliyet gösteren büyük işletmelerde otomatik sistemlerin mevcut olduğu ve en son teknolojik gelişmelerin yakından takip edildiği görülmektedir. Sektörde "küçük işyerleri" diye adlandırılan işletmelerde ise, halen ilkel yöntemlerle üretim yapılmaktadır. İkel yöntemlerin kullanılması ve üreticinin yeterli teknik bilgiye sahip olmaması hammaddelerin de yeteri kadar değerlendirilememesine neden olmaktadır. Özellikle sabun sektöründe bir "halk sanatı" haline gelen sabun üretiminde, ilkel yöntemlerle üretildiğinde ithal hammaddelerin sorumsuzca kullanıldığı görülmektedir.

Sabun tüketiminin Batılı toplumlarda "sağlık ve uygarlığın ölçütü" olarak kabul edilmesine karşılık, Türkiye'deki durum buna benzememektedir. Son yıllarda yapılan araştırmalar, ülkemizdeki kişi başına sabun tüketiminin oldukça düşük olduğunu, yılda yalnızca 5-7 kilo dolayında sabun tüketildiğini ortaya koymaktadır. 1990'lı yıllarda Dünya'da çamaşır yıkamada sabun kullanılmaktayken sentetik temizleme maddelerinin tüketiciye sunulmasıyla, sabunun da fonksiyonu belirli bir oranda deterjanlara kaymıştır. Ülkemizde de 90-100.000 Ton tahmin edilen toz deterjan kullanımı, bu oranda çamaşır sabunundan pay almaktadır.

Türkiye'de sabun sektörünün içinde fonksiyonlarına göre sınıflandırılmış markalar çamaşır sabunu (beyaz sabun) hariç miktar açısından sınırlıdır. Örneğin; Tuvalet ve banyo sabunlarında 71 firmanın hakimiyeti görülmektedir. Bu firmalar Evyap Sabun, Yağ, Gliserin San ve Tic. A.Ş.; Colgate Hacı Şakir Fab T.a.ş.; Komili Yağ, Sabun, Gliserin Sanayi ve Ticaret A.Ş.; Lever- İş; Madra Akın Yağcılık ve Sabunculuk A.Ş.; Paksoy Ticaret ve Sanayi A.Ş.; Dalan Kimya Endüstri A.Ş.'dir⁶³. Bu firmalar arasında en büyük kapasite ve üretim gücüne sahip olanları Evyap Sabun, Yağ, Gliserin Sanayii ve Ticaret A.Ş. ve Colgate Hacı Şakir Sabun, Gliserin Fab. T.a.ş.'dir. (Bkz. Tablo 2.7)

Evyap A.Ş.: Duru, Amber, Arko, Fax markaları altında çeşitli sabun, Arko marka traş sabunu, traş kremi, cilt kremi, sınıai sabun ve gliserin üretimi yapmaktadır. Ayrıca fason sabun imalatı da vardır. İran, diğer Ortadoğu ülkeleri,

⁶³ Dr. Hüseyin İsmail, "Sabun Firmaları ile yapılan anket"

Afrika ve Avrupa'ya ihracat; A.B.D., Filipinler, Malezya, Hollanda, İtalya'dan hammadde ithalatı yapmaktadır. (Duru ve ava)

Komili, Yağ, Sabun, Gliserin San. ve Tic. A.Ş.: Kendi marka ismi altında tuvalet, banyo sabunu ve beyaz sabun üretmektedir. Ortadoğu ülkelerine, Afrika'ya ihracat; A.B.D., Filipinler, Malezya'dan ithalat yapmaktadır. (Karbeyaz, kırçıçeği-lavanta)

Lever-İş Temizlik Maddeleri Tic. San A.Ş.: Tuvalet sabunu, banyo ve çamaşır sabunu üretimi yapmaktadır. Çok uluslu olan şirket gerekli bilgileri "know-how" olarak dışarıdan almaktadır. Diğer firmalara fason olarak mal üretmektedir. (Lüz, reward, rexona, le sancy)

Madra-Akın Yağcılık ve Sabunculuk A.Ş.: Banyo sabunu ve beyaz sabun üretmektedir. Fakat 1988 yılından sonra sabun imalatını durdurmuş ve fason imalat yaptırma yolunu seçmiştir. Bundan dolayı ithalat ve ihracat da yapmamaktadır.

Paksoy Ticaret ve Sanayi A.Ş.: Banyo sabunu, beyaz sabun, sabun tozu üretmektedir. Firma aynı zamanda bazı sabun makineleri üretimi ve hammadde ithalatı yapmaktadır. Fakat ihracatı çok azdır.

Dalan Kimya Endüstrisi A.Ş.: Beyaz sabun, gliserin, sergi sabunu ve makineli sabun olarak üretimini devam ettirmektedir. A.B.D'den hammadde ithal etmektedir. Lübnan, İran'a ihracat yapmaktadır.

Firmaların pazardan aldıkları paylar aşağıdaki gibidir:⁶⁴

| | % |
|------------|-------|
| Evyap | 33.5 |
| Hacı Şakir | 28.9 |
| Dalan | 11.3 |
| Lever | 8.3 |
| Paksoy | 4.5 |
| Komili | 2.7 |
| Madra Akın | 3.0 |
| Diğerleri | 7.8 |
| | 100.0 |

Yukarıda görüldüğü gibi sabun üretimi yaptığı bilinen 23 firma olmasına rağmen, Türkiye genelinde birkaç markanın ağırlığı söz konusudur. Çamaşır sabunundaki bu durum, ucuz el sabunları içinde geçerlidir.

⁶⁴ GFK-Peva Consumer Panel

Türkiye çapında çalışma ve dağıtım yapan firmaların ürettikleri sabun miktarı 1990 yılında aşağıdaki gibi gerçekleşmiştir. (Bkz. Tablo 2.6)

TABLO 2.6

KAPASİTENİN ÜRÜN ÇEŞİTLERİNE GÖRE DAĞILIMI⁶⁵

Yıl: 1990

Birim: Ton

| Tuvalet | Banyo Sb | Ucuz el sb | Beyaz s. | Mayı ve Yumuşak sb | Diğerleri | Toplam |
|---------|----------|------------|----------|--------------------|-----------|--------|
| 500 | 8000 | 12.000 | 37.000 | 6.000 | 4.000 | 70.000 |

Kalan 65807 ton mahalli firmalarca üretilmekte ve yine aynı bölgelerde tüketilmektedir. Ancak mahalli sabun rakamlarının veri açısından sağlıklı olmadığı bilinmektedir.

Sektörde stok miktarlarının tesbiti imkansızdır. Ancak satışların üretime yaklaşık bir düzeyde olduğu söylenebilir. Dolayısıyla iç satış miktarının, üretim miktarına eşit olduğu kabul edilebilir. Firmalar uzun süreli ve çok miktarda stoklamaya gitmeyi sakıncalı bulduklarından stok düzeyleri oldukça düşüktür. Üretim genelde talebe göre yapıldığından satışlarda talebi karşılayabilecek düzeyde tutulmaktadır. Üretime bir diğer etkende firmalar arası rekabettir.

Kapasite fazlası bulunmasına, talebin azlığına ve ihracat olanaklarının kısıtlı olmasına karşılık sabunda fiyat artışları devam etmektedir. Firmalar satışları arttırmak için (yani pazar payını arttırmak, pazardan daha fazla pay alabilmek için) fiyatları düşürmek yerine promosyonlu satışları tercih etmektedirler. Böylece promosyon yoluyla talebi canlı tutmaya çaba harcamaktadırlar. Maliyeti çok büyük rakamlara ulaşan reklam ve promosyon kampanyalarına yerli firmaların katılabilmesi, finansal darboğaz içinde bulunan yerli firmalar için oldukça güç gözükmektedir. Bununla birlikte yapılan promosyon çalışmalarında aşırıya kaçıldığı ve maliyet arttırıcı etkilerin giderek büyük olumsuzluklar yarattığı belirtilmektedir. Üründen doğacak şikayetin doğrudan markanın kalitesine ve imajına yansıtacağı yönünde endişelerin her zaman olası olduğu üzerinde durulmaktadır. Bu nedenle, promosyon kampanyalarının listesi ile bağlantılı marka imajının ve marka bağımlılığını koruyucu ve destekleyici olması istenmektedir. Promosyonların özellikle finansal gücü yetersiz olan firmaları güç durumda bıraktığına dikkat çeken yetkililer bu faaliyetin genelde kısa vadeli ihtiyaçlara cevap verebildiği; uzun vadeli marka bağımlılığı sağlamada promosyonların

⁶⁵ "Dün ya Gazetesi", 1992

faydalı olamayacağını öne sürmektedirler. Üstelik promosyonların tüketiciyi şaşkınlığa ittiğine ve pazarda sık sık marka değiştirmeyi teşvik ettiğine değinmektedirler. Bu arada pazardan kopma mücadelesi firmaları promosyon faaliyeti yanında fiyat kırma biçiminde rekabete de zorlamaktadır. Ancak firma yetkilileri, fiyatta yapılan rekabetin kaliteyi düşürebileceğini, bunda en çok tüketicinin zarar edebileceğini vurgulamaktadırlar.⁶⁶

Sabun sektörü piyasasında giderek şiddetlenen rekabet karşısında üretici firmalar mamüllerinde bazı yeniliklere ve ürün çeşitlemesine giderek piyasa paylarını genişletme yönünde yoğun hazırlıklar içerisine de girmişlerdir. Oligopol piyasası ile sektörde yaşanan rekabet tüketicinin bilinçlenmesi ve seçicilik kazanmasıyla ürün kalitesini yükseltmektedir.



⁶⁶ "Dünya Gazetesi", "Promosyon sınır tanımıyor"

TABLO 2.7

TÜRKİYEDE SABUN ÜRETİMİ YAPAN FİRMALAR⁶⁷

| Aydın | Ayrıvabık Bahkesir | Gemlik Bursa | Gaziantep |
|---------------|-------------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|
| Bilal Sabuncu | Madra Bilim, yağ ve sabun LTD. Şti. | Alemdarlar sabun ve Yağ san. A.Ş. | Şayınoğlu sabun san. (Nizip) |
| | Zeytinçiler sanayi ve yağ san. A.Ş. | | Tunaoğlu sabun san. (Nizip) |
| | | | Beğen-al sabun san. Koll Sti. |
| | | | Şahane Özyurt sabun san. (Nizip) |

| İstanbul | İzmir | Kocaeli | Sakarya |
|--|--|--|-----------------------------|
| Colgate Palmolive Hacı Şakir Fab. T. a.ş. (Şişli) | İbrahim Turgay Prina yağı sabun Fab. (Bornova) | Lever-iş temizlik mad. San. ve Tic. a.ş. (Gebze) | Muammer Mustafa Sabuncuoğlu |
| Eyyap sabun, yağ, gliserin san. ve Tic. a.ş. (Şişli) | Çelikbilek sabun (Bornova) | | |
| Kaktüs Sabun San. a.ş. (Eyüp) | Okur sabun Fab. (Bornova) | | |
| Marmara sabun ve yağ san. a.ş. (Beyoğlu) | Dalan kimya endüstrisi ltd. Şti. | | |
| Kent temizlik maddeleri san. ltd. Şti. (Kartal) | | | |
| Hisar Sabunculuk san. tic. ltd. Şti (Zetincburnu) | | | |
| Komili yağ sabun gliserin san ve tic. a.ş. | | | |
| Furo kozmetik san ve tic a.ş. (Kağıthane) | | | |
| Paksoy Tic. ve San A.Ş. | | | |

⁶⁷ Dünya Gazetesi, "DİE raporları", 5.6.1989

2. Sabun Sektöründe Kapasite Kullanımı:

Sabun sektöründe ilk önce büyük bir tüketim artışı olmuş ve daha sonra çamaşır yıkama ve genel ev temizliği alışkanlıklarında meydana gelen büyük değişikliklerle ters doğrultuda sabun tüketimi düşmeye başlamış ve sabun maddesi genellikle insan temizliğinde kullanılır olmuştur. Başlangıçta sabun tüketiminin büyük kısmını çamaşırılık sabunlar meydana getirirken, zamanla çamaşırılık sabunlar deterjan rekabeti karşısında azalmaya başlamış ve yerini tuvalet, banyo sabunları ile tıbbi amaçlarla hazırlanan sabun çeşitlerine bırakmıştır. Diğer bir ifadeyle, genel temizlik işlerinde kullanılan sabun tüketimi ise devamlı olarak artmış ve artmaktadır.

Yıkama maddeleri tüketimi ve kullanılacak yıkama maddesinin çeşidinin tercihi kültür seviyesi ve özel tüketim harcamaları ile doğrusal bağlantı halindedir. Nüfusumuzun %50'si köylerde yaşamaktadır. Ve bulabildiği sabunu (cinsi ne olursa olsun) ilkönce kendi temizliğinde kullanmakta çamaşırını ise dere kenarında döverek yıkamaktadır. Genişleyen imkanları nisbetinde kullanmaya alıştığı sabunu daha fazla satın alacak ve fazla gelen kısmını çamaşırda tüketmeye başlayacaktır. Daha sonra imkanları daha da arttıkça, yıkamaya yardımcı modern temizleyicileri kullanacaktır.

Halkın toptancı tüccarın alım gücünden ve perakendecinin zorluklarından kaynaklanan kanallardaki alım miktarının düşmesi, sabun sektörünü oldukça güç bir durumla karşı karşıya bırakmıştır. Özellikle fiyatların arttığı dönemlerde, enflasyonist bir ortamda yaşadığımız için üretimimizi piyasaya stoklama ve satma şansı oluyordu. Buna görede belirtiler itibariyle hammadde ithalatını yapıyor, ambalaj siparişlerini veriyor, döviz hesaplarını ona göre maliyetlere yansıtıp, belirli miktarlarda tonajların satılabileceği planlanıyordu. Fakat 1988 yılı Mart ayından sonra saptanan hedeflere ulaşamadık. Eskiden tüketici sabunu bakkaldan veya süpermarketden 3'er, 6'şar adet alıyordu. Bugün bu satış ünitelerindeki ortalama, büyük ölçüde 1 adettir. Bu demektir ki, tüketici evinde sabunu önceden stoklamaktadır.

Aynı durum, zincir içinde perakendeciler için de sözkonusudur. Perakendeciler daha önce koliyle mal alıyorlardı, şimdi düzine ile mal almaya yönelmişlerdir. Toptancılar kamyonla konuşuyorlardı, şimdi koli olarak konuşmaya başlamışlardır.

Yıllar içinde kapasite kullanım oranlarını inceleyecek olursak 1966-1972 yılları arası %60'larda seyreden kapasite kullanım oranı, 1973 yılında en yüksek orana ulaşarak %70 olmuştur. 1973 yılından sonra yavaş yavaş düşen kapasite kullanım oranı, 1975 yılında %37.79 oranında azalmıştır. Fakat bu arada kapasite oranında devamlı artmıştır. 1976 yılında %32.4 oranında artan kapasite kullanım oranı 1988 yılına kadar %50-60 dolaylarında seyretmiştir. 1976 yılından sonra firma sayısında azalma buna karşılık kapasitede artış meydana gelmiştir. Özellikle

de Trakya yöresinde faaliyette bulunan firmaların kapasite arttırımına gittikleri bilinmektedir. 1981 yılından sonra sabun sektöründe faaliyet gösteren 227 firma toplam 250.000 ton/yıl kurulu kapasiteye sahip olmuştur. 1988 yılında 230.000 ton kapasite, %71.74 kullanım oranı mevcuttur. 1989 yılında %1.27 oranında artan kapasite kullanım oranı, 1990-1991 yıllarında %45'lere kadar düşmüştür.

Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) temizlik maddeleri sektörünün en önemli sorununu daralan piyasa nedeniyle kapasite kullanım oranındaki düşüklük ve hammadde yönünden dışa bağımlılık nedeniyle fiyatların süratle artması olarak tesbit etmiştir. Dolayısıyla, atıl kapasitenin düşük maliyetle ihracata aktarılamaması da sektörün sorunudur. Talep yetersizliği nedeniyle sektör düşük kapasite ile çalışmaktadır. Kapasite düşüklüğünün temel nedeni, iç talebin düşüklüğüdür. Kişi başına düşen sabun oranı düşük olunca, çok büyük kapasitelerle kurulmuş tesislerde kapasite kullanım oranı optimum düzeylere çıkamamaktadır. Üstelik hammadde yönünden büyük oranda dışa bağımlı olan sektörde yüksek maliyetler nedeniyle, dış piyasalarda rekabet şansı da az görülmektedir. İç talepteki düşüklük ve ihracattaki yetersizlik nedeniyle firmalar kapasitelerinin çok altında üretim yapmaktadırlar. Kapasite kullanımı 1992 yılında %60'ın biraz üzerinde bulunmaktadır. Bu nedenle sektörde yeni yatırımlara ilgi gösterilmemektedir. (Bkz Tablo 2.8)

TABLO 2.8
KAPASİTE KULLANIMI⁶⁸

| | 1966 | 1967 | 1968 | 1969 | 1970 | 1971 | 1972 | 1973 | 1974 |
|----------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Kapasite | 154.000 | 150.000 | 170.500 | 170.500 | 170.500 | 172.000 | 172.000 | 170.000 | 175.000 |
| Kapasite kullanımı % | 59,61 | 65,4 | 59,64 | 61,41 | 63,81 | 66,16 | 69,59 | 70,00 | 67,71 |

| | 1975 | 1976 | 1977 | 1978 | 1979 | 1980 | 1981 | 1982 | 1983 |
|----------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Kapasite | 180.000 | 185.000 | 190.000 | 195.000 | 200.000 | 210.000 | 250.000 | 260.000 | 250.000 |
| Kapasite kullanımı % | 29,92 | 62,32 | 60,02 | 57,76 | 54,44 | 62,06 | 53,63 | 52,76 | 51,55 |

| | 1984 | 1985 | 1986 | 1987 | 1988 | 1989 | 1990 | 1991 |
|----------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Kapasite | 230.000 | 230.000 | 230.000 | 230.000 | 230.000 | 230.000 | 240.000 | 250.000 |
| Kapasite kullanımı % | 54,30 | 53,73 | 52,23 | 58,16 | 71,74 | 73,01 | 56,58 | 45,19 |

⁶⁸ Sabun, Deterjan, Gliserin Özel İhtisas Komisyonu raporu, op. cit. ekler

3. Sabun Sektöründe Fiyatlar:

Sabun sektöründe çok etkin bir fiyat/kalite bağlantısı mevcuttur. Ürünlerin içinde bulunan esans gibi bazı maddeler çok pahalıdır. Bu tür hammaddeler kaliteli mal üretmekte olan firmalarca kullanılmakta ve tabii bir fiyat farklılığı yaratmaktadır. Piyasada çok çeşitli kalite ve fiyatta mamuller mevcuttur.

Sabun sektörünün önemli hammaddeleri olan koko yağı palm yağı, don yağı ve esans ithal edilmektedir. Bu nedenle, sektörün maliyeti büyük ölçüde döviz kurlarının değişimine bağlıdır.

Yurt içinden temin edilen hammaddelerin önemli bir kısmı kamu kuruluşlarından sağlanmaktadır. Bu kuruluşların fiyatlarını arttırmaları sektörün maliyetlerini etkilemektedir. Ayrıca özel sektör tarafından üretilen ve ithaline izin verilmeyen bazı hammaddeler (sodyum sülfat-sodyum karbonat) tek üretici tarafından üretilmektedir ve bu maddelerin fiyatlarının arttırılması sektörün maliyetlerini yükseltmektedir. Bu durumda fiyatlar maliyet artışlarına uygun olarak tesbit edilmektedir.

1961-1970 yılları arası sabunun toptan ve perakende fiyatlarında çok düzensiz artışlar meydana gelmiştir. Özellikle 1965-1966 yılları arası ve 1969-1970 yılları arası sabunun toptan ve perakende fiyatlarında hissedilebilir artışlar olmuştur. 1965-1966 yılları arası toptan fiyatların ortalama artışı %30.82 perakende fiyatların ortalama artışı %23.42; 1969-1970 yılları arısında toptan fiyatların ortalama artışı %50.01, perakende fiyatların ortalama artışı %13.72'dir.

1961-1970 yılları arası ortalama fiyat artışların %5 civarında olduğu görülmektedir. Bu miktar fiyat artışı 1960/69 genel fiyat artışları ortalaması ile aynı seviyededir.⁶⁹

TABLO 2.9

1960/69 YILLARI ARASI ORTALAMA FİYAT ARTIŞLARI

| | 1960 | 1961 | 1962 | 1963 | 1964 | 1965 | 1966 | 1967 | 1968 | 1969 | 1960/69 ortalama fiyat artışı |
|---------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------------------------------|
| Yıllık ortalama fiyat artışları | 5,0 | 3,2 | 5,7 | 4,2 | 1,2 | 8,1 | 4,8 | 7,6 | 4,6 | 6,0 | 5,0 |

⁶⁹ Kimya Sektörü Özel İhtisas Komisyonu Sabun ve Deterjan Sanayii Alt Komisyon Raporu, Ek: 13

TABLO 2.10

1961-1970 YILLARI ARASI SABUN FİYATLARI⁷⁰

| | 1961 | 1962 | 1963 | 1964 | 1965 | 1966 | 1967 | 1968 | 1969 | 1970 |
|-----------------------------------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|--------|-------|--------|-------|
| Sabunun Toptan F I. Nevi Kg/kş | 283.4 | 266.8 | 276.2 | 259.3 | 265.2 | 341.5 | 321.5 | 456.9 | 323.2 | 450.0 |
| Beyaz Sabun 2.Nevi | 274.5 | 255.7 | 262.6 | 239.4 | 257.9 | 352.8 | 292.3 | 297.1 | 297.7 | 500.0 |
| Beyaz Sabun Koku | 342.1 | 328.6 | 341.2 | 323.7 | 296.2 | 375.9 | 363.5 | 357.4 | 350.0 | 500.0 |
| I. Nevi sabun. + - Zincirleme | 0 | -5.86 | 3.52 | -6.12 | 2.27 | 28.77 | -5.85 | 42.11 | -29.28 | 39.23 |
| Beyaz sabun2.nevi | 0 | -6.85 | 2.69 | -8.83 | 7.72 | 36.79 | -17.15 | 1.64 | 0.20 | 67.95 |
| Beyaz Sabun Koku | 0 | 3.95 | 3.83 | -5.13 | -8.49 | 26.91 | -3.30 | -1.68 | -2.07 | 42.85 |
| Perakende fiyat İstanbul | 397 | 379 | 368 | 358 | 383 | 501 | 521 | 540 | 533 | 589 |
| Perakende fiyat Ankara | 454 | 465 | 471 | 467 | 499 | 564 | 564 | 593 | 591 | 661 |
| Perakende fiyat İzmir | 383 | 353 | 390 | 346 | 343 | 380 | 392 | 434 | 468 | 582 |
| Perakende fiyat Adana | 375 | 311 | 300 | 300 | 315 | 438 | 485 | 449 | 470 | 508 |
| Zincirleme + -% İstanbul | - | -4.54 | -2.90 | -2.72 | 6.98 | 30.81 | 3.99 | 3.65 | -1.30 | 10.51 |
| Zincirleme + -% Ankara | - | 2.42 | 1.29 | -0.85 | 6.85 | 13.02 | FO | 5.14 | -0.44 | 11.84 |
| Zincirleme + -% İzmir | - | 7.83 | 10.48 | -11.28 | -0.87 | 10.79 | 3.16 | 10.71 | 7.83 | 24.44 |
| Zincirleme + -% Adana | - | 27.07 | -3.54 | FO | 5.00 | 39.05 | 10.73 | 7.42 | 4.68 | 8.08% |

⁷⁰ D.İ.E. Aylık İstatistik Bültenleri

Altıbuçuk senelik bir devre içinde sabun fiyatlarının %10.0 toptancı fiyatlarının %9.8 ve tüketici fiyatlarının ise %8.8 yıllık ortalama artış gösterdiği görülmektedir. Fiyat artışlarındaki en önemli neden hammadde fiyatlarının artmasıdır.

Sabun sektöründe 1962-1970 yıllarında üretilen sabunlar yılda ortalama %5 civarında fiyat artışı gösterirken, 1970'den sonraki yıllarda bu oranda büyük artışlar görülmüştür. 1973 yılı sonunda yürürlüğe giren fiyat kontrol uygulaması sabun sektörünü o yıllarda olumsuz yönde etkilemiştir. Özellikle sektörün en önemli girdileri olan hammadde ve ambalaj girdilerinin fiyatlarının kontrol dışında tutulması sektörü kalitesiz ve ucuz ürüne yöneltmiştir. Bu arada kalitesinden fedakarlıkta bulunmayan büyük firmalar bu iki önemli maliyet girdilerinden dolayı, yüksek fiyatlı ürünlerini tüketime sunmuşlardır. Böylelikle ucuz ve pahalı olmak üzere iki tip ürün piyasada tüketicinin kullanımına verilmiştir.

1977 ve 1982 yılları arası tuvalet, banyo sabununda ve çamaşır sabununda devamlı olarak artışlar meydana gelmiştir. Her ikisinde de en yüksek artış (%100) 1979 yılında meydana gelmiştir. 1980 yılından sonra tuvalet-banyo sabunundaki %75'lik artış, %14.28'e; çamaşır sabunundaki %65'luk artış, 1981 yılında %7.31'e inmiştir. Ve 1982 yılında tuvalet banyo sabununda tekrar bir fiyat artışı gerçekleşmiş fakat, çamaşır sabununda fiyatlar düşmeye başlamıştır. Bunun sebebi; 1980'lerden sonra ülkemizde çamaşır yıkamada deterjan kullanma alışkanlığının yerleşmeye başlanmasıdır. (Bkz. Tablo 2.11)

TABLO 2.11

1977-1982 YILLARI ARASI SABUN GRUBUNDA FİYAT GELİŞMELERİ⁷¹

| ÜRÜNLER | 1977 | 1978 | 1979 | 1980 | 1981 | 1982 |
|-------------------|------|-------|------|-------|-------|------|
| Tuvalet-Banya Sb. | 60 | 100 | 200 | 350 | 400 | 500 |
| Yıllık artış % | - | 66.66 | 100 | 75 | 14.28 | 25 |
| Ucuz Çamaşır Sb | 25 | 40 | 80 | 130 | 140 | 150 |
| Yıllık artış % | - | 60 | 100 | 62.5 | 7.69 | 7.14 |
| Pahalı Çamaşır Sb | 35 | 55 | 110 | 205 | 220 | 235 |
| Yıllık artış | - | 57.14 | 100 | 86.36 | 7.31 | 6.81 |

⁷¹ M. İrfan Keskin, Türkiye Sınai Kalkınma Bankası A.Ş. "Türkiye Kimya Sanayi araştırması güncelleştirme çalışması", "Deterjan, sabun, kozmetik, alt sektörü, yayın No: 1983/001, Şubat 1983

1982 yılından itibaren yıkama maddelerinden alınmaya başlayan gider vergisi, (%81) ile (%15) oranlarındaki işletme vergisi tüketici fiyatlarının yüksek olmasına yol açan diğer etkindir.

1991-92 Ocak Mart döneminde sabunda %64 fiyat artışı olmuştur. Her ay ortalama %10 civarında zam yapılması nedeniyle satışların %40-50 oranında azaldığı görülmektedir. Süpermarket ve bakkallarda fiyatlar arasında %20-30 oranında fark bulunduğu belirtilmektedir.

1988-1993 yılları arası sabun fiyatları %40 ile %60 dolaylarında artmıştır.

Lüks Tuvalet sabunlarında; 1988-1993 ayları arasında sabun fiyatları artış hızı azdan çoğa doğru oluşmuştur. 1989 yılında %40 olan artış, 1992 yılında %60'a çıkmıştır.

Tuvalet sabununda; 1989 yılında %50 olan artışta, 1990 yılında %10 oranında bir azalma olmuştur. Daha sonraki yıllarda artış devam etmiştir.

Banyo sabununda; 1990 yılına kadar artış devam etmiş, 1991 yılında fiyat artışında %5'lik bir azalma olmuştur. 1992 yılında tekrar sabun fiyatlarında artış devam etmiştir.

Beyaz sabunda; 1989 yılında %60 olan yıllık fiyat artışı, 1990 yılında %20'lik bir azalma göstermiştir. 1991 yılından sonra fiyatlar artmaya başlamıştır.

Granül sabunda; 1989 - 1991 yılları arasında sabit olan fiyatlarda; 1992 yılından sonra artış olmuştur. 1993 yılında ise, bu artışın %20 dolayında azalması beklenmektedir. 1988-1993 yılları arası; lüks tuvalet sabunu, tuvalet sabunu, banyo sabunu fiyat artışları enflasyon artışına paralel olarak seyretmiştir. Çünkü sabun imalatında kullanılan hammadde dışa bağımlıdır. Granül sabunda 1992 yılından sonraki artışın sebebi, otomatik çamaşır makinelerinin yaygınlaşması ve bu makinelerde deterjan kullanılmasıyla granül sabuna olan talebin azalmasıdır.

TABLO 2.12

1988-1993 YILLARI ARASI SABUN FİYATLARI⁷²

Miktar : Kg

Değer: TL

| ÜRÜNLER | 1988 | 1989 | 1990 | 1991 | 1992 | 1993* |
|----------------------------------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|
| Lüks Tuvalet sabunu | 4.000 | 5.600 | 8.400 | 12.600 | 20.160 | 32.256 |
| Yıllık Artış % | | 40 | 50 | 50 | 60 | 60 |
| Tuvalet sabunu | 2.000 | 3.000 | 4.200 | 6.300 | 10.080 | 16.128 |
| Yıllık Artış % | | 50 | 40 | 50 | 60 | 60 |
| Banyo sabunu | 2.000 | 2.800 | 4.060 | 5.684 | 8.526 | 13.642 |
| Yıllık Artış % | | 40 | 45 | 40 | 50 | 60 |
| Beyaz sabun | 1.000 | 1.600 | 2.240 | 3.360 | 5.040 | 8.064 |
| Yıllık Artış% | | 60 | 40 | 50 | 50 | 60 |
| Granül sabun (Çamaşır sabunu) | 2.000 | 3.000 | 4.500 | 6.750 | 10.800 | 15.120 |
| Yıllık Artış % | | 50 | 50 | 50 | 60 | 40 |

* Tahmini rakam verilmiştir.

⁷² Colgate Hacı Şakir Sabun, Gliserin Fab. T. a.ş. raporları

B. Sektörün Dış Ticaret Durumu

Bir zamanlar tek temizlik maddesi olan sabun, halen Anadolu'da modern sabun tüketiminin olmamasının yanısıra, artık günümüzde çok çeşitli temizlik maddelerinin üretilmesi nedeniyle de cazibesini yitirmiştir.

Eskiden çamaşırdan bulaşığa, el yüz yıkamadan banyoya kadar her yerde kullanılan sabunun, artık günümüzde kullanım alanı sadece banyo ile sınırlı kalmıştır.

1980'li yıllara kadar Türkiye sabun ihracatı yapamamıştır. Bunun nedeni, belkide kendine güvensizliktendir. 1980'li yıllarla birlikte üreticiler ihracatı öğrenmeye başlamışlardır. İhracat teşvikleri ihracatın artışında önemli rol oynamıştır. Firmalar kapasitelerini arttırmışlar, yeni teknolojiler geliştirmişlerdir. Bu gün sabun piyasasında faaliyet gösteren ve büyük dediğimiz firmaların teknolojik açıdan Avrupa'ya oranla en ufak bir gerilikleri sözkonusu değildir. En modern teknikleri uygulamaktadırlar. Ancak Türkiye'nin genel sorunları sabun sektörünü de etkilemektedir. Ekonomik sorunlar çok rahatsız edicidir. Günü sağlıklı kurtarıırken yarınları da sağlıklı planlamak gerekmektedir.

Piyasada makine sabuncuları denilen ve kapasiteleri büyük firmalar ile sergi sabuncuları olarak adlandırılan küçük işletmelerin ürettiği toplam sabun miktarının yaklaşık %30'u ihraç edilmektedir. 1990 yılında meydana gelen körfez krizi ihracat oranını düşürmüştür. Diğer yandan sabun sektöründe önemli bir gelişme olmuştur. Demir perde ülkelerinde büyük değişikliklerin olması ve onların da liberal piyasaya ekonomisine geçmeleri nedeniyle, sabun sanayii gelişmiş olan Türkiye'den büyük tonajlarda sabun ithal etmeye başlamışlardır.

Bu arada gelişen serbest piyasa nedeniyle, yabancı markaların da Türkiye'ye gelmeye başladığı gözlemlenmektedir. İthalat arttığı takdirde hem kalitenin, hem rekabetin daha da artacağı bir gerçektir.

1991 yılının ilk 6 ayında sabun ihracatında %16 oranında bir azalma gözlemlenmiştir. Sabun ihracatında kayba rağmen, Arnavutluk, Bulgaristan, Çekoslovakya ve İran bir önceki yıla göre yeni pazarlar olarak ortaya çıkmıştır. Polonya ve Romanya gibi ülkelere yapılan ihracatı ise bu gibi durumda oldukça yükselen oranlı artışlar kaydetmiştir.

1. İthalat:

a. Ürün ithalatı: Türkiye'de 1936 ve 1940 yılları arası sabun ithalatı oldukça fazla yapılmıştır. Bunun sebebi, o yıllarda üretimin düşük miktarlarda yapıyor olması, yeterli teknoloji ve kapasiteye sahip olunmaması ve aynı zamanda sabun imalatı için gerekli bazı hammaddelerin ülke içinde üretiliyor olmamasıdır. Bütün bu sebepler, ithalata olan eğilimin artmasına neden olmuştur. Ve aynı zamanda hammadde ithalatı da artmıştır. Bu dönemde Almanya, Hindistan, Fransa, İran,

A.B.D., Suriye, Yugoslavya, Yunanistan, Çekoslovakya ve İtalya'dan sabun ithal edilmiştir. Bu yıllar arası en çok ithalat 1937 yılında yapılmıştır. Bunun sebebi, üretimin bu yılda azalma eğiliminde olmasıdır. Bu dönemde en çok çamaşır sabunu, arap sabunu ithalatı yapılmıştır.

1940-1950 yılları arası ithalat oranında önceki 4 yıla oranla %84.18 oranında azalma olmuştur. Bu dönemde ülke içi üretimde artış görülmüş ve daha az sabun ithalatına ihtiyaç duyulmuştur. Bu yıllar arası Fransa, İngiltere, İtalya, Çekoslovakya, Amerika, Macaristan, Mısır, İsveç, Yugoslavya, İsviçre, Romanya, Hindistan'dan ithalat yapılmıştır. 1940-1950 döneminde çamaşır sabunları en büyük ithalatı oluşturmaktadır.

1950-1960 yılları arası bir önceki on yıla oranla %63.60 oranında ithalatta azalma görülmüştür. Bu da ülkemizin sabun kapasite ve üretiminin arttığını ve artık bazı hammaddeleri de kendi kendine üretebildiğini göstermektedir. Bu yıllarda en çok A.B.D., Batı Almanya, Siyam, Hollanda, Seylan, İngiltere, Danimarka'dan sabun ithal edilmiştir.

1960-1970 yılları arası, bir önceki on yıla oranla %43.37 oranında ithalat artışı olmuştur. Bunun sebebi üretimdeki artışın çok küçük oranlarda ve yavaş, yavaş seyretmesidir. Bu dönemde Batı Almanya, Fransa, A.B.D., Hollanda, İsrail, İtalya, İngiltere, Japonya ve Doğu Almanya'dan ithalat yapılmıştır. İthalatın 12.6 tonunu arap sabunu ve benzeri yumuşak sabunlar kalanını çamaşır, banyo, tuvalet sabunları oluşturmaktadır.

1970-1980 yılları arası, 1960-1970 yıllarına oranla ithalatta %35.99 kat artış gerçekleşmiştir. En fazla ithalat bu yıllar arası gerçekleştirilmiştir. 1975 yılında İngiltere, Fransa, Batı Almanya, İtalya, İsviçre, A.B.D.'den en fazla ithalat gerçekleştirilmiştir. Önceki on yılda arap sabunu ithalatı fazla olmasına rağmen, 1970-1980 yılları arası diğerlerinin ithalatında bir artış gözlemlenmektedir. Bu dönemde çamaşır ve banyo, tuvalet sabunları ithalatı çoğunluktadır. İthalatın 112 kg'mını arap sabunu ve benzeri yumuşak sabunlar teşkil etmiştir.

1980-1990 yılları arası geçen on yıla oranla 3.84 kat artış olmuştur. Bu dönemde sabun Kuveyt, Irak, Ürdün, Suudi Arabistan, Mısır, Norveç, Abu Dabi, Alman Federal Cumhuriyet, Dubai, Fransa'dan ithal edilmiştir. İthalatın 3.3 tonunu arap sabunu ve benzer yumuşak sabunlar oluşturmaktadır. Ayrıca 1985 yılından sonra önemli ölçüde tıbbi ve dezenfektan sabunları ithal edilmeye başlanmıştır.

1991 yılında tekrar artan ithalat oranı, 1992 yılında değer olarak %50 oranında düşüş göstermiştir.

b.Hammadde İthalatı:

Sabun sanayiinde belirli bir "sabunluk yağ" noksanı vardır. Bu noksanlık yalnız miktar bakımından olmayıp, aynı zamanda iyi bir sabunun terkinde

bulunması gereken yağ cinsleri açısından da söz konusudur. Sabun sanayiinde tüketilen esas hammaddeler;

- Sert yağlar,
- Köpürten yağlar,
- Yumuşak yağlar

olmak üzere üç ana grupta toplamaktadır. Bunlardan sadece yumuşak yağ ihtiyacı tamamen yurt içi imkanlarla temin edilmektedir. Sert yağların büyük bir bölümü ithal edilmektedir. Donyağının ise bir kısmı ithal edilmekte, diğer kısmı ülkemizde üretilmektedir. İthal edilen donyağları üretim kapasitesi ve fiili üretim temeline göre işletmelere dağıtılmakta fakat yapılan tesbitlerin tam sıhhatli olmaması şikayetlere ve haksız kazançlara meydan vermektedir. İthal edilen diğer önemli sert yağlar oleostearin ve asit stearik'tir. Ayrıca esansta ithal edilmektedir.

Köpürten yağlar koko ve palmist tipi yağlar olup, bunlar sabunun köpürmesini temin etmektedirler. Tamamen ithal edilen koko ve benzeri köpürten yağların sabun sanayii için ekonomik alım yolu yağ asitleri halinde olan alımdır. Yağ asitleri genellikle tahsisli mallar listesinde yıllık 400.000 \$ kotası içinde sanayiye tahsisle ithal edilmekteyken, sanayi yağları ve yağ asitleri fabrikasının İstanbul'da 1972 yılında kurulması ile sınaî yağ ve yağ asitleri ithalinin azaldığı belirtilmiştir.

Üstelik hammadde yönünden büyük oranda dışa bağımlı olan sektörde, yüksek maliyetler nedeniyle dış piyasalarda rekabet şansı da azdır. Sabun sektörü ithalatın serbest bırakılmasından, bazı kimyevi hammaddeler ithalatındaki vergi indirimlerinin ötesinde bir ek serbestlikten veya maliyetleri düşürücü etkilerden yararlanamamakta ve bu durumda serbestlik, ürün ithalatını arttırmaktadır.⁷³

2. İhracat.

a. İhracat:

1936 -1940 yılları arası 81.167 kg ihracat yapılmıştır ve bu yıllar arası Almanya, Çekoslovakya, Hindistan, On İki Ada, Mısır, A.B.D.'ne ihracat yapılmıştır. 1937 yılında yapılan 51.711 kg sabun ihracatı Hindistan, On İki Ada, A.B.D.'ne yapılmıştır.

1940-1950 yılları arası bir önceki 4 yıla oranla 76 kat ihracat artışı gerçekleştirilmiştir. Bu dönemde Yugoslavya, Filistin, Hindistan, Suriye, A.B.D., Almanya, Bulgaristan, Çekoslovakya, Fransa, Rusya, İtalya, İran, Romanya, Yugoslavya'ya ihracat yapılmıştır.

1950-1960 yılları arası ihracatta çok fazla miktarda azalma meydana gelmiştir. 1951 yılında 120.000 kg dolayında sabun Lübnan'a ihraç edilmiştir. Bu

⁷³ "Dünya Gazetesi", 13 Haziran 1988

yıllar arası Lübnan başta olmak üzere Batı Almanya, Kıbrıs'a da ihracat yapılmıştır.

1960-1970 yılları arası ihracat yapılmamıştır. Türkiye'de 1934 ve 1970 yılları arası sabun kesimine tesir eden başlıca faktör teknik elemanların olayın mahiyetini anlamadan sadece tecrübe ve görgüye dayanarak çalışmalarıdır. Yapılması zorunlu olan laboratuvar kontrollerinin dahi yapılmayarak dille, gözle kestirmeye çalışılması neticesinde, bir parti de hazırlanan sabunların kalitesi diğer partilere uymamaktadır. Teknik eleman olarak adlandırılan şahısların sabuncu ustaları olduğu bilinmektedir. Sabunların ihracı bu problemlerin çözülmesinden önce gerçekleştirilememiştir.

1970-1980 yılları arası ihracatta bir sıçrama görülmüştür. Bir önceki on yılda ihracat yapılmamasına rağmen 1970-1980 yılları arası 812.446 kg ihracat yapılmıştır. Bu dönemde Kanada, Alman Federal Cumhuriyeti, Kıbrıs, Lübnan, Suriye, Suudi Arabistan, Birleşik Arap Cumhuriyetleri, Norveç, Ürdün, Kuveyt'e sabun ihraç edilmiştir.

Hammadde açısından önemli oranlarda dışa bağımlı olan sabun sanayinin 1977'ye kadar geçen sürede izlenen talep patlamaları karşısında "altın yıllarını" yaşadığı, bu yıllardan sonra ortaya çıkan döviz darboğazı ile çalışma şartlarını çok zorladığı, sanayicilerinde çözüm yolu olarak sabun bazlı deterjan üretimine geçişi seçtikleri görülmektedir.

1980 öncesinde talebin karşılanamadığı dönemlerde hızla yatırıma girerek iç tüketime yönelik olarak kurulmuş olan bir sanayi olması nedeniyle, bugün sabun sektörü gerek daralan iç tüketim nedeniyle gerekse yükselen faizlerden büyük ölçüde etkilenmekte ve kapasite düşüklüğünün sıkıntısını yaşamaktadır. Atıl kapasitelerin bir an önce harekete geçirilmesinde çıkış yolu olarak ihracat akla gelmekteyse de, firmalar için dış pazarlarda rekabet edebilir fiyatları bulmak pek kolay değildir. Buna rağmen 1980'li yıllarda Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkelerine ihracat yapılabilmektedir.⁷⁴

1980-1990 yılları arası ihracatımızda büyük bir gelişme olmuştur. Ve diğer ülkeler ile rekabet edebilecek düzeye gelinmiştir. Bu yıllarda ihracat İran, Suudi Arabistan, Abu Dabi, Dubai, Irak, Kuveyt, Mısır, Ürdün, Katar, Libya, Cezayir, Lübnan, Bahreyn, Tayvan, Umman, Afganistan, Almanya, Fransa, Norveç, Belçika, Lüksemburg, KKTC, Kanada, İsveç, Avustralya, A.B.D., Hollanda, Afrika Kitasının diğer ülkeleri, Danimarka, Finlandiya, Yunanistan'a yapılmıştır. 1982 yılında ihracatın büyük bir kısmı İran'a yapılmıştır. İhraç edilen sabunların önemli bir bölümü tuvalet sabunlarıdır. Bunun dışında banyo, çamaşır sabunları, granül sabun ve arap sabunu ihracatı da gerçekleştirilmiştir. İran'ı Romanya, Irak, Rusya, Ürdün, Suudi Arabistan izlemiştir. Batı Almanya ve Fransa'ya yapılan ihracat ise büyük ölçüde oradaki Türk işçilerinden kaynaklanmıştır. Doğu Bloku

⁷⁴ "Dünya Gazetesi", 26 Mart 1984

ülkelerine yapılan ihracat da önemli bir yer tutmaktadır. Bu genelde Doğu Bloku ülkeleri ile yapılan ikili anlaşmalardan kaynaklanmaktadır.

Sabun ihracatında 1980 yılına kadar önemli alıcılar Kuveyt, Ürdün, Rusya iken, 1980 yılından sonra Suudi Arabistan, İran, Romanya'ya da ihracat yapılmaya başlanmıştır. Arap sabununda en önemli alıcılar İran, Irak ve Suriye'dir.

1987 yılında en çok ihracat yapılan ülkeler Libya, Suriye, Ürdün, Kıbrıs ve İran'dır. 1988 yılında ihracatın gerilemesindeki en önemli neden Libya'ya yapılan ihracatın 925 tondan, yaklaşık 25 tona düşmesidir. Buna karşılık Polonya'ya 998,4 ton sabun ihracatı gerçekleştirilmiş, ayrıca 1987 yılında sabun ihracatı yapılmayan ülkelerden İngiltere, Pakistan, Umman'a ihracat yapılmıştır. 1987 yılında üretilen sabunun %12.5'i ihraç edilmiştir.

1988 yılında iç üretimin %5.2'si ihracata gitmiştir. Buna rağmen iç talebin onbinde 6'sıda ithalatla karşılanmıştır. 12.417 ton ihracata karşılık olarak 83.000 ton ithalat yapılmıştır. Buradan da Türkiye'de sabun iç talebinin binde 6'sının ithalatla karşılandığı ortaya çıkmaktadır. Cezayir, Nijerya, Libya, Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Irak ve İran'ın ithalat potansiyeli vardır. Ancak bu pazarlara genellikle İngiltere, Federal Almanya, Fransa, A.B.D., İtalya, İspanya, Belçika ve Hollanda hakimdir.

1989 yılında üreticileri umutlandıran en büyük gelişme S.S.C.B. pazarının açılmasıdır. İhracatın %90'ı S.S.C.B'ye, geri kalanında Fransa, Mısır, Lübnan, Suriye'ye yapılmıştır. 1989 Ağustos ayında ortaya çıkan körfez krizinin, Ocak ayında savaşa dönüşmesi ve Irak pazarının kapanması sabun ihracatını önemli ölçüde etkilemiştir. Sabun hammaddesi ihracatında da Irak'ın önemli bir paya sahip olması diğer olumsuzluktur. Öte yandan Doğu Bloku ülkelerinin dışa açılma politikaları, ticaret olanakları ihracatta önemli bir potansiyel pazar özelliği taşımaktadır.⁷⁵

1990'larda fiili ihracatın İran, Romanya, Batı Almanya ve Kuzey Kıbrıs piyasalarına az miktarda yapıldığı görülmektedir. 250.000 ton olarak belirtilen üretim kapasitesine bakılarak 130.000 ton'luk tüketimle olan farkın "atıl kapasitenin" ihracata yönlendirilmesi gerekmektedir. Ancak 130.000 ton tüketimin sadece takribi 70.000 tonluk bölümü dış piyasalarda rekabet edecek kalitede ve uygun teknolojiye üretilmektedir. Bu nedenle atıl kapasitenin teknolojik sorunlar nedeniyle dış piyasalarda pay alması pek kolay görülmemektedir. Diğer önemli olumsuzluk fiyatlarımızın dünya piyasa fiyatlarından yüksek oluşudur.

Devlet İstatistik Enstitüsü'nün verilerine göre, 1989 ve 1990 yıllarında 53 milyon dolar dolayında gerçekleşen sabun ihracatı 1991'de %52 oranında azalarak 26 milyon dolar düzeyine gerilemiştir. 1992 Ocak-Haziran döneminde ise, 24.8 milyon dolarla 1991 yılı toplamını yakalamıştır. İhracattaki bu artışa Irak

⁷⁵ Dünya Gazetesi, (Ekonomi Politika/ Özel sayfalar)"ihracat teşvik edilmeli başlıklı yazı"

pazarının kısmen açılması neden olmuştur. Körfez savaşı sırasında uygulanmaya başlanan ambargonun kısmen kaldırılmasıyla birlikte Irak'a Türkiye 1991 Ocak-Haziran döneminde 10 milyon 711 bin dolarlık sabun ihraç etmiştir. Bu da 6 aylık sabun ihracatının %43'ünü oluşturmaktadır. Irak'tan sonra Türkiye'nin ikinci pazarını Rusya Federasyonu oluşturmaktadır. Rusya Federasyonuna 1992 yılında 4 milyon 595 bin dolarlık ihracat yapılmıştır. Irak'a 1989'da 27 bin, 1990'da 16 bin dolarlık, 1991'de 1.264 bin dolarlık ihracat gerçekleştirilmiştir.

Türkiye'nin 1992 yılında sabun ihraç ettiği ülkeler arasında İran 375 bin, Ürdün 1.987 bin, Arnavutluk 640 bin, Mısır 1.336 bin, Polonya 814 bin, Yugoslavya 608 bin dolarla yer almıştır.⁷⁶ İhraç edilen sabunların %60'ını tuvalet sabunları oluşturmaktadır, tuvalet sabunlarından sonra arap sabunu ve benzeri yumuşak sabunlar, çamaşır sabunları tıbbi ve dezenfektan sabunlar büyük oranlarda ihraç edilmektedir.

Sonuç olarak, son yıllarda sabunda ihracatın artış göstermesi ürünün hammadde açısından doğal yerli kaynağa bağlı olmaya başlamasından, fiyat yönünde dış pazarlarda rekabet edebilmesinden kaynaklanmaktadır.⁷⁷

Ülkemizde ihracat için aranan teknik ve standart özelliklere uygun imalat yapabilecek kapasite ve teknolojiye sahip tesisler mevcuttur. Üretim kapasitesi iç talebi fazlasıyla karşılayabilecek durumdadır. Bu nedenle iç talepten artakalan üretim kapasitesi ihracat ile değerlendirilmektedir.

İhracatla ilgili sorunlar kısaca şunlardır:

i) Üretim girdilerinden yurt içinde temin edilenlerin fiyatlarının yüksek olması maliyetleri etkilemektedir. Ancak bu hammaddeleri ihracat kaydı ile gümrüksüz olarak ithal etme imkanı vardır.

ii) Ülkemizde üretilen ambalaj malzemeleri gelişmiş ülkelere nazaran daha düşük kalitelidir. Ancak ihraç edilecek mallar için ambalaj malzemesi ithal etme imkanı vardır.

iii) Özellikle Avrupa ülkeleri sabun piyasasının doyuma ulaşmış olmaları nedeni ile çok önceden dış pazarlara yönelmişlerdir. Gerek hammadde temininde ki kolaylıklar, gerekse büyük artış tonajları ve üretim kapasiteleri ile düşen birim maliyetleri ve teknolojik avantajlar, Avrupa ülkelerine ihracatta kolaylıklar sağlamaktadır.

Firmaların dış pazarlarında birbirleri ile bilinen nedenlerle rekabet ederek fiyat düşürmeleri, firmalar için olduğu kadar Türkiye ekonomisi içinde bir

⁷⁶ Dünya Gazetesi, "Sabun İhracatı atağa kalkıyor"

⁷⁷ Ahmet Pura, "Sabun sektöründe teknoloji ve kapasite sorunu kalmadı.", Mert 1988.

kayıptır. Bu durum firmaları dış pazarlarda birlikte hareket etmeye zorlayacak bir organizasyon olmayışından kaynaklanmaktadır.

Ihracat sorunlarına karşılık, Türkiye'nin Doğu ülkelerine nakliye avantajı vardır. Aramızda din ve kültür birliği olması da ticari ilişkilerde avantaj sağlamaktadır. Ayrıca sabuna ihracatta vergi iadesi uygulanmaktaydı.

Sabun sektörünün ithalata bağımlılığını azaltmak ve dolayısıyla ihracattan daha fazla döviz kazanmak için, donyağı üretimi teşvik edilmeli, toplu kesim yapılmalı ve modern teknoloji kullanılmalıdır.

Temizlik malzemeleri üreticilerinin dış talepleri yeterince değerlendirebilmeleri ihracatta devamlılığı sağlayabilmeleri ve dış pazarlarda birlikte hareket etmeleri için teşkilatlanmaya gitmeleri gerekmektedir. Böylece tanıtma ve ulaşım gibi sorunlarını da birlikte çözümlene imkanı bulabileceklerdir. Ortaklaşa ihracat firmalara tek başlarına olduklarında daha etkin yöntemlerde dış piyasalarda rekabet etme imkanı sağlayacaktır. Mamul mal ambalajı ile dış pazarlardaki standartlara daha fazla dikkat edilmesi yararlı olacaktır.

Ihracatçılarımızın özel ve kamu sektöründe yer alan ithalatçı kuruluşlar ile yerinde görüşerek pazar araştırmaları yapmaları yararlı olacaktır. Ayrıca malı istenilen tarihte teslim etmeleri ve ilk parti mal kalitesini tam sevkiyat boyunca devam ettirmeleri güvenilirliği kaybetmemek açısından önemlidir.

Ihracatçılarımızın ürettikleri malların tür ve spesifikasyonlarını gösteren yabancı dilde, Arapça broşürler hazırlamaları ve dağıtmaları, düzenlenen fuarlara katılarak malları tanıtmaları yararlı olacaktır.

Türkiye'nin ürünlerini dış piyasalara düşük fiyatlarla pazarlayarak döviz gelirlerini arttırmaya çalışmasına rağmen ihracatta artış görülmezken ithalatta artış gözlenerek daha fazla döviz ödenmektedir. Türkiye sabunu ithal birim fiyatlarının altında pazarlamasına rağmen, ihracatta artış sağlanamamaktadır.

TABLO 2.13
1936-1992 YILLARI ARASI SABUN İTHALAT VE İHRACATI⁷⁸

| Yıllar | İTHALAT | | İHRACAT | |
|--------|-------------|----------|-------------|-----------|
| | Miktar (Kg) | Değer TL | Miktar (Kg) | Değer TL |
| 1936 | 8.156 | 5.351 | 531 | 170 |
| 1937 | 316.731 | 108.781 | 51.711 | 26.932 |
| 1938 | 93.624 | 25.930 | 16.173 | 11.684 |
| 1939 | 86.113 | 23.508 | 12.752 | 2.479 |
| 1940 | 20.160 | 8.617 | 234.051 | 112.413 |
| 1941 | 7.780 | 5.044 | 814.322 | 383.215 |
| 1942 | 23.170 | 15.271 | 80 | 75 |
| 1943 | 11.788 | 13.045 | 4.733.448 | 2.811.167 |
| 1944 | 436 | 236 | 406.541 | 258.428 |
| 1945 | - | - | 4.210 | 3.209 |
| 1946 | 325 | 164 | - | - |
| 1947 | - | - | 10.335 | 19.523 |
| 1948 | - | - | - | - |
| 1949 | 16.153 | 31.964 | 5.950 | 8.330 |
| 1950 | - | - | - | - |
| 1951 | 21 | 60 | 120.000 | 98.784 |
| 1952 | 7.257 | 14.031 | 11.874 | 13.764 |
| 1953 | 26 | 40 | - | - |
| 1954 | 2.000 | 3.000 | - | - |
| 1955 | 12.000 | 14.000 | - | - |
| 1956 | 278 | 387 | - | - |
| 1957 | 7.070 | 12.193 | - | - |
| 1958 | - | - | - | - |
| 1959 | 400 | 578 | 2.000 | 2.116 |
| 1960 | - | - | - | - |
| 1961 | 5.758 | 22.986 | - | - |

İTHALAT

İHRACAT

| Yıllar | Miktar (Kg) | Değer TL | Miktar (Kg) | Değer TL |
|--------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| 1962 | 51 | 1.280 | - | - |
| 1963 | 16.031 | 75.735 | - | - |
| 1964 | 749 | 2.978 | - | - |
| 1965 | 6.490 | 39.850 | - | - |
| 1966 | 4.589 | 11.690 | - | - |
| 1967 | 3.070 | 23.189 | - | - |
| 1968 | 2.902 | 15.443 | - | - |
| 1969 * | 2.012 | 17.681 | - | - |
| 1970 | 17.081 | 217.762 | - | - |
| 1971 | 15.694 | 209.396 | 5.514 | 35.329 |
| 1972 | 549 | 4.200 | 10.376 | 93.548 |
| 1973 | 106 | 1.560 | 11.568 | 117.833 |
| 1974 | 381.684 | 3.731.100 | 8.882 | 73.538 |
| 1975 | 604.300 | 6.003.203 | 6.555 | 75.974 |
| 1976 | 715 | 16.920 | 230.506 | 1.926.544 |
| 1977 | 15.010 | 295.241 | 11.760 | 244.479 |
| 1978 | 503.723 | 10.513.465 | 17.460 | 265.710 |
| 1979 | 2.041 | 157.969 | 509.825 | 53.610.853 |
| 1980 | 1.000.000 | 108.836.508 | 374.565 | 50.405.233 |
| 1981 | 492.153 | 51.185.864 | 5.174.887 | 837.152.648 |
| 1982 | 5.174.387 | 837.107.953 | 15.582.500 | |
| 1983 | - | - | 9.845.000 | |
| 1984 | 359.637 | 100.586.535 | 9.781.141 | 3.329.816.513 |
| 1985 | 211.795 | 142.114.400 | 5.595.896 | 2.409.971.866 |

*1 İthalat ve Bedelsiz ithalat birlikte verilmiştir.

* 1985 yılına kadar sabunlar
34.01.10 Arap sabunu ve benzeri yumuşak sabunlar
34.01.20 sairleri

ITHALAT

IHRACAT

| Yıllar | Miktar (Kg) | Değer TL | Miktar (Kg) | Değer TL |
|----------------|-------------|---------------|-------------|-----------------|
| 1986 | 55.355 | 66.507.020 | 2.170.795 | 1.075.850.458 |
| 1987 | 61.207 | 106.316.961 | 19.512.320 | 15.634.161.424 |
| 1988 | 82.751 | 490.950.462 | 12.417.553 | 16.962.216.862 |
| 1989 | 26.359 | 231.139.831 | 56.038.125 | 117.311.376.317 |
| 1990 | 49.246 | 710.775.286 | 50.455.921 | 140.445.276.913 |
| 1991 | 56.511 | 1.621.368.322 | 26.445.883 | 96.831.716.577 |
| 1992(ilk 9 ay) | 40.656 | 889.670.500 | 22.562.744 | 116.158.837.976 |

- * 1985 yılından sonra sabunlar
 34.01.10 A. Arap sabunu ve benzeri yumuşak sabunlar
 B. Diğerleri
 34.01.21 Tıbbi ve dezenfektan sabunlar
 34.01.22 Tuvalet sabunları
 34.01.25 Diğerleri

b. Hedef Pazarların İncelenmesi:

Sabunun Dünya ithalatı hakkında bilgilerine bakıldığı zaman, en çok ithalat yapan ülkeler Avrupa ülkeleri, A.B.D., Japonya, Kanada, Suudi Arabistan ve Kuzey Afrika ülkesi Cezayir ile Nijerya'dır. Ancak bunlardan gelişmiş ülkeler aynı zamanda ihracatçılar olup genelde birbirlerinden ithal etmektedirler. Bu ülkelerde kalite ve ürün çeşidi çok gelişmiş olup, birim maliyetleri oldukça düşüktür. Bu nedenle, bu ülkelerin Türkiye'ye pazar olabilmesi pek mümkün değildir. Coğrafi, kültürel, dinsel yakınlığımız ve ticari ilişkilerimiz gözönüne alınarak Cezayir, Nijerya, Suudi Arabistan, Kuveyt, İran, Irak, Libya, Ürdün ve Birleşik Arap Emirlikleri hedef pazarlar olarak seçilmiştir. Doğu Bloku ülkelerinin de sabuna talebi olduğu bilinmektedir. Bu ülkeler hakkında bilgi edinmek güç olduğundan hedef pazarlar bölümünde incelenememişlerdir.⁷⁹

Ortadoğu Pazarının Genel Özellikleri:

- Ortadoğu ve Kuzey Afrika Ülkelerinin hemen hemen hepsinde ilkel metodlarla da olsa sabun üretilmektedir. Bu nedenle ihraç edilecek mallar kalite bakımından rekabet edilebilecek nitelikte olmalıdır.
- Düşük ısılarda çabuk netice veren temizleme ve yıkama maddelerine doğru eğilim artmaktadır. Böylece enerji tasarrufu sağlanmaktadır.
- Tuvalet sabunlarında çok köpüklü, kokoyağı ve parfüm oranı yüksek olan türler tercih edilmektedir
- Ovma maddesi olarak mekanik temizleme tozunun yanısıra sıvı temizleme maddeleri de kullanılmaktadır..
- Arap ülkeleri ağırlık olarak büyük miktarda paketlenmiş sabunları tercih etmektedir.
- Kalite ve prezentasyon itibari ile üstün ambalaj malzemeli ürünler tercih edilmektedir.

i) Suudi Arabistan: Suudi Arabistan'da temizlik malzemelerine olan talep gittikçe artmaktadır. Suudi Arabistan'da sabun üretiminde faaliyet gösteren iki büyük firma vardır.

Binzager Lever Ltd Cidde'de İngiliz Ünilever'in teknik işbirliği ile kurulmuş olup "lux" ve "lifebuoy" sabunları üretmektedir. Firma 1983 yılında kapasitesini ve ürün çeşitlerini arttırmaya başlamıştır. Tesislerin genişletilmesi ile üretim kapasitesini de arttırmıştır.

⁷⁹ Beşeli, op. cit, s. 51

Modern Industries firmasının %50 sermayesi Procter and Gamble'ın İsviçre yan kuruluşuna aittir. Bu firma Camay tuvalet sabununu üretmektedir. Tesisin yıllık üretim kapasitesi 40.000 ton/yıl'dır. Tam kapasiteye ulaşılmasına rağmen tesvin genişletilmesi planlanmamaktadır.

Suudi Arabistan'ın sabun piyasasına İngiltere hakimdir. İtalya, A.B.D., Batı Almanya ve Fransa diğer önemli ülkelerdir.

Suudi Arabistanlı ithalatçılar malı görüp alma eğilimindedirler. Bu yüzden düzenlenen ihtisas fuarlarına katılmak en uygun tanıtıcı yöntemdir. Fiyat teklifleri CIF veya CF olarak yapılmaktadır. Suudi Arabistan'a nakliyenin deniz ve kara yolundan yapılması tercih edilmektedir. Deniz yolu ile sevkiyatın büyük bir bölümü en önemli liman kenti ve ticaret merkezlerinden biri olan Cidde'ye yapılmaktadır.

Suudi Arabistan'da ithalat, toptan ve perakende ticaret, tamamıyla Suudlu özel sektörün elinde bulunmaktadır.

İthalatta uygulanan gümrük vergisi CIF üzerinden ve advalorem olarak alınmaktadır. Sabun ithalatında uygulanan gümrük vergisi nisbeti %3'tür. İthal edilen sabun laboratuvarlarında kimyasal analize tabi tutulmaktadır.

TABLO 2.14

Suudi Arabistan'a Yapılan İhracat

| | 1980 | 1981 | 1982 | 1983 | 1984 | 1985 | 1986 | 1987 | 1988 | 1989 |
|-------|------|------|------|------|-------|--------|--------|--------|---------|-----------|
| Ton | 6 | 5 | - | - | 87 | 108 | 149.5 | 133 | 496.4 | 527 |
| %T.L. | 499 | 45 | - | - | 34801 | 53.000 | 86.332 | 67.435 | 693.852 | 1.117.177 |

Türkiye'nin Suudi Arabistan'a 1980 yılında yaptığı ihracat arap Sabunu ve benzeri yumuşak sabunları ve tuvalet, banyo sabunlarını kapsamaktaydı. Fakat 5 tonunu tuvalet ve banyo sabunları oluşturmaktaydı.

1981 yılında ihracat oranı 1 ton düşmüştür. Bu yılda ise sadece Suudi Arabistan'a ihracat yapılmıştır ve arap sabunu ve benzeri yumuşak sabunlardan oluşmuştur.

Türkiye'de ihracat olayı gerçekleştirilememiştir. 1984 yılında ihracatta 17 kat artış olmuştur. Ve en çok tuvalet, banyo sabunları ihracat edilmiştir. İhracatın 7 tonunu arap sabunu ve benzeri yumuşak sabunlar oluşturmaktaydı.

1985 yılında %24 ihracat artışı meydana gelmiştir. En çok tuvalet sabunları ihracatı daha sonra banyo sabunları, tıbbi ve dezenfektan sabunlar ve arap sabunu,

benzeri yumuşak sabunlar ihracatı yapılmıştır. Bu yılda ihraç edilen sabunların çeşitliliği artmıştır.

1986 yılında, %38.42 artış gerçekleşmiştir. En çok tuvalet sabunları, arap sabunu ve benzeri yumuşak sabunlar ihraç edilmiştir.

1987 yılında, %11 oranında ihracatta azalma olmuştur. En çok tuvalet sabunları ve diğer çeşit sabunların ihracı gerçekleştirilmiştir. Bu yılda Suudi Arabistan'a arap sabunu ve benzeri yumuşak sabunların ihracatı yapılmamıştır.

1988 yılında %273 oranında ihracat artışı meydana gelmiştir. En çok tuvalet sabunları ihraç edilmiştir. Arap sabunu ve benzeri yumuşak sabunların ihracatı 1988 yılında düşmüştür.

| | 1989 | 1990 | 1991 | 1992 |
|-----|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Ton | 527.2 | 1.067.2 | 677 | 379 |
| %TL | 1.117.178 | 2.725.981 | 3.045.135 | 2.156.259 |

1989 yılında Suudi Arabistan'a ihraç edilen sabunların; %0.047'sini Granül sabun, %0.27'sine Arap sabunu, %0.153'ünü diğer yumuşak sabunlar, %89.56'ini tuvalet sabunu (çubuk/kalıp), %9.97'sini diğer çeşit sabunlar oluşturmaktadır.

1990 yılında ihraç edilen sabunların; %90.25'ini tuvalet sabunu (çubuk/kalıp), %6.93'ünü granül sabun, %0.2'sini yumuşak sabunlar, %2.62'sini diğer çeşit sabunlar oluşturmaktadır.

1991, yılında ihraç edilen sabunların; %98.52'sini tuvalet sabunları (çubuk/kalıp), %0.3'ünü arap sabunu, %0.22'sini yumuşak sabunlar, %0.96'sını diğer çeşit sabunlar oluşturmaktadır.

1992 yılında ihraç edilen sabunların; %35.35'ini tuvalet sabunları, %8.61'ini granül sabun, %55.67'sini yumuşak sabunlar, %0.37'sini diğer çeşit sabunlar oluşturmaktadır.

ii) Kuveyt: Kuveyt'te sabun üretimi yapılmaktadır. Ancak talebi karşılayamaması nedeniyle ithalat da yapılmaktadır. Sabun ithalatında en büyük paya İngiltere sahiptir. Onu Belçika, Lüksemburg, Batı Almanya, A.B.D., Fransa izlemektedir. Rekabete açık bir pazar olan Kuveyt'in dış ticaretinde re-eksport'un önemli bir yer tutması nedeniyle temizlik malzemeleri ihracatı da yapılmaktadır.

Kuveyt'te her türlü ürün çeşidi ve gösterişli ambalajlar tercih edilmektedir. Kuveytli alıcılar tek parti mallara itibar etmemektedirler. Piyasada tanınmak için ihracatın devamlı olması şarttır.

Kuveyt'li ithalatçılar sadece CIF fiyat teklifleriyle ilgilenmektedirler. FOB fiyat tekliflerine itibar etmemektedirler. Düzenlenen fuarlara katılmak yararlıdır.

Türkiye'den Kuveyt'e nakliyat daha çok gemi yoluyla yapılmaktadır. Boşaltma genellikle en önemli ticaret limanı olan Shuwaikh'e yapılmaktadır.

Tüm ithalat CIF değer üzerinden vergilendirilir. Ev temizliğinde kullanılan sıvı sabunlar %15 nisbetinde gümrük vergisine tabidir.

TABLO 2.15

Kuveyt'e Yapılan İhracat

| | 1980 | 1981 | 1982 | 1983 | 1984 | 1985 | 1986 | 1987 | 1988 |
|-----|------|-------|------|------|-------|--------|-------|--------|---------|
| Ton | - | 22 | - | - | 11.5 | 39 | 18.7 | 64.8 | 130 |
| %TL | - | 3.267 | - | - | 6.312 | 21.851 | 5.746 | 40.805 | 155.286 |

1980 yılında Kuveyt'e ihracat yapılamamıştır. 1981 yılında yapılan 22 tonluk ihracatın tamamı tuvalet, banyo sabunlarına aittir. 1982 ve 1983 yıllarında da ihracat olmamıştır.

1984 yılında da yapılan ihracatın tamamını tuvalet ve banyo sabunları oluşturmaktadır. 1985 yılında % 239 dolayında ihracat artışı gerçekleştirilmiştir. Bu ihracatın 27 tonunu tuvalet sabunları oluşturmaktadır. 1986 yılında yapılan ihracat %52 dolayında gerileme kaydetmiştir. İhracatın 18.6 tonunu tuvalet sabunları teşkil etmektedir. 1987 yılında %246 dolayında ihracat artışı meydana gelmiştir. Ve yapılan bu ihracatın 43 tonunu tuvalet sabunları, 10 tonunu tıbbi ve dezenfektan sabunlar, kalanını diğer çeşit sabunlar oluşturmaktadır. 1988 yılında ise, %100 bir artış gerçekleşmiştir. 128 tonluk ihracatı tuvalet sabunları, 1.5 tonunu arap sabunu ve benzeri yumuşak sabunlar oluşturmuştur.

| | 1989 | 1990 | 1991 | 1992 |
|-----|---------|---------|---------|---------|
| Ton | 108.5 | 43.5 | 70.3 | 86.3 |
| %TL | 226.468 | 121.012 | 334.767 | 577.374 |

1989-90-91-92 Kuveyt'e yapılan sabun ihracatının tamamını tuvalet sabunları (çubuk/kalıp) oluşturmaktadır.

iii) Birleşik Arap Emirlikleri: (B.A.E) Körfez ülkeleri arasında sabun ithalat potansiyeli en yüksek olan B.A.E 7 şeyhlikten kuruludur. Bunlardan biri Dubai, B.A.E ithalatının büyük bir kısmının gerçekleştirildiği Jebel Ali limanına sahip olması nedeniyle önemli bir ticaret merkezidir.

B.A.E'de sabun üretimi yapılmaktadır, ancak talebi karşılayamaması nedeniyle ithalatda yapılmaktadır. Sabun piyasasının büyük bir kısmına İngiltere hakimdir. Diğer önemli sabun ihracatçısı ülkeler (A.B.D., Batı Almanya, Fransa) İngiltere'nin çok arkasında kalmaktadırlar.

Genel olarak B.A.E.'nin ithalatında hiçbir kısıtlama yoktur. Emirliklerde sabunlara uygulanan gümrük vergileri farklıdır. Ama %3'ü geçmez. Dubai'de temizlik malzemelerine uygulanan gümrük vergi oranı %1'dir. Abu Dabi'ye giren tüm mallar vergiden muaftır.

B.A.E.'deki ithalatçılar genellikle CIF veya CF (Dubai veya Abu Dabi limanı) fiyat istemektedirler. En uygun ulaşım şekli deniz yoludur. Emirliklerin ithalatının 2/3'ü Dubai limanından yapılmaktadır. Ajman veya Umm Al-oavain'den direk ithalat yapamamaktadırlar. Dubai onlar için giriş limanı hizmetini görür.

B.A.E.'de bazı gazetelerde, radyo ve televizyonlarda reklamlar verilmektedir. düzenlenen fuarlara katılmak yararlı olacaktır.

TABLO 2.16

B.A.E.'ye Yapılan İhracat

| | 1981 | 1982 | 1983 | 1984 | 1985 | 1986 | 1987 | 1988 |
|-----|------|------|------|------|-------|-------|--------|---------|
| Ton | 2.5 | - | - | 0.4 | 6.5 | 6 | 29.8 | 270.4 |
| %TL | 232 | - | - | 200 | 5.311 | 2.338 | 23.966 | 319.420 |

1980 yılında ihracat yapılmamıştır. 1981 yılında yapılan 2.5 tonluk ihracatın tamamını tuvalet ve banyo sabunları oluşturmaktadır. 1984 yılında ise ihracatda önemli miktarda düşüş meydana gelmiştir. 1985 yılında ise, çok önemli bir miktarda ihracat artışı gerçekleşmiştir. Bu ihracatın 5.5 tonu tuvalet sabunlarından oluşmaktadır. 1986 yılında %8 dolayında ihracatta azalma görülmüştür. Bu yılda da en çok tuvalet sabunları ihracatı yapılmıştır. 1987 yılında %396 dolayında ihracat artışı olmuştur. Ve ihraç edilen malların tamamını tuvalet sabunları oluşturmuştur. 1988 yılında B.A.E.'ye yapılan ihracat %807 oranında artmıştır. Ve tamamı tuvalet sabunlarıdır.

| | 1989 | 1990 | 1991 | 1992 |
|-----|---------|-----------|-----------|-----------|
| Ton | 260.5 | 435 | 362.5 | 207.5 |
| %TL | 552.319 | 1.184.880 | 1.633.454 | 1.518.718 |

1989-1990-1991-1992 yıllarında Birleşik Arap Emirlikleri'ne yapılan ihracatın tek çeşidi tuvalet sabunları (çubuk/kalıp)'dır.

iv) Ürdün: Ürdün'ün sabun üretimi yıllar itibariyle artış göstermektedir. Ancak Ürdün'ün ihtiyacını karşılayamaması nedeniyle küçük ölçüde ithalat da yapılmaktadır. Ürdün sabun ithalatının büyük bir bölümünü İngiltere, Bulgaristan ve İtalya'dan yapmaktadır.

Piyasada Prinadan mamul yerli sabunlar, yerli lux, ithal malı lux, camay, fa sabunları satılmaktadır.

Avrupa'dan ithal edilen sabunların nakliyesinde deniz yolu tercih edilmektedir. Boşaltma Akaba limanına yapılmaktadır. Ancak Türkiye'den karayolu ulaşımı da mümkündür.

Ürdünlü temizlik malzemeleri ithalatçıları genellikle gıda maddeleri ithalatı ile uğraşan firmalar olup, ithal ettikleri malları süpermarket ve bakkallara dağıtmaktadırlar. Ayrıca "Askeri tüketim Kooperatifi", sivil tüketim kooperatifi ve bazı kamu kuruluşları ihale yoluyla temizlik malzemesi ithalatı yapmaktadır.

Normal sabunlardan %25, tuvalet sabunlarından %35, tıbbi sabunlardan %18 gümrük vergisi alınmaktadır.

TABLO 2.17

Ürdün'e Yapılan İhracat

| | 1980 | 1981 | 1982 | 1983 | 1984 | 1985 | 1986 | 1987 | 1988 |
|-----|------|--------|------|------|------|-------|------|------|---------|
| Ton | - | 367 | - | - | 0.4 | 10.5 | - | 1 | 92.6 |
| %TL | - | 55.689 | - | - | 218 | 6.992 | - | 840 | 138.734 |

1981 yılında önemli miktarda tuvalet ve banyo sabunun ihracatı Ürdün'e yapılmıştır. 1984 yılında Ürdün'e yapılan ihracatta düşme olmuştur. Ve sadece tuvalet, banyo sabunları ihraç edilmiştir. 1985 yılında ihracat ta 25 kat artış olmuştur ve ihracatın tamamı tuvalet sabunlarıdır. 1986 yılında ihracat yapılamamıştır. 1987 yılında ihracatta %1 oranında artış olmuş ve banyo sabunları ihracatı yapılmıştır. 1988 yılında Ürdün'e yapılan ihracatta %92 dolayında artış gerçekleşmiştir. Tuvalet sabunları çoğunlukta olmak üzere, banyo sabunları ihracatı da yapılmıştır.

| | 1989 | 1990 | 1991 | 1992 |
|-----|---------|---------|-----------|------------|
| Ton | 109.7 | 285.7 | 1691 | 6188.1 |
| %TL | 246.647 | 791.351 | 6.133.951 | 34.242.487 |

1989-1990-1991 yılları sabun ihracatı tuvalet sabunları (çubuk/kalıp)'ından yapılmıştır.

1992 yılında yapılan ihracatın; %11.02'sını tuvalet sabunları, %11.63'ünü granül sabun, %0.5'ini arap sabunu, %65.53'ünü yumuşak sabunlar, %11.31'ini diğer çeşit sabunlar oluşturmaktadır.

v) Cezayir: Cezayir'de dış ticaret devlet tekelinde bulunmaktadır. İthalat devlet tarafından kurulmuş bulunan ulusal şirketlerce yapılmaktadır. Bu kuruluşlarca yapılan ithalat genellikle ülkenin tek gazetesi olan El-Moudjahid'de yayınlanarak ihaleye çıkarılmaktadır. Bazı ihale ilanları ticaret müşavirliklerine de duyurulmaktadır. İhalelerde teklif verme süresi genellikle çok kısa olmaktadır.

Sabun üretimi mevcuttur. Ancak talebi karşılayamaması nedeniyle ithalat da yapılmaktadır. Sabun ithalatı daha çok Batı Almanya ve Fransa'dan gerçekleştirilmektedir.

Cezayir'e en uygun ulaşım şekli deniz yoludur. Ancak limanların boşaltma kapasitelerinin düşük olması beklemelere neden olmaktadır.

TABLO 2.18

Cezayir'e Yapılan İhracat

| | 1980 | 1981 | 1982 | 1983 | 1984 | 1985 | 1986 | 1987 | 1988 |
|-----|------|------|------|------|--------|---------|---------|------|------|
| Ton | - | - | - | - | 782 | 500 | 650 | - | - |
| %TL | - | - | - | - | 173.84 | 120.943 | 219.967 | - | - |

Cezayir'e ihracat 1984 yılında yapılmaya başlanmıştır. Ve bu yılda yapılan ihracatın tamamı banyo ve tuvalet sabunlarıdır. 1985 yılında %25 oranında düşme meydana gelmiştir. Yapılan ihracat banyo sabunlarından oluşmaktadır. 1986 yılında %30 dolayında ihracat artışı gerçekleşmiş fakat 1984 yılındaki değerine ulaşamamıştır. Önceki yıl gibi banyo sabunları ihracatı yapılmıştır. 1987 ve 1988 yıllarında Cezayir'e ihracat gerçekleştirilememiştir. Cezayir'e 1986 yılından sonra ihracat yapılmamıştır.

vi) İran: İran İslam Cumhuriyeti Anayasa'sının 44. maddesi gereğince, İran'da dış ticaret devletleştirilmiş bulunmaktadır. İthalat dağıtım ve tedarik merkezleri aracılığıyla veya kooperatif şirketler ve sendikalar kanalıyla gerçekleştirilmektedir. Temizlik malzemeleri ithalatı kimyasal maddeler tedarik ve dağıtım merkezince doğrudan yapılmaktadır. 1982 Mart ayında imzalanan Ticaret Protokolünü takiben, İran her türlü ithalat ihtiyacını ülkemizden karşılamaya özen göstermektedir.

Verilecek fiyat A.B.D. doları ve mutlaka CIF olmalıdır. İhracatçılar satmak istedikleri mallarla ilgili bölümlerdeki alım müdürlükleri ile bizzat konuşmak durumundadırlar. Mektup veya teleksle yapılan teklifler ilgi görmemektedir.

İran'da ithalat yetkisine sahip olan kuruluşlar bağlantısını yaptıkları malın zamanında teslimini bu ölçüde emniyet altına almak için ithalatı mutlaka imalatçı kuruluştan veya imalatçının yetki belgesine sahip pazarlama kuruluşundan yapmak yoluna gitmektedirler. İmalatçı durumunda olmayan ihracatçılarımızın, noterden veya Türkiye'deki İran resmi mercilerinden tasdikli yetki belgelerini merkezlere veya ithalatçı kuruluşlara ibraz etmeleri gerekmektedir. Son zamanlarda bununla da yetinmeyen alıcılar Türkiye'ye gelerek tesisin durumunu veya imkanlarını görme yoluna gitmektedirler.

İran Türkiye'nin en önemli sabun pazarıdır. Komşumuz olan bu ülkeye kara yolu ulaşımı ile yapılacak sevkiyat, nakliye avantajı sağlamaktadır.

TABLO 2.19

İran'a Yapılan İhracat

| | 1980 | 1981 | 1982 | 1983 | 1984 | 1985 | 1986 | 1987 | 1988 |
|-----|--------|---------|------|------|-----------|-----------|--------|-----------|-----------|
| Ton | 348 | 3963 | - | - | 5731 | 4213 | 29.8 | 15855 | 4710 |
| %TL | 46.425 | 605.842 | - | - | 2.220.944 | 1.882.023 | 16.308 | 2.284.390 | 5.634.451 |

1980 yılında yapılan ihracatın 60 tonu arap sabunu ve benzeri yumuşak sabunlar, 288 tonu ise banyo ve tuvalet sabunlarıdır. 1981 yılında 10 kat ihracat artışı gerçekleşmiştir ve yapılan ihracatın tamamı banyo ve tuvalet sabunlarıdır. 1984 yılında 1981 yılına oranla %44 dolayında artış meydana gelmiştir. Ve yine 1981 yılı gibi aynı çeşit sabun ihraç edilmiştir. 1985 yılında %26.48 oranında düşme olmuştur. Yapılan ihracatın tamamı tuvalet sabunlarına kaymıştır. 1986 yılında ihracat oranı farkedilir biçimde düşme göstermiştir. 1987 yılında, 1986 yılında gerçekleşen düşme telafi edilmiş ve tuvalet sabunları ağırlıkta olmak üzere tuvalet banyo sabunları ihracatı yapılmıştır. İran'a düzensiz olarak yapılan ihracat miktarı 1988 yılında da azalmıştır ve sadece tuvalet sabunları ihraç edilmiştir.

| | 1989 | 1990 | 1991 | 1992 |
|-----|---------|--------|-----------|-----------|
| Ton | 66.1 | 11.4 | 827.6 | 1588.7 |
| %TL | 142.067 | 23.895 | 3.033.405 | 9.760.623 |

1989 yılında yapılan ihracatın; %70.49'unu beyaz sabun; %3.77'sini arap sabunu, %25.74'ünü sıvı sabunlar oluşturmaktadır.

1990-1991 yılında yapılan ihracatının tamamını tuvalet sabunları oluşturmuştur.

1992 yılında yapılan ihracatın; %6.61'ini beyaz sabun, %90.56'sını tuvalet sabunu (çubuk/kalıp), %2.83'ünü diğer çeşit sabunlar oluşturmaktadır.

vii) Irak: Irak'ta ithalatın %90'ı devlet kuruluşlarınca gerçekleştirilmektedir. Bu kuruluşlar alımlarını yıllık olarak planlamaktadır. İthalat genellikle ilkbahar aylarında açılan ihaleler yoluyla yapılmaktadır. Bu ihalelere katılacak firmaların mutlaka imalatçı firma olmaları gerekmektedir. Komşumuz olan Irak'a karayolu nakliyesi en uygun ulaşım şekli olmaktadır.

TABLO 2.20

Irak'a Yapılan İhracat

| | 1980 | 1981 | 1982 | 1983 | 1984 | 1985 | 1986 | 1987 | 1988 |
|-----|------|--------|------|------|---------|------|------|---------|-----------|
| Ton | - | 501 | - | - | 1832 | 4.2 | 1.3 | 771 | 1021 |
| %TL | - | 78.042 | - | - | 486.171 | 1620 | 1203 | 616.586 | 1.471.156 |

1980 yılında Irak'a ihracat yapılmamıştır. 1981 yılında banyo ve tuvalet sabunları ihracatı yapılmıştır. 1984 yılında 1981 yılına oranla %265 oranla artış olmuştur ve arap sabunu benzeri yumuşak sabunları, banyo ve tuvalet sabunları ihracatı yapılmıştır. 1985 yılında en çok tuvalet sabunu ihracatı yapılmış ve ihracatta önemli oranda düşme görülmüştür. 1986 yılında %69 oranında ihracatta azalma gerçekleşmiştir. Ve sadece tuvalet sabunu ihracatı yapılmıştır. 1987 yılında önemli miktarda bir ihracat artışı meydana gelmiştir. İhracatın 740 tonunu tuvalet sabunları kalanında arap sabunu ve benzeri yumuşak sabunlar, banyo sabunları meydana getirmektedir. 1988 yılında %32 dolayında ihracat artmıştır. Ve 1987 yılı gibi en çok tuvalet sabunu ihracatı yapılmıştır.

| | 1989 | 1990 | 1991 | 1992 |
|-----|--------|--------|-----------|------------|
| Ton | 21 | 20.3 | 4.126.1 | 23.616.8 |
| %TL | 55.099 | 38.699 | 6.086.351 | 94.142.504 |

1989 yılında yapılan ihracatın; %12.02'sini tuvalet sabunları, %85.71'ini sıvı sabun; %1.8'ini yumuşak sabun, %0.47'sini diğer çeşit sabunlar oluşturmaktadır.

1990 yılında yapılan ihracatın; %65'ini tuvalet sabunları, %10'unu sıvı sabun, %25'ini diğer çeşit sabunlar oluşturmaktadır.

1991 yılında yapılan ihracatın; %10.93'ünü tuvalet sabunları, %38.71'ini yumuşak sabun, %50.36'sını diğer çeşit sabunlar oluşturmaktadır.

1992 yılında yapılan ihracatın, %29.25'ini tuvalet sabunları, %25.37'sini yumuşak sabunlar, %2.13'ünü granül sabun, %43.25'ini diğer çeşit sabunlar oluşturmaktadır.

viii)Libya: Libya'da tüm sektörleri ithalat ve ihracatı devlet şirketleri tarafından yapılmaktadır. Temizlik malzemeleri ithalatını sürdürmekle birlikte iç üretimini artırma çabasıdadır. 1980-85 yılları arasında Benghazi ve Zanzour'da iki sabun fabrikası kurulmuştur.

Libya sabun pazarına İtalya hakimdir. Onu Federal Almanya, İngiltere, Fransa izlemektedir. El sabunları Libya'nın ithalatını yasakladığı mallar listesindedir. Sabunlarda domuz yağı olmadığına dair analiz yapılması istenebilir. İthalatta uygulanan gümrük vergisi çamaşır sabunlarında, tuvalet sabunlarında %20, tıbbi ve reçineli sabunlarda ve bebek sabunlarında %25'dir.

TABLO 2.21

Libya'ya Yapılan İhracat

| | 1980 | 1981 | 1982 | 1983 | 1984 | 1985 | 1986 | 1987 | 1988 |
|-----|------|------|------|------|--------|-------|-------|---------|-----------|
| Ton | - | - | - | - | 30.8 | 12.8 | 6.6 | 1324 | 1177 |
| %TL | - | - | - | - | 11.320 | 4.343 | 8.174 | 597.143 | 2.077.088 |

1984 yılında Libya'ya ihracat yapılmaya başlanmıştır. Bu ihracatın 5 tonunu arap sabunu ve benzeri yumuşak sabunlar, 25.8 tonunu banyo ve tuvalet sabunları meydana getirmektedir. 1985 yılında ihracat oranı %58 azalmıştır. Bu yılda yapılan ihracatın 7 tonu banyo sabunları, 6 tonu arap sabunu ve benzeri yumuşak sabunlardır. 1986 yılında tekrar sabun ihracatında %48.43 oranında azalma söz konusudur. İhracatın 5.6 tonunu banyo sabunları oluşturmaktadır. 1987 yılında Libya'ya yapılan ihracatta önemli miktarda bir artış gerçekleşmiştir. Ve bu ihracatın 1277 tonunu tuvalet sabunları oluşturmaktadır. 1987 yılında 10 ton kadar arap sabunu ve benzeri yumuşak sabun ihracatıda yapılmıştır. 1988 yılında %11 oranında ihracatta düşme görülmektedir. Bu yılda da en fazla ihracat tuvalet sabununda yapılmıştır.

| | 1989 | 1990 | 1991 | 1992 |
|-----|---------|--------|---------|-----------|
| Ton | 46.6 | 18 | 39 | 827.5 |
| %TL | 101.822 | 74.546 | 189.284 | 6.094.491 |

1989 yılında yapılan ihracatın; %10.43'ünü tuvalet sabunları, %23.58'ini arap sabunu, %57.36'sını sıvı sabun, %8.63'ünü diğer çeşit sabunlar oluşturmaktadır.

1990 yılında yapılan ihracatın; %4.17'sini tuvalet sabunu, %10.66'sını granül sabun, %18.72'sini arap sabunu, %57.61'ini sıvı sabun, %8.84'ünü diğer çeşit sabunlar oluşturmaktadır.

1991 yılında yapılan ihracatın; %59.59'ünü tuvalet sabunları, %5.1'ini arap sabunu, %27.7'ini sıvı sabun, %7.6'sını diğer çeşit sabunlar oluşturmaktadır.

1992 yılında yapılan ihracatın; %97.23'ünü tuvalet sabunları, %0.01'ini arap sabunu, %2.27'sini sıvı sabun, %0.49'unu diğer çeşit sabunlar oluşturmaktadır.



III.SABUN SEKTÖRÜNE ÖRNEK: COLGATE HACI ŞAKİR SABUN, GLİSERİN FAB. T.A.Ş.

A.Hacı Şakir Firmasının Kuruluşu ve Faaliyet Alanları:

Türkiye'nin en eski sabun firması olan Hacı Şakir sabunlarının ilk üretildiği yer Kırım'ın Kazan bölgesidir. Kazan'da bir ırmağın kolları ile oluşan deltada Hacı Ali Efendi, sabun ve mum üretimi yapıyordu. O bölgenin tek üreticisi olan Hacı Ali Efendi, bir sel felaketi ile atölyesinin yıkılması sonucu Kazan'ı terk etmeye karar vermiş ve müslüman bir ülkede yaşamak arzusu ile Çarlık Rusya'sını terk eden Hacı Ali, Osmanlı İmparatorluğu döneminde İstanbul'a gelmiştir. Aksaray'da at pazarında satın aldığı küçük bir dükkanda oğlu Hacı Şakir ile 1864 yılında tekrar sabun ve mum üretimine başlamıştır. Ancak, o dönemler ticaret hayatı, azınlıkların hakimiyetinde ve ticaretle uğraşan müslümanlara "günahkar" gözüyle bakılıyordu. Bu zor koşullardan ciddi şekilde etkilenen Hacı Ali Efendi, ömrünün son günlerinin yaklaştığını hissederek, çok yakın bir arkadaşına, bir kese "söylentiye göre 20-25 tane" altın bırakmış ve:

- "Bu altınları, benim ölümünden sonra oğlum Şakir'e borç olarak ver. Ancak borcuna geri ödemediğinde benim tarafından bırakıldığını açıkla." şeklinde vasiyette bulunmuştur.⁸⁰

Hacı Şakir, babasının ölümünden sonra eline geçen bir kese altınla baba mesleği sabunculuğa devam etme kararı vermiş ve bugün İstanbul Ticaret Odası'nın tam karşısında yer alan Kantarcılar mevkiinde, ara sokakta küçük bir han satın almıştır ve 1889 yılında hanın bodrum katında üç kişiyle sabun ve mum üretimine başlamıştır. Böylece "Hacı Şakir Bey'in sabun imalathanesi" kurulmuştur.⁸¹ O yıllarda sabun sanayi henüz kurulmamış ve sadece belirli bölgelerde, özellikle Ege'de evlerde üretim yapıyordu. Piyasada satılan sabunlar ise Girit'ten geliyordu.

Cumhuriyetin ilanıyla birlikte, Sabuncuzade M. Şakir ve Mahdumu Müessesatı Ticari ve Sınai T.A.Ş. 91 sicil numarasıyla Atatürk'ün kuruluşuna izin verdiği ilk şirketler listesinde yer almaktadır. O dönemlerde Atatürk'ün kuruluşunu onayladığı şirketlerden bugün halen varlığını sürdürenler yalnızca Osmanlı Bankası ile Uluslararası Amerikan Bankası ve Hacı Şakir'dir. Bu her iki firmanın da yabancı sermayeli olmaları nedeniyle, 100 yıllık tek yerli sermayeye sahip Türk firması Hacı Şakir'dir.⁸²

⁸⁰ Davut Güzel, "Hacı Şakir 100 yaşında" Dünya Gazetesi, 24 Şubat 1989, s. 4.

⁸¹ "Hacı Şakir tarihi Rusya'ya dayanıyor", Dünya gazetesi, 3 Ocak 1989

⁸² "Türkiye'nin en eski sabun fabrikası tam 100 yaşında", Sabah gazetesi, 12 Ocak 1989

Esas kurucusu Hacı Şakir'in adı, üretilen malın markası olarak kabul edilmiştir. Sabuncuzadeler, soyadı kanunu ile Sabuncuoğlu soyadını alırken, ticari ünvanlarını aynen korumayı tercih etmişlerdir. Hacı Şakir'in büyük oğlu Tefik ve kardeşi Şefik'de fiilen sabun üretimiyle ilgilenmişlerdir. Hacı Şakir bir tek erkek çocuk olarak bilinmesine rağmen, 1964 yılında Tefik Sabuncuoğlu'nun vefatıyla kardeşi Şefik Sabuncuoğlu ile oğulları Sevgen ve Taylan ile Tefik'in oğulları Şakir ve Selahattin Sabuncuoğlu'da devreye girmişlerdir. 1940 doğumlu Selahattin Sabuncuoğlu, Robert Koleji bitirdikten sonra Ticaret Akademisi üçüncü sınıftayken babasını kaybedince işin başına geçmek zorunda kalmış ve okulu yarım bırakarak iş hayatına atılmıştır. Cumhuriyet sonrası Hacı Şakir'in ardından Komili, Ömer Muharrem Madra'da piyasaya girmiş ve sabun piyasası bu üç firmayla birlikte gelişmiştir.⁸³

1889 yılı başlarında olumsuz koşullarda 100 liralık kuruluş sermayesi ile faaliyete geçen Hacı Şakir'in, 1966 yılında şirket cirosu 17 milyon olarak gerçekleşmiştir. Bu bir asırlık oldukça uzun ve ekonomik, politik, siyasal birçok önemli olayın yaşandığı ömrü içinde (1908 İkinci meşrutiyetin ilanı, 1911 Trablusgarb savaşı, 1912 Balkan savaşı, 1914-1918 Birinci Dünya Savaşı, 1920 yeni Türk Devleti'nin kuruluşu, 1923 Cumhuriyet'in ilanı, 1928 Harf devrimi, 1939-1944 İkinci Dünya Savaşı, 1950 çok partili siyasal yaşama geçiş vb.) Sabuncuzade ailesi neredeyse üç kuşak değiştirmiştir.⁸⁴

Özellikle veraset yoluyla hisseler giderek parçalanmış, ilk kuruluştaki sermaye ve yönetim birliği bölünmüştür. Varislerin kuruluşla olan ilgileri yalnızca dağıtılacak kar paylarının miktarı üzerine yoğunlaşmıştır. Yatırım yapamaz, yeni gelişmelere ayak uyduramaz hale gelen firmada finans güçlükleri üstesinden gelinemez boyutlara ulaşmıştır. Bu süre içinde kaybetmediği, ödün vermediği tek yönü kalitesi, tüketiciye en nitelikli ürünü verme çabasıdır. Sonunda ya şirket tasfiye edilecek ve 100 yıllık Hacı Şakir efsanesi tarihe gömülecek, ya da yeni bir kan, yeni bir güçle daha nice yüzyıllar yaşam gücüne kavuşacaktır.⁸⁵ Sermaye artırımını sonucunda Sabuncuoğlu ailesine ait toplam 28 kişi arasında hisse dağılımı yapılmıştır. Selahattin Sabuncuoğlu ise %13.5 ile en büyük hissedar olmuştur.

MAYA ile Birleşme

Selahattin Sabuncuoğlu yıllardır varlığını devam ettiren şirketin sıkıntılarını gidermek amacıyla, gerek yabancı gerekse yerli şirketlerle temasa geçmiş, ancak bunların hiç birinden sonuç alamamıştır. Hacı Şakir'in %75'ine sahip olan MAYA Şirketler Grubu'nun yönetim kurulu başkanı İlyas Özsüer ile de Tarabya'da komşular ve , aynı zamanda iki iyi dost olan Özsüer ve Sabuncuoğlu, bir pazar günü sohbet ederken, İlyas bey, Selahattin Bey'in yüzünden anlaşılacak sıkıntısının nedenini sormuş ve "Bunun üstüne" diyor Selahattin Sabuncuoğlu "problemimi anlattım. İlyas Bey de benim o anda anlattıklarımı dikkate alarak dinledi ve masada

⁸³ "Dünden bugüne Hacı Şakir", Hacı Şakir Pazarlama ve Yatırım A.Ş. raporları.

⁸⁴ İdem

⁸⁵ İdem

elini uzattı, bu iş tamamlandı. İlyas Bey bu konuya son derece iyi niyetle yaklaşan bir kişi. Firmanın defterlerine dahi bakmadı."⁸⁶ Bu sermaye yapısıyla 1980'lere gelen şirket finans zorluğu içerisine girmiştir. 1986 yılının Şubat ayında 700 milyon zararla bilanço kapanmıştır. Bunun sebebi, faizlerin yükselmeye başlamasıyla, özkaynak yetersizliği olmuştur. Hissedarlar sermaye artırımına yanaşmamışlardır. 1980 yılında sermaye artmış ama nakit olarak değil, değer artışları nedeniyle artmıştır. 1987 yılında gerçekleşen bu birleşme sonucu, Maya Grubu'ndan bir milyar nakit akımı gerçekleşmiş ve sermaye artırımı yapılmıştır. Hisse dağılımı ise %25 Selahattin Sabuncuoğlu, %75 Maya olmak üzere organize edilmiştir. Sabuncuoğlu ailesinin diğer 27 hissedarı da bu yolla hisselerini satmışlardır. Selahattin Sabuncuoğlu şirketin yönetim kurulu üyesi ve genel müdürü olarak Sabuncuzadeler'in geleneğini devam ettirmiştir.⁸⁷

Maya Grubu faaliyetlerini özellikle inşaat sektöründe (İnan Tekstil, İnsa, Dinarsu), imalat sanayiinde (Birgi, Mayfleks) ve turizm sektöründe yatırımları olan inşaat, ticaret, sanayi ve turizm faaliyetlerini birlikte yürüten çok yönlü bir gruptur. Grubun, uzağı gören maceradan kaçan fakat atılgan üst yönetimi diğer sanayilerdeki yoğun birikim ve deneyimlerini de değerlendirerek temizlik sanayine girmeye karar vermiştir.⁸⁸ (Bkz. Şema 3.1)

Fabrika devraldıktan sonra ilk önce şirketin sermaye yapısı ele alınmış, tesisler hızla gözden geçirilerek yapılması gereken ivedi yatırımlar gerçekleştirilmiştir. Çünkü verasetten dolayı çok parçalanmış olması nedeniyle uzun süre yatırım yapamamış ve tesisleri çok eskimiştir.⁸⁹ Hacı Şakir'in piyasadaki yeri belirlenerek yeni bir üretim satış dengesi kurulmuştur. Özellikle kurulu kapasiteyi optimum düzeyde kullanmaya yönelik organizasyon değişiklikleri yapılmış, ihracata hız verilmiş; İnsangücü kaynakları takviye edilmiş, üretim, satış, satınalma, finansman, bütçeleme gibi temel şirket politikaları yeniden ele alınarak hızla gerekli düzenlemeler yapılmıştır. Ve son olarak birimler arası bilgi işlem ağının yaygınlaştırılması ve üretici kuruluş pazarlama kuruluşu arası ilişkilerin daha rasyonel temellere oturtulabilmesi için yeni yatırımlar yapılmıştır.

En son noktada ise daha modern bir teknolojiye geçiş kararı verilerek yeni bir tesis ve modernizasyon yatırımına girişilmiştir. Hedef, 1991 ortalarında gerek ülke içinde gerekse Batı pazarlarında rekabete açık kaliteli ürünler üretmektir. 1889 yılında 100 liralık kuruluş sermayesi ve 10 işçiyle faaliyete geçen şirket, üç kuşak değiştirdikten sonra, 1987 yılında başlayan ve 1,5 milyon dolar olarak gerçekleşen ihracatla bir milyar kara geçmiştir. 1988 cirosu ise 30 milyar ciro, 1,5 milyon dolarlık ihracat fakat konsolide bilanço hazırlandığı için kar kesin olarak belli değil, 1989 yılının tahmini iç talebi ve S.S.C.B. ile yapılan 5 milyon dolarlık ihracat bağlantısıyla yıllık 30 bin ton olarak üretim rakamlarını doldurmuş

⁸⁶ Emel Kutluca, "Hacı Şakir", Ekonomik Panorama, 29 Ocak 1989.

⁸⁷ İdem

⁸⁸ "Hacı Şakir Pazarlama ve Yatırım A.Ş." raporları

⁸⁹ Mülakat soruları

durumdadır. En az 1 milyar kredi kullanmış ve Hacı Şakir Maya Şirketinin yardımlarıyla toparlanabilmiştir.⁹⁰

Hacı Şakir 1989 faaliyet yılını 68 milyar ciro ve yaklaşık 12 milyon dolarlık ihracatla kapatmıştır. Yaklaşık değerlerle 3,5 milyar ücret, 1,4 milyar amortisman, 6,9 milyar faiz, 3 milyar vergi (kurumlar, gelir, damga vergisi, KDV vb.) ve 6 milyarlık kar olmak üzere ülkemiz ekonomisine toplam 20,8 milyar katma değer yaratmıştır. 1990 yılında ise 120 milyar ciro, 20 milyon ihracat ve yaklaşık olarak 40 milyar katma değeri yaratmıştır. Önceden 370 kişi çalışan Hacı Şakir'de yeni yatırımların devreye girmesi ile birlikte yıllık 40.000 ton kapasiteli, 430 çalışan bulunmaktadır.⁹¹ 1991 yılının sonlarına doğru çalışan işçi sayısı 230'a indirilmiştir. Bunun 180'i düz, 50'si kalifiye işçidir. Teknik ve idari personel durumu toplam olarak 70'dir.



⁹⁰ Emel Kutluca, "Dünden Bugüne Hacı Şakir", Ekonomik Panorama, 29 Ocak 1989

⁹¹ "Hacı Şakir Pazarlama ve Yatırım A.Ş." raporları.

ŞEMA 3.1**MAYA ŞİRKETLER GRUBU****Hissedarlar**

Zonguldaklı Özsüer ailesi %100 oranında

Şirketler

Maya Malzeme Yapım Sanayi ve Tic. A.Ş.
Maya Ticaret Taahhüt ve Tic. A.Ş.
İnan Tekstil Sanayi Taahhüt ve Tic. A.Ş.
May Fleks Madeni Spral Hortum San. ve Tic. A.Ş.
İmpaş İnşaat Sanayi ve Tic. A.Ş.
Hacışakir Sabun, Gliserin Sanayi ve Tic. A.Ş.
İnsa İstanbul Naylon İplik Sanayi ve Tic. A.Ş.
Maya Sınai ve Zirai Ürünler Pazarlama A.Ş.
Hacışakir pazarlama ve Yatırım A.Ş.
İnanteks Tekstil Sanayi ve Tic. A.Ş.
Maysar Teknik ve Genel Hizmetler A.Ş.

İştirakler

Birgi Ampul ve Şırınga Sanayi A.Ş.
Altaş El Aletleri Sanayi ve Tic. A.Ş.

Kuruluşu

1960'ta İnan Tekstil San. ve Tic. A.Ş.

-Yatırımlar-

Hacı Şakir 1992'de Avrupa pazarına uyum çalışmalarına hazırlanmıştır ve Maya Grubu'na ait Çerkezköy'deki arsa üstüne 60 bin ton kapasiteli yeni bir tesisin çalışmaları başlamıştır. Bu tesis yaklaşık 15 milyar liraya mal olmuştur. Kontinü sabunlaştırma ve iki line ilavesi ile üretim kapasitesi 30.000 ton / yıldan 60.000 ton / yıl'a ulaşmıştır. Özellikle klasik beyaz sabunda %36-37'lerle en büyük pazara sahip olan Hacı Şakir ürünleri arasında çiçek ailesi, banyo sabunu, tuvalet tipi sabun, gerçek tuvalet sabunu ile granül sabun yer almaktadır. Bunun yanı sıra yan ürün olarak elde edilen gliserinde diğer üç firmayla birlikte pazarı eşit olarak (%25'er) paylaştıklarını belirten Selahattin Sabuncuoğlu "Asla deterjan piyasasına girmeyeceğiz" demiştir. Nedeni ise bütün büyük uluslararası deterjan firmalarının Türkiye pazarında söz sahibi olmasıdır.⁹²

1987 yılında Hacı Şakir, Johnson and Johnson ile Fa'nın fason sabun üretimine başlamıştır. Her iki firma adına yapılan toplam üretimin 100 ton civarında olduğunu belirten firma yetkilileri gelecekte şampuan ve kozmetik sanayiine girmeyi planladıklarını belirtmişlerdir. Bunun yanı sıra, Türkiye'de hareketlenen yabancı sermaye gelişi ve yabancı şirketlerle evlilik konusunda da Hacı Şakir adına görüşmeler devam yapılmıştır. Sabuncuzade M. Şakir ve Mahdumu müessesati Ticari ve Sınai T.A.Ş.'nin gelecekteki verileri yönetim kurulu başkanı İlyas Özsüer'in Selahattin Sabuncuoğlu'nun iki kızı, dolayısıyla damatlar olacak ve sabuncuzadeler adı dördüncü kuşaktan sonra kalkacaktır.⁹³

Bugün piyasada modern tesislerle sabun üretimi yapan 10 tane firmanın ötesinde 150 atölye tarzı üretim yapan kuruluş bulunmaktadır. Piyasada 10 firmanın aldıkları pay %54 olarak ifade edilmektedir. Hacı Şakir, Sovyetler Birliği'nin dışında, Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkeleriyle, Fransa, Portekiz ve İspanya'ya ihracat yapmaktadır.

Firmanın Hedefleri

Başlangıçtan bugüne kadar teknolojik gelişmelere ayak uydurmak ve bunu yaparken de Türk toplumunun yenilik beklentilerine uygun üretim yapmak, Hacı Şakir Firmasının ana hedefi olmuştur.

Sabun pazarına yönelik olarak, kesin birtakım verilere rastlanmamasına karşın, 255 bin ton/yıl dolayında bir pazar potansiyeli olduğu varsayılmaktadır. Sözü edilen bu pazarın 190 bin ton /yılının ise markalı sabunlardan oluştuğu yine varsayımlar arasında yer almaktadır.

63 bin ton/yıl sabun ise, genellikle atölye düzeyinde üretim yapan yöresel üreticiler tarafından karşılanmaktadır. Bu üreticilerin büyük bir bölümü T.S.E'ce oluşturulan standartlara uygun üretim yapmaktadır. Ancak bir bölüm de teknolojik

⁹² Kutluca, Loc. cit.

⁹³ Hacı Şakir, op. cit.

yeniliklerden uzak bir tarzda üretim yapmaktadırlar. Düşük kalite, düşük fiyatı beraberinde getirdiği için piyasada önemli bir pazar payı oluşturabilmişlerdir. Fiyat farkı da genellikle bu üreticilerin vergi usul kanununun yükümlülüklerine uymamalarından kaynaklanmaktadır. Çoğu evraksız ve vergisiz ürün satmakta, katma değer vergisi ödemedikleri için ilk etapta %10 fiyat avantajı elde etmektedirler. Buna kalitesiz ve dolayısıyla ucuz üretimden doğan yaklaşık %20 oranındaki farkı eklediğimizde %30 daha düşük fiyatla piyasaya girmişlerdir. Bu bir anlamda haksız rekabettir.⁹⁴

Bu nedenle bu üreticilerin yasal üretim yapmalarını sağlamak için yakın takibe alınmaları gerekmektedir. Bunun yanısıra tüketicilerin ucuz ürünleri tercih etmeleri ancak bilinmeyen kayıpların fiyat farkından fazla olduğunu bilmemeleri ve belli kalitenin altında üretilen sabunların temizleme gücünün zayıf oluşu ve aynı zamanda çabuk eridiği için kullanma süresinin kısıtlılığı söz konusudur.

Yalnızca fiyat unsuru gözönüne alınarak yapılan tercihler birçok dezavantajları beraberinde getirilmektedir. Bu da genel olarak tüketicinin eğitilmemesinden kaynaklanmaktadır.

Günümüzde, eski usulde yapılan sabunlardan kaliteli sabunlara yavaş da olsa bir dönüş vardır. Önemli bir nokta da, büyük bir kullanım potansiyeline sahip olan deterjanların bazı unsurları ortaya çıktığından, toz tipi sabunlara da ilgi artmaktadır.

Sektörle İlgili Teşvikler ve Zorluklar

Hacı Şakir önemli miktarlarda ihracat yaptığından gerek içeride gerekse dışarıda ortalama kredi maliyetlerini düşürebilmek için her tür kredi kullanmaktadır. Ticari kredilerin yanında ihracata dayalı çeşitli döviz kredileri ve Eximbank'tan alınan sevk öncesi ihracat kredileri kullanmaktadır.⁹⁵

Hacı Şakir firması, 1980 yılından itibaren dışa dönük üretime başlamıştır. Hammaddesinin önemli bir bölümünü ithal etmek zorunda olan fabrika, ihracatı dolayısıyla teşvik kararnameyi hükümlerinden istifade ederek, hammadde ve yardımcı hammaddelerini gümrüksüz olarak ithal etmektedir.

Bunun dışında, Hacı Şakir Firması, 1.200 ton/yıl olan gliserin kapasitesini, 2.500 ton/yıla ve 30 bin ton/yıl olan sabun kapasitesini 60 bin ton/yıla çıkarmak için, tevsi, modernizasyon ve dar boğazlarını gidermek için yatırıma girişmiş bulunmaktadır.⁹⁶

Bu yatırım için, 1989 yılında yatırım teşvik belgesi alınmış ve yatırım için gerekli girişimlere başlanmıştır. İhracatın dış fiyatlarla rekabet edebilmesi için,

⁹⁴ Hacı Şakir, op. cit.

⁹⁵ Mülakat soruları

⁹⁶ Hacı Şakir, op. cit.

ton başına 75 dolarlık fon iadeleri yeterli gelmemektedir. Hammaddesinin büyük bir kısmının, dış kaynaklı olması sebebi ile maliyetleri daha aşağıya çekmek mümkün görülmemektedir. Bu nedenle temizlik sanayinin ana ürünü sayılan sabunun ihracatında fiyatların dengelenebilmesi için bazı özel teşvik tedbirlerinden yararlandırılması gerekmektedir. Örneğin;

Hammaddesi pamuk olan bir tekstil ürününün, dış pazardaki rekabet olanağı ile don yağı ve palm gibi yabancı kökenli hammaddelerden üretilen sabunun dış piyasalardaki rekabet şansı eşit değildir.

Hammadde ihracatçısı ülkeler, yaptıkları ihracattan sağladıkları karla, sabun ihracatlarını supvansa etmek ve düşük fiyatlarla dünya pazarına çıkmak avantajını ellerinde tutmaktadır. Türkiye'nin bu imkanları olmadığından ve ihracatın teşviki de fiyatları yeterli oranda supvansa etmediğinden, ihraç imkanları daralmaktadır.

HACI ŞAKİR ÜRÜNLERİ⁹⁷

- Beyaz Sabun : Hacı Şakir firmasının ilk ürün çeşidini oluşturan "Geleneksel Beyaz Sabun" çok amaçlı kullanılabilir. 200 gr ve 250 gr kalıplar üretilmekte tüketiciye 4'ü paketlerde 800 gr. 1 kg. olarak satılmaktadır.
- Banyo Sabunu : "Çiçek Ailesi" olarak adlandırılan ve Lavanta-Gül-Leylak -Karanfil-Gardenya- Menekşe ve Sümbül parfümlü olarak, 200 gr. kalıplar halinde üretilen banyo sabunları, ait oldukları kokunun çiçek resmine havi ambalaj içinde tekli olarak tüketiciye sunuluyor.
- Granül Sabun : Saf bitkisel yağlardan, Lavanta- Gül- Leylak ve Sümbül kokulu olarak üretilen granül sabun 333 gr. lık poşetlerde satılmaktadır. Deterjan niteliği taşımayan "Granül Sabun" hassas çamaşırların yıkanmasında kullanılmaktadır.
- SOM Tuvalet Sabunu: Üstün kaliteli tuvalet sabunu, 100 gr. kalıplarda ve beyaz renkte üretiliyor. Sabun, sarı-yeşil yıldızlı ambalaj içinde tüketiciye sunuluyor.
- FOM Sabunu : Ekonomik tuvalet sabunu olan FOM sabunu, 75 gr. ve 100 gr. lık sarı-pembe-yeşil renkli kalıplardan oluşan 75 gr'lık FOM sabun 5'li paketlerde, 100 gr. olarak üretilen FOM sabun ise tek olarak satılmaktadır.
- Çiçek Özlü Güzellik Sabunu: Güzellik sabunu 100 gr. lık pembe ve beyaz kalıplar halinde üretimi yapılan "Çiçek Özlü Güzellik Sabunu" banyo tüketimine yöneliktir. Lavanta ve gül parfümü

⁹⁷ Hacı Şakir Sabun, Gliserin Fab. T.a.ş. "Ürün kataloğu"

içeren sabun, üzeri lavanta ve gül çiçek desenli, tekli paketler içinde satılıyor.

Süper Parfümlü Sabun: Ekonomik tuvalet sabunudur. Süper limon parfümlü sarı renkte, süper elma parfümlü yeşil renkte, süper parfümlü pembe renkte 75 gr. olarak üretilen sabun 5'li torbalarda ve kutu içinde tüketiciye satılıyor.

FOM Sıvı Sabun : El yıkamada, bulaşıktta, çamaşırdada ve ev temizliğinde kullanılan FOM sıvı sabun, 5 kg'lık sarı renkli bidonlarda, toplu tüketim yerleri ağırlıklı olarak satılıyor. Sipariş üstüne, daha büyük bidonlarda üretim yapılıyor.

2001 Hacı Şakir Cilt Kremi: 20 gr'lık tüplerde, yağlı ve yağsız iki çeşit olarak üretilen 2001 Hacı Şakir Cilt Kremi Panthenol (Vitamin B5) ihtiva ediyor. Ürünün yağlı çeşidi kırmızı, yağsız çeşidi mavi bantlı ambalajlarda satılıyor. Yüz ve eldeki çatlakların ve tahrişlerin giderilmesinde ve makyaj temizliğinde kullanılıyor.

Gliserin : "British Pharmacopeia" uygun teknik ve farmasotik gliserin, likit olarak siparişe göre satılıyor.

Adora Güzellik Sabunu: 75 gr. ve 150 gr.'lık kalıplar halinde ihraç edilmek için üretilmektedir. 75 gr.'lık kalıp deoparfümlü, 150 gr.'lık kalıp gül kokuludur.

Hacı Şakir Sabun, Gliserin Fab. T.a.ş'nin Halka Açılması

Maya Şirketler Grubu ile birleştikten sonra Hacı Şakir'in piyasadaki yeri belirlenerek, yeni bir üretim-satış dengesi kurulmuş, özellikle mevcut kapasiteyi optimum düzeyde kullanmaya yönelik organizasyon değişiklikleri yapılmış, ihracata hız verilmiştir.

Sözkonusu yatırım projesi ile mevcut 3 üretim hattına ek olarak, bir adet otomatik sabun üretim hattı, bir adet de granül sabun üretim hattı kurulmuş, yardımcı ünitelerde yapılan iyileştirmelerle hizmet verimleri yükseltilmiş, hammadde depoları genişletilerek, by-passlar modernize edilmiş, mamul ambarları yeniden düzenlenerek stoklama kapasitesi artırılmıştır. Ayrıca gerek ambar içleri, gerekse ambarlar arası taşıma işlerinde daha akıcı çözümler getirilmiştir.

1989 yılında sermayesini yüzde 566 oranında arttıran Hacı Şakir'in teknik kapasitesini de arttırdığı bilinmektedir. Mevcut 1,5 milyarlık sermaye önce 10 milyara çıkarılmıştır. Daha sonrada 19 Aralık 1990 tarihi itibarıyla gerek yatırım ihtiyaçları nedeniyle, gerekse artan üretim kapasitesinin yarattığı yeni işletme sermayesi ihtiyaçları nedeniyle, 20 milyara çıkarılmıştır. Öte yandan ürün

çeşitlerinde de çeşitli yenilikleri hedefleyen Hacı Şakir, kozmetiğe ağırlık verme kararı almıştır.

Hacı Şakir'in halka açılmasının 2 temel nedeni vardır: Bunlardan biri Hacı Şakir'in bir kısım sermayesini halka devrederek şirketin daha geniş halk kitlelerine mal edilmesi, ikincisi ise hızla gelişmekte olan ülkemiz sermaye piyasasına yatırımcı açısından güvenilir bir kuruluş kazandırma çabasıdır.⁹⁸

Hacı Şakir'in ilk aşamada, halen 20 milyar lira olan mevcut sermayesinin yüzde 15'lik bölümü olan, 3 milyarlık kısmının halka açılması düşünülmüştür. Henüz fiyat üzerinde karar verilmemiş, fiyatın yatırımcıdan gelen talepler doğrultusunda belirlenmesi düşünülmektedir.⁹⁹



⁹⁸ "Hacı Şakir Hisselerinin %15'ini halka açacak", Dünya Gazetesi, Borsa eki, 10 Ocak 1991.

⁹⁹ "Hacı Şakir halka açılıyor", Toptancı dergisi, Nisan 1991, s. 23

B. Hacı Şakir Sabun, Gliserin Fab. T.a.ş.'de Üretim ve Satışlar

Ülkemizde sabun endüstrisinin temeli Hacı Şakir tarafından atılmış olup, bu alanda üretim 1889 yılından itibaren yapılmaya başlanmıştır. Halen Ayazağa'da kurulan tesislerde muhtelif sabun, traş ve cilt kremi ile gliserin üretilmekte tüm ürünler gerek yurt içinde, gerekse dış ülkelerde kullanılmaktadır. Kapasitenin tümünü kullanan Hacı Şakir'in fason üretimi yoktur. Fa ve puro sabunları gibi siparişe dayanan üretim vardır. Ürünlerinin tümü kendi markasını taşımakta ve alınmış patentler ve Know-How söz konusu olmamaktadır.¹⁰⁰

Hacı Şakir sabun, gliserin Fab. T.a.ş.'de istatistik tutulmaya 1975 yılından itibaren başlanması nedeniyle, 1975 yılı öncesi satışları hakkında herhangi bir bilgi mevcut değildir. Satışlar yurt içi satışlar ve yurt dışı satışlar (ihracat) olmak üzere 2 bölüme ayrılmıştır.

Satışlar üretim ile doğru orantılı olarak seyretmekle beraber Hacı Şakir sabun, gliserin Fab. T.a.ş.'de ürün çeşitlerinde devamlı bir stok birikme durumu sözkonusudur. Bunun nedeni sabun tüketiminin özellikle yaz aylarında düşmesidir. Yaz aylarında düşmesinin sebebi ise, insanların yazlığa gitmeleri ve tatile çıkmaları ve özellikle Anadolu'da yaşayan halkın tarım ürünleri kalktıktan sonra dayanıklı tüketim malzemelerini Eylül-Ekim-Kasım aylarında toplu olarak alma alışkanlığının mevcut olmasıdır.¹⁰¹ Bazen de enflasyon nedeniyle artan maliyetleri karşılayabilme çabası sebebiyle stok biriktirme durumu sözkonusudur.

Satışların genellikle %65'i yurt içi, %35'i de yurt dışıdır. Sabun üretim kapasitesi 40.000 ton/yıl olup bunun yaklaşık %30'u ihraç edilmektedir. İhracat yapılan ülkelerin başında SSCB gelmekte, bunu sırasıyla Mısır, İran, Irak, Birleşik Arap Devletleri, Suriye, Senegal, Almanya izlemektedir. Bundan başka Arap ülkelerinden Yemen, Lübnan; Kuzey Afrika ülkelerine, Eski Doğu Bloku ülkelerine (Çekoslovakya, Arnavutluk, Romanya)'de ihracat yapılmaktadır. İşçiliğin pahalı olmaması nedeniyle AET'de rekabet açısından herhangi bir güçlük karşılaşılabileceği düşünülmemektedir.¹⁰²

¹⁰⁰ Mülakat cevapları

¹⁰¹ Mülakat cevapları

¹⁰² Mülakat cevapları

1. 1975-1992 Yılları Arasında Yapılan Satışlar

1975-1978 yılları arası 4 yıllık bir dönemde Hacı Şakir sadece iç piyasaya satış yapmıştır. Ve bu yıllar arası satışlarda %38.81 oranında bir artış meydana gelmiştir.

1978-1983 yılları arası %13.8'lik bir artış görülmektedir ve 1979 yılında ihale yoluyla satış yapılmaya ilk kez başlanmıştır. İhaleler yurt içi satışların yaklaşık %15'ini meydana getirmiştir.

1983-1988 yılları arasında %15.97 oranında artış meydana gelmiştir. Bu yıllar arası ihalelerde azalma ve ihracat oranlarında düzensiz artış ve azalmalar görülmektedir.

1988-1992 yılları arası satışlar %52,16 oranında artmıştır. 1988 yılına kadar sabun ihracatının iç piyasa satışlarına oranla az olması ve belli bir oranda seyretmesine rağmen, 1989 yılından sonra ihracat yurt içi satışlara yaklaşmış durumdadır. İhracattaki en büyük artış özellikle 1992 yılında meydana gelmiştir. Bu yıllar arası ihale de alınmamıştır. 1991 yılına oranla %23.5 oranında bir artış meydana gelmiştir. (Bkz Tablo 3.1-3.2-3.3-3.4) yurt içi satışlarda bu azalma özellikle bu yılın ilk 4 ay satışlarından dolayıdır. Şirketin Başer Colgate'e devriyle pazarlama elemanları değişmiş, yeni pazarlama elemanlarının intibak edememeleri ve sabunun yanında aynı zamanda deterjan pazarlamaları 1992 yılında yurt içi piyasa satışlarının artmasını engellemiştir.

TABLO 3.1

1975-1992 YILLARI ARASINDA YAPILAN SATIŞLAR¹⁰³

| YILLAR | IC PIYASA SATIŞLARI (kg) | İHALELER (kg) | İHRACATLAR (kg) | TOPLAM (kg) |
|--------|-----------------------------|------------------|--------------------|----------------|
| 1975 | 7.406.147 | | | 7.406.147 |
| 1976 | 9.192.134 | | | 9.192.134 |
| 1977 | 10.592.423 | | | 10.592.423 |
| 1978 | 12.124.010 | | | 12.124.010 |
| 1979 | 10.603.364 | 897.795 | 10.250 | 11.511.409 |
| 1980 | 12.057.515 | 2.430.021 | 110.400 | 14.597.936 |
| 1981 | 10.012.114 | 2.565.380 | 534.000 | 13.111.494 |
| 1982 | 11.954.491 | 1.205.300 | 3.694.000 | 16.853.791 |
| 1983 | 13.022.110 | | 1.045.430 | 14.067.540 |
| 1984 | 9.126.990 | 2.631.000 | 1.205.920 | 12.963.910 |
| 1985 | 14.360.713 | 500.000 | 218.570 | 15.079.283 |
| 1986 | 13.764.341 | 900.000 | 436.648 | 15.100.989 |
| 1987 | 15.080.889 | | 1.590.596 | 16.671.485 |
| 1988 | 15.510.000 | | 1.232.000 | 16.742.000 |
| 1989 | 14.060.000 | | 9.942.000 | 24.002.000 |
| 1990 | 17.097.227 | | 7.025.317 | 24.122.544 |
| 1991 | 17.986.000 | | 13.430.107 | 31.416.107 |
| 1992 | 18.000.000 | | 17.000.000 | 35.000.000 |

103 Hacı Şakir Sabun, Gliserin Fab. T. a.ş. raporları

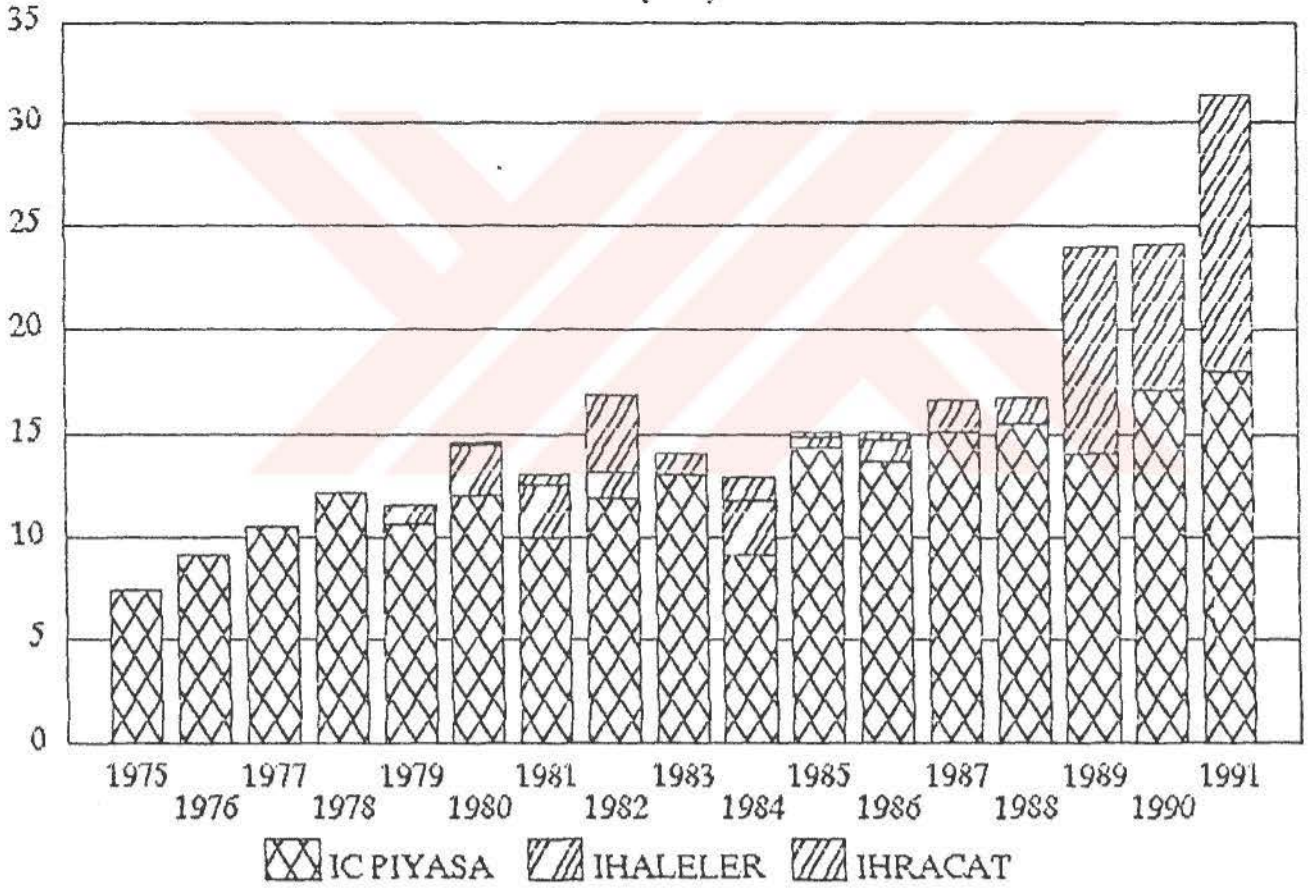
TABLO 3.2

1975-1992 YILLARI ARASINDA YAPILAN SATIŞLARIN TOPLAM İÇİNDEKİ %
PAYLARI

| YILLAR | İÇ PİYASA SATIŞLARI | İHRACATLAR |
|--------|---------------------|------------|
| 1975 | %100 | - |
| 1976 | %100 | - |
| 1977 | %100 | - |
| 1978 | %100 | - |
| 1979 | % 99.9 | % 0.1 |
| 1980 | % 99.2 | % 0.8 |
| 1981 | % 95.9 | % 4.1 |
| 1982 | % 78.08 | %21.92 |
| 1983 | % 92.5 | % 7.5 |
| 1984 | % 90.7 | % 9.3 |
| 1985 | % 98.5 | % 1.5 |
| 1986 | % 97.1 | % 2.9 |
| 1987 | % 90.5 | % 9.5 |
| 1988 | % 92.6 | % 7.4 |
| 1989 | % 58.5 | %41.5 |
| 1990 | % 70.8 | %29.2 |
| 1991 | % 57.25 | %42.75 |
| 1992 | % 51.4 | %48.6 |

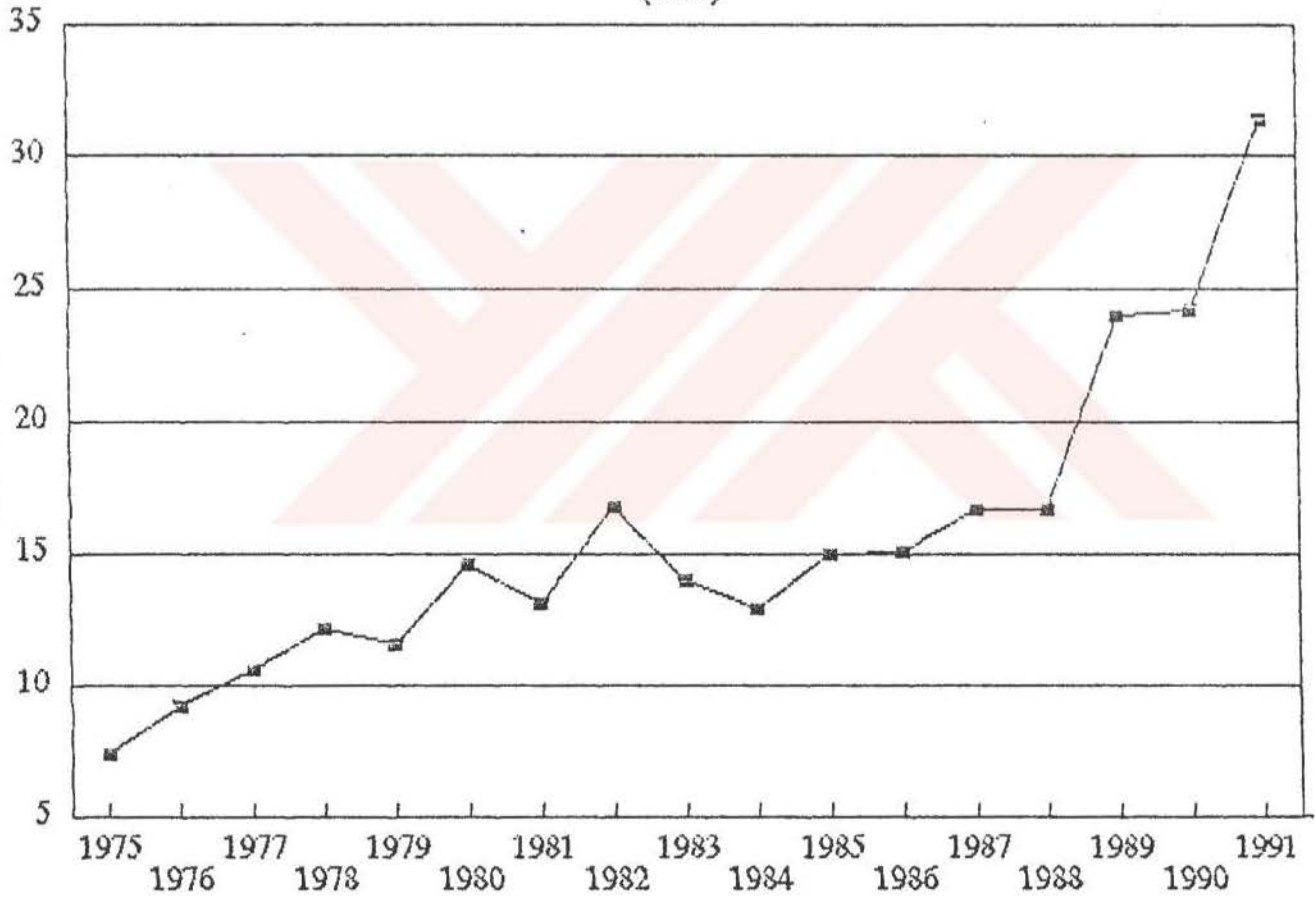
ŞEMA 3.2
1975-1992 SATIŞLARI¹⁰⁴

1975 - 1991 SATIŞLAR
(KG.)



¹⁰⁴ Colgate Hacı Şakir Sabun, Gliserin Fab. T.a.Ş. raporları

ŞEMA 3.3

1975-1992 TOPLAM SATIŞLARI¹⁰⁵1975 – 1991 TOPLAM SATIŞLAR
(KG.)¹⁰⁵ Colgate Hacı Şakir Sabun, Gliserin Fab. T.a.ş. raporları

2. 1989-1991 Yılları Arası Satışların Ürün Çeşitleri ve Bölge Bazında Dağılımı

Hacı Şakir Sabun, Gliserin Fabrikaları T.a.ş.'nin devredilmeden önceki 3 yılda satışları düzensiz oranlarda artmıştır. 1989-1990 yılları arasında satışlarda %14.99, 1990-1991 yılları arasında %9.01 oranında artış gerçekleşmiştir. 1991-1992 yılları arasında ise, pek önemli bir değişiklik olmamıştır.

Ürün çeşitlerinin toplam satış içindeki paylarını yıllara göre inceleyecek olursak her yıl en çok beyaz sabunun satıldığını görürüz. (Bkz. Tablo 3.4) Beyaz sabunun satışının çok olmasının sebeplerini şu şekilde sıralayabiliriz.¹⁰⁶

-Beyaz kalıp sabun eskiden itibaren banyoyla beraber çamışırda da çok amaçlı olarak kullanılmakta ve gramajından dolayı "Ekonomik Sabun" olarak görülmektedir.

-Tuvalet ve beyaz sabunu köpük mukayesesinde, yumuşatıcı ve krem özelliği bulunan maddelerde ihtiva eden tuvalet sabunu köpüklerinin beyaz sabuna oranla fazla olduğu, ancak bu köpüklerin aldatıcı olup hakiki köpüğe beyaz kalıp sabunun sahip bulunduğu ispatlanmıştır.

-Dünya'da beyaz kalıp sabunların az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler tarafından kullanıldığı, gelişmiş ülkelerden Fransa ve Amerika'da ise saf sabun imajı yaratması ve doğallığa dönüş nedeniyle tutulduğu görülmüştür.

İllerin nüfusu ile doğru orantılı gibi görünüyorsa da toptancılar vasıtasıyla illeri arası yatay satışlar nedeniyle bazı illerin tüketim rakamlarının çok sıhhatli olmadığını nüfus gücü az olan yerlerde Hacı Şakir'in kalıp sabunlarının daha fazla tüketildiğini, büyük kentler dışında beyaz sabun kullanım alanının daha yaygın özellikle Doğu'da fazla olduğunu görürüz. (Bkz. Tablo 3.3)

¹⁰⁶ Hacı Şakir Sabun, Gliserin Fab. T. a.ş. "Toplantı Notu", 12.10.1989

TABLO 3.3

**SABUN ÇEŞİTLERİNİN YILLARA GÖRE TOPLAM İÇİNDEKİ
PAYLARI**

| Üretim | 1989 | 1990 | 1991 | 1992 |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|
| Tuvalet Sabunu | 1.3 | 0.01 | 0.01 | 0.02 |
| Güzellik Sabunu | 1.87 | 8.7 | 18.3 | 19.05 |
| Banyo Sabunu | 27.0 | 25.89 | 22.95 | 22.05 |
| Beyaz Sabun | 59.6 | 53.76 | 48.06 | 45.0 |
| Granül Sabun | 10.23 | 11.64 | 10.68 | 13.88 |
| | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

TABLO 3.4

1989-1992 YILLARI ARASI SATIŞLAR¹⁰⁷

| | İSTANBUL | ANKARA | İZMİR | ADANA | TRABZON | TOTAL |
|---------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| 1989 Tuvalet Sabunu | 88.1 | 50.3 | 24.0 | 11.5 | 8.8 | 182.7 |
| Güzellik Sabunu | 91.0 | 77.6 | 43.1 | 34.5 | 17.4 | 263.6 |
| Banyo Sabunu | 2230.0 | 616.9 | 426.1 | 258.0 | 263.8 | 3794.8 |
| Beyaz Sabun | 3019.4 | 2538.2 | 118.8 | 169.9 | 2534.1 | 8380.4 |
| Granül Sabun | 684.3 | 284.4 | 235.5 | 101.1 | 133.2 | 1438.5 |
| TOTAL | 6112.8 | 3567.4 | 847.5 | 575.0 | 2957.3 | 14060 |
| 1990 Tuvalet Sabunu | 55.8 | 16.2 | 28.0 | 13.9 | 3.7 | 117.6 |
| Güzellik Sabunu | 241.9 | 324.6 | 329.5 | 327.3 | 145.1 | 1368.4 |
| Banyo Sabunu | 2659.6 | 645.2 | 534.6 | 284.9 | 302.8 | 4427.1 |
| Beyaz Sabun | 3559.1 | 2136.5 | 299.9 | 244.6 | 2252.4 | 9192.5 |
| Granül Sabun | 940.0 | 345.5 | 353.5 | 154.8 | 197.8 | 1991.6 |
| TOTAL | 7456.4 | 4168.0 | 1545.5 | 1025.5 | 2901.8 | 17097.2 |
| 1991 Tuvalet Sabunu | 68.7 | 71.8 | 32.5 | 8.0 | 11.0 | 192.0 |
| Güzellik Sabunu | 1149.9 | 782.2 | 676.2 | 391.7 | 306.7 | 3306.7 |
| Banyo Sabunu | 2574.0 | 634.9 | 420.1 | 199.5 | 273.0 | 4101.5 |
| Beyaz Sabun | 3695.7 | 2638.3 | 190.2 | 177.6 | 1762.9 | 8464.7 |
| Granül Sabun | 960.1 | 354.4 | 329.4 | 111.0 | 166.2 | 1921.1 |
| TOTAL | 8448.4 | 4481.6 | 1648.4 | 887.8 | 2519.8 | 17986 |
| 1992 Tuvalet Sabunu | 65 | 62 | 100 | 80 | 10 | 317 |
| Güzellik Sabunu | 1049 | 770 | 810 | 600 | 200 | 3429 |
| Banyo Sabunu | 2000 | 550 | 630 | 630 | 250 | 4060 |
| Beyaz Sabun | 2286 | 2738 | 710 | 990 | 240 | 7964 |
| Granül Sabun | 900 | 380 | 450 | 400 | 100 | 2230 |
| TOTAL | 6300 | 4500 | 2700 | 2700 | 1800 | 18000 |

¹⁰⁷ Colgate Hacı Şakir Sabun, Gliserin Fab. T. a.ş. raporları

3. Hacı Şakir Sabun, Gliserin Fab. T.a.ş.'nin 1991 yılı itibariyle Türkiye'de Sabun Sektöründe Yer Alan Diğer Firmalar ile Mukayesesi

Türkiye'de sabun sektöründe toplam kapasite 255.000 ton/yıl'dır. Bunun %41'ini iç piyasa satışları, %13'ünü ihracat meydana getirmektedir. Ve kapasitenin %46'sı kullanılamamaktadır. 192.000 ton/yıl'ı piyasada lider olan 7 firmaya aittir. 63.000 ton/yıl kapasite ise Akdeniz bölgesi ve Ayvalık yöresinde toplanmış bulunan sergi sabunculuğu yapan küçük çaplı işletmeler ile diğer firmalara aittir.

Türkiye'de sabun sektöründe kapasitesi en fazla olan firma Hacı Şakir'dir. 60.000 ton/yıl kapasitesi mevcuttur. Bu kapasitenin %30'unu iç piyasa satışları, %22'sini ihracatda kullanmakta, %48'ini kullanamamaktadır.

Kapasite fazlalığında ikinci sırayı Evyap almaktadır. Evyap 90.000 ton/yıl kapasitenin %23'ünü iç piyasa satışlarında, %17'sini ihracatta kullanmakta, %60'ını kullanamamaktadır.

Komili ve Alemdar firmalarının yılda 15.000 ton/yıl kapasiteleri mevcuttur. Komili bu kapasitenin %13'ünü iç piyasa satışlarında, %7'sini ihracatda, Alemdar %20'sini iç piyasa satışlarında, %3'ünü ihracatda kullanmaktadır. Komili kapasitesinin %80'ini, Alemdar %77'sini kullanamamaktadır.

Lever kapasitesinin %80'ini iç piyasa satışlarında, %20'sini ihracat da kullanarak, %100 kapasite ile çalışmaktadır. Dalan da %100 kapasite ile çalışmakta; %67'sini iç piyasa satışlarında, %33'ünü ihracat da kullanmaktadır.

Paksoy'un yıllık kapasitesi 4.000 ton/yıl'dır. %75'ini iç piyasa satışlarında, %20'sini ihracat da kullanmaktadır. %95 kapasite ile çalışmaktadır. (Bkz. Tablo 3.5)

Sabun sektöründe kapasite kullanımının %41'ini yani 105.000 ton/yıl'ını iç piyasa satışları oluşturmaktadır. Bunun %6'sını tuvalet sabunları, %22'sini güzellik sabunları, %6'sını banyo sabunları, %63'ünü beyaz sabun, %3'ünü granül sabun oluşturmaktadır. Banyo sabunu ve granül sabun seneler itibariyle hep aynı paya sahiptir. Beyaz sabun %62-67 oranları arasında seyretmekte, güzellik sabunu %20-23 oranları arasında seyretmekte ve tuvalet sabunu %3-6 oranları arasında seyretmektedir. (Bkz. Ek I, II, III, IV)

TABLO 3.5
KAPASİTE / KAPASİTE KULLANIMI¹⁰⁸
1991

KAPASİTE İÇ PİYASA SATIŞI % İHRACAT % TOPLAM SATIŞ %

| | | | | | | | |
|---------------|----------------|----------------|------------|---------------|------------|----------------|------------|
| H. Şakir | 60.000 | 18.000 | 30% | 13.400 | 22% | 31.400 | 52% |
| Evyap | 90.000 | 21.000 | 23% | 15.000 | 17% | 36.000 | 40% |
| Komili | 15.000 | 2.000 | 13% | 1.000 | 7% | 3.000 | 20% |
| Alemdar | 15.000 | 3.000 | 20% | 500 | 3% | 3.500 | 23% |
| Lever | 5.000 | 4.000 | 80% | 1.000 | 20% | 5.000 | 100% |
| Dalan | 3.000 | 2.000 | 67% | 1.000 | 33% | 3.000 | 100% |
| Paksoy | 4.000 | 3.000 | 75% | 800 | 20% | 3.800 | 95% |
| Diğerleri | 63.000 | 52.000 | 83% | | 0% | 52.000 | 83% |
| TOPLAM | 255.000 | 105.000 | 41% | 32.700 | 13% | 137.700 | 54% |

¹⁰⁸ Colgate Hacı Şakir Sabun, Gliserin Fab. T. a.ş. raporları

1991 yılında beyaz sabun, tuvalet sabunu ve güzellik sabununda da HacıŞakir n sırayı alırken, banyo sabunu ve granül sabun da Evyap n sırayı almaktadır. Toplam sabun satışında 105.000 ton/yıl'lık iç piyasa satışının %17'si Hacı Şakir'e, %20'si Evyap'a aittir. (Bkz. Tablo 3.6)



TABLO 3.6
SABUN SEKTÖRÜNDE HACI ŞAKİR VE EYYAP'IN ALDIĞI
PAYLAR¹⁰⁹

SABUN SEKTÖRÜ 1991

| | MARKET | | H. ŞAKİR | | EYYAP | |
|-----------------|---------|------|----------|-----|--------|-----|
| TUVALET SABUNU | 6.000 | 6% | 200 | 3% | 500 | 8% |
| GÜZELLİK SABUNU | 23.000 | 22% | 3.200 | 14% | 15.100 | 66% |
| BANYO SABUNU | 6.000 | 6% | 4.100 | 68% | 1.400 | 23% |
| BEYAZ SABUN | 66.000 | 63% | 8.600 | 13% | 4.000 | 6% |
| GRANÜL SABUN | 4.000 | 3% | 1.900 | 48% | 0 | 0% |
| TOPLAM | 105.000 | 100% | 18.000 | 17% | 21.000 | 20% |

¹⁰⁹ Colgate Hacı Şakir Sabun, Gliserin Fab. T. a.Ş. raporları

C. Hacı Şakir Sabun, Gliserin Fab. T. a.ş. 'de Tevsi ve Modernizasyon Çalışmaları:

Hacı Şakir şu anda sabun üretimi konusunda ülkemizin en önde gelen tesislerinden birine sahiptir. Yıllık fiili üretim kapasitesi 24.000 ton/yıl'dır. Ayrıca gliserin tesislerinde sabun altı sularından gliserin üretilmektedir. Bu konudaki üretim kapasitesi yılda 1200 tondur. Şirket mevcut üretim kapasitesi nedeniyle ihraç taleplerinin tümünü karşılayamamakta, ambalaj hatlarındaki bazı tıkanıklıklar ve kalite sorunları nedeniyle Avrupa ülkelerine ihracatta güçlüklerle karşılaşmaktadır. Özellikle sözkonusu ürünlerin üstesinden gelebilmek, dış piyasalarda rekabete açık özellikle AET standartlarına uygun bir üretim kalitesine ulaşmak, ambalaj hatlarındaki darboğazları gidermek amacı ile yeni yatırımlar planlanmıştır.

Hacı Şakir Fab. T.a.ş. 1989 yılının Ocak ayında 24.000 ton/yıl olan kapasitesini 40.000 ton/yıl'a çıkarmak için 1989 yılının Temmuz ayında Makine ve teçhizatlarında tevsi ve modernizasyon için 16,5 milyar TL yatırım yapmıştır. Amaç artan ihraç taleplerini karşılamak, özellikle ambalaj hatlarındaki darboğazları gidermek ve sabun pişirme yöntemlerini geliştirerek daha etkin bir kapasite kullanım olanağına kavuşmak idi. Bu yatırımla, özellikle Avrupa pazarlarına açılmada en büyük engel olan kalite ve ambalaj sorunları çözülmüş, sabunlaştırmada en ileri teknolojiye geçilerek mevcut darboğazlar ortadan kaldırılmıştır.

Planlanan yatırım mevcut tesislerin 1973'den beri kurulu olduğu Maslak Yolu No. 1 Ayazağa- İstanbul adresinde gerçekleştirilmiştir. Bu bölge sanayi bölgesi olarak seçilmiş bir yer olup, hiçbir alt yapı sorunu bulunmamaktaydı. Bu şekilde, bir yandan mevcut tesisler kesiksiz üretimini sürdürebilmiş, diğer yandan da planlanan tevsi ve modernizasyon yatırımının uyum içinde gerçekleştirilmesi sağlanmıştır.¹¹⁰ Yatırım iki aşamada gerçekleştirilmiştir.¹¹¹ Birinci aşamada, mevcut iki üretim hattına ek olarak en son teknoloji ile donatılmış otomatik bir üretim hattı eklenmiş ve ambalaj hatlarındaki darboğazları giderici modernizasyon yatırımları yapılmış; ikinci aşamada ise, komple yeni bir üretim hattı eklenmiştir. Yatırım için gerekli araştırma ve öngörüşmelerin tümü yapıldıktan sonra, ithal edilecek makine ve teçhizata yönelik tüm proformalar alınmıştır. Yatırımın gerçekleştirilmesine yönelik temel veriler aşağıdaki gibidir.

- | | |
|----------------------------------|---------------------------------------|
| - Yatırım başlangıç tarihi | : 1.10.1989 |
| - Deneme işletmesine alım tarihi | : 1.11.1990 (Birinci bölüm) |
| - Kesin işletmeye alım tarihi | : 1.03.1992 (İkinci bölümle birlikte) |

¹¹⁰ Hacı Şakir Sabun, Gliserin Fabrikaları T.a.ş. "Tevsi ve modernizasyon yapılabilirlik raporu", İstanbul, Eylül 1989

¹¹¹ İdem

Yatırımın konusu tesislerin ekonomik ömrü 10 yıl olarak alınmıştır. Projenin seçiliş nedeni kapasitesini geliştirmektir. Klasik sabun üretiminde, üretimin birinci aşaması olan saponifikasyon (pişirme) işlemi 5-6 gün gibi uzun bir zaman periyoduna ihtiyaç göstermekte kondisyonman (kurutma ve soğutma) denilen ikinci aşama ise, küçük ve rantabl olmayan imalat hatlarından oluşmaktadır. Gerçekleşmesi planlanan kontinü sabunlaştırma yönteminde ise, birinci aşamada üç saat gibi gerçekten olağanüstü denilebilecek düzeyde küçük bir zaman periyoduna inmekte, küçük birimlerden oluşan ikinci aşama üretim hatları ise birleştirilerek koordine ve daha büyük ölçekli imalat hatlarına dönüştürülmüştür. Yardımcı ünitelerde verimli çalışan büyük buhar kazanları ile standart ve çevre sorunu yaratmayan su soğutma üniteleri eklenmiştir. Hammadde depoları genişletilerek by-pass'ları modernize edilmiş, mamul ambarı yeniden düzenlenerek stoklama kapasitesi artırılmış, ambar içi taşıma tesisleri modernize edilmiştir.



1. Yeni Yatırımın Üretim Kapasitesine Etkisi: 112

Bu yatırım ile birlikte mevcut verimsizlikler kabul edilebilir düzeylere inerek, bir yandan modern teknolojinin sağlayacağı imkanlar, bir yandan da mevcut kapasitenin optimal düzeyde kullanımı ile fiili üretim kapasitesi 24.000 ton/yıl'dan 40.000 ton/yıl'a çıkarılmıştır.

Sabun üretim kapasitesindeki bu artış, gliserin üretim kapasitesini de olumlu yönde etkilemiş, 1200 ton/yıl olan kapasite 2000 ton/yıl'a çıkmıştır.

Klasik yöntemle sabun üretim yönteminde imalat süresinin çok uzun olması nedeniyle özellikle enerji ve işçilik giderleri maliyetlerin önemli bir bölümünü oluşturmakta, prosesin çeşitli makinalardan geçerek tamamlanması ise her aşamada üretim verimini düşürmektedir. Kontinü sabunlaştırma denilen modern üretim yönteminde ise üretim süresi 3 saat gibi çok kısa bir zamana inmekte, küçük ünitelerin verimsizlikleri ise tamamen ortadan kalkmaktadır. Bu şekilde kazanılan zaman ve yeni teknoloji ile kapasite arttırımı sağlanmıştır.

Yeni teknoloji ile üretim kapasitesi yaklaşık olarak %60 düzeyinde ortarken işçilik maliyetleri %10 düzeyinde azalacaktır. 1989 yılında ortalama 210 TL/kg işçilik maliyeti tesisler tam kapasite ile üretime başladığında 145 TL/kg olmuş, işçi başına ortalama üretim verimi ise 6.670 kg/ay'dan 9.700 kg/ay'a yükselmiştir. Kontinü sabunlaştırma metodu, yakıt sarfiyatlarını da %50'lere varan oranlarda düşürmüş, 1989 verileri ile 150 kg/ton olan fuel-oil tüketimi 80 kg/ton'a inmiş, bu tasarrufun bir yıllık tutarı yaklaşık 900 milyon lira olup, yakıt tasarrufunun birim maliyetleri üzerindeki olumlu etkisi ise 40 TL/kg'dir.

Proses şemasından izleneceği gibi, modern sabun üretim teknolojisinde üretim iki aşamada tamamlanmaktadır. Birinci aşamada, çeşitli yağ cinslerinden (sabun ana maddeleri) oluşan sabun yağ paçalı ile sodyum hidroksit (kostik soda) ekvolyant (dengeli) olarak proporsiyon pompaları ile sabunlaştırma otaklavına gönderirler ve sabun otaklavında, klasik pişirme kazanlarında 4-5 gün süren, sabunlaştırma işlemi birkaç saate indirilir. Sabunlaştırma otaklavından çıkan sabun, yüksek yıkama kolanlarına gönderilerek sabun yan ürünü olan gliserin ayrılır ve bu ayırma işlemi santrifüj sistemi ile tamamlanarak, son aşamada sabun hamuru işlenecek hale getirilmiş olur.

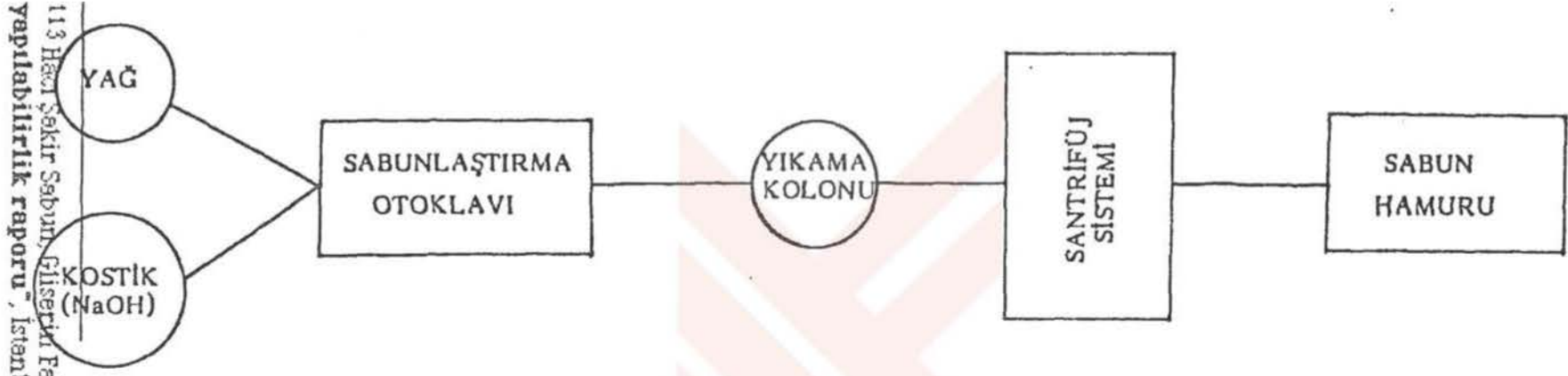
İkinci aşamada ise, elde edilen sabun hamuru düşük vakum altında çalışan spray (püskürtme) kulelerine gönderilir. Burada sabun soğutulur, sertleştirilir ve istenilen sabun cinsine göre rutubeti ayarlanır. Sertleşmiş olan sabun, budinöz denilen yoğurma işi yapan makinalardan geçirilir.

Bu işlemdeki amaç, sabunu tam olarak homojen hale getirmek, ayrıca çözünürlüğü ve temizleme özelliği çok yüksek olan betefaz haline dönüştürmektir. Bu kademedен sonra sabun, istenilen kalıp büyüklüğüne göre

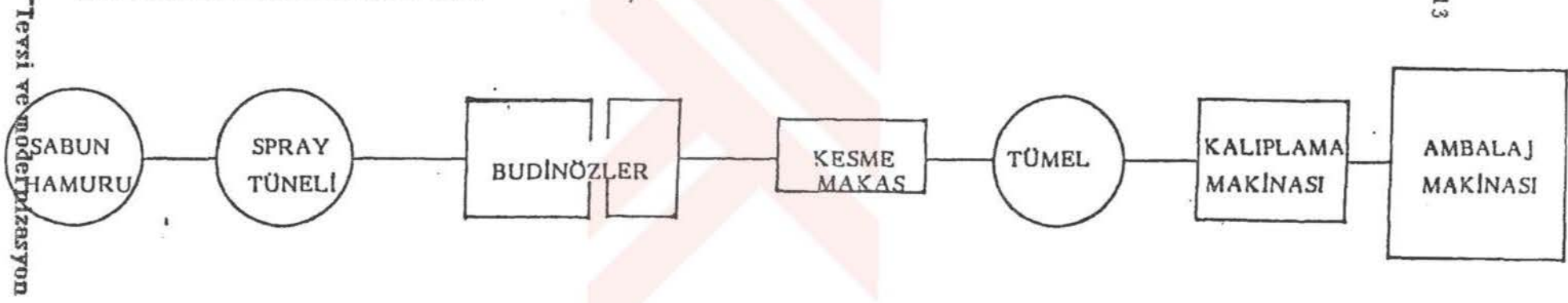
ayrılmak üzere kesme makaslarından geçirilir. Kesilmiş sabun daha sonra kabuk bağlanması için (ki bu kabuk daha sonraki aşamada çalışma kolaylığı ve rahatlığı sağlayacaktır). Özel bir tünelden geçirilir ve tünelden çıkan bu sabunlarda istenilen kalıp şeklinin verilebilmesi amacı ile özel kalıplama makinelerinden (ıstampa) geçirilir. Son aşamada ise, sabun istenilen cins ve kalitede değişik ambalaj makinelerinden geçirilerek ambalajlanır ve pazara verilebilecek hale getirilir. (Bkz. Şema 3.3)



I. ETAP KONTİNÜ SAPONİFİKASYON TESİSİ :



II. ETAP KONDİSYONMAN TESİSİ :



113 Hacı Şekir Sabun Gıyseri Fabrikaları T. a. ş. "Tersi ve modelizasyon yapılabilirlik raporu", İstanbul, Eylül 1989

2. Yatırım Harcamalarının Seyri:

Projeye yönelik yatırım harcamaları; Kuruluş ve proje giderleri, Arazi bedeli, Arazi düzenlemesi ve hazırlık yapıları, inşaat işleri ulaştırma yatırımları, Üretim tesisleri makina ve donanımı, yerli makina ve donanımıdır.

Makina seçimi, yerli ve yabancı firmalara temas, danışmanlık, fizibilite, yerli imalata ait teknik resimler, proje ve imalat resimleri ile diğer araştırmalar için 50 milyon TL; fabrikaya bitişik yaklaşık 5300 m²/lik bir arazinin alınması için 650 milyon TL; şantiye harcamaları ile gerek mevcut arazinin, gerekse satın alınması planlanan arazinin yatırıma uygun hale getirilmesi için yaklaşık 50 milyon TL; mevcut idari binanın yıkılarak planlanan bölüme taşınması ve inşaat harcamaları, makina ve yardımcı tesisat inşaat harcamaları, teknik bölüm inşaat harcamaları; depo inşaatları, ve diğer inşaat harcamaları için 800 milyon TL; Mazzoni Kontinü sabunlaştırma tesisi, Vakımlu kurutma ve soğutma sistemi, sabun şekillendirme hattı, kağıtlı ambalaj makinası, karton kutulu ambalaj makinası, dörtlü plastik ambalaj makinası 6'lı veya 12'li tuvalet sabunu ambalaj makinası, jeneratör, IBM ünitesi mevcut olan ithal makina ve donanımı için 4.560.000 \$.FOB; Yağ depoları ve yan tesisleri, yağ tankı, kostik tankları, fıçılı yağ eritme sistemi, tüm tanklardan sabunlaşma tesisine tesisatlar, buhar kazanları, hava kompresörleri, soğutma sistemleri, sabun kurutma tünelleri, atölye teçhizatı mevcut olan yerli makina ve donanımı için 3 milyar 480 milyon TL, yurt dışı taşıma ve sigorta giderleri karşılığı olarak yaklaşık 650 milyon TL; yurt içi taşıma ve sigortalar için 30 milyon TL; montaj giderleri ve danışmanlık ücretleri olarak yaklaşık 150 milyon TL; işletmeye alma giderleri olarak kullanılacak hammadde ve malzeme de dahil olmak üzere toplam 200 milyon TL; yatırım aşamasındaki toplam genel giderler için 150 milyon TL; beklenmiyen giderlere karşılık olmak üzere toplam yatırım tutarı üzerinden % 2 oranında yaklaşık 300 milyon TL'lik fon ayrılmıştır. (Bk. Ek.V)

Gümrüksüz toplam yatırımın yabancı kaynakla karşılanacak 6,6 milyarlık bölümü üzerinde ortalama %42 oranında 8,7 milyar tutarında yatırım dönemi faizi ödenmesi düşünülmektedir. Yatırımın yurtdışından getirilecek makina ve donanım için hesaplanan gümrük vergi ve resimler tutarı 6,8 milyar TL'dir. İşletme sermayesi ise; ham ve yardımcı maddeler 690 milyon, ambalaj malzemeleri 240 milyon, yakıt stokları 60 milyon, mamüller 840 milyon, müşteriye bağlı olacaklar 460 milyon olmak üzere 2 milyar 290 milyondur. (Bkz Ek.V)

3. Yatırımın Finansmanı:

Hacı Şakir Fab. T.A.Ş. 1988 sonu itibariyle faaliyet karı dışında 2.9 milyarlık bir özvarlığa sahiptir. Karın dağıtımı sonucunda bu tutara yaklaşık olarak 635 milyon lira daha (ihtiyat) eklenirse, vergi v.b. yükümlülükler çıktıktan sonra öz varlığı 3.5 milyar liraya çıkmış bulunmaktadır. Bu rakam 89 yılı faaliyet sonucuyla birlikte 7 milyara ulaşmıştır. Gerek 89 yılı faaliyet net karı, gerekse projenin devamı süresince sağlanacak kullanılabilir net karlar şirketin finans yapısının güçlendirilmesi ve yatırımın öz kaynak ihtiyacını karşılamak amacı ile bünyede bırakılmış 1,5 milyar TL. olan nominal sermaye aynı amaçlar doğrultusunda 6 milyara çıkarılmıştır.¹¹⁴

Toplam yatırım tutarı 16,5 milyar liradır. Yurtdışından ithal edilecek makina ve teçhizat tutarı yaklaşık 10 milyar lira olup, kalan 6,5 milyar liralık yatırım harcaması ise kredi ile temin edilmiştir.

Yatırımın dış kaynak ihtiyacının karşılanması amacı ile Sınai Kalkınma Bankası'ndan 3 milyon \$ tutarında orta vadeli yatırım kredisi sağlanmıştır. Sınai Kalkınma Bankası orta vadeli yatırım kredisi geri ödeme planında da izleneceği gibi, kredi kur garantili olup, %42 net faiz üzerinden ilk üç yılı ödemesiz toplam 8 yıl vadeli olmuştur. Ana para ve faizler her yıl iki eşit taksitte ödenecektir (Bkz. Ek.VI).

Şirket bu kredi dışında herhangi bir yabancı kaynak kullanmamaya diğer tüm harcamaları kendi özvarlığından karşılamaya çalışmıştır. Fakat likitide açısından sıkıntı çekmiştir. Özellikle yatırımın son 6 ayında bir yandan beklenmeyen bazı harcamalar, bir yandan enflasyonun etkisi ve artan yatırım ihtiyaçlarının özkaynaklar üzerinde olumsuz etkileri zaman zaman firmayı kısa vadeli krediler almaya zorlamıştır.¹¹⁵

¹¹⁴ Hacı Şakir Sabun, Gliserin Fabrikaları T.a.ş., "Tevsi ve modernizasyon yapılabilirlik raporu", İstanbul, Eylül 1989

¹¹⁵ Mülakat cevapları

4. Hacı Şakir Sabun, Giliserin Fab. T.A.Ş.'nin Başer Colgate'e Devri:

Hacı Şakir sabun, gliserin Fab. T.A.Ş. öncelikle 1991 sonlarında yatırım finansmanında yaptığı temel bazı hatalar nedeni ile, kaynak-harcama dengesi ciddi biçimde bozulmuş, kredi değerliliği giderek düşmüştür. Finansman maliyetinin üretim maliyeti içerisindeki ağırlığın giderek artması firmayı zorlamış satışlarını etkilemiştir. Bir yandan giderek yükselen finansman maliyetleri, bir yandan da ürünün satış şansını giderek zorlayan üretim maliyetindeki artışlar, satışlar üzerinde olumsuz etki yapmıştır. Stoklar birikmiştir. Kaynak yaratma ve harcama dengesi bozulmuştur. Firma taahhütlerini yerine getirmekte çok ciddi sıkıntılarla karşı karşıya kalmıştır. Bu durum Hacı Şakir'in bağlı olduğu grubu firmanın daha sağlıklı bir finansman yapısına ulaştırılabilmesi için, yeni bir ortak arayışına itmiştir. Bu arayış sonucu 1991 yılının Haziran ayı ortalarında başlayan görüşmeler aynı yılın Eylül ayı sonunda tamamlanmıştır. Ve Hacı Şakir'in %87'si 1992 yılının Ocak ayında Başer Colgate adlı yabancı bir firmaya satılmıştır.

Hacı Şakir Fab. T. a.ş'nin Başer Colgate'e devrine neden olan sebepler arasında;

1. Yatırım ihtiyaçlarının tahminlerin ötesinde gelişmesi,
2. Organizasyon bozuklukları,
3. Yeni kaynakların pahalılığı, (özellikle kısa vadeli krediler'e finansman zorunluluğu)
4. Sektördeki yoğun rekabetin fiyatlar üzerindeki olumsuz etkisi,
5. Öz varlık yetersizliği sayılabilir.

Öz varlıkları ile aktiflerine uygun bir nakit akımı gerçekleştirememiştir. Duran varlıkların finansmanı sağlam kaynaklara dayandırılmamıştır. Başlangıçta yatırımın bir bölümü Sınai Kalkınma Bankasından sağlanan orta vadeli yatırım kredisi ile gerçekleşmiştir. Likitide açısından sıkıntı çeken Hacı Şakir, enflasyonun etkisi, beklenmeyen bazı harcamalar (Likit sermayesi ile Maya İnşaat Taahhüt ve Ticaret A.Ş'ye kaynak aktarımında bulunmuştur) nedeniyle zaman zaman kısa vadeli yüksek faizli krediler almak zorunda kalmıştır. Bunlar firmayı mali yönden zorlayan nedenlerdendir.

Ayrıca organizasyon bozuklukları da firmanın çalışmalarını etkilemiştir. Organizasyon yapısı işbölümünü, yetki ve sorumlulukların isabetli dağıtımını ve fonksiyonlar arasındaki işbirliğini kolaylaştıracak iskeleti temin eden bir araçtır. Organizasyonu yürütecek ve ona hayat verecek faktör insandır. Sağlıklı bir işleyiş personelin, sorumlu olduğu faaliyetlerin gerektirdiği bilgi, tecrübe, yetenek ve daha önemlisi "iyi niyeti" de olması temel koşuldur.

Uygulamada kişiler çoğu zaman sistemden sapma eğilimi gösterirler. Değişiklik yapılmasını gerektirecek herhangi bir neden bulunmadığı halde, kişilerin ihmali veya keyfi hareketleri sonucu, organizasyonun kendi kendine değişmeye başladığı birçok zaman görülebilir. Bu durum yöneticilerin eski alışkanlıklarından kolay vazgeçememesi nedeniyle olmaktadır. Böyle hallerde yöneticilerin, özellikle üst kademe yönetiminin kesin tutumu ile organizasyonun dejenere olması önlenmelidir. Hacı Şakir Sabun, Gliserin Fab. T.a.ş.'de bu olumsuzlukların hepsi gerçekleşmiştir. Fakat üst kademe yöneticilerinin kesin bir tutumları olamadığı için organizasyon dejenere olmuştur.

İletişimin işletmelerin temel bir fonksiyonu olması nedeniyle mevcut iletişim eksikliğinin kararların alt kademelere ulaştırılmasında ve departmanlararası koordinasyonun sağlanmasında bir takım aksamalara yol açtığı görülmektedir. Ve dolayısıyla müessede kişiler ve departmanlar arasında iletişim ve koordinasyon eksikleri ve aksaklıkları vardır. Çünkü yönetim kadrolarında çeşitli ve birden fazla ünvanlarla isimlendirilmiş olan ve birbirleri ile yetki ve sorumlulukları karışan bir çok yönetici bulunmaktadır. Ünvanlarda karışıklıklar ve belirsizlikler olduğu için bazı yöneticilerin bağlı buldukları mevkiler konusunda kuşkularda bulunmaktadır.

Ünvanlarda karışıklıklar ve belirsizlikler olduğu için bazı yöneticilerin bağlı buldukları mevkiler konusunda kuşkuları vardır.

Üst yönetimde bir yönetim kurulu başkanı ve üyeleri, bir genel koordinatör, bir genel müdür bulunması ve her birinin alt kademelere zaman zaman ayrı ayrı direktifler vermeleri, rapor istemeleri çok başlı bir yönetim tarzı yaratmıştır. Bu durum alt kademelerde de gruplaşmalar ve bir çok aksaklıklara yol açmıştır.

Zaman zaman hiyerarşik düzende aşağıdan yukarıya ve yukarıdan aşağıya kısa devreler olduğu için, bu durum atlanan kademeleri rahatsız ettiği gibi işlerin akışına büyük zararlar vermektedir. Planlama ve raporlama faaliyetlerinin düzenli ve yeterli düzeyde yürütülememesi nedeniyle maliyet hesaplamaları sağlıklı olarak yapılamamaktadır. Aynı zamanda yöneticiler ihtiyaç duydukları raporlar zamanında ve istedikleri gibi temin edememektedirler.

Yöneticilerin çeşitli yönetim konularında ve kalite konusunda eğitime ihtiyaçları olduğu gözlemlenmiştir.

Teknik bölüm aşırı derece büyümüş ve bir çok fonksiyonu bünyesinde toplamış, ayrı bir yapıya kavuşmuş ve özerklik eğilimi artmıştır. Bu nedenlerle organizasyon dengesi bozulmuştur.

Pazarlamanın ayrı bir şirket ve genel müdürlük olması yetki ve sorumluluğu bölmekle birlikte yönetimi ve sonuçları etkilemiştir.

Üretimi tamamlanan mamullerin müşteriye sevkiyata kadar fabrika içerisinde tutulması ve bu stokların zaman zaman artarak bütün alanları kaplaması çok büyük sorunlara yol açmış ve işleyişi yavaşlatmıştır.

Üretim ve malzeme planlaması yeterince yapılamamıştır. Daha önce üretim birimleri kendi malzeme ihtiyaçlarının temininde belli bir özerkliğe sahipken malzeme alımlarında merkezileşmeye geçilmesi bazı aksamalara yol açmıştır. Ve depolama, stok kontrolünde yetersiz kalınmıştır. Otomatik sabunlaştırma ünitesinin de devreye girmesiyle daha da önem kazanmış olan planlı bakım faaliyetlerine gereken önem verilmemiştir.

Satışın düşük, kapasitenin yüksek olması nedeniyle çok büyük bir mamul stoku birikmiştir. Bağlanan finansman, kapladığı alan ve iş akışını yavaşlatması, bozması nedeniyle bu konu süratle çözülmesi gereken önemli sorun olmuştur.

Devir olayından sonra planlama faaliyetlerine gereken önem verilmiş, planlama departmanı/ departmanları oluşturulmuştur. Planlı bakım faaliyetlerine önem verilmeğe başlanmış, ayrı bir planlı bakım birimi oluşturulmuştur. Ayrıca raporlama sistemleri geliştirilmiş ve yerleşmeleri sağlanmıştır. Bilgi işlem faaliyetleri bütün departmanlara hizmet verebilecek şekilde geliştirilmiştir ve bilgi işlem müdürlüğü seviyesine çıkartılarak doğrudan genel müdüre bağlanmıştır.

Hacı Şakir sabun, gliserin Fab. T.a.ş.'nin Başer Colgate'e devri 1992 yılının Ocak ayında tamamlanmıştır. Devir işlemi firmanın %87'si Başer Colgate'e devredilmiş, %13'lük payda Hacı Şakir'e ait olarak kalmıştır.

Başer Colgate firmayı devraldıktan sonra kendi organizasyon anlayışı çerçevesinde mevcut yapıyı yeniden biçimlendirmiştir. Kısa vadeli kredileri hızla tasfiye ederek Hacı Şakir'in banka sistemi içerisindeki yerini yeniden sağlamlaştırmıştır.

Hacı Şakir isminin Türk insanı açısından ifade ettiği anlamın bilinci içerisinde firma ürünlerinin ismini değiştirmeden üretimini aynı nitelikte ve aynı duyarlılıkta sürdürmesi kararını almıştır. Ve bu anlayış içerisinde;

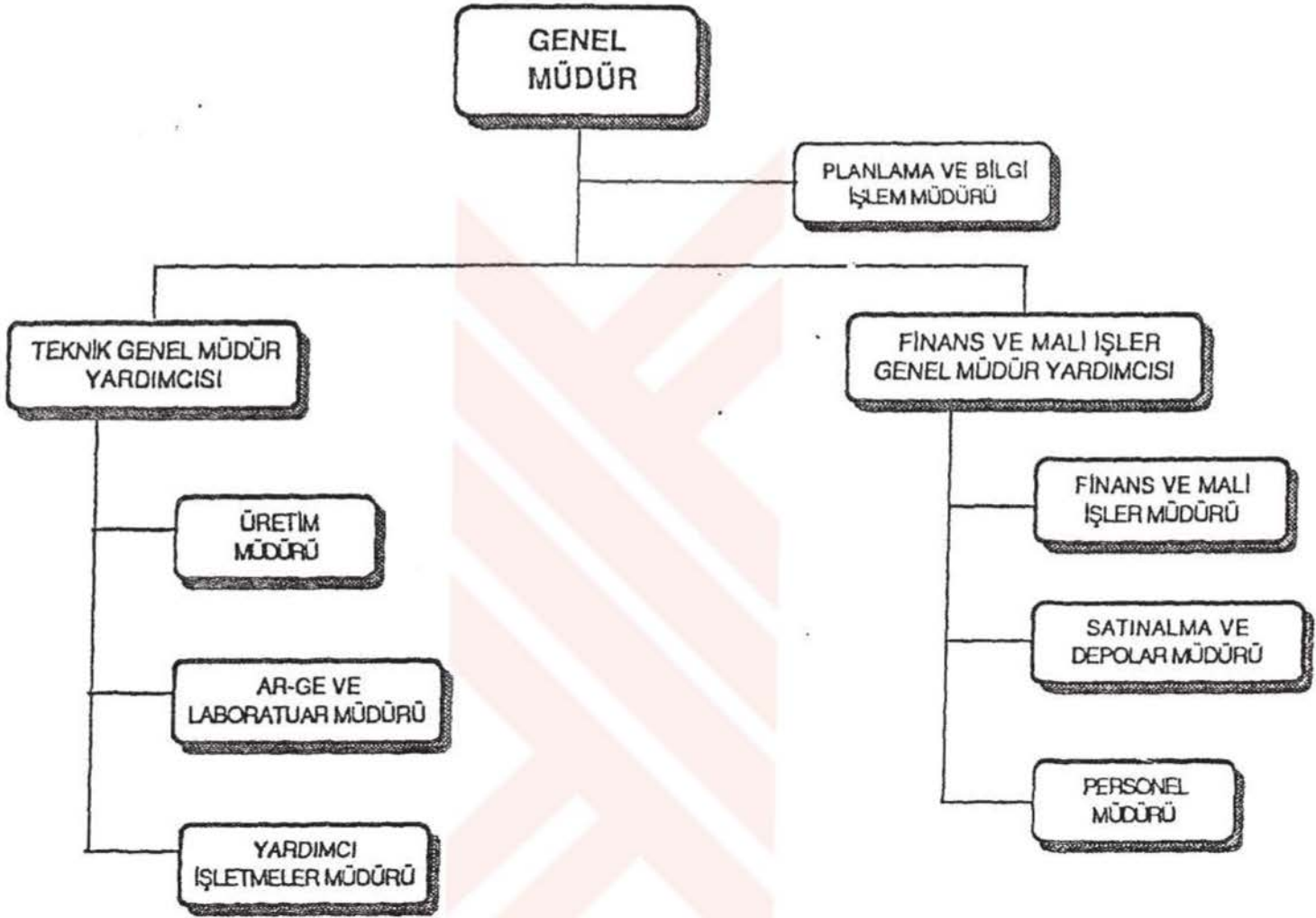
- Ambalaj işini fason yaptırmaya başlamış,
- Finansal yapısını güçlendirmiş,
- Yatırımın eksik kalan bölümlerini tamamlamıştır. (Laboratuar)

Hacı Şakir'in devrinin en önemli sebeplerinden biri yatırım ihtiyaçlarının tahminlerin ötesinde gelişmesidir. Ayrıca Hacı Şakir'deki karların Maya grubuna bağlı firmalardan biri olan Maya Ticaret Taahhüt ve İnşaat A.Ş.'ye aktarılması şirketi zorlamıştır.

Finansman yönetim ve organizasyon bozukluklarının Başer Colgate tarafından önlenmesi düşünülmüştür. Başer Colgate Şirketi devraldığında, bu dengesizlikleri düzültebilmek için şu değişiklikleri yapmıştır.

İhracat çabaları (mevcut ve yeni üretime alınacak mamullerin) arttırılmıştır. İşletmenin karlılığı arttırılmış ve borçlarının ödenebilmesi için temizlik maddeleri ve kozmetik sahasında daha karlı alanlara gidilmiştir. Üretimi planlanıp mamul haline gelen ürünler hergün fabrikadan ayrı bir yerde bulunan ve pazarlamaya bağlı bulunan bir mamul ambarına sevk ve teslim edilmeye başlanmıştır. Ve malzeme faaliyetleri satın-almayı ve depolamayı da içerecek şekilde merkezleştirilmiştir.

Organizasyonda mevcut dengesizlik giderilmiştir. Üst yönetimde otorite, yetki ve sorumluluk birliğine süratle gidilmiş, yönetim kurulu ve koordinatörlük alt kademelere direkt talimat veremez duruma getirilmiştir. (Alt kademe görüşleri Genel müdür'e bildirerek onun kanalıyla uygulamaya başlamıştır). Süratle yönetici eğitimleri programlanarak yukarıdan aşağıya doğru uygulamalar başlatılmıştır. Kanunen ayrı bir şirkette görülmesi gerekse dahi pazarlama ve üretim işleyişte birleştirilmiş, tek bir otorite, yetki ve sorumluluk altında çalışmaya başlamıştır. (Bkz. Şema 3.4)



IV. SONUÇ:

Türkiye'de Sabun Sektörünün Sorunları:

a. Fiyat ile ilgili sorunlar:

i) Yeni fiyat belirlenmesi, piyasa koşulları ve maliyet artışları nedeniyle yıl içinde 3-4 kere yapılmaktadır. Doların artış hızı, yüzde 50 oranında ithal girdisi olan sektörün maliyetini etkileyen faktörlerin başında gelmektedir. Borsada günün koşullarına göre fiyatı değişen yağların etkilerinin yanısıra, vadeli satışların ağırlıklı olduğu sektörde finansman maliyetleride, fiyatı etkileyen diğer önemli bir faktördür. ¹¹⁷

ii) Sabun ambalajında fiyatların belirtilmemesi, fiyat değişme ve ayarlanmasına yol açmaktadır.

iii) Düşük kalite, düşük fiyatıda beraberinde getirdiği için piyasada önemli bir pazar payı oluşturabilmektedir. Fiyat farkı da genellikle üreticilerin Vergi Usul Kanunu'nun zorunlu kıldığı yükümlülüklere uymamalarından kaynaklanmaktadır. Çoğu faturasız ve vergisiz ürün satıyor. Katma değer vergisi ödemedikleri için ilk etapta % 10 oranında fiyat avantajı elde ediyor. Buna kalitesiz ve dolayısıyla ucuz üretimden doğan yaklaşık % 20 oranındaki farkı da eklediğimizde % 30 daha düşük fiyatla piyasaya giriyorlar. Bu bir anlamda haksız rekabettir. ¹¹⁸

iv) Enflasyon nedeniyle fiyatları artan beslenme/barınma ve giyecek gibi temel ihtiyaçlar asgari ölçüde karşılandıktan sonra artan "harcanabilir gelir" miktarı sabit para değeri olarak azalmıştır. Toz deterjan yurtiçi tüketimine bakıldığında sabundaki bu azalmayı izah edebilecek bir artış görülmediğine göre (kişi başına toz deterjan tüketimi 1985'de 2,14 kg, 1989'da 2,04kg) tüketicinin temizlik maddelerinde zorunlu bir tasarrufa yöneldiği anlaşılmaktadır. ¹¹⁹

b. Fiyat ve kalite ile ilgili sorunlar:

i) Fiyatın en etkin unsuru maliyettir. Kalite sabun imalatı için zorunlu olan Donyağı ve Palm Stearin maddeleri üzerindeki fon miktarı, üreticileri kaliteden tasarruf etmeye zorlamaktadır. Diğer taraftan, halen Avrupa ülkelerinde ve piyasa rekabetinin çok gelişmiş olduğu ileri teknolojiye sahip ülkelerde koko yağı kullanılarak sabunun kalitesini artırma yoluna gidilmiştir. ¹²⁰

ii) Türkiye dahilinde tüketilecek sabun imalatı, Türk Standartları Enstitüsünce hazırlanmış bulunan T.S 54 mecburi standardına uygun olarak yapılmaktadır. Ancak, bazı küçük firmalar fiyatlarını düşürmek amacı ile standart dışına

¹¹⁷ Cahit Şamlı, "Dünya Gazetesi", "Temizlik eki", İstanbul, Haziran 1989

¹¹⁸ "Dünya Gazetesi", İstanbul, 28.08.1986

¹¹⁹ Hacı Şakir, Sabun, Gliserin, Fab. T. a.ş.

¹²⁰ Idem

çıkarak haksız rekabete ve tüketicinin aldatılmasına yol açmaktadır. Büyük işletmeler haricindeki sabun üreticilerinin ilkel ve basit yöntemlerle düşük üretim yapmaları ve bunların kontrollerinin yetersiz kalması halk sağlığı ve hammaddelerin bilinçli kullanılması açısından sakıncalıdır. Ayrıca ülkemizde tüm sabun üretimi standartlara uyar duruma getirilmelidir.

iii) Fiyat unsurunun daha önemli olduğu sergi tipi ve benzer çamaşır sabunlarında bazı üreticiler maliyeti düşürmek için kaliteyi düşürmekte, bu ise uzun vadede tüketicinin giderek bu sabunlardan başka alternatiflere yönelmesine yol açmaktadır. Mevcut T.S 54 sabun standardının uygulanmasını takip için resmi makamlarca özellikle büyük firmalara gösterilen hassasiyetin, ratgele üretim yapan firma sabunlarının da etkin bir şekilde denetlenmesini sağlayacak biçimde gösterilmesidir.

iv) Diğer bir konu ise, sabunculukta kullanılan yağların cinsi ile ilgilidir. Kaliteli sabun imalatına en uygun yağların don yağı ve koko yağı olduğu bilinmektedir. Buna rağmen yurdumuzda üretilen sabunlarda yenilebilir bitkisel yağların kullanılması, maliyetleri etkilemediği sürece bir israf olarak kabul edilmelidir. Yemek olarak tüketilmeye uygun olmayan prina yağı doğal olarak sanayide ve dolayısı ile sabunculukta kullanılabilir. Yurdumuzda sabun sanayiinin don yağı ihtiyacını karşılayabilecek kapasitede tesisler bulunmadığına göre, ithal edilen don yağı maliyetinin yıl boyunca piyasadaki yemeklik ham yağ fiyatından düşük olmasını sağlayacak tedbirlerin yetkili mercilerce alınması ve işlerliğinin takibi ülke yararına olacaktır.

c. Kapasite ile ilgili sorunlar:

i) Bugün kapasitesinin ancak yarısını kullanabilen sabun sanayii, genişlemeyen bir pazarla karşı karşıyadır. Ancak nüfus artışına paralel bir gelişme gösterebilen sabun tüketiminde kişi başına kullanım açısından da belirgin bir artış yoktur.

ii) Kurulu kapasite 1982 yılından bu yana önemli bir artış göstermemiştir. Yaklaşık 255.000 Ton/yıl olarak kabul edilebilen yüzden fazla irili ufaklı imalatçı firma mevcut olup, özellikle Marmara ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde yoğunlaşmıştır. Kapasite kullanımlarının artırılması gereklidir. Ayrıca mevcut tesislerin atıl kapasitelerinin kullanımını temin için üretimlerin artırılması ve tesislerin modernizasyonu teşvik edilmelidir. Son yıllarda, sabunlaştırma işlemlerinde bilimsel yöntemlerin kullanılması sonucunda daha kaliteli sabun üretimine geçilmiştir. Ancak değişik tipte temizlik maddelerinin ortaya çıkışı 1975-1980 yılları arasında sabun üretiminin artışına engel olmuştur. Sabun sektöründe bazı tesislerde modernizasyon, otomasyon ve darboğaz giderme çalışmaları yürütülmektedir. Bu çalışmalar kapasite arttırımından ziyade prodüktiviteyi arttırma yatırımlarıdır.

iii) Yemeklik yağ fabrikaları üretim artıkları olan yağ asitlerini ilkel yöntemlerle üretim yapan bu sanayiye hammadde olarak satmaktadır. Bu

durum kalitesiz ürünün tüketiciye intikalini körüklemektedir. Özellikle ayçiçek, pamuk, prina ve mısır özü yağı gibi yemeklik bitkisel yağların büyük ölçüde sabun sanayiinde kullanıldığı gerçektir. Bu durum ekonomiyi olumsuz yönde etkilemektedir.

d. İhracat ile ilgili sorunlar:

i) Pazar imkanları düşük kaliteli sabun üreticilerinin önlemesi için gerekli tedbirler alındığı takdirde bu sektörde mevcut atıl kapasiteler faaliyete geçebilecek ve iç pazar artacaktır. Mevcut kapasitelerin kullanım %'sinin artması maliyet bakımından avantajlı olup dış pazar imkanları da arttıracaktır.

ii) Mevcut atıl kapasitelerin faaliyete geçirilmesiyle imalatı maliyetlemek ile sağlanacak avantajlar ihracat için önemli bir faktördür. Artan para maliyeti ve ithalat maliyetleri dikkate alındığında Devlet teşviki ve desteği bu sektörde ihracat için gereklidir. Bu nedenler:

- İthal girdilerinin gümrük fiyat oranlarının düşürülmesi ve kaldırılması,
- Yerli hammadde girdilerinin fiyatları, Avrupa ile rekabet edebilecek fiyat değerlerinin oluşturulması,
- İhracatın devam edebilmesi için devlet desteğinin arttırılması, (Vergi iade oranı v.s.)
- Bürokrasinin azaltılarak, yurtdışı pazarlama faaliyetlerinin bu konuda uzman kuruluşlarca yürütülmesi ve yönlendirilmesi,
- İhracatı geliştirmek için ne gibi tedbirlerin alınması konusunda büyük imalatçı firmalar ile devletin yetkili kişilerinden oluşacak bir komisyon kurulması faydalı olacaktır.

e. AT ile ilgili sorunlar:

i) Sabun sektöründe önemli ölçüde kapasite fazlalığı olduğu görülmektedir. Üstelik AT'ye girişin gündeme geldiği şu günlerde en akılcı yolun bu kapasitenin en verimli şekilde kullanılması gerektiği düşünülebilir.

ii) AT'na katılma çerçevesinde Türkiye sabun sektörünün negatif yönde etkilenmesi düşünülmektedir. Çünkü AT'dan önce beynelmilel markalar zaten Türkiye piyasasına girmiş olacaktırlar. Serbest rekabetin gelişmesi sabun sanayiinin durumunu kalite ve teknoloji yönünden ise pozitif yönde etkileyecektir.¹²¹

¹²¹ "Dünya Gazetesi", Sabun eki, İstanbul, 2 Ağustos 1989

iii) Kredi ve maliyetler işletme sıkıntısı çeken kuruluşlar için büyük sıkıntılara neden olacak kadar yüksektir. Türkiye'nin AT'na katılması halinde kalite, pazarlama ve satış stratejileri açısından oldukça yoğun bir ortamda olacaktır. Bu ortama şimdiden kendisini hazırlayan plan ve programını yapan firmalar bugünkü varlığını koruyacak hatta yeni açılacak pazar olanaklarını değerlendirebileceklerdir. Modern teknoloji ile sabun üretimi yapan firmaların kalite yönünden herhangi bir zorluğu olacağı düşünülmektedir. Ancak bu firmalar mutlaka kendilerini finansal açıdan güçlendirecek planlamaları yapmak, yeni pazarlama ve satış stratejilerini iyi saptamak zorundadırlar. Çünkü piyasa koşulları ve maliyet artışları nedeniyle yıl içinde 3-4 kere yeni fiyat belirlemesi yapılmaktadır. %50 oranında ithal girdisi olan sektörün maliyetini etkileyen faktörlerin başında doların artış hızı gelmektedir.

iv) Sabun üreticileri yabancı sermaye girişlerine sıcak bakmak zorundadır. Çünkü AT'na tam üyelik konusunda arzulu olan ülkemiz karşılayacağı zorlu rekabet ortamına ayak uydurmalıdır. Bu uyum kapasite, teknoloji, bilgi birikimi ve sermaye yapısı ile doğrudan ilgili olacaktır. Bu nedenle, firmalar yabancı sermaye girişini, tartışmak yerine "yabancı sermayeden nasıl yararlanabiliriz" düşüncesini gündeme getirmek zorundadırlar.

v) Sabun standardı (T.S 54), AT standartları ile karşılaştırılıp farklılıkları tespit edilmeli ve TSE öncülüğünde gerekli rötuşlar yapılarak standardın gerek Türkiye gerçeklerine, gerekse AT sabun normlarına uygunluğu sağlanmalıdır.

vi) AT ilişkilerinin bu sektöre ne gibi etkileri olacağı konusunda çok detaylı çalışmalar yapılmasını gerektirmektedir. Bir program dahilinde yürütülmesi gereken bu araştırmada öncelikle aşağıdaki konular ele alınmalıdır:

- Sektörde faaliyet gösteren fabrikaların üretim kapasitelerinin AT ülkelerindeki benzer fabrikaların kapasiteleri ile mukayesesi,
- Üretici maliyetlerinin benzer AT ülkeleri ile mukayesesi,
- Maliyetler arasındaki farkların tahlili ve nedenlerin ortaya konulması,
- Bu farklardan aleyhimize olanlarının ortadan kaldırılmasına ait çare ve tedbirlerin araştırılıp yürürlüğe konulmasıdır.

Ortak pazar daha dinamik bir bünye istemektedir. Sektörü dış pazarların rekabetine hazırlamak devamlı surette üretkenliği arttıracak gayretler sarfetmek gerekmektedir.

f. Genel sorunlar:

i) Yurt içindeki sabun tüketimi nüfus artışına rağmen azalmaktadır. Bunun sebebi neticede tüketicinin "harcanabilir gelir" seviyesindeki azalmaya bağlıdır.

ii) Türkiye'de sabunun çamaşır, bulaşık yıkamadaki önemli rolü gittikçe azalmakta, yerini deterjana bırakmaktadır. Ayrıca şampuan kullanımındaki artışta sabunun kullanımını olumsuz olarak etkilemiştir. Batılı ülkelerde ise sabuna dönüş yaşanıyor. Deterjanın inorganik bir madde olmasına karşılık, sabunun organik bir madde olması ve doğaya karışarak çevreyi kirletmemesi batıda tercih edilmesine neden olmaktadır.

iii) Sektörün en önemli sorunlarında bir tanesi bilinmezliktir. DPT'nin ihtisas komisyonları raporunda 250 bin ton dolayında kapasite, 225 firmanın varlığı soru işaretidir. Pazara baktığımız zaman 10-15 üretici ve 90-100 tonluk tüketimin üstüne çıkılmamaktadır.¹²²

h. Hammadde ile ilgili sorunları:

Sabun sektöründe hammaddenin büyük bir oranını don yağının oluşturması ve don yağının sadece ABD'den ithal edilebilmesi büyük sorun oluşturmaktadır. Bu sorunu önleyebilmek için Türkiye'de Rendering endüstrisinin gelişmesi lazımdır. Türkiye'nin yaklaşık 13 milyonluk büyükbaş, 45 milyonluk da koyun ve keçilerden oluşan küçükbaş hayvan varlığı bulunmaktadır. Buna ek olarak yılda 18 milyon kümes hayvanı kesilmektedir. Ülkedeki rendering üniteleri genellikle küçük ve ilkel yöntemlerle çalışmaktadır. Ancak bu durum bir taraftan da hızla değişmektedir. Fakat ülkemizdeki rendering endüstrisi ile ilgili resmi istatistikler bulunmadığından üretim hacmini kestirmek güçtür. Çok kaba bir tahmin ile bu miktarın yılda 10.000 ton don yağı olduğu söylenebilir. Türkiye'de üretim yapan rendering işletmelerinin, birkaç modern ünite hariç, ürettiği hammaddeler çoğu zaman kalite bakımından değişken olmaktadır. Ayrıca üretim miktarları da her zaman güvenilir olmamakta, zaman zaman kaliteli don yağı bulunmakta güçlük çekebilmektedir. Her zaman aynı kalitede olamayan yerli don yağları genellikle küçük sabun üreticileri tarafından tüketilmektedir. Büyük ve modern üretim yapan sabuncular kalite ve miktar olarak daha güvenceli olduğundan ithal don yağlarını tercih etmektedirler.

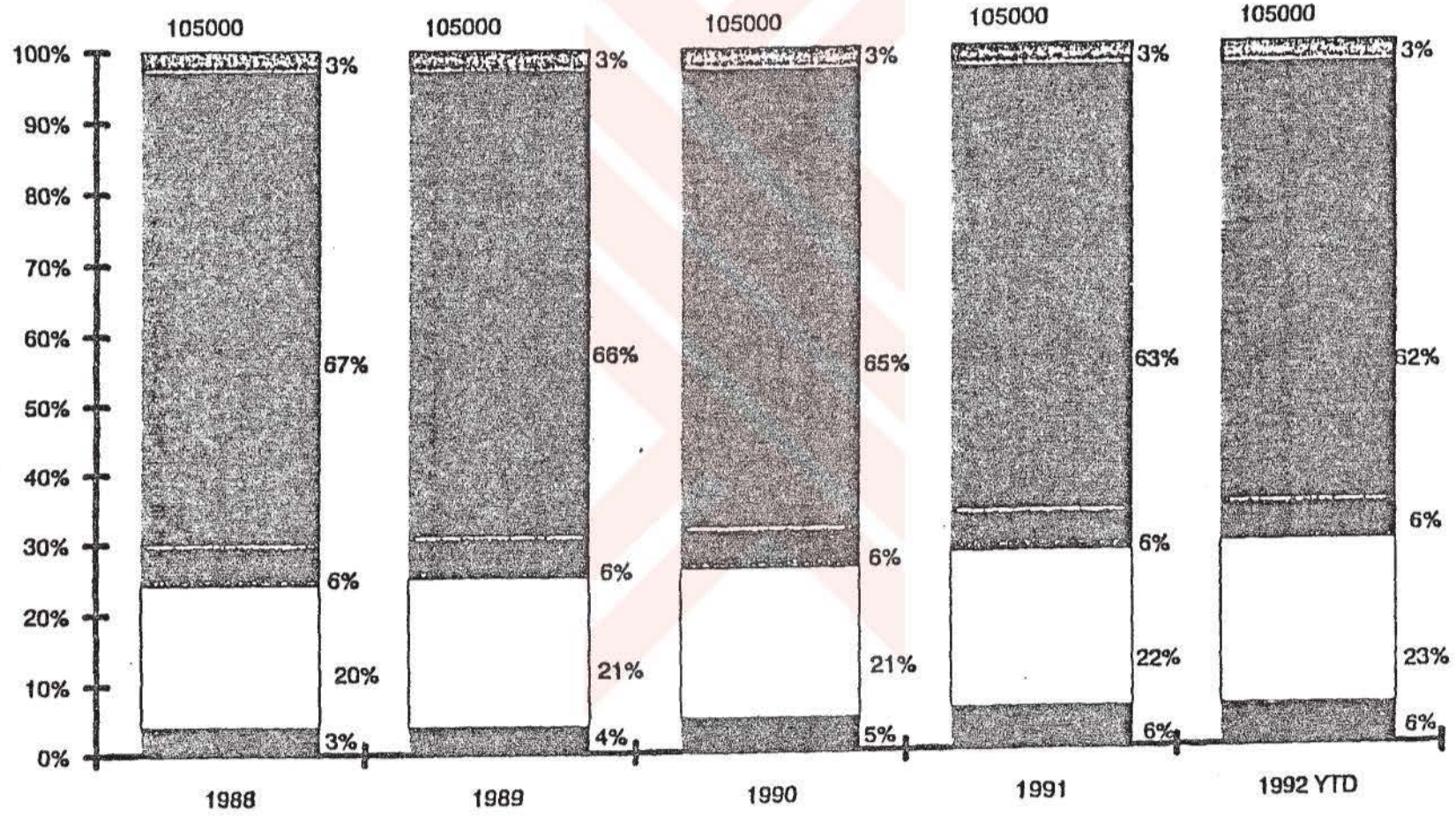
Türkiye 60'lı yılların sonlarında variller içinde Amerika'dan don yağı ithaline başlamıştır. İstanbul yakınındaki Gebze'de önemli büyüklükte bir ithal don yağı depolama tesisi gerçekleştirilmiştir. Bu tesis yılda 100.000 tona kadar don yağını depolayabilecek kapasitededir. Türkiye'ye ithal edilen donyağlarının tümü ABD'den gelmektedir. Dış pazarlarda Türk sabunlarına olan talebin gittikçe artmasındaki önemli nedenlerden biri de bu ithalatı gerçekleştiren imalatçı firmaların en iyi kalite don yağı kullanmalarıdır. Öyle ki ithal edilen bu yağların büyük bir bölümü "yenilebilir" kalitededir.

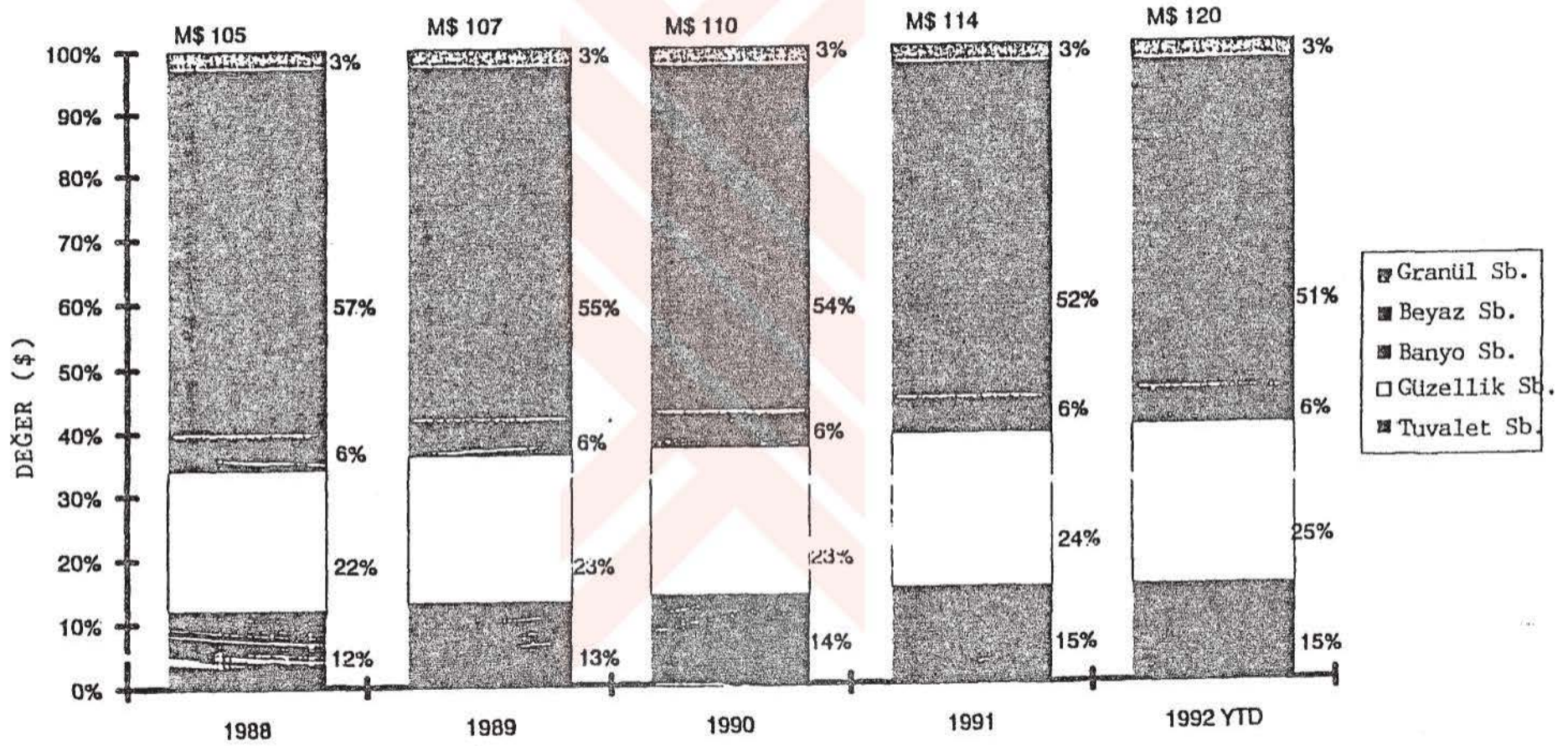
¹²² Yeni Asır Gazetesi, "Temizlik Sanayi Paneli", İstanbul, 23 Aralık 1988



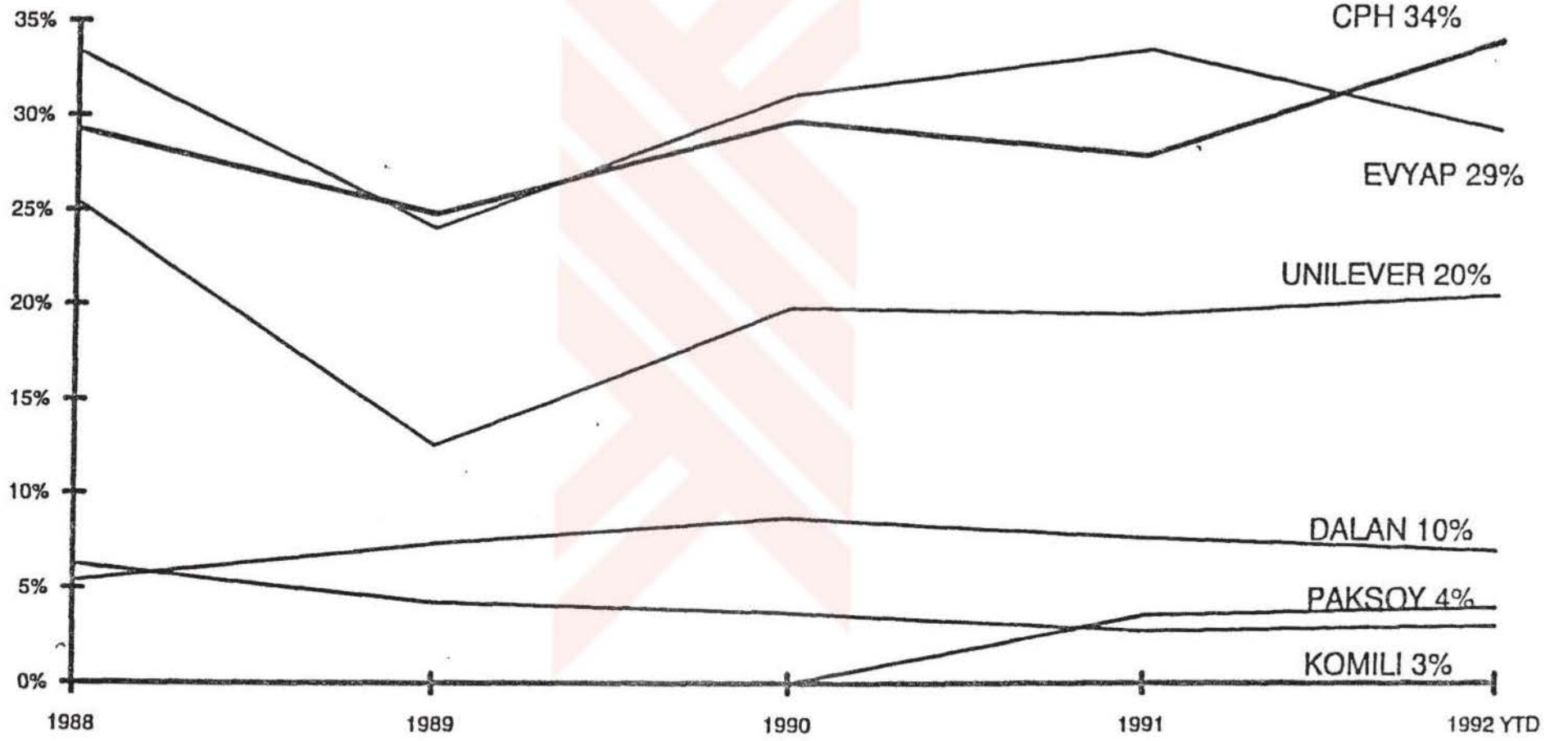
EKLER

MİKTAR (Ton)



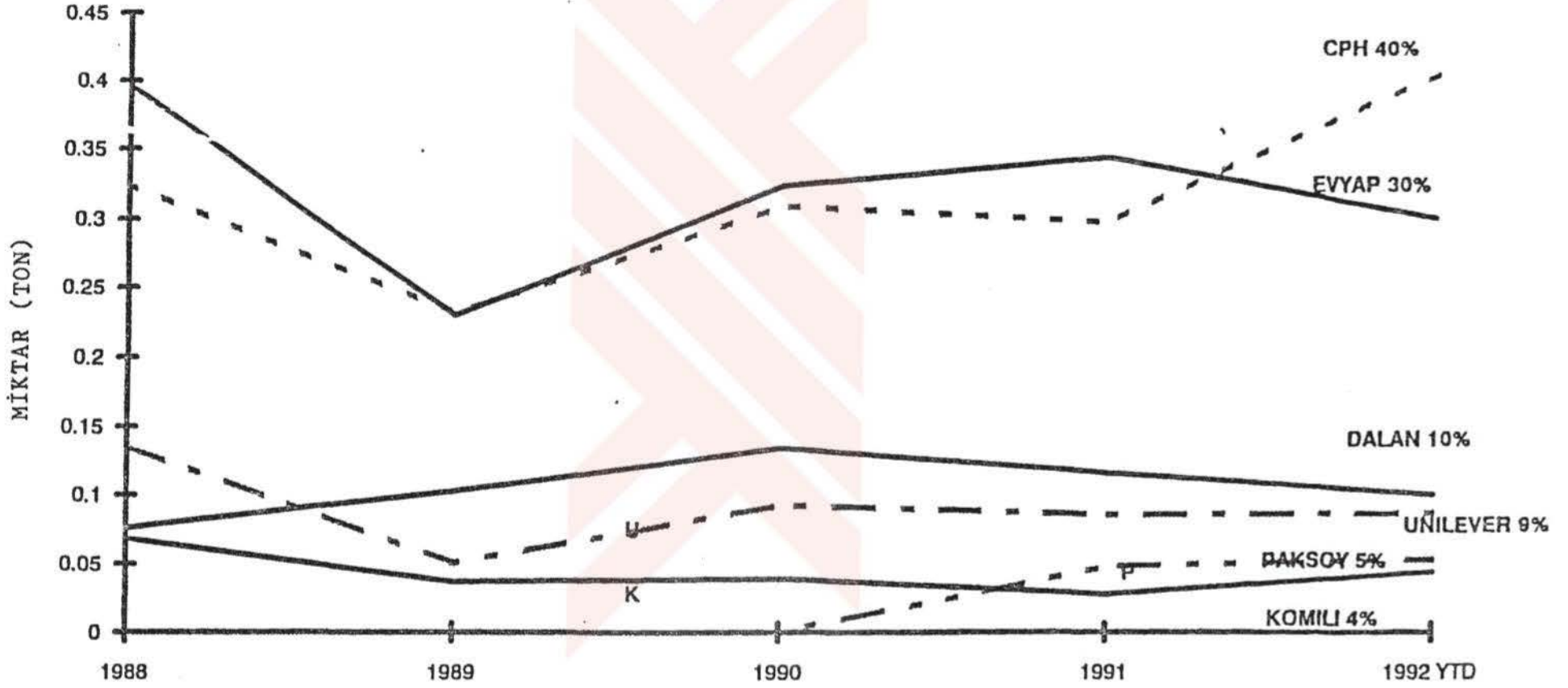


TOPLAM SABUN SEKTÖRÜ



TOPLAM SABUN SEKTÖRÜ

121
EK IV



EK V

GENEL YATIRIM TABLOSU

| HARCAMA TÜRÜ | İÇ PARA MİLYON TL | DIŞ PARA MİLYON TL | TOPLAM MİLYON TL |
|---|----------------------|-----------------------|---------------------|
| 1. Etüd ve proje giderleri | 50 | — | 50 |
| 2. Arsa satın alınması | 650 | — | 650 |
| 3. Arazi düzenlenmesi | 50 | — | 50 |
| 4. İnşaat işleri | | | |
| 4.1. Üretim bina ve tesisleri | 50 | — | 50 |
| 4.2. Ambarlar | 400 | — | 400 |
| 4.3. İdari binalar | 250 | — | 250 |
| 4.4. Teknik işler binası | 30 | — | 30 |
| 4.5. Diğer inşaat işleri | 70 | — | 70 |
| 5. Üretim makina ve donatımı | | | |
| 5.1. Yerli makina ve donatım | 250 | — | 250 |
| 5.2. İthal makina ve donatım (FOB 4.560.000\$) | — | 9.810 | 9.810 |
| 6. Yardımcı işletmeler makina ve donat. | | | |
| 6.1. Yağ depolan ve tesisatı | 1.090 | — | 1.090 |
| 6.2. Buhar kazanları | 1.100 | — | 1.100 |
| 6.3. Soğutma sistemleri | 695 | — | 695 |
| 6.4. Hava kompresörleri | 210 | — | 210 |
| 6.5. Jeneratör (FOB 100.000 \$) | — | 220 | 220 |
| 6.6. Diğer teçhizat | 135 | — | 135 |
| 7. Yurt içi taşıma ve sigorta | 30 | — | 30 |
| 8. Dış mavi ve sigorta | 650 | — | 650 |
| 9. Montaj giderleri | 150 | — | 150 |
| 10. Genel giderler | 150 | — | 150 |
| 11. İşletmeye alma giderleri | 200 | — | 200 |
| 12. Beklenmeyen giderler | 300 | — | 300 |
| SABİT YATIRIM TOPLAMI | 6.510 | 10.030 | 16.540 |
| İşletme Sermayesi | 2.290 | — | 2.290 |
| PROJE TOPLAMI (Gümrüksüz) | 8.800 | 10.030 | 18.830 |
| PROJE TOPLAMI (Gümrüklü) | | | 25.585 |

EK VI

SINAI KALKINMA BANKASI
ORTA VADELİ YATIRIM KREDİSİ GERİ ÖDEME PLANI (MİLYON TL)

| YILLAR | 1989 | 1990 | 1991 | 1992 | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 | TOPLAM |
|---------------|------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| Ana Para | — | — | — | 1.320 | 1.320 | 1.320 | 1.320 | 1.320 | 6.600 |
| Faiz | 460 | 2.770 | 2.770 | 2.770 | 2.220 | 1.660 | 1.110 | 550 | 14.310 |
| TOPLAM | 460 | 2.770 | 2.770 | 4.090 | 3.540 | 2.980 | 2.430 | 1.870 | 20.910 |

- NOT:
1. Alınacak kredi tutarı yaklaşık 3 milyon \$ olacaktır.
 2. Kredi ilk üç yılı ana para ödemesiz 3 yıl vadeli olacaktır.
 3. Kredi %42 net faizli olup, her yıl iki taksitte ödenecektir.
 4. Kredi kur garantili olup, TL karşılığı bulunurken 1\$=2.200 TL olarak alınmıştır.

EK VII

Mülakat Soruları

1. Çalışan işçi kapasitesi ne kadardır?
2. Teknik ve idari personel çalıştırma durumunuz nedir?
3. Yıllık üretim kapasiteniz ne kadardır?
4. Fabrika kapasitesinin tamamını kullanıyor mu? Fason üretim var mı?
5. Siparişe dayanan üretim var mı?
6. Mevsimlik dalgalanmaları nasıl yorumluyorsunuz?
7. Hammaddenin yerli ve yabancı kullanım oranları nasıldır?
8. Satışlarda ihracat/yurtiçi oranı nasıldır?
9. Ağırılık pazar neresidir?
10. Üretim hedefleriniz nedir? Pazar payınız nedir?
11. Mamüllerinizin hepsi kendi markasını taşıyor mu? Patent var mı?
12. AET'ye girmek sözkonusu olunca, bu firma için dezavantaj mı?
13. Sabun üretiminde standartlara uyulmaması ve ilkel üretim nasıl bir sorun teşkil ediyor?
14. Çevre ve insan sağlığı için yararlı bir üretim mi yapıyor? Yapmış olduğunuz üretim TSE'ye uygun mu?
15. Sabun tüketimindeki kıstaslar nelerdir?
16. Sektörün darboğazı nedir?
17. Know-how yapıyor musunuz?
18. Yeni yatırımlara gerek duyuyormusunuz? Yoksa mevcut tesislerin atıl kapasitelerinin kullanılması ve modernizasyonu ile kapasite arttırımına gidilmesi akılcı bir yol mudur?
19. Mevcut kapasitelerin kullanım %'sinin artması maliyet bakımından avantajlı olup, dış pazarları arttırır mı?
20. AET'ye girilmesi halinde maliyetler yönünde bazı dezavantajlar olacak mı?
21. Sabun sanayinde halen mevcut kapasitenin takriben %50'simi kullanılmaktadır?
22. Hammadde, yarı mamül stok durumunuz nedir?
23. Körfez krizinin Ocak ayında savaşa dönüşmesi ve Irak pazarının kapanması sabun ihracatını önemli ölçüde etkiledi mi?
24. Sektörün sorunları arasında, hammaddelerin dışa bağımlılığı söylenebilir mi?
25. Sabun tüketiminde enflasyonun harcanabilir geliri azalttığı doğrumudur?
26. Likitide açısından sıkıntı çekmekte midir?
27. Firma öz varlıkları ve aktiflerine uygun bir nakit akımı gerçekleştirme başarısına ve rahatlığına sahip midir?
28. Duran varlıkların finansmanı yabancı kaynaklara mı dayandırılmıştır?
29. Borsaya açılıyor mu veya açılacak mı?
30. Kredi nereden alıyor? Niçin?

31. Sektör içinde gelişme düzeyini nasıl yorumluyorsunuz?
32. Kredi kullanma oranı nasıldır?
33. Yabancı sermaye kullanıyor mu?
34. Malın fabrika çıkış fiyatı, toptancının satış fiyatı, tüketicinin ödediği fiyat oranları nasıldır?
35. İşletme olarak nasıl organize edilmiştir? (Büyük-Orta-Küçük)



BİBLİYOGRAFYA

1. Ankara Ticaret Odaları, Sanayi Odaları ve Tic. Borsalar Birliği, "Türkiye'de Sabun Sanayii", Ankara, 1958.
2. Başvekalet İstatistik Umum Müdürlüğü, "Teşviki Sanayi Konumundan İstifade eden Müesseselerin Faaliyeti", Ankara, 1931-1933-1937-1939-1945
3. Beşeli Nursun, Temizlik malzemeleri ihracat imkanları ve pazar araştırması, Ankara, 1980.
4. Colgate Hacı Şakir Sabun, Gliserin Fab. T. a.ş. raporları.
5. Colgate Hacı Şakir Sabun, Gliserin Fab. T. a.ş., Organizasyon Çalışması ara raporu.
6. D.İ.E raporları, aylık istatistik bültenleri
7. DPT, Sabun, deterjan, gliserin, özel ihtisas komisyonu raporu, Ankara, 1987.
8. DPT, Sabun, deterjan, gliserin, özel ihtisas komisyonu raporu, Ankara, 1971.
9. Dr. İsmail Hüseyin, Sabun firmaları ile yapılan anket, İstanbul, 1991.
10. Dünya Gazetesi, Araştırma servisi, "Sabun Üretimi Modernleşiyor", İstanbul, 3 Ekim 1989.
11. Dünya Gazetesi, "Sabunların Sınıflandırılması ve Özellikleri", İstanbul, 22 Kasım 1989.
12. Dünya Gazetesi, "Sabun tüketimi geriliyor", İstanbul, 13 Haziran 1988.
13. Dünya Gazetesi, "promosyon sınır tanımıyor"
14. Dünya Gazetesi, "İhracat teşvik edilmeli"
15. Dünya Gazetesi, "Hacı Şakir tarihi Rusya'ya dayanıyor", İstanbul 3 Ocak 1989.
16. Dünya Gazetesi, "Sabun ihracatı atağı kalkıyor"
17. Dünya Gazetesi, Borsa Eki, "Hacı Şakir hisselerinin %15'ini halka açacak", İstanbul, 10 Ocak 1991
18. GFK Peva Consumer Panel
19. Güngör Necati, Cumhuriyet Gazetesi, İstanbul, 8 Temmuz 1990.
20. Güzel Davut, Dünya Gazetesi, "Hacı Şakir 100 Yaşında", İstanbul, 24 Şubat 1989.
21. Keskin M. İrfan, Türkiye Sınai Kalkınma Bankası A.Ş., "Kimya sanayi araştırması güncelleştirme çalışması", Ankara, Şubat 1983.
22. Kılıçoğlu Safa, Araz Nezihe, Devrim Hakkı; Meydan Larousse Büyük Lugat ve Ansiklopedisi, İstanbul: Meydan Yayınevi, 1972.
23. Kutluca Emel, Ekonomik Panorama, "Hacı Şakir", İstanbul, 29 Ocak 1989.
24. Koru İ. Cihan, Dünya Gazetesi, İstanbul, 14 Eylül 1991.
25. Hacı Şakir Sabun, Gliserin Fab. T. a.ş., "Sabunun Tarihçesi", İstanbul (Teksir, 1991)

26. Hacı Şakir Pazarlama ve Yatırım A.Ş. raporları, "Dünden bugüne Hacı Şakir".
27. Hacı Şakir Sabun, Gliserin Fab. T. a.ş. ürün kataloğu.
28. Hacı Şakir Sabun, Gliserin Fab. T. a.ş. "Toplantı Notu", İstanbul, 12.10.1989.
29. Hacı Şakir Sabun, Gliserin Fab. T. a.ş., "Tevsi ve modernnazyon yapılabilirlik raporu", İstanbul, Eylül 1989
30. Pura Ahmet, "Sabun sektöründe teknoloji ve kapasite sorunu kalmadı", İstanbul, Mart 1988.
31. Sabah Gazetesi, "Türkiye'nin en eski sabun fabrikası tam 100 yaşında", İstanbul, 12 Ocak 1989.
32. Şanlı Cahit, Dünya Gazetesi temizlik eki, İstanbul, Haziran 1989
33. Toptancı dergisi, "Hacı Şakir halka açılıyor", İstanbul, Nisan 1991.
34. Yeni Asır Gazetesi, "Temizlik sanayii paneli" İstanbul, 23 Aralık 1988.

