

BÖLGEDEKİ SAVUNMA SANAYİNİN TANITIM RAPORU

**KONYA
2018**

BÖLGEDEKİ SAVUNMA SANAYİNİN TANITIM RAPORU

**KONYA
2018**

BÖLGEDEKİ SAVUNMA SANAYİNİN TANITIM RAPORU

HAZIRLAYAN

KONYA ABİGEM/ATYAPIM

ATALAY TAŞDİKEN

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER	I
KISALTMALAR	II
ÖNSÖZ	1
1. DOĞAL YAPI	3
1.1. COĞRAFİ ÖZELLİKLER	3
1.2. BÖLGENİN ÖNE ÇIKAN GELİR KAYNAKLARI	3
1.2.1. TARIM	3
1.2.2. HAYVANCILIK	3
1.2.3. MADENCİLİK	4
1.2.4. DİĞER İMALAT SANAYİ	4
2. SİLAH SEKTÖRÜ	4
2.1. DÜNYA SİLAH SEKTÖRÜ	5
2.2. TÜRKİYE'DE SİLAH SEKTÖRÜ	6
2.3. BEYŞEHİR İLÇESİNDE SİLAH ÜRETİMİ	6
2.4. HUĞLU BÖLGESİNİN MEVCUT DURUMU	9
2.5. ÜZÜMLÜ BÖLGESİNİN MEVCUT DURUMU	11
3. ÜZÜMLÜ VE HUĞLU SİLAH SANAYİSİ İLE İLGİLİ SAHA GÖZLEMLERİ	16
4. MARKALAŞMAYA KATKI SAĞLAYACAK ÖNERİLER	24
4.1. SOSYAL MEDYA PROJE ÖNERİSİ	24
4.2. SİNEMA FİLMİ PROJE ÖNERİSİ	26
4.3. YAPIMINA BAŞLANMIŞ SİNEMA FİLMİNİN İÇERİSİNE ÜRÜN YERLEŞTİRME	30
4.4. BELGESEL FİLMİ PROJE ÖNERİSİ	34
4.5. PROJENİN TANIMI VE KAPSAMI	36

KISALTMALAR

Ar-Ge- Araştırma, Geliştirme

GSYİH- Gayrisafi Yurt İçi Hasıla

KOBİ- Küçük Orta Boy İşletme

MEVKA-Mevlana Kalkınma Ajansa

MKE- Makine Kimya Enstitüsü

TSK-Türk Silahlı Kuvvetleri

ÖNSÖZ

Bu çalışma, Mevlana Kalkınma Ajansı 2018 Teknik Destek Programı kapsamında hazırlanmıştır.

Çalışmanın Konusu; Bölgede üretilen av tüfeklerinin kalite standartlarının yükseltilerek savunma sanayiye entegrasyonu konusunda önem arz eden lokal imalat tarihinin ve hikayesinin ortaya çıkarılması için doneler ve malzemeler toplayarak bu malzemelerin hangi konsept ve içerikte ulusal ve uluslararası arenaya sunulacağının önerisi ve yol haritası ortaya konulmak üzere rapor hazırlanmasıdır.

Çalışma kapsamında; Beyşehir-Huğlu-Üzümlü bölgesindeki başta yerel halk olmak üzere, işletmeler, kamu-özel kurum kuruluşları ile görüşmeler sonucu bilgiler temin edilmiştir. Görüşmelerin nedeni bölgenin sosyo-ekonomik yapısını, bölgenin ihtiyaçlarını ortaya çıkartmaktır. Bu bilgiler bölgenin vizyonuna da ışık tutacak şekilde bir araya getirilerek bölgenin sosyo-ekonomik yapısının güçlenmesine azami katkıda bulunacaktır. Yapılacak olan çalışma bölge için gerçekleştirilecek yatırım, tanıtım vb çalışmalara zemin oluşturacaktır.

Çalışmanın bölgenin sosyo-ekonomik gelişimine katkı sağlayacağı öngörülmektedir. Çalışmayı gerçekleştiren Konya ABİGEM ve At Yapım'a teşekkür ederiz.

1. DOĞAL YAPI

1.1. COĞRAFİ ÖZELLİKLER

Konya ili Beyşehir ilçesi, 37°67' Kuzey enlemi ile 31°72' Doğu boylamı arasında yer almaktadır. İl merkezine uzaklığı 90 km'dir. İlçenin deniz seviyesinden ortalama yüksekliği 1.125 metredir. İlçenin, Doğusunda Konya, kuzeyinde Doğanhisar, Hüyük ve Ilgın, kuzeydoğusunda Derbent, kuzeybatısında Isparta ilinin Şarkikaraağaç ve Eğirdir ilçeleri, batısında Isparta ili Yenışarbademli ilçesi, güneybatısında Isparta ili Sütçüler ilçesi, güneyinde Derebucak ve güneydoğusunda Seydişehir bulunmaktadır. İlçenin yüzölçümü 2.121,7 km²'dir.

Akdeniz Bölgesi'nin Göller Yöresinde yer alan Beyşehir, önemli bir geçit noktasında da bulunmaktadır. Güney ve batısında Toros Sıra Dağları, doğusunda Erenler, kuzeyinde Sultan Dağları bulunan Beyşehir kapalı bir havza durumundadır. Bu havza ortasında 651 km²'lik alanda Beyşehir Gölü bulunmaktadır. En yüksek yeri Anamas Dağları üzerinde bulunan 2.890 metre yüksekliğindeki Dippoyraz tepesidir. Bölgedeki en önemli akarsu Konya Ovası Sulama Projesi'nin ana kaynağı niteliğindeki Çarşamba Çayı'dır. Ayrıca ormanlarından gelen Kızıloğlu Deresi, Huğlu tarafından gelen Hanboğazı Deresi, Karaburun mevkiinden göle karışan Soğukpınar, Elze Deresi, Üstünler Çayı, Kavak Çayı, Yeşildağ civarından gelen Kuru Dere, Doğanbey civarından gelen Sariöz Deresi ve Sadıkhacı'dan çıkan Eflatunpınar Çayı gibi küçük bazı akarsuları vardır.

1.2. BÖLGENİN ÖNE ÇIKAN GELİR KAYNAKLARI

1.2.1. TARIM

Beyşehir ekonomisinde başta tarım olmak üzere, hayvancılık ve ticaret önemli rol oynamaktadır.

İlçedeki toplam 354.137 da işlenen arazinin %3,2'si nadasa ayrılmaktadır. Tarla arazileri %92,6'sını meyve alanları %2,8'ini oluştururken, sebze alanı %1,4'ünü kaplamaktadır. Toplam işlenen alan, Konya işlenen alanının %1,9'unu, Bölge işlenen alanının %1,6'sını oluşturmaktadır.

1.2.2. HAYVANCILIK

Beyşehir'de 77.263 ha orman alanı, 19.133 ha çayır-mera alanı bulunmaktadır. İlçede bulunan orman varlığı oranı, Konya ve Türkiye orman varlığı oranlarına göre oldukça yüksektir. Beyşehir orman varlığı, Kon-

ya orman varlığının %14,30'unu, Göller Havzası orman varlığının ise %15,84'ünü oluşturmaktadır. İlçe çayır-mera alanı, Göller Havzası çayır-mera alanının %15,18'ini kaplamaktadır.

Beyşehir yem bitkisi alanı, Konya yem bitkisi alanının %0,6'sını, Bölge yem bitkisi alanının ise %0,4'ünü oluşturmaktadır. İlçede en fazla yetiştirilen yem bitkisi olan fiğın, Konya fiğ alanına oranı %1,2 iken, Bölge fiğ alanının %0,8'ini kaplamaktadır. Konya'da ve Türkiye'de en fazla üretim alanına sahip yem bitkisi olan yonca için ilçe ekim alanının Konya yonca ekim alanına oranı ise %0,6'dır.

Beyşehir'de toplam 45.644 adet büyükbaş hayvan bulunmakta olup, bunun %58'i saf kültür, %31'i kültür melezi ve %11'i ise yerli ırktır. İlçede 2011 yılında yerli ırk sığır sayısı 1.285 iken 2013 yılında 4.969'a yükselmiştir.

Konya büyükbaş hayvan sayısı içerisinde Beyşehir hayvan sayısının oranı %6,37 iken, Bölge büyükbaş içerisindeki oranı %5,89'dur. İlçedeki kültür melezi ırkının, Konya kültür melezi ırkına oranı %6,65, saf kültür ırkının oranı %5,90, yerli ırkın oranı ise %9,20'dir.

Beyşehir ilçesinde 2013 yılı itibarıyla 16.500 adet koyun, 16.905 adet keçi bulunmaktadır. İlçedeki koyun ırklarının tamamı yerli, keçi ırklarının tamamına yakını ise kıl keçisidir. İlçedeki keçi ve koyun sayıları yıllar itibarıyla belirli oranlarda azalmalar gerçekleşmiştir.

İlçedeki toplam koyun sayısının Konya koyun sayısına oranı %0,82, TR52 bölgesi koyun sayısına oranı %0,69'dur. İlçe keçi sayısının, Konya keçi sayısına oranı %7,91, TR52 bölgesi keçi sayısına oranı %4,81'dir.

İlçede 2013 yılı itibarıyla 14.000 adet tavuk bulunmakta olup, tavukların tamamı yumurtacı cinsindendir. Yıllar itibarıyla ilçede tavuk varlığında önemli oranda artış gerçekleşmiştir.

Beyşehir'de 2013 yılı itibarıyla 4.775 yeni ve 145 adet eski kovan bulunmaktadır. İlçede 89,46 ton bal üretilirken, Konya'da 928,582 ton bal üretilmiştir.

1.2.3. MADENCİLİK

Beyşehir ilçesinde "Taş kömürü madenciliği" ve "Diğer demir dışı metal cevherleri madenciliği (boksit ve

krom)” faaliyetleri başlığında 3 faaliyet söz konusu iken “Diğer madencilik ve taş ocakçılığı” başlığında 10 faaliyet gerçekleştirilmektedir. Bölgedeki zengin mermer yatakları gelecek için istihdam ve gelir potansiyeli barındırmaktadır.

1.2.4. DİĞER İMALAT SANAYİ

Beyşehir ilçesinde en önemli faaliyet başlığı silah sanayidir. Huğlu ve Üzümlü kasabalarında atölye tipi gelişmiş olan silah sanayi ve merkezde giyim eşyaları imalatı önemli bir istihdam barındırmaktadır.

Çalışmamızın ana eksenini savunma sanayi olmasından dolayı sektör hakkında bilgiler aşağıda yer almaktadır.

2. SİLAH SEKTÖRÜ

2.1. DÜNYA SİLAH SEKTÖRÜ

Dünya silah sektörü ihracatında ilk sırada ABD yer almakta, bu ülkeyi Kanada ve İtalya takip etmektedir. Üç milyar dolarlık ithalatı ile ABD, dünya genelinde silah ve mühimmat ithalatı yapan ülkeler arasında lider konumunda yer almıştır. Küresel ölçekli savunma harcamalarının büyük bir kısmını tek başına ABD yapmaktadır. Buna göre ABD’nin savunma harcamaları için 2010 yılında ayırdığı bütçe 698 milyar dolardır ki bu rakam tek başına dünyanın % 43’üne karşılık gelmektedir. Soğuk Savaş sonrasında ABD de dâhil olmak üzere dünyanın hemen her yerinde ülkelerin savunma harcamalarında önemli ölçüde azalma (ABD % 5,3’ten % 3,1’e düşmüş) olsa da 11 Eylül olayları bu eğilimin tersine dönmesi yönünde bir etki meydana getirmiştir. 11 Eylül’den sonra ABD’de ulusal güvenlik ve dış tehdit algılarının değişmesiyle savunma harcamaları, 2009 yılında GSYİH’ye göre % 4,7 düzeyine yükselmiştir (SIPRI Yearbook, 2010). Öte yandan ABD’nin dünyadaki en büyük savunma tedarikçisi olduğu da görülmektedir. ABD, 2008 rakamlarına göre % 38,4 pazar payı ile Ortadoğu ülkeleri başta olmak üzere dünyanın büyük kısmına silah sistemleri ve teknolojileri ihracatında birinci sıradadır. ABD’yi bu alanda % 17 pazar payına sahip olan Rusya izlemektedir. Üçüncü sıradaki Almanya’nın pazar payı ise % 9,1’dir (Grimmett, 2010). Gelişmekte olan ülkelerle yapılan geleceğe dönük silah transfer anlaşmalarında ise ABD’nin pazar payı iyiden iyiye artmakta ve yine 2008 rakamlarına göre % 70,1’e çıkmaktadır. İkinci sırada % 7,8 ile Rusya, üçüncü sırada ise % 5,9 ile Fransa bulunmaktadır. ABD dışında Fransa, Çin ve İngiltere gibi ülkeler savunma harcamaları konusunda başı çekmekte, harcama-

larını her yıl önemli oranlarda artırmaktadırlar. Başka bir açıdan bakıldığında, 2010 yılında, en çok savunma harcaması yapan ilk 10 ülkenin dünya ölçeğinde 1,63 trilyon dolar olarak gerçekleşen harcamaların 1,217 trilyon dolarını, başka bir ifadeyle % 75'ini karşıladıkları görülür. Son yıllarda atağa geçen Türkiye ise savunma sanayine ilişkin silah satışı liginde 2011'de sekizinci olmuştur. Gelişmekte olan ülkelere 700, toplamda 800 milyon dolar satışa imza atan Türkiye, İsrail ve İspanya gibi devleri de koltuğundan etmiştir. Nitekim İsrail 2011'de 11'inciliğe gerilemiştir. ABD Kongresi Araştırma Departmanı'nın dünya silah harcamaları üzerine hazırladığı rapora göre, Türk savunma sanayisi kısa sürede 14 milyar dolara ulaşarak ilk kez bir sektörde ilk 10'da yer almayı başarmıştır. 2004 yılında savunma sanayisinde yerlilik oranı yüzde 15'ler düzeyinde olan Türkiye, 2010 itibarıyla bu oranı yüzde 52'ye çıkarmıştır.

2.2. TÜRKİYE SİLAH SEKTÖRÜ

Market Research'ün "Savunma Sanayisi 2017" raporuna göre Türkiye'nin silah ihracatının 2016'da 2 milyar doları yakalayacağı öngörülmekte ve Türkiye'nin iç siparişlerinin 8 milyar dolar olacağı belirtilmektedir (2017). Bilgi Üniversitesi STK Araştırmaları Birimi'nden Prof. Nurhan Yentürk'ün Askeri Harcamalar Raporu'na göre 2010'da sektörün göre cirosunun yüzde 35'ini özel sektör, yüzde 42'sini vakıf sektörü ve yüzde 23'ünü kamu kuruluşları gerçekleştirdi. Savunma Sanayisi İmalatçıları Derneği (SaSaD) üyelerinin 2010 yılı ciro büyüklüğü 2.73 milyar dolar olurken ihracatları da 634 milyon dolar olarak gerçekleşti. Firma sayısındaki artış ve Ar-Ge harcamaları Türkiye'nin bu hızlı yükselişinde en büyük nedenler olarak öne çıkıyor. Rapora göre Türk firmalarının Ar-ge harcamaları 2007'de başladı. 2007'de 367 milyon dolar olan Ar-ge harcamaları 2010'da neredeyse ikiye katlanarak 666 milyon dolar olarak gerçekleşti. Dünyanın en fazla askeri harcamasını 711 milyar dolarla ABD yaptı. Washington'ın harcamalarının 2010'a göre yüzde 1,2 azalması dikkat çekerken, Çin askeri harcamalarını yüzde 6,7 artırarak 143 milyar dolarla dünya ikincisi oldu (Yentürk, 2009).

2.3. BEYŞEHİR İLÇESİ'NDE SİLAH ÜRETİMİ

Günümüzde silah sanayi, teknolojinin gelişmesinde önde giderek ekonomiye büyük katkı sağlamaktadır. Dünya genelinde 10 milyar dolarlık bir pazara sahip olan hafif silah sektöründe av tüfeği üretimi de önemli bir potansiyele sahiptir (Demirci, vd.). Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı verilerine göre av ve spor amaçlı

tüfek sektöründe ülke genelinde 300 civarında firma imalat gerçekleştirmektedir. Bu firmalardan sanayi siciline kayıtlı 20'ye yakını değişik ülkelere ihracat yapmaktadır. 2005 yılı verilerine göre imal edilen tüfeklerin 10.000'i iç piyasada satılırken, 150.000 av tüfeği ihraç edilmiştir. Ülkemizden başta ABD olmak üzere değişik Avrupa ülkelerine, Kanada, Lübnan, Ürdün ve Türk Cumhuriyetlerine kadar çok sayıda ülkeye tüfek ihraç edilmektedir. 2005 yılı verileri esas alındığında tüfek imalatçıları tarafından ülkemize 30 milyon dolar döviz girdisi sağlanmıştır.

Konya henüz savunma sanayine yönelik üretim yapamasa da tüfek ve özellikle av tüfeği üretiminde merkezi bir noktada bulunmaktadır. Av tüfeği üretimi, Beyşehir ilçesi özelinde Konya için, imalat, istihdam, ticaret, ihracat ve ileride savunma sanayine hizmet edebilecek bir rezerv olma açılarından son derece önemlidir. Konya'da silah üretimi il merkezinden çok Beyşehir ilçesinde yoğunlaşmaktadır. Beyşehir'de ilçeye bağlı Huğlu, Üzümlü ve Gencek kasabalarında kökleri 1914'e kadar uzanan tüfek üretimi köy evlerinin altında kurulan atölyelerde başlamış, ardından Huğlu ve Üzümlü 'de kurulan kooperatifler sektör için itici güç olmuştur. 1980'li yıllara kadar "çifte" diye tabir edilen "yan yana" model av tüfeği üretimi, daha sonraki yıllarda "süperpoze" ve "yarı otomatik" imalatıyla devam etmiştir.

Bölgede 12, 16, 20, 28 ve 36 kalibrelik, 51, 55, 66, 68, 71 ve 76 cm namı uzunluklarına sahip tek kırma, çifte, superpoze, otomatik ve yarı otomatik pek çok tip av tüfeği üretilmektedir. 1990'lı yılların sonunda yavaş yavaş ihracat yapılmaya başlanmıştır. 2001'deki kriz sebebiyle alım gücünün düşmesi, ÖTV ve KDV'deki artışlar, ruhsat alımının zorlaştırılması ve sairlerle daralan iç piyasaya alternatif olarak av sektörü ihracata yönelmek zorunda kalmıştır. Söz konusu ihracat bu tarihlerden günümüze artarak devam etmektedir.

Sektör daha ziyade küçük ve orta boy işletmelerden (KOBİ) oluşmaktadır. Bilindiği üzere KOBİ'ler bölgeler arası dengeli kalkınmaya ve istihdama önemli katkı sağlamaları, büyük işletmelerin yan sanayi olarak tamamlayıcısı olmaları, yapıları itibarıyla ekonomik dalgalanmalardan daha az etkilenmeleri gibi özelliklerinden dolayı, tüm dünya ülkelerinde ekonomik ve sosyal hayatın bel kemiği olarak nitelendirilmektedirler. Bu anlamda, sektörün sağladığı istihdam olanakları, mevcut ve potansiyel olarak sahip olduğu katma değer yaratma gücüyle gerek ülke genelinde gerekse Konya özelinde önemli sektörlerden birisini oluşturmaktadır. Ülkemizde ve özellikle de bölgemizde üretilen av tüfeklerinin maliyet, kalite ve işçilik açısından dış

pazardaki rekabet gücü yüksek olup, AB’de yaşanan ekonomik krizin sektör için bir avantaja dönüştürülmesi mümkündür. Rekabet gücü ve pazar çeşitliliği, ulusal ekonomideki yeri, ihracattaki payı ile gelecekte öneminin daha da artması beklenen sektör, tasarım gücüne dayalı bir endüstri olması ve hitap ettiği kesimler itibariyle ülkemizin ve bölgemizin tanıtımı açısından da ayrı bir öneme sahiptir.

Beyşehir bölgesindeki firmaların yatırımlarına bakıldığında daha çok silah sanayinde kullanılan araç gereçlere yatırım yapıldığı görülmektedir.(Tablo-1) Değer bazında bakıldığında en fazla yatırım yapılan alan 18 milyon TL’lik yatırım tutarı ile CNC tezgâhlarında olmuştur. Ardından ise 15 milyon TL’lik yatırım değeri ile Torna tezgâhları ve 10 milyon TL yatırım tutarı ile arıtma tesisli krom nikelaj kaplama tesisine yapılmıştır. (2016-Üzümlü Av Tüfekleri Üretimi Saha Araştırması Raporu)

Tablo 1. Beyşehir İlçesi Av Tüfeği Sektörünün Yatırımları

Makine ve Yatırım Adı	Adedi	Birim Değeri	Toplam Tutar
CNC Tezgah	180	100.000	18.000.000
Freze Çeşitli işlemli	250	25.000	6.250.000
Torna tezgahları	600	25.000	15.000.000
Sütunlu matkap	1.000	7.500	7.500.000
Oksijen kaynak ve elektrik kaynak	500	1.000	500.000
Yüzey pürüzlüğü makinesi	1.000	1.500	1.500.000
Ağaç dipçik tasarım makine takımı	5	150.000	750.000
Lazer ağaç yakma oyma makinesi	75	15.000	1.125.000
Demir oyma işleme makinesi	50	75.000	3.750.000
Plastik Döküm enjeksiyon makinesi	2	125.000	250.000
Arıtma tesisli krom nikelaj kaplama	5	2.000.000	10.000.000
Servis pazarlanma aracı	180	25.000	4.500.000
TOPLAM		69.125.000	

Halen Amerika, Kanada, Güney Afrika, Mısır, Ürdün, Kazakistan, Özbekistan, Azerbaycan, Rusya, Almanya, Fransa, İngiltere, Danimarka, Norveç gibi Avrupa ülkelerinin neredeyse tamamına tüfek ihraç edilmektedir. Bölgede bulunan 10’a yakın büyük firma üretimlerinin büyük bölümünü dış pazara yönelik yaparken diğerleri iç pazar ihtiyacını karşılamaktadır. Başta Avrupa ülkeleri ve ABD olmak üzere tüm dünyaya av tüfeği ihracatı yapan bölgede, yılda ihracatla beraber 110-120 bin arasında bir üretim söz konusudur. Sektörün gelişmesi ve ihracat yapılıyor olması hem bölge insanına istihdam sağlamakta böylece bölgeden göçlerin önüne geçmekte hem de bölgenin refah seviyesinin ve sürdürülebilir kalkınmanın önünü açmaktadır.

2.4. HUĞLU BÖLGESİNİN MEVCUT DURUMU

Bugün 650 ye yakın ortağı ile 50'den fazla ülkeye kendi markası ile silah ihraç eden Huğlu Av Tüfekleri Kooperatifi'nin yanı sıra irili ufaklı birçok işletme ve fabrikada üretim yapılmaktadır. Bölge insanın istihdamı ve refahının sağlanmasında merkezi noktada yer alan sektör, her geçen gün daha da büyümektedir. Huğlu'da sadece tüfek değil, medikal sektörüne yönelik hassas parçalar da imal edilmektedir. Huğlu'da hâlihazırda av tüfeği üreten 12 işletme bulunmaktadır. Çalışma bağlamında bu işletmelerden 10'undan sağlıklı bilgi alınabildiğinden bu işletmelerin verileri kullanılmıştır.

Huğlu Av Tüfekleri Kooperatifi 1990'lı yılların ortalarında ihracat yapmaya başlamıştır. Yaklaşık 20 yıllık ihracat serüveninde bugün 30 ülkeye doğrudan, 25 ülkeye de dolaylı olarak ihracat yapmaktadır. Amerika, İngiltere, Rusya, Fransa, Gürcistan, Lübnan ülkeleri başlıca ihracat yapılan pazarlardır. 2014 yılı itibariyle toplam satışların %75'i ihracat olarak gerçekleşmiş olup, toplam ihracatın %48'i de Amerika Birleşik Devletlerine yapılmıştır. 2014 yılında toplam ihracat 27.518 adet, 8.50 Milyon Dolar olarak gerçekleşmiştir. 2014 yılında toplam 38.000 adet yivsiz av tüfeği imalatı yapılmış, 8.200.000 USD ihracat ve 10.000.000 TL yurt içi satışlar ile toplamda 27.864.000 TL ciro gerçekleştirilerek Konya Vergi Dairesinin açıkladığı 2014 yılı vergi rekortmenleri listesinde 33. Sıraya ulaşılmıştır. 2015 yılında toplam ihracat ise 4.30 Milyon Dolar olarak gerçekleşmiştir. Huğlu'daki işletmelerin hemen tamamı 1990'larda Huğlu Av Tüfekleri Kooperatifinden ayrılan girişimcilerin kurduğu işletmelerdir. Huğlu'da av tüfeği üreticilerini şirketleşmeye götüren en önemli nedenler arasında, kooperatif bünyesinden ayrılıp kendi markasını oluşturma isteği ve 1990'larda ihracat olanaklarına bağlı olarak av tüfeği sektörünün hızlı bir atağa geçmesi gösterilebilir. Nitekim Türkiye'de av tüfeği imalatı yapan işletmelerin çoğu bu tarihlerde faaliyete geçmiştir. İşletmelerin sadece imalat bölümünde çalışan işçi sayısı 2015 yılında toplam 624'e (bugün itibariyle 733) ulaşmıştır. Ancak bu sayının yaklaşık yarısı (319 kişi) sadece Huğlu Av Tüfekleri Kooperatifi'nde çalışmaktadır. En az çalışan sayısı açıklayan firma, işçi sayısını 12 olarak belirtmiştir. İşletmelerin yıllık toplam üretim kapasitesi 177.850 adet, yıllık üretim miktarı ise 118.000 adet olarak hesaplanmıştır. İşletmelerin üretim kapasiteleri ve üretim miktarları büyük ölçüde değişkenlik gösterir. Bunun yanı sıra yıllık kapasite kullanımında da farklılıklar söz konusudur. Yıllık kapasite kullanım oranının %50 ile en düşük olduğu işletme sayısı 1'dir. Yıllık kapasite kullanım oranı %100 olan işletme sayısı da 1'dir. Genel olarak bakıldığında, Huğlu'daki işletmelerin yıllık kapasite kullanım

ortalaması % 66,3 olarak bulunmuştur. Kapasite kullanımında mevsimsellik önemli bir sorun oluşturmaktadır. Avlanma sezonlarında tüfeğe olan talep de artmaktadır. Örneğin Türkiye’de iç talep Ağustos ve Mart ayları arasındaki avlanma sezonunda daha yüksek olmaktadır. Huğlu’da tüm firmalar ihracat yapmaktadır. Fakat daha çok ulusal düzeyde pazara sahip olanlar mevsimsellik sorunundan daha fazla etkilenmektedir. Çok çeşitli ülkelere ihracat yapan, özellikle ihracat yelpazesini her iki yarı küreye genişletebilmiş firmaların bu sorundan etkilenme derecesi ise daha düşüktür. Çünkü farklı yarı kürelerde farklı mevsimlerin yaşanması sonucu av sezonları -ve dolayısı ile talep de- yılın tamamına yayılmış olmaktadır. Anket uygulanan 8 firma mevsimsellik durumunun imalat üzerinde olumsuz etkisi olduğunu belirtirken, 2 firma bundan etkilenmediklerini ifade etmiştir. Huğlu’dan av tüfeği ihracatında ilk sıraları ABD, Avrupa ülkeleri (özellikle Fransa, Almanya, İngiltere, İtalya) ve Ortadoğu ülkeleri (özellikle Lübnan, Ürdün) almaktadır. 9 işletme ABD’ne ihracat yaptığını belirtmektedir. Bununla birlikte Rusya, Çek Cumhuriyeti, Avustralya, Yeni Zelanda, Güney Kore, Afganistan, Pakistan, Güney Afrika Cumhuriyeti ve Namibya av tüfeği ihraç edilen diğer ülkeler olarak belirlenmiştir. Av silahlarında dünyanın önde gelen firmalarının bulunduğu ülkeler aynı zamanda Huğlu’dan yapılan ihracatta ilk sıralarda yer almaktadır. Bu durum, Huğlu av tüfeği endüstrisinin dünya ölçeğinde rekabet gücünü göstermesi bakımından önemlidir.

Av tüfeği imalat sürecinde çok çeşitli hammaddeler, yarı mamül maddeler, makineler ve kimyasallar kullanılır. Söz konusu gereksinimler Huğlu Tüfek Sanayiinin ülke ve dünya ölçeğinde çok geniş bir tedarik ilişkisi kurmasına yol açmıştır. Bunun yanı sıra üretim araçlarını oluşturan makinalar ve elektrikli/elektronik cihazlar da büyük ölçüde çeşitli ülkelere ithalat yoluyla temin edilmektedir. Huğlu’da sadece bir işletme kromu İngiltere ve Almanya’dan temin ettiğini belirtirken, üretim makinelerinin bir kısmını yurt dışından sağladığını belirten firma sayısı altı olmuştur. Bu firmalar üretim makine ve tezgâhlarının ithalatında Japonya, ABD, Tayvan, Tayland ve Almanya’yı tercih etmektedir. Elektrikli ve elektronik cihazları ithalat yoluyla sağladığını belirten iki firma da, bu araçların temininde Japonya ve Tayvan’dan ithalat yapmaktadır. Son olarak 1 firmada tüfeklerin ahşap aksamı için ceviz ağacı kerestesini Ermenistan’dan ithal etmektedir. Dipçik ve diğer ahşap akşamlarda ceviz ağacı kullanılmasının nedeni sert, dayanıklı olmasının yanı sıra güzel desenler vermesinden kaynaklanmaktadır. Bunların dışında diğer tüm araç-gereç, mamul ve yarı mamul girdiler Türkiye’nin 10 ayrı ilinden temin edilmektedir. Huğlu’da gelişen bu sanayi kolunun gereksinimleri, Türkiye’de çok sayıda

yerleşme ile ekonomik ilişkiler kurulmasına yol açmıştır. İşletmelerin tamamı av tüfeği imal etmekte olup, sekiz firma sadece av tüfeği imalatı yaparken, geriye kalan firmalar av tüfeği imalatının yanı sıra demir-çelik fabrikalarına yedek parça, Silahlı Kuvvetler için silah üretimi ve bomba imha setleri imalatı da yapmaktadır. Huğlu'da işletmeler çeşitli tipte av tüfeği imal etmektedir. Bununla birlikte işletmeler tarafından en fazla üretimi yapılan tüfek türleri yarı otomatik ve süperpoze av tüfekleridir. Üretilen tüfek modellerinin zenginliği de dikkat çekicidir. Huğlu'da günümüzde 95 çeşit model tüfek üretilmektedir. (2016-Huğlu Av Tüfekleri Üretimi Saha Araştırması Raporu)

2.5. ÜZÜMLÜ BÖLGESİNİN MEVCUT DURUMU

Türkiye'nin savunma sanayi alanında gelişme potansiyeli olan mahallede Üzümlü Esnaf ve Sanatkarlar Odası'ndan edinilen bilgilere göre kayıtlı 162 işletmenin 90'ının faal imalathane olduğu, bunların 7 tanesinin ortalama 200 işçi çalıştıran büyük işletme, diğerlerinin 1-2 işçi çalıştıran küçük işletme olduğu belirtilmiştir. Ayrıca 30 kadar firmanın da yurt dışına satış yaptığı diğerlerinin yurt içi taleplere yönelik çalıştığı belirtilmiştir. Konya Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği 2011 verilerine göre kayıtlı aktif üye sayısı ise 162'dir. Üzümlü tüfek imalatında ününü dünyaya duyurmuştur. Üzümlü'de av silahları üreten birçok firma bulunmaktadır. Av sanayi tesislerinde usta ellerin alın teri ve teknolojinin son imkanları ile üretilen yapısı ve işlemleri ile de zarif bir sanat eseri olan kaliteli av tüfekleri dünya pazarlarında aranan bir marka durumuna gelmiştir.

Savunma sanayine yönelik altyapının geliştirilmesinde önemli bir rezerv oluşturma potansiyeline sahip olan av silahları imalatı, bölge içindeki yaygın olarak gerçekleştirilen önemli bir ekonomik faaliyettir. Bölge üreticilerinin ilgili sektörde sahip olduğu tecrübe ve birikim, ileri teknolojiye geçiş aşamasında bölge adına büyük bir ivme kazandıracaktır. Av silahlarının imalatında ulusal ihtiyacın %75'i TR52 Bölgesinde Üzümlü ve Huğlu kasabaları üreticilerince karşılanmaktadır. Ciddi bir ihracat potansiyeli bulunan sektör 1990'lı yılların sonlarına doğru ihracata ağırlık vermiş olup 2005 verilerine göre 30 milyon TL katma değer sağlamıştır. Sektördeki büyümenin en önemli itici gücü ihracattır.

Savunma ihtiyaçlarının yerli kaynaklardan karşılanma oranı 2007 yılında yüzde 41,6'dan 2011 yılında yüzde 54'e yükselmesine rağmen bu alanda dışa bağımlılık devam etmektedir.

Gelişmiş ülkelerde bu oran yüzde 85 ila 95 seviyesindedir. Savunma sanayii ihtiyaçlarının karşılanmasında yerli payın artırılması amacıyla ülkemizde savaş gemisi, helikopter, tank, insansız hava aracı ve uydu tasarımı ve üretimi projeleri yürütülmektedir.

Türkiye'nin av tüfeği üretiminde önemli yeri olan Beyşehir ilçesine bağlı Üzümlü Mahallesi'nde yivsiz setsiz silah üretimi yapan 120' nin üzerinde firma, ABD başta olmak üzere 99 ülkeye ihracat yapıyor. Av tüfeği üretiminde merkez haline gelen Konya'nın Beyşehir ilçesi, imalat, istihdam, ticaret ve ihracatta önemli konuma yükselmiştir.

Bölgede üreticilerin bir araya gelerek kurduğu kooperatiflerle; 12, 16, 20, 28 ve 36 kalibrelik, 51, 55, 66, 68, 71 ve 76 santimetre namlu uzunluğuna sahip “tek kırma”, “çifte”, “süperpoze”, “otomatik” ve “yarı otomatik” modelinde av tüfeği imal edilmektedir.

Beyşehir / Üzümlü mahallesinde 1 kooperatif, kooperatife ortak 12 şirket ve 20 şahıs firmasının üretim ve satışın gerçekleştirildiği sektörde, yılda 30 ila 50 bin arasında tüfek üretimi gerçekleştiriliyor.

“Türkiye'nin av tüfeği imalatının önemli bir bölümü bu mahallede gerçekleştiriliyor. Mahallede 120'ye yakın firma var. Türkiye'deki av sektörü için, 2521 sayılı Kanuna göre üretimi gerçekleştirilen yivsiz-setsiz silahların yüzde 80'i burada imal edilmektedir.

Türkiye'de av tüfeği imalatı yapan yaklaşık 300 işletmenin 160'ı Beyşehir'de faaliyet göstermektedir. Üzümlü Türkiye'de üretilen av tüfeğinin yaklaşık %75'ini sağlamaktadır.

Üzümlü tüfek imalatında adını dünyaya duyurmuştur. Üzümlü 'de av silahları üreten birçok firma bulunmaktadır. Savunma sanayine yönelik altyapının geliştirilmesinde önemli bir rezerv oluşturma potansiyeline sahip olan av silahları imalatı, bölge içindeki yaygın olarak gerçekleştirilen önemli bir ekonomik faaliyettir. İşletmelerin % 90'ı üretimini evlerde ya da evlerin altında bulunan kapalı alanlarda yapmaktadır. Bölge üreticilerinin ilgili sektörde sahip olduğu tecrübe ve birikim, ileri teknolojiye geçiş aşamasında bölge adına büyük bir ivme kazandıracaktır. Av silahlarının imalatında ulusal ihtiyacın %75'i TR52 Bölgesinde Konya

Beyşehir ilçesi Üzümlü ve Huğlu mahallelerinde bulunan üreticilerce karşılanmaktadır.

Türkiye’de satılan yivsiz av silahlarının yüzde 80’i Üzümlü ve Huğlu’da üretiliyor. Aynı zamanda bu 2 mahalle, ABD ve Rusya başta olmak üzere 99 ülkeye silah ihracatı yapıyor. Yaklaşık 5 bin kişi bu sektörde çalışmakta ve 120 firma üretim yapmaktadır. Yılda 50 bin silah ihracatı ve 15 milyon dolar gelirle, Türkiye sektöründe ABD’den sonra ikinci sırada yer almaktadır.

Milli Piyade Tüfeği ‘MPT-76’ ile ilgili detaylara ulaşıldı. MPT-76, NATO’nun 42 testini hatasız geçen tek tüfek. Yaklaşık 200 parçadan oluşan MPT-76’nın şu anda tüm parçaları üretiliyor. Namlu çeliği dövülen ve bantta olan yeni tüfeğin hem MKE hem de yan üreticilerden sağlanan parçaları (askı kayışı, plastik çanta gibi) her an montaja hazır halde bekliyor. Yapılan seri üretim sözleşmesine göre MKE 2016’da TSK’ya toplamda 500 adet MPT-76 verecek. Şu an milli piyade tüfeğinin parçaları Üzümlü ve Huğlu’da üretilmektedir.Şu anda, hem modern fabrikalar, hem de apartmanların altındaki imalathaneler çalışmakta ve iç pazara, dış pazara ürün vermektedir.

Sektör daha ziyade küçük ve orta boy işletmelerden (KOBİ) oluşmaktadır. Bilindiği üzere KOBİ ’ler bölgeler arası dengeli kalkınmaya ve istihdama önemli katkı sağlamaları, büyük işletmelerin yan sanayi olarak tamamlayıcısı olmaları, yapıları itibariyle ekonomik dalgalanmalardan daha az etkilenmeleri gibi özelliklerinden dolayı, tüm dünya ülkelerinde ekonomik ve sosyal hayatın bel kemiği olarak nitelendirilmektedirler. Bu anlamda, sektörün sağladığı istihdam olanakları, mevcut ve potansiyel olarak sahip olduğu katma değer yaratma gücüyle gerek ülke genelinde gerekse Konya özelinde önemli sektörlerden birisini oluşturmaktadır.Rekabet gücü ve pazar çeşitliliği, ulusal ekonomideki yeri, ihracattaki payı ile gelecekte öneminin daha da artması beklenen sektör, tasarım gücüne dayalı bir endüstri olması ve hitap ettiği kesimler itibariyle ülkemizin ve bölgemizin tanıtımı açısından da ayrı bir öneme sahiptir.

Projenin hedef kitlesi kooperatifimiz bünyesinde 32 işletme bulunmaktadır. 12 Limited şirket, 20 şahıs işletmesi bulunmaktadır. 32 işletmenin 29 tanesi av tüfeği ve parçaları imalatı yaparken, 3 tanesi av tüfeği pazarlaması yapmaktadır. Bölgede 3 işletme fabrika halinde seri üretim yapmakta iken geri kalan işletmeler

küçük atölyelerde üretim yapmaktadır. Üzümlü Mahallesi'nde yivsiz setsiz silah üretimi yapan 80'in üzerinde firma, ABD başta olmak üzere 99 ülkeye ihracat yapmaktadır. Yılda 30-50 bin silah ihraç eden Üzümlü, ülkeye 15 milyon dolar döviz girdisi sağlamaktadır.(2016-Üzümlü Av Tüfekleri Üretimi Saha Araştırması Raporu)

3. ÜZÜMLÜ VE HUĞLU SİLAH SANAYİSİ İLE İLGİLİ SAHA GÖZLEMLERİ

Hem Üzümlü’de hem de Huğlu mahallelerinde silah üreticileri ve halkla yapılan birebir görüşmelerden elde edilen sonuçlar:

-Organize sanayinin Beyşehir’e taşınması, Üzümlü ve Huğlu için büyük bir tehlike.



-Mahalle olmasıyla ilgili şikayetler.

Beyşehir merkezdeki emlak vergisiyle, Üzümlü ve Huğlu aynı vergiyi ödüyor.

Sağlık Ocağı yeterli değil. Yani vatandaşın Üzümlü de ve Huğlu’da kalmasının bir anlamı yok
Göç kaçınılmaz olacak.



-Tüfekçilikle ilgili bir meslek lisesi, geleceğe yönelik çok önemli.

Ama sadece okul açmak değil ustaların, bu işin duayenlerinin bu eğitime katkı vermeleri şart.



-Devletin mutlaka destek vermesi lazım.

Askerin silahını yapmakla kalmayız, dünyaya açılırız.



-Sektörün kurtuluşu dış pazarda. Ya da Savunma Sanayi'ne üretim yapılmalı.

Eskiden el işçiliğiyle haftada bir iki tüfek yapılırdı.

Şimdi imalat çok ve üretici fazla.



-Eskiden otomatik tüfeği bin marka satardık. Şimdi çok düşük fiyatlar.
Kar marjı düştü, Üretici “hurdası bana kalsa yeter” mantığıyla iş yapıyor.

-Bu sektör çok zor zamanlardan geçti.
Türkiye de yapılamayacak silah yok ama malzeme eksik. O kalitede üretilen çelik yok.



-Tüfeğin bütün hammaddesi dövizle temin ediliyor. Ancak satış TL. ile ve kar etmek çok zor.



-Eskiden tüfek imal edenin büyük itibarı vardı. Çünkü işçiden memurdan çok daha fazla para kazanırdı.

Şimdi tüfekçiyim deyince kovalıyorlar bizi. İtibarı kaybettik.

-Biz de hata yaptık. Yanlış yapan arkadaşlara engel olamadık.

Devlet de cezayı hepimize kesti.

Oysa güçlü devlet, bu yanlış yapanların tepesine binseydi ve cezasını kesseydi hepimiz birden mağdur olmazdık.

Tüfekçi deyince devletin gözünde itibarsız kalmazdık.

Ruhsatsız tüfek satan oldu, standart dışı tüfek yapan oldu.

Yakalanınca hepimizin adı kötüye çıktı.

Çoğu işletme buna tenezzül etmez. Ama yapanın cezasını hepimiz çektik.

Eskiden sınıfta olan bir olay için tüm öğrenciler sıra dayağından geçerdik.

Şimdi aynısını devlet yapıyor.

Birisi yanlış yapıyor, devlet de bizi sıra dayağından geçiriyor.



- Bayiler gelir burada evde misafir olurlardı. Tüfek beklerlerdi. Herkes yarıştırdı misafir etmek için. Şimdi biz ayaklarına gidiyoruz satabilmek için.
- Yeni nesil misafir etmeyi bilmez. Ama bilgileri görgüleri çok yüksek. Profesyonel çalışıyorlar. Dil biliyorlar. İkinci kuşak daha akıllıca imalat ve pazarlama yapıyorlar.



- Gelenek- göreneğin kaybolmasından rahatsızlar.
- Eskiden yurtdışı fuarlarında 4-5 Türk firması olurdu. Şimdi Almanya fuarında 200 stant var, 150 si Türk. Devletin bakışı bu kadar olumsuz olmasaydı, silah sanayinde biz bir İtalya olurduk. İtalyanlar buraya geldi. Bu kadar ucuza nasıl üretiyorsunuz diye. Baktılar ve dediler ki: siz işçilikten fedakarlık yapıyorsunuz.



GEÇMİŞTEN BİR ANI:

1984 de Beyoğlu Odakule’de silah fuarında 112 katılımcı var, hepsi yabancı firma.

Biz de oradayız. Özal geziyor fuarı. Üzümlü standına geliyor.

Bu kimin diyor. Bizim diyorlar. Biz kimiz oğlum diyor.

Üzümlü, yani Türklerin diyorlar.

Burada mola verelim diyor yanındaki bakanlara.

Onlara ayran ikram ediyorlar.

Ayrılırken bakanlara diyor ki bundan sonra bu konularda bu çocuğu çağırın diyor Özal.

Devletin haberi yok yani üzümlü de tüfek üretildiğinden.

Gitmeden soruyor, bi ihtiyacınız var mı diye.

Müdür diyor ki sayın başbakanım o kadar çok ihtiyacımız var ki.

Bakanlara dönüyor Özal. Fuardan sonra ne ihtiyaçları varsa görün ve bana da bilgi verin diyor.

Sonra 5 milyon lira para veriyor devlet.

O parayla 3 kamyon tezgah alıyorlar İstanbul’dan.

Bu olay Üzümlü silah sektörünün önünü açıyor.

Ve 87 lere gelince 850 ortağa çıkıyor kooperatif ve aylık 3000 civarında süperpoze üretiliyor.

Ve yok satıyoruz.

95-96 larda problem başladı. 118 çalışan vardı.

Ve ömrünü tamamladı. 5-6 yıl içinde battı.

1000 kişinin eklemek yediği bir sektördü. Bunun 850 si

kendi ev-atölyelerinde çalışanlardı.

Kooperatif bitti.

Özel sektörde de iyi çalışan şirketler var.

Şu anda 2500-3000 insan çalışıyor.

Yanlış yapan işletmeler de var.

Ama acısını herkes çekti.

Devlet herkesi aynı kefeye koydu.

Kooperatif bu sektöre çok iyi bir eğitim oldu. Bu yapıdan

pek çok usta yetişti.

Çünkü bunun okulu yok.

Şimdi öyle ustalar var ki, bi model tarif etseniz, bir

haftada size yaparlar.

Bunun asıl sebebi kooperatif de yetişen ustaların yeteneğidir.

Şu anda devlet nezdinde prestij kaybettik.

Özal bunu Türkler yapıyor deyince gözleri ıslı ıslı olmuştu.

Hepsini mi biz yapıyoruz oğlum diye inanamamıştı.

**MARKALAŞMAYA
KATKI SAĞLAYACAK
ÖNERİLER**

4. MARKALAŞMAYA KATKI SAĞLAYACAK ÖNERİLER

4. 1. SOSYAL MEDYA PROJESİ

Günümüzde artık internette varsan varsın, yoksan bir hiçsin... Sosyal medya hesaplarında kaç takipçin var, o kadar değerlisin. Web siten ayda toplam kaç trafik alıyorsa, o kadar izleniyor, o kadar beğeniliyor, ürün ya da hizmetin o kadar ilgi görüyor...

Aslında ilk çağlardan beri insanoğlu kendini ifade edecek yollar aradı. Mağara duvarlarına çizilen resimlerden günümüz sokak performanslarına uzanan yelpazede tüm insanlık kendini bir türlü ifade ediyor.

İş şirket ve kurumlar söz konusu olduğunda spontane işler yerine stratejik planlamalar yapmak gerekiyor. Dijital dünya henüz çok genç olmasına rağmen şirket ve kuruluşların görünümünde baş rolü oynamaya başladı. O nedenle uluslar arası büyük kurumlar dijital dünyada çok başarılı işlere imza atarken pek çok irili ufaklı şirket veya kurum neyi nasıl yapacağını pek bilemiyor.

Bizi ilgilendiren Huğlu ve Üzümlü için de durum maalesef pek iç açıcı görünmüyor. Huğlu ve Üzümlü'nün iki ayrı web sitesi var... Huğlu'nun sitesi hayli derli toplu, Üzümlü'nün ise daha amatör bir görünüm arz ediyor. Ama özü itibarıyla her ikisi de bir şekilde internet ortamında mutlaka olmaları gerektiğinden yola çıkmış; ancak sadece varlar. Her ikisi de statik. Klasik "Hakkında, ürünler, tarihçe, iletişim" ve benzeri içerikle karşımıza çıkıyor.

Oysa her iki kasabamız ürettikleri av tüfekleriyle dünya çapında bir üne sahip. Ama her iki web sitesi hak ettiği trafiği sağlayabiliyor mu? Diğer sosyal medya araçlarıyla entegre bir çalışma yürütüyor mu? Örneğin her iki kasabamız hakkında Facebook'ta farklı farklı hesapları var. Yani bir dağınıklık söz konusu.

Peki ne yapmalı?

Öncelikle Huğlu ve Üzümlü üreticileriyle bir araya gelerek güçlerini birleştirmelerine ve bunu tek bir web sitesinde vücut bulması gerektiğine ikna edilmeleri gerekiyor.

Sadece basit bir web sitesi sorunu çözebilir mi? Hayır, asla çözemez.

Öncelikle bir sosyal medya stratejisi belirlenmeli; web sitesi ve diğer sosyal medya hesapları bu kısa, orta ve uzun vadeli stratejiler doğrultusunda yönetilmeli.

Her şeyin başı blog

Bilindiği gibi Twitter ve hatta son günlerin en gözde sosyal medya hesabı Instagram birer mini blog. Ama esas blog, ortak web sitesi bünyesinde olmalı. Blog derken neden bahsediyoruz? Her yeni içerik; bu bir fotoğraf olabilir, bu bir video olabilir, bu bir düz metin olabilir veya her ikisi hatta her üçü birlikte olabilir; bir blog malzemesidir. Ne kadar çok yeni, özgün içerik oluşturulur ise web sitesine trafik o oranda artar. Web sitesindeki trafik arttığı müddetçe Huğlu ve Üzümlü'nün bilinirliği artar, bu iki kasabamızda üretilen tüfekler hakkında Türkiye'den ve Dünya'dan çok daha fazla insan haberdar olur. Böylesi bir çaba Huğlu ve Üzümlü'yü markalaştırır, ürünlerine olan ilgiyi ve nihayet satışını sağlar...

Nasıl bir içerik

Örneğin Huğlu ve Üzümlü için önerdiğimiz dökü-drama söz konusu web sitesi için dört başı mamur bir içerik. Ancak süreklilik arz edebilir mi? Hayır. Öncelikle üretimi her zaman mümkün olamaz. Ama bir üreticinin yurt dışına yaptığı ihracat haberi bir içeriktir. Üretici şirket ve kişilerin her birinin öyküsü bir içeriktir. Üretilen her yeni tüfek modeli yeni bir içeriktir. Kısaca Huğlu ve Üzümlü'de olan biten her yeni şey bir değer ifade ediyor; web sitemize ve onunla entegre diğer sosyal medya hesaplarına yeni yeni takipçiler getiriyor. Bu, biraz önce ifade edildiği gibi Huğlu ve Üzümlü'nün markalaşması, ürünlerinin satışının artması anlamına geliyor.

Aslına bakılırsa Huğlu ve Üzümlü'nün çok ilginç öyküleri var. Bu da bize önemli bir fırsat sunuyor. Çünkü en çok izlenen, okunan, takip edilen bloglar, hangi konuda olursa olsun hikayelerle örülü olmalıdır. Hiç şüphesiz bloglarda içeriği en anlamlı kılan şeyler ise bir konuyu hikayeleştirmektir. Pazarlamada hikayenin gücü yadsınamaz.

Nasıl yapılacak?

Öncelikle dijital dünya ve sosyal medya alanında uzman bir ekip devreye girmeli ve bir strateji geliştirilmeli. Ardından internet ortamındaki bütün hesaplar tek elde toplanmalı, yeni strateji doğrultusunda yeniden ele alınmalı. Huğlu ve Üzümlü'deki tüm üreticiler bu ekiple sürekli dirsek temasında olmalı, sosyal medya ve blog için içerik üretiminde işbirliği içinde olmalı.

Blog, sosyal medya bir maratondur. Dolayısıyla hızlı başlayıp arkasını getirmemek bugüne kadar yaratılmış tüm değerleri yerle yeksan eder. Halbuki "fayda" bütün bu çabaların ana eksenidir. Gelir ya da nüfuz elde etme, yani menfaatler söz konusuysa asla vaz geçilmemeli, ileri, hep daha ileri gitme hayal edilmelidir.

4. 2. SİNEMA FİLMİ PROJE ÖNERİSİ

Çerçeve Öykü:

Bir jip Beyşehir'den Huğlu ve Üzümlü'ye doğru yol alır. Jipin içinde Frank adında bir Amerika'lı ile onun tercümanı ve kameramanı Yasin vardır. Jipi Yasin kullanmaktadır. Yasin yol boyunca Konya'lı olduğunu anlatır, il ve Mevlana ile ilgili bilgiler verir... Sonunda Huğlu'ya gelirler ve jipi köy kahvesinin önüne park ederler. Yasin selam vererek kahveye girer ve Frank'ı tanıtarak buraya tüfek yapımı ilgili bir belgesel yapmaya geldiklerini anlatır. Huğlu'lular Frank ve Yasin'in çevresini sarar ve herkes bir şeyler anlatmaya başlar. Hemen herkes tüfekçiliği anlatmaya pek heveslidir. Herkes çok sıcakkanlıdır. Çaylar gelir gider. Frank biraz şaşkındır. Yasin bir yandan not almaya bir yandan da Frank'a çeviri yapmaya çalışır, ancak bunun böyle süremeyeceği, belirli bir program çerçevesinde çekim yapmak gerektiği belirtilir. İlk iş Kooperatife gitmek orada çekimlere başlamak gerektiği üzerinde mutabık kalınır.

Frank ve Yasin kalacak yer arayışı içinde olduklarını söyleyince Huğlu'lular dan kimileri evini açabileceğini söyler. Yasin itiraz eder. Köylüler, ezelden beri misafirlerini evlerinde ağırladıklarını, tüfek yaptırmak için gelenlerin günlerce evlerinde kaldığını anlatır; bu bir gelenektir ve çok alışkındırlar. Yasin Frank'a sorar, o memnuniyetle karşılar. Ayaklanırlar...

Fakat kahvede herkesten uzakta fakat kulağı ve gözü grupta olan biri vardır: Mehmet. Mehmet, zayıf, çelimsiz, gözünden güneş gözlüğünü yaz kış çıkarmayan, herkesin deli gözüyle baktığı biridir. Yasin ve Frank'ı dikkatle izler. Özellikle gözünü Amerikalı'dan ayırmaz. İkisi Kooperatife doğru yönelirken geride kalanları uyarır: "Bunlar ajan. Bizim tüfek yapma sırrımızı öğrenmeye geldiler. Belgesel çekimi filan bu işin kılıfı." Herkes güler ama Mehmet son derece ciddidir; yabancıları takip etmeye başlar.

Çekimlere Kooperatifte başlanır. Yasin kamerasını kurar, röportaj yapılacakların yakalarına mikrofönları takar, Frank monitörün başına oturur ve çekimler başlar. Biz kah çekimin çekimini, kah Yasin'in kamerasının çektiği görüntüyü görürüz...

Kooperatifin eski ve yeni yöneticileri, üyeleri önce geçmişleriyle ilgili bilgi verir; 16'ncı yüzyılda Orta Asya'dan geldiklerini, hayvancılıkla uğraşan göçebe Türkler olduklarını, 12'inci yüzyılda Huğlu'ya yerleştiklerini anlatırlar... Huğlu halkının yaradılış itibarıyla sanatkar ruhlu olduğunu, önceleri at ve öküz arabaları, su tulumbarları ve su değirmenleri yaptıklarını, bunu çevre illere sattıklarını söylerler...

Sonra söz Huğlu'ya tüfek imalatçılığının nasıl başladığı hikaye edilir. Mustafa Başçavuş'un Balkan savaşlarında tüfek tamirini öğrenmesi, bu konuda ustalaşması, Huğlu'ya dönünce önce insanların tamir için tüfeklerini Mustafa Başçavuş'a getirmeleri, sonra imalata başlaması anlatılır.

Flashback yaparak 19'ncü yüzyılın sonlarına gideriz... Huğlu'nun o yıllardaki haline döner, Mustafa Başçavuş'u atölyesinde çalışırken görürüz... Kimi tüfeğini tamir için getirir, kimi yeni bir tüfek siparişi verir, kimi siparişini teslim alır. Bu canlandırma sırasında tüfek imalatının en ilkel, en basit hali izleyiciye gösterilir. Demirin ve ceviz ağacının, Mustafa Başçavuş'un ve çıraklarının elleriyle şekillendirilip birleştirilmesi, sanatkar hüneri ve titizliği ile işlenmesi gösterilir...

Flashback biter. Akşam yemeği yemek üzere program yapılır. Deli Mehmet, bütün çekim sürecini büyük bir dikkatle izlemiş, hatta not almıştır. Frank ve Yasin onlara rehberlik edenlerle Kooperatiften ayrıldıktan sonra geride kalanları yine uyarır: "Bunlar ajan ve siz bütün hikayenizi anlatıyorsunuz... Yazıklar olsun size!.."

Yasin yemekte yörenin yöresel yemeklerini Frank'a anlatır. Deli Mehmet kendi kendine söylenir: "Anlat anlat, yemeklerimizi de anlat!"

Gecenin sonunda Frank ve Yasin'in misafir edileceği eve gelinir. İki ayrı oda hazırlanmıştır. Yasin çok yorulduğunu, hemen uyuyacağını söyler. Frank ise dışarı çıkıp biraz gökyüzünü seyredeceğini belirtir, evden çıkar, biraz yürür, ıssız bir yerde bir taşın üstüne oturur, cep telefonunu çıkarır, numarayı çevirir ve konuşmaya başlar: "Köye geldim, herkes bizi çok iyi karşıladı ve hemen anlatmaya başladılar. Yarın da bir sürü röportaj yapacağım, bana en ilkel alet edevatlarından tut da şimdiki teknolojilerine kadar her şeyi gösterecekler. Merak etme, işin sırrını öğrenmeden gelmem..."

Deli Mehmet Frank'ın evden çıkışını, telefon açışını ve konuşmayı olabildiğince yakın bir mesafeden takip etmiştir ve sanki İngilizce konuşmaları anlamış gibi gözleri büyümüştür. Frank görüşmesini bitirip eve dönerken Mehmet çılgınlar gibi Huğlu sokaklarında koşmaya başlar, Kooperatif Başkanının evinin kapısını çalar, evdekileri uyandırır. Başkan kapıyı açar, karşısında Deli Mehmet'i görünce sinirlenir ama Mehmet hemen anlatmaya başlar: "Amerika'ya telefon etti, buraya bizim tüfek sırrımızı öğrenmeye geldiğini söyledi... Başkan bu adamı kovun gitsin." Başkan "La havle" çekerek "Tamam Mehmet, tamam," der, "yarın hallederim." Mehmet Frank'ın kaldığı eve seğirtir, camın altına pusuya yatar. Frank içeride horlayarak uyumaktadır.

Ertesi gün kahvaltıda yeni röportajlar yapmak üzere hazırlık yapılırken Huğlu Meslek Yüksel Okulu'ndan söz açılır ve orada da çekim yapılabileceği belirtilir ve önce okula gidilir. Yasin sürekli çekim yapmaktadır. Silah sanayii teknikerliği dersine girerler. Bütün öğrenciler için eğlence çıkmıştır. Frank sıralardan birine, Yeşim adlı bir öğrencinin yanına oturup ders dinler. Yeşim son derece alımlı bir kızdır. Ders bitimi Yeşim Frank'la İngilizce konuşur. Frank son derece memnun olur, hatta kızdan etkilenmiştir. Şaka yollu ekibe katılmasını ister, Yeşim kabul eder. Bundan böyle ekip üç kişi olmuştur.

Okuldan sonra Huğlu'daki Kooperatif'e çalışan büyüklü küçüklü atölyeler, evlerin altındaki küçük atölyeler gezilir. Buralarda çekim yapılırken bir yandan Huğlu'daki tüfek yapım öykülerini; fuarlara katılım, Turgut Özal'ın tüfek imalatçılığındaki rolü ve benzeri hikayeleri öğreniriz, bir yandan da Frank ve Yeşim arasındaki yakınlaşmayı, yanı sıra Mehmet'in onları takip edişini görürüz...

Bu arada üretilen tüfekleri tek tek deneyen ve (..... adı var mı...) kişinin atış gösterisini izleriz...

Yeşim aslen Üzümlü'dendir; Frank'a orada da çekim yapmaları gerektiğini söyler... Zaten Huğlu hakkında hayli bilgi edinilmiştir. Ertesi gün Üzümlü'ye geçilir... Elbette Mehmet bu bilgiyi alır ve soluğu Üzümlü'de alır, oradakilere şüphelerini anlatır, fakat ciddiye alınmaz, hatta dalga geçilir.

Ekip Üzümlü'ye varır; köyde ilk karşılaşmalar ve sohbetlerden sonra röportajlara geçilir... Eski ismi Manastır olan Üzümlü'nün tarihi hakkında bilgi alınır, ardından Üzümlü'lülerin tüfek imalatıyla Huğlu'da tanışmaları, 1960'lı yıllarda köylerinde evlerinin altında imalata başlamaları, kooperatifleşmeleri, kooperatiflerinin nasıl ve neden etkisiz hale geldiği yapılan röportajlarla öğrenilir.

Derken av ve avcılık hikayelerine geçilir... Domuz, kaz ve tavşan avlarıyla ilgili bilgiler verilirken komik, trajik hatıralar anlatılır, gülünür, eğlenilir...

Burada artık Yasin sadece kameramanlık yapmakta, tercümanlığı ise Yeşim yürütmektedir. Bu yakın çalışma ikili arasında belirgin bir yakınlaşmayı da beraberinde getirir. Hatta Yasin bu durumu Frank'a açar, "neler oluyor?" diye sorar. Frank da Yeşim'den etkilendiğini söyler... Haliyle Mehmet yine peşlerindedir.

Mehmet bir ara Yeşim'i tek başına yakalar ve "Bak Yeşim, sen bu adama yardım ediyorsun ya aslında vatan hainliği yapıyorsun, bu adam casus, casus! Bizim tüfekçilik sırlarımızı çalmaya çalışıyor," der. Yeşim güler geçer. Fakat bu konuşmayı Frank görmüştür ve gelip bu neler olduğunu sorar. Yeşim gülerek "Bu bizim Deli Mehmet'imiz, senin casus olduğunu, sırlarımızı çalmaya çalıştığını söylüyor," der... Güler geçerler...

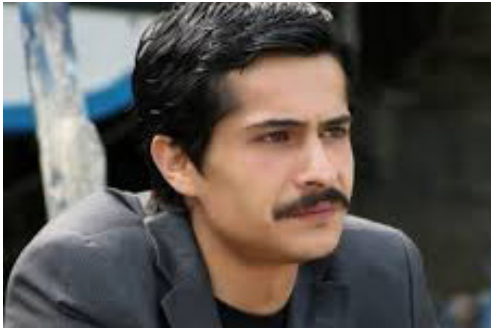
Gece... Yeşim ve Frank yıldızların altında. Romantik bir ortam... Çay içiyorlar... Frank Yeşim'e döner ve "Mehmet doğru söylüyor. Evet, itiraf ediyorum, televizyoncu, belgeselci değilim, ama casus da değilim. Ben aslında Amerika'da bir tüfek imalatçısıyım. Size fason tüfek yaptırıyorum. Ama bu kadar düşük maliyete son derece kaliteli tüfekler nasıl üretiliyor, onu görmeye geldim... İyi ki de geldim. Huğlu ve Üzümlülerin ne kadar misafirperver, çalışkan, sanatkar ama mütevazı insanlar olduğunu gördüm. Bir yerde otururken biri dedi ki, 'büyük hedeflerimiz var, ancak bunlara ulaşmanın küçük ayrıntılarda gizli olduğunun farkındayız.' Evet küçük ayrıntılar... Çalışkan insanlar... özverili insanlar... az ile yetinmeyi ama sanatını en şekilde yapmayı ilke edinmiş insanlar... işin sırrı buymuş meğer... İyi ki gelmişim... Ve iyi ki seni tanıdım. Dilersen benimle Amerika'ya gel ve birlikte çalışalım..."



Frank – **Sinan Tuzcu**



Frank – **Alican Yücesoy**



Kameraman Yasin – **İsmail Hacıoğlu**



Kameraman Yasin – **Cemal Toktaş**



Yeşim – **Hande Erçel**



Yeşim – **Ayça Ayşin Turan**



Deli Mehmet – **Ufuk Bayraktar**



Deli Mehmet – **Mehmet Usta**

4. 3. YAPIMINA BAŞLANMIŞ OLAN SİNEMA FİLMİNİN İÇERİSİNE ÜRÜN YERLEŞTİRME

T.C Kültür Bakanlığı Sinema Genel Müdürlüğü, Destekleme Kurulunca 2018/ 2 karar numarası ile desteklenmeye uygun görülen “Turagay” isimli Sinema filmimizin ön hazırlıklarına başlamış durumdayız.

Bu proje kapsamında filmimize “Huğlu ve Üzümlü” markası için kalıcı bir içerik üretebiliriz.

Ancak bu içerik doğrudan reklam duygusu vermeyecek, imaj artırıcı gizli reklam içerecektir.

Filmin Sinopsisi:

Ürkütücü, ısılk çalan bir fırtına sesi ile açılır siyah ekran.

Etrafta yer yer kar var.

Yüzünü görmediğimiz bir adam, kucağında altı aylık bebekle panik halde koşuyor.

Arkasından da Nermin. At ahırlarına girerler.

Bir atın yanına geldiklerinde, hep birlikte aceleyle ve yırtarcasına bebeğin kıyafetlerini soyarlar. Bebek çırlı çıplak kalır.

Nermin bebeği kucağına alır. Yüzükoyun vaziyette atın sırtına yatırır.

Yüzünü görmediğimiz bir kadın elindeki bohçadan çarşafları çıkarır.

Bebeğin ağzı açıkta kalacak şekilde, ata sararlar elbirliğiyle.

Atın yularından çekerek ahırların dışına çıkarırlar.

Ay ışığında ve karın beyazlığında sırtında bebek sarılı olan atı, gözlerinde yaşlarla görürüz.

Turagay, bu sahne ile açılır.

Çünkü öykümüzün düğüm noktası bu olaydır.

At yetiştirme çiftliğinin sahibi Nermin Hanım ölünce tek varisi Melike,

çiftlikteki bütün atları satılığa çıkarır.

Bu karar Cihan ve kızı Beste'nin hayallerine saplanan bir hançerdir adeta.

Annesi ile babası ayrılma sürecinde olan ve velayet konusunun öznesi durumundaki Beste, bir yandan da doğumundan bu yana beraber büyüdüğü ve adını koyduğu Turagay'ı kaybetmek üzeredir.

Hem Cihan hem de Beste, Turagay için amansız bir mücadeleye girerler.
Ama Melike bu konuda tavizsizdir. Çiftliği kapatıp yaşadığı ülkeye, Amerika'ya dönmek istegindedir.

Temel motivasyonu; aile olmanın verdiği güç, özen göstermenin ne derece dönüştürücü olabileceği, yaşam amacını bulma ve bunun için mücadele etme, fedakarlık ve vefa olan filmimiz, öncelikle on üç yaşındaki Beste'nin gözünden öyküye bakmaktadır.

Uğrunda büyük bir çaba harcanan Turagay'ın neden diğer atlardan farklı olduğunu, Beste'nin okul için yazdığı bir kompozisyon ödevinden öğreniriz.
Veteriner olan Cihan, doğumunda kalçası çıkık olan ve normal koşullarda iğne yapıp acısız öldürülmesi gereken Turagay'ı kızı Beste ile birlikte iyileştirmiş ve deyim yerindeyse bir mucizeye imza atmışlardır.

Bütün çabalara karşın Turagay da diğer atlar gibi satılır.
Beste'nin anne ve babası da birleşme umutlarından gittikçe uzaklaşırlar.

Ama herşeye rağmen umudunu kaybetmeyen biri vardır öykümüzde.
Ve o : “Umudunu kaybeden, yenilgiyi kendiliğinden çağırır.” der ve teslim olmaz.

Bu küçük kızın mücadelesi; hayatına anlam veren iki yüksek değeri,
yani ailesini ve can arkadaşı Turagay'ı yeniden kazanmasına yetecek mi?

Hikaye'nin baş kahramanı olan Cihan, kızı için fedakarlık yapmak zorundadır.
Ve bu fedakarlığın en hüznölüsü de gözü gibi sakladığı, baba yadigarı Huğlu-Üzümlü ortak yapımı bir tüfeği satmak zorunda kalmıştır.

SENARYO'DAN:

40 / CİHAN EV / CİHAN / İÇ-GECE

Cihan, gardrobun alt kısmına elini sokar.
Güçlükle bir kutuya uzanır, çekiştirerek dışarı çıkarır.
Kutuyu açar. Kadifeye sarılmış ince uzun bir şey.
Örtüyü özenle açar. İçinden bir av tüfeği çıkar.
İşlemeli, değerli olduğu belli olan bir tüfek.
Ellerini sürer tüfeğin üzerine, okşarcasına.

42- AV MALZEMELERİ DÜKKANI/ CİHAN-ÖMER-YAşAR / İ -GÜN

Yaşar tüfeği inceler, gözleri parlamıştır.
Ömer de hayran bakmaktadır tüfeğe.

YAşAR:

Nerden geçti eline?

CİHAN:

Baba yadigarı.

Yaşar kabzayı inceler. El yapımı desenlerin arasında küçük bir yazı.
G zl ğ yle iyice dikkatle bakar.

YAşAR:

Kabza  z ml .. El yapımı.. Mustafa Usta'nın içi. Cevizdeki damara bak!

Mekanizma kısmını inceler. Metal aksamda da el yapımı desenler.

YAşAR:

Metal aksam ve mekanizma Huğlu içi. Yımaz yapmış.

Bu gerçekten eşsiz bir tüfek.

Ama bakımsız kalmış. Bir de şu çizikler malesef değerini düşürür bunun.

CİHAN:

Ne verirsin peki?

Yaşar ile Ömer gözgöze gelirler.

YAŞAR:

Valla dediğim gibi bakımlı olsa... Otuz verirdim. Ama bu haliyle...
Yirmi binden fazla etmez.

Cihan bir süre bakar tüfeğe. Gözleri dolar.

CİHAN:

İhtiyacım olmasa asla satmazdım.
En son ne verirsin?

Yaşar ve Ömer birbirlerine bakarlar.
Yaşar düşünür.

YAŞAR:

İkibin daha vereyim. Yirmi iki bin. Daha fazla da vermem.

Cihan, bakışını Yaşar'a çevirmeden başını sallayıp onaylar. Gözünden bir damla yaş süzülür.

CUT TO

Yaşar iki tane yüzlük desteyi uzatır. İkibini de ayrıca sayar.
Cihan alır desteleri ceketinin cebine koyar ve çıkar dükkandan.
Cihan çıkar çıkmaz Yaşar ve Ömer göz göze gelirler.
İkisinin de sevinçten gözleri parlamaktadır.

ÖMER:

Ulan vallahi çok tehlikeli adamsın. Bu tüfeği elini öpene yüz elliye satarız.

YAŞAR:

Sus çaktırma. Cevher bu cevher. Adresi de belli!

4. 4. BELGESEL FİLMİ PROJE ÖNERİSİ

Sinema filmine oranla etkinliği ve gösterim mecraları daha kısıtlı olması nedeniyle; Belgesel fim yapılması önerimiz en son alternatiftir.

Çünkü yapılacak bir çalışmanın değeri, ondan alınacak sonuçla ölçülebilir.

Böyle bir alternatifin tercih edilmesi durumunda, Huğlu'da ve Üzümlü de silah yapımının başladığı yılları canlandıracak dönem atmosferi mutlaka canlandırılmalı ve sinemadaki gibi bir öykü anlatma matematiği kullanılmalıdır.

Klasik anlatımla tanıtım filmi duygusu verecek bir belgeseli kesinlikle önermiyoruz.

Belgesel film için öngörülen yapım süresi: 12 Ay.

4. 5. PROJENİN TANIMI VE KAPSAMI

1-Yapılmış olan internet sitelerinin, satış odaklı iyileştirilmesi dünya çapında satış yapan internet siteleriyle aynı kaliteye getirilmesi.

Günümüzde ürün satışlarının büyük bölümü internet üzerinden yapılmaktadır.(araştırma, bilgi toplama, kıyaslama, düşük fiyat, vb sebeplerden dolayı)

2-Sadece bu iş için yapılacak, gayesi yurt içi ve yurt dışı olacak, ses getirecek bir film Amerika'nın en büyük ticareti silah sanayisidir. Bunu sinema sektörüyle desteklemektedir. Sinema, insanları etkileme ve propaganda aracı olarak da kullanılmaktadır...

Önemli bir not olarak belirtmeliyiz ki:

Savaş filmlerinin finansmanı Amerika'da silah sanayii tarafından karşılanmaktadır. Ve biz bu sayede bu filmleri çoğu zaman keyifle izleriz.

Buradaki amaç da budur zaten.

Top-Gun filminin tüm masrafı savaş uçağı üreten şirketlerce karşılanmıştır.

3-T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Sinema Genel Müdürlüğü tarafından onaylanmış desteklenmiş ve kurulda en yüksek puanlardan birini almıştır. Eylül ayında çekimlerine başlanacaktır. Daha önce yaptığı ve yazdığı filmlerle çok fazla ödül alan ve TBMM üstün hizmet madalyalı sinema piyasasının çok çok iyi tanıdığı Konyalı yönetmen Atalay Taşdiken'in çekeceği Turagay isimli filmde ürün yerleştirilerek var edilmesi.

4-Ulusal ve Uluslararası festivallerde ve tv kanallarında gösterilebilecek nitelikte bir belgesel çalışması ile hedefi yakalamak.

PROJENİN ADI: “ÜZÜMLÜ VE HUĞLU İÇİN!”

AMACI:

Huğlu, Üzümlü markasının ve Konya’nın:

Dünya üzerinde hak ettiği değeri görmesi ve silah sanayinde bir numara olması.

TÜRÜ:

Dijital medyada ve sinemada markaya katkı

TEKNİK İÇERİĞİ:

Amerika’nın yıllardır yaptığı ve başarılı olduğu, sinema sanatıyla sektöre ve markaya fayda.

UYGULAMA SÜRESİ:

1-İnternet sitesi – sosyal medya çalışması 5 ay

2-Sinema filmi 11 ay

3- Sinema filminde ürün yerleştirme 12 ay

BÜTÇE:

1-İnternet sitesi için şirketimiz,

sizin bulacağınız ve yaptıracağınız firmaya ücretsiz olarak fikir desteği verir.

2-Sinema filmi için bütçemiz 1.900.000 TL. (Bir Milyon Dokuz Yüz Bin)

Bu bütçe film yapım bütçesidir ve filmin reklam-pr çalışmasını kapsamaz.

3-Sinema filminde olacak ürün yerleştirme, logo kullanımı ön ve arka jenerik teşekkür ve sinema filmindeki afiş kullanımı, 2.maddedeki sinema filmi gerçekleşirse ücretsiz olacaktır.

4.İçinde dönem canlandırmalarının yer alacağı bir belgesel çalışması için bütçemiz:

750.000.TL (Yedi Yüz Elli Bin)

Bütçelere KDV ilave edilecektir.

ÇALIŞMALARDA YARARLANILACAK MEKAN VE İNSANLAR





ÇALIŞMALARDA YARARLANILACAK MEKAN VE İNSANLAR





BÖLGEDEKİ SAVUNMA SANAYİNİN TANITIM RAPORU



Türkiye Cumhuriyeti
Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı

Bu çalışma, Beyşehir Kaymakamlığı tarafından hazırlanan ve T.C. Mevlana Kalkınma Ajansının desteklediği TR52/18/TD/0016 no'lu "Bölgedeki Savunma Sanayinin Tanıtım Raporu Hazırlanması" Projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili tek sorumluluk Beyşehir Kaymakamlığı'na aittir ve T.C. Mevlana Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz. Haziran/2018

BÖLGEDEKİ SAVUNMA SANAYİNİN TANITIM RAPORU



Bu çalışma, Beyşehir Kaymakamlığı tarafından hazırlanan ve T.C. Mevlana Kalkınma Ajansının desteklediği TR52/18/TD/0016 no'lu "Bölgedeki Savunma Sanayinin Tanıtım Raporu Hazırlanması" Projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili tek sorumluluk Beyşehir Kaymakamlığı'na aittir ve T.C. Mevlana Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz. Haziran/2018