

**KAYSERİ İLİNDE MOBİLYA SANAYİSİNDE FAALİYET GÖSTEREN
İŞLETMELERİN SOSYO-EKONOMİK AÇIDAN İNCELENMESİ**

**2009
YÜKSEK LİSANS TEZİ**

ABDULLAH ABDÜLKADİR KARADUMAN

**KAYSERİ İLİNDE MOBİLYA SANAYİSİNDE FAALİYET GÖSTEREN
İŞLETMELERİN SOSYO-EKONOMİK AÇIDAN İNCELENMESİ**

ABDULLAH ABDÜLKADİR KARADUMAN

Bartın Üniversitesi

Fen Bilimleri Enstitüsü

Orman Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalında

Yüksek Lisans Tezi

Olarak Hazırlanmıştır

BARTIN

Ocak 2009

KABUL:

Abdullah Abdülkadir KARADUMAN tarafından hazırlanan "KAYSERİ İLİNDE MOBİLYA SANAYİSİNDE FAALİYET GÖSTEREN İŞLETMELERİN SOSYO-EKONOMİK AÇIDAN İNCELENMESİ" başlıklı bu çalışma jürimiz tarafından değerlendirilerek, Bartın Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Orman Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalında Yüksek Lisans Tezi olarak oybirliğiyle kabul edilmiştir. 23/01/2009

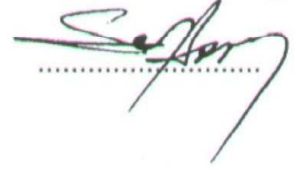
Başkan: Prof. Dr. Selman KARAYILMAZLAR (BÜ)



Üye : Yrd. Doç. Dr. Alper AYTEKİN (BÜ)




Üye : Yrd. Doç. Dr. Hasan SERİN (KSÜ)



ONAY:

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım. 23/04/2009


Doç. Dr. Ali Naci TANKUT
Fen Bilimleri Enstitüsü Müdürü

"Bu tezdeki tüm bilgilerin akademik kurallara ve etik ilkelere uygun olarak elde edildiğini ve sunulduğunu; ayrıca bu kuralların ve ilkelerin gerektirdiği şekilde, bu çalışmadan kaynaklanmayan bütün atıfları yaptığımı beyan ederim."

Abdullah Abdülkadir KARADUMAN

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

KAYSERİ İLİNDE MOBİLYA SANAYİSİNDE FAALİYET GÖSTEREN İŞLETMELERİN SOSYO-EKONOMİK AÇIDAN İNCELENMESİ

Abdullah Abdülkadir KARADUMAN

Bartın Üniversitesi

Fen Bilimleri Enstitüsü

Orman Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Alper AYTEKİN

Ocak 2009, 145 sayfa

“Kayseri İlinde Mobilya Sanayisinde Faaliyet Gösteren İşletmelerin Sosyo-Ekonomik Açından İncelenmesi” adlı bu çalışma Bartın Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Orman Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalı, Orman Endüstri Makineleri ve İşletme Programı’nda Yüksek Lisans Tezi olarak hazırlanmıştır.

Sektörel olarak endüstriyel üretimler, üretim faktörlerinin süreklilik arz edecek uygunluğu ölçüsünde belirli bölgelerde daha fazla yoğunlaşmaktadır. Orman ürünleri sanayi alanında Kayseri, ülkemizde bu anlamda yoğunlaşmanın olduğu bir ildir. Ülkemizde orman ürünleri sanayisi ile ilgili veriler incelendiğinde; bütün iller içerisinde, orman ürünleri sanayisinin temel hammadde kaynağı olan orman varlığı bakımından alt sıralarda bulunması, nüfusunun azlığı, yetişmiş teknik eleman kullanımının düşüklüğü ve eski teknoloji kullanımının fazlalığı gibi nedenlere rağmen, ülke genelinde orman sanayi ürünleri üretim ve ihracatında hep ilk sıralarda bulunmaktadır. Bu durumun sürdürülebilir olması, dünyada meydana gelen her türlü

ÖZET (devam ediyor)

gelişimi yakından takip edebilmekle mümkün olacaktır. Ancak, dünya üzerindeki yeni oluşumlar o kadar hızlı olmaktadır ki, bunları takip etmek ve ayak uydurmaya çalışmakta o kadar güçleşmektedir.

Dünya'daki gelişmeler bir tarafa, ülke içi değişimler ve olaylar da önemli sonuçların doğmasına neden olabilmektedir. Bilindiği üzere Kayseri, özellikle son 20 yılda orman ürünleri sanayisinde özellikle mobilya sektöründe büyük gelişim göstermiştir. Özellikle sanayisinde markalaşma ve kurumsallaşmaya gitmiştir. Bu sayede yurt dışına açılmış ve yaptığı ithalat ve ihracat oranlarıyla Türkiye ve dünyada dikkat çekmiştir. Ardından 2001 yılı ekonomik krizi geçirmesine rağmen kriz sonrasında hızını hiç kesmemiştir ve hep bir adım daha önde olduğunu göstermiştir. Bu ve benzer ana etkileyici faktörlerin etkisi dikkate alınarak; Kayseri'deki mobilya sanayisinin mevcut durumu, hazırlanan anket formları sayesinde sanayiciler ile yüz yüze görüşülerek belirlenmiş, sorunlar tespit edilerek çözüm önerileri sunulmaya çalışılmıştır.

Elde edilen bulguların değerlendirilmesi neticesinde, çalışan sayısı bakımından işletmelere bakıldığında işletmelerin büyüklüğü arttıkça kapasite kullanım oranının arttığı görülmektedir. Bununla bağlantılı olarak ta çalıştırılan mesleki teknik eleman sayısının arttığı belirlenmiştir. Benzer şekilde mesleki standartları dikkate alan, çeşitli kuruluşlar ile yakın ilişki içerisinde olan ve işletmecilik faaliyetlerindeki gelişmeleri yakından takip ederek faaliyetine devam eden işletmelerin büyüklüklerinin de arttığı anlaşılmıştır. İşletme büyüklüğü arttıkça, mobilya üretiminin arttığı, Teknoloji kullanımının arttığı, hammaddenin orman genel müdürlüğü dışındaki kaynaklardan temin edildiği, piyasa koşullarından kaynaklanan kapasite yetersizliği tespit edilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Kayseri, Orman Ürünleri Endüstrisi, Mobilya Sanayisi, Anket Çalışması

Bilim Kodu : 502.08.02

ABSTRACT

M.Sc Thesis

SOCIAL AND ECONOMICAL INVESTIGATION OF FURNITURE MANUFACTURING ENTERPRISES OF KAYSERİ PROVINCE

Abdullah Abdülkadir KARADUMAN

Bartın University

Graduate School of Natural and Applied Sciences

Department of Forest Industry Engineering

Thesis Advisor: Assist. Prof. Alper AYTEKİN

January 2009, 145 pages

This study titled as “Social and Economical Investigation of Furniture Manufacturing Enterprises of Kayseri Province” was prepared for Master’s thesis in Bartın University, Graduate School of Applied Sciences, Department of Forest Products Engineering, Forest Industry Machinery and Administration Science Branch.

Industrial productions on a sector basis are more intensified in some regions depending on degree of sustainability of certain production factors. In forest industry area, Kayseri is one of those intensified provinces. By looking at the forest industry data of our country, Kayseri is one of the leading provinces regarding production and exportation of forest products, although this region is listed on the bottom according to forest value, low population, lack of qualified employees and abundance of using old technology. The sustainability of the current status will be possible by following the developments and trends closely in the world. However, those developments are happening very rapidly and this will be very difficult to follow and apply the necessary changes.

ABSTRACT (continued)

Apart from the outside of the world, domestic developments and events contribute to the rising of the important results. It is known that Kayseri, especially in the forest products industry, especially in the furniture industry has shown great improvement in the last 20 years. Especially Kayseri went to institutionalization and branding in this sector. With this, Kayseri opened its way to foreign markets and has been remarkable region for export and import rates in Turkey and in the world. In 2001, after the economic crisis passed, Kayseri never slowed down and has shown that it is one step ahead. Taking those affecting factors into account, the current status of furniture industry was determined by a questionnaire developed by face to face interviews of entrepreneurs, the problems were identified and solutions were try to be offered.

The evaluation of the results shown that, in terms of number of employees, capacity utilization increases as the enterprises get larger. Parallel to this, number of qualified employees is also increased. Similarly, the size of the enterprises is increased if occupational standards are taking into account, they are in close relationship to various institutes and new administrative developments are closely followed. It was also determined that as the size of the enterprise increases, amount of furniture manufactured and use of technology is also increased. Furthermore, the raw materials are obtained from other resources not from forest directorate. And also there is lack of capacity because of current market conditions.

Key Words: Kayseri, Forest products industry, Furniture industry, Survey study.

Science Code: 502.08.02

TEŞEKKÜR

Dünya üzerinde varlığını sürdürebilmek ve gelişmiş ülkelerin seviyesine ulaşabilmek için ülkelerin kalkınmaları gerekmektedir. Bu nedenle ekonomik büyüme, bir ülkenin kalkınmasında ya da dünya piyasasında var olma savaşında elindeki en önemli silahlardan bir tanesidir. Ülkeler kadar sanayilerinin de büyümesi ve kalkınma politikası içinde en önde yer alması gerekmektedir. Türkiye’de sanayi, ülke ekonomisinin lokomotifi konumunda bulunmaktadır. Bu nedenle büyümekte olan ülke ekonomisinin temel kaynaklarından biri olan sanayi ve içerisindeki payı küçümsenmeyecek kadar büyük olan imalat sanayisinin büyümesi ve gelişiminin sürdürülebilmesi büyük önem arz etmektedir.

İmalat sanayi içinde yer alan küçük ve orta ölçekli işletmelerin payının büyüklüğü önemslenmeli; orman ürünleri sanayisinin de küçük ve orta ölçekli işletmeler içerisindeki önemi göz önünde bulundurulmalıdır. Bu nedenle orman ürünleri sanayisinin de büyüme ile olan ilişkisi dikkate alınmalı ve gerekli olan destekler sağlanmalıdır. Çalışmamızda Kayseri orman ürünleri sanayisinin bir dalı olan mobilya sanayisi incelenerek, ortaya çıkan sonuçlar Kayseri iline ışık tutmuştur.

Bu amaçların tümüne katkı sağlayabilmek ve yeni çalışmalara yol gösterebilmek umuduyla hazırlanan bu çalışmada bütün özverisi ve anlayışlı tavrıyla yanımda olan ve tecrübelerinden faydalandığım, tez danışmanlığımı üstlenerek araştırma konusunun seçimi ve yürütülmesi sırasında, değerli bilimsel görüş ve önerilerinden yararlandığım değerli hocam Yrd. Doç. Dr. Alper AYTEKİN’e (BÜ) teşekkür eder ve minnet duygularımı sunarım.

Çalışmalarımın değerlendirme aşamasında bana yardım eden Arş. Gör. Deniz AYDEMİR (BÜ) ve Arş. Gör. S. Murat ONAT’a (BÜ) teşekkürü bir borç bilirim.

Kayseri Ticaret ve Sanayi Odası yetkililerine ve anket çalışmam sırasında her türlü kolaylığı sağlayarak yardımlarını esirgemeyen değerli Kayseri’li sanayicilerimize teşekkürü borç bilirim.

TEŞEKKÜR (devam ediyor)

Bugüne kadar her türlü konuda maddi ve manevi desteği sağlayan ve her zaman bana güç veren AİLEME teşekkür ederim.

Çalışmamı vatan savunmasında gözlerini kırpmadan her türlü tehlikeye karşı göğüs gererek şehit ve gazi olan değerli askerlerimize ithaf ediyorum.

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
KABUL.....	ii
ÖZET.....	iii
ABSTRACT.....	v
TEŞEKKÜR.....	vii
İÇİNDEKİLER.....	ix
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xv
ÇİZELGELER DİZİNİ.....	xvii
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ.....	xxi
BÖLÜM 1 GENEL BİLGİLER.....	1
1.1 GİRİŞ.....	1
1.2 KÜÇÜK VE ORTA BÜYÜKLÜKTEKİ İŞLETMELER HAKKINDA GENEL BİLGİLER.....	4
1.2.1 Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelere İlişkin Bazı Temel Kavramlar.....	4
1.2.1.1 İşletme.....	4
1.2.1.2 Girişim.....	5
1.2.1.3 Girişimcilik Kavramı.....	6
1.2.2 Türkiye'de Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletme Kavramı.....	9
1.2.3 Dünyada Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletme Kavramı.....	12
1.2.3.1 Avrupa Topluluğunda Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletme Tanımı.....	12
1.2.3.2 OECD Ülkelerinde Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletme Tanımı.....	16

1.2.3.3 Amerika’da Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletme Tanımı.....	17
1.2.3.4 Japonya’da Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletme Tanımı.....	17
1.2.3.5 Ortadoğu Ülkelerinde Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletme Tanımı.....	17
1.2.4 Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tarihsel Gelişimi.....	17
1.2.5 Türkiye’deki Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Yapısı ve Özellikleri.....	18
1.2.6 Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Türkiye Ekonomisindeki Yeri.....	20
1.2.7 Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Dünya Ekonomisindeki Yeri.....	23
1.2.8 Avrupa Birliğinde Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerle İlgili Ekonomik Göstergeler.....	24
1.2.9 Avrupa ve Türkiye’deki Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Karşılaştırılması.....	25
1.2.10 Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Ekonomik ve Sosyal Sisteme Katkıları.....	26
1.2.11 Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Avantaj ve Dezavantajları..	28
1.2.11.1 Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Avantajları.....	28
1.2.11.2 Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Dezavantajları	29
1.3 İMALAT SANAYİSİ HAKKINDA GENEL BİLGİLER.....	29
1.4 ORMAN ÜRÜNLERİ SANAYİSİ HAKKINDA GENEL BİLGİLERİ.....	33
1.4.1 Orman Ürünleri Sanayinin Sınıflandırılması.....	33
1.4.2 Orman Ürünleri Sanayinin Dünyadaki ve Türkiye’deki Gelişimi.....	34
1.4.2.1 Dünyadaki Gelişimi.....	34
1.4.2.2 Türkiye’deki Gelişimi.....	35
1.4.2.3 Türkiye Ekonomisinde Orman Ürünleri Sanayisinin Yeri.....	35
1.5 MOBİLYA SEKTÖRÜ HAKKINDA GENEL BİLGİLER.....	38
1.6 KAPASİTE VE KAPASİTE ÇEŞİTLERİ.....	47
1.6.1 Teorik Kapasite.....	47

İÇİNDEKİLER (devam ediyor)

Sayfa

1.6.2 Pratik Kapasite.....	47
1.6.3 Fiili Kapasite.....	48
1.6.4 Optimum Kapasite.....	48
1.7 STOK KONTROLÜ HAKKINDA BİLGİLER.....	48
1.7.1 Stokların Sınıflandırılması.....	49
1.7.2 Stok Kontrolü.....	49
1.8 İŞLETMELERİN HUKUKİ DURUMU.....	50
1.8.1 Anonim Şirket.....	50
1.8.2 Limited Şirket.....	50
1.8.3 Kollektif Şirket.....	51
1.8.4 Komandit Şirket.....	51
1.8.5 Adi Şirket.....	51
1.8.6 Adi Komandit Şirket.....	51
BÖLÜM 2 MATERYAL ve METOT.....	53
2.1 MATERYAL.....	53
2.1.1 Kayseri İli Hakkında Genel Bilgiler.....	54
2.1.1.1 İlin Adı ve Kısa Tarihçesi.....	54
2.1.1.2 Coğrafyası.....	55
2.1.1.3 Kayseri’de Demografik Yapı.....	56
2.1.1.4 Ticaret.....	57
2.1.1.5 Sanayi Sektörü.....	59
2.1.1.5.1 Kayseri İmalat Sanayi.....	59
2.1.1.5.2 Organize sanayi bölgesi	64
2.1.1.5.3 Küçük Sanayi Siteleri	65
2.1.1.5.4 Madencilik.....	66

İÇİNDEKİLER (devam ediyor)

Sayfa

2.1.1.5.5 Enerji.....	67
2.1.1.6 Kayseri İlinin İthalat-İhracat Durumu.....	67
2.1.1.6.1 İhracat Durumu.....	67
2.1.1.6.2 İthalat Durumu.....	69
2.1.1.7 Kayseri İlinde Orman Ürünleri Sanayisinin Durumu.....	70
2.2 METOT	70
BÖLÜM 3 BULGULAR.....	75
3.1 ANKET SORULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ.....	75
3.1.1 Genel Bilgiler.....	75
3.1.1.1 İşletmelerin Kuruluş Tarihleri Hakkında Bilgiler.....	75
3.1.1.2 İşletmelerin Kuruluş Durumları Hakkında Bilgiler.....	76
3.1.1.3 Hukuki Yapıları.....	77
3.1.1.4 Bugünkü Ekonomik Değerleri.....	78
3.1.1.5 İş Yeri Sahipliği Hakkında Bilgiler.....	79
3.1.1.6 İşletmelerin Kuruluş Gerekçeleri.....	80
3.1.1.7 Bir Metreküp Hammaddeden Alınan Verim ile İlgili Bilgiler...	81
3.1.1.8 İşletmelerin Kuruluşunda Teşvikten Yararlanma Durumları...	82
3.1.1.9 İşletmelerin Memnuniyet Derecelerinin Ölçümü.....	83
3.1.1.10 Memnuniyet Derecelerinin Üretim Üzerine Etkileri.....	83
3.1.1.11 İşletme Kuruluş Yerlerinin Uygunluğu.....	84
3.1.1.12 İşletme İçi Fiziki Planlamaların Uygunluğu.....	85
3.1.2 Hammadde.....	85
3.1.2.1 Hammaddenin Temin Edildiği Kaynaklar.....	85
3.1.2.2 Dış Pazardan Temin Edilen Hammaddelerin Alındığı Ülkeler..	86
3.1.2.3 Hammaddenin Temin Ediliş Şekilleri.....	86

İÇİNDEKİLER (devam ediyor)

Sayfa

3.1.2.4 Hammadde Sağlayıcılarının Tanıdığı Kredi Süreleri.....	87
3.1.2.5 Hammadde Temininde Karşılaşılan Sorunlar.....	88
3.1.2.6 Dış Pazardan Hammadde İthalinin Etkileri.....	88
3.1.2.7 Hammadde Temininde Karşılaşılan Problemler.....	89
3.1.2.8 Hammadde Stokları Hakkında Bilgiler.....	91
3.1.2.9 Yardımcı Malzeme Problemleri.....	92
3.1.3 Üretim.....	92
3.1.3.1 Üretim Araçlarında Yenileme Çalışmaları.....	93
3.1.3.2 Üretim Sistemi Hakkında Bilgiler.....	95
3.1.3.3 Bilgisayar Kullanımı ile İlgili Bilgiler.....	97
3.1.4 Pazarlama.....	98
3.1.4.1 Ürünlerin Pazarlanmasında Karşılaşılan Problemler.....	98
3.1.4.2 İşletmelerin Ürünlerini Satış Aşamasında Yararlandığı Dağıtım Kanalları.....	99
3.1.4.3 Müşterilerin Yapısı.....	100
3.1.4.4 İşletmelerin Yöneldiği Pazarlar.....	101
3.1.5 İnsan Kaynakları.....	101
3.1.5.1 Haftada Çalışılan Gün Sayısı.....	102
3.1.5.2 Günde Ortalama Çalışılan Süre.....	102
3.1.5.3 Üretimde Çalışanların Durumları.....	103
3.1.5.4 İşçilerin Ücretlendirilme Şekilleri.....	104
3.1.5.5 Personel Tedariki ile İlgili Bilgiler.....	104
3.1.6 İthalat-İhracat.....	104
3.1.6.1 Kayseri İli Mobilya Sektörünün İhracat Durumu.....	104
3.1.6.2 İşletmelerin Dış Pazar Araştırmaları.....	105
3.1.6.3 İhracat Yapmama Nedenleri.....	105

İÇİNDEKİLER (devam ediyor)

Sayfa

3.1.6.4 Mobilya Sanayisinin Gümrük Birliğinde Karşılaşabileceği Problemler.....	106
3.1.7 Diğer.....	107
3.1.7.1 İşletmelerin Ortaklık Çalışmaları.....	107
3.1.7.2 İşletmelerin Gelecekte Büyütülmesi ile İlgili Bilgiler.....	109
3.1.7.3 İşletmenin Büyütülmesinde Önemli Kabul Edilen Temel Faktörler.....	109
3.1.7.4 Yeni Pazar Arayışları.....	110
3.2 GÜVENİLİRLİK ve İSTATİSTİKSEL DEĞERLENDİRME.....	112
BÖLÜM 4 SONUÇ ve ÖNERİLER.....	117
KAYNAKLAR.....	133
EKLER.....	143
ÖZGEÇMİŞ.....	145

ŞEKİLLER DİZİNİ

<u>No</u>		<u>Sayfa</u>
1.1	Girişimciliği tanımlamada temel olgular.....	8
3.1	İşletmelerin kuruluş tarihleri.....	76
3.2	İşletmelerin kuruluş durumları.....	77
3.3	İşletmelerin hukuki yapıları.....	78
3.4	Bugünkü ekonomik değerleri.....	79
3.5	İşletmelerin iş yeri sahipliği.....	80
3.6	İşletmelerin kuruluş gerekçeleri.....	81
3.7	Bir metreküp hammaddeden alınan verim.....	82
3.8	Memnuniyet derecelerinin üretim üzerine etkileri.....	84
3.9	Hammadde temin ediliş şekilleri.....	86
3.10	Hammadde sağlayıcılarının tanıdığı kredi süresi.....	87
3.11	Hammadde temininde karşılaşılan sorunlar.....	88
3.12	Dış pazardan hammadde ithalinin etkileri.....	89
3.13	Hammadde problem öncelikleri.....	90
3.14	Yeterli hammadde stoğu yapmama nedenleri.....	92
3.15	Üretim araçlarında yenileme çalışmaları.....	93
3.16	İşletmelerin yenilik yapma nedenleri.....	94
3.17	İşletmelerin yenilik yapmama nedenleri.....	95
3.18	İşletmelerde üretim sistemleri.....	96
3.19	İşletmelerin bilgisayar kullanma amaçları.....	97
3.20	İşletmelerin pazarlama problemi öncelikleri.....	99
3.21	İşletmelerin ürünlerini satış aşamasında yararlandığı dağıtım kanalları.....	100
3.22	İşletmelerin yöneldiği pazarlar.....	101
3.23	İşletmelerde günde çalışılan saat sayısı.....	102
3.24	Üretimde çalışanların durumu.....	103
3.25	İşletmelerin ihracat yapmama nedenleri.....	106

ŞEKİLLER DİZİNİ (devam ediyor)

<u>No</u>		<u>Sayfa</u>
3.26	İşletmelerin gümrük birliğinde karşılaştıkları problemler.....	107
3.27	İşletmelerde ortaklaşa çalışma yapmama nedenleri.....	108
3.28	İşletmelerin büyütülmesi.....	109
3.29	İşletmelerin büyütülmesindeki temel faktör.....	110
3.30	Yeni pazar arayışı.....	111
3.31	Başka bir pazara girmeme nedenleri.....	112
4.1	İşletmelerde teşvikten yararlanma.....	118
4.2	İşletmelerde hammadde temini.....	118
4.3	İşletmelerde hammadde temin problemi.....	120
4.4	Yeterli hammadde stoğu yapılıp yapılmadığı.....	120
4.5	İşletmelerde yardımcı malzeme problemi.....	121
4.6	İşletmelerin kuruluş yeri uygunluğu.....	121
4.7	İşletmelerin fiziki planlama memnuniyeti.....	122
4.8	İşletmelerin ortaklaşa çalışması.....	123
4.9	İşletmelerin pazarlama problemleri.....	125
4.10	Tüketici kesmine sunulması.....	126
4.11	İşletmelerde çalışılan gün sayısı.....	127
4.12	İşletmelerin personel tedarikiyle ilgili sıkıntıları.....	128
4.13	İşletmelerin ihracat yapma durumları.....	129
4.14	Dış Pazar konusunda araştırma yapılıp yapılmadığı.....	129
4.15	İşletmelerin bilgisayar kullanımı.....	131

ÇİZELGELER DİZİNİ

<u>No</u>		<u>Sayfa</u>
1.1	KOBİ sınıflandırmaları.....	10
1.2	Avrupa Birliği'nde ortak KOBİ tanımları.....	12
1.3	AB'nin KOBİ kriterleri.....	13
1.4	İstihdam açısından Avrupa Birliği'nde KOBİ'ler (%).....	15
1.5	AB ülkelerinde baskın işletme ölçekleri.....	15
1.6	Yaratılan katma değer açısından işletmeler.....	15
1.7	AB'de işletme sayıları, istihdam ve işletmelerde baskın işletme ölçekleri.....	16
1.8	İşletmelerin sektörel dağılımı... ..	19
1.9	İşletmelerin hukuki durumu.....	19
1.10	KOBİ'lerin sektörlere bağlı % değerleri dağılımı.....	22
1.11	KOBİ'lerin ekonomi içindeki yerleri.....	22
1.12	KOBİ ekonomisinin ülkelerle karşılaştırılması.....	23
1.13	1995 yılında 19 avrupa ülkesindeki işletmelerin ölçekleri ve yapıları.....	25
1.14	Avrupa ve Türk KOBİ'lerinin karşılaştırılması.....	25
1.15	İmalat sanayinde faaliyet gösteren toplam girişim sayısı ve oranı.....	31
1.16	İktisadi faaliyet kollarına göre, üretim yöntemiyle GSMH.....	32
1.17	Türkiye genelinde ekonomik faaliyet kollarına göre işyeri sayısı, çalışanların sayısı ve KDV miktarları.....	36
1.18	İktisadi faaliyet kolu ve harcama grubuna göre AR-GE harcaması.....	37
1.19	Türkiye mobilya sektörü ihracatı 1996-2006.....	43
1.20	Türkiye mobilya sektörü ülkeler itibariyle ihracatı 2001-2006.....	44
1.21	2004-2005-2006 yıllarında mobilya sektöründe en çok ihracat yapılan on ülke	45
1.22	Türkiye mobilya sektörü ithalatı.....	46
2.1	Kayseri'de okuma yazma durumu.....	56
2.2	Çeşitli illerin imalat sanayisinin toplam katma değeri içindeki payları.....	61

<u>No</u>	ÇİZELGELER DİZİNİ (devam ediyor)	<u>Sayfa</u>
2.3	Kayseri’de küçük sanayi sitelerinin durumu.....	66
2.4	Maden rezervleri.....	66
2.5	Kayseri 2006-2007 ihracat durumu.....	67
2.6	Kayseri ocak-aralık 2007 ihracat durumu	68
2.7	Kayseri’deki ihracatın ocak, kasım ve aralık aylarındaki değerleri.....	68
2.8	İhracatımızın bazı yıllara göre değişimi.....	68
2.9	Kayseri’nin kasım ve aralık ayı ithalat durumları.....	69
2.10	Kayseri’deki ithalatın aralık ayı içindeki durumu.....	69
2.11	Kayseri ilindeki aralık ve ocak ayları ithalat durumu.....	69
2.12	Türkiye ile Kayseri’nin ithalat yönünden karşılaştırılması.....	70
3.1	İşletmelerin kuruluş tarihleri.....	74
3.2	İşletmelerin kuruluş durumları.....	77
3.3	İşletmelerin hukuki yapıları.....	78
3.4	Bugünkü ekonomik değerleri.....	79
3.5	İşletmelerin iş yeri sahipliği.....	80
3.6	İşletmelerin kuruluş gerekçeleri.....	80
3.7	Bir metreküp hammaddeden alınan verim.....	81
3.8	İşletmelerde teşvikten yararlanma.....	82
3.9	Memnuniyet derecelerinin üretim üzerine etkileri.....	83
3.10	İşletme kuruluş yerlerinin uygunluğu.....	84
3.11	İşletme fiziki planlamalarının uygunluğu.....	85
3.12	Hammaddenin temin edildiği kaynaklar.....	85
3.13	Hammaddenin temin ediliş şekilleri.....	86
3.14	Hammadde sağlayıcılarının tanıdığı kredi süreleri.....	87
3.15	Hammadde temininde karşılaşılan problemler.....	88
3.16	Dış pazardan hammadde ithalinin etkileri.....	89
3.17	Hammadde temininde karşılaşılan problemler.....	90
3.18	Hammadde problem öncelikleri.....	90
3.19	Yeterli hammadde stoğu yapmak.....	91
3.20	Yeterli hammadde stoğu yapmama nedenleri.....	91
3.21	İşletmelerde yardımcı malzeme problemi.....	92

<u>No</u>	ÇİZELGELER DİZİNİ (devam ediyor)	<u>Sayfa</u>
3.22	Üretim araçlarında yenileme çalışmaları.....	93
3.23	İşletmelerin yenilik yapma nedenleri.....	94
3.24	İşletmelerin yenilik yapmama nedenleri.....	95
3.25	İşletmelerde üretim sistemleri.....	96
3.26	İşletmelerin bilgisayar kullanma durumu.....	97
3.27	İşletmelerde bilgisayar kullanma amacı.....	97
3.28	İşletmelerin pazarlama problemleri.....	98
3.29	İşletmelerin pazarlama problemi öncelikleri.....	98
3.30	İşletmelerin ürünlerini satış aşamasında yararlandığı dağıtım kanalları.....	99
3.31	Müşterilerin yapısı.....	100
3.32	İşletmelerin yöneldiği pazarlar.....	101
3.33	Haftada çalışılan gün sayısı.....	102
3.34	İşletmelerde günde çalışılan saat sayısı.....	102
3.35	Üretimde çalışanların durumları.....	103
3.36	Personel tedariki sıkıntısı.....	104
3.37	İşletmelerin ihracat yapma durumu.....	104
3.38	Dış pazar araştırmaları.....	105
3.39	İşletmelerin ihracat yapmama nedenleri.....	105
3.40	İşletmelerin gümrük birliğinde karşılaştıkları problemler.....	106
3.41	İşletmelerin ortaklaşa çalışması.....	107
3.42	İşletmelerde ortaklaşa çalışma yapmama nedenleri.....	108
3.43	İşletmelerin büyütülmesi.....	109
3.44	İşletmelerin büyütülmesindeki temel faktör.....	110
3.45	Yeni pazar arayışları.....	111
3.46	Başka bir pazara girmeme nedenleri.....	112
3.47	Toplam personel sayısı (işletme büyüklüğü) ile diğer değişkenler arasındaki ilişki analizi özet sonuçları.....	115

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AR-GE	: Araştırma-Geliştirme
BDT	: Bağımsız Devletler Topluluğu
DİE	: Devlet İstatistik Enstitüsü, bknz TÜİK
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
DTM	: Dış Ticaret Müsteşarlığı
GSMH	: Gayri Safi Milli Hasıla
GSYİH	: Gayri Safi Yurt İçi Hasıla
KDV	: Katma Değer Vergisi
KOBİ	: Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
KSS	: Küçük Sanayi Siteleri
MDF	: Medium Density Fiberboard
OECD	: Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü
OSB	: Organize Sanayi Bölgesi
TOBB	: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TOSYÖV	: Türkiye Orta Ölçekli İşletme Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticileri Vakfı
TSKB	: Türkiye Sınai Kalkınma Bankası
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
USD	: Amerikan Doları

BÖLÜM 1

GENEL BİLGİLER

1.1 GİRİŞ

Küreselleşen dünyamızda, yerküre artık bir mega köy haline gelmiş, ticari sınırlar ortadan kalkmıştır. Bu yeni durum ise, şirketler arasında rekabetin daha zorlu ve daha çetin şartlarda yapılmasına neden olmaktadır. Bakıldığında, küreselleşmenin avantajlarla birlikte, özellikle artan rekabetin fiyatlara getirdiği ve tüketiciye avantaj sağlayan olumlu ivmeyle birlikte aynı zamanda birçok ekonomik sorunu da beraberinde getirdiği, özellikle işletmeler içinde birçok finansal sorunun ortaya çıktığı görülmüştür.

Bunlardan en önemlisi yerli sanayinin uluslar arası büyük işletmelerle rekabet edememesinden kaynaklanan ekonomik sorunlardır. Bu nedenle Türkiye’de ve dünyada sosyal adaleti sağlamak ve işsizliği azaltmak konusunda önemli bir yere sahip olan Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelere (KOBİ) rekabet konusunda eşitliği sağlayıcı destekler verilmektedir.

Sarıaslan’ın (1994) yaptığı çalışmaya göre KOBİ kavramının çok geniş bir alanı kapsıyor olması herkes tarafından kabul edilecek bir tanımın yapılmasını güçleştirmektedir. Bunun için tanım yapılırken çok sayıda faktörün ele alınması gerekmektedir. Bu faktörler, zaman, ekonomik gelişmişlik düzeyi, sanayileşme düzeyi, kullanılan teknoloji, pazar büyüklüğü, faaliyet alanı, üretim yöntemi ve ürün özellikleri olarak sıralanabilir. Bu durum farklı ve çok sayıda tanım yapılmasını doğal hale getirmektedir. Bütün ekonomilerin temel dinamiğini oluşturmalarına rağmen, bugün dünya literatüründe üzerinde görüş birliği sağlanmış KOBİ tanımı bulunmamaktadır (Şentürk 2007).

Türkiye’de KOBİ’lerin durumuna bakıldığında; KOBİ’lerin tüm işletmelere oranının %96 civarında olduğu görülmektedir. Bununla birlikte ekonomide, özellikle krediler anlamında bu %96 sınıfın banka kredilerinden yararlanma oranının %4 civarında olduğu bilinmektedir. Şüphesiz ki bu durum; adaletsiz bir durumdur ve KOBİ’lerin bu adaletsiz oluşumdan

kurtulması için alternatif finansal yöntemlerin uygulanmasına önem verilmesi gerekmektedir (Şener 2006).

KOBİ'lerin bölgeler arası kalkınmada oynadıkları rol, az yatırımla çok üretim ve ürün çeşidi sağlama, önemli oranda teknoloji geliştirme, ferdi tasarrufları teşvik etme, gelir dağılımındaki dengesizliği asgariye indirme, istihdam yaratma gibi özellikleriyle dünyada olduğu gibi Türkiye'de de ekonomik ve sosyal yapı içerisinde önemli bir işleve sahiptirler.

Amerikan ekonomisinin %98'i KOBİ'lerden oluşurken bu oran Türkiye ekonomisinde %99 olarak görülmektedir. Bu durumda ekonominin motorunu ve ana gövdesini KOBİ'lerin teşkil ettiği görülmektedir. KOBİ'lerin toplam işletmeler içerisindeki payı diğer ülkelerde de bu oranlar etrafında bulunmaktadır. Bu açıdan bakıldığında KOBİ'lerin ekonomilerin dinamik, istihdam ve teknoloji yaratan, canlı, önemli bir bölümünü oluşturduğu, ekonomiyi sürüklediği, ihracatta ve ithalatta önemli paylarının bulunduğu anlaşılmaktadır.

Hükümetler, ekonomide yüksek oranda istihdam meydana getiren KOBİ'lerin gelişmeleri ve başarılı olmaları konularında önemli paket programlar uygulamakta ve teşviklerde bulunmaktadırlar. Bu çalışmaların uluslararası arenaya sirayet ettiği, Dünya Bankası, Avrupa Yatırım Bankası ve diğer uluslararası bankalarca desteklendikleri görülmektedir. KOBİ'lerin problemlerinin çözümü ile ülkelerin ekonomik ve sosyal gelişmelerine daha çok katkı sağlanacağı düşünülmektedir.

KOBİ'lerde ekonomik ve sosyal hedeflerin gerçekleşmesi, finansal performansın ve firma değerinin artırılması ve ülke ekonomisinde katma değer yaratması için finansal kaynaklara erişim ve bu kaynakların etkin kullanımı önemli rol oynamaktadır. Özellikle ülkemizde sermaye piyasasının yeterince gelişmemesi, yüksek faiz oranları, krediler için yüksek teminat istenmesi gibi nedenlerle finansal kaynaklara erişimde sınırlamalar söz konusudur. Bu durumda KOBİ'lerin ihtiyaç duydukları sermayenin tedariki ve bunun KOBİ'lerce etkin ve verimli kullanımı gerekmektedir.

KOBİ'lerin problemleri analiz edildiğinde, her bir firmada az veya çok sermaye yetersizliğinin yanında teknoloji yetersizliği, kalifiye işgücü noksanlığı, rekabet edebilme alt yapısının bozukluğu, vergi ve teşvik problemleri, Ar-Ge kifayetsizliği ve yönetim yetersizliği

gibi birçok problemin olduğu görülmektedir. Üniversiteler tarafından yapılan bütün araştırmalarda da aynı bulgular elde edilmektedir (İyibildiren 2007).

Türkiye ekonomisinin en önemli ve ağırlıklı kesimlerinden olan ve ekonominin lokomotifini oluşturan, imalat sanayinde yer alan, KOBİ'ler üzerinde pek çok araştırma yapılmış ancak bu araştırmaların çoğu genel konular üzerinde sınırlı kalmıştır. Ülkemizde bölgesel ve sektörel düzeyde KOBİ'lere ilişkin tanım, doğru verilere dayalı yeterli bilgi bulunamaması ve mevcut bilgilerin güncelleştirilememesi bölgesel ve sektörel olarak işletmelerin ekonomik sistem içerisindeki konumlarının detaylı olarak incelenememesine neden olmaktadır.

Makro ekonomi açısından, mobilya sektörü ülkeye ciddi düzeyde istihdam sağlayan, meydana getirdiği katma değerle gayrisafi milli hasılaya katkıda bulunan önemli bir iktisadi sektördür. Türk mobilya sektörü yaklaşık üç milyar doları aşan bir katma değere sahiptir. Emek yoğun bir iş olması nedeni ile mobilyacılık, Türkiye'nin Avrupa'ya göre avantaja sahip olduğu sektörlerdendir. Ulusal/uluslararası pazarlarda Türk mobilya sektörünün rekabet düzeyi, dayanakları ve performansının devamlılığı konusu araştırmayı gerektiren bir olgu olarak görülmektedir. Orman ürünleri sanayinin bir alt sektörü olan mobilyacılık sektörü, Türkiye'nin genel imalat sanayinde %4 civarında bir paya sahiptir. Türkiye'de mobilyacılık, fabrikasyon ve atölye tipi olmak üzere ikiye ayrılrsa da atölye tipi, torna tezgâhlarından ibaret marangozhane gibi küçük ölçekli işletmelerin yoğunlukta olduğu bir sektördür (Kayacıklı vd. 2003).

Mobilya sektörünün geçmişine bakıldığında, genel imalat sanayi içerisinde %4'lük bir paya sahip olan orman ürünleri sanayi ve bu sanayinin bir alt sektörü olan mobilya sanayi teknolojik düzeyi ve en önemlisi işletmecilik problemleriyle 1 Ocak 1996'dan itibaren uluslararası rekabet ortamında eşit koşullarda rekabet etmek zorunda kalmış, diğer yandan yapılan araştırmalar sonucunda sektördeki işletmelerin büyük kısmının AB ülkeleriyle rekabet edemediği ya da rekabette zorlandığı görülmüştür. Türkiye'nin 1995 yılı itibariyle dünya mobilya ithalatından aldığı pay %0,17 ve ihracatından aldığı pay ise %0,16 gibi çok düşük bir orandadır. 1997 yılı itibariyle 78,4 milyon\$ olan mobilya ihracatı 1980'li yıllarda orta doğu ülkelerine yapılmakta iken, 1990 yılından sonra AB ülkelerine ve ABD'ye yönelmiştir. Son yıllarda ise Rusya ve diğer Türk Cumhuriyetlerine gerçekleştirilen mobilya ihracatında bu ülkelerdeki müteahhitlik işlerine paralel olarak bir artış yaşanmaktadır. Ancak son yıllarda

mobilya ithalatımızda bir artış meydana gelmiş ve 158 milyon dolara ulaşmıştır. İthalatın gerçekleştirildiği ülkelerin başında İtalya, Almanya ve Fransa gelmektedir (Alan 1998).

Mobilya sektörünün gelişimi şehirler temel alınarak incelenirse Kayseri ilinde yapılan atılımlar dikkat çekmektedir. Özellikle son 20 yılda yaptığı dev atılımlarla Türkiye ve dünyada adını sıkça duyurur hale gelmiştir. Bu yüzden, mobilya sektörünün Kayseri ilindeki mevcut durumun ortaya konması bu tezin önemini daha da artırmaktadır.

Ülkemizde gelişim bakımından bölgeleri sıralarsak ön sırada bulunan bölgeler; Marmara, Ege, İç Anadolu ve Akdeniz bölgeleridir. Bu bölgeler arasında özellikle İç Anadolu Bölgesinde bulunan Kayseri son zamanlarda yapmış olduğu atılımlarla kısa sürede dikkat çekmiştir. Kısa zamanda çok büyük atılımlar yapan Kayseri ilinin incelenmesi ve böyle büyük bir çıkışın altında yatan nedenlerin incelenmesi bu tezin değerini bir kat daha artırmıştır. Bu amaç çerçevesinde Kayseri ilinde faaliyet yapan KOBİ'lere anket çalışması yapılmış ve sonuçlar değerlendirilmiştir.

1.2 KOBİ'LER HAKKINDA GENEL BİLGİLER

1.2.1 KOBİ'lere İlişkin Bazı Temel Kavram ve Bilgiler

1.2.1.1 İşletme

İşletme Bilimi, işletmeleri ilgilendiren iç ve dış olayların açıklanması, çözümlenmesi ve sistemleştirilmesinin yanında, işletmelerin toplum içindeki yerini belirleme işlevini görür. Ekonomik yaşamın ve ekonomik faaliyetlerin çıkış noktası insan gereksinme ve istekleridir. İşletmelerin temel işlevi değişik boyutlardaki insan gereksinme ve isteklerinin giderilmesidir. Gereksinmelerin değişimine ve gelişimine bağlı olarak işletmelerin ortaya koyduğu ürünler de yenilenir. İnsan gereksinmelerini giderme özelliğine sahip mal ve hizmetlere ekonomik mal ve hizmetler denir. Mal ve hizmetlerin üretimi için, emek, doğa, sermaye, teknoloji ve girişimci olarak sıraladığımız üretim faktörleri bir araya getirilir. İnsan gereksinme ve isteklerini gidermeye yarayan araba, kalem, televizyon gibi somut araçlara mal denir. Mallar değişik ölçülere göre sınıflandırılır. İnsan gereksinmelerini karşılamakla birlikte, somut olmayan araçlara hizmetler diyoruz. Oteller, bankalar ya da hastaneler hizmet üreten işletmelerdir. Mal ve hizmetlerin kullanımı ile tüketim ortaya çıkar.

Mal ya da hizmetleri bireysel gereksinimleri için alanlara son tüketici, üretim, alıp satma ya da işletme kurmak amacıyla satın alanlara endüstriyel tüketici diyoruz. Satın alma gücü bulunan bireylerin ekonomik mal ve hizmetlere karşı gösterdiği satın alma işlevi talep olarak niteleriz. İşletme kavramının yaygın olarak kullanılan tanımı işletmeyi mal ve/veya hizmet üretimi için üretim faktörlerinin bir araya getirildiği ekonomik birim olarak açıklar. Özel girişim, bireylerin devlet müdahalesi olmaksızın; kendi ekonomik çıkarları doğrultusunda davrandığı sistemdir. Temel unsurları, özel mülkiyet hakkı, seçme, özgürlüğü, kâr elde etme hakkı ve serbest rekabettir (URL-1 2007).

1.2.1.2 Girişim (Teşebbüs)

Üretim faktörleri, üretim faaliyetlerinde kullanılan değerleri ifade etmektedir. Bunlar en bilinen haliyle; emek, sermaye, doğal kaynaklar ve müteşebbis veya girişimciyi içermektedir. Girişimci, insan ihtiyaçlarını karşılayacak mal ve hizmetleri, kuracağı işletme veya organizasyonlarla sağlar. Üretim faktörlerinin bir araya getirildiği, teknik, ekonomik ve hukuki birimlere, girişim veya işletme denmektedir. Ayrıca girişimcinin bir işletme kurmak veya üretim faktörlerinin bir araya getirmeye yönelik bütün çabaları da girişim olarak ifade edilmektedir (Tutar vd. 2003).

Girişim kavramı, nasıl ele alınırsa alınsın, her durumda girişimcinin, kar etmek, topluma hizmet sunmak gibi amaçları vardır. Kar veya başka biçimlerde yarar sağlamak amacıyla, ücret karşılığında satmak için mal veya hizmet üretmek, ya da fonlar sağlamak üzere kurulan, hukuki ve finansal kişiliğe sahip, devamlı nitelikte bir örgüt olarak da tanımlanan girişimin (teşebbüs), özellikleri aşağıdaki gibi sıralanabilir (Tutar vd. 2003):

- Girişimin amacı, kazanç ve yarar sağlamaktır,
- Girişim, ücret karşılığında satmak üzere mal veya hizmet üretir veya fonlar sağlar. Bu özellik, girişim olmanın zorunlu unsurudur,
- Girişimin üç temel işlevi, üretim, satış ve bu iki işlevin yerine getirilmesi için gerekli fonların sağlanması olan finansmandır,
- Girişim hukuki bir birimdir. Tüzel kişiliğe sahip bulunan girişim, sahiplerinden ayrı bir kişiliğe sahiptir. Çalışmalarını bu kişilik altında yürütür, haklara sahip olur ve yükümlülükler üstlenir,

- Girişim finansal bir birimdir. Girişimin kendisine ilişkin varlıkları ve bunların karşıladığı öz ve yabancı kaynakları bulunur,
- Girişim, insan ve materyalden oluşan bir örgüttür ve bu örgüt devamlılık gösterir.

Girişimcilerin ticari faaliyetlerini gerçekleştirmek için kurdukları ekonomik birimlere girişim adı verilir. Bu arada, çoğu zaman aynı anlamada kullanılsa da, girişim ile işletmenin aynı olmadığı bilinmelidir. Girişim, belirli bir yasal, finansal, örgütsel ve ekonomik özelliğe sahip olan kuruluştur. İşletme ise, daha çok fabrika veya satış mağazası gibi mal veya hizmet üreten veya pazarlayan teknik birimlerdir. Örneğin, Koç Holding bir girişim, onun bünyesinde yer alan Arçelik fabrikası ise bir işletmedir. Bu açıdan girişimciler, işletmelere göre daha geniş bir anlam taşırlar (Dolgun 2003).

Girişim, genel olarak iki farklı bakış açısı ile ele alınır. Birincide girişim kavramı; somut bir çerçevede, mal veya hizmet üretmek ve/veya pazarlamak amacıyla üretim faktörlerinin bir araya getirildiği, üretim süreci sonucunda mal veya hizmetlerin ortaya konulduğu, ekonomik, teknik ve hukuki birimler olarak tanımlanmaktadır. İkinci yaklaşım ise, girişim kavramını soyut bir çerçevede ele almaktadır. Bu bakış açısıyla girişim ve teşebbüs, girişimcilerin bir işletme kurmak amacıyla ortaya koydukları çabaları ve katlandıkları zorlukları kapsamaktadır (Tutar vd. 2003).

1.2.1.3 Girişimcilik Kavramı

Günümüzde insan yaşamının kalitesini artırmaya yönelik bütün alanlarda önemli bir dinamik öge olarak karşımıza girişimcilik ve buna bağlı olarak yenilik ve yaratıcılık kavramları çıkmaktadır. Girişimci ve girişimcilik kavramı sosyal bilimlerin tüm alanlarında kalkınma ve gelişmeyi sağlayan bir güç olarak görülmektedir (Korkmaz 2000).

Girişimcilik, hem günlük hayatta hem de ekonomi ve yönetim gibi teknik alanlarda oldukça sık kullanılan bir kavramdır. Bu nedenle girişimcilik literatürünü genel olarak; ekonomi, psikoloji, antropoloji, organizasyon, yönetim ve sosyoloji disiplinleri oluşturmuştur. Bu geniş yelpaze içerisinde, konu hakkında çok sayıda araştırmacı yorumda bulunmaktadır (Naktiyok 2004). Yönetim yazınına 1980'li yıllarda giren girişimcilik kavramı, uzun bir süre yönetici ve yönetici sahipleri tarafından anlaşılmaya çalışılmış ve örgütlerde nasıl daha girişimci bir yapı kazanabilir tartışmaları da epeyce sürmüştür (Börü 2006).

Literatürde, değer yaratmak amacıyla fırsatları aramak ve tanımlamak girişimcilik olgusunun en önemli unsuru olarak görülmesine rağmen, birçok araştırmacı bu ayırt edici özellikle yetinmeyerek kavramı farklı bakış açılarıyla ortaya koymuştur. Girişimcilik kavramına ilişkin en sık rastlanan tanımlar şunlardır:

- Girişimcilik; “değer yaratmak için, kar amacı güden yeni bir işletme kurma veya büyütme ve yeni bir mal veya hizmet yaratma sürecidir” (Bird 1989).
- Girişimcilik; “bir fırsat algılama ve o fırsatı ele geçirmek için bir organizasyon yaratma faaliyetidir” (Mueller vd. 2000).
- Girişimcilik; fırsat elde etmek için eşsizlikleri vurgulama, alternatif üretim süreçlerini inceleme ve onların optimizasyonunu sağlama faaliyetidir” (Lounsbury 1998).
- Girişimcilik; birey ve toplum için değer yaratan, ekonomik fırsatlara cevap veren veya ekonomik fırsatlar yaratan bireyler tarafından ortaya konulan, getirdiği yeniliklerle ekonomik sistemde değişikliklere neden olan bir süreçtir (Muzyka et al. 1995).
- Girişimcilik; bir birey veya grubun, kontrol ettikleri kaynaklar ve tür olursa olsun istek ve ihtiyaçları, yenilik ve eşsizlik yolu ile karşılayarak, değer ve büyüme yaratmak amacıyla fırsatları izleme araç ve çabalarını organize etmede kullandığı bir süreçtir (Coulter 2001).
- Girişimcilik; emek, teknoloji, sermaye ve doğal kaynaklar olarak sayılan üretim faktörlerini bir araya getirerek mal veya hizmet üreten bireydir (Mucuk 2001).

Bu tanım çeşitliliği içerisinde girişimcilik hakkında genel olarak kabul görmüş bir tanım vermek güçtür. Çünkü çoklu anlamlar içeren bir olgu olan girişimcilik, “kavramsal iplik telleri ile örülü bir kumaşı andırmaktadır” (Jack vd. 1999). Bu kumaş içerisinde en çok göze çarpan unsurlar ise değer yaratma, yeni bir işletme kurma ve geliştirme, yenilik yapma, esnek ve dinamik davranma, yaratıcılık ve risk almadır (Naktiyok 2004).

Girişimcilik kavramında yer alan yaygın olgular göz önünde bulundurulduğunda girişimciliğin, karmaşık ve çok yönlü unsurlarını kapsayan tanımı şöyle ortaya konulabilir. Girişimcilik; “pratikte olmayan bir şeyden bir vizyon yaratma ve oluşturma kabiliyetidir. Bu vizyon, hesaplı risk alma istekliliğini ve başarısızlık olasılığını azaltmak için mümkün olan her şeyi yapmayı içerir. Yaratıcı bir faaliyet olan girişimcilik, enerjinin, bir girişim veya organizasyon başlatmaya harcanmasıdır. Girişimcilik, girişimcinin kendi beceri ve yeteneğini

tamamlamak için girişimci bir takım oluşturma kabiliyetini de kapsar. Girişimcilik, kaos ve çelişki ortamında fırsat yaratma becerisi, diğerlerinin sahip olduğu kaynakları bulma, bir araya getirme ve kontrol etme duygusudur (Timmons 1998). Bu tanımdan da anlaşılacağı gibi girişimcilik, işletme yaratmaktan daha fazla bir şeydir. Yeni işletme yaratma girişimciliğin en önemli özelliği olsa bile girişimcilik olgusunu bütünüyle ortaya koymaz. Fırsat arama, risk alma, eşsizlik ve yenilik gibi kavramlarda girişimcilik kapsamı içerisinde yer alır.



Şekil 1.1 Girişimciliği tanımlamada temel olgular (Naktiyok 2004).

Şekil 1.1'e bakıldığında girişimciliği tanımlayan temel olgularının neler olduğunu görülmektedir. Bunlar girişimciliğin vazgeçilmezleridir.

Bir ülkenin kalkınmasında girişimcilik rolü üstlenen kimseler üstlendikleri işlerin bütünü müteşebbis fonksiyonları olarak ifade edilebilir (Aktan 1996).

Girişimciliğin önemine baktığımızda ise; girişimcilik, işsizlik sorununa önemli bir çözüm olanağı sunduğu gibi ayrıca ekonomik büyümenin önemli bir bileşenidir. Girişimci, ekonomik kaynakların düşük üretkenlik alanlarından yüksek alanlara aktarılma sürecinde baş aktördür, çünkü üretim kaynaklarını yeni bir tarzda birleştirerek kullanılmayan üretim faktörlerinin kullanılmasını sağlar. Ayrıca kullanılmakta olan üretim araçlarının ve mevcut girdilerinin

değişik şekillerde kullanımı ile üretimi artırır. Bu yönüyle girişimci toplumsal fayda yaratan ekonomik bir aktördür.

Girişimci yeni düşüncelerin yaratılması, yayılması ve uygulamasını hızlandırır, ayrıca yeni endüstrilerin doğmasına yol açar, teknolojileri kullanan sektörlerde verimliliği artırır ve hızla büyüyen sektörler yarattığı için ekonomik büyümeyi hızlandırır (TÜSİAD 2003).

Girişimcilik ile ekonomik gelişme arasındaki ilişki aslında ilk bakışta görülebilecek düzeyde ortadadır. Diğer koşullar sabit olmak üzere, çok fazla girişimcinin bulunduğu bir ekonomide, mevcut kaynakların söz konusu girişimciler tarafından etkin bir şekilde birleştirilip, verimli amaçlara yönelik kullanılacağı düşünülürse girişimciliğin ekonomik yönü kolaylıkla ortaya çıkacaktır (Börü 2006).

1.2.2 Türkiye’de KOBİ Kavramı

KOBİ’lere yönelik çalışan kurumların her biri kendine göre bazı tanımlar yapabilmektedir. Akgemici’nin (2001) yaptığı çalışmaya göre KOBİ’ler şu şekilde tanımlanmaktadır: Tanımlardaki sınırlar, genellikle ülkelerin ekonomilerinin büyüklüğüne bağlı olarak değişebilmektedir. Bu nedenle, KOBİ deyimi, hukuki olmaktan çok ekonomik bir anlam taşıyabilmektedir. Tanımlamalarda kullanılan ölçüt, bir iktisadi teşebbüste istihdam edilen kişi sayısıdır.

Müftüoğlu ve Durukan (2004) yaptıkları çalışmayla KOBİ’leri şu şekilde açıklamışlardır: Ülkemizin ekonomik ve sosyal yapısında çok önemli bir yeri olan KOBİ’lerin tanımlanmasında tüm kuruluşların ortak kabul ettiği bir tanım olmamakla birlikte genellikle çalışan personel sayısının temel alındığı görülmektedir.

Yörük’ün (2003) yaptığı çalışmaya göre ülkemizde ilk KOBİ tanımlaması 1923 İzmir İktisat Kongre’sinde özel sektörü desteklemek amacıyla çıkarılan ve 1942’ye kadar yürürlükte kalan “Teşviki Sanayi Kanunu”nda yapılmıştır. Söz konusu kanuna göre, beş işçiden az işçi çalıştıran iş yerleri “küçük”, bunun üzerindeki işyerleri ise “büyük” işletme olarak kabul edilmiştir (Yüce 2007).

Ülkemizde çeşitli kurum ve kuruluşlara göre KOBİ tanımlarına bakıldığında bir standart olmamakla birlikte genellikle çalışan işçi sayısının temel alındığı görülmektedir. Kimi kurumlara göre KOBİ’lerde çalışan kişi sayısının 250’nin altında olması gerekirken, bazıları bu sayıyı 99 olarak verebilmektedir. Bu genel ölçüte ek olarak bazı kuruluşlarca farklı kriterler de kullanılmıştır. KOBİ tanımlarında her kuruluş kendi hizmet alanındaki faydayı göz önüne alarak değerlendirme yapmaktadır.

Günümüzde KOBİ’lere yönelik çalışan kurumlar tarafından yapılan çeşitli KOBİ sınıflandırmaları aşağıda Çizelge 1.1’de verilmiştir.

Çizelge 1.1 KOBİ sınıflandırmaları (Yüce 2007).

Ölçek	Kurum kuruluş	Çalışan kişi sayısı			Yıllık net satış hasılatı		
		Mikro	Küçük	Orta	Mikro	Küçük	Orta
DİE		1-9	10-49	50-99	-	-	-
KOSGEB		-	1-50	51-150	-	-	-
Halk Bankası		1-9	10-49	50-250	-	-	-
Eximbank		1-9	10-49	50-250	-	-	-
Sanayi ve Ticaret Bakanlığı		1-9	10-49	50-250	-	-	-
Hazine Müsteşarlığı		1-9	10-49	50-250	-	-	-
TOSYÖV		-	1-50	51-250	-	-	2 Milyon€
DTM		-	-	1-200	-	-	2 Milyon\$
TOBB		-	1-49	50-150	-	-	-

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) KOBİ tanımlamasını çalışan kişi sayısına göre yapmaktadır. TÜİK, işletmeleri ölçeklerine göre sınıflandırmakta ve 1-9 arasında çalışanı olan işletmeleri çok küçük, 10-49 arasında çalışanı olan işletmeleri küçük işletmeler, 50-99 arasında çalışanı olan işletmeleri orta ölçekli işletmeler, 100’den fazla çalışanı olan işletmeleri büyük işletmeler olarak tanımlamıştır. Küçük ve orta ölçekli sanayi geliştirme ve destekleme idaresi başkanlığı (KOSGEB)’nin tanımlamasında da kullanılan ölçüt, istihdam edilen kişi sayısıdır. 1-50 arası işçi çalıştıran sanayi işletmeleri küçük sanayi işletmelerini; 51-150 arası işçi çalıştıran sanayi işletmeleri orta ölçekli sanayi işletmelerini, 150 kişi üzerinde işçi çalıştıran işletmeler ise büyük işletmelerdir. Halkbank, “teşvik belgesi” 3 işletmelerde işgören sayısı 1-150 arası olup, sabit yatırımları 100.000 TL’yi aşmayanları normal KOBİ’lerde ise

işgören sayısı 1-250 arası olup, toplam makine ve ekipmanlarının kayıtlı net değeri 400.000 TL'yi aşmayanları KOBİ olarak değerlendirmektedir.

Türkiye İhracat Kredi Bankası (Eximbank)'na göre ise; Yasal statüsü ne olursa olsun, bir veya birden çok gerçek veya tüzel kişiye ait olup, 250 kişiden az çalışan istihdam eden bağımsız işletme tanımına giren imalatçı, ihracatçı özelliğine sahip mikro, küçük ve orta büyüklükteki işletmeleri “KOBİ” olarak adlandırmaktadır.

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, 250 kişiden az çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu 25 Milyon TL'nı aşmayan ve bu yönetmelikte mikro işletme, küçük işletme ve orta ölçekli işletmeler olarak sınıflandırılan ekonomik birimleri KOBİ olarak nitelendirmektedir.

Hazine Müsteşarlığı ise, bağımsız nitelikteki veya sermayesinin en fazla %25'i büyük işletmelere ait olan teşebbüsleri KOBİ olarak tanımlamaktadır.

Türkiye Orta Ölçekli İşletme Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticileri Vakfı (TOSYOV)'na göre; işletmelerin sınıflandırılması küçük ölçekli işletmeler için 1-50 arasında işçi çalıştıran, orta ölçekli işletmeler 51-250 arasında işçi çalıştıran, büyük ölçekli işletmelerde ise 251 kişiden daha fazla çalışmanı olan işletmelerdir.

1-200 arası çalışmanı bulunan, imalat sanayinde faaliyet gösteren, gerçek usulde defter tutan, arsa ve bina hariç sabit sermaye tutarı bilanço net değeri itibariyle 2 milyon Dolar karşılığı TL'yi aşmayan işletmeler ise Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM)'na göre KOBİ olarak kabul edilmektedir.

Son olarak Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)'nin KOBİ kısıtlarının; 1-9 arasında işçi çalıştıran mikro işletme, 10-19 arasında işçi çalıştıran küçük ölçekli işletme, 50-150 arasında işçi çalıştıran işletmelerin orta ölçekli işletmeler olduğu görülmektedir (Yüce 2007).

1.2.3. Dünyada KOBİ kavramı

KOBİ'lerin tanımlamasına ilişkin dünyada görüş birliğine ulaşılmış ortak bir ifade bulunmamaktadır. KOBİ tanımlamaları ülkelerin gelişmişlik düzeylerine göre değişmektedir. Tanımlamalardaki farklılıklar ve ortak yönler bu bölümde, çeşitli uluslararası kuruluşlar ile bazı ülkelerdeki KOBİ tanımlamalarında kullanılan ölçütler ve KOBİ tanımlamaları şeklinde ele alınmıştır (Yüce 2007).

Dünyadaki çeşitli ülkelerdeki KOBİ tanımlamalarını kısaca görelim.

1.2.3.1 Avrupa topluluğunda KOBİ tanımı ve Avrupa Birliği ekonomisinde KOBİ'lerin yeri

Avrupa Birliği organlarında ve üye ülkelerde farklı tanımların kullanılması, KOBİ politikalarının tutarlı, somut ve etkin bir şekilde oluşturulmasını güçleştirmiştir. Bunun üzerine Avrupa Birliği, KOBİ tanımları konusunda gerek ulusal gerek birlik bazında karışıklıkları önlemek için ortak tanım oluşturulması yoluna gitmiştir.

Avrupa Birliği Konseyi 7 Şubat 1996'da KOBİ'lerin desteklenmesi amacıyla yapılacak her türlü faaliyetlerde esas alınmak üzere ortak bir KOBİ tanımı yapmıştır. Avrupa Birliği Konseyinin yaptığı bu ortak tanım, üye ülkeler, Avrupa Yatırım Bankası ve Avrupa Yatırım Fonu başta olmak üzere birliğin diğer organları tarafından dikkate alınarak mikro, küçük ve orta ölçekli işletmelerin gerek ulusal gerekse birlik düzeyinde desteklenmesine yönelik tüm çalışmaların etkinlik ve tutarlılığını artırma amacını gütmektedir.

Avrupa Birliği Konseyi kararında yer alan KOBİ tanımları Çizelge 1.2'de gösterilmiştir.

Çizelge 1.2 Avrupa Birliği'nde ortak KOBİ tanımları (TOBB 2004).

Değişkenler	Mikro işletme	Küçük işletme	Orta işletme
Maksimum çalışan sayısı	10 kişi	10-49	50-249
Maksimum ciro oranı	-	7 milyon €	40 milyon €
Maksimum yıllık bilanço toplamı	-		
Bağımsızlık	%25	%25	%25

Mikro ölçekli işletmeler;

- Sermayenin yüzde 25'inden fazlası büyük işletmelere ait olmayan,
- Çalışan kişi sayısı 1 – 9 arasında olan, işletmeler olarak tanımlanmıştır.

Küçük ölçekli işletmeler;

- Sermayenin yüzde 25'inden fazlası büyük işletmelere ait olmayan,
- Çalışan kişi sayısı 10 – 49 arasında olan,
- Yıllık cirosu 7 milyon Euro'yu veya yıllık bilanço toplamı 5 milyon Euro'yu geçmeyen işletmeler olarak tanımlanmıştır.

Orta ölçekli işletmeler;

- Sermayenin yüzde 25'inden fazlası büyük işletmelere ait olmayan,
- İstihdam edilen kişi sayısı 50 – 249 arasında olan,
- Yıllık cirosu 40 milyon Euro'yu veya yıllık bilanço toplamı 27 milyon Euro'yu geçmeyen işletmeler olarak tanımlanmıştır.

İşletme sayıları ve bazı makro ekonomik göstergeler açısından KOBİ'ler

Avrupanın 19 ülkesinde 1998 yılı itibariyle birinci sektör olarak ifade edilen alanlar dışında (tarım, balıkçılık, madencilik vb. sektörler) faaliyet gösteren işletme sayısı 20 milyon civarındadır. Bu işletmelerin %99,79'u KOBİ kapsamına girmektedir. Söz konusu işletmelerin AB'nin ortak tanımı kapsamında “mikro”, “küçük”, “orta” ve “büyük” ölçekli olma kriterlerine göre dağılımı Çizelge 1.3'de sunulmaktadır (Demirci vd. 2001).

Çizelge 1.3 Avrupa Birliği'nin KOBİ kriterleri (Anonymous 2008).

Ülke Grupları	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler (KOBİ)				Büyük İşletmeler	Toplam
	Mikro	Küçük	Orta	Toplam		
Avrupa 15 Sayı (Bin)	18.040	1.130	160	19.330	38	19.370
%	93,13	5,83	0,82	99,79	0,19	100,00
Avrupa 19 Sayı (Bin)	18.465	1.175	170	19.810	40	19.850
%	93,82	5,92	0,85	99,79	0,20	100,00

- Avrupanın 19 ülkesindeki işletmelerin 18 milyondan fazlası 10 kişiden az çalışanı olan mikro işletmelerdir. Mikro işletmeler toplam işletmelerin yaklaşık %94'ünü oluşturmaktadırlar. Bunların aşağı yukarı yarısı kendi hesabına çalışan işletmelerdir.
- Avrupanın 19 ülkesinde işletme büyüklüklerine göre ihracatın toplam ciroya oranı

%7-22 arasında değişiklik gösterirken ortalama ihracat oranı %16 civarındadır. AB'de KOBİ'lerin toplam ciro içindeki payı %11 iken, bu oran büyük işletmelerde %22'dir (Demirci vd. 2001).

- İşletme büyüklüklerine göre üretimdeki yıllık ortalama değişim ise 1998-2000 döneminde KOBİ'lerde %2,1, büyük ölçekli işletmelerde %2,4 olarak tespit edilmiştir (Anonims 1997).
- AB'de KOBİ'lerin karlılıkları ile büyüklükleri arasında bir doğru orantı olduğu söylenebilir. Bu oranlar mikro ile büyük işletmeler arasında %15 ila %60 arasında değişim göstermektedir. 1998-2000 döneminde işletme büyüklüğüne göre karlılık oranlarındaki yıllık ortalama değişim tüm işletme büyüklüklerinde %4 olarak tespit edilmiştir. Bu, KOBİ'lerin maliyetlerindeki değişimleri fiyatlara yansıtılabildiklerini ortaya koymaktadır (Demirci vd. 2001).

İstihdam Açısından KOBİ'ler

AB'de 19 milyonun üzerindeki KOBİ'ler toplam istihdamın %65,83'ü ve toplam cironun %55'ini yönetmektedirler. Avrupa 19 ülkelerindeki yaklaşık 20 milyon işletmede 117 milyon insan istihdam edilmektedir. Bunların %90'ından fazlasını oluşturan KOBİ'ler, toplam istihdamın üçte ikisini sağlamaktadır (Demirci vd. 2001).

AB'de geçtiğimiz beş yıl içinde yaratılan işlerin %80'inden fazlasını KOBİ'ler gerçekleştirmiştir. AB'de, işletme başına düşen ortalama çalışan sayısı; mikro işletmelerde 2, küçük işletmelerde 20, orta ölçekli işletmelerde ise 100 civarındadır. İşletme başına ortalama çalışan sayısı ise 6'dır. Bu sayının en düşük olduğu ülke Yunanistan (3), en yüksek olduğu ülke ise Lüksemburg (13)'dur (Akpınar vd. 2001). AB'deki KOBİ'lerin %50'sinde tek kişi çalışmaktadır (Özyurt 2000). Avrupa 19 ülkelerinde işgücü verimliliği artışı KOBİ'lerde %2,1 iken büyük işletmelerde % 2,7 olarak tespit edilmiştir (Demirci vd. 2001).

Avrupa Birliği'nde bulunan işletmelerin, büyüklüklerine göre yarattıkları istihdam Çizelge 1.4'de gösterilmektedir.

Çizelge 1.4 İstihdam açısından Avrupa Birliği'nde KOBİ'ler (Anonymous 1997).

Ülke Grupları	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ)				Büyük İşletmeler	Toplam
	Mikro	Küçük	Orta	Toplam		
Avrupa 15 Sayı (Bin)	38.360	21.320	14.870	74.550	38.680	113.230
%	33,87	18,82	13,13	65,83	34,16	100,00
Avrupa 19 Sayı (Bin)	39.330	22.140	15.640	77.100	39.860	116.970
%	33,62	18,92	13,37	65,91	34,07	100,00

EUROSTAT tarafından yayınlanan son istatistikler AB'de tarım dışı sektörlerdeki, 250'den az işçi çalıştıran 18 milyon şirketin toplam istihdamın üçte ikisini yarattığını göstermektedir.

Çizelge 1.5 AB ülkelerinde baskın işletme ölçekleri (Anonymous 1997).

Büyük Ölçekli İşletmeler	Mikro Ölçekli İşletmeler	KOBİ' ler
Belçika Finlandiya Almanya İrlanda Hollanda İsveç İngiltere	Fransa Yunanistan İtalya İspanya	Avusturya Danimarka Lüksemburg Portekiz

En fazla istihdam sağlayan işletme ölçeğine "baskın işletme ölçeği" denilmektedir. Fransa, İtalya ve İspanya gibi Avrupa Birliği'nin nüfus açısından büyük ülkelerinde baskın işletme ölçeği mikro işletmelerdir. Almanya'da KOBİ' ler güçlü olmakla beraber istihdamın büyük kısmı büyük işletmelerce sağlanmaktadır. Avrupa Birliği Ülkeleri'nde baskın işletme ölçekleri Çizelge 1.5'te verilmiştir.

Çizelge 1.6 Oluşturulan katma değer açısından işletmeler (Akpınar vd. 2001).

İşletme Büyüklüğü	Kişi Başına Katma Değer
Mikro	1.00
Küçük Ölçekli İşletme	1.67
Orta Ölçekli İşletme	3.17
Büyük İşletmeler	3.00

Çizelge 1.6'dan da görüleceği üzere; Avrupa Birliği ülkelerinde büyük işletmede çalışan bir kişinin yarattığı katma değer, mikro işletmede çalışan birinin yarattığı değer 3 katıdır. Bu veri farklı ülkeler ile Avrupa Birliği arasında işletme ölçeklerine göre ortaya konan katma değer açısından bir kıyaslama durumunda önemli olmaktadır.

Avrupanın 19 ülkesinde işletme sayıları ve işletme başına düşen ortalama istihdam ile baskın işletme ölçekleri ülkeler bazında Çizelge 1.7'de verilmiştir.

Çizelge 1.7 Avrupa Birliği'nde işletme sayıları, istihdam ve işletmelerde baskın işletme ölçekleri (Anonymous 1997).

Ülkeler	İşletme Sayıları (Bin)	İşletmelerde Ortalama İstihdam	Baskın İşletme Ölçeği
Avusturya	285	11	KOBİ
Belçika	530	5	BÖİ
Danimarka	150	8	KOBİ
Finlandiya	210	5	BÖİ
Fransa	2.325	7	Mikro
Almanya	3.515	8	BÖİ
Yunanistan	620	3	Mikro
İrlanda	85	10	BÖİ
İtalya	3.940	4	Mikro
Lüksemburg	15	13	KOBİ
Hollanda	450	12	BÖİ
Portekiz	690	4	KOBİ
İspanya	2.510	5	Mikro
İsveç	285	7	BÖİ
İngiltere	3.660	5	BÖİ
Toplam (AB Üyesi)	19.370	6	BÖİ
İzlanda	30	3	KOBİ
Lihtenştayn	3	6	Mikro
Norveç	205	5	KOBİ
İsviçre	240	11	KOBİ
Toplam (AB Üyesi olmayanlar)	480	8	
Avrupa – 19	19.850	6	

1.2.3.2. OECD Ülkelerinde KOBİ Tanımı

OECD, KOBİ tanımlamasında işçi sayısı kriterini kullanmaktadır. Çalıştırdığı işçi sayısı 1-4 olan işletmeler mikro işletme, 5-19 olan işletmeler çok küçük işletme, işçi sayısı 20-99 arasında olan işletmeler küçük işletme, 100-499 işçisi olan işletmeler orta ölçekli işletme, 500'den fazla işçisi olan işletmeler de büyük işletme olarak kabul edilmektedir (İyibildiren 2007).

1.2.3.3 ABD’de KOBİ Tanımı

ABD’deki resmi duruma baktığımızda; KOBİ tanımının resmi olarak yapılmadığını gözlemlemekteyiz. Yalnız bununla birlikte ABD’de KOBİ’lere bilgi ve finansman desteği veren federal bir örgüt tarafından bir tanımlama yapılmıştır. Bu tanımlamaya göre; “İmalat Sanayinde personel sayısı 500–1500 kişi, toptancı kuruluşlarından personel sayısı ve yıllık satış gelirleri 500’e kadar personel ve 25 milyon Dolar satışı olan perakendeciler ve hizmet işletmeleri içinde yıllık satış gelirleri olarak 3–13 Milyon Dolar göz önüne alınmaktadır” (Şener 2006).

1.2.3.4 Japonya’da KOBİ Tanımı

Japonya’da KOBİ tanımlanırken, çalışan işçi sayısı ve sermaye miktarları dikkate alınmıştır. Ölçeğe göre daha ayrıntılı bir tanımda, imalat sanayi sektöründe 5’ten az işçi çalıştıran işletmeler mikro, 20’den az işçi çalıştıran işletmeler çok küçük, 20 ile 299 işçi çalıştıran işletmeler ise KOBİ olarak kabul edilmektedir (Yüce 2007).

1.2.3.5 Ortadoğu Ülkelerinde KOBİ Tanımı

Bu ülkeler grubunda tanımlamalar, gelişmişlik seviyesine göre farklılık arz etmektedir. Örneğin; Irak, Ürdün, Kuveyt, Suudi Arabistan ve Suriye’nin içinde yer aldığı grupta, küçük sanayi için belirlenen ölçü, 1 ile 49 arasında işçi çalıştırılmasıdır. Mısır’da ise 10 ile 100 arasında işçi çalıştıran ve makine parkı değeri 500 bin mısır paundunu aşmayan işletmeler bu kategoride değerlendirilmektedir (Konyalı 2006).

1.2.4. KOBİ’lerin Tarihsel Gelişimi

19. yüzyıla kadar küçük sanayi işletmeleri gerek İslam, gerekse Hristiyan aleminde Loncalar tarafından idare ediliyordu. Loncalar, üyelerinin menfaatlerini koruyan bir birlik olduğu gibi sosyal, dini ve siyasi faaliyetleri de olan bir birlikti. Küçük işletmeler, tüketicilerin faydalanmaları için mal ve hizmet ürettiklerinden, bütün eski kültürlerde karşımıza çıkmaktadırlar. Günümüzde sosyal yapıdaki istikrarın devamlılığını sağlayan küçük işletmeler, serbest piyasa ekonomisi çerçevesinde gerek ulusal, gerekse uluslararası pazarlarda etkin bir rekabetin kazandırılıp sürdürülmesinde önemli rol oynamaktadırlar.

Türkiye'nin tarihsel gelişimi içerisinde küçük işletmeler olarak oldukça derin bir geçmişimizin olduğu görülmektedir. Şu anda işletmelerin olduğu yerde geçmişte esnaf ve sanatkârlar bulunmaktaydı. 13. yy. da Şeyh Mahmut Nasrettin Ahi Evran tarafından kurulan Ahilik sistemi bugün küçük işletmeler olarak isimlendirilen esnaf ve sanatkâra eğitim, sosyal güvenlik ve diğer konularda önemli katkılar sağlamış, onları toplumun vazgeçilmez bir unsuru haline getirmiştir.

Ahilik sistemi de zamanla yerini Lonca sistemine terk etmiştir. Osmanlı Devletinin dağılma dönemine girmesiyle Loncalar da zorlanmaya başlamış ve çöküş dönemiyle birlikte 1913 yılında kapatılmışlardır. Bunların yerine ise 1924 yılında Ticaret ve Sanayi Odaları daha geniş kapsamlı olarak yürürlüğe girmiştir (KOSGEB 2003).

1.2.5. Türkiye'deki KOBİ'lerin Yapısı ve Özellikleri

Türkiye'deki küçük ve orta ölçekli işletmelerin genel ekonomik şartlardan olumlu ya da olumsuz etkilenmeleri pek tabii ki mümkündür. Hukuki yapı, kapasite, katma değer, çalışanların ortalamaları, girdi/çıkıtı oranı gibi göstergeler açısından gözlemlenen yapı, yapılan istatistiklerle küçük ve orta boy işletmelerin ekonomi içindeki ağırlıklarına ilişkin verileri ortaya koymaktadır.

Ülkemizde, gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi küçük işletmeler, nispeten emek-yoğun üretim teknikleri kullanan, genellikle kırsal yörelerde kurulu ve finansal imkânları sınırlı işletmelerdir. Büyük işletmeler ise para ve sermaye piyasaları ile bütünleşmiş durumdadırlar. Çizelge 1.8'de görüldüğü gibi ülkemizde sektörlerin dağılımı görülmektedir.

Çizelge 1.8 Sektörlerin Dağılımı (URL-2 2002).

Sektörler	Yüzde (%)
Ticaret	46,19
İnşaat	2,08
Elektrik, Gaz, Su Dağıtımı	0,10
İmalat	14,35
Madencilik ve Taşocakçılığı	0,11
Otel ve Lokantalar	9,48
Diğer Sosyal, Toplumsal ve Kişisel Hizmet Faaliyetleri	5,28
Sağlık İşleri ve Sosyal Hizmetler	1,83
Eğitim Hizmetleri	0,33
Gayrimenkul Kiralama ve İş Faaliyetleri	5,26
Mali Aracı Kuruluşların Faaliyetleri	0,79
Ulaştırma, Depolama, Haberleştirme	14,21
Toplam	100,00

Çizelge 1.8'e bakıldığında işletmelerin %46,19'u ticaret sektöründe faaliyet göstermektedir. Bunu %14,35 ile imalat, %14,21 ile ulaştırma, depolama, haberleşme sektörü takip etmektedir. Bu üç sektör toplam işletme sayısının %74,75'ini oluşturmaktadır.

Çizelge 1.9 İşletmelerin hukuki durumu (URL-3 2002).

Hukuki Durum	İş Yeri Sayısı	Yüzde (%)
Ferdi mülkiyet	1.386.491	80,58
Adi ortaklık	28.607	1,66
Komandit şirket	3.970	0,01
Kollektif şirket	197	0,23
Limited şirket	233.193	13,55
Anonim şirket	34.843	2,03
Kooperatif	14.213	0,83
Diğer	19.084	1,10
Toplam	1.720.598	100,00

Çizelge 1.9'daki işletmelerin hukuki durumlarına göre dağılımına bakıldığında %80,58'inin ferdi mülkiyet olduğu görülmektedir. %13,55'i limited şirket, %2,03'ü ise anonim şirkettir. Bu rakamlar, toplam işletmelerin yalnızca %15,58'inin sermaye şirketleri olarak tanımlanan gruba dahil olduğunu, kalanların da şahıs şirketleri ve diğer yapıda işletmeler olduğunu göstermektedir.

Ayrıca Türkiye'deki küçük işletmelerin imalat sanayi içindeki payları işyeri sayısı olarak düşüş göstermesine karşılık, ağırlığını korumaktadır. Çalışanların sayısı baz alındığında, KOBİ'lerin istihdam yönünden önemli bir sorunu çözdüğü ortaya çıkmaktadır.

1.2.6 KOBİ'lerin Türkiye Ekonomisinde Yeri

Ekonomi, farklı büyüklüklerde ve farklı alanlarda faaliyet gösterip mal ve hizmet üreten işletmelerden oluşmaktadır. Ekonominin gelişmesi ve büyümesi içinde faaliyet gösteren işletmelerin büyüyerek çoğalmaları ve başarılı olmalarına bağlıdır (Zengin 2006).

Küçük işletmelerin tanımlanması, toplumların ekonomik ve sosyal yapılarına göre farklılık gösterse bile genel olarak bağımsızlık, girişimcilik ve kişisel ilişkiler olmak üzere üç ortak özelliğe sahiptirler. KOBİ'lerin ekonomiye katkısı her ekonomi için büyük önem taşımaktadır. KOBİ'ler sosyal ve ekonomik yönden gelir dağılımında dengeyi sağlamaktadır, çabuk karar verme özelliklerine sahip oldukları için zamandan, daha az yönetim ve işletme giderleri çalıştırdığından maliyetten avantaj sağlamaktadırlar. KOBİ'ler sayesinde üretim ve sanayileşme ülkenin her yerine yayılmaktadır, işçi-işveren arasındaki ilişkisinin yakınlığı ve olumlu bir ortam oluşturması sayesinde sosyalleşmeyi artıran KOBİ'ler, savaş ve ekonomik kriz dönemlerinde büyük işletmeler zarar görse bile üretimlerini gerçekleştirmeye devam ederek ekonominin ayakta kalmasına ve yeniden canlanabilmesine olanak sağlamaktadırlar (Zengin 2006).

KOBİ'ler, takip edebildikleri teknoloji avantajından faydalanarak yeni mal ve hizmetleri pazara sunum ve tanıtımında büyük fayda sağlamaktadırlar. Siparişe göre hizmet verilebilmesinden dolayı zevk ve tercihlere göre üretim yapılabilmektedir, ikinci el sermaye veya atıl durumda bulunan sermaye yeniden faaliyete geçirilerek daha çok ürün elde edilmesini sağlamaktadırlar. KOBİ'ler esnek üretim teknolojilerine sahip olmalarından dolayı herhangi bir talep artış veya azalışa göre fiyatları ayarlayabilmekte, sermaye kaynaklarını yönlendirebilmekte, devamlı sermaye hareketliğini gerçekleştirebilmekte ve böylece düşük endüstrilerden yüksek endüstrilere sermayeleri aktarabilmektedirler.

KOBİ'ler ekonominin her alanına iş ve fırsatlar sağlamaktadırlar (Anonim 2005):

- İç pazarda büyüme; KOBİ'ler iç pazarda büyüme politikası geliştirmede zorlandığı için danışmanlık şirketleri ve araştırma kuruluşlarına başvurmaktadır.
- Dış pazara açılma; iç pazarda olduğu gibi dış pazarda da karşılaşılan sorunları yurtdışı yatırım danışmanlık şirketleri ve fuar şirketleri aşmaya çalışmaktadır.
- Markalaşma; KOBİ'lerin çoğu markalaşma konusunda danışmanlık şirketlerine başvurmaktadır.
- Maliyet düşürme; lojistik sektöründe faaliyet gösteren şirketler, teknoloji şirketleri daha uygun maliyetten hizmet sunularak KOBİ'lerin pazarından faydalanılabiliyorlar.
- Teknoloji iyileştirme; özel paketler hazırlayarak teknolojiye eksik kalabilen KOBİ'lerin bu açığını kapatmaya çalışan bilişim ve teknoloji şirketleri için KOBİ'ler önemli bir pazar oluşturmaktadır.
- Yatırım için ek finans; KOBİ'lere finans olanakları sağlanarak bu pazarda yer alınabilir,
- Yeni ürün geliştirme; KOBİ'ler Ar-Ge çalışmalarında uygulayacağı politikaları belirlemede danışmanlık şirketlerine başvurulmaktadır.
- Kalitenin iyileştirilmesi; mevcut kalitenin daha da artırılması için danışmanlık şirketlerinden yardımlar alınarak çözümler sağlanmaktadır.
- İlave işletme sermayesi; Türkiye'de genellikle düşük sermaye ile çalışan KOBİ'lere ihtiyacı olan sermayeyi sağlayabilen finans kuruluşları kendine bir pazar yaratabilir.
- Yeni dağıtım kanalı oluşturma; şirketlerin pazarlama sonucu dağıtım kanallarında yaşayabileceği herhangi bir sıkıntıyı lojistik şirketlerin fark etmesi ve bu ihtiyacı gidermesiyle de lojistik şirketlere de pazarda büyük bir yer sağlanabilir.

KOBİ'lerin finansman sorunlarına çözüm arama, modernizasyon sağlama, kalifiye eleman sağlama, kurumsal kimlik oluşturma verimliliğin en üst seviyeye ulaştırılmasını sağlama politikaları AB ülkelerince temel devlet politikası olarak ele alınmaktayken, Türkiye ekonomisinde büyük önem taşıyan KOBİ'lere sınırlı destek sağlanılmaktadır (URL-4 2007).

Ülkemizde KOBİ'lerin sayısı hizmet sektöründe dahil olmak üzere, tüm işletmelerin sayısının yüzde 99,8'ini ve bu işletmeler de toplam istihdamın %76,7'sini oluşturmaktadır. KOBİ yatırımlarının, toplam yatırımlar içindeki payı 38'e ulaşıyor ve toplam katma değerinin yüzde 26,5'i yine bu işletmelerce oluşturulmaktadır.

Çizelge 1.10'da KOBİ'lerin sektörlere bağlı değerleri verilmiştir.

Çizelge 1.10 KOBİ'lerin sektörlere bağlı yüzde değerleri dağılımı (KOSGEB 2003).

Tüm Sektörler	Yüzde (%)	İmalat Sektörü	Yüzde (%)
1-4 işçi çalıştıran işletmeler	89,2	1-4 işçi çalıştıran işletmeler	75,1
5-9 işçi çalıştıran işletmeler	8,4	5-9 işçi çalıştıran işletmeler	19,2
10-49 işçi çalıştıran işletmeler	2,0	10-49 işçi çalıştıran işletmeler	4,1
50+ işçi çalıştıran işletmeler	0,4	50+ işçi çalıştıran işletmeler	1,6

KOBİ'lerin toplam ihracat içindeki payları, yıllar itibariyle değişiklik göstermekle beraber, ortalama yüzde 10 oranında gerçekleşmektedir ve bu kesimin toplam banka kredileri içindeki payı yüzde 5'in altında seyretmektedir. 31 Ocak 2003 tarihi itibariyle kayıtlı 2.761.513 işletme bulunmaktadır.

KOBİ'lere yönelik destek programlarının temel hedef kitlesi imalat sanayi sektöründeki KOBİ'lerdir. DİE 2000 yılı değerlendirmelerine göre (1-150 işçi çalıştıran KOBİ kabul edildiğinde) imalat sanayinde toplam 208,183 KOBİ faaliyet göstermekte ve bu işletmeler de 922,715 kişi istihdam edilmektedir. KOBİ'ler tüm imalat sanayi işletmelerinin yüzde 99,2'sini oluşturmakta ve bu sektörde istihdam yüzdesi 55,65'i karşılamaktadır.

İmalat sektörü, kamu özel sektör ayrımı ve büyüklük gruplarına göre incelendiğinde toplam işyeri sayısının yüzde 0,1'inin devlet işletmesi, yüzde 99,9'unun ise özel işletme niteliğinde olduğu görülmektedir. Kamuya ait işyerlerinde tüm çalışanların yüzde 7,5'i istihdam edilerek, katma değer yüzde 17,2'si yaratılmaktadır. Özel sektör işyerlerinde ise toplam istihdamın yüzde 92,5'i ile yüzde 82,8 oranında katma değer yaratılmaktadır (Anonim 2005)

Çizelge 1.11 KOBİ'lerin ekonomi içindeki yerleri (Sarıkaya 1995).

KOBİ'lerin Ekonomi İçindeki Yerleri	Türkiye'deki Durumu	Gelişmiş Ülkelerdeki Durumu
Toplam İşletmelere Oranı	%99	%95
Toplam İstihdam Oranı	%59	%50
Toplam Yatırım Oranı	%30-40	%40
Toplam Üretim Oranı	%30-40	%50
Toplam İhracat Oranı	%8-9	%30-40

Gelişmiş ülkeler ile ülkemiz arasında bir karşılaştırma yapıldığında, Türkiye'deki KOBİ'lerin toplam işletmelere oranının yüksek olmasına rağmen üretim oranının %10-20, ihracat

oranının ise %20-30 daha az olduğu gör÷lmektedir. Bunun nedeni de gelişmiş ÷lkeler ile ÷lkemiz arasında bulunan KOBİ tanımlarının farklılığından ileri gelmektedir.

KOBİ'lerin ÷lkemiz ekonomisine olan katkılarını şu şekilde özetleyebiliriz (Sarıkaya 1995);

- KOBİ'ler ekonomik yapının çeşitlenmesini sağlarlar.
- KOBİ'ler tekelliliği önlerler.
- Bölgesel kalkınmaya katkıda bulunurlar.
- İstihdam yaratırlar.
- Ülke'deki gelir yelpazesinin dengesini sağlarlar.
- Büyük işletmelere girdi ve ara malı sağlarlar.
- Teknolojik gelişmelerin kırsal yörelere ulaşmasını sağlayarak, üretim teknolojisini tamamlarlar.
- Küçük birikimlerle aile birikimlerinin doğrudan doğruya yatırımlara aktarılmasını sağlarlar.

1.2.7 KOBİ'lerin Dünya Ekonomisindeki Yeri

KOBİ'ler yalnızca az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere mahsus kuruluşlar değildirler. Tüm sanayileşmiş ve sanayileşmekte olan toplumlarda KOBİ'ler çok önemli bir yeri işgal etmektedirler. Serbest pazar ekonomisinin temelini oluşturan rekabeti korumanın temel aracı olarak kabul edilen KOBİ'ler, tüm gelişmiş ÷lkelerde istihdama da önemli katkılar sağlamaktadırlar.

Çizelge 1.12 KOBİ ekonomisinin ülkelere göre karşılaştırılması (Akgemici 2001).

ÜLKELER	Toplam işletmeler içindeki yeri (%)	Toplam istihdam içindeki yeri (%)	Toplam yatırım içindeki yeri (%)	Katma değer içindeki yeri (%)	Toplam ihracat içindeki payı (%)	Toplam kredilerden aldığı pay (%)
ABD	97,2	50,4	38,0	36,2	32,0	42,7
Almanya	99,8	64,0	44,0	49,0	31,1	35,0
Hindistan	98,6	63,2	27,8	50,0	40,0	15,3
Japonya	99,4	81,4	40,0	52,0	38,0	50,0
İngiltere	96,0	36,0	29,5	25,1	22,2	27,2
G.Kore	97,8	61,9	35,7	34,5	20,2	46,8
Fransa	99,9	49,4	45,0	54,0	23,0	48,0
İtalya	97,0	56,0	36,0	53,0	-	-
Türkiye	98,8	45,6	6,5	37,7	8,0	3,0-4,0

Yüce (2002)'nin yaptığı araştırmaya göre; gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki KOBİ'lerin ekonomi içindeki paylarına bakıldığında; istihdam, yatırım, katma değer, ihracat ve krediler açısından küçük farklılıklarla ekonomi içindeki önemi büyüktür.

KOBİ'lerin ülke ekonomilerindeki yeri ve önemini Çizelge 1.12'deki bazı ülkelerdeki karşılaştırmalarla daha da somutlaştırılabilir. ABD'de KOBİ'lerin tüm işletmeler içindeki yeri %97,2'dir. Avrupa ülkelerinden Fransa'daki KOBİ'ler %99,9 oranıyla en yüksek paya sahiptir. Bu ülkeyi takip eden Almanya ve Japonya'dan sonra Türkiye'nin tüm işletmeler içindeki KOBİ oranı %98,8'dur. Diğer taraftan toplam istihdam içinde de KOBİ'lerin paylarının benzer bir durum sergilediği gözlenmektedir. Toplam istihdam içinde KOBİ'lerde çalışan işçilerin oranı ABD'de %50,4, Almanya %64, Hindistan %63,2, Japonya 81,4, İngiltere %36, G.Kore %61,9, Fransa %49,4, İtalya %56 ve son olarak Türkiye'de %45,6'dır. Diğer ülkelerle kıyaslandığında Türkiye'de KOBİ'lerin istihdam oranı oldukça düşüktür. Toplam ihracata baktığımızda ilk sırayı %40 ile Hindistan ve sonrasında %38 ile Japonya almaktadır. Son yıllardaki performansıyla Japonya KOBİ'lerin ülke ekonomisindeki rolünü gösteren en güzel örneklerden birisidir (Yüce 2002).

KOBİ'lere tüm dünyada önem verilmesinin iki ana sebebi vardır; birincisi, kuvvetli bir ekonominin küçük işletmelere duyacağı ihtiyaç, ikincisi, küçük işletmelerin optimum büyüklüğe ulaşabilmeleri için resmi ve özel kuruluşların çabalarının zorunlu olduğudur. Sağlam ve sağlıklı bir KOBİ yapısı iktisadi gelişmenin, sosyal barışın ve siyasi istikrarın en önemli güvencesi ve kaçınılmaz bir şartı kabul edilmektedir.

1.2.8 Avrupa Birliğinde KOBİ'lerle İlgili Ekonomik Göstergeler

Avrupa Komisyonu, 23. Genel Müdürlüğünün 1992 yılında başlattığı "KOBİ'ler İçin Avrupa Gözlemevi" isimli proje kapsamında her yıl Avrupalı KOBİ'lere ilişkin bir rapor hazırlanmaktadır. En son 1996 yılında hazırlanan 4. yıllık rapor, Avrupa'nın 19 ülkesini (Avrupa Birliği (15), İzlanda, Liechtenstein, Norveç, İsviçre) kapsamaktadır. Rapora göre, 1995 yılında toplam işletme sayısının 16,5 milyona ulaştığı, ancak istihdam edilen kişi sayısının 103 milyona düştüğü, bunun özellikle büyük işletmelerde görüldüğü kaydedilmektedir. 1992 yılında işletme başına istihdam edilen çalışan sayısı 7 iken, bu sayı 1995 yılında 6'ya inmiştir (Çizelge 1.13).

Çizelge 1.13 1995 yılında 19 Avrupa ülkesindeki işletmelerin ölçekleri ve yapıları (Sayın vd. 1997).

	Mikro İşletme	Küçük İşletme	Orta İşletme	Büyük İşletme	Toplam Kobi	Toplam
Toplam İşletme (1000)	15.205	1.050	160	16.415	35	16.450
İşletme Başına Ortalama İstihdam	2	20	100	4	985	6
İstihdam (1000)	33.230	19.640	15.785	68.655	34.565	103.220
Ciro/İşletme sayısı (1000 ECU)	0,2	2,7	19,0	0,6	154,0	0,9
Verimlilik(1000 ECU)	38	44	62	45	54	48
Katma Değerde İşgücü Maliyetinin Oranı (%)	52	65	61	559	58	58

Avrupa'daki KOBİ'ler verimlilik açısından incelendiğinde de 1988–1995 yıllarında sürekli bir verimlilik artışı olduğu gözlenmiştir. Karlılık açısından da 1995 yılında Küçük ve Orta Boy İşletmeler, Büyük İşletmelere göre daha büyük karlılık oranlarını yakalamıştır (Sayın vd. 1997).

1.2.9 Avrupa ve Türkiye KOBİ'lerinin Karşılaştırılması

Avrupa birliği ile Türkiye'deki KOBİ'lerin karşılaştırılması Çizelge 1.14'te gösterilmiştir.

Çizelge 1.14 Avrupa ve Türkiye KOBİ'lerinin karşılaştırılması (Anonim 2003).

Avrupa Birliğindeki KOBİ'ler	Türkiye'deki KOBİ'ler
İşletme başı ortalama istihdam 6 kişi	İşletme başı ortalama istihdam 2-3 kişi
İşletme başı ortalama iş hacmi 780 bin paund	İşletme başı ortalama iş hacmi 200 bin paund
Yıllık işçi başına devlet yardımı 1.105 paund	Yıllık işçi başına devlet yardımı 200 paund (maksimum tahmin)
İşletmelerde kurumsallaşma söz konusu	İşletme sahibi hem finans müdürü, hem pazarlama müdürü, hem de üretim ve geliştirme müdürü konumunda
İşletmeleri %70'inde finansal enstrümanlar konusunda bilgi eksikliği söz konusu	İşletmeleri %90'inde finansal enstrümanlar konusunda bilgi eksikliği söz konusu

Avrupa Birliğindeki KOBİ'ler	Türkiye'deki KOBİ'ler
Ödeme gücü içerisinde yer alan ve ikinci bir başlangıç yapmak isteyenlere yönelik etkili ve destekleyici önlemler söz konusu	Ödeme gücü içerisinde yer alan ve başarısız olmuş potansiyel işletmeleri yeniden kazanmaya yönelik düzenlemeler eksik
Geniş teşvik olanakları söz konusu	Çok önemsiz düzeyde
Kredi güvenilirliği açısından güçlü konumda	Kredi güvenilirliği düşük konumda
Modern finansal enstrümanlar (risk sermayesi, kredi garantisi, leasing gibi) kapsamlı olarak kullanılmakta	Modern finansal enstrümanları kullanabilme gücü düşük
Üniversite tarafından desteklenen KOBİ'lerin sahip olduğu teknolojik yatırımların payı %20	Çok önemsiz düzeyde
Kamusal araştırma ve geliştirme kurumları tarafından desteklenen KOBİ'lerin sahip olduğu teknolojik yatırımların payı %25	Çok önemsiz düzeyde

1.2.10 KOBİ'lerin Ekonomik ve Sosyal Sisteme Katkıları

KOBİ'ler değişik yönlerden ülke ekonomilerine ve sosyal yaşama katkıda bulunurlar. Şener'in (2006) yaptığı çalışmaya göre kobilerin ekonomiye ve sosyal yaşama yaptıkları katkılar şu şekilde sıralanabilir:

- Bu işletmelerin kurulması daha az sermaye gerektirdiği için ülkenin birçok bölgesine yayılabilirler. Böylece sanayi nispeten geri kalmış bölgelere de kayabilmekte, oralarda iş ve istihdam imkânları yaratmaktadır. Bu durumda ülkede gelir yelpazesi daha dengeli hale gelir. Gelir kaynaklarının ve sanayicilerin ülke çapında yayılmaları sağlandığı için sağlam bir orta sınıf oluşur.
- Ekonominin çeşitli sektörlerinde bu tür işletmelerin çoğalması söz konusu sektörlerde monopollaşmayı önler. Bunların ekonomik sistemi terk etmeye zorlanmaları serbest ticari rekabeti büyük ölçüde ortadan kaldırabilir. Bir ekonomide serbest rekabet sistemi arzulanıyorsa sistemde bağımsız küçük işletmelerin varlığı bir zorunluluktur.
- Söz konusu işletmeler teknolojik yeniliklere ve konjonktür değişikliklerine daha çabuk ayak uydurabilirler. Bu nedenle ortay çıkabilecek olumsuzluklardan daha az etkilenirler. Böylece istihdamda devamlılığı sağlarlar. Örnek olarak dünya nüfusunun büyük bir çoğunluğuna sahip Çin, köylerin yanında kurulan küçük işletmeler sayesinde, hem köyden kente göçe hem de işsizlik sorununa çözüm bulmuştur. Ayrıca

bu işletmelerde bir kişi istihdam etmek için gerekli sermaye miktarı büyük işletmelere göre daha azdır. Yani bunlar daha emek-yoğun teknoloji kullanırlar. Bu da ülkedeki istihdam kapasitesini artırıcı bir faktördür.

- Bu tür işletmeler sermaye faktörünü en önemli unsur haline getirmeksizin, birçok kişiye kendi alanında teşebbüs imkânı verir. Çünkü iş kurmak için gerekli sermaye miktarı düşüktür. Bu durumda sermayeyi kişisel imkânlarla sağlamak kolaylaşır. Böylece niteliklere uygun kişilerin girişimciliğe atılmaları imkânı artar.
- Yeni fikir ve buluşların ortaya çıkarılıp gerçekleştirilmesinde önemli rol oynarlar. Yeni bir buluşun pazarda satılabilir bir ürün haline gelebilmesi genellikle bu buluşun hedef pazarda bir deneme sürecinden geçirilmesini gerektirir. Büyük işletmeler bu buluşların denenmesi konusunda pek arzulu değildirler. Küçük işletmeler ise bu hususta daha cesur, inançlı ve netice alma konusunda daha azimli olabilirler. Ayrıca geleneksel teknolojinin modernizasyonu ve transfer edilen teknolojinin ülke ekonomisine adaptasyonu konusunda da önemli rol oynarlar.
- Bu işletmelerde işçi işveren ilişkileri daha yakın, sıcak ve olumlu bir ortam içinde yürütülür. Çift yönlü iletişim ve alt kademenin kararlara katılımı daha fazla işlerlik kazanır. Böylece sermaye-emek yabancılaşması büyük ölçüde önlenir.
- Çoğu ürün bu tür işletmelerde daha ekonomik olarak üretilir. Bazıları ise talebin sınırlı olması dolayısıyla sadece KOBİ'lerde üretilmek mecburiyetindedir. Örneğin General Motors 37.000 işletmeye bu türden işler vermekte ve bu işletmelerin çoğunluğunu küçük işletmeler oluşturmaktadır.
- Bu işletmeler daha çabuk karar verebilmeleri, yönetim ve genel işletme giderlerini daha düşük tutabilmeleri ve bürokrasiyi azaltabilme gibi nedenlerle daha çabuk ve ucuz üretim imkânına ulaşabilirler.
- Tüketicilerle teması daha yakın olan küçük işletmeler, tüketicilerin zevk ve tercihlerindeki değişiklikleri daha çabuk saptayabilirler. Bunlara uyarlamayı sağlayacak teknik değişiklikleri de daha çabuk gerçekleştirebilirler. Büyük işletmelere göre daha esnek ve kıvrak hareket edebilirler.
- Savaş ekonomisinde büyük sanayiler zarar görse de, bu tür işletmeler az da olsa üretimlerine devam ederek toplumun belli ihtiyaçlarını karşılayabilirler

1.2.11 KOBİ'lerin Avantajları ve Dezavantajları

Ülke ekonomileri içinde önemli bir paya sahip olan KOBİ'ler yapıları sebebiyle pek çok avantaj ve dezavantajlara sahiptirler. Burada söz konusu avantaj ve dezavantajlar ayrı ayrı ele alınmıştır.

1.2.11.1 Kobilerin Avantajları

Ekonomilerde önemli bir yer işgal eden KOBİ'lerin büyük ölçekli rakipleri karşısında önemli avantajları bulunmaktadır. Bu avantajlar İyibildiren (2007) tarafından yapılan bir çalışma ile şu şekilde sıralanmıştır:

- KOBİ'lerde işletme sahibi aynı zamanda işletmenin yöneticisi konumundadır ve işletmesi ile bütünleşmiş durumdadır. İşi ile özdeşleşmiş işletme sahibi başarılı olabilmek için tüm gayretini gösterecek ve bu da işletmeye dinamizm getirecektir.
- KOBİ'lerde hiyerarşik yapı yerine işletme sahipleri ile çalışanlar arasında, iletişim problemlerini en az düzeye indiren, direkt ve sıcak ilişkiler mevcuttur.
- İşletme sahiplerinin müşteriler ile birebir ilişki kurma imkânları vardır.
- KOBİ'lerde işletme sahibi girişimci genellikle işletmeyi etkileyecek kararları tek başına almak durumundadır. Zamanın çok önemli olduğu durumlarda hızlı karar alabilme esnekliği işletmenin fırsatları kaçırmamasını sağlamaktadır.
- Büyük işletmelerde çalışan kişiler genelde yapılan işin sadece bir bölümünde uzmanlaşarak işin bütününe yabancı kalırken, kobilerde çalışan işçiler yapılan işin bütün safhalarına hâkimdir. Bu sebeple KOBİ'ler daha nitelikli eleman yetiştirmekte ve istihdam etmektedir.
- Bu işletmelerin kurulması daha az işlem ve daha az sermaye gerektirdiği için ülkenin birçok bölgesine yayılabilirler. Böylece sanayi nispeten geri kalmış bölgelere de kayabilmekte, oralarda iş ve istihdam imkânları yaratmaktadır.
- Söz konusu işletmeler teknolojik yeniliklere ve konjonktür değişikliklerine daha çabuk ayak uydurabilirler. Bu nedenle ortaya çıkabilecek olumsuzluklardan daha az etkilenirler.
- Tüketicilerle teması daha yakın olan küçük işletmeler, tüketicilerin zevk ve tercihlerindeki değişiklikleri daha çabuk saptayabilirler. Bunlara uyarlamayı sağlayacak teknik değişiklikleri de daha çabuk gerçekleştirebilirler.

1.2.11.2 KOBİ'lerin Dezavantajları

Konyalı (2006) tarafından yapılan çalışmayla KOBİ'lerin özelliklerinden kaynaklanan bütün bu avantajlara ve ülkemizin ekonomik ve sosyal yapısında çok önemli yerleri olmasına rağmen birçok sorununda bulunduğu gözlenmiştir. Bu sorunlar şöyle sıralanabilir;

- Kredi temininde güçlük çekmeleri: Bankaların kredilerinden aldıkları pay %4 civarındadır.
- Teşviklerden hemen hemen hiç yararlanamamaları,
- Diğer finansman araçlarından yeterince yararlanamamaları,
- Teknolojik düzeyleri genellikle düşük olması,
- Yurtiçi ve yurtdışı teknik ve ticari gelişmeleri izleyememeleri,
- Kalifiye eleman sıkıntısı çekmeleri,
- Gümrük Birliği şartlarında rekabet güçlerinin geliştirilmesine ihtiyaç duymalarıdır.

1.3 İMALAT SANAYİSİ HAKKINDA BİLGİLER

Yapılan çalışmalar imalat sanayisinin üretim ve ihracatın lokomotifi olduğunu göstermiştir. İmalat sanayi, üretim faaliyetlerini gerçekleştiren üç sektörden (Ticaret, Sanayi, Hizmetler) biri olan sanayi sektörü içerisinde yerini almaktadır. Sanayi sektörü ise; hammadde ya da ara malların makine ve el emeğiyle işlenerek her türlü malın elde edilmesi faaliyeti olarak tanımlanmaktadır ve genellikle madencilik, imalat sanayi ve enerji olarak literatürlerde ve istatistiklerde yer almaktadır. Sanayinin gelişimi ise istihdamın büyük kısmını barındıran imalat sanayi üzerinden yapılmaktadır (Akyüz 1995).

Balaban'ın (2007) yaptığı çalışmayla imalat sanayisini şu şekilde tanımlamaktadır: İmalat sanayi temel girdi olarak kabul ettikleri hammaddelerini bazen tamamlayıcı mallarla üretime sokarak, insanın bedensel ve zihinsel işgücünden yararlanmak suretiyle makine ve teçhizatlarla bir üretimin gerçekleştirilmesini sağlamaktadır. Üretim aşamasında bazen ileri teknolojinin kullanımı sağlanırken bazen de geleneksel iş yöntemlerinden yararlanılmaktadır.

İmalat sanayi kapsamında bulunan alt sektörler farklı tanımlamalar ve sınıflandırmalar içerisinde yer almaktadırlar. İmalat sanayi genel kapsamında yapılan sınıflandırmaya göre dokuz farklı alt sektör kendini gösterebilmektedir. Bunlar, aşağıdaki gibi sınıflandırılmaktadır;

- Gıda, içki ve tütün sanayi,
- Dokuma, giyim eşyası ve deri sanayi,
- Orman ürünleri ve mobilya sanayi,
- Kâğıt-kâğıt ürünleri ve basım sanayi,
- Kimya-petrol, kömür, kauçuk ve plastik ürünleri sanayi,
- Taş ve toprağa bağlı sanayi,
- Metal ana sanayi,
- Metal eşya-makine, teçhizat, ulaşım araçları, ilmi ve mesleki ölçme aletleri sanayi,
- Diğer imalat sanayi.

Uluslararası Standart Sanayi Sınıflandırması'na (ISIC Rev.3) ve Avrupa Birliği Ekonomik Faaliyetler Sınıflaması'na (NACE) göre ise imalat sanayi alt sektörleri ve kodları ise aşağıda verilmektedir (KOSGEB 2005);

- Gıda ürünleri ve içecek imalatı,
- Tütün ürünleri imalatı,
- Tekstil ürünleri imalatı,
- Giyim eşyası imalatı; kürkün işlenmesi ve boyanması,
- Derinin tabaklanması, işlenmesi; bavul, el çantası, saraçlık koşum takımı ve ayakkabı imalatı,
- Ağaç ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç); hasır vb. örülerek yapılan maddeler,
- Kâğıt hamuru, kâğıt ve kâğıt ürünleri imalatı,
- Basın ve yayım; plak, kaset vb. kayıtlı medyanın çoğaltılması,
- Kok kömürü, rafine edilmiş petrol ürünleri ve nükleer yakıt imalatı,
- Kimyasal madde ve ürünler ile suni elyaf imalatı,
- Plastik ve kauçuk ürünleri imalatı,
- Metalik olmayan diğer mineral ürünlerin imalatı,
- Ana metal sanayi; fabrikasyon metal ürünleri,
- Makine ve teçhizat hariç; metal eşya sanayi,
- Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve teçhizat imalatı,
- Büro, muhasebe ve bilgi işlem makineleri imalatı,
- Başka yerde sınıflandırılmamış elektrikli makine ve cihazların imalatı,
- Radyo, televizyon, haberleşme teçhizatı ve cihazları imalatı,
- Tıbbi aletler; hassas ve optik aletler ile saat imalatı,
- Motorlu kara taşıtı, römork ve yarı römork imalatı,

- Diğer ulaşım araçlarının imalatı,
- Mobilya imalatı; başka yerde sınıflandırılmamış diğer imalat,
- Yeniden değerlendirme; metal/metal olmayan atık ve hurdaların değerlendirilmesi.

İmalat sanayinde faaliyet gösteren 246.899 adet girişimin tüm sektörler içerisindeki oranı Çizelge 1.15’de verilmiştir.

Çizelge 1.15 İmalat sanayinde faaliyet gösteren toplam girişim sayısı ve oranı (Balaban 2007).

Ölçek Grupları	Girişimlerin Sayısı	İmalat Sanayindeki Girişimlerin Sayısı	İmalat Sanayindeki Girişim Oranı (%)
Tek Birimli Girişim	1.604.000	227.872	14,21
Çok Birimli Girişim	116.598	19.027	16,32
Genel Toplam	1.720.598	246.899	14,35

İstihdam açısından bir değerlendirme yapıldığında Türkiye’de toplam olarak 6.325.036 kişinin çalıştığı görülecektir. Bunların 4.330.743’ü tek birimli girişimlerde, 1.994.293’ü de çok birimli bir girişimde istihdam edilmektedir. Bu rakamlara göre ücretle çalışanlar açısından istihdamın %40,09’u imalat sanayindedir. Toplam istihdam açısından değerlendirildiğinde, çok birimli girişimlerde istihdamın %40,4’ü imalat sanayinde yer alırken tek birimli girişimlerde bu oran %39,8’dir. Ortalama çalışan sayısı bakımından istihdamın %32,38’i imalat sanayindedir. Toplam istihdam açısından değerlendirildiğinde imalat sanayinin, %37,9’u çok birimli girişimlerde, %29,7’si ise tek birimli girişimlerde istihdam edilmektedir.

Türkiye’deki girişimlerin ortalama ölçek büyüklüğü (Çalışan sayısı/Girişim sayısı) 3,68’dir. Ölçek büyüklüğünün en fazla olduğu sektör %44,41 ile madencilik ve taşocakçılığı, ikinci olarak %33,82 ile elektrik, gaz ve su dağıtım sektörü, üçüncü olarak %13,43 ile eğitim sektörü, dördüncü olarak %9,1 ile mali aracı kuruluşların faaliyetleri ve beşinci olarak da %8,28 ile imalat sanayi sektörüdür (Balaban 2007).

Küçük ve Orta Büyüklükteki Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) kuruluş kanununda belirtilen “Küçük Ölçekli İmalat Sanayi İşletmeleri ve Orta Ölçekli İmalat Sanayi İşletmeleri” tanımı göz önüne alındığında 245.263 işletmenin %99,32’lik payla bu tanım kapsamında yer aldığı görülmektedir.

İmalat sanayisinde 1–9 çalışanı olan girişim sayısı toplam 220.030 olup toplam içinde %89,12’lik bir oran oluşturmaktadır. KOBİ’lerde, KOSGEB tanımına göre 1–49 arası çalışanı olan girişimleri incelendiğinde ise, girişim sayısının %97,35’lik payla 240.355 olduğu görülmektedir. Yine bu tanım kapsamında 50–150 arası girişimler incelendiğinde ise, girişim sayısının 3.399 olduğu ve %1,37’lik bir payı aldığı görülmektedir (KOSGEB 2005).

Ülkemizde oluşturulan toplam Gayri Safi Milli Hasıla (GSMH) değeri ve bu değere imalat sanayinin yaptığı katkı Çizelge 1.16’da ayrıntılı olarak verilmektedir (URL-5 2007).

Çizelge 1.16 İktisadi faaliyet kollarına göre, üretim yöntemiyle GSMH (Sabit fiyatlarla).

Yıllar		Ekonomik Faaliyet Kolları		
		Toplam GSMH	Sanayi	İmalat Sanayi
2000	Değer (Milyar TL)	119.144	33.738	28.278
	Sektör Payları (%)	100	28,3	23,7
	Gelişme Hızı (%)	6,3	6,0	6,4
2001	Değer (Milyar TL)	107.738	31.206	25.974
	Sektör Payları (%)	100	29,0	24,1
	Gelişme Hızı (%)	-9,5	-7,5	-8,1
2002	Değer (Milyar TL)	116.338	34.142	28.678
	Sektör Payları (%)	100,0	29,3	24,7
	Gelişme Hızı (%)	7,9	9,4	10,4
2003	Değer (Milyar TL)	123.165	36.793	31.140
	Sektör Payları (%)	100,0	29,9	25,3
	Gelişme Hızı (%)	5,9	7,8	8,6
2004	Değer (Milyar TL)	135.308	40.234	34.285
	Sektör Payları (%)	100,0	29,7	25,3
	Gelişme Hızı (%)	9,9	9,4	10,1
2005	Değer (Milyar TL)	145.650	42.840	36.368
	Sektör Payları (%)	100,0	29,4	25,0
	Gelişme Hızı (%)	7,6	6,5	6,1
2006	Değer (Milyar TL)	154.342	46.026	39.053
	Sektör Payları (%)	100,0	29,8	25,3
	Gelişme Hızı (%)	6,0	7,4	7,4

Çizelge 1.16’da görüldüğü gibi 2000 yılında ülkemizde oluşan toplam 119.144 Milyar TL’lik GSMH’nın 33.738 Milyar TL yani %28,3’lük kısmını sanayi sektörü oluşturmaktadır. Sanayi sektörü içerisinde oluşturulan bu GSMH değerinin %83,8’ini tek başına imalat sanayi sektörü teşkil etmektedir. 2006 yılı incelendiğinde ise oluşan 154.342 Milyar TL’lik GSMH’nın

%29,8'ini (46.026 Milyar TL) sanayi sektörü oluştururken imalat sanayinin sanayi sektörü içerisindeki payı ise %84,8 düzeyindedir. Ele alınan yıllar kapsamında imalat sanayinin GSMH oluşumu içerisindeki ağırlığı değişmeden devam etmiştir. 2000'den 2006'ya kadar olan sürede toplam GSMH'da ki artış %29,5 düzeyinde gerçekleşmiştir. Sanayi sektöründe anılan bu yıllar bazında toplam değişim miktarı %36,4 seviyelerine ulaşırken imalat sanayinin GSMH gelişme hızı ise %38,1 düzeyinde olmuştur. Buradan da genel olarak sanayi sektörü ve bunun içinde yer alan imalat sanayisinin diğer faaliyet kollarına göre önemli oranda bir artış göstermiş olduğu görülmektedir.

1.4 ORMAN ÜRÜNLERİ SANAYİSİ HAKKINDA GENEL BİLGİLER

Aytin (2006) çalışmasında, orman ürünleri sanayinin önemli bir bölümünü doğrudan endüstriyel odunun işlendiği üretimlerden oluştuğunu belirtmiştir. Üretimlerde odun üzerinde üretim çeşidine göre fiziksel (tomruk-kereste, lif yonga odunu-yonga levha, MDF vb) ve kimyasal değişimler (kağıt vb) olmakta, fiziksel değişimle gerçekleştirilen üretimlerin bir kısmında odun hammaddesi yanında çeşitli kimyasal maddeler (sentetik yapıştırıcılar gibi) kullanılmaktadır. Sanayinin diğer bir bölümü elde edilen ürünleri daha sonraki imalatlar için hammadde olarak kullanmaktadır. Bunların dışında çok değişik malzeme ve özel üretim teknikleri isteyen çok sayıda ürünün varlığı da mevcuttur. Orman ürünleri sanayi sınıflandırılması yapılırken bu ve benzeri hususların dikkate alınması ile sınıflandırmanın üç başlık altında yapılmasının yeterli olacağı düşünülmüştür.

1.4.1 Orman Ürünleri Sanayinin Sınıflandırılması

Türkiye'de orman ürünleri sanayisinin sınıflandırılmasına bakıldığında (DPT 1995);

1. Birinci imalat sanayi

- Kereste Endüstrisi
- Levha Endüstrisi (Kaplama, kontrplak, kontratabla, yongalevha, liflevha vb.)
- Kağıt hamuru ve kağıt endüstrisi

2. İkinci imalat sanayi

- Parke
- Doğrama
- Mobilya
- Prefabrik ev üretimi

- Diğerleri

3. Diğer orman ürünleri sanayi

- Müzik aletleri
- Ayakkabı kalıbı
- Ahşap oyuncak
- Ahşap torna mamulleri
- Kalem sanayi vb.
- Diğerleri

üç bölümden oluştuğu görülmektedir.

1.4.2 Orman Ürünleri Sanayisinin Dünyadaki ve Türkiye'deki Gelişimi

1.4.2.1 Dünyadaki Gelişimi

Balaban'ın (2007) de yaptığı çalışmalar odunu işleyen ilk makine ve tezgâhlar başlangıçta rüzgâr, su, hayvan ve hatta insan gücünden yararlanılarak çalıştırıldığını göstermiştir. 19. yüzyılın ikinci yarısında buhar gücünden yararlanılmaya başlanmış, elektrikten faydalanma ise, 20. yüzyıl başlarında olmuştur. Orman ürünleri sanayi teknolojisi özellikle bıçkı sanayisinde I. Dünya Savaşı'ndan sonra hızlı bir gelişme göstermiştir. Diğer kollarda da 20. yüzyılda başlayan gelişme II. Dünya Savaşı'ndan sonra daha da hızlanarak bugünkü düzeye ulaşmıştır. Gelişen teknoloji ile birlikte orman ürünlerinden faydalanma da çok yönlülük kazanmış ve odunun kullanım yeri günümüzde 6000'e ulaşmıştır. Her geçen gün daha değişik kullanım yerleri uygulamaya aktarılmakta olup günümüzde odun hammaddesinden çimentolu ve alçılı yongalevha, odun gazı, şeker ve tutkal gibi ürünler de elde edilmektedir.

1.4.2.2 Türkiye'deki Gelişimi

Ülkemizde orman ürünleri sanayisi 19. yüzyılın sonlarına kadar sadece bıçkı sanayi görünümünde su ve el hızarları şeklinde kalmış ve çok ağır bir ilerleme göstermiştir. Her ne kadar fiçicilik, düvencilik, saba, yaba gibi tarım araçları, küçük el sanatları şeklinde yapılan bölgesel çalışmalar 12. yüzyıla kadar uzamakta ise de bunları bir sanayi karakterinde görmek

mümkün değildir. Yurdumuzda ilk tesisler 19. yüzyılın sonlarında görülmeye başlanmıştır. İlk kereste fabrikası 1892 yılında İstanbul'da kurulmuştur ve 20. yüzyılın başlarından itibaren sayıları artmaya başlamıştır. Yapılan bir araştırma sonucuna göre, ülkemizde 1938 yılında 33 adet kereste fabrikasının olduğu anlaşılmaktadır. Ülkemizde 1963 yılında planlı dönemin başlaması ile birlikte orman ürünleri sanayisinde hızlı bir gelişme başlamış, tüm teknolojiler yurdumuzda geliştirilmiş ve bu sanayi kolu ülkemiz şartlarına göre çok büyük boyutlara ulaşmıştır (ORÜS 1991).

1.4.2.3 Türkiye Ekonomisinde Orman Ürünleri Sanayisinin Yeri ve İmalat Sanayi İçerisindeki Durumu

20,7 milyon hektarlık orman varlığına sahip olan Türkiye, çok çeşitli ağaç cinsleri yetiştirebilmesi nedeniyle orman ürünleri sanayinde önemli avantajlara sahiptir. Ancak bu ormanlık alanın yalnızca %39,4'ü verimli orman niteliğindedir. Bunun %54'ü ibreli, %46'sı yapraklı ağaçlardan oluşmaktadır. Ormanlarımızın dikili ağaç serveti 1,2 milyar m³ olup bu miktarın 787,3 milyon m³'ü ibreli ağaçlardan oluşmaktadır (Yıldırım 2006).

Yuvarlak odunların hacmi ve ağırlıklarına kıyasla kullanım değeri az olduğundan doğrudan doğruya kullanıldığı yerlerde sınırlıdır. Bunların endüstrinin çeşitli kollarında işlenmesi ve yeni mamuller haline gelmesi ile değerleri çok fazla yükselmekte, kullanım yerleri artmakta ve genişlemekte, böylece toplumun çeşitli ihtiyaçlarını karşılamak mümkün olmaktadır.

Odon hammaddesinin kullanım değerini artırmak amacıyla faaliyet gösteren sektör konumunda olan orman ürünleri sanayi ekonomimiz içerisinde ağırlığını zamanla artırabilen bir yapıya sahip olmuştur. Gerek istihdam ettiği çalışanlar ve gerekse üretim sürecine aktardığı ürünler ile kalkınma sürecinde etkili olmuş ve ekonomik faaliyetlerin gelişimini sağlamıştır (Akyüz 2000).

Türkiye ekonomisine orman ürünleri sanayinin katkısı ve imalat sanayi içerisindeki yeri Çizelge 1.17'de görülmektedir (Yıldırım 2006, TÜİK 2006a, TÜİK 2006b, URL-6 2006).

Çizelge 1.17 Türkiye genelinde ekonomik faaliyet kollarına göre işyeri sayısı, çalışanların sayısı ve KDV miktarları.

Ekonomik Faaliyet Kolları	Yıllar	İş Yeri Sayısı	Çalışanların Yıllık Ortalama Sayısı	Katma Değer (Milyon TL)
---------------------------	--------	----------------	-------------------------------------	-------------------------

İmalat Sanayi	1995	199.686	1.276.284	1.882.902.000
	1996	201.428	1.340.124	3.115.027.000
	1997	203.540	1.471.112	6.636.747.000
	1998	206.494	1.402.529	11.335.980.000
	1999	208.113	1.445.349	17.267.292.000
	2000	209.818	1.658.112	25.541.182.000
	2001	211.046	1.597.538	43.483.541.000
Orman Ürünleri ve Mobilya Sanayi	1995	48.526	81.051	42.008.613
	1996	48.174	82.371	69.192.245
	1997	47.105	86.062	137.396.852
	1998	49.184	90.610	241.770.356
	1999	51.260	89.547	408.662.118
	2000	50.709	139.760	608.677.336
	2001	50.793	130.048	734.269.000
Kağıt ve Kağıt Ürünleri Sanayi	1995	6.660	33.199	46.591.611
	1996	7.085	32.538	55.664.340
	1997	7.631	32.070	85.493.466
	1998	7.901	33.081	175.116.074
	1999	8.421	32.569	258.600.552
	2000	8.759	56.459	891.932.316
	2001	8.917	53.283	1.169.014.000

Orman ürünleri ve mobilya sanayi ile kâğıt ve kâğıt ürünleri sanayine ait 1995–2001 yıllarına ait işyeri sayısı, çalışan sayısı ve katma değer oluşum miktarları Çizelge 1.17’de gösterilmektedir. Çizelge 1.17 verileri incelendiğinde; Orman ürünleri sanayinin işyeri sayısı bazında imalat sanayi içerisinde sahip olduğu pay, yıllar itibariyle yaklaşık olarak %24 düzeyinde olduğu görülmektedir. Kâğıt ve kâğıt ürünleri sanayi incelendiğinde ise işyeri oranının yaklaşık olarak %3,8 düzeyinde olduğu görülmektedir.

Çalışan sayısına ilişkin olarak yapılan inceleme sonucunda; özellikle orman ürünleri sanayi alanında işyeri sayısının oluşturmuş olduğu yüksek düzey, çalışan sayısı bakımından aynı konumda değildir. Tüm imalat sanayinin işyeri sayısı bakımından %24 civarında bir payını elinde bulunduran orman ürünleri sanayi işletmelerinde çalışanların payı olarak yaklaşık %6,8 düzeyinde kalmaktadır. Kâğıt ve kâğıt ürünleri sanayinde ise işyeri sayısının altında bir çalışan oranı kendini göstermektedir. Ortalama olarak %2,6 düzeyinde bir çalışanı istihdam eden kâğıt sektörü yıllar içerisinde çalışanlar sayısında inişli çıkışlı bir seyir izlemektedir.

Çizelge 1.18 İktisadi faaliyet kolu ve harcama grubuna göre AR-GE harcaması (Milyon TL)
(Yıldırım 2006).

Ekonomik Faaliyet Kolları	Yıllar	Genel Toplam	Cari Harcama Toplam	Yatırım Harcama Toplam
İmalat Sanayi	1999	162.018.204	85.194.348	76.823.856
	2000	222.467.697	151.331.251	71.136.446
	2001	369.843.371	195.283.285	174.560.086
	2002	457.373.579	189.814.220	267.559.359
Ağaç, kağıt, basım, yayım	1999	576.967	491.244	85.723
	2000	1.065.730	579.255	486.475
	2001	732.526	298.526	434.000
	2002	809.131	375.651	433.480
Mobilya İmalatı	1999	93.008	93.008	-
	2000	271.917	188.577	83.340
	2001	298.536	222.655	75.881
	2002	6.393.227	411.091	5.982.136
Genel Toplam	1999	186.115.626	98.407.781	87.707.845
	2000	266.997.562	178.002.547	88.995.015
	2001	435.856.643	235.744.016	200.112.627
	2002	528.963.218	233.626.310	295.336.908

Katma değer oluşum miktarları da sektörlere göre incelendiğinde orman ürünleri ve kâğıt sanayi sektörlerinin imalat sanayi içerisinde istenilen ekonomik performanslarından oldukça uzak bir yapı sergilemiş oldukları görülmektedir. Özellikle orman ürünleri sanayi işletmelerinin işyeri sayısı bakımından imalat sanayi içerisinde oluşturmuş olduğu %24 düzeyindeki ağırlık ve %2 oranındaki katma değer oluşum payı oldukça farklı bir durum arz etmektedir. Kâğıt sanayi sektörü ise imalat sanayi içerisinde %2,4 düzeyinde bir katma değer payına sahiptir. Bu durumda kâğıt ve kâğıt ürünleri sanayinin işyeri, çalışan sayısı ve katma değer oluşum oranlarının birbirleriyle uyumlu bir ilişki gösterdiği söylenebilir. İmalat sanayi içerisinde %24 oranında bir işyeri potansiyeline sahip orman ürünleri sanayinde AR-GE'ye yapılan harcama Çizelge 1.18'de gösterilmektedir (DİE 2005).

Çizelge 1.18'de 2002 yılına ait AR-GE harcamaları incelendiğinde, toplam AR-GE harcamaları içerisinde imalat sanayinin %86 gibi yüksek bir payı elinde bulundurmasına karşın orman ürünleri sanayi, imalat sanayi içerisinde %0,2 gibi çok az bir AR-GE payını elinde bulundurabilmektedir.

Bunun nedenleri arasında, orman ürünleri sanayinin emek yoğun bir sanayi sektörü olması ve teknoloji yatırımlarına finansal yapılarının zayıf olması nedeniyle gereken önemi verememeleri yer almaktadır (Yıldırım 2006).

1999'dan 2002'ye her faaliyet kolunu kendi içinde değerlendirildiğinde AR-GE'ye genel toplamda harcanan para 3 kat, imalat sanayine harcanan para da yaklaşık 3 kat artış göstermişken, orman ürünleri sanayi ise 11 kat artmıştır. Orman ürünleri ve mobilya sanayi ile kâğıt ve kâğıt ürünleri sanayinin imalat sanayi içerisinde 1985'den 1999'a kadar olan 15 yıllık süreçte işyeri ve çalışan sayıları oranlarında büyük bir değişim olduğu bilinmektedir.

1.5 MOBİLYA SEKTÖRÜ HAKKINDA GENEL BİLGİLER

İnsanoğlunun bulunduğu her ortamda ihtiyaç duyduğu yemek yeme, oturma, yatma, eşya koymak ve çeşitli şekillerde değerlendirmek amacı ile; üretiminde ağaç malzeme, plastik malzeme, cam malzeme, metal malzeme ve yardımcı malzemeler kullanılarak ayrı ayrı veya bir konsept oluşturularak yapılabilen insanların yaşamında kolaylık sağlayan, tarihsel gelişiminden bu zamana ve önümüzdeki asırlara da hitap edecek estetik görünümlü, bulundurduğu ortamda estetik görünüm bakımından insanların psikolojik ve olumlu yönden etkileyen, insanlar için canlı bir varlık haline gelmiş artık vazgeçilmez olan bir çok kolaylıklar sağlayan ve yalnızca insanların direktifleri ile kullanılabilen elemandır (Alan 1998).

Mobilya; oturma, yatma, çalışma, yemek yeme, dinlenme ve bazı eşyaların muhafaza edilmesi işlerinde kolaylık ve rahatlık sağlayan sabit ya da taşınabilir eşyalardır (Alan1998). Malzeme olarak ahşap, metal, plastik ya da bunların bir arada kullanımı ile imal edilmektedir. İtalyanca "mobilia" kelimesinden gelen mobilya, İngilizce furniture, Fransızca meuble veya mobilier, Almanca möble'dir. Kelimenin köken olarak İtalyanca'dan gelmesi ve dünyada mobilya konusunda en önde gelen ülkenin İtalya olması kesinlikle bir tesadüf değildir. Fonksiyonel olarak mobilyaları; döşemeli oturma grupları, döşemesiz oturma grupları, yatak odası mobilyaları, mutfak mobilyaları, yemek odası ve oturma odası takımları, kütüphane, vitrin ve benzeri mobilyalar, büro mobilyaları olarak gruplandırmak mümkündür (Kayacıklı vd. 2003). Mobilya endüstrisi orman ürünleri endüstrisinin ikinci imalat sanayi ana grubu içinde yer alan bir endüstri koludur (Özcan 1991, Eraslan 1977, Akyüz 2000).

Mobilya üretim yöntemlerinin ve üretim teknolojilerinin çeşitliliği, mobilya başlığı altında üretilen ürünlerin çokluğu, mobilya tasarımlarının farklılığı, mobilya üretiminde kullanılan hammadde ve yardımcı maddelerin çeşitliliği ve bu maddelerin özelliklerinden kaynaklanan ürün özelliklerinin değişikliği ve mobilya kullanıcısının istek şekillerinin değişik olması v.b gibi bir çok özellikten dolayı mobilya sınıflandırmaları çeşitli şekillerde yapılabilmektedir. Mobilyanın sınıflandırılması için yapılan literatür araştırmaları sonucunda aşağıda verilmiş olan birkaç değişik sınıflandırmanın mevcut olduğu tespit edilmiştir (Alan 1998):

Mobilyaların görevlerine, kullanım alanlarına, yapılarına, amacına, stiline, malzemesine ve üst yüzey işlemlerine göre sınıflandırılmasına bakıldığında (Alan 1998):

1. Mobilya üniteleri yan yana, üst üste uyumlu ve bağımlı olarak geçişi sağlayarak biçimleniyorsa modüler mobilya,
2. Biçimlendiği coğrafi bölge tarzına göre İngiliz, İtalyan, İskandinav mobilya,
3. Laminasyon tekniğine göre yapılmışsa lamine mobilya,
4. Birçok amaca hizmet verecek şekilde yapılmışsa fonksiyonel mobilya,
5. Endüstri dönemi öncesi ve sonrası stile göre üretilmişse klasik yada modern mobilya,
6. Montaj durumuna göre demontable (sökülebilir) ya da monteli mobilya,
7. Kullanım durumuna göre sabit veya hareketli mobilya,
8. Mekanlara göre biçimlendirilmişse mutfak, salon, yatak odası mobilyaları, ofis mobilyaları vb.

Fonksiyonel olarak, kullanıcıya göre, kullanım yerine göre ve stiline göre mobilyaların sınıflandırılmasına bakıldığında (Kayacıklı vd. 2003):

1. Döşeme oturma takımları,
2. Döşemesiz oturma takımları,
3. Yatak odası mobilyaları,
4. Mutfak mobilyaları,
5. Yemek odası ve oturma odası takımları,
6. Kütüphane, vitrin ve benzeri mobilyalar,
7. Büro mobilyaları,
8. Takım harici mobilyalar,
9. Oturmaya yönelik taşıt mobilyaları,
 - a) Kullanıcıya göre : Bireysel kullanıma yönelik-toplu kullanıma yönelik,

- b) Kullanım yerine göre : İç mekan mobilyaları-dış mekan mobilyaları,
c) Stiline göre : Klasik, rustik-geleneksel, modern, çağdaş.

Fonksiyonel yaklaşım açısından mobilyaların sınıflandırılmasına bakıldığında;

1. Temel eylem biçimine göre mobilyalar,
 - a- Oturma eyleminde kullanılan mobilyalar,
 - b- Yatma eyleminde kullanılan mobilyalar.
2. Mekan türüne göre mobilyalar,
 - a- İç mekan mobilyaları,
 - Özel mekanlar; yemek odası vb
 - Genel mekanlar; okul sırası vb
 - b- Dış mekan bahçe mobilyaları.
3. Tasarım, üretim ve kullanım bütünlüğüne göre mobilyalar,
 - a- Münferit-tekil mobilyalar.
 - b- Grup mobilyalar, modüler mobilyalar.
 - c- Mekan-projeye dayalı mobilyalar.
4. Kullanıcı yaş gruplarına göre mobilyalar,
 - a- Çocuk mobilyaları.
 - b- Genç mobilyaları.
 - c- Yetişkin mobilyaları.
 - d- Yaşlı ve özürlü mobilyaları.
5. Fonksiyon sayısına göre mobilyalar,
 - a- Tek fonksiyonlu mobilyalar.
 - b- Birden fazla fonksiyonu olan mobilyalar.
6. Kullanım eylemine göre mobilyalar,
 - a- Sabit mobilyalar.
 - b- Hareketli mobilyalar.
7. Eşlenik eşya türüne göre mobilyalar,
 - a- Televizyon dolabı.
 - b- Kitaplık vb

Fonksiyon-estetik faktörlerinin ağırlığına göre mobilya sınıflandırılmasına bakıldığında;

1. Fonksiyonel ağırlıklı rasyonel mobilyalar,

- a-** Yeni klasikler.
 - b-** Modern mobilyalar.
2. Estetik ağırlıklı irrasyonel mobilyalar,
- a-** Klasik yada stil mobilyalar.
 - b-** Fantezi mobilyalar.

Estetik tanımlama açısından mobilyalara bakıldığında;

1. Geometrik form ve psikolojik etki biçimlerine göre; üçgen, kare, daire ve bunların türevlerinin kullanım durumlarına göre mobilyalar,
2. Sertlik, yumuşaklık, statiklik, dinamiklik, sıcaklık, soğukluk, çizgisellik, şeffaflık v.b psikolojik etkilerine göre mobilyalar,
3. Genel estetik değerlerine (form, renk, doku, ton, ritm, denge, uyum vb) göre mobilyalar.

Mühendislik teknik değerlendirmelerine göre mobilyalara bakıldığında;

1. Malzeme türlerine göre mobilyalar,
 - a-** Ahşap mobilyalar.
 - b-** Plastik mobilyalar.
 - c-** Kombine mobilyalar.
 - d-** Diğer malzemelerden üretilen mobilyalar.
2. Genel konstrüksiyon türüne göre mobilyalar,
 - a-** Çerçeve (iskelet) mobilyalar.
 - b-** Kutu (tabla) mobilyalar.
 - c-** Kombine mobilyalar.
3. Montaj sürecine göre mobilyalar,
 - a-** Montaj, üretim sürecinde (mekanında) tamamlanan mobilyalar.
 - b-** Montajı kullanım mekanında yapılan mobilyalar.
 - c-** Üretim zorunluluğu nedeniyle yapılanlar.
 - d-** Monteye hazır olarak tasarlanan (RTA) mobilyalar.
4. Ergonomik değerlendirme açısından mobilyalar,
 - a-** Ergonomik mobilyalar.
 - b-** Ergonomik olmayan mobilyalar.
5. Üretim kalitesi ve sayısına göre mobilyalar,
 - a-** El işi mobilyalar.

b- Kütle retimi mobilyalar.

c- Otomasyon yada ileri teknoloji (Hi-Tech) rn mobilyalar.

6. Kalitelerine göre mobilyalar,

a- Standartlara uygun kalite belgeli mobilyalar.

b- Kalite belgesi olmayan mobilyalar.

Ekonomik değerleri açısından mobilyalara bakıldığında (Efe 1994):

1. Piyasa malı ticari mobilyalar,

2. Normal-Standart mobilyalar,

3. Yüksek kaliteli pahalı mobilyalar

olarak dikkat çekmektedir.

Standart Uluslararası Ticaret Sınıflandırmasında (Standart International Trade Classification) ise; armonize sistem, gümrük tarifelerinin uygulanmasında kullanılan bir eşya tasnif sistemidir. Bu sistemin hazırlanmasında Brüksel nomenklatr ile standart uluslararası ticaret sınıflandırması (SITC) esas alınmıştır. Armonize sistem ülkeler arasındaki farklı uygulamaları ortadan kaldırarak, uluslararası istatistiklerin toplanması, karşılaştırılmasını ve sınıflandırılmasını kolaylaştıracak, ticari belgelerde standartlık sağlayacak, kodlama ve sınıflandırma masraflarını azaltacak bir sistem olarak kabul edilmektedir (Yeniçeri 2002).

Türkiye'nin dış ticaret hacminin önemli boyutlara ulaşmasına 1980'li yılların başına rastlamaktadır. 1980'e kadar geçen süreçte, Türkiye tarım ağırlıklı ürünlere dayalı ihracat yaptığı için büyük bir dış ticaret açığı vermekteydi. Bunun sebebine bakıldığında özellikle sanayi ürünleri olarak birçok hammaddenin ithalatını yapmakta ancak ihracatın büyük bir kısmını tarım ürünlerine dayalı yapmasıydı. 1980 sonrası serbest pazar ekonomisine geçiş ve beraberinde kambiyo rejimindeki değişiklikler sonucu yaşanan dışa açılım, beraberinde ihracatta da büyük bir atılım yapılmasını sağlamıştır. Özellikle sanayi ürünleri ihracatının toplam ihracat içindeki payının %80'ler civarında bir orana sahip duruma gelmesinden sonra ekonomide büyük değişimler yaşanmış ve ihracata yönelik sanayiye dayalı üretim modeline geçilmiştir.

Bu değişim sonrası 90'lı yıllardan itibaren ciddi değişimler olmuş ve 90'lı yılların başlarında 10 milyon \$ civarında seyreden ihracat 90'ların ikinci yarısından itibaren 100 milyon \$'ın üzerinde seyretmeye başlamıştır. Ancak diğer sektörlerle mukayese edildiğinde mobilya dış

ticareti Türkiye'nin toplam dış ticaretinde oldukça düşük bir ağırlığa sahiptir (Kayacıklı vd. 2003).

Çizelge 1.19'da 1996-2006 yılları arasında Türkiye mobilya sektörünün mobilya ihracatının sayısal verilerine yer verilmiştir.

Çizelge 1.19 Türkiye mobilya sektörü ihracatı 1996-2006 (1000 \$) (URL-7 2007).

Yıllar	Mobilya İhracatı	Türkiye Geneli İhr.	Mobilya İhr. Türkiye Geneli İçindeki Payı (%)
1996	131.144	23.224.465	0,56
1997	135.174	26.261.072	0,51
1998	163.479	26.973.952	0,60
1999	188.961	26.587.225	0,71
2000	232.468	27.774.906	0,83
2001	245.707	31.334.216	0,78
2002	360.416	36.059.089	0,99
2003	634.417	47.252.836	1,34
2004	855.707	63.167.153	1,35
2005	953.063	73.122.150	1,30
2006	1.095.330	85.141.517	1,28

Bu rakamlara bakıldığında genel olarak her sene ciddi artışlar olduğundan her geçen yılın Türkiye mobilya sektöründe parlak bir yıl olduğu söylenebilir.

Çizelge 1.20'de Türkiye mobilya sektörünün ülkeler itibariyle 2001-2006 yılları ihracatı gözükmektedir (ilk 40 ülke baz alınarak çizelge oluşturulmuştur).

Çizelge 1.20 Türkiye mobilya sektörü ülkeler itibariyle ihracatı 2001–2006 (1000\$) (* Ocak-Mayıs dönemi) (URL-8 2006).

Ülke Adı	2001	2002	2003	2004	2005	2005*	2006*
Almanya	49.599	65.221	99.502	121.403	122.909	55.905	43.372
İngiltere	5.190	10.230	17.265	28.505	34.504	13.906	15.775
İtalya	1.875	2.452	4.517	6.631	10.898	4.847	4.705
Fransa	12.178	16.707	22.758	30.505	43.707	18.754	20.577
ABD	7.762	18.202	22.846	31.237	25.504	11.427	10.407
İspanya	1.944	2.600	6.392	9.117	11.084	4.860	6.245
Rusya	4.167	4.966	7.800	11.605	19.344	8.503	6.944
Hollanda	16.167	21.688	33.236	39.887	40.002	18.050	17.587
Romanya	2.482	3.679	6.480	13.217	22.763	7.826	8.057
İsrail	15.722	21.260	21.204	18.766	16.108	6.765	6.495
BAE	4.425	5.263	8.375	6.949	9.423	2.073	4.224
Yunanistan	4.985	11.091	21.338	32.307	35.710	13.717	14.213
Bulgaristan	1.652	2.796	5.541	7.110	9.897	3.744	4.467
Belçika	0	6.940	9.701	13.137	13.501	6.368	6.520
Polonya	330	861	1.281	2.590	2.815	1.244	1.300
İran	911	1.714	10.934	20.355	25.665	10.419	11.786
Ukrayna	886	1.205	1.701	3.284	11.891	3.643	2.609
İsviçre	1.317	2.315	3.018	3.948	5.064	2.231	1.962
Suriye	45	97	235	234	445	195	42
Singapur	26	124	38	72	25	6	13
Azerbeycan	2.781	4.614	6.645	8.811	13.438	4.982	5.642
S.Arabistan	5.683	9.179	9.358	9.956	13.210	4.731	6.157
Danimarka	3.710	4.253	6.212	8.354	7.898	3.364	2.707
K.K.T.C	2.039	2.850	5.394	9.581	21.687	6.127	5.911
Çin	16	248	203	374	294	87	92
Cezayir	1.128	2.103	2.347	3.097	4.629	2.014	1.912
G.Afrika	307	282	316	553	488	188	303
İsveç	1.907	3.255	5.932	9.133	7.452	4.071	2.051
Libya	311	1.900	3.298	3.974	4.910	1.922	2.394
Kazakistan	1.239	3.607	4.257	8.061	9.124	3.709	3.144
Avusturya	10.818	9.038	12.373	16.600	18.277	7.122	7.109
Portekiz	223	366	291	258	421	240	207
Mısır	849	1.000	1.717	2.025	4.449	1.561	1.464
İrlanda	232	756	1.460	2.776	2.609	1.008	1.145
Kanada	243	635	1.264	1.615	1.928	627	731
Finlandiya	414	873	1.411	1.533	1.220	703	335
Fas	931	1.310	1.350	943	1.352	645	1.223
Macaristan	335	1.496	2.673	4.478	5.297	1.826	1.575
Slovenya	46	169	359	368	297	91	113

Sektörün toplam ihracat içindeki payı 2004’de %1,35 olarak gerçekleşmiştir. Mobilya sektörünün gelişmesi mobilya ihracatının gelişmesine bağlıdır. Türkiye’nin mobilya ihracatı son on yılda 63,9 milyondan 2004 yılında önemli oranda artarak 855 milyon dolara ulaşmıştır.

1980’li yıllara kadar ihracatın büyük çoğunluğu Orta Doğu ülkelerine yönelmiş durumda iken 1990 sonrası AB ülkeleri, Bağımsız Devletler Topluluğu (BDT) ve Rusya Federasyonu’na yönelmiştir. 2004 yılı verilerine göre ise AB (25) ülkelerinin mobilya ihracatımızdaki payı %54,4 ve komşu ve çevre ülkelerin payı ise %37’dir. Mobilya ihracatımız incelendiğinde son yıllarda en büyük pazarın Almanya olduğu görülmektedir. Bu ülkeye 2002 yılında 61,6 milyon dolar, 2003 yılında 92,9 milyon dolar ve 2004’te ise 121,4 milyon dolarlık mobilya ihraç edilmiştir. Mobilya ihraç ettiğimiz diğer önemli pazarlar ise Hollanda, Yunanistan, ABD, Fransa, İngiltere, İsrail ve İran’dır. 160’dan fazla ülkeye ihracat yapılmasına karşın ihracatın düşük kalmasında sektörün iç piyasaya dönük yapılanması kadar modern üretim yöntemlerinin yeterince kullanılmayışı da önemli bir etkidir (Çizelge 1.21). Finansman sorunları, dış pazarlar konusunda bilgi eksikliği ise ihracatta karşılaşılan diğer önemli problemlerdir (Yeniçeri 2005).

Çizelge 1.21 2004–2005–2006* yıllarında mobilya sektöründe en çok ihracat yapılan on ülke (1000\$) (URL-8 2006).

Sıra	Ülke Adı	2004	Ülke Adı	2005	Ülke Adı	2006*
1	Almanya	121.403	Almanya	122.909	Almanya	43.372
2	Hollanda	39.887	Fransa	43.707	Fransa	20.577
3	Yunanistan	32.307	Hollanda	40.002	Hollanda	17.587
4	ABD	31.237	Yunanistan	35.710	İngiltere	15.775
5	Fransa	30.505	İngiltere	34.505	Yunanistan	14.213
6	İngiltere	28.505	İran	25.665	İran	11.786
7	İran	20.355	ABD	25.504	ABD	10.407
8	İsrail	18.766	KKTC	21.687	Romanya	8.057
9	Avusturya	16.600	Rusya	19.344	Avusturya	7.109
10	Belçika	13.137	Avusturya	18.277	Rusya	6.994

*Ocak-Mayıs Dönemi

1986 yılında mobilya ithalatının daha fazla serbestleştirilmesi ve daha sonra 1996 yılında AB ile Gümrük Birliği’ne girmemiz ile birlikte mobilya ithalatında artış görülmüştür. 1994’te mobilya ithalatı 38 milyon dolar civarında gerçekleşirken bir sonraki yıl %79,1’lik bir artışla 68 milyon dolar civarında gerçekleşmiştir. Mobilya ithalatının büyük çoğunluğu sektörde

öncü konumdaki ülkelerden, İtalya ve Almanya'dan yapılmaktadır. Ayrıca Çin, G.Kore, Polonya ve Endonezya gibi ülkeler de ithalatımızda önemli paylar almaya başlayan ülkelerdir. Son yıllar itibariyle Sektörün ithalatında da artış gözlemlenmektedir.

Sektörün ithalatı 2002 yılında 126 milyon dolar, 2003'te 170 milyon dolar ve 2004 sonu itibariyle de 283 milyon dolar ve 2005 yılında ise 365 milyon dolar olmuştur. Mobilya sektörü dünya pazarında 200 milyar dolarlık bir paya sahiptir ve Türk mobilya sektörü bu pastada %1'lik bir orana sahiptir (URL-7 2006).

2004 yılı itibariyle İtalya'dan 47,6 milyon dolarlık mobilya ithalatı yapılmıştır. İtalya'nın mobilya ithalatımızdaki payı %18'dir. İthal ettiğimiz başlıca ürün grupları; oturmaya mahsus mobilyaların aksam-parçaları, diğer ahşap mobilyalar, mutfaklarda kullanılan türde ahşap mobilyalar ve motorlu taşıtlarda kullanılan oturmaya mahsus mobilyalar şeklinde sıralanabilir. İthalatta dikkati çeken önemli iki husus; Türkiye'nin mobilya ithalatının %75'inin AB(25) ülkelerinden yapılıyor olması ile Çin'in, Türkiye mobilya ithalatındaki büyük artışla (+%231), Türkiye'nin en fazla ithalat yaptığı ülke haline gelmesidir. 2004 yılı itibariyle Türkiye'nin mobilya ithalatı yaptığı diğer ülkeler arasında ise Almanya, Fransa, İngiltere, Çin, İspanya ve Endonezya yer almaktadır. Çizelge 1.22'de 1996-2006 yılları arasında Türkiye mobilya sektörünün mobilya ithalatının sayısal verilerine yer verilmiştir.

Çizelge 1.22 Türkiye mobilya sektörü ithalatı (URL-9 2007).

Yıllar	Mobilya İthalatı	Türkiye Geneli İth.	Mobilya İth. Türkiye Geneli İçindeki Payı (%)
1996	127.000	43.626.642	0,29
1997	161.000	48.558.721	0,33
1998	179.000	45.921.392	0,38
1999	148.000	40.671.272	0,36
2000	186.000	54.502.821	0,34
2001	115.000	41.399.083	0,27
2002	126.000	51.553.797	0,24
2003	170.000	69.339.692	0,24
2004	283.000	97.539.766	0,29
2005	527.000	116.774.151	0,45
2006	731.000	138.295.379	0,52

Çizelge 1.22'de de görüldüğü her yıl ithalatta da belirgin bir artış olmuştur.

1.6 KAPASİTE VE KAPASİTE ÇEŞİTLERİ

Kapasite kavramı değişik anlamlarda kullanılmaktadır. İşletme kapasitesi, İşletmelerin mallar ve hizmetleri üretebilme yetenek ve imkanlarının belli bir ölçü(metre, kg, adet, vb) ile ifade edilmesine olarak tanımlanmaktadır (URL-10 2008).

İşletme yöneticileri bir çok nedenle kapasite kavramıyla yakından ilgilenir. Birinci olarak, mevcut ve gelecekteki talebi karşılamak üzere kapasite planlamasına ihtiyaç bulunmaktadır. İkinci olarak, mevcut makinaların bakım maliyetleri ve iş akışında üretim kapasitesiyle yakından ilgili olup, bu durum üretim verimliliğininde etkilemektedir. Üçüncü olarak, karlı bir yatırım yapabilmek için önceden üretim kapasitesinin bilinmesi gereklidir (Tekin 2005).

Kapasite planlama kararları aşağıdaki faaliyetlerden meydana gelir (Tekin 2005);

- Mevcut kapasite düzeyinin belirlenmesi
 - Gelecekteki kapasite düzeyinin belirlenmesi
 - Kapasiteyi etkileyecek faktörlerin belirlenmesi
 - Kapasite alternatiflerinin finansali ekonomik ve teknolojik yönden değerlendirilmesi
 - İşletmenin amaçlarına uygun kapasitenin seçilmesi
- olarak tanımlanmaktadır.

Kapasite çeşitlerinden en fazla uygulananları bakıldığında teorik kapasite, pratik kapasite, fiili kapasite, maksimum kapasite optimum kapasite, minimum kapasite, normal kapasite ve tam kapasite olarak dikkat çekmektedir.

1.6.1 Teorik (Maksimum) Kapasite

Bir işletme makine veya teçhizatın hiçbir bekleme, gecikme, arıza vb olmadan ulaşabileceği en yüksek üretim miktarıdır (URL-10 2008).

1.6.2 Pratik (Normal) Kapasite

Esas itibariyle uygulamada teorik kapasitenin bir anlamı yoktur. Çünkü bu kapasiteye erişmek çok zor hatta imkansızdır. Hiçbir işletme bütün yıl bakım ve onarım için durmadan tam yetmişmiş işçilerle üretim yapması oldukça zordur. Teorik kapasiteden faaliyet kesilmeleri

çıkartılırsa normal kapasiteye ulaşılmaktadır. Başka bir deyişle, uygulamada çıkılabilecek en yüksek üretim miktarı olarak tanımlanmaktadır. Normal kapasite genellikle teorik kapasitenin %75-80'ini oluşturmaktadır (URL-10 2008).

1.6.3 Fiili Kapasite

Normal kapasite, işletmenin her zaman üretebileceği ürün miktarını göstermektedir. İşletmenin belirli bir sürede elde ettiği üretim miktarının yeterli talep olması durumunda satılan kısma fiili kapasite denir. Başka bir ifadeyle fiili kapasite, normal kapasitenin yeterli talep olması durumunda satılan kısmını oluşturmaktadır (Tekin 2005).

1.6.4 Optimum Kapasite

Üretim birimi başına düşen toplam maliyetin en düşük olduğu kapasite optimum kapasitedir. Optimum kapasite fiili kapasiteye yakın olmaktadır. İşletmenin üretim kapasitesi optimum kapasiteden uzaklaştığı sürece üretim birimi başına düşen değişken ve sabit maliyetler artmaktadır (Tekin 2005).

1.7 STOK KONTROLÜ HAKKINDA BİLGİLER

Üretim yönetimde stok; üretimde beklenmeyen durumlar, gecikmeler, mevsimlik dalgalanma ve diğer düzensizliklere karşı işletmeyi güvence altına almak üzere bugün atıl bekletilen ancak gerektiğinde kullanılabilir hammadde, malzeme, yan mamul ve diğer kaynaklar olarak ifade edilmektedir (Basara 1996).

Ticari işletmeler açısından ise stok; tedarik yoluyla elde edilen, kullanılmadan veya müşteriye arz edilmeden önce, belirli bir süre bekletilen mallar olarak tanımlanmaktadır.

Stoklar belirli bir dönemde talebi karşılamak için fiziki mallara yapılan bir işletme yatırımı olması nedeniyle, stok kavramı için şu tanım da verilebilir; “kullanılmayı veya satılmayı bekleyerek, belirli bir süre atıl durumda tutulan, ekonomik değere sahip kaynaklara (malzeme veya mallar) stok denir” (Gençyılmaz 1988).

1.7.1 Stok Sınıflandırılması

Stok tanımına giren bütün varlıkları bir arada incelemek, yanlışlara sebep olabilir. Stok edilen varlıklar arasında; cins, değer, kullanılma yeri, stoklama biçimi gibi faktörler açısından farklılıklar vardır. Bunları, amaca uygun biçimde sınıflandırarak incelemekte fayda vardır. Bu sınıflandırmalar sayesinde, uygun stok kontrol sistemlerini geliştirmek daha doğru sonuçlar verecektir. Stokların sınıflandırılmasında şu kriterler kullanılmaktadır (Yeşiltaş 2007);

1. Prosesteki Yerine Göre

- Hammadde
- Yarı Mamul
- Mamul

2. Gördüğü Fonksiyona Göre

- Yarı Mamul (Boru Hattı) Stokları
- Parti Hacmi (Çevrim) Stokları
- Mevsimsel Stoklar
- Emniyet Stokları

3. Talebin Yapısına Göre

- Bağımlı Stoklar
- Bağımsız Stoklar

4. Toplam Stok Yatırımı içindeki Paya Göre

- ABC Sınıflandırması

1.7.2 Stok Kontrolü

Satın alma veya üretim yoluyla işletmede bulunan ve kullanılacakları ana kadar belirli yerlerde depolanan malzemelerin, üretimin farklı aşamalarında kullanılmasıyla, miktarlarında ve niteliklerinde değişimler olup, üretimin son aşamasında yüklü miktarda mamul stok elde edilmektedir. Bu malzeme ve malların günlük hareketleri kontrol edilerek; malzeme yetersizliği nedeniyle üretimin durarak işgücü ve makinelerin atıl kalması sonucu üretim ve satış kaybına neden olması veya gereğinden fazla malzeme alarak işletme sermayesinin atıl kalması, bozulması gibi önemli sorunların ortaya çıkması engellenmektedir (Gençyılmaz 1988).

Üretimin ilk basamağını oluşturan hammadde girişinden başlayarak son mamulün oluşmasına kadar üretime katılan veya duran yarı mamul ve mamul maddenin tüm stok hareketlerinin takip edilmesi ve bunların her kademedeki üretim faaliyetlerinin aksamayacağı kadar çok, ama gereğinden fazla olmasını engellemek amacıyla yapılan çalışmalara "stok kontrolü" denmektedir (Korkmaz 2001).

1.8 İŞLETMELERİN HUKUKİ YAPISI

İşletmeler hukuki duruma göre; anonim şirket, kolektif şirket, limited şirket, kolektif şirket, kooperatif şirket, adi ortaklık, ferdi mülkiyet olarak ayrılmaktadır.

1.8.1 Anonim Şirket

Anonim şirket en az 5 gerçek veya tüzel kişi tarafından kurulmaktadır. Şirket 1. Dereceden mal varlığı kadar, ortaklar ise 2. Derecede taahhüt ettikleri sermaye sınırlı sorumlulukları vardır. Yönetim birimi; yönetim kurulu, genel kurul ve denetim kurulu olarak üçe ayrılmaktadır. Asgari sermaye gereksinimi 50.000 TL olup şirket halka açılabilir, hisse senetleri borsada işlem görmektedir.

Anonim şirketin ilkeleri:

- Çoğunluk ilkesi
- Mal varlığının korunması ilkesi
- Teknik kadro tarafından dışarıdan yönetme yetkisi
- Devletin ilgilenme yetkisi- Kuruluş, işleyiş ve sona ermede

1.8.2 Limited Şirket

Sınırlı sorumluluğu olan şirket grubudur. Bir ticaret ünvanı altında gerçek ya da tüzel kişilerden oluşmaktadır. Ortak sayısı en fazla 50 olmaktadır. Ortakların sorumluluğu taahhüt ettikleri sermaye ile sınırlıdır. Yönetim birimine bakıldığında sadece müdürler kurulu vardır. Fakat ortak sayısı 20'den fazla ise genel kurul ve denetim kuruluda olmak zorundadır.

1.8.3 Kollektif Şirket

Bir ticari işletmeyi, bir ticaret ünvanı altında işletmek isteyen gerçek kişiler arasında kurulan borç ve taahütlerden şirketin 1. derecede, ortakların da 2. derecede sınırsız sorumlu olduğu, asgari bir sermaye öngörülmemiş, ticaret ünvanı kullanmak zorunda olan, her bir ortağın şirketi yönetme hakkı ve sorumluluğu olduğu bir şirket türüdür.

1.8.4 Komandit Şirket

Şirket alacaklılarına karşı sorumlulukları sınırlı ve sınırsız olmak üzere çeşitli ortaklıklardan kurulu şirkete komandit şirket denilmektedir. Sorumlulukları sınırlı olmayan ortaklara "komandite" şirkete yatırdıkları anamal oranında sorumlu ortaklara ise "komanditer " denilmektedir. Şirketi yöneten kişiler komandite ortaklar olup, komanditen ortaklarsa tüzel kişilerdir.

Komandit şirket;

- En az 5 ortak, en az biri komandite ortak
- Komandite ortağın sorumluluğu sınırsız, komanditer ortağınki ise taahhüt ettiği sermayeyle sınırlı
- Şirketin yönetimi adi komandit şirket gibidir.
- Özel hüküm yoksa anonim şirket hükümleri geçerlidir.
- Çok sık rastlanmayan bir şirket türüdür.

1.8.5 Adi Şirket

İki ya da daha fazla kişinin, belli bir şekle tabi olmadan kurabilecekleri, yazılı kurulma şartı olmayan, şirketin Ticaret Sicili'ne kayıt ve ilanının zorunlu olmadığı, asgari bir sermaye öngörülmemiş, ticaret ünvanı kullanmak zorunda olmayan, sürekli işler için uygun olmayan bir şirket türüdür.

1.8.6 Adi Komandit Şirket

Bir ticari işletmeyi, bir ticaret ünvanı altında işletmek isteyen gerçek ve tüzel kişiler arasında kurulabilen şirket grubudur. Borç ve taahütlerden şirketin 1. derecede, komandite ortakların da 2. derecede sınırsız, komanditer ortağın koyduğu sermaye kadar sorumlu olduğu, yönetim

yetkisinin komandite ortaklarda olduğu, komanditer ortağın temsil yetkisi alması halinde sınırsız sorumlu olduğu bir Şirket t¼r¼d¼r.

Kooperatifler; Gerçek ve t¼zel kişilerin kurulabildiği, ekonomik menfaat ve meslek ve geğimlerine ait ihtiyaÇlarını, karŐılıklı yardım, dayanışma ve kefalet suretiyle sağlamak amacıyla kurulan bir t¼zel kiŐiliktir. T¼zel kiŐilikler en az 7 ortaklı olarak kurulur (URL-11 2008).

BÖLÜM 2

MATERYAL VE METOT

2.1 MATERYAL

Orman ürünleri sanayisinde üretilen ve pazara sunulan ürünler, insanların çalışma ve dinlenme gibi her türlü yaşam ortamında karşılaştığı ve birebir etkileşim içerisinde olduğu ürünlerdir. Odun ve odun esaslı ürün çeşitlerinin sayısının 5 bini aştığı bilinmektedir. Bu nedenle bu sanayi dalının toplam üretime doğrudan katkısının yanında, dolaylı ve rakamla ifade edilmesi pek de olanaklı olmayan önemli bir katkısı vardır (Tank vd. 1998).

Orman ürünleri sanayi; ormanlardan elde edilen birincil ve ikincil ham ürünlerin özellikle odunun çeşitli alet ve makinelerle işlenerek son kullanım için uygun hale getirilmesini sağlayan işletmelerin oluşturduğu bir sanayi dalıdır (Aksu 2001, Cındık vd. 1997). Birinci imalat sanayi grubu, kereste endüstrisi, levha endüstrisi (kaplama, kontrplak, kontra tabla, yongalevha, liflevha vb), kağıt hamuru ve kağıt endüstrisi gibi üretimlerden teşkil edilmektedir. İkinci imalat sanayi grubunda parke, doğrama, mobilya, prefabrik ev üretimi gibi faaliyetler, üçüncü grupta ise müzik aletleri, ayakkabı kalıbı, ahşap oyuncak, ahşap torna mamulleri, kalem sanayi ve benzerleri bulunmaktadır (DPT 1995b).

Orman ürünleri sanayi diğer sanayiler arasında üretim, istihdam, ihracattaki pay vb. parametreler açısından önemli bir yer tutmaktadır. İhracatının genel üretim sanayi ihracatı içindeki payı yaklaşık %2, toplam ihracat içindeki payı ise %1,4'tür. İthalatının üretim sanayi ithalatındaki payı %2,1, toplam ithalattaki payı ise %1,9'dur. Orman ana ürünleri ihracatının yaklaşık %70'ini mobilya ürünleri, kereste ve doğramalar oluşturmaktadır.

Bu çalışma ile genel olarak; Kayseri'deki orman ürünleri sanayisinin mevcut durumunu ortaya koymak, ekonomik ve finansal açıdan incelemek amaçlanmıştır. Kayseri özellikle, 1980'li yıllardan itibaren orman ürünleri sanayinde üretim yapmak üzere kurulan çok sayıda

isletme sayesinde ülkemizde bu sanayi grubu içerisinde önemli ağırlığa sahip olmuştur. Bu nedenle Kayseri ilindeki orman ürünleri sanayisi tercih edilmiştir. 1990 yıllarda, ülkemizde yapılmakta olan orman ürünleri üretiminin (Mobilya sektörü başta olmak üzere) önemli bir bölümü Kayseri’de gerçekleştirilmiştir. Özellikle, son yıllarda orman ürünleri sanayisinde özellikle de mobilya sektöründe ticaretin doğduğu topraklarda, çalışma azmiyle yoğrulan girişimcilik ruhunun yapmış olduğu atılımlarla Türkiye mobilya sektörünün lokomotifi durumuna gelmiştir. Aynı zamanda ticarete olan yatkınlığıyla büyük düşünen, dünyayı izleyip öz kaynaklarına ağırlık vererek, rekabet üstünlüğü için çalışan Kayseri orman ürünleri sanayi yurt içinde olduğu gibi yurt dışında da göstermiş olduğu başarılar ile dünya da hatırı sayılır bir konuma gelmiştir. Kayseri ilinde meydana gelen bu gelişmeler bu çalışmayı daha da değerli hale getirmiştir.

2.1.1 Kayseri İli Hakkında Genel Bilgiler

2.1.1.1 İlin Adı ve Kısa Tarihçe

Çeşitli kaynaklara göre, Kayseri’de yerleşim tarihinin Neolitik Yeniçağa kadar uzandığı belirtilmektedir. Yerleşim yeri olarak daha kesin kanıtlar Eski Bronz devrine ait olup, Hörcüyük ve Cinniyurt Köyleri dönemin yerleşim yerleri olarak gösterilmektedir. Kayseri’nin 21 kilometre kuzeydoğusunda yer alan Kültepe ise M.Ö. 4000 yıllarından (Kalkolitik Çağ) başlayarak Roma Devri sonuna kadar daima yerleşim merkezi olmuştur. Kültepe’den başka, Yahyalı’nın Eğriköy ve incesu höyükleri de aynı devir iskanına işaret etmektedir (Özaslan vd. 2002).

Anadolu’da ilk yazı Asurlular’dan kalmış olan çivi yazısıdır. Asurlular, M.Ö. 2000-1750 yılları arasında Kültepe civarında yerleşmiş ve ticaretle uğraşmış bir kavimdir. Kültepe-Kaniş yakınındaki Karum’da (Pazar yeri) bulunmuş olan tabletler arasında Asurlu tüccarlara ait ticari mektup ve senetler vardır.

M.Ö. 1750-1450 yılları arasında Mazaku ya da Özebya olarak anılan Kayseri ve çevresi Hitit Devleti’nin eline geçmiştir. Hititler’den sonra Frig Devleti’nin, M.Ö. 683’den sonra Metlerin ve M.Ö. 550’lerde Persler’in hakimiyetine geçmiştir. M.Ö. 333 yılında Büyük İskender, Pers hakimiyetine son vermiştir. İl daha sonra Kapadokya Devleti’nin ve M.S.17’de Roma İmparatorluğu’nun eline geçmiştir. Bu dönemde Roma’nın eyaleti haline gelen Kayseri

“Kayseriya” adıyla idare edilmiştir. Kayseri’nin Türk hakimiyetine girmesi 1072 yılında olmuştur. Bütün bu dönemler boyunca Kayseri önemli bir ticaret merkezi olarak işlev görmüştür. Örneğin, Anadolu’nun merkezi bir bölgesinde bulunması dolayısıyla İpek Yolu gibi çok uzun bir dönem boyunca dünya ticaretinde önemli bir yer işgal etmiş olan bir ticaret yolu Kayseri üzerinden geçmiştir. İpek Yolu’nun Kayseri’deki ticaret ve zanaat faaliyetlerinin gelişmesi açısından önemli bir yeri vardır.

Kayseri, Cumhuriyet’in ilanı ile birlikte Türkiye Cumhuriyeti’nin büyük bir vilayeti olmuş ve hızla büyümüştür. 1926’da Tayyare Fabrikası (şimdiki Hava İkmal Bakım Merkezi) kurulmuş ve 1927 yılında Kayseri Tren İstasyonu hizmete girmiştir. 1931’de Bünyan’da Sarmısaklı çayı üzerinde kurulan hidroelektrik santralinden şehre elektrik vermeye başlanmış ve 1953’te Sümerbank Kayseri Bez Fabrikası açılmıştır.

Kurulan bu işletmeler Kayseri’de bir eğitim merkezi olarak da hizmet etmişler ve sanayinin gelişmesini sağlamışlardır. Bu gelişmeler sonucunda Kayseri’de hızlı bir köyden kente göç olayı yaşanmıştır. 1945 yılında ilk şehir imar planı yapılmış ve böylece, Kayseri ülkemizdeki diğer illere göre daha planlı bir gelişme gösterebilmiştir.

2.1.1.2 Coğrafyası

İl coğrafi olarak ülkemizin Yukarı Kızılırmak bölümünde yer almaktadır. İl alanı kuzeybatı ve kuzeyde Yozgat’ın Çayıralan ve Boğazlıyan, kuzey ve kuzeydoğusunda Sivas’ın Gemerek, Şarkışla ve Gürün, güneyden Adana’nın Tufanbeyli, Saimbeyli ve Feke, güneybatıdan Niğde’nin merkez ve Çamardı, güneydoğudan Kahramanmaraş’ın Afşin, batıda Nevşehir’in Derinkuyu, Ürgüp ve Avanos ilçeleriyle çevrilidir.

Türkiye’nin sönmüş volkanlarından biri olan Erciyes Dağı il sınırları içinde yer almaktadır. Yazları sıcak ve kurak, kışları soğuk ve kar yağışlı olan Kayseri step iklimine sahiptir. Fakat Kayseri iklimi, yükseltiye göre farklılık gösterebilir. Hava sıcaklığı ortalama 10.3°C’dir. Ocak ayında sıcaklık -4.00C, Temmuz ayında en yüksek sıcaklık 33,2°C’dir. Nispi nem ise, uzun yıllar ortalaması itibarıyla %64-65 civarındadır (Kurt 2006).

2.1.1.3 Kayseri’de Demografik Yapı

Türkiye’de ilk resmi nüfus sayımı 1927’de yapılmış ve bu sayımın sonuçlarına göre nüfusu 250.490 olarak tespit edilmiştir. Şehirde birbiri ardından büyük sanayi tesislerinin açılması ve ülkede o dönemdeki en önemli ulaşım şekli olan demiryollarının Kayseri’den geçmesi, şehirde nüfus artışına neden olmuştur. Aynı zamanda işgücü ihtiyacının artması ile de köyden şehir merkezine göç de yaşanmıştır. Kayseri gelişme raporuna göre; 1950 yılında 403.861 olan nüfus, 1960 yılında 480.387 olmuş, 1970 yılında ise 598.693’e ulaşmıştır. 1970-1998 yılları arasında Kayseri şehrinde şehirleşme oranı nüfusa bağlı olarak da artmıştır. Nüfus, 1990 sayımına göre 943.484 olmuştur.

Günümüzde Kayseri, Türkiye’nin en planlı ve düzenli şehirlerinden biridir. Her ne kadar kırsal alandan şehre göçün ilk başladığı dönemlerde şehrin yakın çevresinde gecekondu olmuşa da, bugün Kayseri’de bu sorun tümüyle çözümlenmiş durumdadır. 2000 yılı Genel Nüfus Sayımı sonuçlarına göre Kayseri’nin toplam nüfusu 1.060.694’tür. Toplam nüfusun 732.014’ü şehirlerde, 328.284’ü ise köylerde yaşamaktadır. Kayseri ili Türkiye toplam nüfusunun (67.803.927) %1.6’lık bir bölümünü oluşturmaktadır. Toplam nüfusun %69’u kentsel alanlarda yaşamaktadır. Türkiye genelinde %65.01 olan şehirleşme oranı, İç Anadolu Bölgesinde %69.22’dir. Bu açıdan Kayseri ilinin şehirleşme oranı ülke ortalamasından yüksek, Bölge ortalaması ile aynıdır.

Kayseri ilinde okul öncesi okullaşma oranı %8, ilköğretim okullaşma oranı %89, ortaöğretim okullaşma oranı %45’dir. Kayseri’de genel okur-yazarlık oranı ise %92’dir. Nüfusun eğitim durumu ise, 2000 yılı Genel Nüfus Sayımına göre 6 yaş ve üzeri nüfusun yüzde 92’si okuma-yazma bilmektedir. Okuma yazma bilenlerin yüzde 52.4’ünü erkek nüfus oluşturmaktadır. Okuma-yazma bilmeyen yüzde 8’lik nüfusun yüzde 80’ini kadınlar oluşturmaktadır.

Çizelge 2.1 Kayseri’de okuma-yazma durumu (DPT 2002).

Okuma-Yazma Durumu	Toplam	Erkek	Kadın
Okuma-Yazma bilen	829.572	443.193	386.379
Okuma-Yazma bilmeyen	103.606	21.288	82.398
Toplam	933.290	464.487	468.803

Kayseri İli Gelişme Raporuna Göre, okur-yazar nüfusun 185.246'sı ilkokul mezunu, 3.071'i ilköğretim mezunu, 35.538'i ortaokul, 57.471'i lise ve dengi ve 32.456'sı yüksek öğretim mezunudur. Aynı zamanda raporun ortaya koyduğu okul sayılarına ve öğrenci durumlarına baktığımızda; ilde bulunan toplam 695 ilköğretim okulunda (1. ve 2. Kademe) 6.701 öğretmen görev yapmakta, toplam 179.972 öğrenci öğrenim görmektedir.

Taşınmalı eğitim kapsamında il genelinde 235 köyde 4.357 öğrenci eğitim görmektedir. Taşınmalı eğitim nedeniyle 152 köy okulu kapalı durumdadır. İlde toplam 111 ortaöğretim okulu bulunmaktadır. 2001-2002 öğretim yılında bu okullarda 42.877 öğrenci öğrenim görmekte, 2.614 öğretmen görev yapmaktadır.

Kayseri ilinde yüksek öğretim alanında da bir üniversite (Erciyes Üniversitesi) eğitim vermektedir. Erciyes Üniversitesinin temelini 1969 yılında Hacettepe Üniversitesi'ne bağlı olarak Kayseri Gevher Nesibe Tıp Fakültesi oluşturmaktadır. Daha sonra 1977 yılında Kayseri'de yine aynı üniversiteye bağlı olarak İşletme Fakültesi açılmıştır. Bu fakülteler 1978'de kurulan Kayseri Üniversitesini oluşturmuş, 41 Sayılı kanun hükmünde kararname ile de 1982 yılında Kayseri üniversitesi adını Erciyes Üniversitesi şeklinde değiştirmiştir.

Üniversitede toplam 21.765 öğrenci öğrenimini sürdürmektedir. Öğrenci işlerinden alınan bilgiye göre, öğrenim gören öğrencilerin 300'e yakın bir bölümü de yabancı uyruklu öğrencidir (Kurt 2006).

2.1.1.4 Ticaret

Kayseri Selçuklular döneminden itibaren önemli yolların kesişme noktasında olduğu için önemli bir ticaret merkezi olmuştur. Kayseri'nin kara ve demiryollarının kesişme noktasında olması, Cumhuriyetin ilk yıllarında başlayan endüstrileşmenin 1950'den sonra hız kazanması, buna bağlı olarak da nüfusun artması, önceden varolan ticareti daha da önemli hale getirmiştir. Bu niteliğini günümüzde de sürdürmektedir.

Günümüzde, ilde hemen hemen bütün sektörlerde faaliyet gösteren firmalar gerek bölge talebini gerekse ülke talebini dikkate alarak üretimde bulunmaktadır. Buna bağlı olarak, il ticaretinde tekstil ürünleri başta gelir. Dokuma ve giyim sanayinde faaliyet gösteren firmaların büyük bir kısmı Türkiye'nin önemli firmaları arasındadır. Bu fabrikalardan üretilen

ürünlerin pamuk ipliği, halı ipliği ve halı bölümü bölge dışına ve yurt dışına ihracı yapılmaktadır. Kayseri ticaretinde ikinci olarak sırada mobilya sanayi ürünleri gelir. İstikbal, Yataş gibi firmalar ürettikleri ürünleri hem Türkiye geneline hem de yurtdışına pazarlamaktadır.

Yapılan araştırmalara göre, Kayseri'deki ticari faaliyetleri 3 gruba ayırmak mümkündür.

- Kayseri il merkezi ile il içerisindeki diğer yerleşim birimleri arasındaki ticaret,
- Kayseri il merkezi ile çevre iller ile diğer iller arasındaki ticaret,
- Son olarak, dış ticaret yapılmaktadır.

İl içindeki en küçük idari birim olan köylerden büyük ilçe merkezlerine kadar tüm yerleşim birimlerinde yaşayanların en önemli alışveriş merkezi Kayseri'dir. İl merkezine bağlı yaşayanlar perakende alışverişini rahatlıkla merkezde yapabilmektedir. Aynı zamanda kırsal kesimlerde üretilen ihtiyaç fazlası, ticari amaçlı tarım ürünleri, Kayseri'de satılmaktadır. Örneğin; Şeker pancarı, şeker fabrikasına satılmaktadır. Çeşitli meyve ve sebzeler meyve suyu fabrikalarına; tahıllar, bakliyat vs. Kayseri'deki tüccarlara, küçükbaş ve büyükbaş hayvanlar Et ve Balık Kurumu Kombinasına ve pastırma-sucuk imalathanelerine satılmaktadır. İkinci olarak, Kayseri'nin ticari faaliyetlerde bulunduğu çevre iller; Nevşehir, Niğde, Kırşehir, Yozgat ve Sivas'tır. Kayseri bu illere büyük ölçüde, Kayseri'de üretilen mamul ve yan mamul sanayi ürünleri ile Kayseri dışından gelip tüccarın pazarlamasını yaptığı malları satmaktadır. Buralardan da bir kısım sanayi hammaddesi satın almaktadır (Kayseri Valiliği 1998).

Kayseri diğer illerden de, pamuk, demir-çelik, petrol ürünleri, cam, orman ürünleri vs. gibi endüstri hammaddesi, makine ve motorlu taşıtlar, bazı dayanıklı tüketim malları, meyve-sebze ve giyim eşyası satın almaktadır. Kayseri'nin ticari faaliyetlerinden üçüncüsü dış ticarettir. Buna göre ihracat bazında en çok endüstri ürünleri vardır. Kayseri valiliğinden alınan bilgilere göre, ilden ağırlıklı olarak makine halısı, pamuklu ham bez, elektrik kablosu, alüminyum profil, çelik ve galvanizli borular, muhtelif gıda maddeleri, kadife, yatak ve yorgan, havlu, saksı, elektrikli fırın, ocak, oto iç ve dış lastiği, akü, büro mobilyaları, meyve konsantreleri, kuru bakliyat vs. Avrupa ülkelerine, Ortadoğu ve Afrika ülkelerine ihraç edilmektedir (Kurt 2006).

2.1.1.5 Sanayi Sektörü

2.1.1.5.1 Kayseri İmalat Sanayi

Kayseri, elverişli ulaşım ve enerji olanakları ve zengin yeraltı kaynaklarının yanı sıra sanayisi de gelişmiş olan illerdendir. Kayseri'deki sanayinin gelişmesinde ilin eski çağlara uzanan ticaret ve zanaat geçmişi ile buna dayalı olarak gelişen girişimcilik kültürünün yanısıra Cumhuriyet'in ilk yıllarında kurulan kamu yatırımlarının da önemli bir rolü vardır. Bünyan Halı İpliği Fabrikası (1926), Kayseri Teyyare Fabrikası (1926), Sümerbank Kayseri Bez Fabrikası (1935), 1927'de açılan Ankara-Kayseri demiryolu, 1929'da Kayseri'ye elektrik sağlamaya başlayan Bünyan Hidroelektrik Santrali, 1930'da yapılan Kayseri-Sivas-Samsun yolu ile 1933'te ili Akdeniz bölgesine bağlayan Kayseri-Ulukışla demiryolu, ilde sanayinin gelişmesine önemli katkı sağlayan kamu kurum ve yatırımlarıdır (Bilgili 2001).

Bu yatırımlar, 1950'lerden sonra hızlanan sanayi atılımlarına çeşitli açılardan öncülük ve destek sağlamıştır. Bu tür desteklerin en başta geleni, özel kesimin kamu kesiminden nitelikli işgücü ve üretim için gerekli hammaddeyi tedarik etmesidir. Nitelikli işgücü temini konusunda tank ve uçak fabrikalarının önemli bir yeri vardır. Özel kesim yatırımları özellikle bu dönemde artmış ve dolayısıyla il ekonomisinde özel kesimin ağırlığı ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu yıllarda genelde kapı, pencere gibi dograma işi yapan marangozların bazıları, 1959 yılında döşemeli mobilya yapmaya başlamışlardır. O sıralarda bu tür mamüller Kayseri için yeni sayıldığından döşemelik malzeme bulmak sorun olmuştur. Döşemelik malzeme için önceleri bir tür ot olan kıtık otu, sonraları ise sünger kullanılmaya başlanmıştır. 1960'lı yıllarda mobilya yapımında önemli bir yeri olan formikanın kullanılmaya başlanması ile beraber söz konusu endüstride önemli ölçüde büyüme kaydedilmiştir. Mobilya imalatındaki artış ile beraber; sünger, deri, suni deri, tutkal, sunta gibi değişik yan sanayiler de gelişme olanağı bulmuştur. 1950'lerde ise Kayseri'deki kamu yatırımlarına yalnızca 1955 yılında işletmeye açılan Şeker Fabrikası eklenmiştir (Karacaoğlu 2006).

Kayseri sanayisinde 1960'lı yıllarda en önemli sektörler; gıda, dokuma ve metal eşya-makine olmuştur. Gıda sanayindeki işletmelerin büyük çoğunluğu ilin öteden beri özgün ürünleri olan sucuk pastırma imalathanelerinden oluşmaktadır. Diğerleri; un, makarna, irmik ve bisküvi üreten işletmelerdir.

1970’li yıllar, imalat sanayinin çeşitlendiği ve ölçeklerin büyümeye başladığı yıllardır. Bu yıllarda önceleri gıda ve dokuma dallarından sonra gelen metal eşya makine sanayi diğer sektörlerin önüne geçmiştir. Bu dönemde özel kesim, su motorlarından traktöre, redresörden matkaplara, preslerden bisiklete kadar birçok ürünün üretimine yönelmiştir. İlerdeki çok sayıda mesleki ve teknik okul, sanayinin gereksinim duyduğu nitelikli işgücünün kaynağını oluşturmuştur. 1970’li yıllarda Kayseri’de imalat sanayinde birkaç büyük işletmenin yanında küçük ve orta büyüklükteki çok sayıda işletme bulunmaktadır. Büyük işletmelerin başında, metal eşya-makine dalında; Hema Traktör Fabrikası, TAKSAN Takım Tezgâhları Fabrikası, ÇİNKUR Çinko-Kursun Fabrikası, HES Kablo Fabrikası, Erciyes Boru Fabrikası, Asya Madeni Eşya ve Emaye Fabrikası gibi fabrikalar yer almaktadır. Dokuma alanında; Birlik Mensucat, Karsu Tekstil, Atlas Halı Fabrikası, Saray Halı Fabrikası, Lüks Kadife gibi işletmeler, gıda dalında ise; Meysu, Kemsan, Kayseri Yem Fabrikası ve birkaç un fabrikası önde gelen işletmelerdir (DPT 2002).

1980’li yıllarda makro ekonomi politikalarında meydana gelen değişim ve “ithal ikameci” kalkınma modelinden “ihracata yönelik” kalkınma modeline geçişle birlikte büyük işletmelerin sayısı artmıştır. Özellikle 1985’den sonra uygulanan teşvik sistemi teşvikli yatırımları artırmış ve çok sayıda büyük ölçekli işletme kurulmuştur. 1980’li yıllarla birlikte aralarında Denizli, G.Antep, K.Maraş vb. illerle birlikte Kayseri’nin de yer aldığı “Yerel/Yeni Sanayi Odakları” adı verilen sanayide kalkınmış iller ortaya çıkmaya başlamıştır. Özellikle bu yıllardan sonra Türkiye’de ekonomik faaliyetlerin ve sanayinin mekânsal dağılımı, diğer ülkelerde olduğu gibi dünya ekonomisinde yaşanan gelişmelere paralel olarak değişim geçirmiştir. Bu bağlamda son yıllarda sanayinin yoğunlaştığı geleneksel bölge merkezlerinin ülke GSYİH’sına katkıları artmıştır; fakat Türkiye toplam imalat sanayi değerlerine katkılarında oransal bir azalma olmuştur. Bu durum; imalat sanayi gerilerken, bu yörelerde hizmet sektörünün hızla yükselişinden kaynaklanmıştır. Büyük kentlerin Türkiye imalat sanayi değerlerindeki paylarının azalmasına rağmen, ülke GSYİH oluşumuna katkılarındaki nisbi artış veya değişimeme; bu kentlerin yüksek teknolojiye dayalı imalat sanayi ile finans, bankacılık, pazarlama, ticaret ve turizm gibi hizmetler sektöründe daha hızlı bir gelişme trendi izlemelerinden kaynaklanmaktadır. Özetle geleneksel sanayi merkezleri, 1980’li yıllar sonrasında özellikle düşük katma değerli emek-yoğun nitelikli imalat sanayi faaliyetlerini çevre illere yayarken, ileri teknoloji kullanan imalat sanayi ve hizmet faaliyetleri ile bölgesel düzeyde merkez olma özelliklerini pekiştirmişlerdir. Çizelge 2.2’de 1980’li yıllarda büyük sanayi merkezlerinin imalat sanayindeki paylarının oransal olarak düşmesi ile birlikte önceleri

az gelişmiş olarak nitelendirilen ve büyük çoğunluğu Kalkınmada Öncelikli Yörelere kapsamında yer alan bazı illerin ülke imalat sanayi ve GSYİH oluşumuna yaptıkları katkılarda artışlar meydana geldiği görülmektedir.

Çizelge 2.2 Çeşitli illerin imalat sanayinin toplam katma değeri içindeki payları (Karaçay vd. 2005).

İller	Yıllar	1987	1989	1991	1993	1994	1996	1998	1999
Adana		4,51	4,21	4,13	3,91	4,15	3,30	3,20	3,13
Ankara		4,42	2,65	3,19	3,39	3,33	3,61	4,27	4,04
Bursa		5,36	5,91	6,76	8,06	7,57	8,11	7,45	7,68
Denizli		0,85	0,93	0,88	1,12	1,35	1,79	1,77	1,87
Eskisehir		0,76	0,81	0,57	1,23	1,01	1,23	1,19	1,29
G.Antep		1,01	1,03	0,72	0,77	0,93	0,56	1,28	1,39
İstanbul		27,92	27,56	28,35	28,55	27,24	26,34	24,88	24,08
İçel		3,01	3,32	2,82	2,64	2,09	2,40	1,99	2,62
İzmir		11,10	12,65	12,18	12,36	12,84	12,86	11,55	12,39
Kayseri		0,97	1,01	1,09	0,96	1,25	1,35	1,54	1,47

Türkiyenin çeşitli bölgelerinde yer alan ve önemli ölçüde kendi iç dinamikleri ile gelişen bu illerin başında; Kayseri, Denizli, G.Antep gibi “Yerel/Yeni Sanayi Odağı” veya “Anadolu Kaplanları” olarak tanımlanan iller gelmektedir. Kayseri ilinin de içinde yer aldığı yeni/yerel sanayi odakları belli başlı özellikleri çerçevesinde şöyle tanımlanabilir (DPT 2002):

- Herhangi bir sanayi yoğunlaşma alanının ardbölgesi (hinterland) olmaması; diğer bölgelerden çevreselleşen (decentralised) girişimci ve sermaye yerine; kendi girişimcisi ve kaynaklarını kullanmaları,
- GSYİH, nüfus ve hepsinden önemlisi sanayi göstergeleri bakımından başarılı bir gelişme göstermeleri,
- KOBİ’ler temelinde belli başlı sektörlerde uzmanlaşmaları.

Kayseri’de imalat sanayinde faaliyet gösteren işletmelerin önemli bir bölümünün yer aldığı Organize Sanayi Bölgesinin (OSB) kurulması, altyapısının tamamlanması ve 1989 yılında OSB’lere teşvik sistemi içerisinde İkinci Derecede Kalkınmada Öncelikli Yöre statüsü verilmesi, Kayseri’de büyük işletme sayısının hızla artmasına neden olmuştur. Organize Sanayi Bölgesi, Kayseri merkezine yaklaşık 14 kilometre uzaklıkta, Yılanlıdağ eteklerinde, tarımsal verimi düşük, 8 milyon m² alan üzerine kurulmuş, daha sonra genişleme ihtiyacı

duyulması üzerine çevresindeki 4 milyon m² alan istimlak edilerek toplam alanı 12 milyon m² çıkmıştır.

Bölgenin %33'üne yakın bölümünü yeşil alan ve yollar, diğer bölümünü ise sanayi parselleri oluşturmaktadır. 5–120 bin m² büyüklüğünde 401 adet parseli (496 tesis) kapsamaktadır. Hacılar OSB'nin de katılımıyla Organize Sanayi Bölgesinde 435 fabrika faaliyet göstermekte olup, 45.000 dolayında işçi çalışmaktadır. Hacılar Özel OSB ile Kayseri OSB'nin 2004 yılı içinde birleştirilmesiyle 7,5 milyon m² alan Kayseri OSB'ye dâhil edilmiştir. Tüm genişleme alanları ile birlikte Kayseri Organize Sanayi Bölgesinin alanı 23,5 milyon m² olmuştur. Böylece Kayseri Organize Sanayi Bölgesi, alan büyüklüğü bakımından Türkiye'nin birinci ve tesis sayısı bakımından da önde gelen OSB'leri içerisindeki yerini almıştır. Ayrıca, Anbar-Boğazköprü arasında kurulan Kayseri Serbest Bölgesi, 7 milyon m²'lik alana oturmaktadır.

Türkiye'deki yeni sanayi odağı örneklerinden birisi olan Kayseri son yirmi yıl içinde gösterdiği sanayi performansı ile dikkat çekmektedir. DPT tarafından 1996 yılında illerin sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralamasında Kayseri 15. sırada yer alarak ikinci derecede gelişmiş iller sınıflaması içinde yer almıştır (DPT 2002). 1988–1998 dönemini içeren 10 yıllık kesitte, Kayseri'nin Türkiye imalat sanayisi içerisindeki payı %1,4'den %1,6'ya yükselmiştir. Aynı dönemde toplam işyeri sayısı %1,10'dan %1,62'ye yükselmiştir. İmalat sanayisi toplam istihdamı itibarıyla, dönem başında Türkiye toplam istihdamı içinde %1,78'lik bir paya sahip olan Kayseri, bu payını 1997'de %2,18'e yükseltmiştir. Keza Kayseri, Türkiye toplam katma değeri içindeki payını da, 1988'de %0,87'den 1997'de %1,52'ye çıkarmıştır (Bilgili 2001).

Kayseri'nin 1980–1997 döneminde başlıca uzmanlaştığı ve uzmanlaşma eğilimlerini artırdığı sektörler, gıda, tekstil ve metal eşya/mobilya sektörleri olmuştur. 1980 yılında, Türkiye toplamı içinde Kayseri'deki tekstil işletmeleri %0,24'lük paya sahipken bu oran 1997'de 0,30'a yükselmiştir. Ancak Kayseri tekstil sektörünün Türkiye imalat sanayisi toplam katma değeri içindeki payı ise, 1980'de %0,93'den 1997'de 0,72 'ye gerilemiştir. Diğer taraftan Türkiye toplamı içinde, Kayseri'deki metal eşya/mobilya sektöründeki işletmelerin sayısı 1980'de %0,53'den 1997'de %0,58'e yükselmiş, Türkiye imalat sanayisi toplam katma değeri içindeki payı ise 1980'de %0,08'den 1997'de %0,26'ya yükselmiştir. İmalat sanayisi işyerlerinin büyüklük gruplarına göre, 201–250 kişi istihdam eden işyeri grubu hariç, diğer gruplarda artış

göstermiştir. Özellikle 50–150 kişi istihdam eden orta ölçekli işletme sayısında önemli artış yaşanmıştır (Bilgili 2001).

İmalat sanayi içinde en fazla yoğunluğun olduğu meslek dalları; ağaç ev eşyası ve mobilya, metal eşya imali, tekstil/dokuma, gıda, çelik kapı ve diğer imalat sanayidir. İlde; ağaç işleri, koltuk, kanepeler ve yatak üreten 3 büyük firma ile orta ölçekteki işletmeler Türkiye'nin bu konudaki ihtiyacının yarısından fazlasını (%60) karşılamaktadır. Çelik kapı sektöründe faaliyet gösteren KOBİ'lerde ülke çelik kapı üretiminin %70'lik bir kısmını karşılamaktadır (Karacaoğlu 2006).

Kayseri sanayisinde, işletme ve çalışan işçi sayısı bakımından, metal eşya-makine ve teçhizat sanayi, dokuma sanayi ile gıda sanayi önemli bir yere sahiptir. Bu üç sektör, 10 kişi ve üzerinde işçi çalıştıran işletmeler içinde %78'lik paya sahiptir. İşçi sayısı bakımından da %83'lük oranı oluşturmaktadır (DPT 2002).

Kayseri'den yapılan ve Kayseri Sanayi Odası kayıtlarına giren 2003 yılı ihracat toplamı 517 milyon doları bulmuştur. Diğer gümrük kapılarından yapılan ihracat ile toplam 1 milyar doları aşan ihracatı bulunmaktadır. Kayseri gümrüğünden çekilen ithalat tutarı ise 2003 yılında 260 milyar dolardır.

Kayseri'den ağırlıklı olarak makine halısı, pamuklu ham bez, denim kumaşı, elektrik kablosu, alüminyum profil, çelik ve galvanizli borular, muhtelif gıda maddeleri, kadife, yatak ve yorgan, havlu, saksı, elektrikli fırın, ocak, oto iç ve dış lastiği, büro mobilyaları, meyva konsantreleri, kuru bakliyat, pamuk ipliği, mobilya/kanepeler, fiberoptik kablo, şeker, vs. Avrupa ülkelerine, Ortadoğu ve Afrika ülkelerine ihraç edilmektedir. Yine üretime yönelik olarak ABD., Avrupa ve Uzakdoğu ülkelerinden akü aksam ve parçaları, kimyevi maddeler, polyester ve viskos elyafı, radyan soba aksam ve parçaları, kumaş, yapağı, çeşitli hammaddeler, yatırım malı teçhizat ve makineleri ithalatı yapılmaktadır (DPT 2002).

1966 yılında kurulan Kayseri Sanayi Odası'nın; çeşitli işkollarına mensup, 26 meslek grubunda son dönemlerde açılan ve kapanan işletmeler de dahil olmak üzere yaklaşık 912 kayıtlı üyesi bulunmaktadır. Kayseri Valiliği İl Sanayi ve Ticaret Müdürlüğü kayıtlarına göre ise şehirde farklı iş kollarına mensup 748 sanayi işletmesi bulunduğu belirtilmektedir.

Kayseri imalat sanayi özellikle 1950’li yıllarla birlikte daha önceki yıllarda yapılan kamu yatırımlarınının da desteği ile sağlam temeller üzerine kurulmuş ve özellikle 1980’li yıllarla birlikte benimsenen yeni ekonomi politikaları sayesinde önemli bir yerel/yeni sanayi odağı haline gelmiştir. Kayseri’de esnaf ve zanaatkârlık temelinde ticaret ve üretim kültürünün sahip olduğu kendine özgü yapı, Kayserililere atfedilen; çalışkanlık, açık gözlülük, zeki olmak, aldatmayı aldanmaya tercih etmek, tutumlu olmak gibi bir takım değerlerle de beslenerek, yerel ve ülke sanayi açısından önemli bir girişimcilik örneği olarak ortaya çıkmıştır (Karacaoğlu 2007).

2.1.1.5.2 Organize Sanayi Bölgeleri

Planlı dönemin başlangıcından günümüze değin uygulanmakta olan Organize Sanayi Bölgeleri Politikası, yerel sermaye birikiminin il dışına çıkmasını engellemede ve yerel sanayiye transferinde önemli bir planlama aracı olarak işlev görmüştür. Kentleşme ve sanayileşme sürecini düzenlemek açısından ayrıcalıklı bir yere sahip olan Organize Sanayi Bölgeleri (OSB), sanayi birimlerinin çevrede yaratacağı olumsuz etkileri denetlemede, daha kolay ve ucuz üretim yapmalarını sağlamada ve daha düşük maliyetli altyapı hizmetlerinden yararlanma olanakları sunmaktadır.

Ayrıca, Organize Sanayi Bölgeleri yerel düzeyde KOBİ’lerin gelişmelerine elverişli bir ortam sağlayarak sanayinin yerelleşmesine ve böylece sanayinin bölgeler arasında dengeli dağılımına önemli ölçüde katkı sağlamaktadır. Nitekim 40 yıla yakın bir süredir uygulana gelen bu planlama aracı, il düzeyinden ilçe düzeylerine kadar yaygınlaşmaktadır. OSB yöresel kaynakların değerlendirilmesinde ve yerel üretim faktörlerinin yörede kalmasını ve değerlendirilmesini sağlayarak küçük ve orta ölçekli girişimi mümkün kılmada ve önünü açmada talep edilir olmuştur (Bolat 2006).

Kayseri genelinde 1’i bitmiş ve 4’ü devam eden OSB projeleri uygulamaya konmuştur. Faaliyette olan Kayseri OSB, Bakanlar Kurulu’nun 29.03.1973 tarih ve 7/6177 sayılı kararı ile kurulmuş ve 1976 yılında İl Özel İdaresi, Sanayi Odası ve Sanayiciler Derneği’nin katılımı ile Müteşebbis Kurul oluşturulmuştur. Organize Sanayi Bölgesi, Kayseri merkezine yaklaşık 14 kilometre uzaklıkta, tarımsal verimi düşük 8 milyon metre² alan üzerine kurulmuştur. Hacılar OSB, 2004 yılında Kayseri OSB ile birleştirilmesinden sonra OSB yaklaşık 435 fabrika faaliyet göstermekte ve 40 bin civarında işçi çalışmaktadır. Mevcut OSB’nde sanayi

parsellerinin tamamının kullanılması nedeniyle yeni bir OSB oluşturulması ihtiyacı doğmuş ve Kayseri-Adana karayolunun 47'inci kilometresinde kurulu bulunan TAKSAN Takım Tezgahları Fabrikasının batısında belirlenen alanda İncesu OSB kurulmuştur. Bölgenin kamulaştırma ve altyapı çalışmaları tamamlanmış, arsa tahsisine başlanmıştır. Ayrıca, Mimarsinan kasabası yakınında Mimarsinan OSB ve Develi'de ise Develi OSB'nin yer tespiti yapılarak sanayi parsel tahsisleri yapılmaya başlanmıştır. Ayrıca, 1998 yılında etüt proje olarak yatırım programına alınan Başakpınar OSB projesinin çalışmaları devam etmektedir. OSB'leri dışında da sanayi yatırımları devam etmektedir. Hâlihazırda var olan fabrikaların tevsi, kapasite arttırma, yenileme yatırımlarına ilave olarak komple yeni yatırımlar da yer almaktadır (Bolat 2006).

2.1.1.5.3 Küçük Sanayi Siteleri

KOBİ'lerin ve esnaf-sanatkarların ülke genelinde en önemli sorunlarından biri işyeri sorunudur. Bu doğrultuda planlı dönemin başından beri uygulanan Küçük Sanayi Siteleri Politikası ve uygulamalarının ayrıcalıklı bir konumu olmuştur. Küçük Sanayi Siteleri (KSS), KOBİ sanayinin yerel düzeyde gelişmesine başlangıç teşkil etmek, yerel sanayinin tamir ve bakım yönünden sorunlarını gidermek, özel beceri isteyen bazı malların üretimini yapmak ve orta ve büyük sanayi işletmelerine yan sanayi olarak yardımcı olmak işlevlerini yerine getirerek, yerel kalkınmada ve ülke kalkınmasında önemli bir işleve sahiptirler.

KSS'leri uygulamaları ile sağlıklı şartlara sahip, teknik ve ekonomik yönden çağdaş gereklere uygun modern işyerleri inşa ederek, işletmelerin hem verimleri yükseltilmekte, hem de tamirattan imalata, imalattan seri imalata, dolayısıyla tamircilikten küçük ve orta ölçekli sanayiye geçişe olanak sağlanmaktadır. Kayseri'de faaliyette olan 11 adet KSS bulunmaktadır. KSS'lerin 8 tanesi Kayseri merkezinde, 1 tanesi Develi, 1 tanesi Tomarza ve 1 tanesi ise Pınarbaşı ilçesindedir. Bu sitelerde toplam 7.741 işyeri yer almakta ve 38.436 işçi çalışmaktadır.

Çizelge 2.3 Kayseri’de küçük sanayi sitelerinin durumu (URL-12 2008).

K.Sanayi Sitesi Adı	Faaliyete Geçiş Tarihi	İsyeri Sayısı	Çalışan İşçi Sayısı
Eski Sanayi Sitesi	1957	2.178	8.816
Yeni Sanayi Sitesi	1972	3.033	17.866
Orta Sanayi Bölgesi	1979	55	126
Doğu San. Ağaç İşleri	1985	280	549
İmalatçılar-Pazarlama San.	1985	220	402
Ağaç İşleri Sanayi Sitesi	1995	854	9.494
Argıncık Küçük Sanayi S.	1992	220	374
Pınarbaşı Küçük Sanayi S.	1999	104	109
Kayseri Demirciler Sitesi	2003	326	377
Develi Küçük Sanayi Sitesi	1973	120	257
Tomarza Küçük Sanayi Sitesi	2007	55	63
Toplam		7.741	38.436

2.1.1.5.4 Madencilik

Kayseri’de önemli maden rezervleri bulunmaktadır. Maden rezervi olan başlıca yerler ve cinsleri Çizelge 2.4’de belirtilmektedir:

Çizelge 2.4 Maden rezervleri (URL-13 2008).

Maden Cinsi	Yer
Alüminyum	Sarız
Kurşun-Çinko	Yahyalı
Çinko	Yahyalı
Demir	Yahyalı
Alçıtası	Akkışla
Çimento Hammaddesi	Bünyan
Kaolen	Felahiye (Badanalık Mevkii)
Pomza	Develi, Talas, Tomarza
Tuğla-Kiremit Hammaddesi	Develi
Linyit	Pınarbaşı, Sarıoğlan, Yeşilhisar
Diyatomit	Kocasınan (Hırka köy)
Krom	Pınarbaşı

2.1.1.5.5 Enerji

Kayseri'nin elektrik ihtiyacı Bünyan ve Sızır hidroelektrik santrallerinden karşılanmaktadır. Elektrik dağıtımı, Kayseri ve Civarı Elektrik TAŞ. adlı ayrıcalıklı bir şirket tarafından yapılmaktadır. Kayseri'de elektrik enerjisi tüketimi her yıl artmaktadır. Kayseri'nin 2004 yılı toplam tüketim miktarı 1.681.486.169 kw saattir. 2004 yılı itibariyle Kayseri'de kayıp kaçak oranı %8,21 olup, Türkiye'de kayıp kaçak oranı en düşük il durumundadır. Her yıl artan enerji tüketiminin karşılanmasına yönelik olarak enerji üretimini arttırmak amacıyla Kızılırmak üzerinde Yap-İşlet-Devret modeliyle yapılmakta olan Yamula Barajı inşaatı büyük bir hızla devam etmektedir (URL-14 2008).

2.1.1.6 Kayseri İlinin İthalat-İhracat Durumu

Kayseri'den Dünya'nın her yerine yapılan ihracat sürekli artan bir seyir izlemektedir. Rakamsal veriler ve tablolar aşağıda yer almaktadır.

Aralık 2007 ayında 121 KOBİ üyesi işletme, 92 ülke ve 2 serbest bölgeye ihracat yapmıştır.

2.1.1.6.1 İhracat Durumu

Kayseri sanayi odası verilerine göre; Kayseri ilinin ihracat durumu aşağıda çizelgelerde gösterilmiştir.

Çizelge 2.5 Kayseri 2006-2007 ihracat durumu.

2007 Yılı Aralık Ayı İhracatı	107.717.299 FOB \$
2007 Yılı Kasım Ayı İhracatı	105.518.866 FOB \$
2007 Kasım/2007 Aralık Değişim Oranı	% 6,77 (artış)
2007 Yılı Aralık Ayı İhracatı	107.717.299 FOB \$
2006 Yılı Aralık Ayı İhracatı	100.886.522 FOB \$
2006 Aralık/2007 Aralık Değişim Oranı	% 6,77 (artış)

2007 yılında 218 KOBİ üyesi işletme, 118 ülke ve 3 serbest bölgeye ihracat yapmıştır.

Çizelge 2.6 Kayseri Ocak-Aralık 2007 ihracat durumu.

Ocak - Aralık 2007	1.241.236.332 FOB \$
Ocak - Aralık 2006	919.397.097 FOB \$
2006/2007 12 Aylık Değişim	% 35,0 (Artış)

Kayseri ilinde yapılan ihracatın Türkiye ihracatı ile karşılaştırılmasında aşağıdaki Çizelge 2.6 elde edilmiştir.

Çizelge 2.7 Kayseri'deki ihracatın Ocak, Kasım, Aralık aylarındaki değerleri.

	Kasım /Aralık 2007			Aralık			Ocak/Aralık		
	Kasım	Aralık	Değ. (%)	2007	2006	Değ. (%)	2007	2006	Değ. (%)
Kayseri (milyon \$)	105,5	107,7	+2	107,7	100,8	+6	1.241,2	919,3	+35
Türkiye (milyar \$)	11,3	9,7	-16	9,7	8,6	+12	107,2	85,5	+25

Kayseri ilindeki ihracatın geçmiş bazı yıllara oranı Çizelge 2.8'de gösterilmiştir (URL-15 2008).

Çizelge 2.8 Kayseri ihracatının bazı yıllara göre değişimi.

Yıl	Türkiye (Milyar FOB \$)	Kayseri (Milyon FOB \$)	Kayseri/ Türkiye (%)
1975	1.401	7.325	0,5
1980	2.910	17.722	0,6
1990	12.960	52.626	0,4
1999	26.587	274. 587	1,0
2000	27.775	374.446	1,3
2001	31.340	476.441	1,5
2002	36.050	447.412	1,2
2003	47.250	517.145	1,0
2004	67.047	665.243	1,0
2005	76.863	666.852	0,8
2006	85.142	919.397	1,1
2007	107.215	1.241.236	0,9

2.1.1.6.2 İthalat Durumu

Kayseri ilinde yapılan ithalatlar Çizelge 2.9’da kısaca özetlenmiştir.

Çizelge 2.9 Kayseri’nin Kasım ve Aralık ayı ithalat durumları.

2007 Yılı Aralık Ayı İthalatı	75.708.928 \$
2007 Yılı Kasım Ayı İthalatı	57.603.861 \$
2007 Kasım / 2007 Aralık Değişim	% 31,43 (artış)

Çizelge 2.9’da Kayseri’nin 2007 yılı aralık ayı ithalatına bakıldığında 75.708.928 dolar olduğu görülmektedir. 2007 yılı kasım ithalatı ise 57.603.861 dolardır. İki arasındaki değişim oranı ise %31,43’lük bir artışla dikkat çekmektedir.

Kayseri’deki ithalatın aralık ayı içindeki durumu Çizelge 2.10’da verilmiştir.

Çizelge 2.10 Kayseri’deki ithalatın Aralık ayı içindeki durumu.

2007 Yılı İthalatı	75.708.928 \$
2006 Yılı İthalatı	71.251.515 \$
2006 Aralık / 2007 Aralık Değişim	% 6,25 (artış)

Kayseri ilindeki ithalatın 2006 ve 2007 yıllarındaki aralık ayı içindeki durumu incelendiğinde 2007 Aralık ayı sonunda % 6,25’lik bir artış dikkat çekmektedir.

Kayseri ilindeki aralık ve ocak ayları ithalat durumu Çizelge 2.11’de verilmiştir.

Çizelge 2.11 Kayseri ilindeki Aralık ve Ocak ayları ithalat durumu.

Ocak - Aralık 2007	740.050.592 FOB \$
Ocak - Aralık 2006	720.763.791 FOB \$
2006 / 2007 12 Aylık Değişim	%2,67 (artış)

Kayseri ilindeki ithalatın aralık ve ocak aylarındaki durumuna bakıldığında % 2,67’lik bir artış olduğu görülmektedir.

İthalatın Türkiye ithalatı ile karşılaştırılması Çizelge 2.12’de gösterilmiştir.

Çizelge 2.12 Türkiye ile Kayseri'nin ithalat yönünden karşılaştırılması (URL-15 2008).

	Kasım/Aralık 2007			Aralık			Ocak/Aralık		
	Kasım	Aralık	Değ. (%)	2007	2006	Değ. (%)	2007	2006	Değ. (%)
Kayseri (milyon\$)	57,6	75,7	+31	75,7	71,2	+6	740,0	720,7	+2
Türkiye (milyar\$)	16,6	16,1	+3	16,1	13,0	+27	170,0	139,5	+21

2.1.1.7 Kayseri İlinde Orman Ürünleri Sanayisinin Durumu

Kayseri de orman ürünleri sanayisinde, mobilya sektörü ön çıkmakla birlikte, Türkiye'deki bilinen büyük mobilya markaları üretimlerini Kayseri ilinde yapmaktadır. Makro ölçekten mikro ölçeğe kadar binlerce mobilya üretimi ve yan sanayi üreticisi bulunmaktadır. Kayseri'de büyük hacimlerde kanepeler, oturma grubu, yemek odası takımı, mobilya malzemeleri, yatak, ofis mobilyaları, banyo ve mutfak mobilyaları üretilmektedir.

Kayseri Sanayi ve Ticaret Odasına üye ihracat yapan firmaların beyanları doğrultusunda hazırlanan verilere göre 2007 yıl sonu itibariyle mobilya sektörü 259.553.058 FOB dolar ile en çok ihracat yapılan ikinci sektör konumundadır. Kayseri'den ihraç edilen mobilya ürün gruplarını; oturma grubu, yemek odası, yatak odası, genç ve çocuk odaları, mutfak dolabı, banyo mobilyası, büro mobilyası, baza, masa, sandalye, koltuk, kanepeler, karyola, koltuk, dolap, mobilya aksesuar malzemesi oluşturmaktadır.

2.2 METOT

Orman ürünleri sanayi alanında faaliyet gösteren firmaların görüşlerini belirlemek üzere bilgi toplama formu (anket) oluşturulmuştur. Daha önce konu ile ilgili çalışmalarda kullanılan bilgi toplama formları incelenmiş, Kayseri'deki orman ürünleri sanayinin durumu göz önünde bulundurulmuş, benzer çalışmaları yapmış araştırmacıların görüşlerine başvurularak doğru ve anlaşılır bilgi toplama formlarının hazırlanmasına çalışılmıştır. Bilgi toplama formu uygulanacak işletmelerin belirlenmesinde örnekleme yapılmadan ana kütlede ulaşılması hedeflenmiştir. Ancak kayıtlı olmayan verilerin çoğunluğu ana kütle çerçevesinde değişiklik yapılmasına neden olmuştur. Bu çerçevede 2008 yılı Kayseri Ticaret ve Sanayi Odası verileri esas alınmak ve diğer araştırma sonuçları incelenmek suretiyle orman ürünleri

sanayisi üzerine faaliyet gösteren toplam 450 civarında firma tespit edilmiştir. Bu işletmelere örnekleme yolu ile gidilmiş ve anket yapılmıştır. Çalışma yüz yüze anket şeklinde ve yerinde gözlem yöntemine göre planlanmış, bir tesise sahip olup orman ürünleri sanayi üretimi yapan işletmeciler ile görüşülmesine özellikle dikkat edilmiştir. İşletmelerin 144 tanesi ile işletme ortamında yüz yüze görüşülmüş ve işletmeden anketlere yanıt alınmıştır. Sistematik bir yapıda hazırlanan 52 sorudan oluşan bilgi toplama formlarına yanıtlar işletme sahiplerinden alınmıştır.

Bilgi toplama formu (EK-A) 7 bölümden ve toplam 52 adet sorudan oluşmaktadır. Sorular aşağıda verilen ana başlıklar halinde sıralanmıştır. Bunlar;

1. Genel Bilgiler,
2. Hammadde,
3. Üretim,
4. Pazarlama,
5. İnsan Kaynakları,
6. İthalat-İhracat,
7. Diğer, şeklinde sıralanmıştır.

Bu gruplandırma, anket formundaki soruların kolay değerlendirilebilmesi amacıyla yapılmıştır. Oluşturulan birinci grupta toplam 12 soruyla işletmeleri; işletmelerin kuruluşları ile ilgili bilgiler, sermaye durumları, işletmecilik faaliyetleri, hukuki durumları, verim bilgileri başta olmak üzere çeşitli durumları genel anlamda tanımak amaçlanmıştır. İkinci grupta yer alan 9 soruyla işletmelerin hammadde temin ediliş şekilleri, hammadde temin edildiği kaynaklar, tanınan kredi süresi, hammadde teminleriyle ilgili oluşan sorunlar, stok durumları ve yardımcı malzeme problemleri durumları tespit edilmeye çalışılmıştır. Üçüncü gruptaki 3 soru ile işletmelerin üretim araçlarında yenilik çalışmaları, üretim sistemleri ve bilgisayar kullanılması ile ilgili düşüncesi irdelenmeye çalışılmıştır. Dördüncü grupta 4 soru ile pazarlama problemleri, dağıtım kanalları, müşteri yapısı ve işletmenin yöneldiği pazar düzeyine yönelik düşünceleri irdelenmeye çalışılmıştır. Beşinci grupta 5 soru ile haftada çalışılan gün sayısı, günde çalışılan saat sayısı, çalışanların durumlarına, ödeme şekillerine ve personel tedarikine yönelik bilgileri irdelenmeye çalışılmıştır. Altıncı grupta 4 soru ile işletmelerin ihracatlarıyla ilgili, gümrük birliğine yönelik bilgilerin irdelenmesi amaçlanmıştır. Yedinci grupta ise 4 soru ile işletmelerin ortaklaşa çalışma yapmaları, gelecekte büyütülmesi ile ilgili bilgileri ve yeni pazar arayışlarına yönelik düşünceleri öğrenilmek istenmiştir.

Anket sonuçları SPSS ortamına aktarılarak istatistik yöntemlerle değerlendirilmiştir. SPSS, temel ve ileri istatistiksel yöntemleri içeren özellikle anket ve araştırma formlarından elde edilen sınıflanmamış verilerin analizinde yararlanılan ve yaygın kullanımı olan bir paket programdır (Özdamar 2002).

İstatistiksel değerlendirme için SPSS programının seçilmesinin nedeni SPSS'in Windows ortamında yaygın olarak kullanılan bir paket program olmasının yanında özellikle anketin güvenilirliği ve gerek duyulduğu ölçüde çok sayıda farklı testlerin aynı veriler kullanarak yapılabilmesine fırsat vermesidir (Aksu vd. 2002, Kurtoğlu vd. 2004).

Verilerin analizinde yararlanılan testler bazı koşulları yerine getiren ve getirmeyen verilere uygulanmalarına göre iki ana gruba ayrılır. Bunlar, Parametrik (parametric) ve Parametrik olmayan (non parametric-distribution free) testler olarak isimlendirilir. Parametrik testler, ana kütle dağılımları hakkında belirli bir varsayıma dayanırlar. Parametrik olmayan testler ise ana kütle dağılımları hakkında herhangi bir varsayıma dayanmazlar. Bu özelliklerinden dolayı uygulamaları daha kolaydır. Genellikle değişkenlerin gerçek değerleri değil, sıraları veya işaretleri göz önüne alınmaktadır (Özdamar 2002, Orhun 1996).

Toplam 52 soruyu içeren anket sonuçları 144 işletme ve 165 değişkenden oluşan 144x165'lik bir matris formunda SPSS ortamına aktarılarak istatistiksel değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Soruların tutarlılığı, her grupta yer alan soruların bir toplumsal ölçekte hazırlanıp hazırlanmadığı incelenmiştir. Ayrıca frekans ve yüzde dağılımlar ile belirlenen değişkenler arasında ilişki analizleri yapılmıştır.

Ayrıca en az kaç işletmeye anket uygulaması yapılmasının gerektiğini hesaplamak için aşağıdaki formülden yararlanılmıştır (Akyüz 2000);

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{N \cdot D^2 + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

n: Minimum Örnek Büyüklüğü.

Z: Güven Katsayısı.

N: Ana Kütle Büyüklüğü.

P: Ölçmek İstenilen Özelliğin Ana Kütlede Bulunma İhtimali.

Q: 1-P

D: Kabul Edilen Örnekleme Hatası (Çalışma için %10'luk bir örnekleme hatası öngörülmüştür).

Formül üzerindeki veriler girildiğinde minimum örnek büyüklüğünün "79" olması gerektiği belirlenmiştir

BÖLÜM 3

BULGULAR

3.1 ANKET SORULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Bu bölüm, yedi ana başlık altında hazırlanarak Kayseri İlindeki Orman Ürünleri Sanayi İşletmeleri ile yapılan anket çalışması sonucunda elde edilen bulgular özetlenmiştir. Burada işletmelerin çalışma alanlarındaki fabrikalar ile ilgili; genel bilgiler, hammadde, araştırma-geliştirme, pazarlama, insan kaynakları, ithalat-ihracat, sektör ile ilgili bilgiler belirlenmeye çalışılmıştır. Anket çalışması işletme sahipleri ile yüz yüze görüşmeler yapılarak tamamlanmıştır. Toplam 52 soruyu içeren anket sonuçları 144 işletme ve 165 değişkenden oluşan 144x165'lik bir matris formunda SPSS ortamına aktararak istatistiksel değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Bu bölümde yer alan çizelgelerin tümü SPSS ortamında derlenmiş bilgilerden oluşturulmuş bulunmaktadır.

3.1.1 Genel Bilgiler

Bu bölümde işletmelerin kuruluşları ile ilgili bilgiler, sermaye durumları, işletmelerin hukuli durumları başta olmak üzere çeşitli durumlarını anlayıp incelemeye uygunluk teşkil edecek bilgilere ulaşılmaya çalışılmıştır. Orman Ürünleri Sanayi İşletmelerinin mevcut durumuna yönelik olarak 12 adet soru hazırlanmıştır. Sorulara alınan yanıtlar çizelgelerde özetlenmiştir.

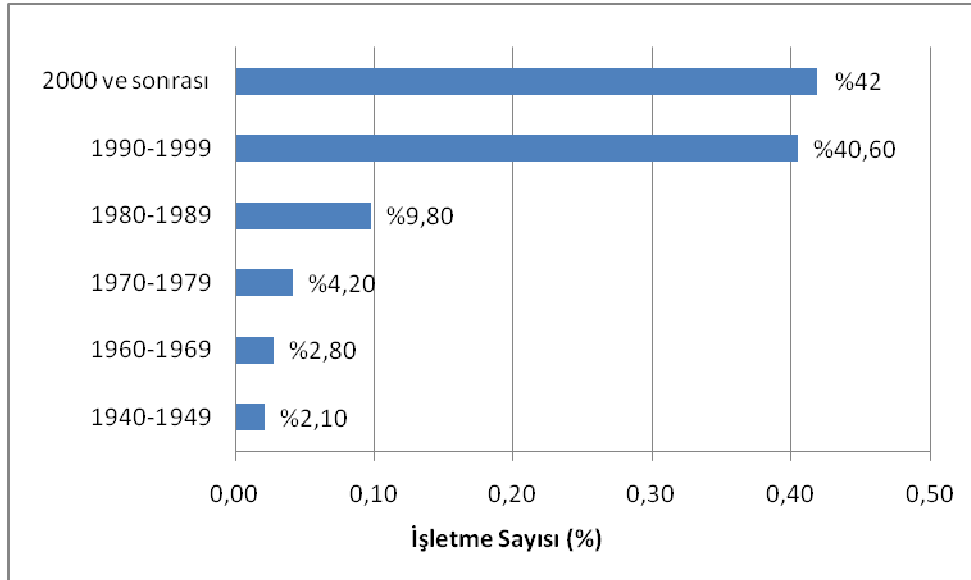
3.1.1.1 İşletmelerin Kuruluş Tarihleri Hakkında Bilgiler

Orman Ürünleri Sanayi İşletmelerinin kuruluş tarihleri aşağıdaki Çizelge 3.1'de verilmiştir.

Çizelge 3.1 İşletmelerin kuruluş tarihleri.

Seçenekler	İşletme Sayısı	Yüzde (%)
2000 ve sonrası	60	42,00
1990-1999	58	40,60
1980-1989	14	9,80
1970-1979	6	4,20
1960-1969	4	2,80
1940-1949	2	2,10
TOPLAM	144	100,00

Orman ürünleri sanayi işletmelerinin kuruluş tarihleri aşağıdaki Şekil 3.1’de verilmiştir.



Şekil 3.1 İşletmelerin kuruluş tarihleri.

Çizelge 3.1’de görüldüğü üzere Kayseri ilindeki Orman Ürünleri Sanayi İşletmelerinin kuruluş tarihi 1940’li yıllara gitmektedir. Yapılan 10’ar yıllık değerlendirmeye göre işletmelerin; %42,0’ı 2000 ve sonrasında, %40,6’sının 1990-1999 yılları arasında, %9,8’inin 1980-1989 yılları arasında, %4,2’sinin 1970-1979 yılları arasında, %2,8’inin 1960-1969 yılları arasında ve %2,1’inin ise 1940-1949 yılları arasında kurulmuş olduğu belirlenmiştir.

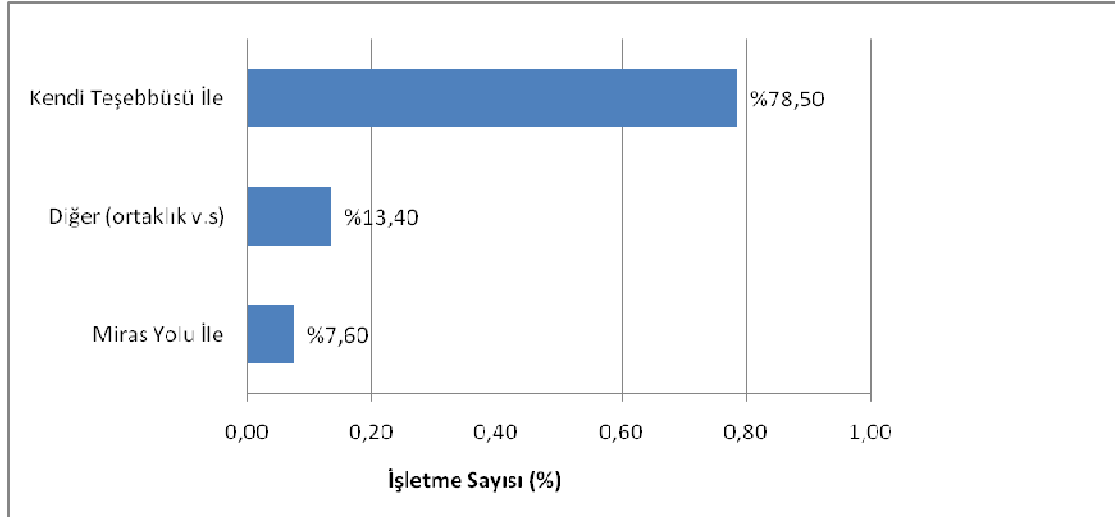
3.1.1.2 İşletmelerin Kuruluş Durumları Hakkında Bilgiler

İşletmelerin kuruluş durumları bakımından dağılımı Çizelge 3.2 ’de verilmiştir.

Çizelge 3.2 İşletmelerin kuruluş durumları.

Seçenekler	İşletme Sayısı	Yüzde (%)
Kendi Teşebbüsü İle	113	78,50
Diğer (ortaklık v.s)	20	13,40
Miras Yolu İle	11	7,60
TOPLAM	144	100,00

İşletmelerin kuruluş durumları bakımından dağılımı Şekil 3.2 'de verilmiştir.



Şekil 3.2 İşletmelerin kuruluş durumları.

Çizelge 3.2'de işletmelerin, %78,5'inin kendi teşebbüsü ile ve %13,4'ünün diğer (ortaklık vs.) ile kurulmuş olduğu görölmektedir. İşletmelerin sadece %7,6'sının miras yolu ile işletme sahiplerine kaldığı ve faaliyetlerine devam etmekte olduğu belirlenmiştir.

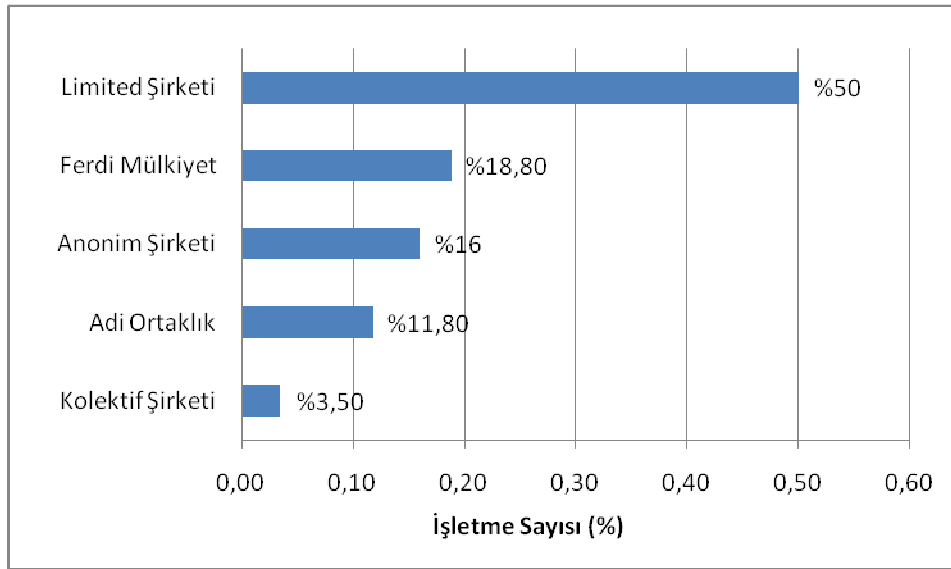
3.1.3 Hukuki Yapıları

İşletmelerinin hukuki yapıları ferdi mülkiyet, adi ortaklık, limited, anonim, kolektif, komandit, kooperatif şirketleri başlıkları altında incelenmiştir. Hukuki yapılar bakımından dağılım Çizelge 3.3'te gösterilmiştir.

Çizelge 3.3 İşletmelerin hukuki yapıları.

Seçenekler	İşletme Sayısı	Yüzde (%)
Limited Şirketi	72	50,00
Ferdi Mülkiyet	27	18,80
Anonim Şirketi	23	16,00
Adi Ortaklık	17	11,80
Kolektif Şirketi	5	3,50
TOPLAM	144	100,00

Hukuki yapılar bakımından dağılım Şekil 3.3'te gösterilmiştir.



Şekil 3.3 İşletmelerin hukuki yapıları.

Çizelge 3.3'ten görüldüğü üzere işletmelerin %18,8'i Ferdi Mülkiyet, %11,8'i Adi Ortaklık, %50'si Limited Şirketi, %16'sı Anonim Şirket ve %3,5'i Kolektif Şirket şeklindedir. Anonim ve kolektif şirket gibi çok ortaklı şirketlerin oranı toplam içerisinde %19,5 gibi bir rakam olarak gözükse de şirketlerin çoğunda ortaklık yapısını teşkil eden bireylerin aynı aileden olması aile şirketi özelliğindeki şirketlerin sayısını artırmaktadır.

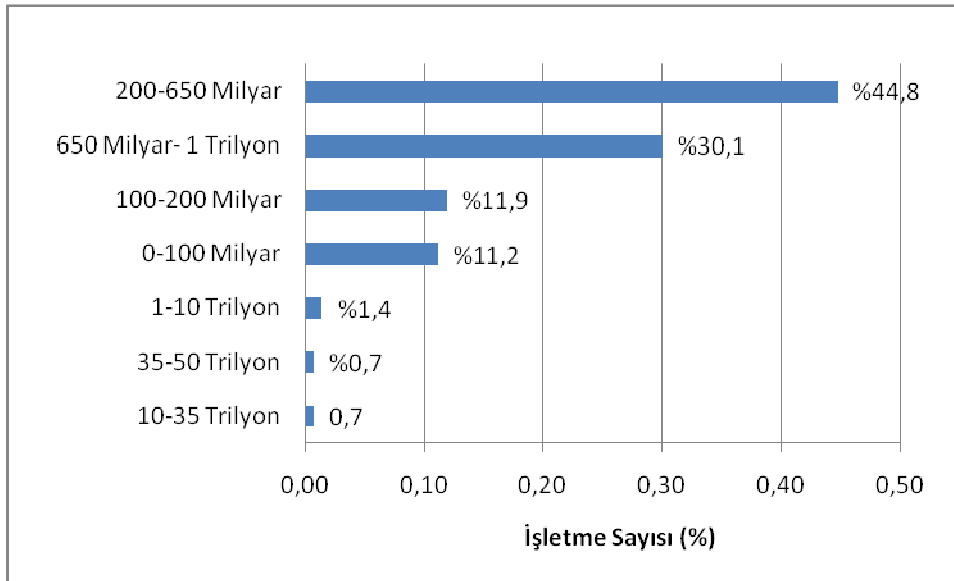
3.1.4 Bugünkü Ekonomik Değer Hakkında Bilgiler

İşletmelerin sermaye yapıları üretim şeklini de belirlemektedir. İşletmelerin sermaye büyüklükleri arasında önemli farklar ortaya çıkmaktadır. İşletmelerin sermaye büyüklüklerine ait veriler Çizelge 3.4'te verilmiştir.

Çizelge 3.4 Bugünkü ekonomik değerleri.

Seçenekler	İşletme Sayısı	Yüzde (%)
200-650 Milyar	64	44,80
650 Milyar- 1 Trilyon	43	30,10
100-200 Milyar	17	11,90
0-100 Milyar	16	11,20
1-10 Trilyon	2	1,40
10-35 Trilyon	1	0,70
35-50 Trilyon	1	0,70
Toplam	144	100,00

İşletmelerin sermaye büyüklüklerine ait veriler Şekil 3.4'te verilmiştir.



Şekil 3.4 Bugünkü ekonomik değerleri.

İşletmelerin sermaye büyüklüklerinin yoğunlaştığı iki bölge görülmektedir. Çizelge 3.4'te de görüldüğü gibi 200-650 Milyar TL ile 650 Milyar-1 Trilyon TL sermayeye sahip işletmeler dikkat çekmektedir.

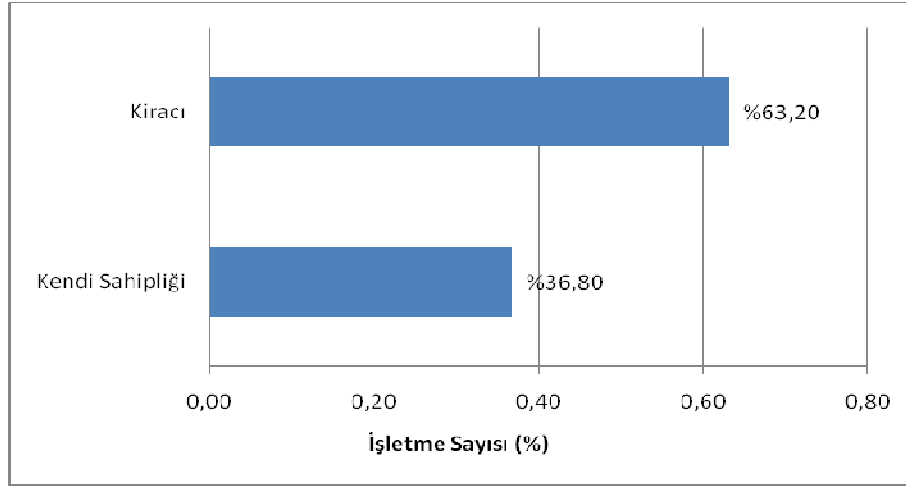
3.1.1.5 İş Yeri Sahipliği Hakkında Bilgiler

Kayseri'deki orman ürünleri sanayi işletmelerinin büyük kısmının kiracı olduğu tespit edilmiştir. İş yeri sahipliğine ait veriler Çizelge 3.5'te verilmiştir.

Çizelge 3.5 İşletmelerin iş yeri sahipliği.

Seçenekler	İşletme Sayısı	Yüzde (%)
Kiracı	91	63,20
Kendi Sahipliği	53	36,80
TOPLAM	144	100,00

İş yeri sahipliğine ait veriler Şekil 3.5'te verilmiştir.



Şekil 3.5 İşletmelerin iş yeri sahipliği.

Çizelge 3.5'te tüm işletmelerin %63,2'si kiracı, %36,8'inin kendi mülkü üzerinde çalışmalarına devam ettikleri belirlenmiştir.

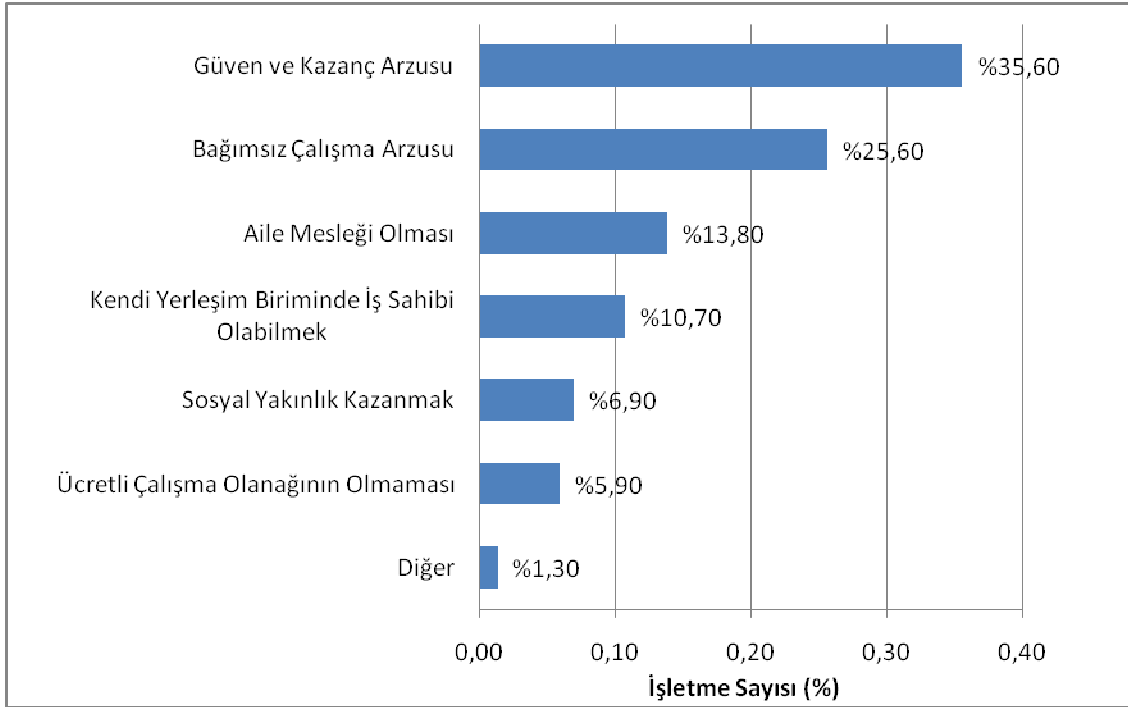
3.1.1.6 İşletmelerin Kuruluş Gerekçeleri

İşletmelerin kuruluş gerekçeleri Çizelge 3.6'da verilmiştir.

Çizelge 3.6 İşletmelerin kuruluş gerekçeleri.

Seçenekler	Tercihler	Yüzde (%)
Güven ve Kazanç Arzusu	103	35,60
Bağımsız Çalışma Arzusu	74	25,60
Aile Mesleği Olması	40	13,80
Kendi Yerleşim Biriminde İş Sahibi Olabilmek	31	10,70
Sosyal Yakınlık Kazanmak	20	6,90
Ücretli Çalışma Olanağının Olmaması	17	5,90
Diğer	4	1,30
TOPLAM	289	100,00

İşletmelerin kuruluş gerekçeleri Şekil 3.6’da verilmiştir.



Şekil 3.6 İşletmelerin kuruluş gerekçeleri.

Çizelge 3.6’da işletmelerin kuruluş gerekçeleri; aile mesleği olması %13,8, bağımsız çalışma arzusu %25,6, ücretli çalışma olanağının olmaması %5,9, sosyal yakınlık kazanmak %6,9, güven ve kazanç arzusu %35,6, kendi yerleşim biriminde iş sahibi olabilmek %10,7 ve diğer %1,3 şeklinde belirlenmiştir.

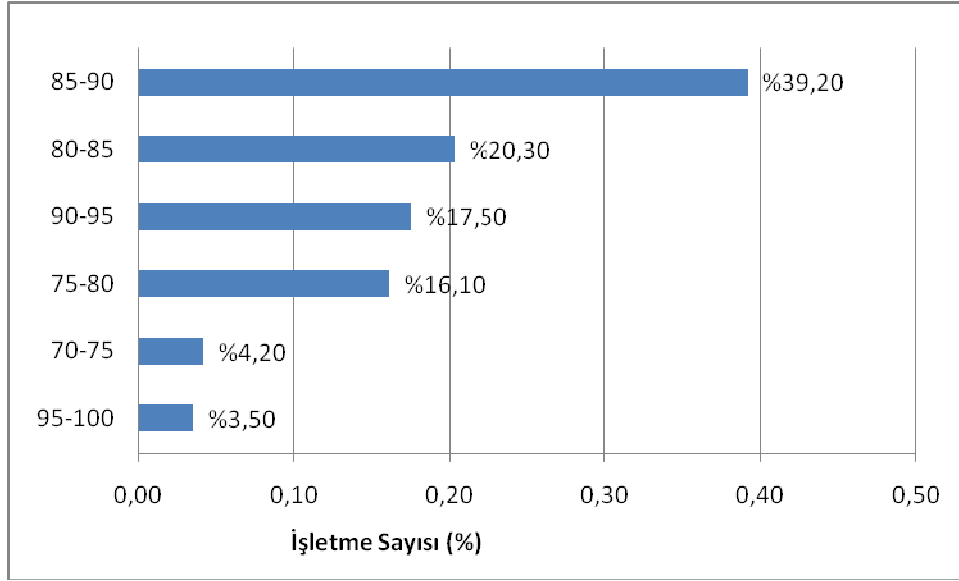
3.1.1.7 Bir Metreküp Hammaddeden Alınan Verim ile İlgili Bilgiler

İşletmelerin bir metreküp hammaddeden aldıkları verimle ilgili bilgiler Çizelge 3.7’de verilmiştir.

Çizelge 3.7 Bir metreküp hammaddeden alınan verim.

Seçenekler	İşletme Sayısı	Yüzde (%)
85-90	56	39,20
80-85	29	20,30
90-95	25	17,50
75-80	23	16,10
70-75	6	4,20
95-100	5	3,50
Toplam	144	100,00

İşletmelerin bir metreküp hammaddeden aldıkları verimle ilgili bilgiler Şekil 3.7’de verilmiştir.



Şekil 3.7 Bir metreküp hammaddeden alınan verim.

Çizelge 3.7’de görüldüğü gibi işletmelerin bir metreküp hammaddeden aldıkları verime bakıldığında; %39,20 ile 85-90 arası verim ön plana çıkmaktadır. Diğerleri ise; %20,30 verimi 80-85 arası olanlar, %17,50 verimi 90-95 arasında olanlar, %16,10 verimi 75-80 arasında olanlar, %4,20 verimi 70-75 arasında olanlar, %3,50 ise verimi 95-100 arasında olanlar olarak sıralanmaktadır.

3.1.1.8 İşletmelerin Kuruluşunda Teşvikten Yararlanma Durumları

Kayseri ilinde işletmelerin kuruluşunda herhangi bir teşvikten yararlanılmış mıdır sorusuna verilen cevaplar Çizelge 3.8’de görülmektedir.

Çizelge 3.8 İşletmelerde teşvikten yararlanma.

Seçenekler	İşletme Sayısı	Yüzde (%)
Hayır	100	69,40
Evet	44	30,60
TOPLAM	144	100,00

Çizelge 3.8’de görüldüğü üzere işletmelerin 44’ü (%30,6) kuruluş aşamasında teşvikten yararlanmış olup, işletmelerin 100’ü (%69,4) de kuruluş esnasında herhangi bir teşvikten yararlanmadığı tespit edilmiştir.

3.1.1.9 İşletmelerin Memnuniyet Derecelerinin Ölçümü

İşletmelerin kurulu bulunduğu bölgedeki belirli olanakların işletme sahiplerince nasıl değerlendirildiğinin tespiti amacıyla ulaşım, enerji, eğitim imkanı ve sosyal çevre faktörlerinin değerlendirilmesi istenmiştir.

Ulaşım şartları işletmelerin %84,7’si tarafından iyi, %14,6’sı tarafından vasat, %0,7’si tarafından kötü düzeyde belirtilmiştir. Enerji şartlarının iyi olduğu belirtilen işletme düzeyi %84,0 oranındayken, işletmelerin %14,6’sı vasat ve %1,4’lük kesim ise kötü cevabını vermiştir. Bölgedeki eğitim şartlarını %61,8’i iyi seviyede bulurken, %29,9 düzeyinde vasat ve %8,3 düzeyinde ise kötü olarak kabul edilmektedir. Sosyal çevre ise %72,9 oranında iyi, %22,2 oranında vasat ve %4,9 oranında kötü seviyede değerlendirilmektedir.

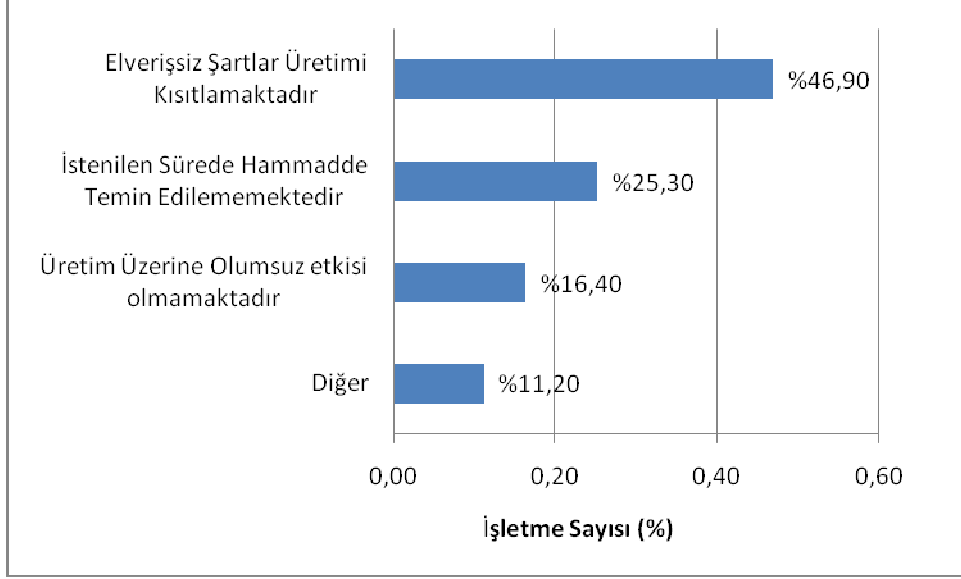
3.1.1.10 Memnuniyet Derecelerinin Üretim Üzerine Etkileri

İşletmenin kurulu bulunduğu bölgedeki ulaşım, enerji, eğitim imkanı ve sosyal çevre gibi faktörlerin üretim üzerine etkisi Çizelge 3.9’da verilmektedir.

Çizelge 3.9 Memnuniyet derecelerinin üretim üzerine etkileri.

Seçenekler	Tercihler	Yüzde (%)
Elverişsiz Şartlar Üretimi Kısıtlamaktadır	100	46,90
İstenilen Sürede Hammadde Temin Edilememektedir	54	25,30
Üretim Üzerine Olumsuz etkisi olmamaktadır	35	16,40
Diğer	24	11,20
TOPLAM	213	100,00

İşletmenin kurulu bulunduğu bölgedeki ulaşım, enerji, eğitim imkanı ve sosyal çevre gibi faktörlerin üretim üzerine etkisi Şekil 3.8’de verilmektedir.



Şekil 3.8 Memnuniyet derecelerinin üretim üzerine etkileri.

Çizelge 3.9’da ulaşım, enerji, eğitim imkanı ve sosyal çevre gibi faktörlerin üretim üzerine olumsuz etkileri; elverişsiz şartların üretimi kısıtlaması %46,94, istenilen sürede hammadde temin edilememesi %25,35, üretimin üzerine olumsuz etkisi yok %16,45 ve diğer ise %11,26 şeklindedir. Diğer seçeneğini işaretleyenler ise; özellikle eğitilmiş eleman sıkıntısının çekildiğini belirtmişlerdir.

3.1.1.11 İşletme Kuruluş Yerlerinin Uygunluğu

İşletmelerin kuruluş yerini uygun bulup bulmadıkları ile ilgili düşünceleri Çizelge 3.10’da verilmiştir.

Çizelge 3.10 İşletme kuruluş yerlerinin uygunluğu.

Seçenekler	İşletme Sayısı	Yüzde (%)
Evet	136	94,40
Hayır	8	5,60
TOPLAM	144	100,00

Tüm işletmelerin büyük bir çoğunluğu %94,4’ü kuruluş yerini uygun bulmakta, %5,6’sı ise kuruluş yerini uygun bulmamaktadır (Çizelge 3.10).

3.1.12 İşletme Fiziki Planlamalarının Uygunluğu

İşletmelerin fiziki planlamasını uygun bulup bulmadıkları ile ilgili düşünceleri Çizelge 3.11’de verilmiştir.

Çizelge 3.11 İşletme fiziki planlamalarının uygunluğu.

Seçenekler	İşletme Sayısı	Yüzde (%)
Evet	130	90,30
Hayır	14	9,70
TOPLAM	144	100,00

Tüm işletmelerin %90,3’ü mevcut fiziki planlamasından memnunken, %9,7’si fiziki planlamasından memnun olmadığı şeklinde cevap vermiştir (Çizelge 3.11).

3.1.2 Hammadde

Bu bölümde işletmelerin hammadde temin ediliş şekilleri, tanınan kredi süresi, hammadde teminleriyle ilgili oluşan sorunlar, stok durumları ve yardımcı malzeme problemlerine yönelik 9 adet soru hazırlanmıştır. Sorulara alınan cevaplar çizelgelerde özetlenmiştir.

3.1.2.1 Hammaddenin Temin Edildiği Kaynaklar

İşletmelerin kullandıkları hammaddeyi nereden temin ettikleri Çizelge 3.12’de verilmektedir.

Çizelge 3.12 Hammaddenin temin edildiği kaynaklar.

Seçenekler	Tercihler	Yüzde (%)
İç Pazar	144	82,20
Dış Pazar	31	17,70
TOPLAM	175	100,00

Tüm işletmeler ihtiyacı olan hammaddeyi %17,72 oranında dış pazardan, %82,29 oranında iç pazardan temin etmektedir(Çizelge 3.12). Hammaddeyi dış pazardan temin edenler ise, Çin, Almanya, Malezya, Amerika, Avustralya, İtalya, Rusya, Kazakistan, Fransa, Yunanistan, Romanya ve Bulgaristan’dan getirmektedirler.

3.1.2.2 Dış Pazardan Temin Edilen Hammaddelerin Alındığı Ülkeler

Dış pazardan temin edilen hammaddelerin alındığı ülkeler; ağırlıklı olarak Rusya, Çin ve Malezya'dır. Almanya, Amerika, Avustralya, İtalya, Kazakistan, Fransa, Yunanistan, Romanya, Bulgaristan gibi ülkelerden de hammadde temini yapılmaktadır.

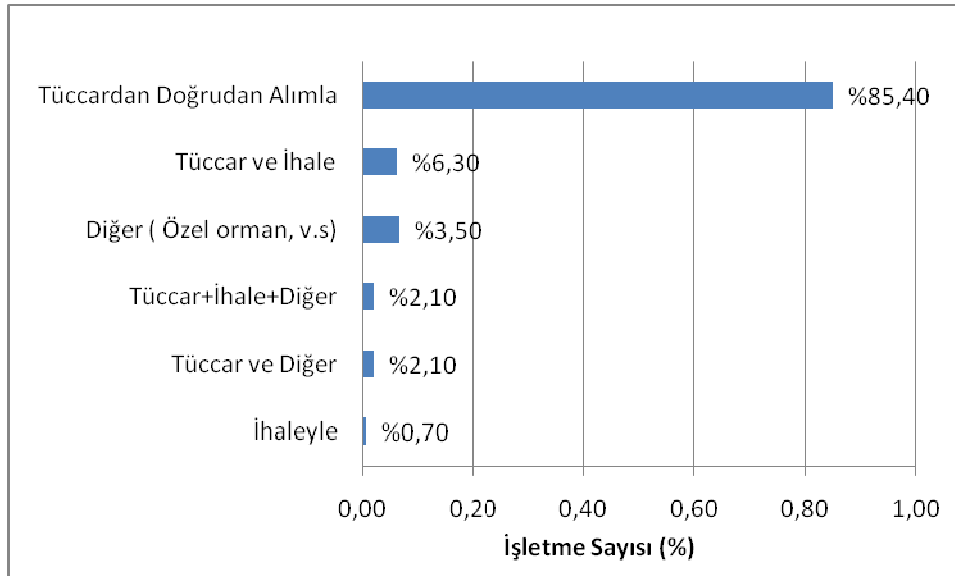
3.1.2.3 Hammaddenin Temin Ediliş Şekilleri

İşletmelerde hammadde temin ediliş şekilleri Çizelge 3.13'te verilmiştir.

Çizelge 3.13 Hammaddenin temin ediliş şekilleri.

Seçenekler	Tercihler	Yüzde (%)
Tüccardan Doğrudan Alımla	123	85,40
Tüccar ve İhale	9	6,30
Diğer (Özel orman, vs)	5	3,50
Tüccar ve Diğer	3	2,10
Tüccar+İhale+Diğer	3	2,10
İhaleyle	1	0,70
TOPLAM	144	100,00

İşletmelerde hammadde temin ediliş şekilleri Şekil 3.9'da verilmiştir.



Şekil 3.9 Hammaddenin temin ediliş şekilleri.

Çizelge 3.13'te işletmelerin hammadde temin ediliş şekli olarak; tüccardan doğrudan alımla %85,1 ile dikkat çekmektedir. Diğerleri ise; tüccar ve ihaleyle %6,3, diğer (özel orman vs) %3,5, tüccar+ihale+diğer %2,1, tüccar ve diğer %2,1 ve ihaleyle %0,7 olarak belirlenmiştir.

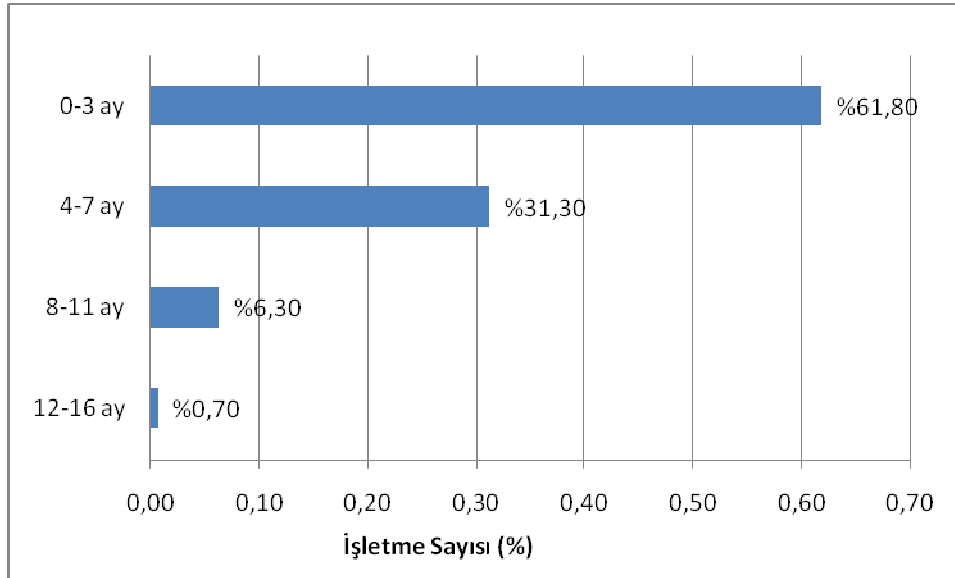
3.1.2.4 Hammadde Sağlayıcılarının Tanıdığı Kredi Süreleri

Hammadde sağlayıcılarının işletmelere tanıdığı kredi sürelerinin belirlenmesi amacıyla yapılan çalışmadan elde edilen sonuçlar Çizelge 3.14'te verilmiştir.

Çizelge 3.14 Hamadde sağlayıcılarının tanıdığı kredi süreleri.

Seçenekler	İşletme Sayısı	Yüzde (%)
0-3 ay	89	61,80
4-7 ay	45	31,30
8-11 ay	9	6,30
12-16 ay	1	0,70
TOPLAM	144	100,00

Hammadde sağlayıcılarının işletmelere tanıdığı kredi sürelerinin belirlenmesi amacıyla yapılan çalışmadan elde edilen sonuçlar Şekil 3.10'de verilmiştir.



Şekil 3.10 Hamadde sağlayıcılarının tanıdığı kredi süreleri.

İşletmelerin %61,8'i 0-3 ay vadeli, %31,3'ü 4-7 ay, %6,3'ü 8-11 ay gerçekleştirirken %0,7'si 12-16 aya kadar vade imkanı ile hammaddesini almaktadır(Çizelge 3.14).

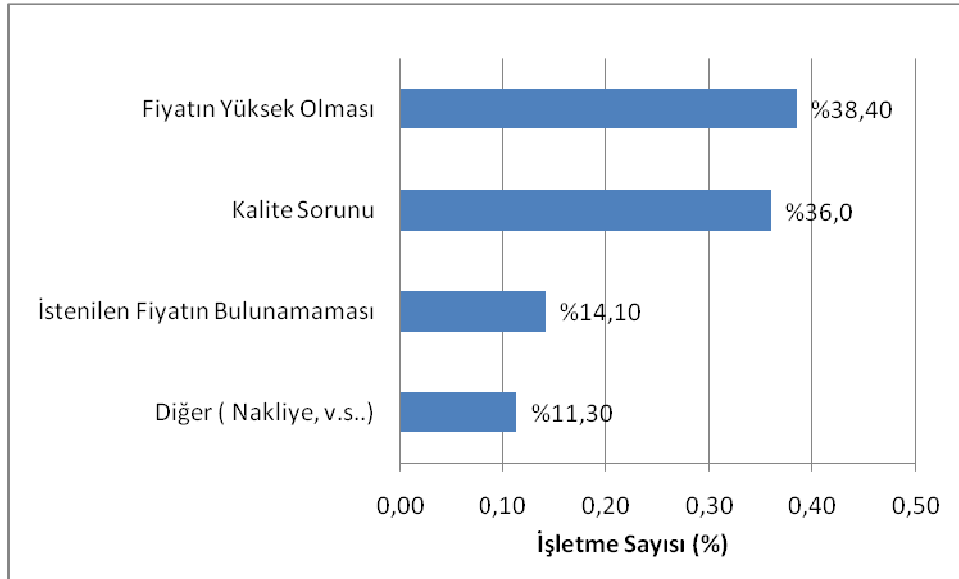
3.1.2.5 Hammadde Temininde Karşılaşılan Sorunlar

Hammadde temininde karşılaşılan sorunlar Çizelge 3.15’te verilmiştir.

Çizelge 3.15 Hamadde temininde karşılaşılan sorunlar.

Seçenekler	Tercihler	Yüzde (%)
Fiyatın Yüksek Olması	95	38,40
Kalite Sorunu	89	36,00
İstenilen Fiyatın Bulunamaması	35	14,10
Diğer (Nakliye, vs.)	28	11,30
TOPLAM	247	100,00

Hammadde temininde karşılaşılan sorunlar Şekil 3.11’de verilmiştir.



Şekil 3.11 Hammadde temininde karşılaşılan sorunlar.

Çizelge 3.15’te görüldüğü üzere işletmelerin; fiyatın yüksek olması %38,4, kalite sorunu %36,0 istenilen fiyatın bulunamaması % 14,1, diğer (nakliye, vs.) % 11,3 şeklindedir.

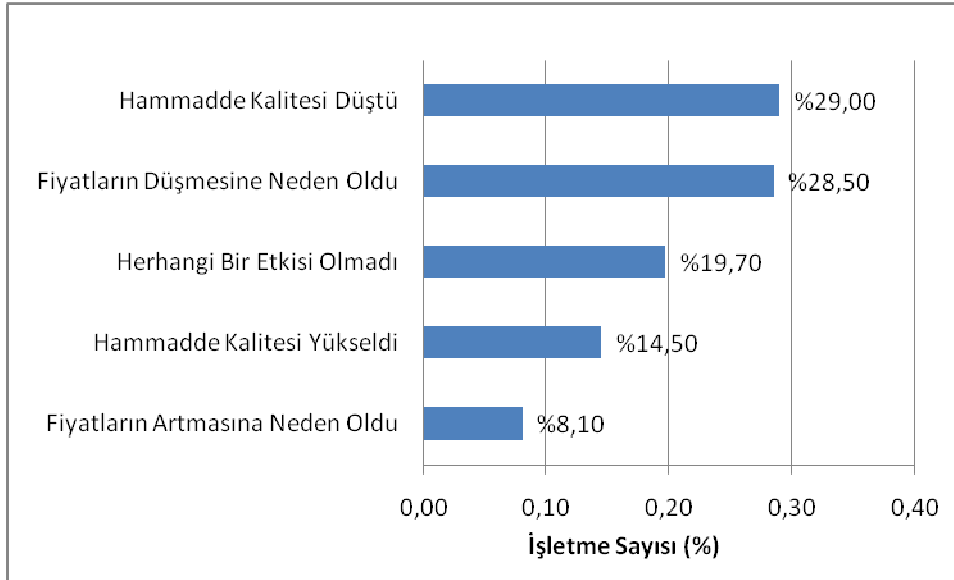
3.1.2.6 Dış Pazardan Hammadde İthalinin Etkileri

Dış pazarlardan hammadde ithali ile ilgili işletmelerin düşünceleri Çizelge 3.16’da verilmektedir.

Çizelge 3.16 Dış pazardan hammadde ithalinin etkileri.

Seçenekler	Tercihler	Yüzde (%)
Hammadde Kalitesi Düştü	50	29,00
Fiyatların Düşmesine Neden Oldu	49	28,50
Herhangi Bir Etkisi Olmadı	34	19,70
Hammadde Kalitesi Yükseldi	25	14,50
Fiyatların Artmasına Neden Oldu	14	8,10
TOPLAM	172	100,00

Dış pazarlardan hammadde ithali ile ilgili işletmelerin düşünceleri Şekil 3.12’de verilmektedir.



Şekil 3.12 Dış pazardan hammadde ithalinin etkileri.

Çizelge 3.16’da görüldüğü üzere dış pazardan ithal gelen hammaddenin işletmelere etkisi sırayla; Fiyatların artmasına neden oldu %8,14, fiyatların düşmesine neden oldu %28,5, hammadde kalitesi yükseldi %14,5, hammadde kalitesi düştü %29, herhangi bir etkisi olmadı %19,7 şeklindedir.

3.1.2.7 Hammadde Temininde Karşılaşılan Problemler

Hammadde teminindeki karşılaşılan problemler ile ilgili işletmelerin düşünceleri Çizelge 3.17’de verilmiştir. Öncelikle işletmelere hammadde temin problemi olup olmadığı sorulmuş, ardından da problemin tanımı üzerinde seçenekler sunulmuştur.

Çizelge 3.17 Hammadde temininde karşılaşılan problemler.

Seçenekler	İşletme Sayısı	Yüzde (%)
Var	119	82,60
Yok	25	17,40
TOPLAM	144	100,00

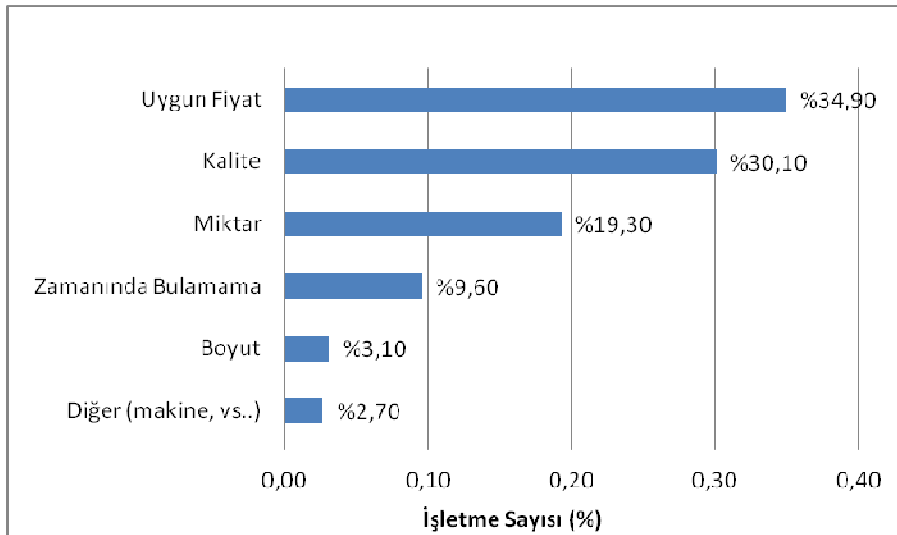
Çizelge 3.17’de görüldüğü üzere işletmelerin %17,4’ü hammadde temininde problem yok derken %82,6’sı ise hammadde temininde problemle karşılaştıklarını belirtmişlerdir.

Problemlerle karşılaşan işletmelere bu problemlerin tespitine yönelik Çizelge 3.18’de görüldüğü üzere değerlendirme yapılmıştır.

Çizelge 3.18 Hammadde problem öncelikleri.

Seçenekler	Tercihler	Yüzde (%)
Uygun Fiyat	101	34,90
Kalite	87	30,10
Miktar	56	19,30
Zamanında Bulamama	28	9,60
Boyut	9	3,10
Diğer (makine, vs.)	8	2,70
TOPLAM	289	100,00

Problemlerle karşılaşan işletmelere bu problemlerin önceliklerini Şekil 3.13’te görüldüğü üzere değerlendirme yapılmıştır.



Şekil 3.13 Hammadde problem öncelikleri.

Çizelge 3.18’de gözüktüğü üzere bu problemler; uygun fiyat %34,9, kalite %30,1, miktar %19,3, zamanında bulamama %9,6, boyut %3,1 ve diğer (makine, vs.) % 2,7 şeklindedir.

3.1.2.8 Hammadde Stokları Hakkında Bilgiler

Hammadde stokları hakkında bilgiler Çizelge 3.19’da verilmiştir. Öncelikle işletmelere yeterli hammadde stoğu yapıp yapmadıkları sorulmuş, ardından da yeterli hammadde stoğu yapmama nedenleri seçenekler halinde sunulmuştur.

Çizelge 3.19 Yeterli hammadde stoğu yapmak.

Seçenekler	İşletme Sayısı	Yüzde (%)
Hayır	120	83,30
Evet	24	16,70
TOPLAM	144	100,00

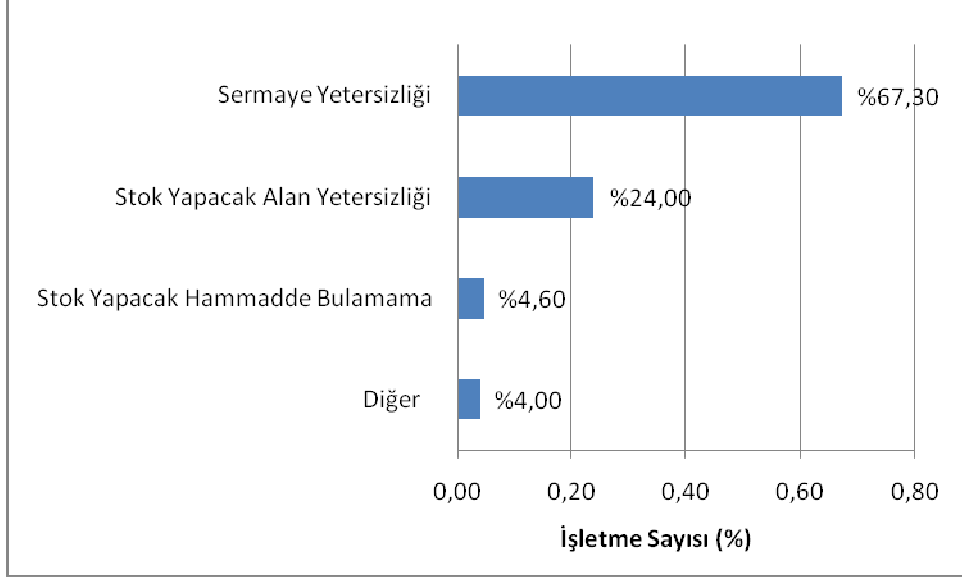
Çizelge 3.19’da görüldüğü üzere tüm işletmelerin %16,7’si yeterli hammadde stoğu yaptığını %83,3’ünün ise yeterli hammadde stoğu yapamadıkları belirlenmiştir.

İşletmelerde stok yapmama nedenleri üzerinde yapılan değerlendirme Çizelge 3.20’de verilmiştir.

Çizelge 3.20 Yeterli hammadde stoğu yapmama nedenleri.

Seçenekler	Tercihler	Yüzde (%)
Sermaye Yetersizliği	101	67,30
Stok Yapacak Alan Yetersizliği	36	24,00
Stok Yapacak Hammadde Bulamama	7	4,60
Diğer	6	4,00
TOPLAM	150	100,00

İşletmelerde stok yapmama nedenleri üzerinde yapılan değerlendirme Şekil 3.14’te verilmiştir.



Şekil 3.14 Yeterli hammadde stoğu yapmama nedenleri.

Çizelge 3.20’de görüldüğü gibi stok yapamama nedenleri; sermaye yetersizliği %67,3, Stok yapacak hammadde bulamama %4,6, stok yapacak alan yetersizliği %24,0 ve diğer % 4,0 şeklindedir.

3. 1.2.9 Yardımcı Malzeme Problemleri

İşletmelerin yardımcı malzeme problemleri ile ilgili düşünceleri Çizelge 3.21’de verilmektedir.

Çizelge 3.21 İşletmelerde yardımcı malzeme problemleri.

Seçenekler	İşletme Sayısı	Yüzde (%)
Yok	111	77,10
Var	33	22,90
TOPLAM	144	100,00

Mevcut işletmelerin %22,9’u yardımcı malzeme problemi var derken %77,1’i yardımcı malzeme probleminin olmadığı şekilde cevap vermiştir (Çizelge 3.21).

3.1.3 Üretim

Bu bölümde işletmelerin üretim araçlarında yenileme çalışmaları, üretin sistemleri ve bilgisayar kullanımı düşüncesine yönelik 3 adet soru hazırlanmıştır. Sorulara alınan yanıtlar çizelgelerle özetlenmiştir.

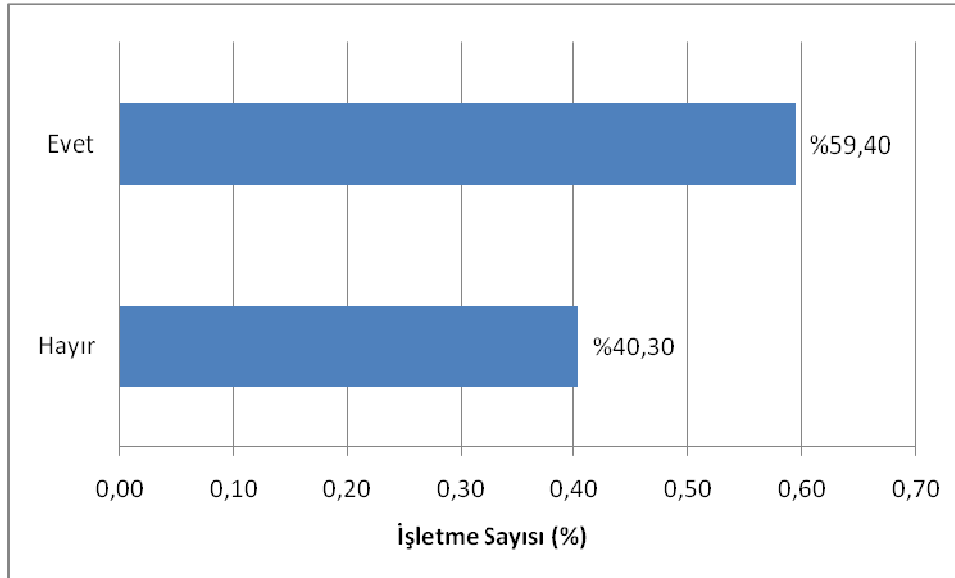
3.1.3.1 Üretim Araçlarında Yenileme Çalışmaları

İşletmelerin üretim sırasında kullandığı ana üretim araçlarında yenileme çalışmaları ile ilgili düşünceleri Çizelge 3.22’de verilmiştir. Öncelikle işletmelere yenilik yapıp yapmama ile ilgili düşünceleri sorulmuş, ardından da nedenleri üzerinde seçenekler sunulmuştur.

Çizelge 3.22 Üretim araçlarında yenileme çalışmaları.

Seçenekler	İşletme Sayısı	Yüzde (%)
Evet	86	59,40
Hayır	58	40,30
TOPLAM	144	100,00

İşletmelerin üretim sırasında kullandığı ana üretim araçlarında yenileme çalışmaları ile ilgili işletmelerin düşünceleri Şekil 3.15’te verilmiştir.



Şekil 3.15 Üretim araçlarında yenileme çalışmaları.

Çizelge 3.22’de görüldüğü üzere işletmelerin %59,4’ü ortaklaşma yenilik yapmayı düşünürken %40,3’ü ise yenilik yapmayı düşünmediklerini belirtmiştir.

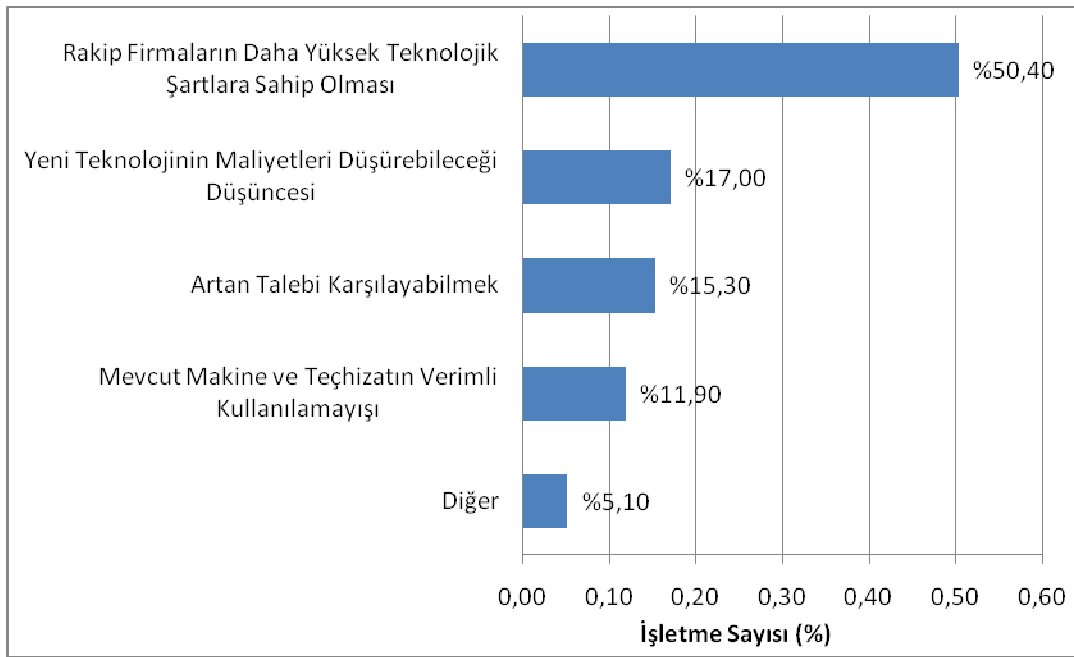
Fabrikasında yenilik yapmayı düşünen işletme sahiplerinin yenilik yapma nedenleri Çizelge 3.23’te verilmiştir.

Çizelge 3.23 İşletmelerin yenilik yapma nedenleri.

Seçenekler	Tercihler	Yüzde (%)
------------	-----------	-----------

Rakip Firmaların Daha Yüksek Teknolojik Şartlara Sahip Olması	59	50,40
Yeni Teknolojinin Maliyetleri Düşürebileceği Düşüncesi	20	17,00
Artan Talebi Karşılatabilmek	18	15,30
Mevcut Makine ve Teçhizatın Verimli Kullanılmayışı	14	11,90
Diğer	6	5,10
TOPLAM	117	100,00

Fabrikasında yenilik yapmayı düşünen işletme sahiplerinin yenilik yapma nedenleri Şekil 3.16'da verilmiştir.



Şekil 3.16 İşletmelerin yenilik yapma nedenleri.

Yenilik yapmayı düşünen işletmeler; rakip firmaların daha yüksek teknolojik şartlara sahip olması %50,4, mevcut makine ve teçhizatın verimli kullanılmayışı %11,9, yeni teknolojinin maliyetleri düşürebileceği düşüncesi %17,0, artan talebi karşılayabilmek %15,3 ve diğer %5,1 şeklindedir (Çizelge 2.23).

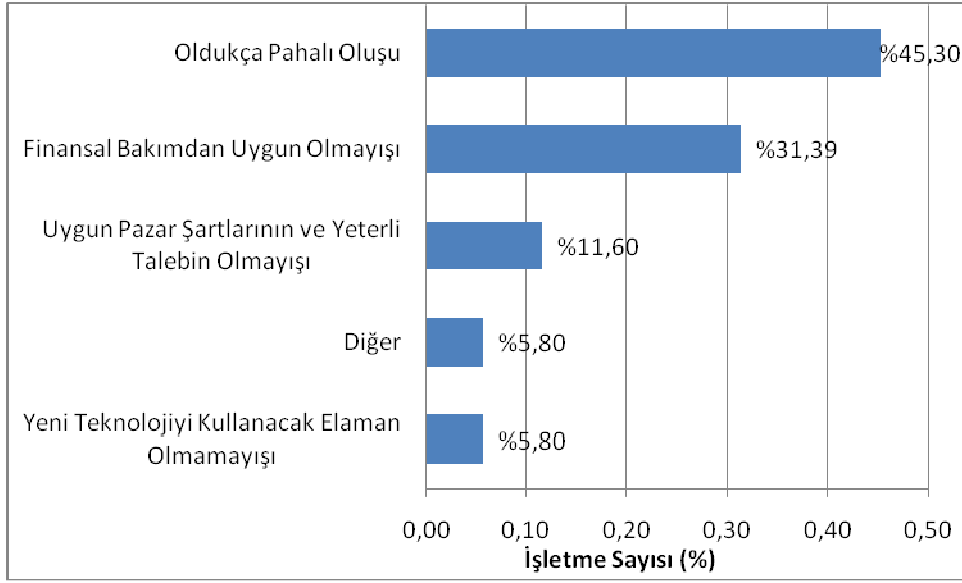
Fabrikasında yenilik yapmayı düşünmeyen işletme sahiplerinin yenilik yapmama nedenleri Çizelge 3.24'te verilmiştir.

Çizelge 3.24 İşletmelerin yenilik yapmama nedenleri.

Seçenekler	Tercihler	Yüzde (%)
------------	-----------	-----------

Oldukça Pahalı Oluşu	39	45,30
Finansal Bakımdan Uygun Olmayışı	27	31,39
Uygun Pazar Şartlarının ve Yeterli Talebin Olmayışı	10	11,60
Yeni Teknolojiyi Kullanacak Elaman Olmaması	5	5,80
Diğer	5	5,80
TOPLAM	86	100,00

Fabrikasında yenilik yapmayı düşünmeyen işletme sahiplerinin yenilik yapmama nedenleri Şekil 3.17’de verilmiştir.



Şekil 3.17 İşletmelerin yenilik yapmama nedenleri.

Yenilik yapmayı düşünmeyen işletmeler; oldukça pahalı oluşu %45,3, uygun pazar şartlarının ve yeterli talebin olmayışı %11,6, finansal bakımdan uygun olmayışı %31,3, yeni teknolojiyi kullanacak eleman olmaması %5,8 ve diğer %5,8 şeklindedir (Çizelge 3.24).

3.1.3.2 Üretim Sistemi Hakkında Bilgiler

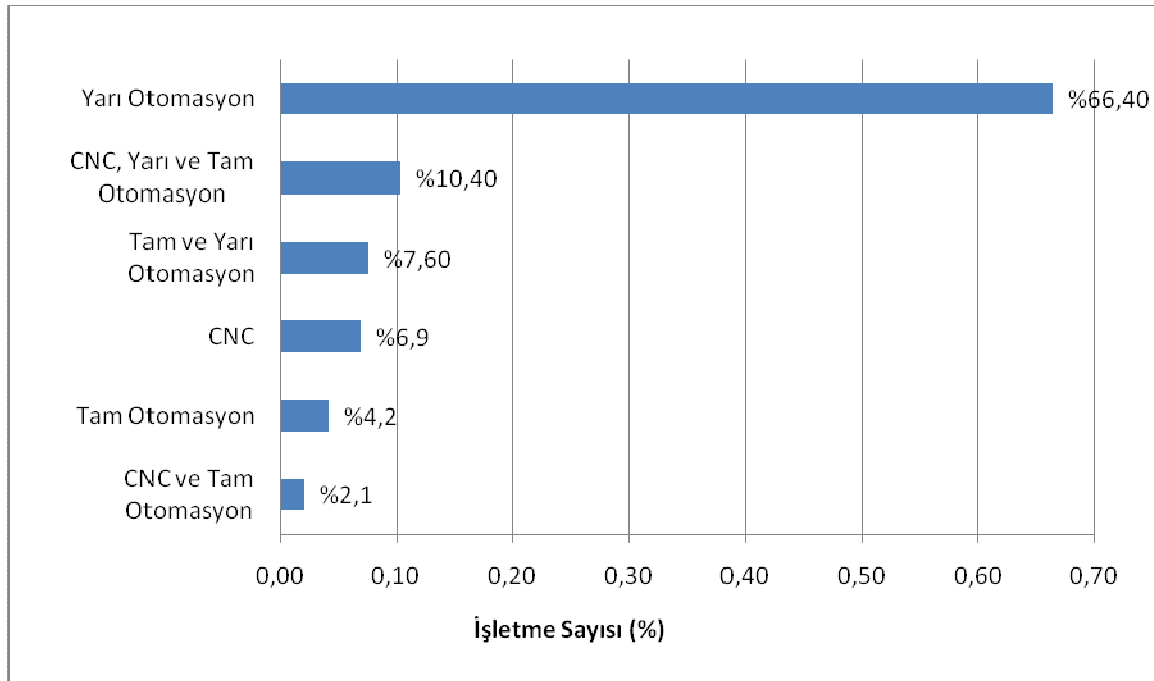
İşletmelerde üretim sistemleri hakkında bilgiler Çizelge 3.25’te verilmiştir.

Çizelge 3.25 İşletmelerde üretim sistemleri.

Seçenekler	Tercihler	Yüzde (%)
------------	-----------	-----------

Yarı Otomasyon	99	66,40
CNC, Yarı ve Tam Otomasyon	15	10,40
Tam ve Yarı Otomasyon	11	7,60
CNC	10	6,90
Tam Otomasyon	6	4,20
CNC ve Tam Otomasyon	3	2,10
TOPLAM	144	100,00

İşletmelerde üretim sistemleri hakkında bilgiler Şekil 3.18’de verilmiştir.



Şekil 3.18 İşletmelerde üretim sistemleri.

Çizelge 3.25’te görüldüğü üzere işletmelerin büyük bir kısmı yarı otomasyon (%66,4) kullanmaktadır. Diğerleri ise; CNC, yarı ve tam otomasyon kullanımı %10,4, tam ve yarı otomasyon kullanımı %7,6, CNC kullanımı %6,9, tam otomasyon kullanımı %4,2 ve CNC ve tam otomasyon kullanımı ise %2,1 olarak tespit edilmiştir.

3.1.3.3 Bilgisayar Kullanımı ile İlgili Bilgiler

İşletmelerin bilgisayar kullanılması ile ilgili düşünceleri Çizelge 3.26’da verilmiştir. Öncelikle işletmelere bilgisayar kullanıp kullanmadığı sorulmuş, ardından da nerelerde kullanıldığına dair seçenekler sunulmuştur.

Çizelge 3.26 İşletmelerin bilgisayar kullanma durumu.

Seçenekler	İşletme Sayısı	Yüzde (%)
Evet	91	63,20
Hayır	53	36,80
TOPLAM	144	100,00

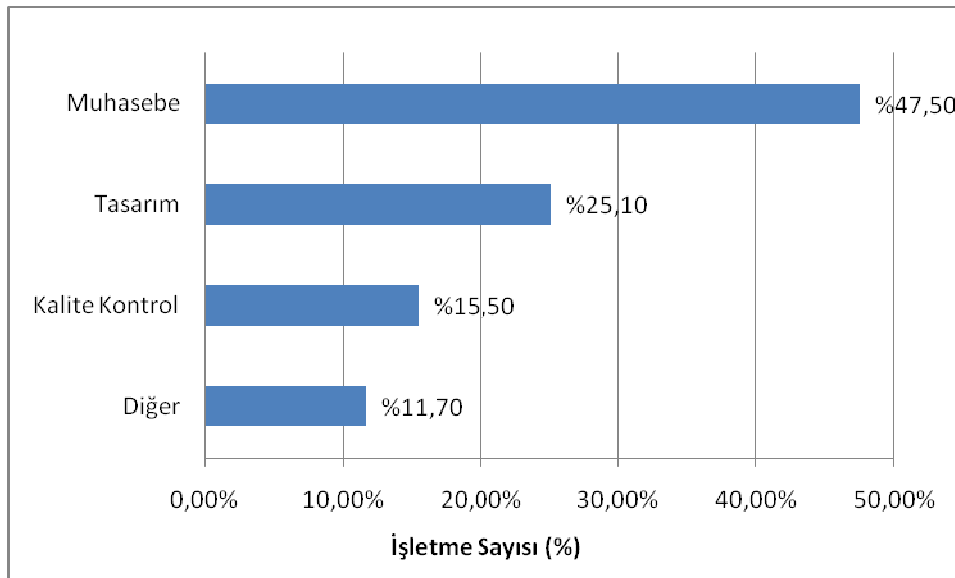
Çizelge 3.26’da görüldüğü üzere işletmelerin %63,2’sinde bilgisayar kullanılmakta diye belirtirken %36,8’inde ise bilgisayar kullanılmamakta olduğunu belirtmiştir.

Bilgisayar kullanan işletmelerin bilgisayarı kullanma amacı ise Çizelge 3.27’de verilmiştir.

Çizelge 3.27 İşletmelerin bilgisayar kullanma amacı.

Seçenekler	Tercihler	Yüzde (%)
Muhasebe	89	47,50
Tasarım	47	25,10
Kalite Kontrol	29	15,50
Diğer	22	11,70
TOPLAM	187	100,00

Bilgisayar kullanan işletmelerin bilgisayarı kullanma amacı ise Şekil 3.19’da verilmiştir.



Şekil 3.19 İşletmelerin bilgisayar kullanma amacı.

Çizelge 3.27’de görüldüğü gibi bilgisayar kullananların kullanma amaçları; tasarım %25,1, kalite kontrol %15,5, muhasebe %47,5 ve diğer %11,7 şeklindedir.

3.1.4 Pazarlama

Bu bölümde işletmelerin pazarlama problemleri, dağıtım kanalları, işletmenin yöneldiği pazar düzeyine yönelik 5 adet soru hazırlanmıştır. Sorulara alınan yanıtlar çizelgelerde özetlenmiştir.

3.1.4.1 Ürünlerin Pazarlanmasında Karşılaşılan Problemler

İşletmelerin ürettiği ürünlerin pazarlanmasında karşılaşılan problemler Çizelge 3.28’de verilmiştir. Öncelikle işletmelere ürettiği ürünle ilgili pazarlama probleminin olup olmadığı sorulmuş, ardından da nedenleri üzerinde seçenekler sunulmuştur.

Çizelge 3.28 İşletmelerin pazarlama problemleri

Seçenekler	İşletme Sayısı	Yüzde (%)
Var	116	80,60
Yok	28	19,40
TOPLAM	144	100,00

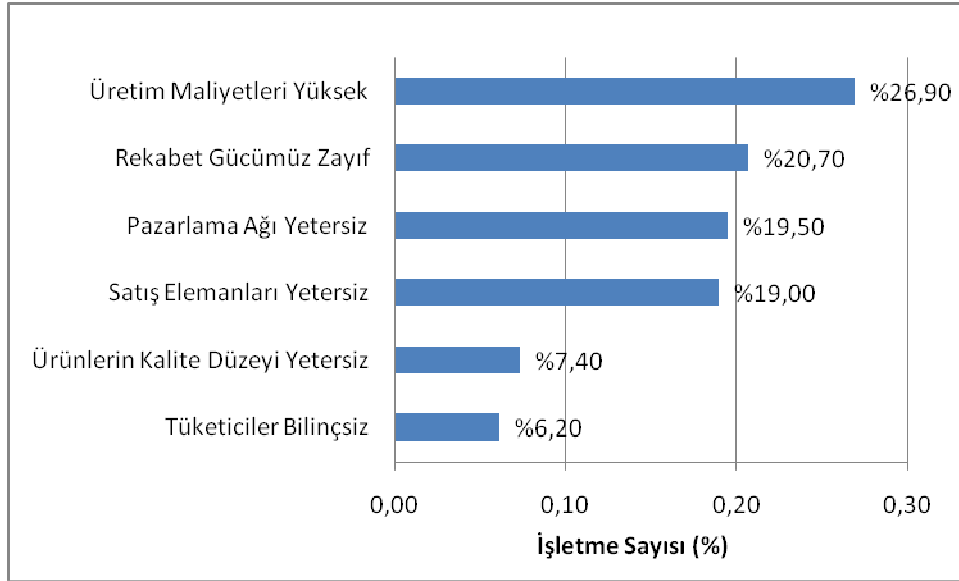
Çizelge 3.28’de görüldüğü üzere işletmelerin %19,4’ü pazarlama problemleri yok diye belirtirken %80,6’sı ise pazarlama probleminin olduğunu belirtmiştir.

Pazarlama problemleri olan işletmelerin problem öncelikleri Çizelge 3.29’da verilmiştir.

Çizelge 3.29 İşletmelerin pazarlama problemi öncelikleri.

Seçenekler	Tercihler	Yüzde (%)
Üretim Maliyetleri Yüksek	65	26,90
Rekabet Gücümüz Zayıf	50	20,70
Pazarlama Ağı Yetersiz	47	19,50
Satış Elemanları Yetersiz	46	19,00
Ürünlerin Kalite Düzeyi Yetersiz	18	7,40
Tüketiciler Bilinçsiz	15	6,20
TOPLAM	241	100,00

Pazarlama problemleri olan işletmelerin problem öncelikleri Şekil 3.20’te verilmiştir.



Şekil 3.20 İşletmelerin pazarlama problemi öncelikleri.

Çizelge 3.29’da görüldüğü üzere işletmelerin pazarlama problemi nedenleri; üretim maliyetleri yüksek %26,9, tüketiciler bilinçsiz %6,2, pazarlama ağı yetersiz %19,5, satış elemanları yetersiz %19,0, ürünlerin kalite düzeyi yetersiz %7,4 ve rekabet gücümüz zayıf %20,7 şeklindedir.

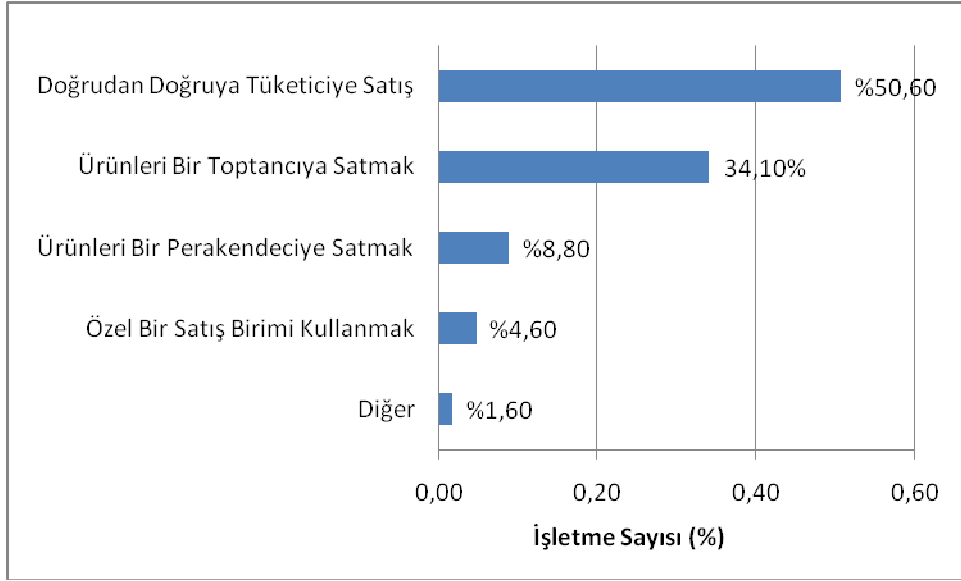
3.1.4.2 İşletmelerin Ürünlerini Satış Aşamasında Yararlandığı Dağıtım Kanalları

İşletmelerin ürünlerini satış aşamasında yararlandığı dağıtım kanalları ile ilgili düşünceleri Çizelge 3.30’da verilmiştir.

Çizelge 3.30 İşletmelerin ürünlerini satış aşamasında yararlandığı dağıtım kanalları.

Seçenekler	Tercihler	Yüzde (%)
Doğrudan Doğruya Tüketicie Satış	120	50,60
Ürünleri Bir Toptancıya Satmak	81	34,10
Ürünleri Bir Perakendeciye Satmak	21	8,80
Özel Bir Satış Birimi Kullanmak	11	4,60
Diğer	4	1,60
TOPLAM	237	100,00

İşletmelerin ürünlerini satış aşamasında yararlandığı dağıtım kanalları ile ilgili düşünceleri Şekil 3.21’de verilmiştir.



Şekil 3.21 İşletmelerin ürünlerini satış aşamasında yararlandığı dağıtım kanalları.

Çizelge 3.30’te görüldüğü üzere işletmelerin; doğrudan doğruya tüketiciye satış %50,6, ürünleri bir toptancıya satmak %34,1, ürünleri bir perakendeciye satmak %8,8, özel bir satış birimi kullanmak %4,6, diğer %1,6 şeklindedir.

3.1.4.3 Müşterilerin Yapısı

İşletmelerde müşterilerin yapıları Çizelge 3.31’de verilmiştir.

Çizelge 3.31 Müşterilerin yapısı.

Seçenekler	Tercihler	Yüzde (%)
Bireysel Kullanıcılar	134	93,10
Endüstriyel Kullanıcılara	7	4,90
Bireysel ve Endüstriyel Kullanıcılar	3	2,10
TOPLAM	144	100,00

Çizelge 3.31’de görüldüğü gibi tüm işletmelerin büyük bir çoğunluğu (%93,1) bireysel kullanıcılara ürünlerini sunmaktadır. Diğerleri ise; %4,9 ile endüstriyel kullanıcılara ve %2,1 ile bireysel ve endüstriyel kullanıcılara sunmaktadır.

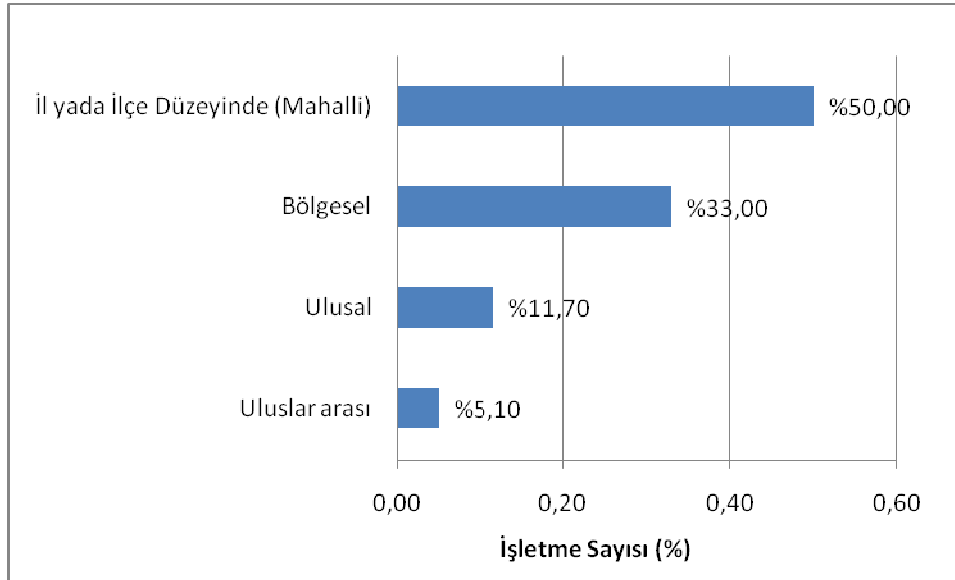
3.1.4.4 İşletmelerin Yöneldiği Pazarlar

İşletmelerin yöneldiği pazarlar Çizelge 3.32’de verilmiştir.

Çizelge 3.32 İşletmelerin yöneldiği pazarlar.

Seçenekler	Tercihler	Yüzde (%)
İl ya da İlçe Düzeyinde (Mahalli)	136	50,00
Bölgesel	90	33,00
Ulusal	32	11,70
Uluslararası	14	5,10
TOPLAM	272	100,00

İşletmelerin yöneldiği pazarlar Şekil 3.22’de verilmiştir.



Şekil 3.22 İşletmelerin yöneldiği pazar düzeyi.

Çizelge 3.32’de görüldüğü üzere işletmelerin; il ya da ilçe düzeyinde (mahalli) %50,0, bölgesel %33,0, ulusal %11,7 ve uluslararası %5,1 şeklindedir.

3.1.5 İnsan Kaynakları

Bu bölümde işletmelerin haftada çalışılan gün sayısı, günde çalışılan saat sayısı, çalışanların durumlarına, ödeme şekillerine ve personel tedarikine yönelik 5 adet soru hazırlanmıştır. Sorulara alınan yanıtlar çizelgelerde özetlenmiştir.

3.1.5.1 Haftada Çalışılan Gün Sayısı

İşletmelerin haftada çalışılan gün sayısı ile ilgili bilgileri Çizelge 3.33'te verilmiştir.

Çizelge 3.33 Haftada çalışılan gün sayısı.

Seçenekler	İşletme Sayısı	Yüzde (%)
6	115	79,90
7	18	12,50
5	11	7,60
TOPLAM	144	100,00

Çizelge 3.33'te görüldüğü üzere işletmelerin; 5 gün %7,6, 6 gün %79,9 ve 7 gün %12,5 şeklindedir.

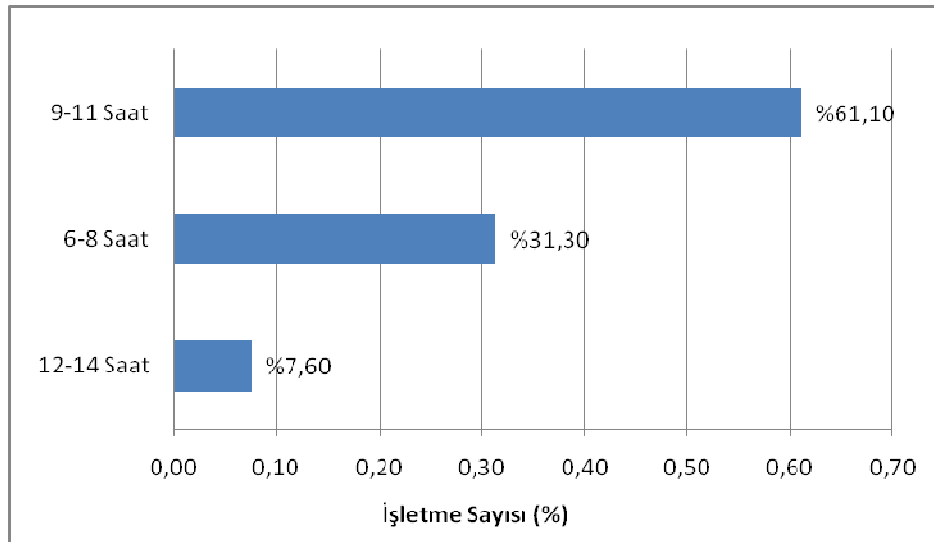
3.1.5.2 Günde Ortalama Çalışılan Süre

İşletmelerde günde ortalama çalışılan süre ile ilgili bilgiler Çizelge 3.34'te verilmiştir.

Çizelge 3.34 İşletmelerde günde çalışılan saat sayısı.

Seçenekler	İşletme Sayısı	Yüzde (%)
9-11 Saat	88	61,10
6-8 Saat	45	31,30
12-14 Saat	11	7,60
TOPLAM	144	100,00

İşletmelerde günde ortalama çalışılan süre ile ilgili bilgiler Şekil 3.23'te verilmiştir.



Şekil 3.23 İşletmelerde günde çalışılan saat sayısı.

Çizelge 3.34'te görüldüğü üzere işletmelerin; 6-8 saat %31,3, 9-11 saat %61,1 ve 12-14 saat %7,6 şeklindedir.

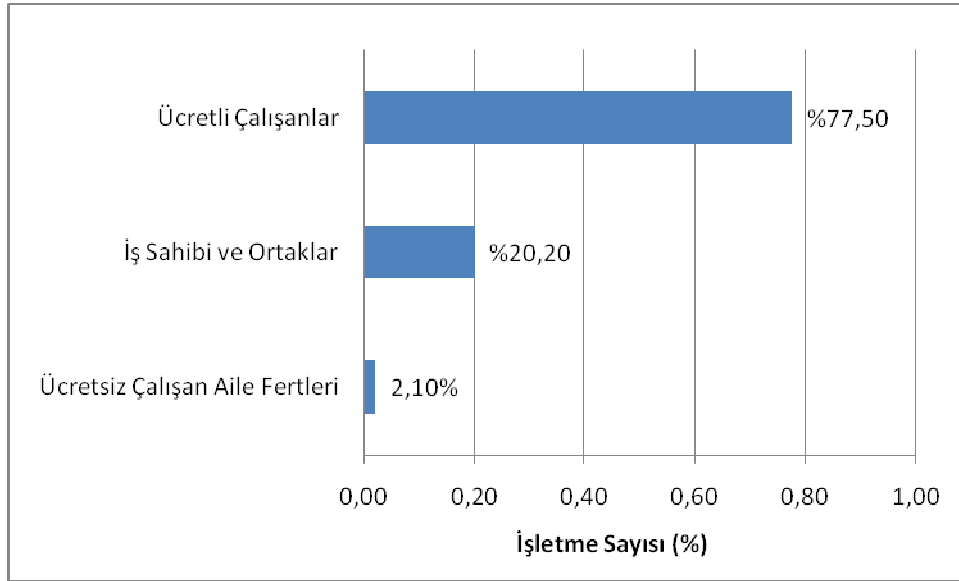
3.1.5.3 Üretimde Çalışanların Durumları

İşletmelerde üretimde çalışanların durumları ile ilgili bilgileri Çizelge 3.35'te verilmiştir.

Çizelge 3.35 Üretimde çalışanların durumları.

Seçenekler	Tercihler	Yüzde (%)
Ücretli Çalışanlar	142	77,50
İş Sahibi ve Ortaklar	37	20,20
Ücretsiz Çalışan Aile Fertleri	4	2,10
TOPLAM	183	100,00

İşletmelerde üretimde çalışanların durumları ile ilgili bilgileri Şekil 3.24'te verilmiştir.



Şekil 3.24 Üretimde çalışanların durumları.

Çizelge 3.35'te görüldüğü üzere işletmelerin; iş sahibi ve ortaklar (kar dışında emeğinin karşılığında para alanlar) %20,2, ücretsiz çalışan aile fertleri %2,1 ve ücretli çalışanlar %77,5 şeklindedir.

3.1.5.4 İşçilerin Ücretlendirme Şekilleri

İşletmelerde işçilere yapılan ücret ödeme şekline bakıldığında; işletmelerin tamamı (%100) işçilere ödemeyi aylık yapmaktadır.

3.1.5.5 Personel Tedariki ile İlgili Bilgiler

İşletmelerin personel tedariki ile ilgili bilgileri Çizelge 3.36'da verilmiştir.

Çizelge 3.36 Personel tedariki sıkıntısı.

Seçenekler	İşletme Sayısı	Yüzde (%)
Yok	76	52,80
Var	68	47,20
TOPLAM	144	100,00

Çizelge 3.36'da görüldüğü üzere personel tedariki sıkıntısı olmayan işletmeler %52,8 iken personel tedariki ile ilgili sıkıntısı olan işletmeler %47,2 şeklindedir.

3.1.6 İthalat-İhracat

Bu bölümde işletmelerin ihracatlarıyla ilgili, gümrük birliği ve bilgisayar kullanmaya yönelik 4 adet soru hazırlanmıştır. Sorulara alınan yanıtlar çizelgelerde özetlenmiştir.

3.1.6.1 Kayseri İli Mobilya Sektörünün İhracat Durumu

Kayseri ilinde işletme ihracat yapmakta mıdır sorusuna verilen cevaplar Çizelge 3.37'de görülmektedir.

Çizelge 3.37 İşletmelerin ihracat yapma durumu.

Seçenekler	İşletme Sayısı	Yüzde (%)
Hayır	116	80,60
Evet	28	19,40
TOPLAM	144	100,00

Çizelge 3.37’de görüldüğü üzere işletmelerin %19,4’ü ihracat yapmaktayken, işletmelerin %80,6’sı da ihracat yapmadıkları tespit edilmiştir.

3.1.6.2 İşletmelerin Dış Pazar Araştırmaları

Kayseri ilinde işletmelerin dış pazar araştırmaları ile ilgili bilgiler Çizelge 3.38’de görülmektedir.

Çizelge 3.38 Dış pazar araştırmaları.

Seçenekler	İşletme Sayısı	Yüzde (%)
Hayır	110	76,40
Evet	34	23,60
TOPLAM	144	100,00

Çizelge 3.38’de görüldüğü üzere işletmelerin %23,6’sı ihracat dış pazar konusunda araştırma yapmaktayken, işletmelerin %76,4’ü de dış pazar konusunda herhangi bir araştırma yapmadıkları tespit edilmiştir.

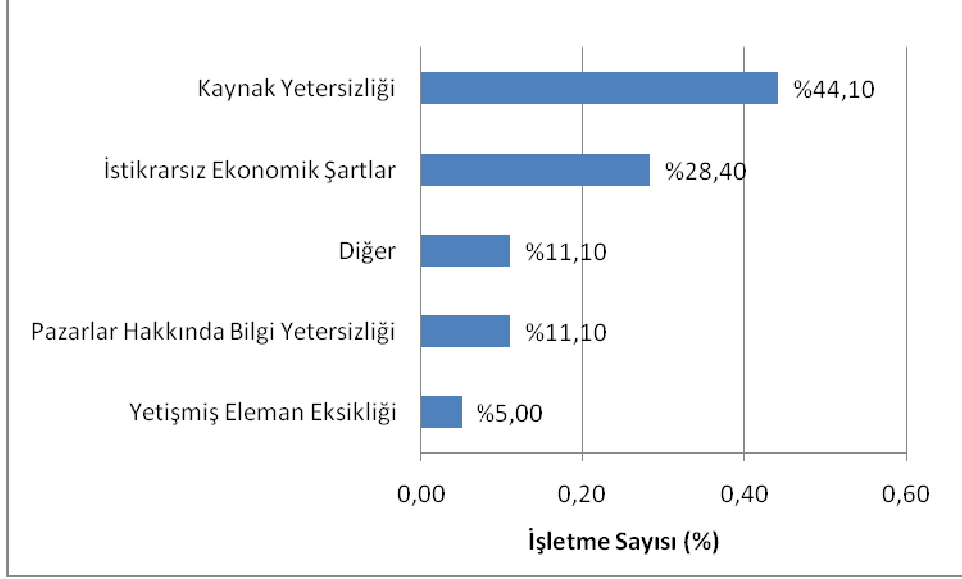
3.1.6.3 İhracat Yapmama Nedenleri

İşletmelerin ihracat yapmama nedenleri ile ilgili düşünceleri Çizelge 3.39’da verilmiştir.

Çizelge 3.39 İşletmelerin ihracat yapmama nedenleri.

Seçenekler	Tercihler	Yüzde (%)
Kaynak Yetersizliği	79	44,10
İstikrarsız Ekonomik Şartlar	51	28,40
Pazarlar Hakkında Bilgi Yetersizliği	20	11,10
Diğer	20	11,10
Yetişmiş Eleman Eksikliği	9	5,00
TOPLAM	179	100,00

İşletmelerin ihracat yapmama nedenleri ile ilgili düşünceleri Şekil 3.25’da verilmiştir.



Şekil 3.25 İşletmelerin ihracat yapmama nedenleri.

Çizelge 3.39’da görüldüğü üzere işletmelerin; kaynak yetersizliği %44,1, istikrarsız ekonomik şartlar %28,4, pazarlar hakkında bilgi eksikliği %11,1, yetişmiş eleman eksikliği %5,0 ve diğer %11,1 şeklindedir.

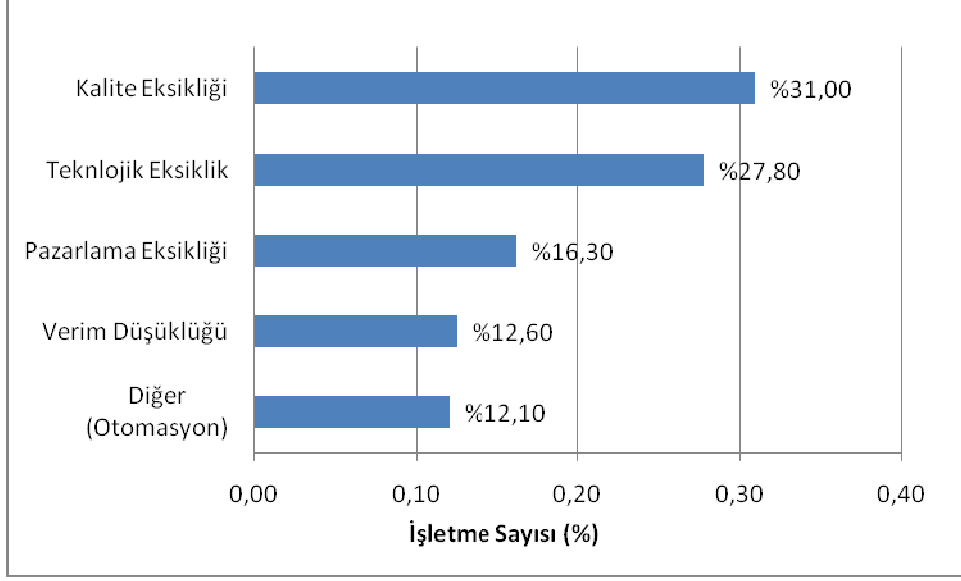
3.1.6.4 Mobilya Sanayisinin Gümrük Birliğinde Karşılaşabileceği Problemler

İşletmelerde mobilya sanayisinin gümrük birliğinde karşılaşılabileceği problemler ile ilgili düşünceleri Çizelge 3.40’ta verilmiştir.

Çizelge 3.40 İşletmelerin gümrük birliğinde karşılaştıkları problemler.

Seçenekler	Tercihler	Yüzde (%)
Kalite Eksikliği	59	31,00
Teknolojik Eksiklik	53	27,80
Pazarlama Eksikliği	31	16,30
Verim Düşüklüğü	24	12,60
Diğer (Otomasyon)	23	12,10
TOPLAM	190	100,00

İşletmelerde mobilya sanayisinin gümrük birliğinde karşılaşılabileceği problemler ile ilgili düşünceleri Şekil 3.26’da verilmiştir.



Şekil 3.26 İşletmelerin gümrük birliğinde karşılaştıkları problemler.

Çizelge 3.40'ta görüldüğü üzere işletmelerin; teknolojik eksiklik %27,8, kalite eksikliği %31,0, pazarlama eksikliği %16,3, verim düşüklüğü %12,6, diğer (otomasyon) %12,1 şeklindedir.

3.7 Diğer

Bu bölümde işletmelerin ortaklaşa çalışmaları, gelecekte büyüme durumları ve yeni Pazar arayışlarına yönelik 4 adet soru hazırlanmıştır. Sorulara alınan yanıtlar çizelgelerde özetlenmiştir.

3.1.7.1 İşletmelerin Ortaklaşa Çalışmaları

İşletmelerin aynı üretim alanında faaliyet gösteren başka bir işletme ile çeşitli sorunları gidermek için ortaklık yapmaları ile ilgili işletmelerin bilgileri Çizelge 3.41'de verilmiştir. Öncelikle işletmelere ortaklaşa iş yapıp yapmadıkları sorulmuş, ardından da ortaklaşa çalışma yoksa nedenleri üzerinde seçenekler sunulmuştur.

Çizelge 3.41 İşletmelerin ortaklaşa çalışması.

Seçenekler	İşletme Sayısı	Yüzde (%)
Hayır	111	77,10
Evet	33	22,90
TOPLAM	144	100,00

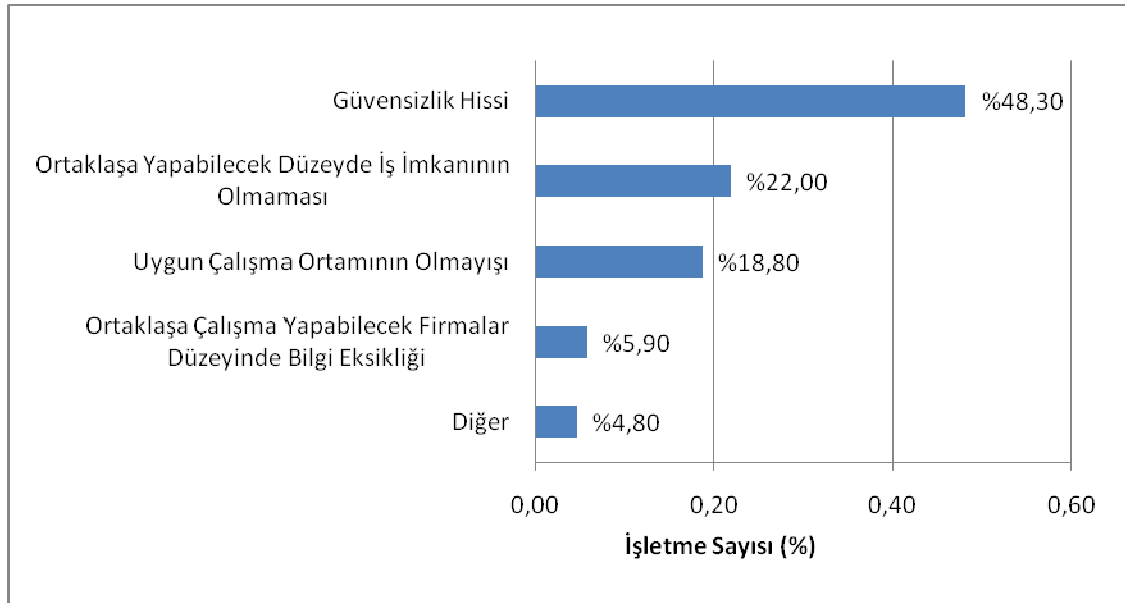
Çizelge 3.41’de görüldüğü üzere işletmelerin %22,9’u ortaklaşa çalışma yaptıklarını belirtirken %77,1’i ise ortaklaşa çalışma yapmadıklarını belirtmiştir.

İşletmelerde ortaklaşa çalışma yapmama nedenleri Çizelge 3.42’de verilmiştir.

Çizelge 3.42 İşletmelerde ortaklaşa çalışma yapmama nedenleri.

Seçenekler	Tercihler	Yüzde (%)
Güvensizlik hissi	90	48,30
Ortaklaşa yapabilecek düzeyde iş imkanının olmaması	41	22,00
Uygun çalışma ortamının olmayışı	35	18,80
Ortaklaşa çalışma yapabilecek firmalar düzeyinde bilgi eksikliği	11	5,90
Diğer	9	4,80
TOPLAM	186	100,00

İşletmelerde ortaklaşa çalışma yapmama nedenleri Şekil 3.27’de verilmiştir.



Şekil 3.27 İşletmelerde ortaklaşa çalışma yapmama nedenleri.

Çizelge 3.42’de görüldüğü gibi ortaklaşa çalışma yapmama nedenleri; güvensizlik hissi % 48,3, uygun çalışma ortamının olmayışı % 18,8, ortaklaşa çalışma yapabilecek firmalar düzeyinde bilgi eksikliği %5,9, ortaklaşa iş yapabilecek düzeyde iş imkanının olmaması % 22,0 ve diğer % 4,8 şeklindedir.

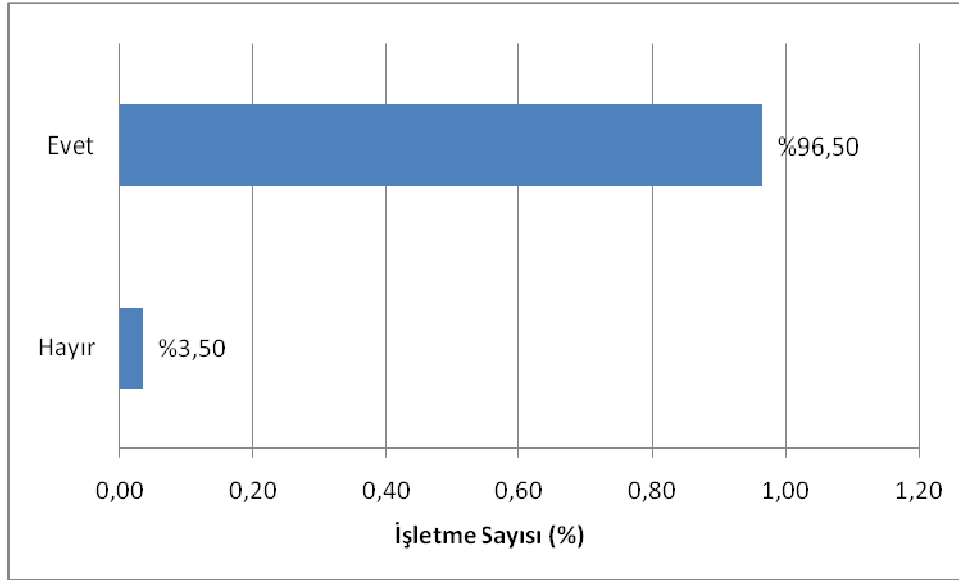
3.1.7.2 İşletmelerin Gelecekte Büyütülmesi ile İlgili Bilgiler

İşletmelerin gelecekte büyütülmesi ile ilgili bilgileri Çizelge 3.43'te verilmiştir.

Çizelge 3.43 İşletmelerin büyütülmesi.

Seçenekler	İşletme Sayısı	Yüzde %
Evet	139	96,50
Hayır	5	3,50
TOPLAM	144	100,00

İşletmelerin gelecekte büyütülmesi ile ilgili bilgileri Şekil 3.28'de verilmiştir.



Şekil 3.28 İşletmelerin büyütülmesi.

Tüm işletmelerin %96,5'i gelecekte işyerini büyütmeyi düşünürken, %3,5' i işyerini büyütme düşüncesinin olmadığı şeklinde cevap vermiştir (Çizelge 3.43).

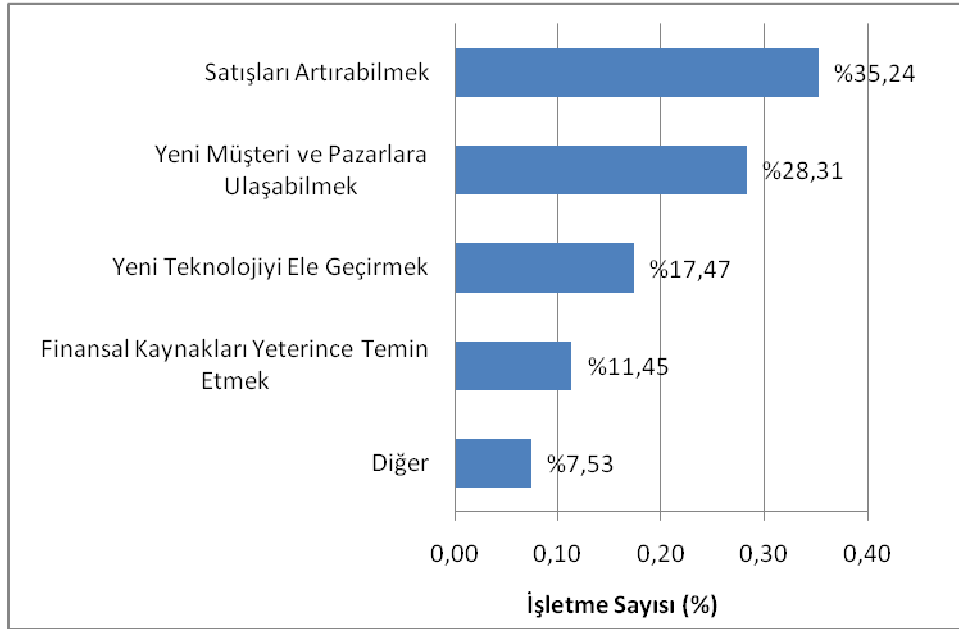
3.1.7.3 İşletmenin Büyütmesinde Önemli Kabul Edilen Temel Faktörler

İşletmelerin büyütülmesinde önemli kabul edilen temel faktör ile ilgili bilgiler Çizelge 3.44'te verilmiştir.

Çizelge 3.44 İşletmenin büyütülmesindeki temel faktör.

Seçenekler	Tercihler	Yüzde (%)
Satışları Artırabilmek	117	35,24
Yeni Müşteri ve Pazarlara Ulaşabilmek	94	28,31
Yeni Teknolojiyi Ele Geçirmek	58	17,47
Finansal Kaynakları Yeterince Temin Etmek	38	11,45
Diğer	25	7,53
TOPLAM	332	100,00

İşletmelerin büyütülmesinde önemli kabul edilen temel faktör ile ilgili bigiler Şekil 3.29’da verilmiştir.



Şekil 3.29 İşletmenin büyütülmesindeki temel faktör.

Tüm işletmelerin %35,2’si satışları artırabilmek, %28,3’ü yeni müşteri ve pazarlara girebilmek, %17,47’si yeni teknolojiyi ele geçirmek, %11,4’ü finansal kaynakları yeterince temin etmek ve %7,5’i diğer şeklinde cevap vermiştir (Çizelge 3.44).

3.1.7.4 Yeni Pazar Arayışları

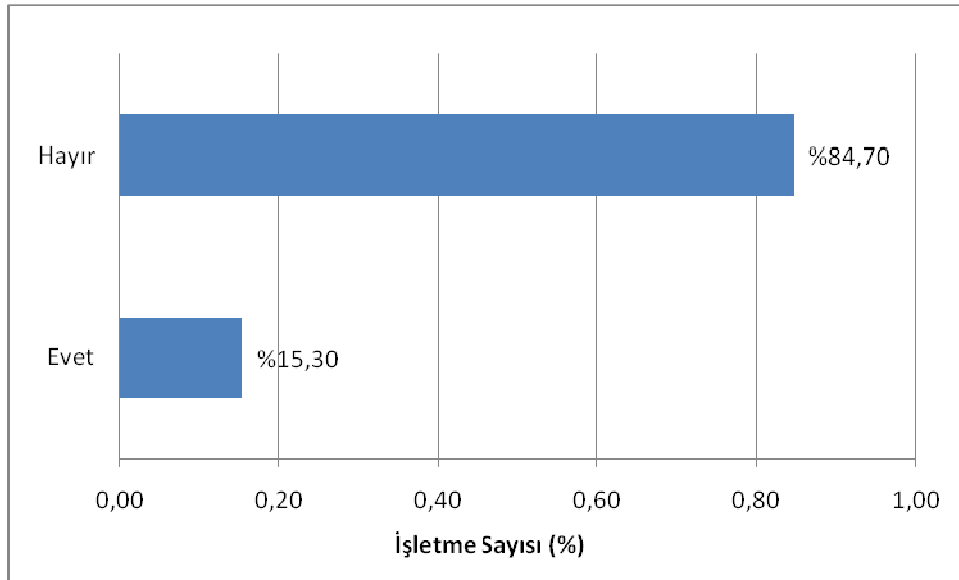
İşletmelerin faaliyet gösterdiği pazarlar haricinde orman ürünleri sanayisinde diğer pazara girme düşüncesi ile ilgili işletmelerin bilgileri Çizelge 3.45’de verilmiştir. Öncelikle

işletmelere pazara girme düşüncesi olup olmadığı sorulmuş, ardından da pazara girme düşüncesi yoksa nedenleri üzerinde seçenekler sunulmuştur.

Çizelge 3.45 Yeni pazar arayışları.

Seçenekler	İşletme Sayısı	Yüzde (%)
Hayır	122	84,70
Evet	22	15,30
TOPLAM	144	100,00

İşletmelerin faaliyet gösterdiği pazarlar haricinde orman ürünleri sanayisinde diğer pazara girme düşüncesi ile ilgili işletmelerin bilgileri Şekil 3.30'da verilmiştir.



Şekil 3.30 Yeni pazar arayışları.

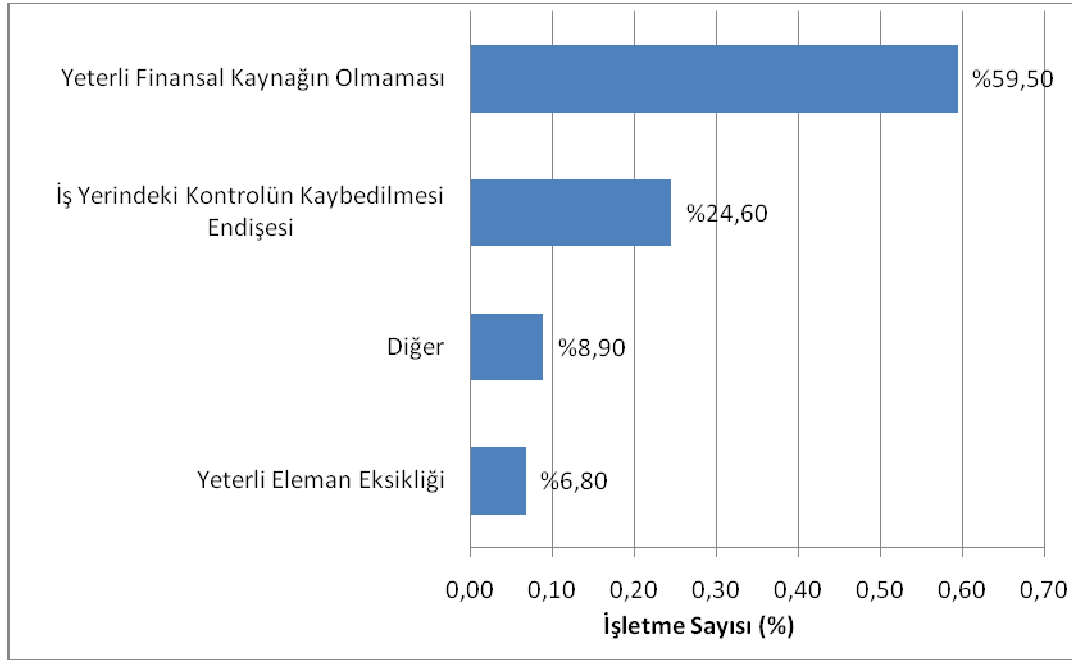
Çizelge 3.45'de görüldüğü üzere işletmelerin %15,3'ü başka pazara girmeyi düşündüğünü belirtirken %84,7'si ise başka pazara girme düşüncesinin olmadığını belirtmiştir.

Başka bir pazara girmeyi düşünmeyen işletmelerin başka bir pazara girmeme nedenleri Çizelge 3.46'da gösterilmiştir.

Çizelge 3.46 Başka bir pazara girmeme nedenleri.

Seçenekler	Tercihler	Yüzde (%)
Yeterli Finansal Kaynağın Olmaması	87	59,50
İş Yerindeki Kontrolün Kaybedilmesi Endişesi	36	24,60
Diğer	13	8,90
Yeterli Eleman Eksikliği	10	6,80
TOPLAM	146	100,00

Başka bir pazara girmeyi düşünmeyen işletmelerin başka bir pazara girmeme nedenleri Şekil 3.31’te gösterilmiştir.



Şekil 3.31 Başka bir pazara girmeme nedenleri.

Başka pazara girmeme nedenleri; yeterli finansal kaynağın olmaması %59,5, kalifiye eleman eksikliği %6,8, işyerindeki kontrolün kaybedilme endişesi %24,6 ve diğer %8,9 şeklindedir (Çizelge 3.46).

3.2 GÜVENİLİRLİK VE İSTATİSTİKSEL DEĞERLENDİRME

Ankette yer alan soruların bir ölçekte hazırlanıp hazırlanmadığının ve işletmelerin anketteki soruları aynı yaklaşım çerçevesinde anlayıp anlamadıklarının belirlenmesi, uygulanan modelin test edilmesi gerekli bulunmuştur.

SPSS’de Alfa Yöntemi (Cronbach Alfa Katsayısı) ile anketin güvenilirliği değerlendirilmiştir. 52 soruluk ölçekte güvenilirlik katsayısı $\alpha=0,7341$ olarak bulunmuştur. Bu değer güvenilirlik

düzeyinin normal olduğunu göstermektedir. Alfanın 0,40'dan küçük olması ölçeğin güvenilir olmadığını, 0,40-0,60 arası düşük güvenilirlikte olduğunu, 0,60-0,80 güvenilir olduğunu, 0,80-1,0 arası ise yüksek güvenilirliğe karşılık geldiğini göstermektedir. Soruların alt gruplara ayrılması ve değişkenlerin bu gruplara göre dağılımında yapılacak değişiklikler güvenilirlik düzeyini belirli bir ölçüde etkilemektedir. Ancak bu etki genelde olumlu yönde olmaktadır (Aytin 2006).

Değişkenler SPSS'den alınan tanımlayıcı istatistik değerlendirmelerle, sıklık ve % dağılımları kullanılarak kolay anlaşılabilir veri gruplarına dönüştürülmüştür. Değişkenler arası olası ilişkiler korelasyon analizi (Bivariate Correlate) ile korelasyon katsayısı kullanılarak değerlendirilmiştir.

İşletme büyüklüğü ile diğer değişkenler arasında bulunan ilişki analiz sonuçları Çizelge 3.47'de özetlenmiştir.

İşletme büyüklüğü ile teknik eleman (Orman Endüstri Mühendisi ($r=0,909$), Ağaç İşleri Mühendisi ($r=0,895$), Diğer Mühendis ($r=0,467$), Teknik Eleman ($r=0,381$)) bulundurma düzeyleri arasında % 99 güven düzeyinde anlamlı ilişkiler belirlenmiştir. Meslek Lisesi çalışanı bulundurma düzeyi arasında da % 99 güven düzeyinde 0,381 gibi anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu durum, işletme büyüklüğünün artması ile teknik eleman bulundurma düzeyinin olumlu yönde gelişmekte olduğunu göstermektedir.

İşletmeler büyüdükçe İşçi sayısı da artmaktadır. İşletme büyüklüğü ile İşçi sayısı arasında % 99 güven düzeyinde 0,999 gibi anlamlı bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir.

İşletme büyüklüğü arttıkça Memur sayısı da artmaktadır. İşletme büyüklüğü ile Memur sayısı arasında % 99 güven düzeyinde 0,743 gibi anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

İşletme büyüklüğü ile ihracat durumu arasında ($r=0,395$) % 99 güven düzeyinde anlamlı bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir. İşletme büyüklüğü arttıkça ihracat yapabilme yeteneği artmaktadır.

İşletme büyüklüğü ile hukuki durum arasında ($r=0,308$) %99 güven düzeyinde bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

Orman Endüstri Mühendisi ile Ağaç İşleri Mühendisi arasında ($r=0,922$) %99 güven düzeyinde anlamlı ilişkiler olduğu belirlenmiştir. Bu durum, Orman Endüstri Mühendisi sayısının artması ile Ağaç İşleri Mühendisi sayısının artması düzeyinin olumlu yönde artış olduğunu göstermektedir.

İşletmelerin hukuki durumu ile ihracat durumu arasında ($r=0,325$) %99 güven düzeyinde anlamlı ilişkiler olduğu belirlenmiştir. Bu durum, hukuki durum ile ihracat durumunun artması arasında önemli bir bağlantı olmadığı sonucuna varılmıştır.

İşletmelerin Orman Endüstri Mühendisi ile ihracat durumu arasında ($r=0,282$) %99 güven düzeyinde bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Bu durum, Orman Endüstri Mühendisi ile ihracat durumunun artması arasında önemli bir ilişkinin olmadığı görülmüştür.

Çizelge 3.47 Toplam personel sayısı (işletme büyüklüğü) ile diğer değişkenler arasındaki ilişki analizi özet sonuçları.

	İşletme Büyüklüğü	Orman Endüstri Müh.	Ağaç İşleri Müh.	Diğer Mühendis	Teknik Eleman	İşçi	Memur	Hukuki Durumu	İhracat Durumu
İşletme Büyüklüğü	1,000	0,909(**)	0,895(**)	0,467(**)	0,381(**)	0,999(**)	0,743(**)	0,308(**)	0,395(**)
Orman Endüstri Müh.	0,909(**)	1,000	0,922(**)	0,300(**)	0,359(**)	0,907(**)	0,670(**)	0,195(*)	0,282(**)
Ağaç İşleri Müh.	0,895(**)	0,922(**)	1,000	0,330(**)	0,351(**)	0,890(**)	0,649(**)	0,201(*)	0,298(**)
Diğer Mühendis	0,467(**)	0,300(**)	0,330(**)	1,000	0,793(**)	0,465(**)	0,224(**)	0,271(**)	0,398(**)
Teknik Eleman	0,381(**)	0,359(**)	0,351(**)	0,793(**)	1,000	0,379(**)	0,054	0,232(**)	0,319(**)
İşçi	0,999(**)	0,907(**)	0,890(**)	0,465(**)	0,379(**)	1,000	0,726(**)	0,307(**)	0,390(**)
Memur	0,743(**)	0,670(**)	0,649(**)	0,224(**)	0,054	0,726(**)	1,000	0,206(*)	0,267(**)
Hukuki Durumu	0,308(**)	0,195(*)	0,201(*)	0,271(**)	0,232(**)	0,307(**)	0,206(*)	1,000	0,325(**)
İhracat Durumu	0,395(**)	0,282(**)	0,298(**)	0,398(**)	0,319(**)	0,390(**)	0,267(**)	0,325(**)	1,000

** (p≤0,01)

* (p≤0,05)

BÖLÜM 4

SONUÇ ve ÖNERİLER

Kayseri'deki orman ürünleri sanayinin kuruluş yılları incelendiğinde, 1990–1999 ve özellikle 2000 ve üzerindeki yıllarda işletme kuruluşlarında artış olduğu görülmektedir.

İşletmelere ekonomik yönden bakıldığında daha çok küçük ve orta büyüklükteki işletmeler oldukları görülmektedir.

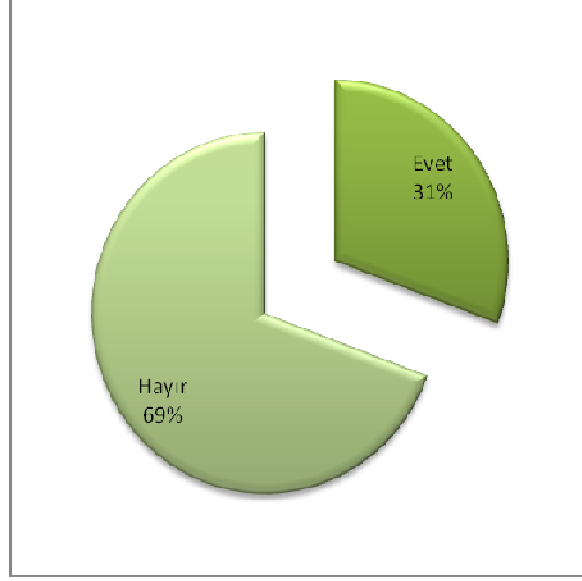
İşletmenin kuruluş durumlarına bakıldığında ise girişimcilerin kendi teşebbüsü ile kurduğu işletmeler ön plana çıkmaktadır.

İşletmeler hukuki bakımdan daha çok ferdi mülkiyet ve limited şirket yapısında kuruluş bulunmakla birlikte, anonim şirket sayısı da küçümsenmeyecek kadar fazladır. Anonim ve limited şirket statüsünde olan şirketlerde aile içi ortaklık sayısı yaygın olup, şahıs işletmesinin sayısının yüksek olması geleneksel aile işletmeciliğinin hala geçerli olduğunu göstermektedir.

İş yeri sahipliğine bakıldığında ise işyerinde kiracı olarak üretim yapan firmaların sayısının daha fazla olduğu görülmektedir.

İşletmelerin kuruluş gerekçesi olarak, güven ve kazanç arzusu ön plana çıkmaktadır. Bağımsız çalışma arzusu ve aile mesleği olması ise önemsenmeyecek kadar fazladır.

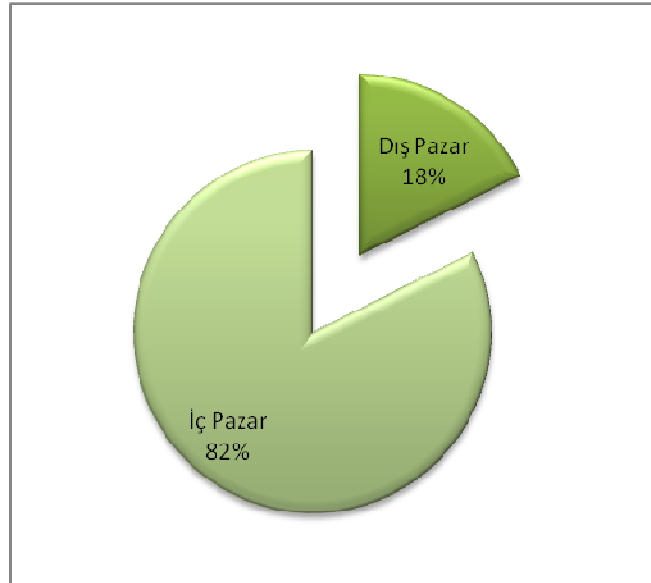
Şekil 4.1'de görüldüğü üzere Kayseri ili orman ürünleri sanayisi işletmelerinin büyük bir kısmının (%69,4) teşvikten yararlanmadığı ön plana çıkmıştır. Fakat teşvikten yararlanan işletmeler ise azımsanamayacak kadar fazladır (%30,6).



Şekil 4.1 İşletmelerde teşvikten yararlanma durumu

Dünya ülkelerinin büyük bir kısmına bakıldığında KOBİ'ler farklı şekillerde teşvik edilmektedir. Türkiye diğer dünya ülkeleriyle kıyaslandığında, Türkiye'de KOBİ'lere yönelik teşviklerin düzensiz ve yetersiz kaldığı görülmektedir. İstihdamda büyük yer tutan KOBİ'lerin desteklenmeleri gerekmektedir ve bu bir zorunluluktur.

Devlet, KOBİ'lere hareket etme kabiliyetini kazandırmalıdır. Ayrıca finansal problemlerin yanında KOBİ yöneticilerine vizyon kazandırarak onları stratejik geliştirmeye çalışmalıdır.



Şekil 4.2 İşletmelerde hammadde temini.

Şekil 4.2’de görüldüğü üzere, işletmelerin hammadde teminine bakıldığında büyük oranda (%82,20) iç pazardan temin ettikleri görülmektedir. Dış pazar az gibi gözükmesine rağmen %17,70’lik oranla dikkat çekmektedir.

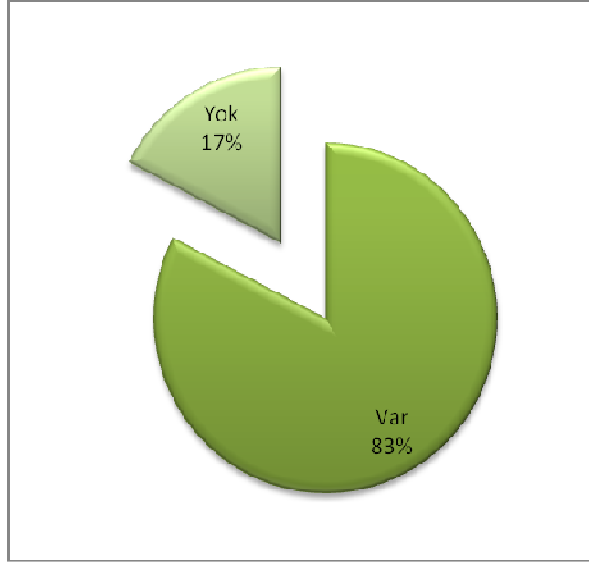
Hammadde temin şekline bakıldığında ise, mobilya sektörüyle paralel olarak tüccardan doğrudan alım %85,18’le ön plana çıkmaktadır. İhaleyle alım %8,02 ile ikinci sırada gelmektedir.

İşletmelere tanınan kredi süresine bakıldığında; 0-3 ay ön plana çıkmaktadır. Bunların büyük kısmını küçük ve orta ölçekli işletmeler, diğer kısmını ise peşin çalışan büyük işletmeler oluşturmaktadır. 4-7 ay ise azımsanmayacak kadar fazladır.

Hammaddede temininde karşılaşılan problemler ise; fiyatın yüksek olması (%38,46) ve kalite sorunu (%36,03) dikkat çekmektedir. İşletmelerin fiyatın yüksek olmasını düşünen işletmelerin daha çok küçük işletmeler olması veya işletmesinde kurumsallaşmasına gidememiş işyerleri olması dikkat çekmiştir.

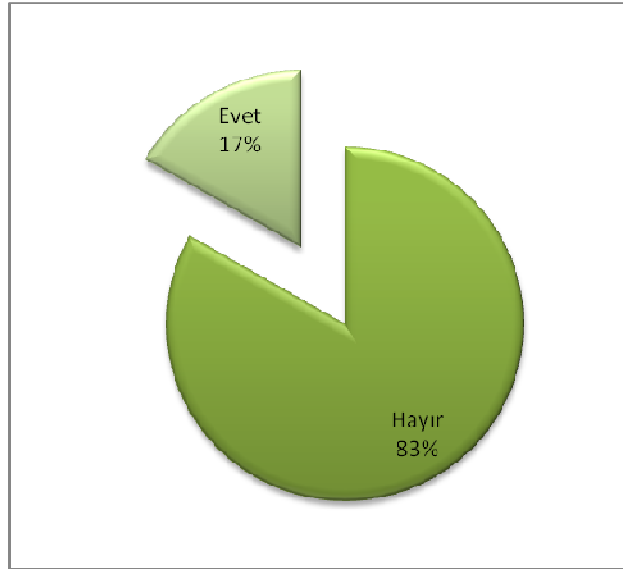
Bulgular sonucunda, dış pazardan hammadde getirilmesi, hammadde kalitesi düştü (%29,0) ve fiyatların düşmesine neden oldu (%28,5) seçenekleri diğerlerine göre daha fazla olduğu gözükmektedir. Herhangi bir etkisi olmadı (%19,7) seçeneği ise azımsanamayacak kadar fazla olup bu seçeneği işaretleyenlerin kurumsallaşmış veya kurumsallaşma noktasında atılımda olan işyerleri olması dikkat çekmiştir.

Bulgular sonucunda, ilk aşamada işletmelerin hammadde temininde problem var mı sorusunda Şekil 4.3’te de görüldüğü üzere, var (%82,6) diyen işletmeler büyük oranda dikkat çekmiştir. İkinci aşamada ise hammadde temininde problem var diyen işletmelere sunulan seçeneklerde, uygun fiyat (%34,95) ve kalite (%30,1) ön plana çıkmaktadır. Bunları %19,38’le miktar takip etmektedir. Burada ise işletmelerde hammadde teminiyle ilgili, uygun fiyatla kalitenin bir arada olması dikkat çekmektedir.



Şekil 4.3 İşletmelerde hammadde temin problemi.

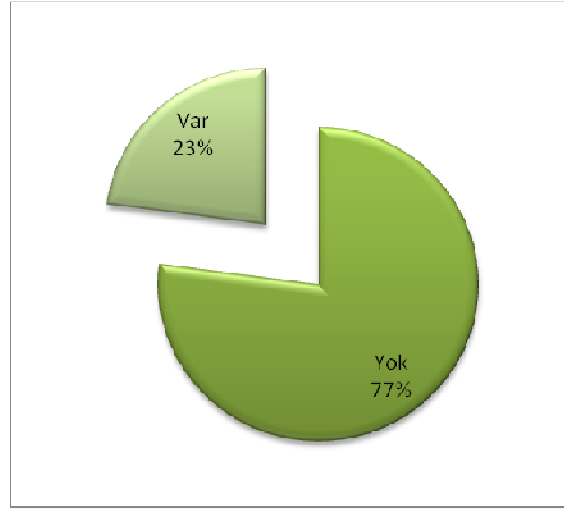
KOBİ'lerde hammadde sıkıntısı bulunmaktadır. Hammadde fiyatları devamlı artmaktadır ve hammadde fiyatlarındaki beklenmedik ani artışlar dengelenmelidir. Ayrıca mevsimsel bazda fiyat artışına müdahale edilmelidir. Bunlar sağlanmadığı takdirde KOBİ'lerin hayatlarını devam ettirmeleri güçleşmektedir.



Şekil 4.4 Yeterli hammadde stoğu yapılıp yapılmadığı

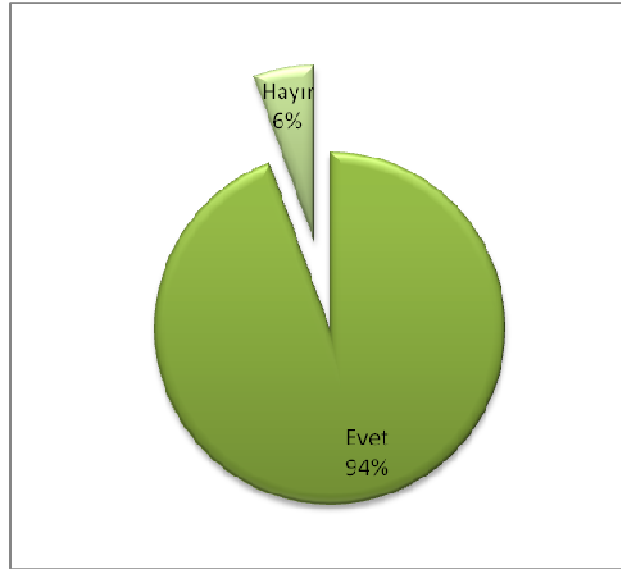
Şekil 4.4'te görüldüğü üzere yeterli hammadde yapılıyor mu sorusuna verilen cevaplara bakıldığında belirgin bir farkın olduğu gözükmektedir. Evet %16,7'de sınırlı kalırken, hayır seçeneği %83.3'lük oranla dikkat çekmektedir. Hammadde stoğu yapmama nedenlerine

bakıldığında ise, sermaye yetersizliği %67,33'le ön plana çıkmaktadır. Onu stok yapacak alan yetersizliği %24,0 ile izlemektedir.



Şekil 4.5 İşletmelerde yardımcı malzeme problemi.

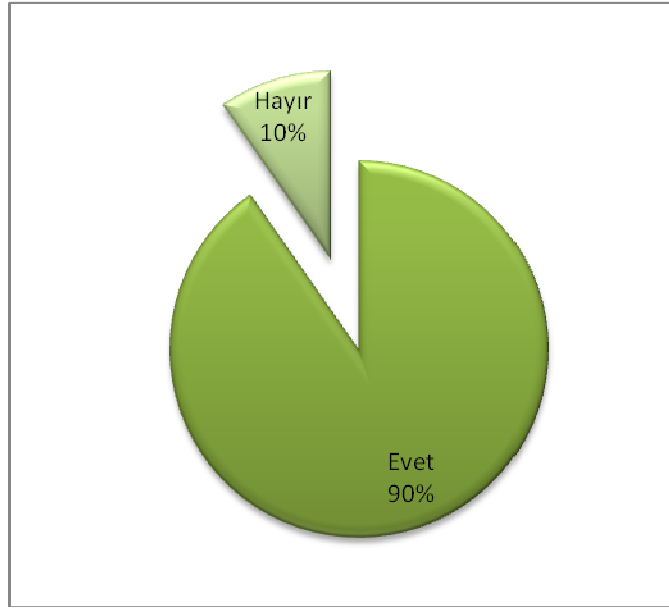
Şekil 4.5'e bakıldığında yardımcı malzeme probleminde işletmelerin büyük çoğunluğu yardımcı malzeme problemi yok (%77,1) diyerek dikkat çekmiştir.



Şekil 4.6 İşletmelerin kuruluş yeri uygunluğu.

Şekil 4.6'da görüldüğü üzere orman ürünleri sanayi işletmelerinin kuruluş yerini uygun bulma konusunda çok az sayıda işletmenin sorunları olduğu tespit edilmiştir. Kuruluş yerini uygun bulmayan %5,6 iken kuruluş yerini uygun bulan işletmeler %94,4 olarak tespit edilmiştir. Kuruluş yerini uygun bulmayan işletmelerin nedenleri ise; organize sanayi bölgesinde kısıtlı

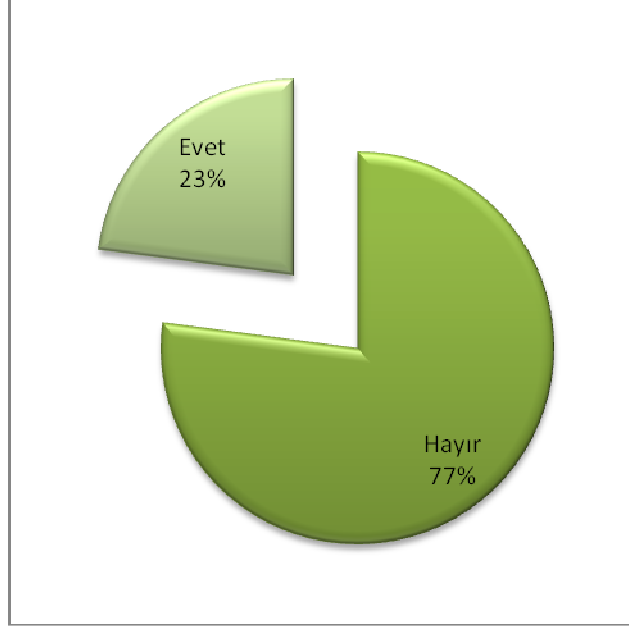
alanı olması neticesinde “alanın yetersiz olduğunu düşünen”, işyerinin bulunduğu konumu beğenmeyen, Kayseri ahşap işlerinde olup birçok şeyden mahrum olduğunu düşünen, işyerine ulaşımı beğenmeyen, organize sanayi bölgesinde olmadıkları için iş yerini beğenmeyen ve “işletme yerinde birçok olumsuzluk var” seçeneğini işaretleyen işletme sahipleri şeklinde sıralanabilir.



Şekil 4.7 İşletmenin fiziki planlama memnuniyeti.

İşletmenin fiziki planlanması konusu incelendiği zaman Şekil 4.7’de de görüldüğü üzere fiziki planlamasından memnun olan işletmeler %90,3’le ön plana çıkmaktadır. Fiziki planlanmasından memnun olmayan işletmeler ise %9,7’dir.

“İşletmenin aynı üretim alanında faaliyet gösteren bir başka işletme ile mevcut sorunları azaltmak amacıyla ortaklaşa çalışma yapmakta mıdır?” sorusuna yapılan değerlendirme iki aşamada gerçekleştirilmiştir. Birinci aşamada işletmeler ortaklaşa çalışma yapıp yapmadıkları sorulmuştur. Şekil 4.8’de görüldüğü üzere ortaklaşa çalışmamız yok diyen işletmeler %77,1 ile ön plana çıkmaktadır. Ortaklaşa çalışma yapıyoruz diyen işletmeler ise %22,9’da kalmıştır. İkinci aşamada ise ortaklaşa çalışma yapmayan işletmelere nedenleri sorulmuştur. İşletmelerin verdiği cevaplara göre, güvensizlik hissi %48,3 ve ortaklaşa yapabilecek düzeyde iş imkanının olmaması %22,0 ön plana çıkmaktadır. Uygun çalışma ortamının olmayışı ise %18,8 ile dikkat edilmesi gereken başka bir seçenektir.



Şekil 4.8 İşletmelerin ortaklaşa çalışması.

İşletme büyüklüğü arttıkça göstergelerin pozitif yönde gelişmeler daha da artması, küçük çaplı işletmelerin piyasada tutunması ve her türlü aşmazları açmak için güç birliği yapmaları, duruma göre gerekirse birlikte entegrasyona gitmeleri gerekmektedir.

KOBİ'ler kendi aralarında dayanışmaya girmelidir. Finansal çözümler bulmada, uluslararası pazarlara açılmada dayanışma ve birliktelik içinde olmaları, KOBİ'lerin stratejik üstünlük sağlamaları açısından kaçınılmazdır. Böylece pazar problemi ortadan kalkmış olur, uluslararası pazara açılarak işletmelere pozitif bir girdi sağlar. Zaten Türkiye'nin dış pazarda ki rekabet gücüne bakıldığında, diğer ülkelere göre daha azdır. Böyle bir durumda KOBİ'leri dayanışmaya itmeli. Eğer bu birliktelik ve dayanışma olmazsa rakipleri tarafından rekabetin dışına itileceklerdir. KOBİ'ler birliktelik ve dayanışma içinde olma gibi politikalar izlenirse mevcut KOBİ'ler korunmuş olur. Ayrıca sonradan gelen yeni yatırımlarla KOBİ'lerin sayısı artmış olur ve böylece ülke genelinde üretim de artar.

Değerlendirmeler neticesinde, işletmelerin gelecekte büyütülmesi ile ilgili konuya, gelecekte işletmelerini büyütmeyi düşünenler %96,5 gibi büyük bir farkla ön plana çıkmaktadır. İşletmelerin büyük kısmı kurulan her işletmenin gelecekte büyütmeyi düşünmeli görüşü de dikkat çekmiştir.

İşletmenin büyütülmesinde önemli kabul edilen temel faktörlere bakıldığında ise; satışları artırabilmek %35,2 ile ön plana çıkmaktadır. Satışları artıramadıktan sonra yapılacak büyütülmenin bir anlam ifade etmediğini vurguladılar. Yeni müşteri ve pazarlara ulaşabilmek %28,3 ve yeni teknolojiyi ele geçirmek %17,4 ise göz ardı edilemeyecek kadar fazladır.

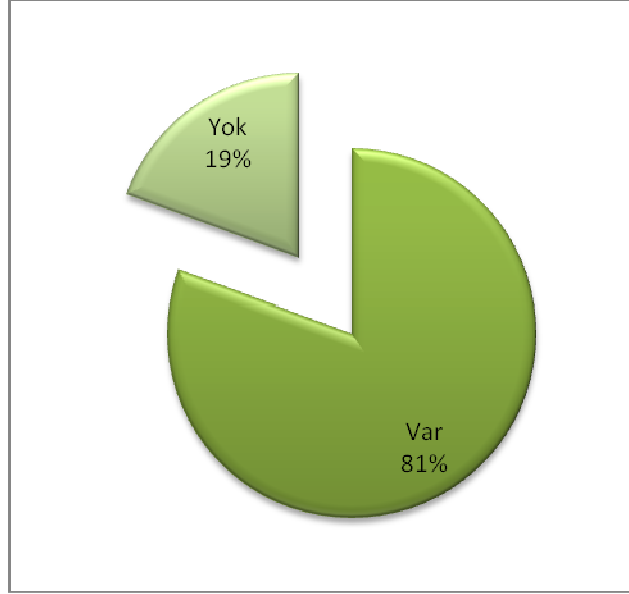
İşletme üretim sırasında kullandığı ana üretim araçlarında yenilik yapmayı düşünmekle ilgili konu 3 aşamada gerçekleştirilmiştir. Birinci aşamada seçenekler arasında belirgin bir farka rastlanılmamıştır. Yenilik yapmayı düşünen işletmeler %59,4 ile dikkat çekerken düşünmeyenler ise %40,3 olarak hesaplanmıştır. İkinci aşamada ise, evet diyen işletmelerin sebepleri üzerinde çalışma yapılmıştır. Rakip firmaların daha yüksek teknolojik şartlara sahip olması %50,4 ile ön plana çıkmaktadır. Yeni teknolojinin maliyetleri düşürebileceği düşüncesi %17,09 ve artan talebi karşılayabilmek %15,3 ile dikkat çekmektedir. Üçüncü aşamada ise, hayır diyen işletmelerin sebepleri üzerinde çalışma yapılmıştır. Oldukça pahalı oluşu %45,3 ile ön plana çıkmaktadır. Finansal bakımdan uygun olmayışı %31,3 ve uygun pazar şartlarının ve yeterli talebin olmayışı %11,6 ile dikkat çekmektedir.

Elde edilen bulgular neticesinde, işletme sahibi veya yöneticisi faaliyet gösterdiği pazarlar haricinde orman ürünleri sanayi ile ilgili olarak diğer pazara girme düşüncesi taşımakta mıdır konusu iki aşamada değerlendirilmiştir. Birinci aşamada, farklı bir pazara girmeyi düşünen işletmeler %15,3 ile sınırlı kalmaktayken hayır diyenler %84,7 ile ön plana çıkmaktadır. İkinci aşamada ise hayır diyen işletmelerde sebepler üzerinde durulmuştur. Yeterli finansal kaynağın olmaması %59,5 ile ön plana çıkmaktadır. İş yerinde kontrolün kaybedilme endişesi %24,6 ise göz ardı edilemeyecek kadar fazladır.

Ülkemiz ormancılık açısından dünya dış ticaretinde iddialı bir ülke değildir. Ancak, gelişen ulaştırma olanakları pazarları küresel hale getirmiştir. Ülkemizin ormancılık ve orman endüstri işletmeleri istese de istemese de uluslar arası rekabetin etkisi altındadır (İlter ve Ok 2004). Bu bilginin ışığında;

“Ürettiğiniz ürünlerle ilgili pazarlama problemi var mı?” sorusu değerlendirildiğinde, Şekil 4.9’da görüldüğü üzere pazarlama problemi var diyen işletmeler %80,6 ile ön plana çıkmaktadır. Pazarlama problemi yok diyen işletmeler ise %19,4 olarak değerlendirilmiştir. Bu oranı daha çok kurumsallaşmış firmalar ve onlara fason çalışan işyerleri oluşturmaktadır. Pazarlama problemi olduğunu düşünen işletmelerde nedenler üzerinde tespit çalışması

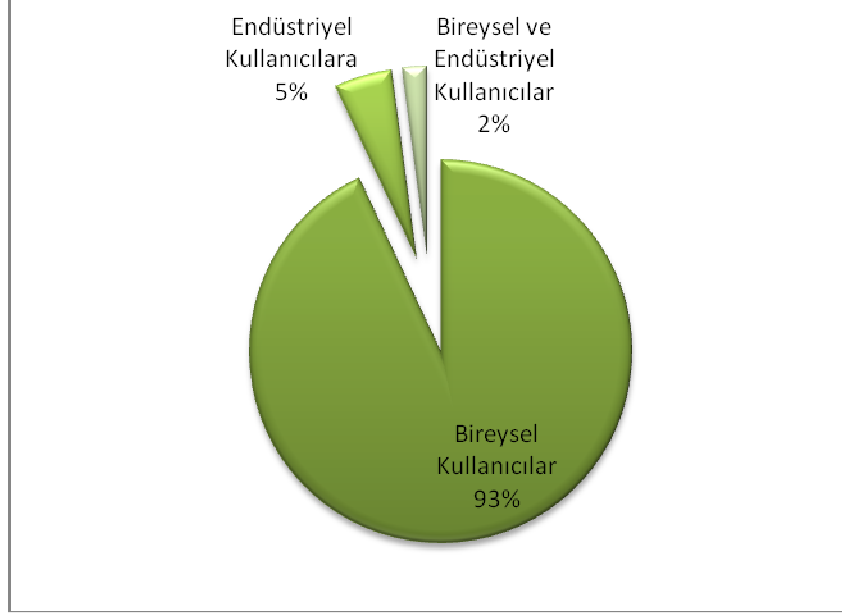
yapılmıştır. Seçenekler arasında belirgin bir farkın olmadığı tespit edilmiş olup, üretim maliyetleri yüksek %26,9 ile ön plana çıkmaktadır. Rekabet gücümüz zayıf %20,7, pazarlama ağı yetersiz %19,5 ve satış elemanları yetersiz %19,0 ile göz ardı edilemeyecek kadar fazladır.



Şekil 4.9 İşletmelerin pazarlama problemleri.

İşletmelerde büyük ölçüde pazarlama problemleri bulunmaktadır. Mevcut durumun önüne geçilmesi içinde tasarım ve AR-GE faaliyetlerinin geliştirilmesi ve üniversite-sanayi ortaklaşması sayesinde kendisini pazarlama konusunda geliştirmiş eleman eksikliğinin giderilmesi gerekmektedir. Ayrıca son perakendeciye satılan ürünlerin yeterince tanıtılmamasından ve giderlerin çok fazla olmasından doğan sıkıntılarında önüne geçilmesi gerekmektedir.

Elde edilen bulgular neticesinde, işletmelerin ürünlerini satış aşamasında yararlandığı dağıtım kanalı ile ilgili konuda, doğrudan doğruya tüketiciye satış %50,6 ile ön plana çıkmaktadır. Küçük işletmelerin büyük kısmı doğrudan doğruya tüketiciye satış yapmaktadır. Ürünleri bir toptancıya satmak %34,1 ile ikinci sıradadır. Diğer seçenekler; ürünleri bir perakendeciye satmak %8,8, özel bir satış birimi kullanmak %4,6 ve diğer %1,6.



Şekil 4.10 Tüketici kesmine sunulması.

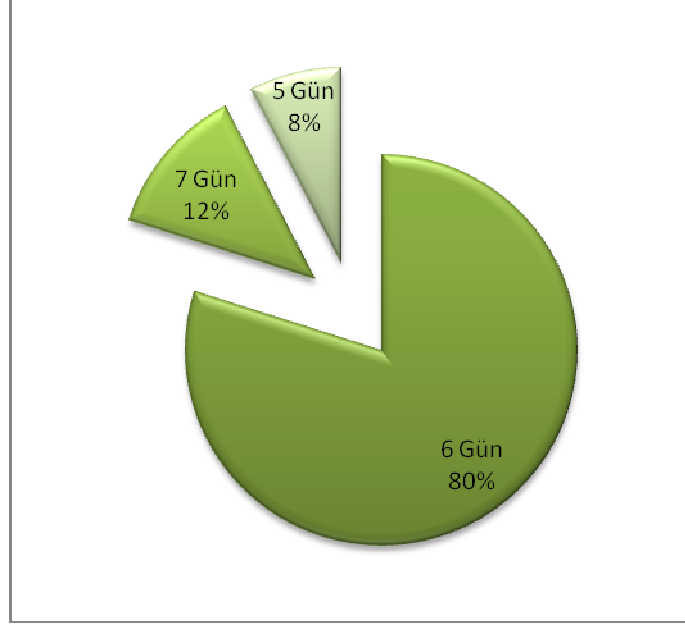
Şekil 4.10'da görüldüğü üzere işletmelerin satışları en çok hangi tüketici kesmine sunulduğu konusunda, bireysel kullanıcılar %93,2 gibi belirgin bir farkla ön plana çıkmaktadır.

Yapılan değerlendirme sonucunda, işletmelerin pazar düzeyleri konusu ile ilgili, ilçe ya da mahalle düzeyinde %50,0 ile ön plana çıkmaktadır. Diğerleri ise; bölgesel %33,0, ulusal %11,7 ve uluslar arası ise %5,1 olarak tespit edilmiştir. Küçük işletmeler veya tam olarak kurumsallaşmamış işletmeler daha çok mahalli ya da bölgesel çalışma yapmaktadır. Buna karşın kurumsallaşma yolunda atak yapmış ya da tam olarak kurumsallaşmış işletmeler ise ulusal ve uluslar arası çalışma yapmaktadır.

Elde edilen bulgular neticesinde, işletmelerin günde ortalama çalışılan saat sayısı il ilgili konuda, 9-11 saat %61,1'lik belirgin bir farkla ön plana çıkmaktadır. 6-8 saat ise azımsanamayacak kadar fazla olup daha çok küçük işletmelerin çalıştığı ortalama saattir.

Şekil 4.11'de görüldüğü üzere işletmelerin haftada çalışılan gün sayısında, 6 gün %79,9 ile ön plana çıkmaktadır. 7 gün ise %12,5 azımsanamayacak kadar fazladır.

Üretimde çalışanların durumu değerlendirildiğinde ise, ücretli çalışan kişiler %77,5 ile belirgin bir farkla ön plana çıkmaktadır. Elde edilen bulgular neticesinde, üretimde çalışan işçilere yapılan ödemelerin tamamı aylık olarak yapılmaktadır.



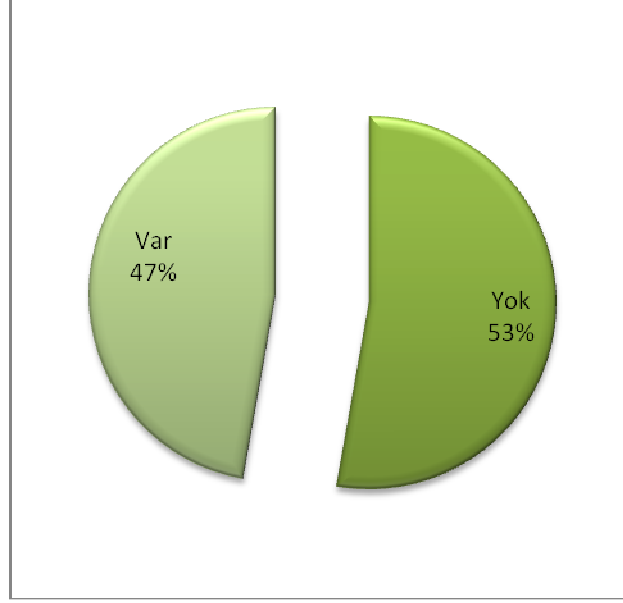
Şekil 4.11 İşletmelerde çalışılan gün sayısı.

İşletmelerin asgari ücret konusunda da sıkıntılarının olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca tahsilat işlemlerindeki muamelelerin tam olarak yürütülmemesi de işletmelerden, son perakendeciye kadar ciddi bir sıkıntıdır.

Şekil 4.12’de görüldüğü üzere personel tedarikiyle ilgili problemlerde belirgin bir farka rastlanılmamıştır. Personel tedariki ile ilgili sıkıntı yok diyen işletmeler %52,8 iken personel tedarikiyle ilgili problemlerimiz var diyen işletmeler ise %47,2 ile dikkat çekmektedir. Personel tedariki sıkıntılarına bakıldığında ise, işletmelerin büyük kısmı kendi alanında yetişmiş kalifiye eleman eksikliğinden yakınmaktadır. Ayrıca bazı işletmeler bu konuya güvenilir bir insan olmayı da dahil etmiştir.

Alanında iyi yetişmiş, güvenilir kalifiye eleman sayısının artması sağlanmalıdır. Ayrıca yabancı dil problemini aşmış kendi alanında iyi yetişmiş mühendislerin sayısının da artması önemlidir.

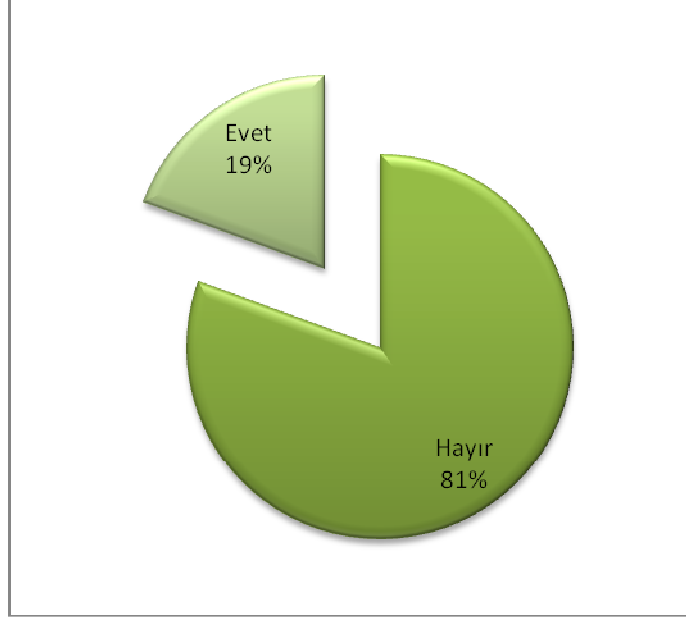
Piyasayı iyi tanıyan ve değişimleri önceden sezen yönetici grubunun sayısının artması gereklidir. Eğer bu sağlanırsa yöneticiler, değişen tüketici taleplerini önceden hissedip ona göre teknolojiyle birleştirip, pazara hitap ederek orman ürünleri sanayisi olarak gerçekten elle tutulur bir gelişme kaydedecektir.



Şekil 4.12 İşletmelerin personel tedarikiyle ilgili sıkıntıları.

İşçi istihdamı ile ilgili vergilerin, ssk primlerinin ve gümrük vergilerinin düşmesi sağlanarak devlet işletmelerin yükünü hafifletmesi, dış pazara açılmada kolaylık getirmesi gerekmektedir. Ssk primlerinin düşmesi ile de kaçak işçi çalıştırmanın önüne geçilebilecektir. Ayrıca rekabet ortamında kayıt dışı çalışan işletmelerde rekabet kurallarını çiğnemektedir. Devlet bu durumun önüne geçebilmek için her işletmede ciddi bir denetim yapması gerekmektedir. Böylece kayıt dışı çalışan işletmeler tespit edilecek ve rekabet kuralları çiğnenmeyecektir.

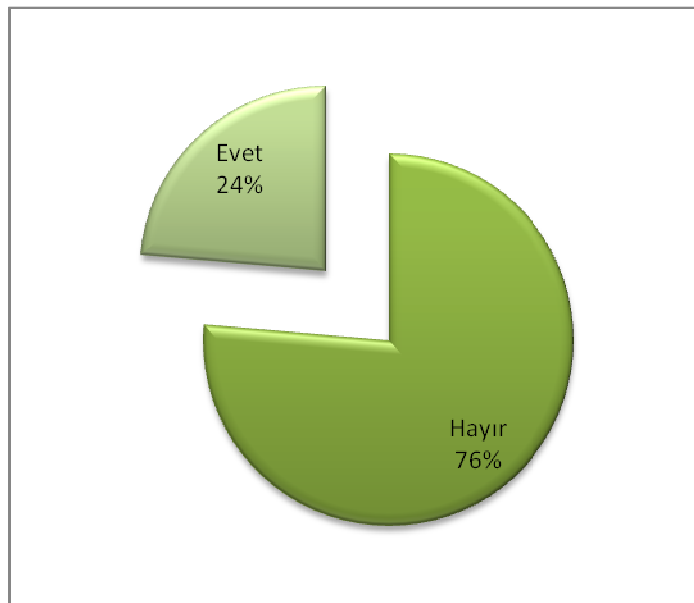
Şekil 4.13’de görüldüğü üzere işletmelerin ihracat yapma durumu ile ilgili olarak yapılan değerlendirmede, %80,6 ile hayır cevabı ön plana çıkmaktadır. İşletme ihracat yapıyor diyen işletmeler ise %19,4 olarak tespit edilmiştir. İhracat yapan işletmeler ihracatlarını; A.B.D., Afganistan, Ahl Srb. Bölgesi, Almanya, Arnavutluk, Avusturalya, Avusturya, Azerbaycan, B.Britanya, Bahreyn, Belçika, Birleşik Arap Emirlikleri, Bulgaristan, Cezayir, Çek Cumhuriyeti, Danimarka, Endonezya, Estonya, Fas, Finlandiya, Fransa, Gine, Gürcistan, Hırvatistan, Hollanda, Irak, İngiltere, İran, İrlanda, İspanya, İsveç, İsviçre, İtalya, İzlanda, K.K.T.C., Kanada, Kazakistan, Kenya, Kosova, Letonya, Libya, Litvanya, Lübnan, Macaristan, Makedonya, Malta, Mısır, Moğolistan, Moldovya, Mozambik, Norveç, Özbekistan, Romanya, Rusya, S.Arabistan, Sırbistan Karadağ, Slovak Cumhuriyeti, Slovenya, Surinam, Tacikistan, Türkmenistan, U.K., Ukrayna, Ürdün, Yemen, Yunanistan ülkelerine yapmaktadır.



Şekil 4.13 İşletmelerin ihracat yapma durumları.

Dünya ekonomisinde yaşanan küreselleşme sürecinde, Türkiye'deki işletmelerin de yerel olmaktan sıyrılıp uluslararası boyutlara ulaşması, dünya standartlarını yakalamaları ve bir dünya şirketi konumuna gelmeleri şarttır.

Şekil 4.14'de dış pazar konusunda araştırma yapmakla ilgili olarak, %76,4 ile hayır cevabı ön plana çıkmaktadır. Evet diyenler ise %23,6 tespit edilmiştir. Bu değerin %4,2'lik kısmı ise ihracat yapmamasına karşın dış pazar araştırması yapmış işletmelerdir.



Şekil 4.14 Dış pazar konusunda araştırma yapılıp yapılmadığı

Yapılan değerlendirilmeler sonucunda işletmelerin ihracat yapmama nedenleri ile ilgili konuda, kaynak yetersizliği %44,1 ile ön plana çıkmaktadır. Hemen hemen işletmelerin yarısı bu seçeneği işaretleyerek ön plana çıkmasında yardımcı olmuştur. İstikrarsız ekonomik şartlar %28,4 ise göz ardı edilemeyecek kadar fazladır.

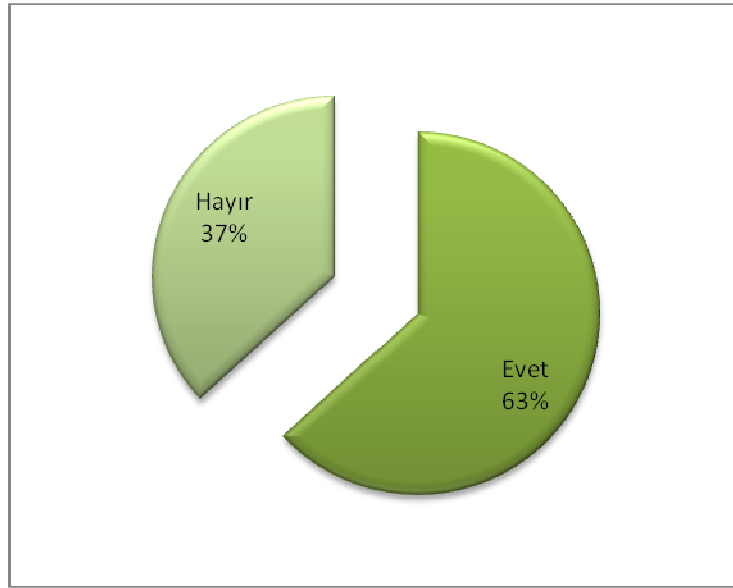
İşletmelerin gümrük birliğinde karşılaşılan problemlerle ilgili değerlendirmede belirgin bir farka rastlanmamıştır. Kalite eksikliği %31,0 ve teknolojik eksiklik %27,8 ile ön plana çıkmaktadırlar. Diğerleri ise; pazarlama eksikliği %16,3, verim düşüklüğü %12,6 ve diğer (otomasyon) %12,1 olarak tespit edilmiştir. Görüldüğü üzere kalite eksikliği gümrük birliğinde karşılaşılan problemlerin başında gelmektedir.

Elde edilen bulgular neticesinde üretimde kullanılan ana üretim araçlarının durumu ile ilgili konuda, işletmelerin %66,4'lük kısmı yarı otomasyon sistemlerini kullanarak ön plana çıkmıştır. Otomasyon %18,6 ve CNC %14,8 ile dikkat çekmektedir. Görüldüğü gibi eski veya yeni teknoloji kullanan işletmeler bulunduğu gibi, hem eski hem de yeni teknolojiyi bir arada kullanan işletme sayısı da oldukça fazladır. Aynı şekilde yerli ya da ithal teknoloji veya her ikisini de bir arada kullanılan işletme sayısı oldukça fazladır. Eski teknoloji kullanan işletmeler teknoloji yenileme düşüncesine eğilimli bulunmaktadır. Çalışan sayısına göre işletme büyüklüğü arttıkça ithal teknoloji kullanımını artmaktadır.

Elde edilen bulgular neticesinde, işletmelerin bilgisayar konusundaki pozisyonları iki aşamada değerlendirilmiştir. Birinci aşamada, şekil 4.15'de görüldüğü üzere bilgisayar kullanmıyorum diyen işletmeler % 36,8'iken evet diyenler ise %63,2 ile ön plana çıkmaktadır. İkinci aşamada ise evet diyen işletmelerde nerelerde kullanıldığı üzerinde durulmuştur. Muhasebe %47,5'la ön plana çıkmaktadır. Tasarım %25,1 ile göz ardı edilemeyecek kadar fazladır. Burada işletme sayısı arttıkça işletmede bilgisayar kullanma alanının da paralel olarak artmakta olup kurumsallaşmış işletmelerde işletmenin her kısmında bilgisayar kullanılmaktadır.

İşletmelerin çoğunluğuna bakıldığında teknoloji konusunda ciddi sıkıntılar vardır. İşletmeler de teknolojiyi takip etme ve ayak uydurma noktasında ciddi sıkıntılar vardır. İşletmeler bu sorunu aşmalı ve teknolojik gelişmeler yakından takip edilmeli ve işletmelerde bulunan teknolojik eksiklik giderilmeye çalışılmalıdır. Ayrıca üretimde kullanılan makine ve teçhizata bakıldığında ise mevcut teknolojinin çok daha gerisinde kaldığı görülmektedir. Ayrıca bir

diğer önemli sorun AR-GE ve tasarımıdır. Sektörde AR-GE bölümünde faaliyet yapan işletme yok denecek kadar azdır. Halbuki işletme büyüklükleri, yapmış oldukları ihracat miktarları ve mevcut kurulu kapasiteleri baz alındığında çok sayıda işletmenin AR-GE bölümüne ihtiyaç duydukları görülecektir. Genelde AR-GE bölümünün kurulmama nedeni olarak yatırım masraflarının yüksekliği gösterilmektedir. Fakat AR-GE'nin işletmelere getirileri düşünüldüğü zaman ne kadar önemli olduğu ortaya çıkmaktadır. İşletmelerde AR-GE'nin kurulması ve geliştirilmesi için gerekli çalışmalar devletçe desteklenmeli ve işletmeler bilinçlendirilmelidir. Gerekirse yine devlet tarafından işletmelere AR-GE bölümünün dahada etkinleştirilmesi için farklı teşvikler getirilmelidir. İşletmeler makine, teçhizat ve teknoloji yenilemek için devletten uzun vadeli kredi uygulaması için gerekli yasal düzenlemelerin yapılmasını beklemektedir. Uygun koşullarda sağlanacak krediler karşılığı AR-GE bölümü teşkili için firmalar teşvik edilmelidir. Gerekirse benzer işi yapan küçük işletmelerin bir araya gelmesi ile ortak bir AR-GE bölümü kurma yönünde çalışmalar bile yapılabilir. Bu değişikliklerin yapılması da işletmelerin ömürlerini ciddi oranda artıracaktır.



Şekil 4.15 İşletmelerin bilgisayar kullanımı.

Orman ürünleri sanayinin Türkiye ve dünyada tanıtıma ihtiyacı bulunmaktadır. Özellikle Kayseri Ticaret ve Sanayi Odası (veya Türkiye içinde herhangi bir Sanayi ve Ticaret Odası) Kayseri'deki üniversitenin öncülüğünde Valilik, Kayseri Belediyesi ve Orman Bölge Müdürlüğü'nün ortaklaşmasıyla sanayi ürünlerini sergilenmesine yönelik bir fuar alanı tahsis edilmesine ve fuar açılmasına çalışılmalı, Kayseri Ormancılık ve Orman Ürünleri Sanayi Kongresi'nin düzenlenmesini sağlamalıdır. Kayseri Ticaret ve Sanayi Odası firmalarını

bölgesel olarak veya ulusal olarak fuarlara katılabilmesi için de gerekli yardımın yapılması gerekmektedir. Ayrıca orman ürünleri sanayisinde Türkiye genelindeki fuar sayısının artması sağlanmalıdır. Bu fuarlarında organizasyonu çok iyi bir şekilde yapılmalıdır. Bu sayede Türkiye genelinde orman ürünleri sanayisinin adı duyurulacaktır. Bunun yanında Türkiye ve dünya orman ürünlerinin bulunduğu fuarlar düzenleyerek Türkiye'yi orman ürünleri sanayisinin merkezi yapmalıdır.

İşletmeler kalite ve standartlara kesinlikle uymaları sağlanmalıdır. Orman ürünlerindeki standartlar devlet tarafından kontrol altına alınmalıdır. Eksik, yanlış veya geride kalmış standartlar tamamlanmalıdır. İşletmelerin üretimden çıkardıkları mallara mevcut standartların uygulanıp uygulanmadığı dikkatle incelenmelidir ve devamlı olarak bunların kontrolleri denetim altında tutulmalıdır. Orman ürünlerinde (özellikle kerestede ve mobilyada) ölçümlerin doğru yapıldığını ve standartlara uyulup uyulmadığını kontrol için birimler tesis edilmelidir ve buralarında denetiminin iyi yapılması gerekmektedir. Mobilya sektöründe ise, kalitesiz sunta-suntalam kullanılması önlenmelidir. Gerekirse imal edilen sunta-suntalam standarda uyulup uyulmadığını kontrol için birimler tesis edilmeli. Teknik eleman yetiştirilmesine daha da önem verilerek ihtiyaç ortadan kaldırılmalıdır.

Orman ürünlerine olan talep azlığının en önemli nedenlerinden biri de, ahşapla tüketiciyi buluşturan uygulayıcılardan kaynaklandığı bilinmektedir. Tüketiciler ile bu kişiler arasında anlaşılabilir kalite, işin zamanlaması ve bunun gibi benzeri konularda çıkan sorunlar tüketiciyi orman ürünlerine yönelmesini engellemektedir. Çözüm olarak, uygulayıcılar üretici ve üniversitelerin beraber organize edebilecekleri seminer, tanıtım ve kurs gibi etkinlikler ile bilinçlendirilmelidir ve bu bir zorunluluktur.

KAYNAKLAR

- Akay D ve Dağdeviren M** (2003) *Türkiye’de KOBİ’ler için Eğitim Hizmetleri Pazarı*. KOSGEB-Avrupa Eğitim Vakfı Araştırma Projesi Raporu, Ankara, 16 s.
- Akgemici T** (2001) *KOBİ’lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler*. KOSGEB Yayınları, 17 s.
- Aksu B** (2001) Türkiye’de Büyük Ölçekli Mobilya Sanayisi İşletmelerinin Yönetmel ve Örgütsel Yapılarının Analizi. *İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 51 (2), 95–115, İstanbul.
- Aksu B, Kurtoğlu A ve Koç H** (2002) *Türkiye’de Büyük Ölçekli Orman Ürünleri Sektörü İşletmelerinin Yapısal Analizi*. İÜ. Araştırma Fonu, Proje No:1408/05052000.
- Aktan O** (1996) *Türk İş Adamı ve İşletmesi*, Ankara: Gündoğan Yayınları, s. 3-10.
- Akyüz K C** (1995) *Trabzon İlindeki Küçük ve Orta Ölçekli Orman Ürünleri Sanayi İşletmelerinin Sosyo-Ekonomik Tahlili*. Yüksek Lisans Tezi (Yayımlanmamış), KTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, Trabzon, 2 s.
- Akyüz K C** (2000) *Doğu Karadeniz Bölgesinde Yer Alan Küçük ve Orta Ölçekli Orman Ürünleri Sanayi İşletmelerinin Yapısal Analizi*. KTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi (Yayımlanmamış), Trabzon, s. 33–41
- Alan S** (1998) *Mobilya Sektör Raporu*. Başbakanlık DTM Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği, Rapor No–8, Ankara.
- Anonim** (2005) *Ülke Ekonomisinin Kalkınmasında Güç, KOBİ’ler ve 2005*. İterpo Yayın Grubu.
- Anonim** (2005) KOBİ’lerin Sektörlere Yarattığı 10 Büyük Fırsat. *Garanti KOBİ Girişim Dergisi*, 15 s.
- Anonim** (2003) Derecelendirme, Derecelendirme Yöntemleri ve Avrupa Birliğine Giriş Öncesi Türkiye Açısından Değerlendirme. *VII Ulusal Finans Sempozyumu*, Cilt I, İstanbul.

KAYNAKLAR (devam ediyor)

- Anonymous** (2008) The European Observatory for SMEs, Sixth Report,
http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/analysis/doc/ensr_6th_report_en.pdf,
Erişim Tarihi: 10.11.2008
- Anonymous** (1997) European Network for Small Research, EIM Small Business Research and Consultancy, The European Observatory for SMEs : Fifth Annual Report, The Netherlands, ENSR - European Network for Small Research, EIM Small Business Research and Consultancy, s.14.
- Aytin A** (2006) *Düzce İli Orman Ürünleri Endüstrisinin Mevcut Durumu Sorunları ve Çözüm Önerileri*. Yüksek lisans Tezi (Yayımlanmamış), ZKÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, Orman Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalı, Bartın, 135 s.
- Balaban Y** (2007) *Orman Ürünleri Sanayi ve Ekonomik Büyüme*. Yüksek lisans Tezi (Yayımlanmamış), KTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, Orman Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalı, Trabzon, 82 s.
- Basara Ö** (1996) *Küresel Dünyada Lojistik Anlayışı ve Türkiye'deki Gelişmeler*. İ.T.Ü, 39 s.
- Bilgili E** (2001) *Kayseri İmalat Sanayinin Yapısal Analizi*, Kayseri Ticaret Odası Yayınları, Kayseri, 32 s.
- Bird B J** (1989) *Entrepreneurial Behavior, Foresman and Company*. Illinois, 4 s.
- Bolat Ü K** (2006) *Kayseri'nin Sosyo-ekonomik Gelişiminde Kobi Politikalarının Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi (Yayımlanmamış), Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, Muğla, 135 s.
- Börü D** (2006) *Girişimcilik Eğilimi Marmara Üniversitesi İşletme Bölümü Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*. İstanbul Marmara Üniversitesi, Yayın No. 733, s.3.
- Cındık H, Akyüz K C ve Serin H** (1997) Orman Ürünleri Sanayisinde Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler. *I. Ulusal Mobilya Kongresi Bildiri Kitabı*, Ankara, s. 33-44.
- Coulter M** (2001) *Entrepreneurship in Action*. New Jersey: Prentice Hall Inc., 4 s.
- Demirci R, Akpınar A ve Çevik İ** (2001) *Avrupa Birliği ve Türkiye'de Esnaf ve Sanatkar Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler*. Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri Merkez Birliği, Ankara, 411 s.

KAYNAKLAR (devam ediyor)

DİE (1992) *Sanayi İş Yeri Sayımı*. Devlet İstatistik Enstitüsü, Ankara.

www.die.gov.tr/sanayi_sayimi.html, Erişim Tarihi: 25.10.2008.

DİE (2005) *Türkiye İstatistik Yılığ- 2004*.T.C. Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü, Devlet İstatistik Enstitüsü Matbaası, Ankara.

DİE (2006a) *Araştırma-Geliştirme Anketi Sonuçları Haber Bültenleri*,

<http://www.die.gov.tr/TURKISH/SONIST/ARGE/arge.html>. Erişim Tarihi: 25.10.2008.

DİE (2006b) İstatistik Tablolar, İmalat Sanayi, Ekonomik faaliyetlerine göre işyeri, istihdam ve ödemeler, işçi-saat, çevirici güç kapasitesi, stok değişimleri, sabit sermayeye yıl içinde yapılan gayri safi ilaveler, girdi-çıktı ve katma değer (1-9), <http://www.die.gov.tr/IstTablolar/16im203t.xls> Erişim Tarihi: 25.10.2008.

Dolgun U (2003) *Girişimcilik*. İstanbul: Alfa Basım Yayın Dağıtım, s.4.

DPT (1995a) *Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Orman Ürünleri Sanayi Özel İhtisas Komisyonu Raporu (1996-2000)*. TC Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı, Ankara.

DPT (1995b) *Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Orman Ürünleri Sanayi Özel İhtisas Komisyonu Raporu*. T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı, Yayın No: 2376, ÖİK: 445, Temmuz, Ankara.

DPT (1995) *Devlet Yardımları, Türkiye-AT Mevzuat Uyumu*. Özel İhtisas Raporları, DPT Yayınları, C.1 Ankara.

DPT (2002) *Kayseri İl Geliştirme Raporu*. Bölgesel Gelişme ve Yapısal Uyum Genel Müdürlüğü, ISBN 975-19-3101-0. Kayseri.

Efe H (1994) *Modern Mobilya Çerçeve Konstrüksiyon Tasarımında Geleneksel ve Alternatif Bağlantı Tekniklerinin Mekanik Davranış Özellikleri*. Doktora Tezi (Yayımlanmamış), KTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü Orman Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalı, Trabzon, 171 s.

Eraslan İ (1977) *Orman Ürünleri Endüstrisinin Tanımı, Türkiye'deki Önemi, Gelişimi, Sınıflandırılması ve Entegrasyonu*. İstanbul Orman Fakültesi Yayın No: 239, İstanbul.

KAYNAKLAR (devam ediyor)

- Ercan M** (1997) *Bilimsel Araştırmalarda İstatistik*. Çeşitli Yayınlar Serisi No:6, İzmit.
- EUROSTAT** (1998) KOBİ Bilgi Paylaşım Sitesi, www.kobinet.org.tr, Güncelleme Tarihi: 26.10.2008.
- Gençyılmaz G** (1988) *Stok Sistemlerinin Yönetimi*. İÜ. İşletme Fakültesi Üretim Anabilim Dalı, İstanbul, 9 s.
- İlter E ve Ok K** (2004) *Ormancılık ve Orman Endüstrisinde Pazarlama İlkeleri ve Yönetimi (Örnek Olaylarla)*. Form Ofset Matbaacılık, Ankara.
- İyibildiren M** (2007) *Avrupa Birliği Sürecinde KOBİ'lerde Yatırım ve İhracat Finansmanı Problemleri ve Bir Çözüm Modeli*. Yüksek lisans Tezi (Yayımlanmamış), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı Muhasebe Finansman Bilim Dalı, Konya, 140 s.
- Jack S L and Anderson A R** (1999) *Entrepreneurship Education Within The Enterprise Culture, International Journal of Entrepreneurial Behaviour&Research*, Vol.5, No.3, 115 s.
- Jeffrey A and Timmons J A** (1998) *New Venture Creation*, New York: Irwin/McGraw Hill Inc., 27 s.
- Kalıpsız A** (1994) *İstatistik Yöntemler*. İÜ. Orman Fakültesi, İstanbul.
- Karacaoğlu K** (2006) *Rekabet Üstünlüğü Sağlamada Endüstri Temelli Bakış Açısı: Kayseri'de Faaliyet Gösteren İmalat Sanayi İşletmeleri İçin Bir Model Önerisi*. Doktora Tezi (Yayımlanmamış), AÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Ankara, 232 s.
- Karaçay H ve Erden L** (2005) *Yeni Sanayi Odakları ve Sanayinin Yeni Mekân Arayışları: Denizli ve Gaziantep Örneği. CÜ İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 6, (1): 117–118.
- Kargül İ D** (1997) *Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Yönetim Sorunları ve Çözümleri*. İstanbul Ticaret Odası Yayınları, İstanbul
- Kayacıklı T ve Emil T** (2003) *Dünya'da ve Türkiye'de Mobilya Sektörü*, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Yayın No: 2003-19, İstanbul.
- Kayseri Valiliği** (1998) *Kayseri İl Yıllığı 1998*. Kayseri Valiliği, Kayseri, 112 s.

KAYNAKLAR (devam ediyor)

- Konyalı A** (2006) *Avrupa Birliğine Giriş Sürecinde KOBİ'lerin Kalite Konusundaki Yaklaşımları, Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri*. Yüksek lisans Tezi (Yayımlanmamış), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı Uluslararası Kalite Bilim Dalı, İstanbul, 183 s.
- Korkmaz Ö** (2001) *Üretim Kaynakları Planlaması ve İşletmelerdeki Uygulamaları*. Y.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi (Yayımlanmamış), 29 s.
- Korkmaz S** (2000) Girişimcilik ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 18, (1): 165.
- KOSGEB (2003)** *KOBİ Ekonomisi (Tarihi Gelişimi)*. KOSGEB Yayınları, Ankara.
- KOSGEB (2005)** *İmalat Sanayi Değerlendirmesi*. KOSGEB Yayınları, Ankara.
- Kurt S** (2006) *Sanayileşmenin Kültürel Değişmeye Etkisi: Kayseri Örneği*. Yüksek Lisans Tezi (Yayımlanmamış), Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı, Kırıkkale, 153 s.
- Kurtoğlu A, Koç H K ve Aksu B** (1998) Türkiye Orman Ürünleri Sanayisi Dış Ticaretinin Gelişimi. *Cumhuriyetimizin 75. Yılında Ormancılığımız Sempozyumu Bildiri Kitabı*, İstanbul, 480-487 s.
- Kurtoğlu A, Koç K H ve Aksu B** (2004) *Türkiye Ağaç İşleme Makineleri Sanayisinin Yapısal Durumu ve Gelişim Olanaklarının İncelenmesi*. İ.Ü. Araştırma Fonunca Desteklenmiştir, Proje No: 1348/280799.
- Lounsbury M** (1998) Collective Entrepreneurship; The Mobilization of College and University Recycling Coordinators, *Journal of Organizational Change Management*, Vol.11, No.1, s. 51-52
- Mucuk İ** (2001) *Modern İşletmecilik*, Türkmen Kitabevi. İstanbul, 6 s.
- Mueller S L and Thomas A S** (2000) Culture and Entrepreneurial Potential: A Nine Country Study of Locus Control and Innovativeness, *Journal of Business Venturing*, Vol.16, 52 s.

KAYNAKLAR (devam ediyor)

- Muzyka D, De Koning A and Churchill N (1995)** On Organization and Adaptation: Building The Entrepreneurial Corporation, *European Management Journal*, Vol.13, No.4, 352 s.
- Naktiyok A (2004)** *İç Girişimcilik*. İstanbul: Beta Basım, 1 s.
- Olca F M (1996)** *Gümrük Birliği Sürecinde Mali Yardımların Küçük ve Orta Boy İşletmelere Etkisi*, Vakıfbank Yayını.
- Orhun B N (1996)** *Uygulamalı Regresyon ve Korelasyon Analizi*. İstanbul.
- ORÜS (1991)** *Orman Ürünleri Sanayi Kurumu Genel Müdürlüğü 1980-1990 Faaliyetleri*. Orman Ürünleri Sanayi Genel Müdürlüğü, ORÜS, Ankara, 133 s.
- Özaslan M ve Şeftalici H (2002)** *Kayseri İl Geliştirme Raporu*. DPT-BGYUGM, Ankara, 44 s.
- Özcan B (1991)** Orman Ürünleri Sanayisinin Önemi ve Ülke Ekonomisine Katkısı. *Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Dergisi*, 60, s.16-40.
- Özdamar K (2002)** *Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi-1*, Eskişehir.
- 1.1 Reynolds P D (2004)** *New and Small Firms in Expanding Markets. Small Business Economics, Cilt:9, Sayı:1.*
- Sarıkaya B T (1995)** *KOBİ'lerin Türkiye Ekonomisindeki Yeri*. İzmir Ticaret Odası Yayınları.
- Sayın M ve Fazhoğlu M A (1997)** *AB'de KOBİ Destekleme Programları ve Diğer Teşvik Araçları*, Ankara.
- Şener E (2006)** *KOBİ Borsaları ve Türkiye'de KOBİ'lerin Borsadan Yararlanması Üzerine Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi (Yayımlanmamış), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı Muhasebe Finansman Bilim Dalı, İstanbul, 153 s.
- Şentürk İ (2007)** *KOBİ'lerin Yeni Piyasalara Açılmama Nedenleri ve Bunları Etkileyen Faktörler*. Yüksek lisans Tezi (Yayımlanmamış), Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Tokat, 109 s.

KAYNAKLAR (devam ediyor)

- Tank T, Göker Y, Kurtoğlu A ve Erdin N** (1998) Türkiye’de Orman Ürünleri Endüstrisindeki Gelişmeler. *Cumhuriyetimizin 75. yılında Ormancılığımız Sempozyumu Bildiri Kitabı*, İstanbul, s. 471-479.
- Tekin M** (2005) *Üretim Yönetimi Ders Kitabı*. Cilt 1, 201 s.
- TOBB (2004)** *Kobi Rehberi*, TOBB Yayınları, Ankara s. 3-4.
- Tutar H ve Küçük O (2003)** *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*, Ankara: Seçkin Yayıncılık, s. 161-162.
- TÜİK** (2006a) *İstatistik Göstergeler 1923-2004*. T.C. Başbakanlık Türkiye İstatistik Kurumu, Türkiye İstatistik Kurumu Matbaası, Ankara.
- TÜİK** (2006b) *Türkiye İstatistik Yıllığı- 2005*. T.C. Başbakanlık Türkiye İstatistik Kurumu, Türkiye İstatistik Kurumu Matbaası, Yayın No: 3009, Ankara, s. 209-211.
- TÜSİAD** (1990) *Sanayileşmede Teşvik Sistemleri*. TÜSİAD Yayınları, Yayın No: TÜSİAD-T/90.12.135.
- TÜSİAD** (2003) *Türkiye’de Girişimcilik Özet Bulgular*, TÜSİAD Basın Bülteni, www.tusiad.org.tr., Erişim Tarihi: 20.01.2009.
- URL-1** (2007) Açıköğretim Ders Paylaşım Sitesi, Genel İşletme Bilgisi, <http://www.aofsitesi.com/geneliletme1.htm>, Erişim Tarihi: 22.10.2008.
- URL-2** (2002) KOSGEB Resmi Sitesi, İmalat Sanayi Bilgileri, <http://www.kosgeb.gov.tr/dosyalar/istatistik/İmalat%20Sanayi.pdf> , Erişim Tarihi: 20.01.2009.
- URL-3** (2002) Devlet İstatistik Enstitüsü resmi internet sitesi, 2002 Genel Sanayi ve İşyerleri Sayımı, <http://www.die.gov.tr/TURKISH/SONIST/GSIS/gsisII141003.pdf>, Erişim Tarihi: 20.01.2009.
- URL-4** (2007) Ekonometri, KOBİ’ler Alarında, www.ekonometri.com.tr/kategori.php?link=devam&grup=11&kat_id=0&sayfa_id=124, Erişim Tarihi: 20.01.2009.
- URL-5** (2007) Türkiye İstatistik Kurumu İnternet Sitesi, Sanayi Grubları, http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=495 Erişim Tarihi: 20.01.2009.

KAYNAKLAR (devam ediyor)

URL-6 (2006) Devlet İstatistik Enstitüsü İnternet Sitesi, Güç, Kapasite, Stok Değişmeleri,

<http://www.die.gov.tr/IstTablolar/16im203t.xls> Erişim Tarihi: 20.01.2009.

URL-7 (2007) Seçilmiş fasıllara göre ithalat-ihracat durumu, Türkiye İstatistik Kurumu,

<http://www.tuik.gov.tr/Start.do;jsessionid=fFHGJLvYFfSDxh5HSfvdVJBKw1nGXP7wGHQNnwjldyBS6Zbhgp8G!260838105> Erişim Tarihi: 20.01.2009.

URL-8 (2006) Dış Ticaret Müsteşarlığı, 11-07-2006 verileri,

<http://www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?> Erişim Tarihi: 20.01.2009.

URL-9 (2007) Seçilmiş fasıllara göre ithalat, Türkiye İstatistik Kurumu,

<http://www.mobilyadergisi.com.tr/ARSIV/66/default.asp>, Erişim: 20.01.2009.

URL-10 (2008) Süleyman Demirel Üniversitesi, Genel İşletme, Yrd. Doç. Dr. Hasan Alkan

http://ormanweb.sdu.edu.tr/halkan/ol_isletme/genel_isletme_7.pdf Erişim Tarihi: 20.01.2009.

URL-11 (2008) Bilgi Paylaşım Sitesi, Şirket Türleri,

<http://www.bilgipasaji.com/forum/muhasebe-388/145957-sirket-turleri.html>

Erişim Tarihi: 20.01.2009.

URL-12 (2008) Kayseri Valiliği İnternet Sitesi, Kayseri Küçük Sanayi Siteleri,

<http://www.kayseri.gov.tr/icerix.asp?catxid=16&idx=513&pn=&ekrantip=true&ayrica=listegetir&menu=ekonomik&fx=icerik&dbx=icerik&tx=posix&asx=T.C.%20Kayseri%20Valiligi%20&basx=Sanayi> Erişim Tarihi: 20.01.2009.

URL-13 (2008) Kayseri Valiliği İnternet Sitesi, Kayseri'deki Madenler,

<http://www.kayseri.gov.tr/icerix.asp?catxid=19&ekrantip=true&ayrica=listegetir&menu=ekonomik&fx=icerik&dbx=icerik&tx=posix&asx=T.C.%20Kayseri%20Valiligi%20&basx=Madencilik> Erişim Tarihi: 20.01.2009.

URL-14 (2008) Kayseri Valiliği İnternet Sitesi, Kayseri'de Enerji,

<http://www.kayseri.gov.tr/icerix.asp?catxid=15&ekrantip=true&ayrica=listegetir&menu=ekonomik&fx=icerik&dbx=icerik&tx=posix&asx=T.C.%20Kayseri%20Valiligi%20&basx=Kayseride%20Enerji> Erişim Tarihi: 20.01.2009.

KAYNAKLAR (devam ediyor)

URL-15 (2008) Kayseri Sanayi Odası İnternet Sitesi, Dış Ticaret,

http://www.kayso.org.tr/kurumsal/index.php?sayfa_no=12, Erişim Tarihi:
23.12.2008.

Yeşiltaş Ü (2007) *Stok Kontrolü ve Bilgisayar Donanım Sektöründe Bir Uygulama*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İstanbul.

Yeniçeri B (2002) *Mobilya Sektörü Dış Pazar Araştırması*. İhracat Geliştirme Etüt Merkezi, İGEME Yayınları, Ankara. www.igeme.gov.tr Erişim Tarihi: 20.01.2009.

Yıldırım İ (2006) *Orman Endüstrisine Ait Bazı Ürün Gruplarının Avrupa Birliği Sürecinde Rekabet Edebilirliğinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi (Yayımlanmamış), KTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, Trabzon, s. 61-66.

Yüce G (2007) *Türkiye’de İmalat Yapan KOBİ’lerin Finansman Sorunları ve Çözüm Önerileri: Samsun İlinde Bir Uygulama*, Yüksek lisans Tezi (Yayımlanmamış), Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Isparta, 178 s.

Zengin A (2006) Eastern Mediterranean University, Makroekonomik İstikrar ve KOBİ’ler, www.emu.edu.tr/smeconf/turkcepdf/bildiri_37.pdf, Erişim Tarihi: 20.01.2009.

GENEL BİLGİLER

1. İşletmenin kuruluş yılı nedir? _____

2. İşletmenin kuruluş sermayesi ne kadardır?

_____ YTL

3. İşletmenin kuruluş durumu aşağıdakilerden hangisidir?

- Miras yolu ile
 Kendi teşebbüsü ile
 Diğer (ortaklık v.s)

4. İşletmenin hukuki durumu nedir?

- Ferdi mülkiyet
 Adi ortaklık
 Limitet Şirketi
 Anonim Şirketi
 Kolektif Şirketi
 Komandit Şirketi
 Kooperatif

5. İşletmenin bu günkü ekonomik değeri nedir? (Makine, teçhizat, tezgâh, vs...)

_____ YTL

6. İşyeri sizin mi yoksa kiracı olarak mı bulunuyorsunuz?

- Kiracı
 Kendi sahipliği

7. İşletmenin kuruluş gerekçesi nedir?

- Aile mesleği olması
 Bağımsız çalışma arzusu
 Ücretli çalışma olanağının olmaması
 Sosyal yakınlık kazanmak
 Güven ve kazanç arzusu
 Kendi yerleşim biriminde iş sahibi olabilmek
 Diğer

8. İşletmenizde günlük olarak işleyebileceğiniz maksimum kapasiteniz nedir?

_____ (m³)

9. İşletmeniz de günlük olarak gerçekleştirebildiğiniz ortalama kapasiteniz nedir?

_____ (m³)

10. Bir metre küp hammaddeden aldığınız verim ne kadardır?

(%) _____

11. İşletmenin kuruluşunda herhangi bir teşvikten yararlanmış mıdır?

- Evet
 Hayır

12. İşletmenin bulunduğu bölgede aşağıdaki faktörlerin yeterlilik derecelerini belirleyin.

Ulaşım

- İyi Vasat Kötü

Enerji

- İyi Vasat Kötü

Eğitim imkânı

- İyi Vasat Kötü

Sosyal çevre

- İyi Vasat Kötü

13. Bu faktörler üretim üzerinde nasıl bir etkiye sahiptir?

- Elverişsiz şartlar üretimi kısıtlamaktadır.
 İstenilen sürede hammadde temin edilememektedir.
 Üretim üzerine olumsuz etki olmamaktadır
 Diğer

14. İşletmenin kuruluş yerini uygun buluyor musunuz?

- Evet
 Hayır diyorsanız sebepleri nelerdir?

15. İşletmenin fiziki planlanmasından memnun musunuz?

- Evet
 Hayır

HAMMADDE

1. Hammaddeyi nereden temin ediyorsunuz?

- Dış Pazar
 İç Pazar

2. Dış pazardan temin ediyorsanız, nereden temin ediyorsunuz?

3. Hammaddeyi nasıl temin ediyorsunuz?

- İhaleyle,
 Tüccardan doğrudan alımla,
 Diğer (Özel orman, vs...)

4. Bir ayda aldığınız hammadde miktarı ortalama olarak ne kadardır(m³)

_____ (m³)

5. Hammadde satıcılarının size tanıdığı kredi süresi kaç aydır?

- 0 - 3 ay
 4 - 7 ay
 8 - 11 ay
 12 - 16 ay
 Daha fazla

6. Hammadde temininde karşılaşılan sorunlar nelerdir?

- Fiyatın yüksek olması
 Kalite sorunu
 İstenilen fiyatın bulunamaması
 Diğer (Nakliye, vs...)

7. Dış pazarlardan hammadde getirilmesi sizi ne yönde etkiledi?

- Fiyatların artmasına neden oldu
 Fiyatların düşmesine neden oldu
 Hammadde kalitesi yükseldi
 Hammadde kalitesi düştü
 Herhangi bir etkisi olmadı

8. Hammadde temininde problem var mı?

- Yok
 Var, Var ise Hammadde problemi öncelikleri nelerdir?

- Uygun fiyat
 Kalite
 Miktar
 Zamanında bulamama
 Boyut
 Diğer (makine, vs...)

9. Yeterli hammadde stoğu yapabiliyor musunuz?

- Evet
 Hayır, Hayır ise Yeterli hammadde stoğu yapamama nedenleri nelerdir?

- Sermaye yetersizliği
 Stok yapacak hammadde bulamama
 Stok yapacak alan yetersizliği
 Diğer

10. İşletmede daha çok hangi hammadde kullanıyor?

- Ladin
 Göknar
 Çam
 Meşe
 Kayın
 Diğer _____

11. Yardımcı malzeme problemi var mı?

- Var Yok

ÜRETİM

1. İşletme üretim sırasında kullandığı ana üretim araçlarında yenilik yapmayı düşünmekte midir?

- Evet diyorsanız nedenleri nelerdir?
 Rakip firmaların daha yüksek teknolojik şartlara sahip olması
 Mevcut makine ve teçhizatın verimli kullanılmaması
 Yeni teknolojinin maliyetleri düşürebileceği düşüncesi
 Artan talebi karşılayabilmek
 Diğer
 Hayır diyorsanız nedenleri nelerdir?
 Oldukça pahalı oluşu
 Uygun Pazar şartlarının ve yeterli talebin olmayışı
 Finansal bakımdan uygun olmayışı
 Yeni teknolojiyi kullanabilecek eleman olmayışı
 Diğer

2. Üretimde kullanılan makine teçhizatın durumları nedir?

- CNC
 Otomasyon
 Yarı otomasyon

3. İşletmede bilgisayar kullanılmakta mıdır? Hangi amaçlar için kullanılmaktadır?

- Evet
 Tasarım
 Kalite kontrol
 Muhasebe
 Diğer

Hayır

PAZARLAMA

1. Satış fiyatının belirlenmesinde etkili olan faktörler nelerdir? Lütfen önceliğe göre çizgilere 1, 2, 3, 4 yazarak sıralayınız
__ Hammadde
__ İşçilik
__ Enerji
__ Diğer

2. Ürettiğiniz ürünlerle ilgili pazarlama problemlerinizi var mı?
 Yok
 Var, var ise pazarlama problemi öncelikleri nelerdir?
 Üretim maliyetleri yüksek
 Tüketiciler bilinçsiz
 Pazarlama ağı yetersiz
 Satış elemanları yetersiz
 Ürünlerin kalite düzeyi yetersiz
 Rekabet gücümüz zayıf

3. İşletmenin ürünlerini satış aşamasında yararlandığı dağıtım kanalı nedir?
 Doğrudan doğruya tüketiciye satış
 Ürünleri bir toptancıya satmak
 Ürünlerini bir perakendeciye satmak
 Özel bir satış birimi kullanmak
 Diğer

4. Satışlar en fazla hangi tüketici kesimine sunulmaktadır?
 En son tüketiciye veya aile bireyine
 Endüstriyel kullanıcılara

5. İşletmenin yöneldiği pazar düzeyi nedir?
 İl ya da ilçe düzeyinde (mahalli)
 Bölgesel
 Ulusal
 Uluslar arası

İNSAN KAYNAKLARI

1. İşletmenizde toplam çalışan sayısı nedir?

→ Yönetici _____
→ Mühendis _____
→ İşçi _____
→ Memur _____
→ Diğer _____

2. Haftada çalışılan gün sayısı nedir?

- 4 gün
 5 gün
 6 gün
 7 gün

3. Günde ortalama olarak çalışılan saat sayısı nedir?
 6 - 8 saat
 9 - 11 saat
 12 - 14 saat
 15 - 17 saat

4. Üretimde çalışanların durumu nedir?
 İş sahibi ve ortaklar (Kar dışında emeğinin karşılığında para alanlar),
 Ücretsiz çalışan aile fertleri,
 Ücretli çalışanlar.

5. Çalışan işçilerin yaş durumları nedir?
→ 15 - 20 yaş arası _____
→ 21 - 30 yaş arası _____
→ 31 - 40 yaş arası _____
→ 41 yaş ve üzeri _____

6. Ücretle çalışan işçilere ödemeyi neye göre yapıyorsunuz?
 Haftalık
 Aylık
 Parça başına
 Diğer

7. Çalışanların eğitim seviyesi nedir?
→ Okur - yazar _____
→ İlkokul mezunu _____
→ Ortaokul mezunu _____
→ Lise mezunu _____
→ Çıraklık eğitimine devam ediyor veya mezun olmuş _____
→ Üniversite mezunu _____

8. İşletmenizde çalışan teknik elemanlar ve sayısı nedir?
→ Orman Endüstri Müh. _____
→ Ağaç İşleri Müh. _____
→ Diğer Mühendisler _____
→ Teknik elemanlar _____
→ Diğer _____

9. Personel tedariki ile ilgili olarak sıkıntınız var mı?
 Yok
 Var, Var İse personel sıkıntısı öncelikleri nelerdir?

İTHALAT-İHRACAT

1. İşletme İhracat yapmakta mıdır?
 Evet
 Hayır

2. Dış Pazar konusunda herhangi bir araştırmada bulunulmakta mıdır?
 Evet
 Hayır

3. İşletmenin ihracat yapmama nedeni nedir?
 Kaynak yetersizliği
 İstikrarsız ekonomik şartlar
 Pazarlar hakkında bilgi yetersizliği
 Yetişmiş eleman eksikliği
 Diğer

4. Orman ürünleri sanayisinin gümrük birliğinde karşılaşılabileceği temel problem nedir?
 Teknolojik eksiklik
 Kalite eksikliği
 Pazarlama eksikliği
 Verim düşüklüğü
 Diğer (Otomasyon)

DİĞER

1. İşletmenin aynı üretim alanında faaliyet gösteren bir başka işletme ile işgücü, kapasite veya üretim hacmini artırmak veya işgücü yetersizliği ve çalışma alanı gibi sorunları azaltmak amacıyla ortaklaşa çalışma yapılmakta mıdır?
 Evet
 Hayır

Ortaklaşa çalışma yoksa nedeni nedir?

- Güvensizlik hissi
 Uygun çalışma ortamının olmayışı
 Ortaklaşa çalışma yapabilecek firmalar düzeyinde bilgi eksikliği
 Ortaklaşa yapabilecek düzeyde iş imkânının olmaması
 Diğer

2. İşletmenin gelecekte büyütülmesi düşünülmekte midir?
 Evet
 Hayır

3. İşletmenin büyütülmesinde önemli kabul edilen temel faktör nedir?
 Satışları arttırabilmek
 Yeni müşteri ve pazarlara ulaşabilmek

Yeni teknolojiyi ele geçirmek
 Finansal kaynakları yeterince temin edebilmek
 Diğer

4. İşletme sahibi veya yöneticisi faaliyet gösterdiği pazarlar haricinde orman ürünleri sanayi ile ilgili olarak diğer pazara girme düşüncesi taşımakta mıdır?
 Evet
 Hayır diyorsanız nedenleri nelerdir?
 Yeterli finansal kaynağın olmaması
 Yeterli eleman eksikliği
 İşyerindeki kontrolün kaybedilme endişesi
 Diğer

SEKTÖR

1. Sizce orman ürünleri sanayisinin gelişimi için neler yapılmalıdır?

2. Sizce orman ürünleri sanayisinin sorunları nelerdir?

ÖZGEÇMİŞ

Abdullah Abdülkadir KARADUMAN 1984 yılında Yozgat'ta doğdu. İlk, orta ve lise öğrenimini Yozgat'ta tamamladı. 2002 yılında Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Orman Fakültesi Orman Endüstri Mühendisliği Bölümü'nde lisans eğitimi almaya hak kazandı. 10.07.2006 yılında Orman Endüstri Mühendisliğinden mezun oldu. 2006 yılı içinde Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Orman Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalında yüksek lisans eğitimine başladı. Halen yüksek lisans eğitimine devam etmektedir.

ADRES BİLGİLERİ

Adres : Köseoğlu Mah. Bahçeler Sok.
Hasret Apt. B Blok Kat:3 No:6
YOZGAT/MERKEZ
Tel : 0 546 452 52 00
E-posta : kadirkaraduman@gmail.com

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.
This page will not be added after purchasing Win2PDF.