

Disciplines: Business Administration, Economy, Econometrics, Finance, Labour Economics, Political Science, Public Administration, International Relations

Article Arrival Date (Makale Geliş Tarihi) 19/07/2017

The Published Rel. Date (Yayın Kabul Tarihi) 22/08/2017

Article Published Date (Makale Yayın Tarihi) 30.08.2017

KÜRESEL PAZARLAMA YÖNETİMİ YAKLAŞIMIYLA ÇOK BOYUTLU YÖNETSEL YATIRIM ANALİZİ VE PORTFÖY YÖNETİMİ-YOZGAT SANAYİ BÖLGESİNDE FAALİYET GÖSTEREN İŞLETMELERİN İHTİYAÇ ANALİZİ *

MULTI-DIMENSIONAL MANAGERIAL INVESTMENT ANALYSIS AND PORTFOLIO MANAGEMENT WITH GLOBAL MARKETING MANAGEMENT APPROACH - NEEDS ANALYSIS OF ENTERPRISES OPERATING IN YOZGAT INDUSTRIAL ZONE

Öğr.Gör.Dr. Şaban ALTIN

Bozok Üniversitesi, SMYO, Büro Hizmetleri ve Sekreterlik Bölümü, Yozgat/Türkiye

Yrd.Doç.Dr. Cihat KARTAL

Kırıkkale Üniversitesi, İ.İ.B.F İşletme Bölümü, Üretim Yönetimi ve Pazarlama A.B.D, Kırıkkale/Türkiye

Doç. Dr. Tansel HACIHASANOĞLU

Bozok Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Yozgat/Türkiye

ÖZ

Küreselleşen dünyada pazar gereksinimlerine uygun yeni yatırım alanlarının keşfedilmesi ve bu alanlara yapılacak yatırımların işletme sermayesine uygun biçimde geliştirilmesi işletmelerin rekabet yönetimlerinde önem kazanmıştır. Yapılan akademik incelemeler ağır sanayi ürünleri hariç olmak üzere üretilen ürünlerin hayat seyirlerinin on yılların altında olduğunu göstermiştir. Bu durumda işletmeler sürekli bir yenilik arayışına girmek ve yeni yatırım alanlarına kaynaklarını tahsis etmek zorunda kalacaklardır. Bu anlamda günümüz işletmelerinin en önemli yönetsel sorunu, yeni yatırım alanlarına yönlendirilecek kaynak tahsisi olmuştur.

Araştırmanın sonuçlarına göre Yozgat ilindeki işletmelerin pazarlama faaliyetlerinin yürütülmesi ile ilgili yeterli bilgiye sahip olmadıkları, özellikle markalaşma sorunu, eksik kapasite kullanımı, nitelikli eleman ihtiyacı, haksız rekabet, lojistik (depolama ve nakliye) ve bölgenin yapısı (ulaşım, hammadde, pazara uzaklık, yatırım ve teşvik) ürün fiyatlandırması, ihracat oranların oldukça düşük olduğu, yatırım kaynaklarının finansmanında öz kaynak ağırlıklı ve oto finansmana dayalı bir yapıya sahip oldukları bu durumun büyümelerindeki ve küresel pazarlara açılmalarındaki en büyük engellerden biri olduğu ve iş hayatına ilişkin düşüncelerinin maliyetlerin düşürülmesi, nitelikli uzman personel, iç pazarda büyüme konularında ciddi anlamda desteğe ihtiyaç duyulurken, yatırım için ek finans, ilave işletme sermayesi, yeni bir alana girme, yeni ürün geliştirme, teknoloji iyileştirme, reklam ve promosyon konularında destek faaliyetlerinin olması işlerin daha kolay yürütülmesi konusunda fayda sağlayacağı görüşünde oldukları belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Küresel Pazarlama Yönetimi, Yatırım Analizi, Portföy Yönetimi

ABSTRACT

In the globalizing world, the discovery of new investment areas in line with market requirements and the development of the investments to be made in these areas in accordance with the operating capital have gained importance in competition management. Academic reviews show that the production of manufactured products, except heavy industrial products, is less than decades in their life cycle. In this case, businesses will have to enter a search for constant innovation and allocate resources to new investment areas. In this sense, the most important managerial problem of today's enterprises has been resource allocation to be directed to new investment areas.

According to the results of the survey, the enterprises in Yozgat province do not have sufficient knowledge about the execution of the marketing activities, especially the problems of branding, lack of capacity utilization, need for qualified personnel, unfair competition, logistics (storage and transportation) and structure of the region (transportation, raw materials, product pricing means that export rates are quite low, that they have a self-funded and auto-financed structure in financing investment resources and that this is one of the biggest hurdles to their growth and opening up to global markets and that reducing the costs of business considerations, Additional funding for investment, additional operating capital, entry into new territory, new product development, technology improvement, advertising and promotions will be discussed while serious support is needed in market growth. it was found that they would benefit from the fact that immediate support activities are easier to manage.

Keyword: Global Marketing Management, Investment Analysis, Portfolio Management

* Bu Çalışma 1. Uluslararası Bozok Sempozyumunda Bildiri Olarak Sunulan Çalışmadan Uyarlanmıştır.

1. GİRİŞ

Günümüzde ekonomiden siyasete, teknolojiyen sosyo-kültürel faaliyetlere kadar her alanda meydana gelen hızlı değişim ve dönüşüm, tüketici istekleri ve ihtiyaçlarının yanı sıra işletmelerin rekabet güçlerinin de değişmesine yol açmaktadır. Ekonomik ve sosyal yapıda meydana gelen bu değişim ve dönüşüme etki eden en büyük güç, teknoloji ve küreselleşmedir (Kotler, 2003: 4). Küreselleşmenin etkisi ile birlikte tüm dünyada pazar gereksinimlerine uygun yeni yatırım alanlarının keşfedilmesi ve bu alanlara yapılacak yeni yatırımların işletme sermayesine uygun biçimde geliştirilmesi işletmelerin rekabet stratejilerinin oluşturulmasında önem kazanmıştır. Bu durum beraberinde dünya finansal piyasalarının hızla bütünleşmesine ve küresel bir piyasa olma yolunda ilerlemesine neden olmaktadır. Gelişmekte olan birçok ülke, bu gelişmelerin dışında kalmamak için pazarlarını uluslararası sermayeye açmışlar ve küreselleşen dünyaya ayak uydurabilmek için yeni reformları hayata geçirmiş ve böylece yabancı sermaye hareketleri önündeki engelleri kaldırmışlar. Bunun sonucu olarak da gelişmekte olan ülkeler daha çok yabancı yatırım çekmeye başlamış ve genellikle gelişmiş ülkelerde yoğunlaşan doğrudan yabancı yatırımlar gelişmekte olan ülkelere doğru kaymıştır. Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının ülkelerin ekonomik kalkınmasına ve istikrarına olan katkısının da anlaşılmasıyla, ülkeler bu yatırımları kendi ülkelerine çekebilmek için yoğun rekabet içine girmişler. Bu amaçla yabancı sermaye hareketleri önündeki sınırlamaları kaldırarak ülkeye sermaye girişini teşvik etmişlerdir (Koyuncu, 2010: 56). Yapılan araştırmalar gösteriyor ki ağır sanayi ürünleri hariç olmak üzere üretilen ürünlerin hayat seyirlerinin on yılların altında kalmaktadır. Bu durumda işletmeler sürekli bir yenilik arayışına girmek ve yeni yatırım alanlarına kaynaklarını tahsis etmek zorundadırlar. Bu anlamda günümüz işletmelerinin en önemli yönetsel sorunu, yeni yatırım alanlarına yönlendirilecek kaynak tahsisi olmuştur.

2. ARAŞTIRMANIN KONUSU VE KAPSAMI

Yapılan bu araştırmanın temel amacı, yerel kalkınmanın baş aktörü sayılan organize sanayi bölgelerindeki işletmelerin mevcut durumlarının analiz edilerek ihtiyaçlarının belirlenmesidir. Bu nedenle Yozgat sanayi bölgesinde faaliyet gösteren işletmelerin ihtiyaç analizleri gerçekleştirilmiştir. Yozgat İlinin kalkınmasına katkı sağlayacak olan işletmelerin faaliyetlerini destekleyerek bölgede gerçekleştirilecek stratejik eylem planlarını ve bu konudaki çalışmalarını başlatmak, bu husustaki diğer çalışmalara katkı sağlamak, bölgede faaliyet gösteren işletmelerin mevcut durum analizlerini yapmak, işletmelerin küresel pazarlara açılmalarında karşılaştıkları sorunları belirlemek ve çözüm üretmek, ürün ve hizmet sunumlarının çeşitlendirilmesi için gerekli kaynaklara sahip olup olmadıklarının tespiti ve kaynakların doğru yönetilmesi için portföy yapılarının analiz edilerek potansiyelinin belirlenmesi sağlamak ve yerel ekonomiye katkı sağlamaktır. Aynı zamanda OSB’de bulunan işletmelerin faaliyetlerine göre ayırımı yaparak, bölgenin sanayi altyapısını ortaya çıkarmak ve daha sonraki bilimsel çalışmalara ışık tutmak amaçlanmıştır. Literatürde Küresel Pazarlama Yönetimi Yaklaşımıyla Çok Boyutlu Yönetimsel Yatırım Analizi ve Portföy Yönetimi – Yozgat Sanayi Bölgesinde Faaliyet Gösteren İşletmelerin İhtiyaç Analizi” üzerine bir araştırmaya rastlanılmamıştır. Fakat benzer konularda ve farklı bölgelerde yapılan çalışmalar şunlardır; Kırıkkale Üniversitesi, Fatma Şenses Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu öğretim elemanları tarafından gerçekleştirilen “Kırıkkale İli İhtiyaç Analizi Bir Vaka Çalışması” konulu bir araştırmada, Kırıkkale ili Organize Sanayi Bölgesinde yer alan işletmelerin ihtiyaç analizleri gerçekleştirilmiştir (Karakaya vd., 2016). Kastamonu İş Adamları Derneği (KİAD), Çankırı Esnaf ve Sanayici İş Adamları Derneği (ÇESİAD) ve Sinop Sanayici ve İş Adamları Derneği (SİSAD)’nin 2011 yılında TR82 Düzey 2 Bölgesi’nde yer alan Çankırı, Kastamonu, Sinop illerinin kalkınmasına yönelik bölgede gerçekleştirilecek stratejik eylem planlarının belirlenmesi için bir çalışma yapılmıştır (www.kuzka.org.tr, Erişim Tarihi: 18.02.2017). 2009 yılında Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi bünyesinde oluşturulan bir araştırma grubu tarafından Osmaniye iline yönelik olarak bir SWOT Analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucunda, Osmaniye ilinin sahip olduğu güçlü ve zayıf yanlar ile dış çevreden kaynaklanan fırsat ve tehditler tespit edilmeye çalışılmıştır (Büyükalaca vd., 2009:4-5). 2007 yılında “Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı”, “Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü” bünyesinde, yaptığı “Türkiye’de Organize Sanayi Bölgeleri ve Küçük Sanayi Sitelerinde İhtiyaç Duyulan Meslekler İle Yeterince

Karşılanamayan Meslekler ve Bu Konuda İşkur'un Rolü" adlı çalışma ile Organize Sanayi Bölgeleri ve Küçük Sanayi Siteleri incelenip, buralarda ihtiyaç duyulan ve karşılanmasında güçlük çekilen meslekler ortaya konulduktan sonra, İŞKUR'un işgücünün niteliğini ve istihdam edilebilirliğini arttırmaya yönelik düzenli olarak vermiş olduğu "İşgücü Yetiştirme Kurslarının" ortaya çıkan ihtiyacı ne kadarıyla karşıladığı ortaya konmaya çalışılmıştır. Araştırma sonunda düzenlenen İşgücü Yetiştirme Kursları değerlendirildiğinde, açılan kursların bölgelerde öne çıkan sektörlerle yönelik meslekler bazında düzenlendiği, ancak bazı ihtiyaç duyulan ve karşılanmasında güçlük çekilen mesleklere yönelik kurs düzenlenmediği, ya da ihtiyaç duyulan ve karşılanmasında güçlük çekilen meslekler grubunda yer almayan bazı mesleklere yönelik kursların yoğun olarak verildiği tespit edilmiştir (Aslan, 2007: 1-2). Yapılan çalışmalar incelendiğinde her bir çalışmanın farklı alanlara yoğunlaştığı ancak OSB işletmelerinin yurt dışı pazarlara açılmada karşılaştıkları pazarlama sorunlarına değinilmediği görülmüştür. Yapılan bu araştırma bu yönüyle diğer çalışmalardan farklılık arz etmektedir.

3. KÜRESEL PAZARLAMA YÖNETİMİ

Ticari engellerin giderek azaldığı, göçlerin önündeki engellerin ortadan kalktığı, sermaye akışının hızlandığı, doğrudan yabancı sermayenin serbest kaldığı ve teknoloji transferlerinin hızlandığı bir ortam (O'Rourke, 2001; Yakut, 2010: 5; Öneği, 2015: 15) olarak görülen, küreselleşmenin etkisiyle giderek daha fazla önem kazanan küresel pazarlama (uluslararası pazarlama), küresel boyuttaki tüketici ihtiyaçlarının yerli ve uluslararası rakiplerden daha iyi şekilde karşılanması ve pazarlama faaliyetlerinin küresel çevrenin sınırlamaları çerçevesinde koordine edilmesi şeklinde ifade edilmektedir. Bu nedenle küresel(uluslararası) pazarlama çok boyutlu bir yapıya sahiptir. Ortak girişim (Joint Venture), doğrudan/ dolaylı ithalat, ihracat, doğrudan yatırım ve projeler, stratejik iş birlikleri(satın almalar, birleşmeler) bu boyutlardan bazılarıdır (Tekin ve Zerenler, 2012: 359). Küresel pazarlamanın çok boyutlu bir yapıya sahip olmasının en önemli nedeni küresel iletişim teknolojilerinin sosyal, ekonomik, siyasi ve kültürel alanlarda meydana getirdiği değişimdir (Odabaşı ve Kılıçer, 2008: 31). Bu değişim küreselleşme sürecinin hızlanmasına dolayısıyla işletmelerin faaliyet alanlarının, rekabet şekillerinin, örgütsel yapılarının ve yönetim anlayışlarının değişmesine neden olmuştur. Artık sadece yerel ülke içerisinde veya çok sınırlı bir uluslararası çevrede gösterilen faaliyetlerin etkisiyle mücadele etmekten öte, küresel bir pazarda ve küresel rakiplerle mücadele zorunluluğu doğmaktadır. Küreselleşme sürecinin oluşturduğu yeni durumun temelinde, işletmelerin dünyanın bütün bölgelerinde hiçbir kısıtlamaya maruz kalmadan tek bir pazar gibi faaliyet gösterebilmesi çabası yatmaktadır (Tağraf, 2002: 33). Pazarlama faaliyetlerini evrensel boyutlarda sürdüren küresel işletmeler kendi iç pazarları dahil olmak üzere tüm dünya pazarlarına aynı ilgiyi göstermek zorundadırlar. İç pazar bir küresel veya yerel bir işletmenin hedef alabileceği dünya pazarlarından sadece biridir. Bu nedenle küresel pazarlarda faaliyet göstermek isteyen işletmeler, hem kendi iç pazarlarında hem de dünyanın her hangi bir ülkesinde üretim yapabilir ve bunu dünyanın diğer tüm ülkelerinde satışa sunabilirler (Karafakıoğlu, 2005:245). Belirtilen pek çok nedenden dolayı yerel işletmelerin, küreselleşme-yerelleşme süreçlerinin birbirleriyle etkileşiminin toplumsal yaşama ait oluşu ve toplumsal yaşamın kurucu ögesini anlatmak için, "küreselin yerelleşmesi" ve "yerel olanın küreselleşmesi" sonucunda ortaya çıkan yeni durum olarak ifade edilen "glocal"(küyerel) (Robertson, 1999: 21; Öneği, 2015: 39) işletmelere dönüşümlerinin sağlaması yerel ekonomilerin kalkınması için en önemli etkidir. Ancak yerel işletmelerin önündeki bu fırsatlar, bazı sorunları da beraberinde getirmiştir. Pazarlama sorunları, nitelikli iş gücüne duyulan ihtiyaç, teknolojik alt yapı sorunları, yatırım ve teşvik olanakları, yapılabirlik projeleri ve analizleri bu sorunlardan bazılarıdır. Yapılan bu araştırmanın amacı, Yozgat ilinde faaliyet gösteren işletmelerin küresel pazarlara açılmada yaşadıkları sorunların tespit edilmesi ve çözüm önerileri sunulmasıdır.

4. YATIRIM ANALİZİ VE PORTFÖY YÖNETİMİ

Finansal açıdan bakıldığında yatırım, yeni veya mevcut bir işe ilave kaynakların tahsis edilmesi olarak ifade edilebilir. Kavramsal olarak yatırım, fiziksel varlıklar stokundaki bir artış olarak tanımlanabilmektedir. Ekonomik anlamda ise yatırım, kaynakların üretim faktörlerinden olan sermayeyi artıracak şekilde yönlendirilmesi şeklinde ifade edilmektedir. İşletmeler açısından yatırım

kararları ise, işletmelerin ellerinde bulundurdukları varlık miktarını, bu varlıkların çeşitleri ve yatırımcılar tarafından algılanacak olan işletmenin iş ve risk görünüşünü belirleyici unsur olarak görüldüğü için önemlilik arz etmektedir (Sevim ve Sağlam, 2012: 4-5). İşletme yatırımlarının başarılı olması kaynakların en doğru şekilde kullanımına bağlanmaktadır. Bu nedenle yatırım kararlarının mevcut durumun ve yatırım yapılması düşünülen alanın sağlıklı bir şekilde analiz edilmesinden sonra verilmelidir (Gümüşkaynak, 2004: 1). Bu yüzden bir işletmenin ekonomik anlamda gelecek vaat etmesi, içinde bulunduğu mevcut durumun gereklerine göre alınacak yatırım kararlarına bağlıdır. Yatırım kararları alınmadan önce pek çok süreçten geçirilmektedir. Bu süreçlerde fizibilite (yapılabilirlik) analizi, yatırım kararlarının alınıp alınmamasında en önemli süreçtir (Sevim ve Sağlam, 2012: 4-5). Bununla birlikte yeni bir yatırımın gerçekleştirilmesinde maliyet de önemli bir etkidir. Dolayısıyla maliyet analizi yapılması bir yatırım kararındaki en önemli konularından biridir. Yatırımın kararlarının iyi bir biçimde hazırlanması ve yatırım alanının seçilmesi, tahsis edilen kaynakların etkin, verimli ve karlı bir biçimde değerlendirilmesi gerekmektedir (Ergen, 2008: 116). Yatırım kararı verilirken değişik yöntemler yardımıyla en başta fizibilite etütleri olmak üzere nakit akımı ve diğer verileri kullanarak teknik, ticari, finansman, ekonomik, sosyal, maliyet/etkinlik, yarar/maliyet, kurumsal ve çevresel analizler yapılır. Duyarlılık analizleriyle test ederek yatırım kararı verilir. Bu nedenle yöneticiler için karar vermedeki en önemli bilgilerden biri de maliyete ilişkin bilgilerdir. Bu bakımdan hazırlık aşamasından başlayarak her aşamada, o aşamanın gerektirdiği gerçekçi bir yaklaşımla maliyetin saptanması ve değerlendirmesi gerekir. Yatırım kararı ve gerekli kaynakların tahsisine ilişkin kararlar uzun süreli bir işletmenin başlangıcı olarak düşünülmelidir (Sevim ve Sağlam, 2012: 4-5). Sürekli olarak değişen sermaye piyasaları, bireysel ya da kurumsal yatırımcıların tasarruf birikimlerini sermaye piyasalarında kullanmaya başlamaları ile birlikte portföy ve portföy yönetimi teknikleri ve modellerine duyulan ilgi ve ihtiyacı artmıştır. Portföy yönetimi; yatırımcının elindeki fonları, mevcut menkul kıymet alternatifleri arasında, belirli bir risk düzeyinde, en fazla getiriyi, veya belirli bir getiri düzeyinde en az riski sağlayacak şekilde paylaşımınıdır. Portföy yöneticilerinin ve yatırımcıların amacı, ellerinde bulundurdukları hisse senedi, devlet tahvili ve diğer değerli varlıkların getirilerini maximum düzeye çıkarmaktır. Ağırlıklı olarak hisse senetlerinden oluşan portföylerde, varlıkların getirilerini en üst düzeye çıkarırken aynı anda risk faktörünü de minimum düzeyde tutabilmek hayati öneme sahiptir. Bu işlemi gerçekleştirebilmenin yolu, varlıkların bulunduğu portföyün etkin bir şekilde oluşturulması, yönetilmesi ve gerektiğinde önemli değişikliklerin yapılabilmesinden geçmektedir. Ana hedef; hangi varlıkların hangi oranlarda portföyde yer alacağına saptanması ve risk getiri dengesinin ne şekilde kurulacağına karar verilmesidir (Atan vd., 2002: 126). Portföy oluşturmada yatırımcıların aynı zamanda hem riski minimize etme hem de getiriyi maksimize etme amaçları çelişki yaratmaktadır. Portföy yönetiminde amaç, karar vericinin risk ve getiriye karşı gösterdiği tutum çerçevesinde portföy içine hangi varlıkların hangi oranlarda gireceğine ve zamanla değişen ekonomik koşullara bağlı olarak hangi varlıkların portföyden çıkarılacağına karar vermektir (Markowitz, 1952: 77; Ecer vd., 2009: 477). Yatırım kararını kolaylaştıran bir diğer yöntemde portföy yönetimidir. Portföy yönetiminde amaç, işletmelerin veya gerçek kişilerin, sahip oldukları varlıkların (hisse senedi, tahvil ve diğer değerli kağıtlar) toplam getirilerini, risk faktörünü de dikkate alarak mümkün olduğunca artırmaktır. Ağırlıklı olarak hisse senedinden, çeşitli menkul kıymetlerden meydana gelen tahviller ve benzeri türevleri portföyü oluşturur. Bu varlıkların getirisini artırmanın yolu portföyün etkin bir şekilde yönetilmesiyle mümkündür. Portföy yönetiminde amaç, karar vericinin risk ve getiriye karşı gösterdiği tutum çerçevesinde portföy içine hangi varlıkların hangi oranlarda gireceğine ve zamanla değişen ekonomik koşullara bağlı olarak hangi varlıkların portföyden çıkarılacağına karar vermektir (Akay vd., 2002: 126). Çalışma, bu anlamda başta finansal varlıkların etkin kullanımı ve tedariki olmak üzere, girişimcilerin yatırım kararı alırken ihtiyaç duyacağı varlıkların çok boyutlu modellerle analizini, küresel pazarlama yaklaşımı çerçevesinde analiz etmeyi amaçlamaktadır.

5. MATERYAL ve YÖNTEM

Araştırmanın evrenini Yozgat ili Organize Sanayi Bölgesinde aktif olarak faaliyet gösteren işletmeler oluşturmaktadır. Yozgat organize sanayi bölgesi resmi internet sitesinden (<http://www.yozgatosb.net/10.html>) elde edinilen bilgiye göre 2016 yılında OSB’de 30 adet işletme faaliyet göstermektedir. Araştırmada evrenin tamamına ulaşılması hedeflenmiştir. Ancak 30 işletme içerisinde aktif olarak çalışan 27 işletme bulunmaktadır. Bu işletmelerden 2 si çeşitli nedenlerle çalışmamıza katkıda bulunmamışlar. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Anket tekniği olarak ise yüz yüze anket tekniği uygulanmıştır. Araştırma ekibi tarafından özel olarak geliştirilen ölçek, 17 açık uçlu soru, 40 adet 5’li likert tipi soru, 67 adet 3’lü likert tipi soru ve 25 adet çoktan seçmeli anket sorularından oluşmaktadır. Ölçek içerisinde işletme tepe yöneticilerine ilişkin bilgiler, işletme hakkında genel bilgiler, işletme performansına yönelik bilgiler, dışarıdan alınan malzemelere yönelik bilgiler ve işletmenin geleceğe dönük ihtiyaçlarına yönelik bilgileri elde etmeye yönelik sorular yer almaktadır.

6. BULGULAR

Yozgat Organize Sanayii Bölgesindeki İşletmelerin Mevcut Durumuna ilişkin anket sorularının Cronbach's Alpha değerleri şekildeki gibi ifade edilmiştir. Çalışmamıza ilişkin diğer bulgular tablolar halinde açıklanmıştır.

Tablo 1: İşletmelerin Mevcut Durumuna İlişkin Sorularının Cronbach's Alpha Değerleri

DEĞİŞKEN	Cronbach's Alpha	N
Son Üç Yıldaki Değişim	,743	25
Gelecek Yıllardaki Beklenen Değişim	,736	25
İşletmenin Geleceğe Dönük İhtiyaçları	,557	23
Ürün Değişikliği	,596	25

Ankette yer alan soruların birbirleriyle olan tutarlılığını ve ilgilenilen sorunu ne derece yansıtılabildiğini ölçmek için yapılan güvenilirlik analizleri sonuçlarının 0 ile 1 arasında değer alması beklenmektedir. Buna göre 0,80 ile 1,00 arasında değerler yüksek derece güvenilirliğe sahip olduğu belirtilmektedir (Kalaycı, 2009: 404). Araştırmada yer alan tüm değişkenlerin Cronbach’s Alpha değerleri hesaplanmış ve α değerlerinin, kabul edilebilir olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 2: Yozgat Organize Sanayii Bölgesindeki İşletmelerin Mevcut Durumu

		Sayı	Total %
İşletmenizin Faaliyet Alanı	Ahşap Kapı - Mobilya	4	16,0%
	Beton - Hazır Beton	2	8,0%
	Buharlı Kazan Üretimi	2	8,0%
	Catring - Gıda Üretimi	1	4,0%
	Çelik Büro Malzemeleri - Çelik Eşya Üretimi	2	8,0%
	Makina Parçası	1	4,0%
	Mermer	0	,0%
	Metal	1	4,0%
	Plastik Malzeme Üretimi - Plastik Boru - Plastik Oyuncak	3	12,0%
	Tarım Organik Gübre	1	4,0%
	Tek Kullanımlık Medikal Ürünler	1	4,0%
	Tekstil Üretim	5	20,0%

Tablo2. (Devamı) Yozgat Organize Sanayii Bölgesindeki İşletmelerin Mevcut Durumu

	Yapı Kimyasalları	1	4,0%
	Kozmetik - Kozmetik Aletler	1	4,0%
	Total	25	100,0%
Kuruluş Yılı	1991-2000	7	28,0%
	2001-2014	18	72,0%
	Total	25	100,0%
Ortaklık Yapınız (Yerli-Yabancı)		Sayı	Total %
	Yerli - 100%	25	100,0%
	Total	25	100,0%
Şirket Yapınız	Limited Şirketi	19	76,0%
	Anonim Şirket	4	16,0%
	Şahıs Şirketi	2	8,0%
	Total	25	100,0%

Yukarıdaki tabloda İşletmelerin Faaliyet Alanlarına bakıldığında; Tekstil Üretimi %20, Ahşap Kapı - Mobilya %16, Plastik Malzeme Üretimi - Plastik Boru - Plastik Oyuncak %12'lik oranla en fazla faaliyet gösterilen alan olarak gözlemlenmiştir. Kuruluş Yılı dağılımına göre 1991-2000, 7 şirket (%28) faaliyet gösterirken, 2001-2014 yılları arasında 18 yeni işletme kurulmuştur. Toplam 25 işletme şuan faaliyetine devam etmektedir. Ortaklık Yapılarına göre (Yerli-Yabancı), 25 işletmenin tamamı yerli ortaklık şeklindedir. Şirket Yapılarına bakıldığında; Limited Şirketi 19 (76,0%), Anonim Şirket 4(16,0%), Şahıs Şirketi 2 (8,0%) dir.

Tablo 3: Ürün/Hizmet Sunumları ve Çalışanların Niteliklerine Göre İşletmelerin Dağılımları

		Sayı	Toplam%
Üretimizi kendi marka veya markalarınızla mı, yoksa başka firmaların markaları için mi yapıyorsunuz?	Firmamızın markası yok	6	24,0%
	Üretimimizi başka markalar için yapıyoruz	3	12,0%
	Kendi firmamız markası - markaları için üretiyoruz	16	64,0%
	Hem kendi markamızla hem de başka firmaların markaları için - fason - üretim yapıyoruz	0	,0%
	Total	25	100,0%
Sahip olduğu belge ve sertifikalar?	ISO 9000 - 9001	18	30,5%
	TSE	14	23,7%
	ISO 14000 - 14001	10	16,9%
	CE İŞARETİ	7	11,9%
	SANAYİ SİCİL BELGESİ	6	10,2%
	ISO 22000	3	5,1%
	TÜGEM RUHSATI	1	1,7%
	HACCP	0	,0%
	Total	59	100,0%
Mevcut işinizde kapasite kullanım oranınız ne düzeydedir?	% 10-20 ARASI	5	20,0%
	% 30-50 ARASI	9	36,0%
	% 60-100 ARASI	11	44,0%
	Total	25	100,0%

Tablo 3'de işletmelerin üretimizi kendi marka veya markalarınızla mı, yoksa başka firmaların markaları için mi yapıyorsunuz? Sorusuna verdikleri cevaplara göre 16 işletme 64,0% "Kendi

firmanız markası - markaları için üretiyoruz" şeklinde yanıtlamışlardır. 6 işletme 24,0% ise "firmanızın markası yok" şeklinde yanıtlamışlardır. Elde edilen bu yanıtlara göre yerel firmaların % 36'sının markalaşma sorunları yaşadığını veya bu konuda yeterli bilgi birikimine sahip olmadığını söylemek mümkündür. İşletmelerin sahip olduğu kalite güvence ve standartlarına ilişkin belge ve sertifikalara göre; ISO 9000 - 9001, sahibi 18 işletme (30,5%), TSE belgesi olan 14 işletme (23,7%), ISO 14000 - 14001 çevre güvenliği belgesi olan 10 işletme (16,9%) mevcuttur. İşletmelerin kapasite kullanım oranlarının; 5 işletmenin (20,0%) %10-20 arası kapasite ile, 9 işletmenin (36,0%) %30-50 arası kapasite ile 11 işletmenin (44,0%) %60-100 arası kapasite ile çalıştıkları görülmektedir. İşletmelerin kapasite kullanım oranlarına bakıldığında %56 sının eksik kapasiteyle çalıştıklarını belirtmektedir. Bu durum OSB işletmelerinin kaynak kullanımının verimli olmadığını ilerde maliyet artırıcı bir unsur olarak işletmelerin büyümelerine engel teşkil edeceği düşünülmektedir.

Tablo 4: İşletmelerin Karşılaştığı Pazarlama Problemleri

		Sayı	Toplam %
Karşılaştığımız satış ve pazarlama sorunları nelerdir?	Nitelikli eleman ihtiyacı	13	29,5%
	Haksız rekabet	10	22,7%
	Bölgesel sorunlar	7	15,9%
	Nakliye ve depolama sorunları	7	15,9%
	Ürünün fiyatı	3	6,8%
	Herhangi bir sorun yok	1	2,3%
	Üretim imkanlarının elverişsiz olması	1	2,3%
	Pazara uzaklık	1	2,3%
	Yeterli pazar araştırmasının olmaması	1	2,3%
	Ambalaj ve paketleme sorunları	0	,0%
	Ürünün kalitesi	0	,0%
	E-ticaret yapılmaması	0	,0%
	Total	44	100,0%

Tablo 4'de İşletmelerin karşılaştıkları satış ve pazarlama sorunları incelenmiş olup, işletmelere göre en önemli sorunların sıralaması; nitelikli eleman ihtiyacı (29,5%), haksız rekabet (22,7%), bölgesel sorunlar (15,9%), nakliye ve depolama sorunları (15,9%), ürünün fiyatı (6,8%) şeklinde sıralanmıştır.

Tablo 5: Yozgat OSB İşletmelerinin İthalat/İhracat Durumları

		Sayı	Toplam%
Firmanız ihracat yapıyor mu ?	Evet	13	52,0%
	Hayır	12	48,0%
	Total	25	100,0%
Sorusuna Evet Cevabı Verilenler İhracat Şekliniz Nasıldır?	Komisyoncu - Mümessil firma ile	2	15,4%
	Aracı Firma İle - Dolaylı İhracat	4	30,8%
	Müşteriye Doğrudan Satış	7	53,8%
	Total	13	100,0%
İhracatın toplam satışlara oranı (yıllık) %	% 10-20 ARASI	8	61,5%
	% 25-35 ARASI	2	15,4%
	% 80-100 ARASI	3	23,1%
	Total	13	100%

Tablo 5'de Yozgat OSB işletmelerinin ithalat/ihracat durumları incelenmiş olup, 13 işletmenin (52,0%) ihracat yaptığını, ihracat şeklinin ise %15,4 nin komisyoncu - mümessil firma ile %30,8 nin aracı firma ile - dolaylı ihracat, %53,8 nin de müşteriye doğrudan satış müşteriye doğrudan satış şeklinde yapıldığı gözlemlenmiştir.

Tablo 6: Yozgat OSB İşletmelerinin Yatırım Faaliyetlerine İlişkin Kaynak Kullanımları

		Sayı	Toplam %
Yatırımlarınızın finansmanı ile ilgili kaynak ihtiyacınız olduğunda, bunu genelde nasıl karşılıyorsunuz?	Bankalardan - ÖFK lardan	6	24,0%
	Tüccar-esnaf çevresinden	0	,0%
	Faktöring	1	4,0%
	Eş-dost- akrabadan	0	,0%
	Kendi kaynaklarımızdan - oto finansman	18	72,0%
	Yeni ortaklar yoluyla	0	,0%
	Total	25	100,0%
Firmanızın rutin işleminde, ticari veya katılım bankalarından fon/kredi kullanıyor musunuz?	Hayır kullanmıyorum	15	60,0%
	Evet kullanıyorum	10	40,0%
	Total	25	100,0%
“Evet” cevabı verilmiş ise) Kullanılan fon/kredi türü nedir?	Ticari kredi	6	60,0%
	İşletme kredisi	5	50,0%
	Teminat mektubu	4	40,0%
	Yatırım kredisi	0	,0%
	Elden nakit bulma	0	,0%
	İhracat kredisi	0	,0%
	Banka-ÖFK Kredisi	0	,0%
	Total	10	100,0%

Tablo 6'da Yozgat OSB işletmelerinin yatırım faaliyetlerine ilişkin kaynak kullanımlarını göstermektedir. Buna göre işletmelerin yatırımlarının finansmanı ile ilgili kaynak ihtiyacının neler olduğunda ve bunu genelde nasıl karşıladıklarına ilişkin verilere baktığımızda 18 (72,0%) işletmenin kendi kaynaklarından veya oto finansman yoluyla finansal kaynak sağladığı, 6 (24,0%) işletmenin bankaların ÖFK' larından yararlandığı 1 işletmeninde (4,0%) Faktöring şirketinden finansal destek sağladığı görülmektedir. Tüccar-esnaf çevresinden, Eş-dost- akrabadan veya Yeni ortaklardan herhangi bir finansal destek almadıklarını belirtmişlerdir. buna göre Yozgat ta faaliyet gösteren işletmelerin devlet desteklerini ve teşviklerinden yeterince haberdar olmadıkları veya bu destekleri kullanmadıklarını söyleyebiliriz.

Tablo 7: Yozgat OSB İşletmelerinde Çalışanların Dağılımı

		Sayı	Toplam %
Çalışan sayısı? (İdari personel)	1-5 ARASI	21	84,0%
	10-15 ARASI	4	16,0%
	Total	25	100,0%
Çalışanların sayısı (Teknik personel)	1-10 ARASI	2	8,0%
	11-20 ARASI	11	44,0%
	21-40 ARASI	9	36,0%
	41-70 ARASI	3	12,0%
	Total	25	100,0%

Tablo 7'de Yozgat OSB İşletmelerinde Çalışanların Dağılımına ilişkin veriler incelendiğinde, İdari personel olarak çalışanların sayısı 1-5 arasında olan işletmelerin sayısı 21(84,0%) 10-15 arası çalışana sahip işletmelerin sayısı ise 4 (16,0%) tür. Teknik personel olarak çalışanların sayısı 1-10 arası olan işletme sayısı 2 (8,0%), 11-20 arası olan 11 (44,0%), 21-40 arası olan 9 (36,0%) 41-70 arası olan 3 (12,0%) tür.

Tablo 8: Son Üç Yılda İşletme Faaliyetlerinde Meydana Gelen Değişimler

Son 3 Yılda Bu Konulardaki Değişim	Azalış gösterdi		Değişim yok		Artış gösterdi	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Üretim Miktarı	10	40,0%	2	8,0%	13	52,0%
Çalışan Eleman Sayısı	5	20,0%	7	28,0%	13	52,0%
Yurtdışı Satışlar	4	16,0%	14	56,0%	7	28,0%
Yurtiçi Satışlar	5	20,0%	8	32,0%	12	48,0%
Karlılık	17	68,0%	4	16,0%	4	16,0%
İşyeri Ve Çalışma Koşulları	3	12,0%	10	40,0%	12	48,0%
Yeni Yatırımlar	3	12,0%	5	20,0%	17	68,0%
Ürün Çeşitliliği	2	8,0%	19	76,0%	4	16,0%
İşletme Sermayesi	3	12,0%	18	72,0%	4	16,0%
Toplam Borç Miktarı	4	16,0%	17	68,0%	4	16,0%
Ürün İadeleri	0	,0%	16	64,0%	9	36,0%
Rekabet Gücü	5	20,0%	15	60,0%	5	20,0%
Ürün Fiyatları	6	24,0%	10	40,0%	9	36,0%
Ürün Maliyetleri	3	12,0%	4	16,0%	18	72,0%
Kapasite Kullanım Oranı	11	44,0%	9	36,0%	5	20,0%

Tablo 8’de son üç yılda işletmelerin faaliyetlerinde meydana gelen değişimler incelenmiş olup, 10 40,0% işletme üretim miktarında son üç yılda azalış olduğunu, 13 (52,0%) işletme ise üretim miktarı son üç yılda artış olduğunu belirtmiştir. Karlılık oranlarında ise 25 işletmeden 17’si (68,0%) karlılık oranlarında son üç yılda azalış meydana geldiğini belirtmiştir. 12 (48,0%) işletme yurtiçi satışlarında artış olduğunu belirtirken, 8 (32,0%) işletme yurt içi satışlarında herhangi bir değişim gözlemlenmemiştir. Ürün çeşitliliği, işletme sermayesi, toplam borç miktarı, ürün iadeleri, rekabet gücü, ürün fiyatları gibi konularda son üç yılda değişim yaşanmazken, ürün maliyetlerinin son üç yılda artış gösterdiğini düşünen işletme sayısı 18 (72,0%) dir. İşyeri ve çalışma koşulları ve yeni yatırımlarda artış yaşandığını belirten işletme sayısı ise sırasıyla 12(48,0%) ve 17 (68,0%)dir.

Tablo 9: Gelecek Yıllarda İşletme Faaliyetlerindeki Muhtemel Değişimler

Gelecek Yıllarda Bu Konulardaki Değişim	Azalış gösterdi		Değişim yok		Artış gösterdi	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Üretim Miktarı	8	32,0%	0	,0%	17	68,0%
Çalışan Eleman Sayısı	7	28,0%	0	,0%	18	72,0%
Yurtdışı Satışlar	5	20,0%	14	56,0%	6	24,0%
Yurtiçi Satışlar	6	24,0%	3	12,0%	16	64,0%
Karlılık	15	60,0%	0	,0%	10	40,0%
İşyeri Ve Çalışma Koşulları	3	12,0%	12	48,0%	10	40,0%
Yeni Yatırımlar	1	4,0%	7	28,0%	17	68,0%
Ürün Çeşitliliği	2	8,0%	20	80,0%	3	12,0%
İşletme Sermayesi	3	12,0%	18	72,0%	4	16,0%
Toplam Borç Miktarı	4	16,0%	18	72,0%	3	12,0%
Ürün İadeleri	5	20,0%	19	76,0%	1	4,0%
Rekabet Gücü	3	12,0%	13	52,0%	9	36,0%
Ürün Fiyatları	7	28,0%	8	32,0%	10	40,0%
Ürün Maliyetleri	5	20,0%	1	4,0%	19	76,0%
Kapasite Kullanım Oranı	6	24,0%	0	,0%	19	76,0%

Tablo 9’da Yozgat OSB işletmelerinin gelecek yıllardaki işletme faaliyetlerinde meydana gelebilecek muhtemel değişimler gözlemlenmiş olup elde edilen verilere göre işletmelerin %70’i üretim miktarı, çalışan eleman sayısı ve yurtiçi satışlarda artış meydana geleceği konusunda görüş bildirirken buna bağlı olarak, kapasite kullanım oranı, ürün maliyetleri, yeni yatırımlarda da önemli artışların meydana geleceğini öngördükleri söylenebilir. Bununla birlikte üretim miktarı, karlılık oranları ve ürün fiyatları konularında bir miktar azalış öngörülmektedir. Yurtdışı satışlar, ürün çeşitliliği, işletme sermayesi, toplam borç miktarı, ürün iadeleri, rekabet gücü gibi konularda gelecekte bir değişim olması beklenmemektedir.

Tablo10: İşletmelerin Dışardan Temin Ettiği Danışmanlık ve Eğitim Hizmetleri

		Sayı	Toplam %
Geçmiş yıllarda dışardan temin ettiğiniz danışmanlık ve eğitim hizmetleri aldınız mı?	Evet	16	64,0%
	Hayır	9	36,0%
	Total	25	100,0%

Tablo 10’da işletmelerin geçmiş yıllarda dışardan temin ettikleri danışmanlık ve eğitim hizmetleri incelenmiştir. Buna göre işletmelerin 64,0%’ü eğitim ve danışmanlık hizmeti aldığını belirtirken, 36,0%’ sı bu konuda herhangi bir destek almamaktadırlar.

Tablo 11: İşletmelerin Dışardan Temin Ettiği Danışmanlık Ve Eğitim Hizmetlerinin Türü

Geçmiş yıllarda dışardan temin ettiğiniz danışmanlık / eğitim hizmetleri	Aldık		Almadık	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Diğer - İş Sağlığı ve Güvenliği / Danışmanlık	16	64,0%	9	36,0%
Diğer - İş Sağlığı ve Güvenliği / Eğitim	16	64,0%	9	36,0%

Tablo 10 ve Tablo 11 birlikte değerlendirildiğinde İşletmelerin Dışardan Temin Ettiği Danışmanlık ve Eğitim Hizmetlerinde işletmelerin 16’sı (%64) ü geçmiş yıllarda danışmanlık veya eğitim hizmeti aldığını belirtmiştir. Ancak tablo 11 deki verilere bakıldığında bu hizmetlerin iş sağlığı ve güvenliği alanlarında olduğu görülmektedir. Bunun nedeni zorunlu bir eğitim hizmeti olmasında kaynaklandığı söylenebilir. Yani işletmelerin hiç biri devlet teşvikleri girişimci destekleri veya üniversite-sanayi iş birliğinde yürütülebilecek faaliyetler konusunda herhangi bir danışmanlık ve eğitim hizmeti almamışlardır.

Tablo12: Yozgat OSB deki İşletmelerin İş Hayatına İlişkin Düşünceleri

İlinizdeki iş hayatına ilişkin olarak aşağıdaki konular hakkında ne düşünüyorsunuz?	Mak.	Min.	Ortalama	Standart sapma	N
Yatırım için ek finans	5,00	1,00	3,40	1,68	25
İlave işletme sermayesi	5,00	1,00	3,20	1,53	25
Kalitenin iyileştirilmesi	5,00	1,00	2,12	1,27	25
Dış pazara açılma	5,00	1,00	2,63	1,28	24
İç pazarda büyüme	5,00	2,00	3,63	1,06	24
Markalaşma	5,00	1,00	2,44	1,39	25
Yeni bir alana girme	5,00	2,00	3,08	1,08	25
İşletmenin yeniden yapılanması	3,00	1,00	1,84	,55	25
Nitelikli ilave yönetici	4,00	1,00	2,00	1,00	25
Nitelikli uzman personel	5,00	1,00	3,80	1,22	25
Yeni ürün geliştirme	5,00	2,00	3,40	1,44	25
Maliyet düşürme	5,00	4,00	4,64	,49	25
Teknoloji iyileştirme	5,00	2,00	3,04	,98	25
Yurtiçi ortaklık	5,00	1,00	2,16	,99	25
Yurtdışı ortaklık	4,00	1,00	2,08	,81	25
Yeni dağıtım kanalı oluşturma	5,00	1,00	2,18	,91	22
Elektronik ticarete geçiş	5,00	1,00	2,44	1,29	25
Yönetim danışmanlığı	3,00	1,00	1,68	,63	25
Çalışanların işbaşı eğitimi	4,00	1,00	2,36	,86	25
Yönetici eğitimi	3,00	1,00	1,68	,63	25
Satış ve pazarlama	5,00	2,00	2,72	1,02	25
Reklam ve promosyon	5,00	1,00	3,40	1,15	25
Ulaşım imkânlarının iyileştirilmesi	5,00	2,00	2,86	1,17	22

Tablo 12’de işletme sahiplerinin verdiği cevapların sıralaması 5’li likert ölçeğine göre sıralanmıştır. Buna göre; 1 Hiç ihtiyaç yok, 2 İhtiyaç yok, 3 Biraz ihtiyaç var, 4 İhtiyaç var, 5 Kesinlikle ihtiyaç var, 6 Fikrim yok şeklindedir. Yozgat OSB deki işletmelerin iş hayatına ilişkin düşünceleri maliyetlerin düşürülmesi, nitelikli uzman personel, iç pazarda büyüme konularında ciddi anlamda desteğe ihtiyaç duyulurken, yatırım için ek finans, ilave işletme sermayesi, yeni bir alana girme, yeni ürün geliştirme, teknoloji iyileştirme, reklam ve promosyon konularında destek faaliyetlerinin olması işlerin daha kolay yürütülmesi konusunda fayda sağlayacağı görüşündedirler. Bununla birlikte ulaşım imkânlarının iyileştirilmesi, dış pazara açılma, markalaşma, işletmenin yeniden yapılanması,

yurtiçi ortaklık, yurtdışı ortaklık, yeni dağıtım kanalı oluşturma, elektronik ticarete geçiş, çalışanların işbaşı eğitimi, satış ve pazarlama, kalitenin iyileştirilmesi konularında herhangi bir değişim ve desteğe ihtiyaç duymadıklarını belirtmişlerdir. En fazla dikkati çeken bulgular ise, işletme sahiplerinin, işletmenin yeniden yapılanması, nitelikli ilave yönetici, yönetim danışmanlığı, yönetici eğitimi gibi konularda hiçbir desteğe ihtiyaç duymadıkları ve bu konularda kendilerini fazlasıyla yeterli gördüklerini söylemek mümkündür.

Tablo 13: Mevcut Bir Üründe Değişiklik Yapmak Veya Yeni Bir Ürün Geliştirmek İstenildiğinde Başvurulan Yollar

	Hiçbir zaman		Çok az		Bazen		Genellikle		Her zaman	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Başka işletmelerde veya fuarlarda görüp satın alıyoruz, teknoloji transferi yapıyoruz.	18	72,0%	2	8,0%	0	,0%	0	,0%	5	20,0%
Kendi Ar-Ge bölümümüzü kullanıyoruz.	19	76,0%	2	8,0%	0	,0%	0	,0%	4	16,0%
Üniversitedeki ilgili bölümlerle işbirliği kuruyoruz.	20	80,0%	3	12,0%	2	8,0%	0	,0%	0	,0%
Teknokentteki diğer şirketlerle işbirliği kuruyoruz.	23	92,0%	2	8,0%	0	,0%	0	,0%	0	,0%
Özel Danışmanlık/Araştırma firmalarıyla işbirliği kuruyoruz.	23	92,0%	1	4,0%	1	4,0%	0	,0%	0	,0%
Benchmarking(Kıyaslama) yapıyoruz.	23	92,0%	2	8,0%	0	,0%	0	,0%	0	,0%
Beyin fırtınası yapıyoruz.	16	64,0%	1	4,0%	0	,0%	2	8,0%	6	24,0%
Sigma uyguluyoruz.	23	92,0%	2	8,0%	0	,0%	0	,0%	0	,0%
Outsourcing(Dış Kaynaklardan Yararlanma) yapıyoruz.	19	76,0%	0	,0%	0	,0%	2	8,0%	4	16,0%
Değişim Mühendisliği (reengineering) yapıyoruz.	23	92,0%	2	8,0%	0	,0%	0	,0%	0	,0%
Fason şirket olduğumuz için herhangi bir girişimimiz olmadı	23	92,0%	2	8,0%	0	,0%	0	,0%	0	,0%
Ürünümüzle ilgili bu zamana kadar herhangi bir değişiklik yapmadık	19	76,0%	3	12,0%	0	,0%	0	,0%	3	12,0%

Tablo 13’de işletme sahiplerinin ürün çeşitlendirmesi ve yeni ürün oluşturma sürecine ilişkin verdiği cevapların sıralaması 5’li likert ölçeğine göre sıralanmıştır. Buna göre; Sıklık düzeyine göre 1= Hiçbir Zaman, 2=Çok Az, 3=Bazen, 4=Genellikle, 5=Her Zaman şeklinde sıralanmıştır. İşletmelerin önemli bir çoğunluğu küçük işletme olduğundan ürün geliştirme ve yeni ürün oluşturma sürecinde ARGE birimine sahip değildiler. Bu nedenle mevcut bir üründe değişiklik yapmak istediklerinde veya yeni bir ürün geliştirmek istenildiğinde başvurulan yollar kısıtlıdır. İşletmelerin neredeyse tamamı yöneltilen sorulara olumsuz yanıt vermişlerdir. İlgili değerler Tablo 13’de yer almaktadır.

7. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Araştırma sonuçlarına genel olarak bakıldığında Yozgat İli organize sanayi bölgesi resmi internet sitesinden (<http://www.yozgatoseb.net/10.html>) elde edinilen bilgiye göre 2016 yılında OSB’de 30 adet işletme faaliyet göstermektedir. Araştırmada evrenin tamamına ulaşılması hedeflenmiştir. Ancak 30 işletme içerisinde aktif olarak çalışan 27 işletme bulunmaktadır.

İşletmelerin Faaliyet Alanlarına bakıldığında; Tekstil Üretimi %20, Ahşap Kapı - Mobilya %16, Plastik Malzeme Üretimi - Plastik Boru - Plastik Oyuncak %12’lik oranla en fazla faaliyet gösterilen alan olarak gözlemlenmiştir. Kuruluş Yılı dağılımına göre 1991-2000, 7 şirket (%28) faaliyet gösterirken, 2001-2014 yılları arasında 18 yeni, işletme kurulmuştur. Toplam 25 işletme şuan faaliyetine devam etmektedir. Ortaklık Yapılarına göre (Yerli-Yabancı), 25 işletmenin tamamı yerli ortaklık şeklindedir. Şirket Yapılarına bakıldığında; Limited Şirketi 19 (76,0%), Anonim Şirket 4(16,0%), Şahıs Şirketi 2 (8,0%) dir.

Bölgenin sanayi alt yapısını ortaya koymak ve işletmelerin eksik yönlerini tespit etmek amacıyla yönelttiğimiz sorulardan elde edilen bulgulara göre; aktif 25 işletme içinde, 16 işletmenin, Kendi markaları için üretim yaptığı tespit edilmiş olup, diğer 6 işletmenin ise firmalarının markası olmadığı diğer firmalara üretim gerçekleştirdiği görülmüştür. İşletmelerin sahip olduğu kalite güvence ve standartlarına ilişkin belge ve sertifikalara göre; ISO 9000 - 9001, sahibi 18 işletme (30,5%), TSE belgesi olan 14 işletme (23,7%) , ISO 14000 - 14001 çevre güvenliği belgesi olan 10 işletme (16,9%) mevcuttur. İşletmelerin kapasite kullanım oranlarının; 5 işletmenin (20,0%) %10-20 arası kapasite ile 9 işletmenin, %30-50 arası kapasite ile 11 işletmenin %60-100 arası kapasite ile çalıştıkları görülmektedir. İşletmelerinin ithalat/ihracat durumları incelendiğinde, 13 işletmenin (52,0%) ihracat yaptığını, ihracat şeklinin ise %15,4 nin komisyoncu - mümessil firma ile %30,8 nin aracı firma ile - dolaylı ihracat, %53,8 nin de müşteriye doğrudan satış müşteriye doğrudan satış şeklinde yapıldığı gözlemlenmiştir.

İşletmelerin finansal varlıklarını etkin kullanıp kullanmadıklarını belirlemek, Yeni yatırımların gerçekleşmesi için ihtiyaç duyulan finansal kaynakların nerden temin edilecekleri hakkında bilgi sahibi olup olmadıklarının tespiti, Yozgat OSB işletmelerinin yatırım faaliyetlerine ilişkin kaynak kullanımını göstermektedir. Buna göre işletmelerin yatırımlarının finansmanı ile ilgili kaynak ihtiyacının neler olduğunda ve bunu genelde nasıl karşıladıklarına ilişkin verilere baktığımızda 18 (72,0%) işletmenin kendi kaynaklarından veya oto finansman yoluyla finansal kaynak sağladığı, 6 (24,0%) işletmenin bankaların ÖFK'larından yararlandığı 1 işletminde (4,0%) Faktöring şirketinden finansal destek sağladığı görülmektedir. Tüccar-esnaf çevresinden, Eş-dost- akrabadan veya Yeni ortaklardan herhangi bir finansal destek almadıklarını belirtmişlerdir. buna göre Yozgat ta faaliyet gösteren işletmelerin devlet desteklerini ve teşviklerinden yeterince haberdar olmadıkları veya bu destekleri kullanmadıklarını söyleyebiliriz.

Son üç yılda işletmelerin faaliyetlerinde meydana gelen değişimler incelenmiş olup, 10 40,0% işletme üretim miktarında son üç yılda azalış olduğunu, 13 (52,0%) işletme ise üretim miktarı son üç yılda artış olduğunu belirtmiştir. Karlılık oranlarında ise 25 işletmeden 17'si (68,0%) karlılık oranlarında son üç yılda azalış meydana geldiğini belirtmiştir. 12 (48,0%) işletme yurtiçi satışlarında artış olduğunu belirtirken, 8 (32,0%) işletme yurt içi satışlarında herhangi bir değişim gözlemlenmemiştir. Ürün çeşitliliği, işletme sermayesi, toplam borç miktarı, ürün iadeleri, rekabet gücü, ürün fiyatları gibi konularda son üç yılda değişim yaşanmazken, ürün maliyetlerinin son üç yılda artış gösterdiğini düşünen işletme sayısı 18 (72,0%) dir. İşyeri ve çalışma koşulları ve yeni yatırımlarda artış yaşandığını belirten işletme sayısı ise sırasıyla 12(48,0%) ve 17 (68,0%)dir.

Yozgat OSB işletmelerinin gelecek yıllardaki işletme faaliyetlerinde meydana gelebilecek muhtemel değişimler gözlemlenmiş olup elde edilen verilere göre işletmelerin %70'i üretim miktarı, çalışan eleman sayısı ve yurtiçi satışlarda artış meydana geleceği konusunda görüş bildirirken buna bağlı olarak, kapasite kullanım oranı, ürün maliyetleri, yeni yatırımlarda da önemli artışların meydana geleceğini öngördükleri söylenebilir. bununla birlikte üretim miktarı, karlılık oranları ve ürün fiyatları konularında bir miktar azalış öngörülmektedir. Yurtdışı satışlar, ürün çeşitliliği, işletme sermayesi, toplam borç miktarı, ürün iadeleri, rekabet gücü gibi konularda gelecekte bir değişim olması beklenmemektedir.

İşletmelerin karşılaştıkları en önemli pazarlama sorunlarının, nitelikli eleman ihtiyacı (29,5%), haksız rekabet (22,7%), bölgesel sorunlar (hammadde, ulaşım enerji alt yapı v.s) (15,9%), nakliye ve depolama sorunları (15,9%) ile üretilen ürünün fiyatı (6,8%) olduğu gözlemlenmiştir.

Yeni ürün üretiminde üniversitelerin katkısı incelendiğinde, işletmelerin geçmiş yıllarda dışardan temin ettikleri danışmanlık ve eğitim hizmetleri incelenmiştir. Buna göre işletmelerin 64,0%'ü eğitim ve danışmanlık hizmeti aldığını belirtirken, 36,0%' sı bu konuda herhangi bir destek almamaktadırlar. İşletmelerin Dışardan Temin Ettiği Danışmanlık ve Eğitim Hizmetlerinde işletmelerin 16'sı (%64) ü geçmiş yıllarda danışmanlık veya eğitim hizmeti aldığını belirtmiştir. Ancak tablo 11 deki verilere bakıldığında bu hizmetlerin iş sağlığı ve güvenliği alanlarında olduğu görülmektedir. Bunun nedeni zorunlu bir eğitim hizmeti olmasında kaynaklandığı söylenebilir. Yani

işletmelerin hiç biri devlet teşvikleri girişimci destekleri veya üniversite-sanayi iş birliğinde yürütülebilecek faaliyetler konusunda her hangi bir danışmanlık ve eğitim hizmeti almamışlardır.

Yozgat OSB deki işletmelerin iş hayatına ilişkin düşüncelerinin genelde maliyetlerin düşürülmesi, nitelikli uzman personel, iç pazarda büyüme konularında ciddi anlamda desteğe ihtiyaç duyulurken, yatırım için ek finans, ilave işletme sermayesi, yeni bir alana girme, yeni ürün geliştirme, teknoloji iyileştirme, reklam ve promosyon konularında destek faaliyetlerinin olması işlerin daha kolay yürütülmesi konusunda fayda sağlayacağı görüşündedirler. Bununla birlikte ulaşım imkânlarının iyileştirilmesi, dış pazara açılma, markalaşma, işletmenin yeniden yapılanması, yurtiçi ortaklık, yurtdışı ortaklık, yeni dağıtım kanalı oluşturma, elektronik ticarete geçiş, çalışanların işbaşı eğitimi, satış ve pazarlama, kalitenin iyileştirilmesi konularında herhangi bir değişim ve desteğe ihtiyaç duymadıklarını belirtmişlerdir. En fazla dikkati çeken bulgular ise, işletme sahiplerinin, işletmenin yeniden yapılanması, nitelikli ilave yönetici, yönetim danışmanlığı, yönetici eğitimi gibi konularda hiçbir desteğe ihtiyaç duymadıkları ve bu konularda kendilerini fazlasıyla yeterli gördüklerini söylemek mümkündür.

8. KAYNAKÇA

Akay, D., Çetinyokuş T. & Dağdeviren M. (2002). "Portföy Seçimi Problemi İçin KDS/GA Yaklaşımı", Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi, 17 (4): 125-138.

Aslan E. (2007). "Türkiye'de Organize Sanayi Bölgeleri Ve Küçük Sanayi Sitelerinde İhtiyaç Duyulan Meslekler İle Yeterince Karşılanamayan Meslekler Ve Bu Konuda İşkur'un Rolü", Uzmanlık Tezi, Çalışma Ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü, Ankara

Büyükalaca O. Gül A. Efeoğlu İ.E., Ergün B., Keleş C., Sezgin A.A. & Yakut E. (2009). "Osmaniye İli SWOT Analizi", Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi, Osmaniye

Ecer F. Vurur N. S. & Özdemir L. (2009). "Bulanık Bir Modelle Firmaları Değerlendirme ve Optimal Portföy Oluşturma: Çimento Sektöründe Bir Uygulama", Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6 (11): 478-502.

Ergen Z. (2008). "Kamu Kesimi Yatırım Projelerinin Değerlendirilmesinde Fayda Maliyet Analizi Tekniği ve Türkiye'de Uygulanabilirliği", Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 17(2):115-132.

Gümüşkaynak, S. H., (2004). "Fizibilite Raporlarının Hazırlanmasında Risk Ve Belirsizlik Analizlerinin Kullanılması", Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Kalaycı, Ş., (2009). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, Asil Yayın Dağıtım Ltd., 4. Baskı Ankara.

Karafakıoğlu, M. (2005). Pazarlama İlkeleri, Literatür Yayınları, 1.Basım, İstanbul.

Karakaya E. Solunoğlu A. & Gürsoy, Y. (2016) "Kırıkkale İli İhtiyaç Analizi Bir Vaka Çalışması" Kırıkkale Üniversitesi, Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi, Kırıkkale

Kotler, P. (2003). Kotler ve Pazarlama, Çev: Ayşe Özyağcılar, Sistem Yayıncılık, 3. Basım, İstanbul.

Koyuncu, F. T. (2010). "Türkiye'de Seçilmiş Makroekonomik Değişkenlerin Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları Üzerindeki Etkisinin Yapısal Var Analizi: 1990-2009 Dönemi", 2(1):55-62.

Kuzka, Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı, "2014 Yılı Yıllık Faaliyet Raporu"www.kuzka.org.tr

Odabaşı, Y. & Kılıçer T. (2008). "Postmodern Dönemde Pazarlama" (Ed. İnci Varinli, Kahraman Çatı), Güncel Pazarlama Yaklaşımlarından Seçmeler, ss. 31-55, Detay Yayınları,1. Baskı, Ankara

Öneği M. (2015). “Küreselleşme Sürecinde Uygulanan Küyerel Pazarlama Stratejilerinin Tüketiciler Tarafından Değerlendirilmesi ve Küyerel Bir Ürün Örneđi”, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Ankara,

Sağlam, N. & Sevim, A. (2012). Proje Analizi ve Değerlendirme, Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2707, Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 1670, Eskişehir.<https://tr.scribd.com/doc/128599745/Proje-Analizi-ve-De%C4%9Ferlendirme>

Tağraf H., (2002). “Küreselleşme Süreci Ve Çokuluslu İşletmelerin Küreselleşme Sürecine Etkisi, C.Ü. İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt 3(2): 33-47.

Tekin, M. & Zerenler M. (2012). Pazarlama, Günay Ofset, 1.Basım, Konya