



SÜS BİTKİLERİ ÜRETİCİLERİ ALT BİRLİĞİ

ADANA-MERİSN BÖLGESİNDE **KÜMELENME PROJESİ** İÇİN YAPILAN SAHA
ÇALIŞMASI SONUÇLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

VE

KÜMELENME YOL HARİTASI

Nisan 2019

ÖNSÖZ

Bu rapor, süs bitkileri sektörünün kümelenmesi çalışması kapsamında Adana-Mersin bölgesinde bulunan üreticilerin mevcut durumlarının analizi ve sorunlarının tespiti için yapılan saha çalışmasının sonucunda elde edilen verilerin sunumu, değerlendirilmesi ve çözüm önerilerini kapsamaktadır. Uygulanan anket, 17 bölümden oluşmaktadır ve bu raporun sonuna eklenmiştir.

Adana-Mersin bölgesinde Süs Bitkileri üretimi yapan 17 firma ile tek tek 30-31 Mayıs 2018 tarihinde kapsamlı çalışma yapıldı. 29 Mayıs tarihinde Adana-Mersin'deki firmalarla Mersin Ramada Otel'de kapsamlı bilgilendirme toplantısı yapılmıştır. Bölgede yapılacak çalışmalar hakkında ve 'Kümelenme' konusunda firmalarımıza bilgi verildi ve görüşleri alındı.

Bu çalışmaya katılan firmaların sayısı Adana-Mersin'deki SÜSBİR üyelerinin %65'ine karşılık gelmektedir. Her bir firmamızda yaklaşık olarak 3 saat süren anketin doldurulması sırasında, bizler için çok faydalı olan sohbetler de gerçekleşmiştir. Ankete katılarak değerli görüşlerini bizlerle paylaşan ve değerli zamanlarını ayıran firma yöneticilerimize teşekkür ederiz.

Bu rapor içerisinde her bir bölüm hakkındaki değerlendirmeler ayrı ayrı yapılmıştır. Toplam 17 Bölümün değerlendirilmesinden sonra **Yapılması Gereken İşler/ Öneriler** kısmı içerisinde hepsi ana hatlarıyla toparlanarak '**Adana-Mersin Bölgesi Kümelenme Yol Haritası**' oluşturulmuştur.

Adana-Mersin bölgesinde yapılması gereken işlerin içerisinde en önemli olanlar:

- **SÜSBİR AKADEMİSİNİN,**
- **İHTİSASLAŞMIŞ SATIŞ VE PAZARLAMA KOOPERATİFİNİN,**
- **İHTİSASLAŞMIŞ ORTAK TEDARİK KOOPERATİFİNİN,**
- **İHTİSASLAŞMIŞ AR-GE VE İNOVASYON KOOPERATİFİNİN**

kurulması ortaya çıkmıştır. Bu yapıların kurulması için çalışmaların vakit geçirilmeden başlamasında büyük fayda vardır.

Yukarıda belirtilen önemli konulara ilaveten Adana-Mersin bölgesinde yapılması gereken diğer işler ayrıntılı bir şekilde Bölüm 18 de anlatılmıştır.

Ayrıca saha çalışması sonucu ortaya çıkan firma yöneticilerinin ihtiyaç duyduğu başlıca eğitim konuları;

- İŞKUR'un tanıtımı ve hizmetleri,
- Kalite sertifikaları tanıtımı,
- İnsan kaynakları yönetimi,
- Markalaşma,
- Proje'nin önemi ve yazımı,
- Devlet destekleri ve krediler,
- 'ARGE nedir?' , önemi, yöntemleri ve ARGE destekleri,
- Kurumsallaşma,
- Yabancı dil,
- Satış ve pazarlama,
- Ortaklığın önemi ve kurulması,
- Kümelenme,
- Ekonomi Bakanlığı URGE destekleri,

- Finans ve maliyet muhasebesi'dir.

Bu konulara ilaveten Adana-Mersin bölgesindeki firma yöneticilerine ve firma çalışanlarına verilmesi gereken diğer eğitimler ayrıntılı bir şekilde Bölüm 16 da verilmiştir.

Raporun İçindekiler kısmındaki her bir konu başlığı altında o konu ile ilgili görüşlerimiz, yorumlarımız verilmiştir.

İçindekiler

ÖNSÖZ	2
Şekiller	7
BÖLÜM 1: ANKET FORMUNU DOLDURAN KİŞİLERE AİT BİLGİLER	10
1.1 Firma Yöneticilerinin Eğitim Durumları	10
BÖLÜM 2: ANKET FORMUNU DOLDURAN FİRMALARA AİT BİLGİLER	11
BÖLÜM 3: ANKET FORMUNU DOLDURAN FİRMALARA AİT ÜRETİM BİLGİLERİ	11
3.1 Adana-Mersin Bölgesinde Üretilen Ürünler	11
3.2 Adana-Mersin Bölgesinde Üretim Yapılan Kapalı Alanların Büyüklükleri	12
3.3 Adana-Mersin Bölgesinde Üretim Yapılan Açık Alanların Büyüklükleri	13
3.4 Sulama Sistemleri	14
3.5 Firmaların Kullandığı Yakıt Türleri	14
3.6 Üretim Yapılan Arazilerin Mülkiyetleri	15
3.7 Arazilerin Kiralanma Süreleri	16
3.8 Üretim Yapılan Arazilerin Kira Bedelleri	17
3.9 Üretim Yapılan Diğer İller ve Alanları	17
3.10 Firmaların En Çok Ürettiği ve Sattığı Ürünler	19
3.11 Firmaların En Çok Sattığı Ürünler	21
3.12 İç Pazar Alanları	24
3.13 Firmanızın Ortaya Çıkardığı Yeni Bir Ürün ve Üretim Tekniği Sektörü Nasıl Etkiler	24
BÖLÜM 4: FİRMA ÇALIŞANLARI	25
4.1 Firmalarda Mühendis Durumu	25
4.2 Firmalarda Vasıfsız İşçi Durumu	26
4.3 Kalifiye Eleman Temininde Yaşanan Zorluklar	26
4.4 SÜSBİR Akademisi	27
BÖLÜM 5: SATIŞ VE ANLAŞMALAR	28
5.1 Son 10 Yılda Firmalara Olan Yurtiçi Talep Nasıl Seyretti	32
5.2 Son 10 Yılda Firmalara Olan Yurt Dışı Talep Nasıl Seyretti	33
5.3 Ticaret Bakanlığı Destekleri	33
BÖLÜM 6: ORTALIK- İŞBİRLİĞİ	35
6.1 Resmi Ortaklıklar	35
6.2 Resmi Olmayan Ortaklıklar	36
6.3 Son 10 Yılda Kurumlarla Olan İlişkiler	38
6.4 Ürünlerinizin Sergilendiği 'Show-Room' var mı?	39
6.5 Ürünlerinizin Sergilendiği Ortak 'Show-Room' var mı?	39

6.6 Ürünlerinizin Sergilenmesi İçin Ortak 'Show-Room' Kurulmasını ister misiniz?	40
BÖLÜM 7: ÜYELİKLER	40
7.1 İŞKUR Hizmetlerinden Faydalanma.....	41
7.2 Firmaların Tarım ve Orman Bakanlığı Kayıt Sistemlerine Kayıt Olma Durumları	41
BÖLÜM 8: TEDARİK ZİNCİRİ, SÜREÇLER VE REKABET	42
BÖLÜM 9: SERTİFİKALAR VE MARKA.....	42
9.1 Marka Olabilme Kolaylığı	43
9.2 Son 10 Yılda Alınan Kalite Belgelerinin Sayıları	44
BÖLÜM 10: ALINAN DEVLET DESTEKLERİ.....	44
BÖLÜM 11: ÜRETİM VE SATIŞ İÇİN ALINMASI GEREKEN İZİNLER.....	46
BÖLÜM 12: FİNANSMAN VE KREDİ	47
BÖLÜM 13: AR-GE VE BİLİM.....	48
13.1 Firmaların AR-GE Çalışması Yapılmasını İstedikleri Konular.....	49
13.2 Son 5 Yılda Bilimsel Kongreye Katılım	49
BÖLÜM 14: MAKİNE VE EKİPMANLAR	50
14.1 Sektörün Sahip Olduğu Makine ve Ekipmanlar.....	50
14.2 Sektörün İhtiyaç Duyduğu Makine ve Ekipmanlar	51
14.3 Firmaların Sahip Olduğu Otomasyon Sistemleri	52
14.3 Firmaların Sahip Olduğu Araçlar	52
BÖLÜM 15: SEKTÖR İÇİN FIRSATLAR-TEHDİTLER-ZAYIF YÖNLER- GÜÇLÜ YÖNLER.....	53
15.1 Fırsatlar	53
15.2 Tehditler	54
15.3 Zayıf Yönler.....	55
15.4 Güçlü Yönler.....	56
BÖLÜM 16: SEKTÖR İÇİN EĞİTİM	56
16.1 Her Düzey Eleman İçin İstenen Eğitimler	57
16.2 Ara Elemanların Bilmesi İstenilen Konular	57
16.3 Mühendislerin Bilmesi İstenilen Konular	58
16.4 İşe Yeni Alınan Ara Elemanların Mesleki Bilgi Düzeyleri	59
16.5 İşe Alınan Teknik Elemanın Mesleki Bilgi Düzeyi.....	60
BÖLÜM 17: ÜRETİM/TEDARİK VE SATIŞ SÜREÇLERİ.....	60
17.1 Ürünlerin Pazarlanması	61
17.2 Ürünlerin Satışında Yaşanan Zorluklar	62
17.3 Ürünlerin Nakledilmesinde Yaşanan Zorluklar.....	63
Uygun yükleyici araç ve personel olmaması, nakliyatın pahalı olması ve araç sayısının yetersiz olması zorlukları öne çıkmıştır.....	63

17.4 Genel Olarak Üretim Maliyeti	63
BÖLÜM 18: ADANA-MERSİN BÖLGESİ SÜS BİTKİLERİ ÜRETİCİLERİNİN KÜMELENME YOL HARİTASI	64
BÖLÜM 19: ADANA-MERSİN BÖLGESİ KALKINMA / KÜMELENME PROJESİ ANKETİ.....	72

Şekiller

Şekil 1.1- Adana-Mersin bölgesi anketi dolduran kişilerin sektörde çalışma süresi.....	10
Şekil 1.2- Adana-Mersin bölgesi şirket yöneticilerinin eğitim durumu.....	11
Şekil 3.1- Adana-Mersin bölgesinde firmaların ürün deseni	12
Şekil 3.2- Adana-Mersin bölgesinde firmaların üretim yaptığı kapalı alan büyüklükleri.....	13
Şekil 3.3- Adana-Mersin bölgesinde firmaların üretim yaptığı açık alan büyüklükleri	14
Şekil 3.4- Açık alanlarda kullanılan sulama yöntemleri.....	14
Şekil 3.5- Kapalı alanda ısıtma sistemi	15
Şekil 3.6- Adana-Mersin bölgesinde kullanılan elektrik tarifeleri	15
Şekil 3.7- Adana-Mersin bölgesinde üretim yapılan arazilerin mülkiyet durumları	16
Şekil 3.8- Adana-Mersin bölgesinde üretim yapılan arazilerin kiralanma süreleri	17
Şekil 3.9- Adana-Mersin bölgesinde üretim yapılan arazilerin kira bedeli durumu	17
Şekil 3.10- Üretim yapılan diğer iller 'Açık Alan'- Alanlar (m2)	18
Şekil 3.11- Üretim yapılan diğer iller 'Kapalı Alan'- Alanlar (m2)	18
Şekil 3.12- Firmaların en çok ürettiği ağaç türleri.....	19
Şekil 3.13- Firmaların en çok ürettiği çalı türleri.....	20
Şekil 3.14- Firmaların en çok ürettiği mevsimlik çiçekler türleri.....	20
Şekil 3.15- Firmaların en çok ürettiği iç mekan türleri.....	21
Şekil 3.16- Firmaların en çok ürettiği kesme çiçek türleri.....	21
Şekil 3.17- Firmaların en çok sattığı ağaç türleri.....	22
Şekil 3.18- Firmaların en çok sattığı çalı türleri	22
Şekil 3.19- Firmaların en çok sattığı mevsimlik çiçek türleri	23
Şekil 3.20- Firmaların en çok sattığı iç mekan türleri	23
Şekil 3.21 Satış yapılan iç pazar alanları	24
Şekil 3.22-Firmanızın ortaya çıkardığı yeni bir ürün ve üretim tekniği Adana-Mersin'da sektörü nasıl etkiler?.....	25
Şekil 4.1- Firmaların mühendis çalıştırma durumu	25
Şekil 4.2- Firmalarda çalışan vasıfsız işçi sayısı	26
Şekil 4.3- Kalifiye eleman temininde yaşanan zorluklar	26
Şekil 4.4- SÜSBİR akademisinin kurulması gerekli mi?.....	27
Şekil 5.1- Son 5 yılda yaptığınız ithalat ve ihracat anlaşmaları.....	28
Şekil 5.2- Son 5 yılda düzenli ihracat yapılan ülkeler.....	28
Şekil 5.3- Son 5 yılda düzenli ithalat yapılan ülkeler.....	29
Şekil 5.4- Son 5 yılda ihraç edilen bitkiler.....	29

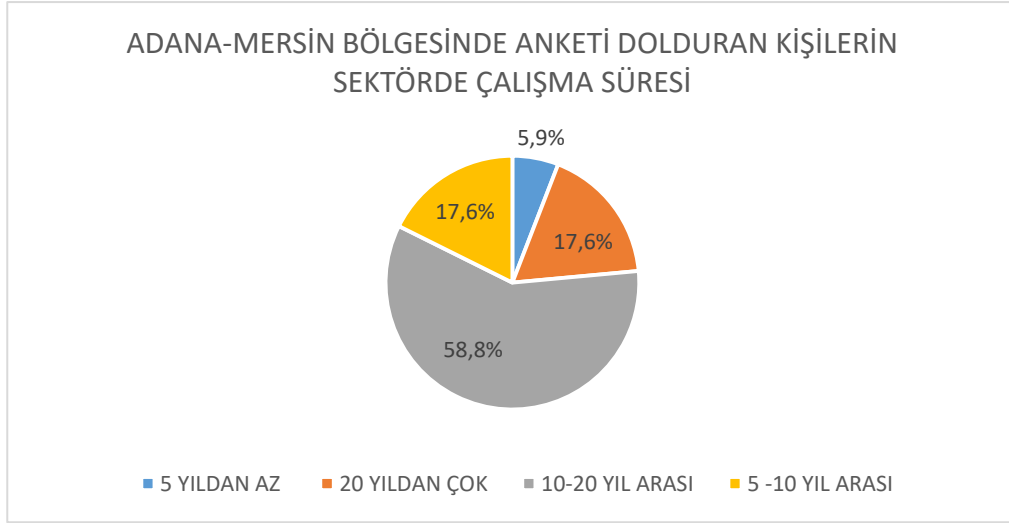
Şekil 5.5- Son 5 yılda ithal edilen bitkiler.....	30
Şekil 5.6- 2016 ve 2017 yılında seyahat edilen ülkeler.....	30
Şekil 5.7-Firmanızın ilk iki yıldaki karlılığı.....	31
Şekil 5.8-Son 5 yılda yurtdışındaki kümelerle anlaşma yapıldı mı?.....	32
Şekil 5.9-Son 10 yılda firmanıza olan yurtiçi talep nasıl seyretti?.....	32
Şekil 5.10-Son 10 yılda firmanıza olan yurtdışı talep nasıl seyretti?.....	33
Şekil 5.11- Ticaret Bakanlığı desteklerinden yararlanarak yurt dışına şube açmak ister misiniz?	33
Şekil 5.12- Yurtdışında Türk ticaret merkezi kurulmasını ister misiniz?.....	34
Şekil 6. 1- Firmanızın ortaklık anlaşmaları var mı?	35
Şekil 6.2- Firmanızın işbirliği içinde olduğu kuruluşlar var mı?.....	35
Şekil 6.3- Resmi olmayan ortaklıkların yapısı	37
Şekil 6.4- Son 10 yılda kurumlarla olan ilişkiler	38
Şekil 6. 5- Firmaların kendilerine ait show-room var mı?	39
Şekil 6.6- Firmaların ortak kullandığı show-room var mı?	39
Şekil 6.7- Ortak show-room kurulmasını ister misiniz?	40
Şekil 7.1- İşkur hizmetlerinden yararlanıyor musunuz?.....	41
Şekil 7.2- Kayıtlı olunan Tarım Bakanlığı kayıt sistemleri	41
Şekil 9.1-Firmanızın Sahip Olduğu Sertifika Sayısı.....	43
Şekil 9.2- Marka olabilme kolaylığı	43
Şekil 9.3- Son 10 yılda alınan kalite belgelerinin sayısı	44
Şekil 10.1- Devlet desteklerinden haberdar mısınız?.....	44
Şekil 10.2- Son 10 yılda firmaların aldıkları devlet desteği sayısı	45
Şekil 10.3- Son 10 yılda alınan toplam devlet desteği	45
Şekil 10.4- Firmaların kullandığı destekleme araçları.....	46
Şekil 11.1- Üretim ve satış için almanız gereken izinlerin sayısı.....	46
Şekil 12.1- Firmanızın kredilere erişmesindeki zorluklar	47
Şekil 12.2- Ödediğiniz işçi/mühendis ücretleri rekabetçi olmanıza yardımcı oluyor mu?.....	47
Şekil 13.1- Firmanızda ar-ge çalışmaları yapılıyor mu?	48
Şekil 13.2- Firmaların ar-ge çalışması yapılmasını istedikleri konular	49
Şekil 13.3- Çalışanların son 5 yıl içerisinde katıldığı bilimsel kongre sayısı	50
Şekil 14.1- Firmalarda bulunan makine ekipmanlar	50
Şekil 14.2- Firmaların ihtiyaç duyduğu makine ekipmanlar	51
Şekil 14.3- Firmaların sahip olduğu otomasyon sistemleri	52

Şekil 14.4- Firmaların sahip olduğu toplam araç sayıları	52
Şekil 15.1- Fırsatlar	53
Şekil 15.2- Tehditler	54
Şekil 15.3- Zayıf yönler	55
Şekil 15.4- Güçlü yönler	56
Şekil 16.1- Her düzey elemanlar için istenen eğitimler	57
Şekil 16.2- Ara elemanların bilmesi istenilen konular	58
Şekil 16.3- Mühendislerin bilmesi istenilen konular	58
Şekil 16.4- İşe aldığınız işçi ve ara elemanın mesleki bilgi düzeyi	59
Şekil 16.5- İşe aldığınız teknik elemanın mesleki bilgi düzeyi	60
Şekil 17.1- Ürünlerin pazarlamasını hangi kanallarla yapıyorsunuz?	61
Şekil 17.2- SÜSBİR Portalı kullanıyor musunuz?.....	62
Şekil 17.3- Ürünlerin satışında yaşanan zorluklar	62
Şekil 17.4- Ürünlerin nakledilmesinde yaşanan zorluklar	63
Şekil 17.5- Genel olarak üretim maliyeti	63

BÖLÜM 1: ANKET FORMUNU DOLDURAN KİŞİLERE AİT BİLGİLER

Anketi dolduran kişilerin %47,1'i firmaların kurucuları olduğu, %23,5'i firma ortağı, %17,6'sı idari müdür ve %5,9'u da CEO'dur. Anketi dolduranların % 94,1'i erkek, %5,9'u kadındır.

Ankete katılan firma yöneticilerinin %35,3'ünün toplam çalışma süresi 20 yıldan fazla, 10 ile 20 yıl arası çalışanların oranı %41,2 ve 10 yıldan az çalışma süresi olanların oranı ise %23,5'dir. Aşağıdaki grafikte anketi dolduran yöneticilerin sektördeki çalışma süreleri belirtilmiştir.



Şekil 1.1

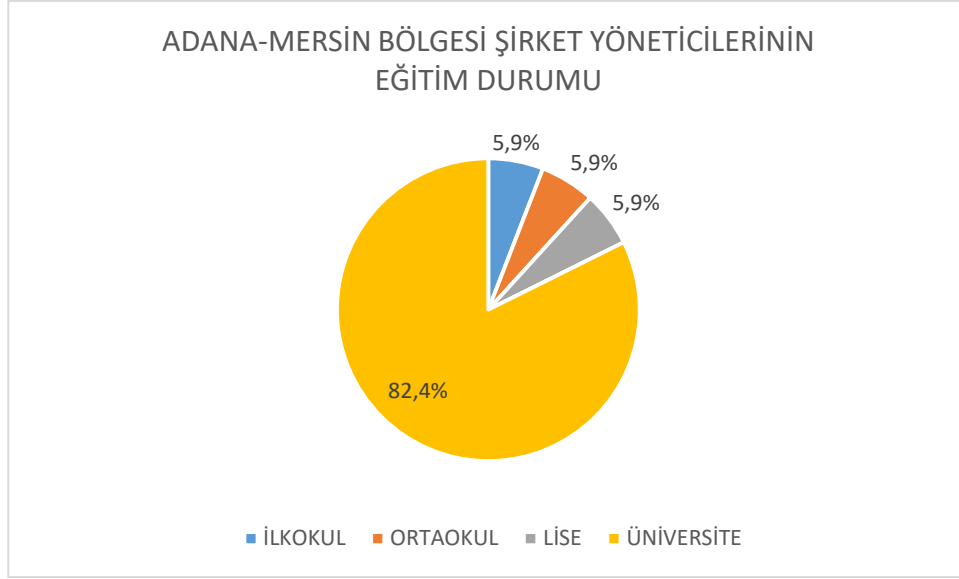
Sektördeki firma yöneticilerinin %5,9'u 65 yaş üzeri, %41,2'si 51- 65 yaş arası, %29,4'ü 41-50 yaş arası, 23,5'i 31-40 yaş arasındadır. Firma yöneticilerinin büyük çoğunluğunun 10 yıldan fazla süredir sektörde çalışıyor olması, tecrübeli kişilerin Adana-Mersin'de çoğunlukta olduğunu göstermektedir. Bu tecrübenin anket çalışmasına yansımış olmasından dolayı, sonuçların sektöre ışık tutacak nitelikte olduğunu söyleyebiliriz.

Sektörde faaliyet gösteren yöneticilerin % 52,9'u Adana-Mersin dışından gelerek işletmelerini kurmuşlardır. Bu oranın yüksekliği sektöre ve Adana-Mersin bölgesine olan ilginin yüksek olduğunu göstermektedir.

Yöneticilerden, Adana-Mersin bölgesinde 30 yıl ve üzeri yaşama süresi olanların oranı %58'e yakındır.

1.1 Firma Yöneticilerinin Eğitim Durumları

Yöneticilerin eğitim durumunu gösteren grafik aşağıda verilmiştir:



Şekil 1.2

Sektörde faaliyet gösteren yöneticilerin %82,4'ünün üniversite eğitim düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Bunların ayrıntılı dağılımı:

SOSYAL BİLİMLER	ZİRAAT MÜHENDİSLİĞİ	PEYZAJ MİMARLIĞI	ZİRAAT TEKNİKLERİ	BİLGİSAYAR MÜHENDİSLİĞİ	EKONOMİ/İŞLETME
1	2	2	1	2	5
5,9%	11,8%	11,8%	5,9%	11,8%	29,4%

Üniversite mezunu olan şirket yöneticilerinin çoğunluğu sektöre ilgili alanlarda eğitim almışlardır.

BÖLÜM 2: ANKET FORMUNU DOLDURAN FİRMALARA AİT BİLGİLER

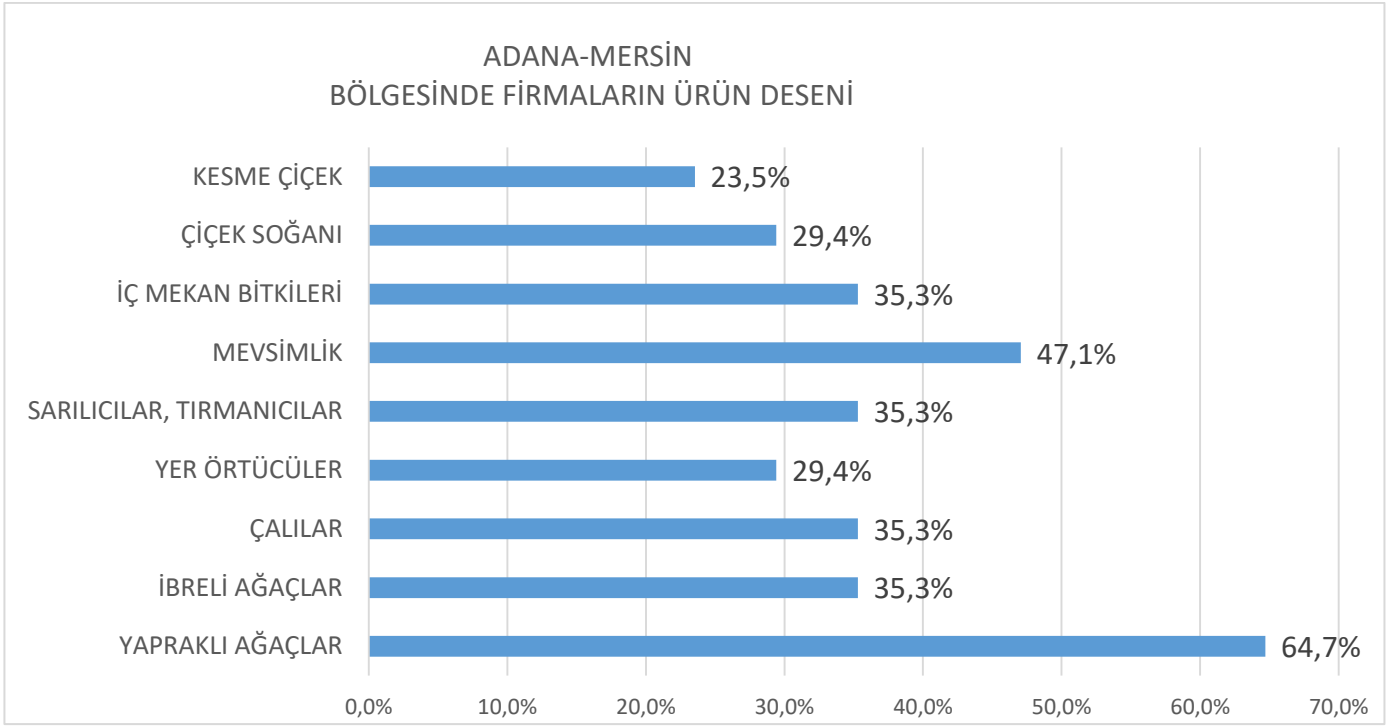
Adana-Mersin bölgesinde bulunan firmaların % 41,7'si yasal statüsü özel limitet şirket olup, %41,2'si şahıs şirketi, %5,9'u özel anonim şirkettir.

BÖLÜM 3: ANKET FORMUNU DOLDURAN FİRMALARA AİT ÜRETİM BİLGİLERİ

Ankete katılan firmaların yaklaşık %17,6'sı Adana-Mersin dışında da üretim alanları bulunmakta ve Adana-Mersin dışında Ankara ve Antalya bölgelerinde de üretim yapmaktadırlar.

3.1 Adana-Mersin Bölgesinde Üretilen Ürünler

Adana-Mersin bölgesinde üretilen ürünleri gösteren grafik aşağıda verilmiştir:

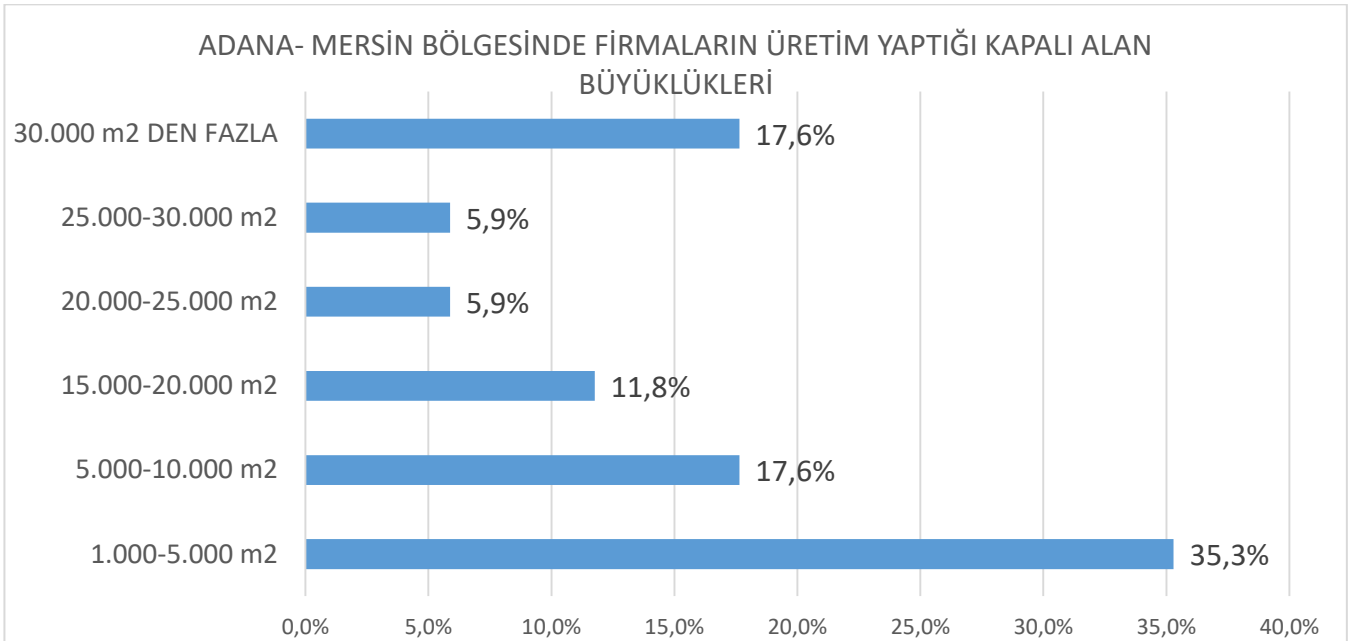


Şekil 3.1

Grafiğe bakıldığında süs bitkileri sektöründe ağırlıklı olarak Adana-Mersin bölgesinde üretim özellikle ağaç grupları, mevsimlik çiçekler, iç mekân bitkileri, çalılar ve sarılıcılar ve tırmanıcılarda yapılmaktadır. Özellikle iklimsel özellikler ve sera üretiminin yaygın olması nedeniyle Adana - Mersin bölgesinin yapraklı ağaçlar, iç mekân bitkileri ve mevsimlik çiçeklerin üretimi üzerine ihtisaslaştığı görülmektedir.

3.2 Adana-Mersin Bölgesinde Üretim Yapılan Kapalı Alanların Büyüklükleri

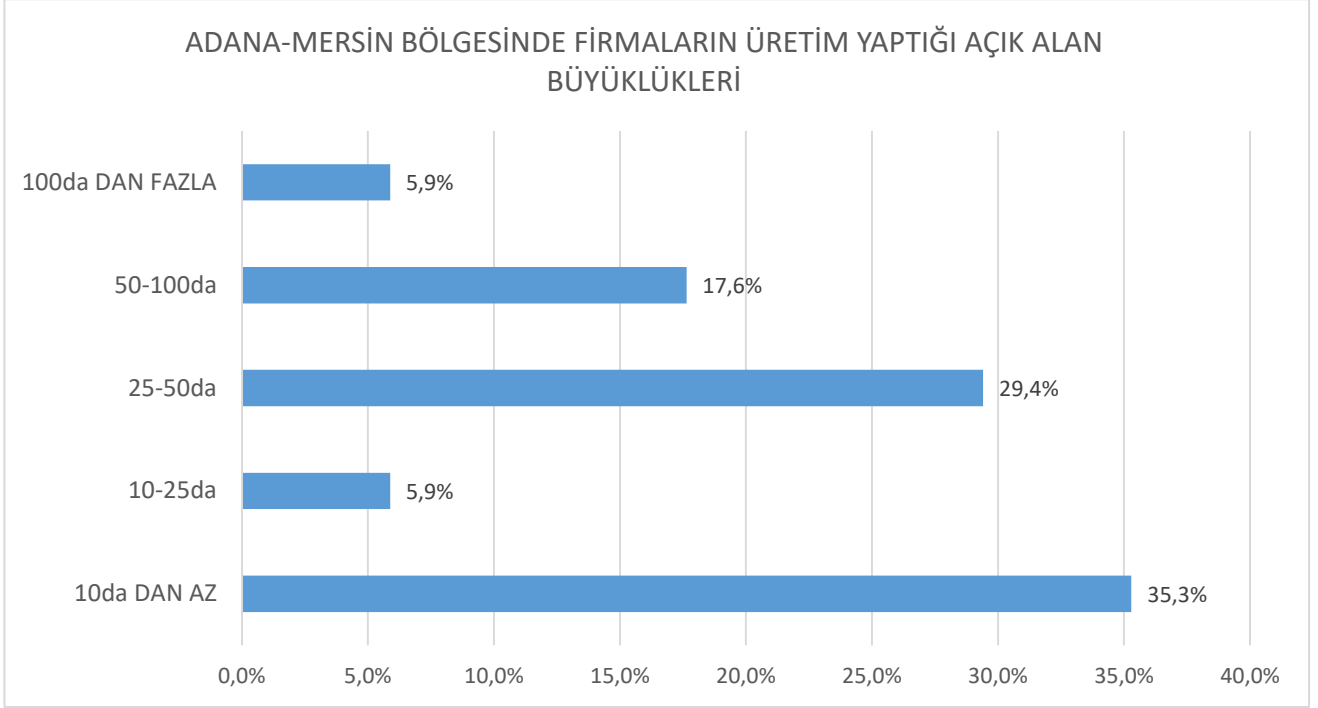
Adana-Mersin bölgesinde firmaların üretim yaptığı kapalı alan büyüklükleri:



Şekil 3.2

Adana-Mersin bölgesinde firmaların üretim yaptığı kapalı alanların %52'si 10 da'nın altındadır. Üretim sahalarının çoğunlukla açık alanlar olduğu görülmektedir.

3.3 Adana-Mersin Bölgesinde Üretim Yapılan Açık Alanların Büyüklükleri



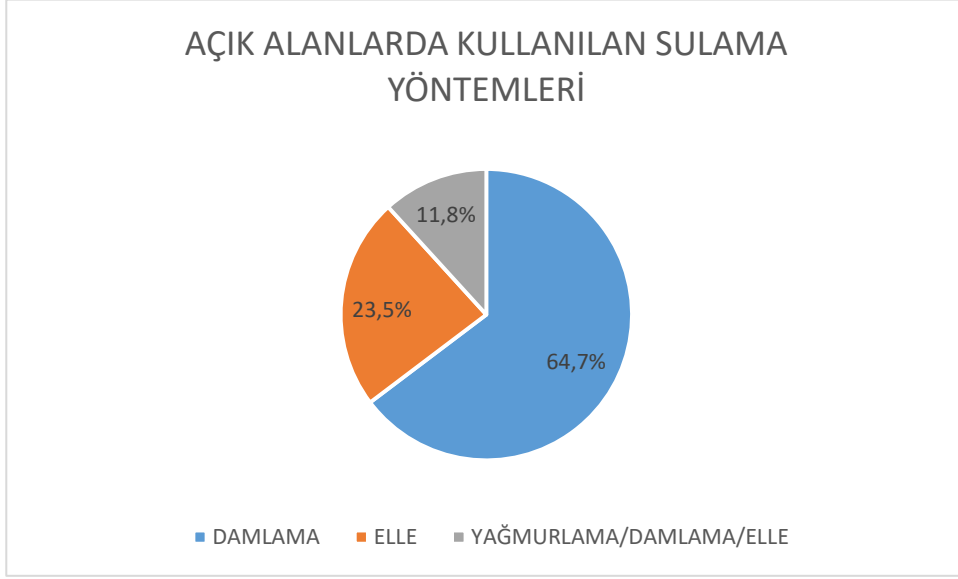
Şekil 3.3

Adana-Mersin bölgesinde firmaların üretim yaptığı açık alanların %35,3'ü 10 da'dan az, %5,9'u 10-25 da arası, %29,5'ği 25-50 da arası, %17,6'sı 50-100 da arası, % 5,9'u ise 100 da dan büyüktür.

Grafiklerden görüldüğü üzere, üretim, hem açık hem de kapalı alanda küçük arazilerde yapılmaktadır. Adana-Mersin bölgesinde üretimin ağırlıklı olarak açık alanlarda yapıldığı görülmektedir. Üreticilerin, yaklaşık %23'ü büyük üreticiler ve yaklaşık %77'si orta-küçük üreticiler olarak ayrıldığı görülmektedir.

Küçük alanlarda üretim yapan firmalarımızın fiyat avantajı yakalamaları konusunda zorlanacakları düşünülmektedir.

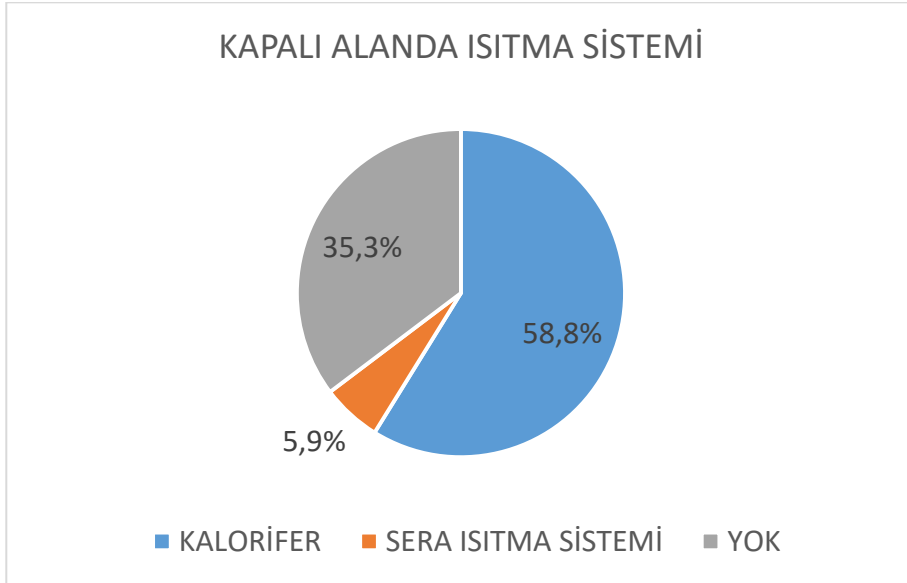
3.4 Sulama Sistemleri



Şekil 3.4

Adana-Mersin bölgesinde üretim yapılan açık ve kapalı alanlarda, süs bitkileri üretiminde genellikle alışlagelmiş sistemler (damlama, yağmurlama, elle) kullanılmaktadır. Üretilen süs bitkisi çeşitlerine göre, kullanılan sulama sistemlerinin farklı kombinasyonlarla kullanıldıkları görülmüştür.

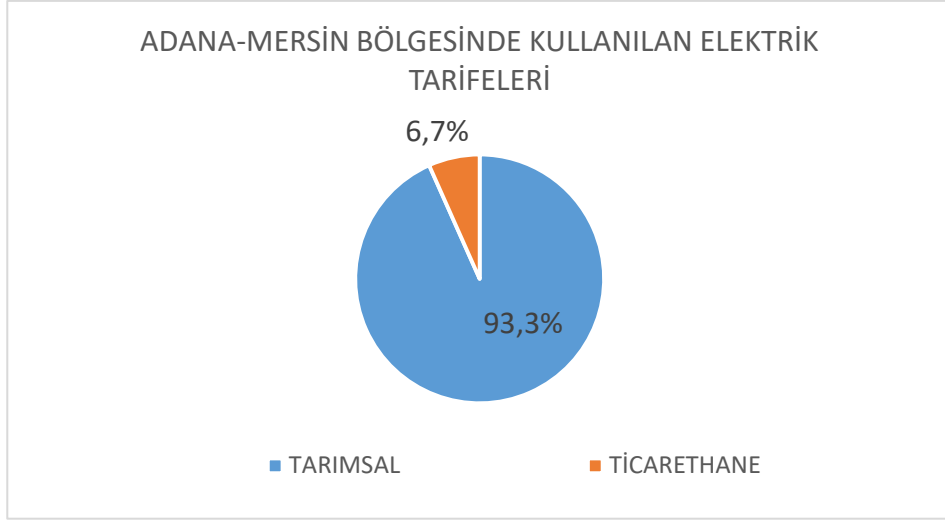
3.5 Firmaların Kullandığı Yakıt Türleri



Şekil 3.5

Firmaların üretim sahalarında ısıtma sistemi olarak az sayıda sera ısıtma sistemi bulunmaktadır. Firmaların %35,3'ü ısıtma sistemine ihtiyaç duymamaktadır.

Kullandıkları tarifeler:



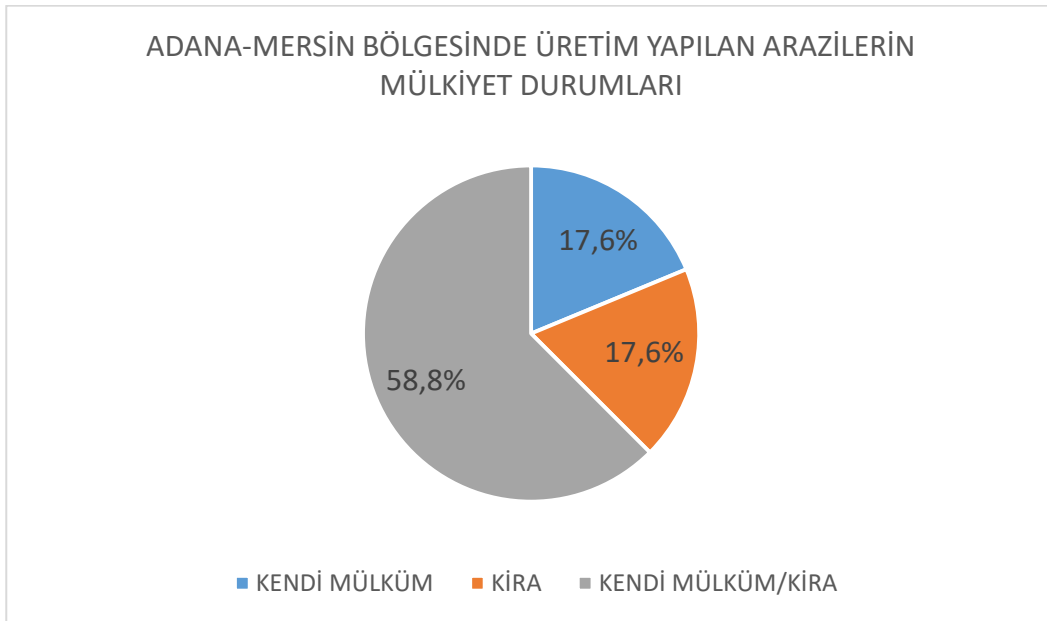
Şekil 3.6

Grafikte de görüldüğü üzere firmaların büyük çoğunluğu elektrik tarifesi olarak tarımsal tarife kullanmaktadır.

500TL DEN AZ	500-1000TL	1000-5000TL	5000-10000TL	10000TL DEN FAZLA
6	2	5	2	1
35,3%	11,8%	29,4%	11,8%	5,9%

Firmaların %35,3'ü aylık 500 TL nin altında elektrik tüketimi yapmakta. Aylık 500-1,000 TL arasındaki tüketimi olan firmaların oranı %11,8, 1,000-5,000 TL arasında tüketimi olan firmaların oranı %29,4 ve 5,000-10,000 TL arası %11,8, 10,000 TL den fazla tüketim yapanların oranı ise %5,9 dur.

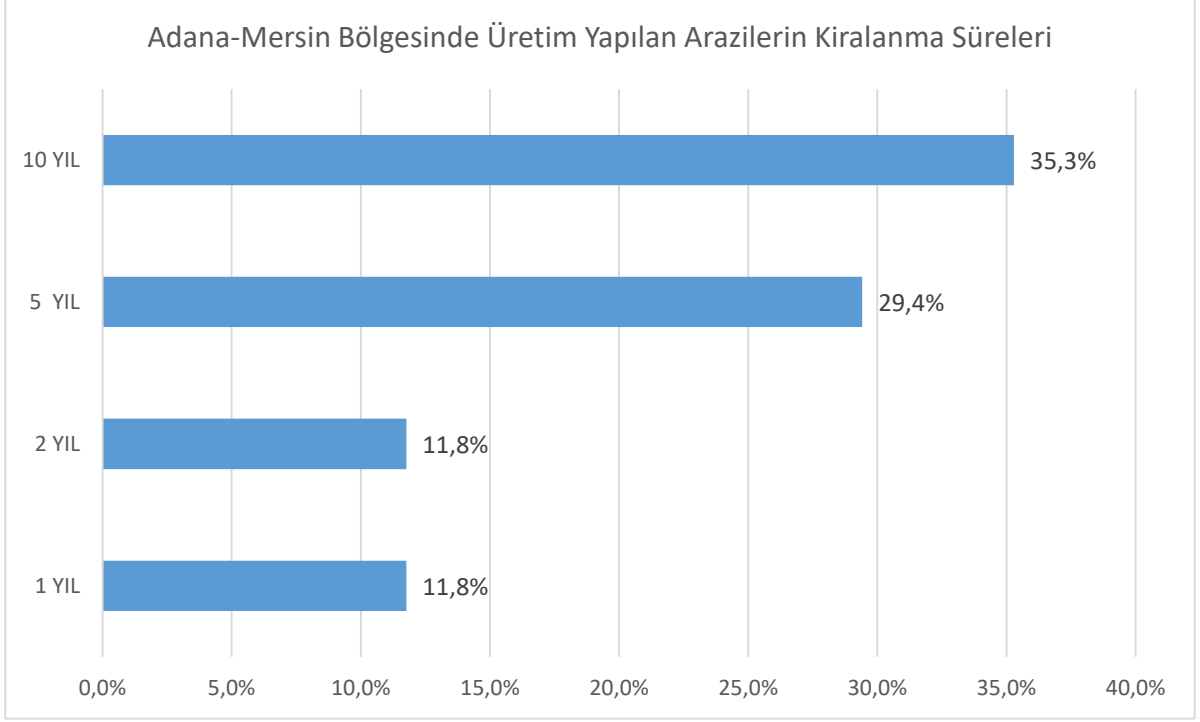
3.6 Üretim Yapılan Arazilerin Mülkiyetleri



Şekil 3.7

Grafikten de görüldüğü gibi Adana-Mersin bölgesindeki üreticilerin % 76,4'ü kiracıdır. Bunun çok yüksek oranda olması firmaların geleceğini tehdit eden bir unsurdur.

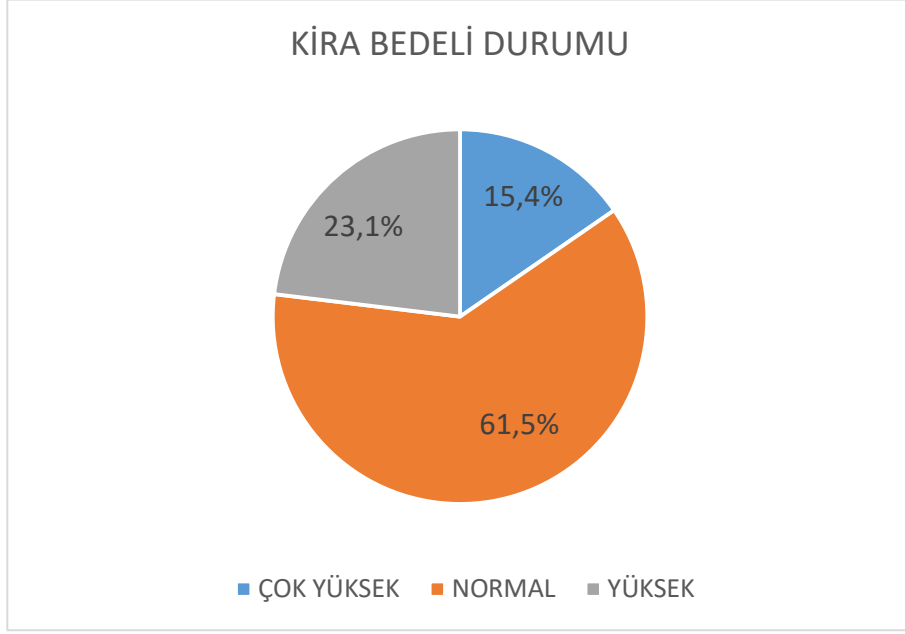
3.7 Arazilerin Kiralanma Süreleri



Şekil 3.8

Üretim yapılan arazilerde tespit ettiğimiz önemli problemler; kiralanılan arazilerin hepsinin şahıstan kiralanmış olması ve %50'den fazlasının kiralanma sürelerinin 5 yıl ve 5 yıldan kısa olmasıdır. Bu durum kısa süreli kiralanılan arazilerde üretim yapan firmalar için risk oluşturmaktadır. Belirsizlik, firmaların özellikle açık alanda ağaç türlerinin üretimini ve sera yatırımları için planlamalarını olumsuz şekilde etkiler.

3.8 Üretim Yapılan Arazilerin Kira Bedelleri



Şekil 3.9

Kiralanan arazilerin bedelinin %61,5 oranında normal olduğu gözlenmiştir. Kiralama sürelerinin kısa ve kira bedelleri yüksek olan alanlarda üretim yapan firmalar için risk söz konusudur.

3.9 Üretim Yapılan Diğer İller ve Alanları

ÜRETİM YAPILAN DİĞER İLLER AÇIK ALAN- ALANLARI(m2)



Şekil 3.10

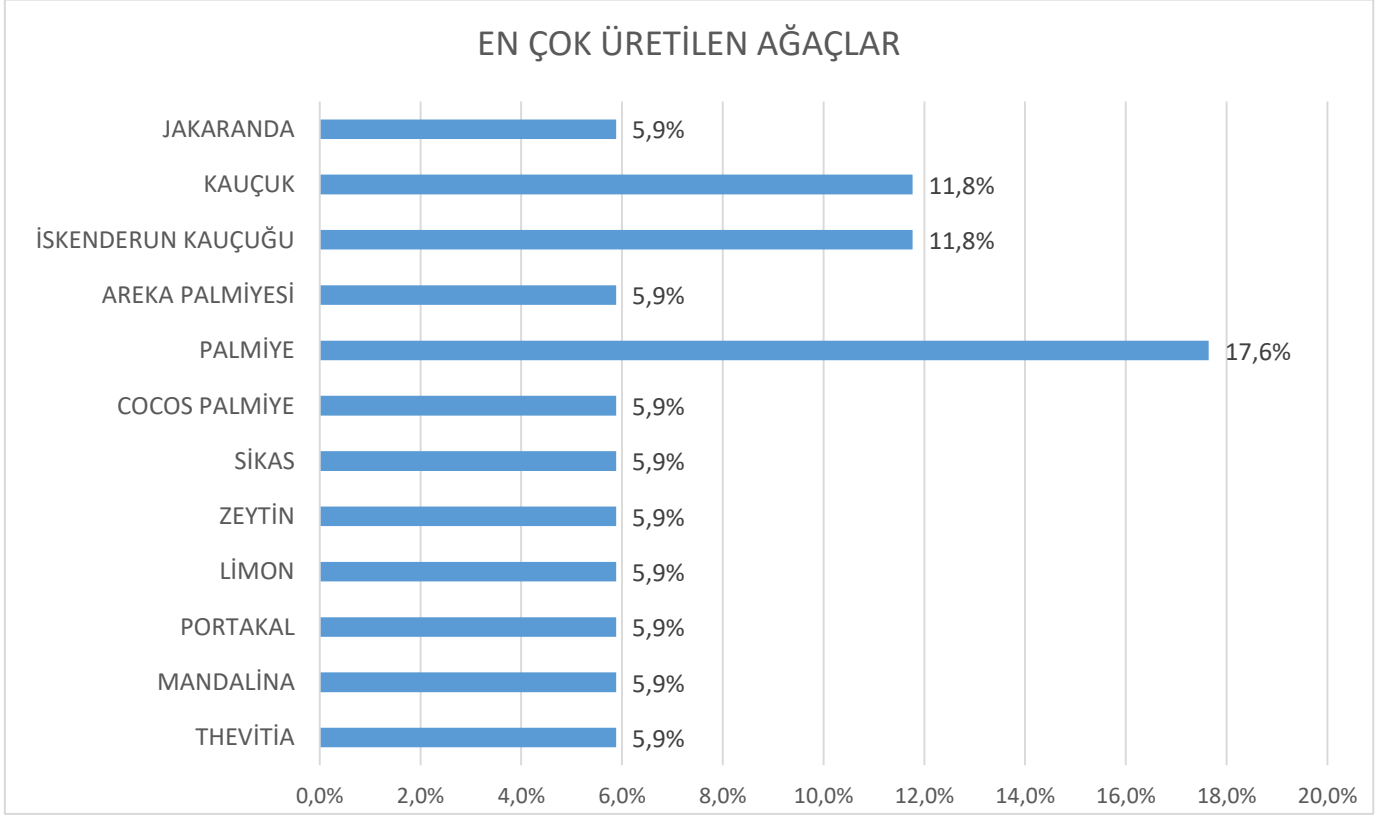
ÜRETİM YAPILAN DİĞER İLLER KAPALI ALAN- ALANLARI(m2)



Şekil 3.11

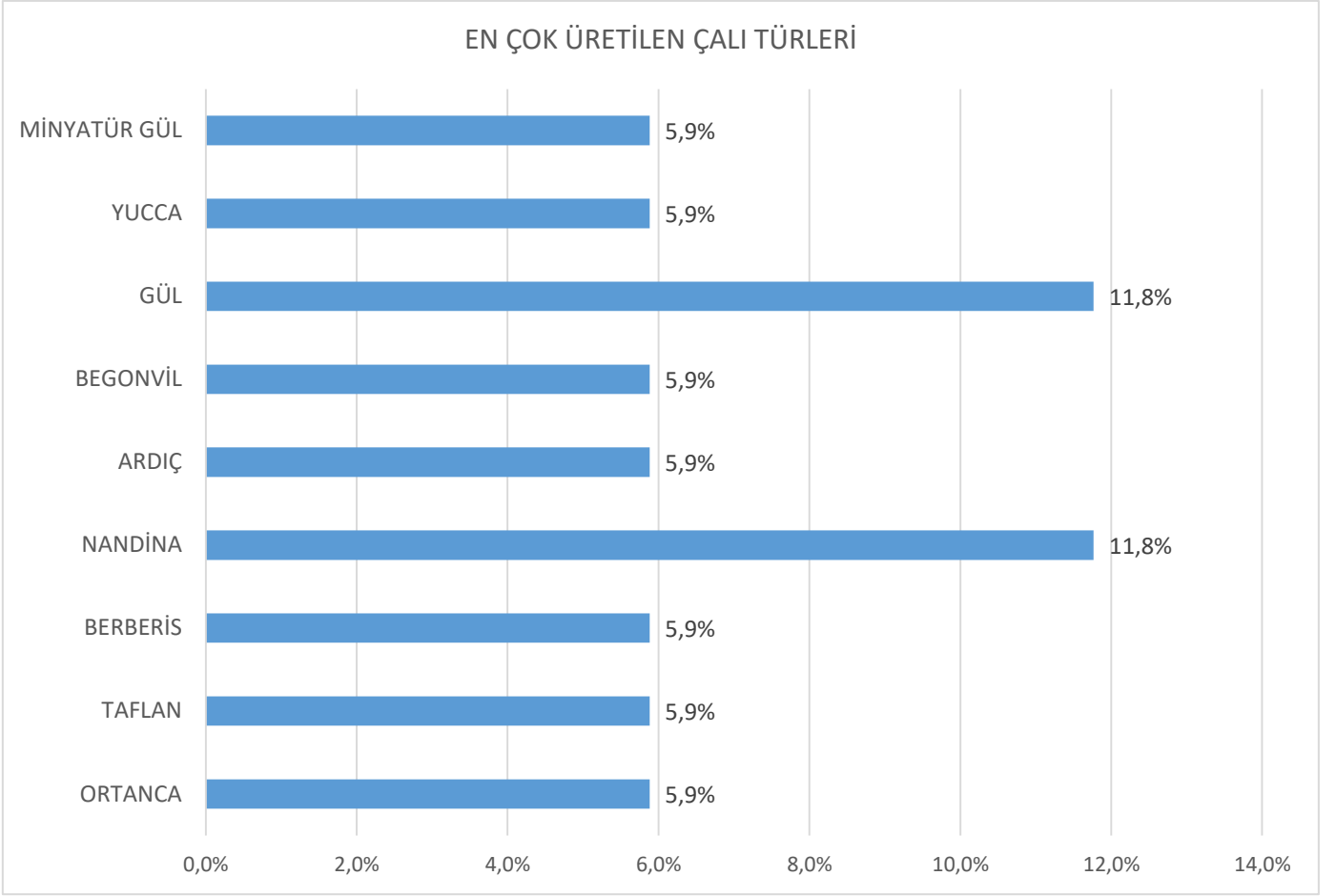
Adana-Mersin bölgesinde faaliyet gösteren firmaların üretim yaptığı iller ve toplam alanların büyüklükleri(m2 cinsinden) haritalarda gösterilmiştir. Adana-Mersin’de arazilerin kiralama sürelerinin kısa olması, kira bedellerinin %38 oranında yüksek olması ve daha da artma riskinin olması, arazi büyüklüklerinin yeterince büyük olmaması nedeniyle Adana-Mersin dışında üretimin yapılması doğru bir stratejidir.

3.10 Firmaların En Çok Ürettiği ve Sattığı Ürünler



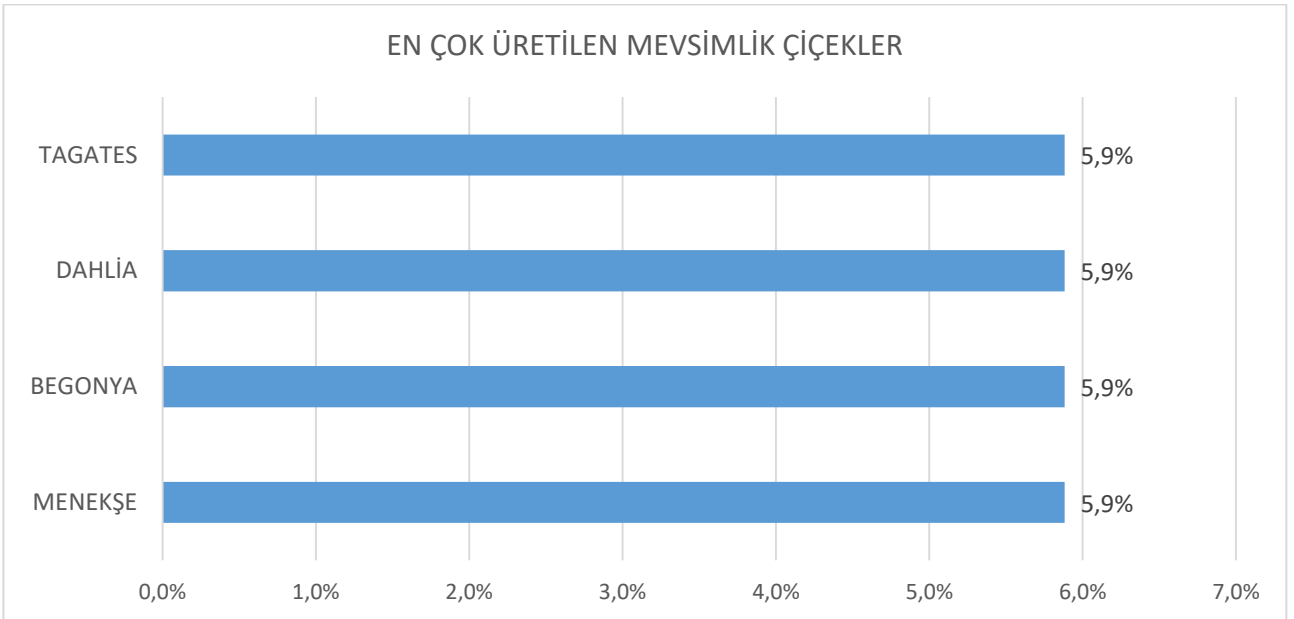
Şekil 3.12

Adana-Mersin’de ağaç ve ağaççık üreten firmaların büyük çoğunluğunun en çok Palmiye Türleri ve Kauçuk Türleri ürettiği görülmektedir.



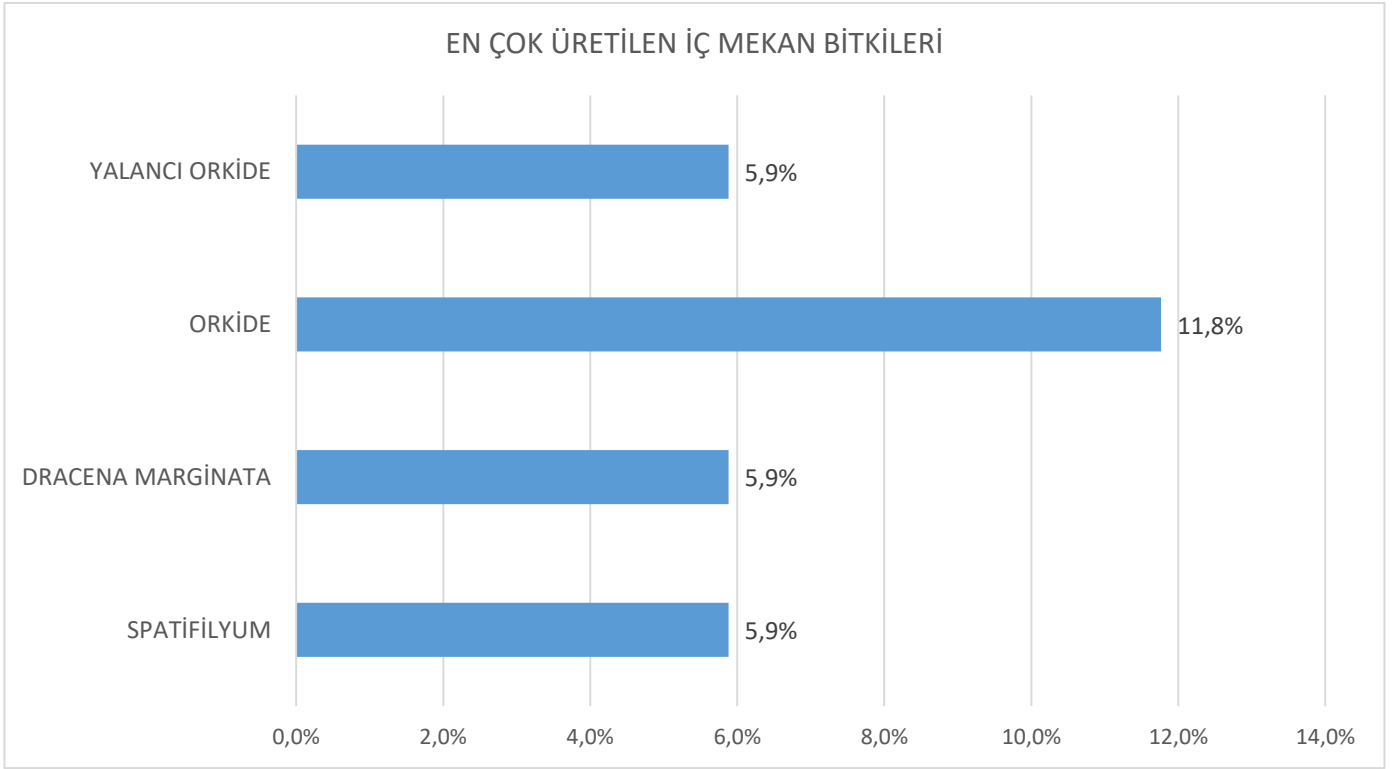
Şekil 3.13

Adana-Mersin’de çalı üreten firmaların büyük çoğunluğunun Nandina ve Gül ürettiği görülmektedir.



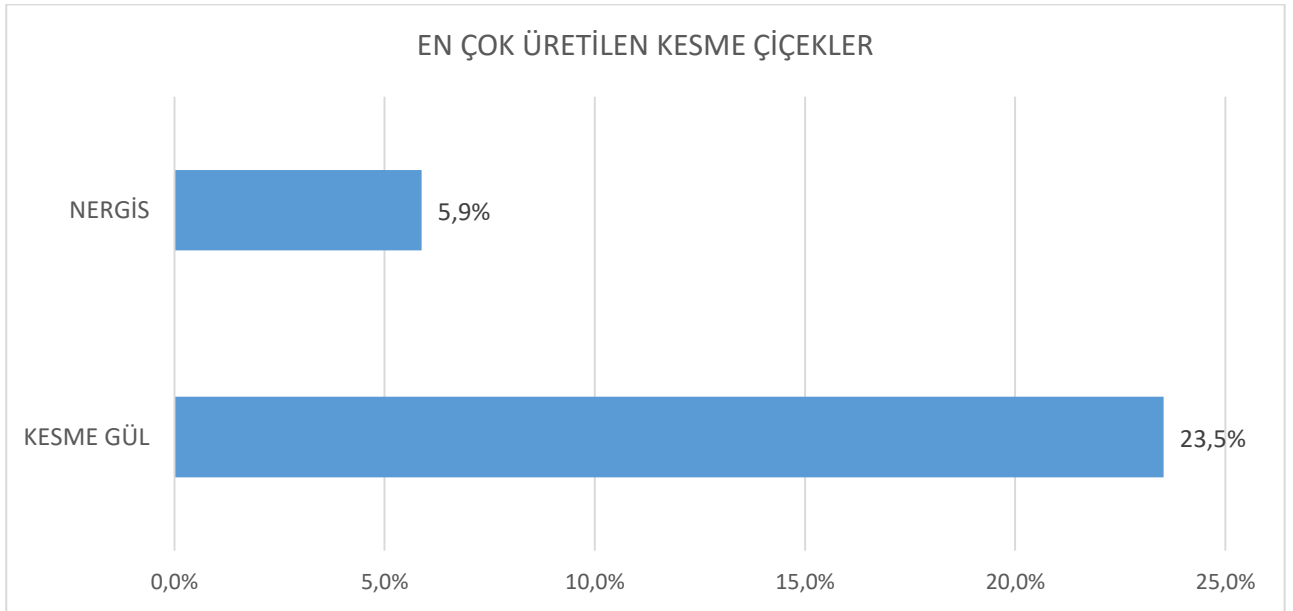
Şekil 3.14

Adana-Mersin’de en çok üretilen mevsimlik çiçek türleri Menekşe, Begonya, Dahlia ve Tagates’tir.



Şekil 3.15

Adana-Mersin bölgesinde en çok üretilen iç mekan bitkisinin Orkide olduğu görülmüştür.

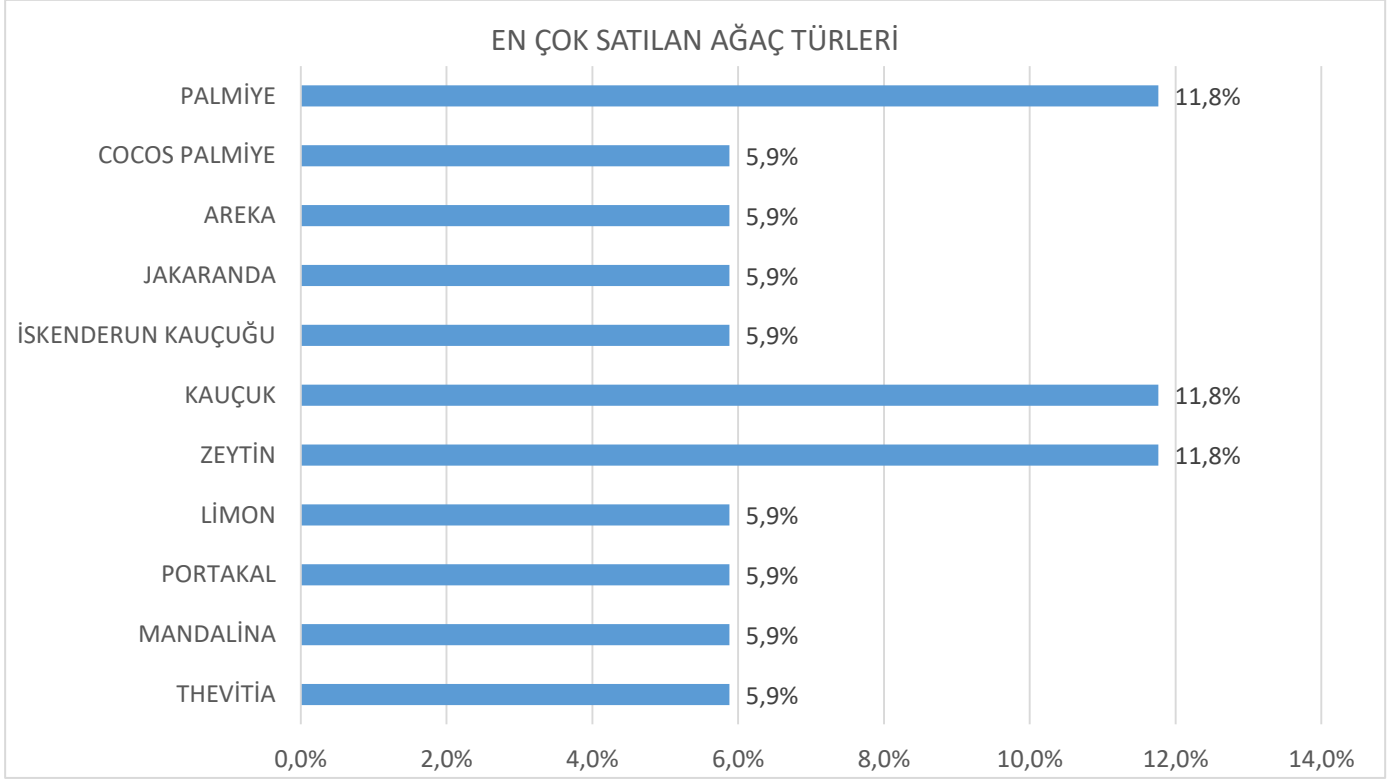


Şekil 3.16

Adana-Mersin bölgesinde en çok üretilen kesme çiçek Gül’dür.

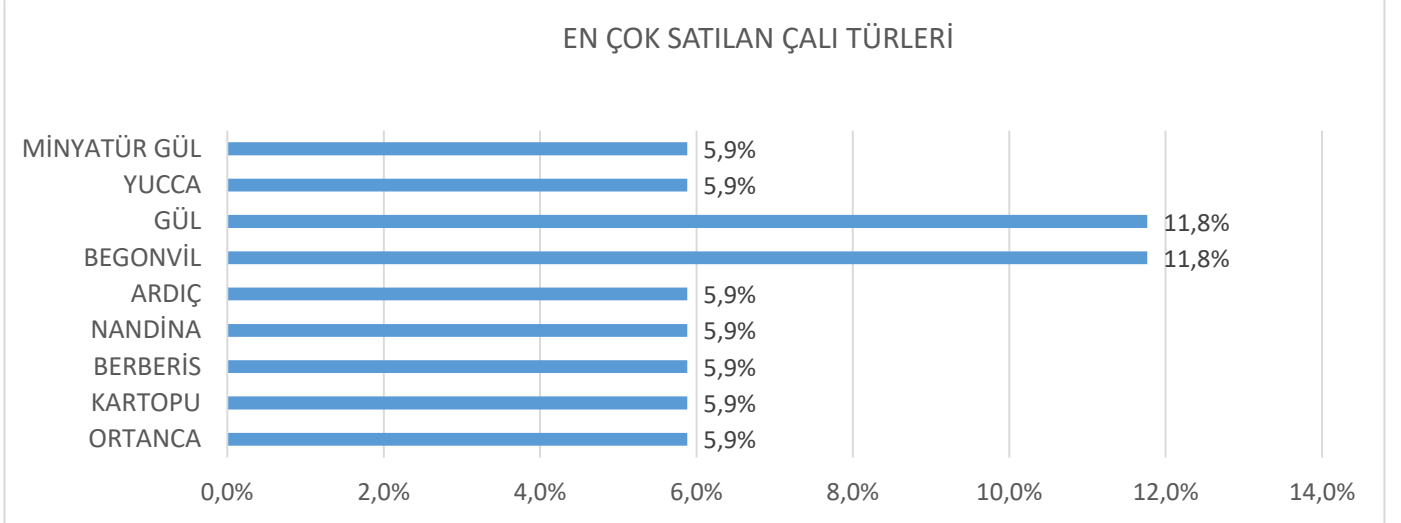
3.11 Firmaların En Çok Sattığı Ürünler

Firmaların en çok sattığı ilk beş ürünlere ait veriler aşağıdadır:



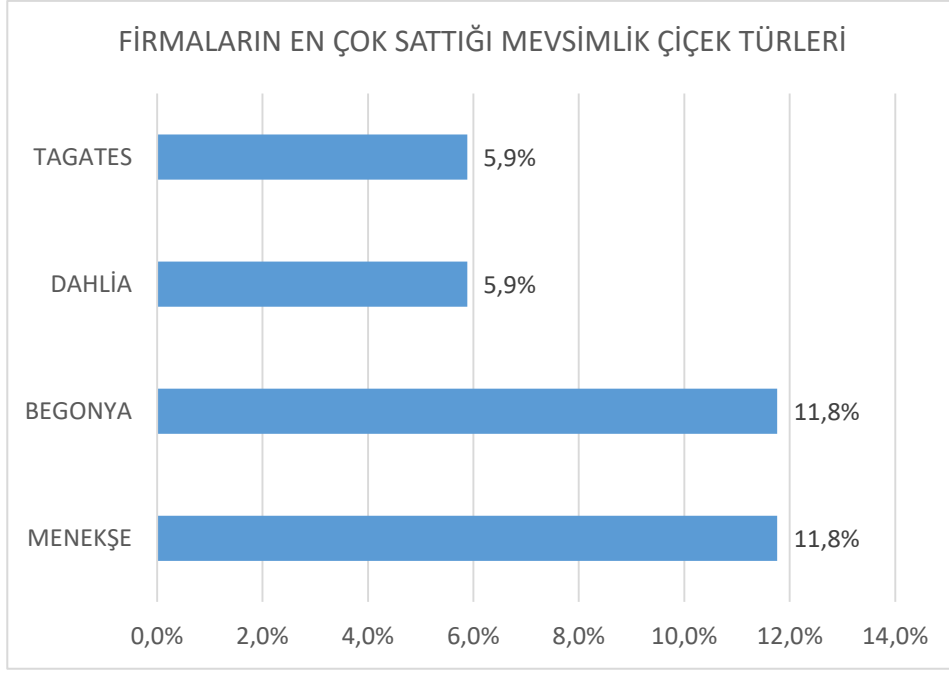
Şekil 3.17

Adana-Mersin’de ağaç üreten firmaların en çok sattıkları ürünler içerisinde ilk sırada Palmiye Türleri, Kauçuk Türleri ve Zeytin’in yer aldığı görülmektedir.



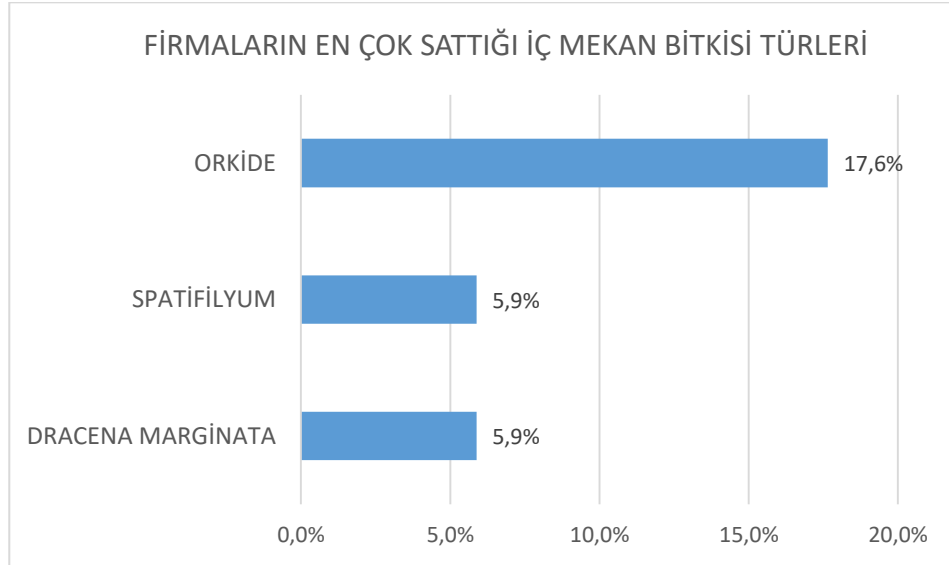
Şekil 3.18

Anket yapılan firmaların en çok sattığı Gül ve Begonvil’dir.



Şekil 3.19

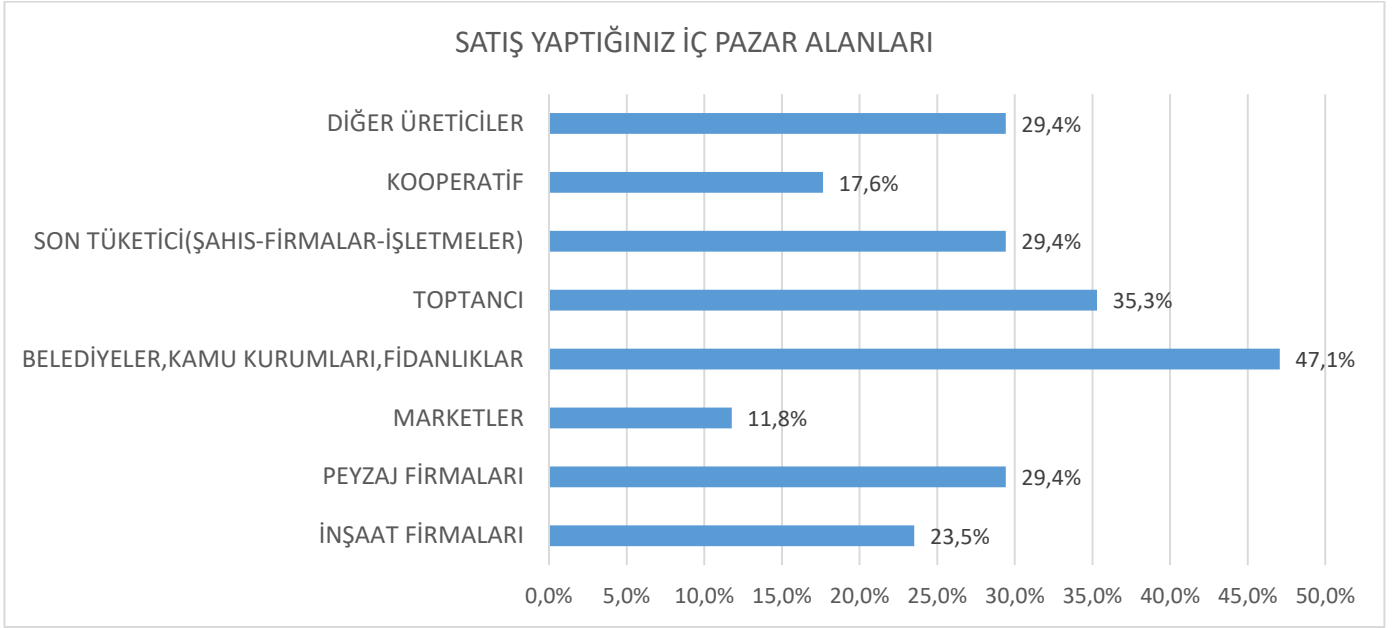
En çok satılan Mevsimlik Çiçek Türleri Menekşe ve Begonya'dır.



Şekil 3.20

En çok satılan İç Mekan türü Orkide'dir.

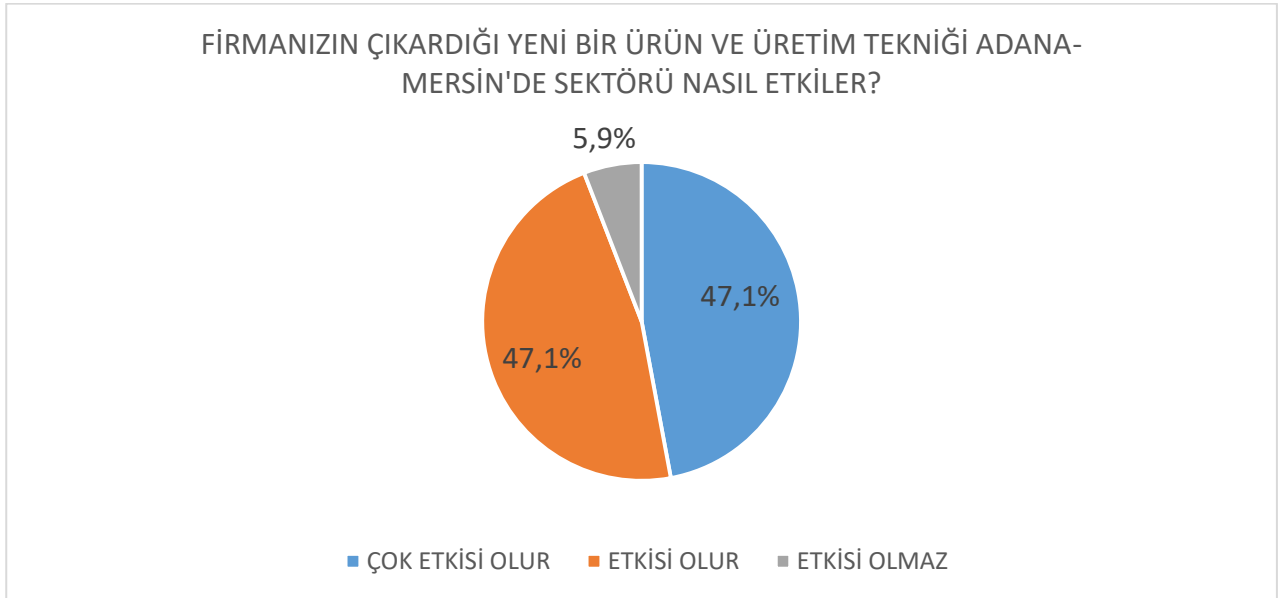
3.12 İç Pazar Alanları



Şekil 3.21

Grafikte de görüldüğü üzere Adana-Mersin’de firmalar en çok satışı iç pazarda Belediyeler, Kamu Kurumları ve Fidanlıklar ve toptanclara yapmaktadır. Ayrıca peyzaj firmaları, diğer üreticiler ve şahıslar öne çıkmaktadır. Üreticilerin iç pazarda marketlere yaptıkları satış oranı düşüktür. Üreticilerin bu eksikliğini giderilmesi için sektörün kendi paydaşları dışında kalan son tüketicilere tanıtımının artırılması, uygun yerlerde ortak Show-room’lar açılarak perakende pazarının canlandırılması faydalı olacaktır.

3.13 Firmanızın Ortaya Çıkardığı Yeni Bir Ürün ve Üretim Tekniği Sektörü Nasıl Etkiler



Şekil 3.22

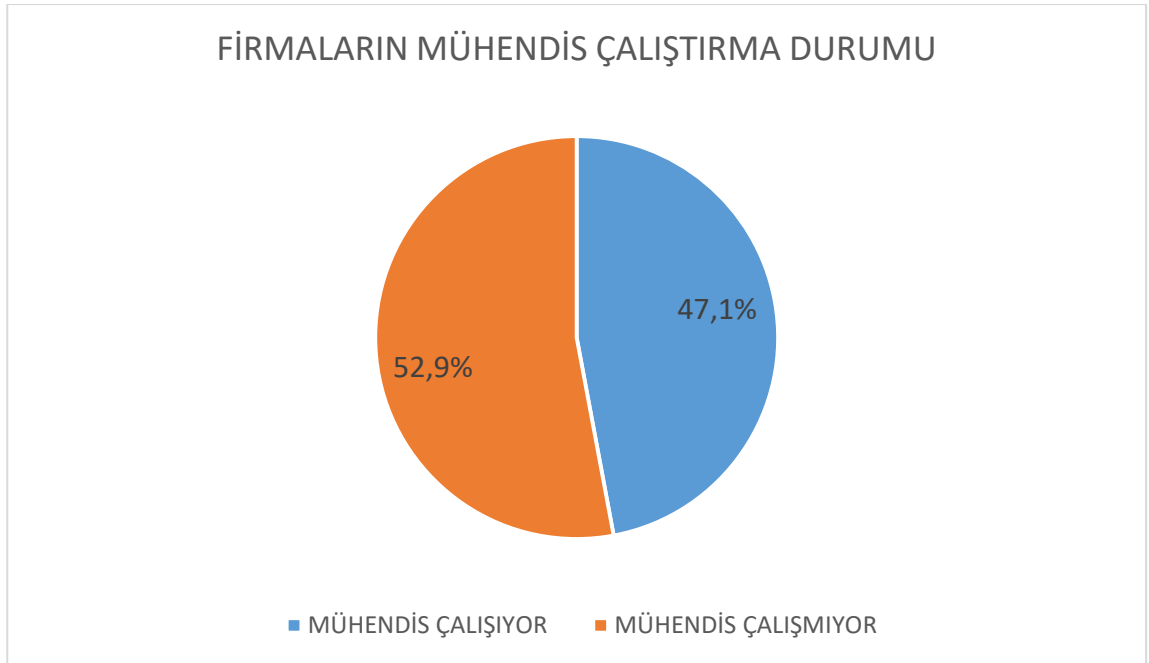
Firmalara sorulan ‘Firmanızın ortaya çıkardığı yeni bir ürün ve üretim tekniği Adana-Mersin ‘da sektörünüze nasıl yansır?’ sorusuna yanıt olarak etkisi olur ve çok etkisi olur seçeneğini işaretleyen üreticilerin oranı %94,2 olarak

ortaya çıkmıştır. Buradan hareketle, Adana-Mersin içerisindeki firmaların birbirleriyle iletişimlerinin kuvvetli olduğu, diğer firmaların ürün ve üretimlerini gözlemledikleri ve yeniliklere açık oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Aynı soru 'yeni bir ürün ve üretim tekniği Türkiye'de sektörü nasıl etkiler?' şeklinde de sorulmuş ve sonuç %82,4 oranında etkisi olacağı yönünde olmuştur.

Sonuç olarak, firmalar hem Adana-Mersin içerisinde hem de Türkiye çapında sektörü ve sektördeki gelişmeleri takip etmektedir. Firmaların yeni ürünlerin ve yeni üretim tekniklerinin kıymetini bilmesi, bunu çok yüksek oranda istemesi sektörün kümelenme çalışması açısından çok olumludur. Orta ve uzun vadede bunları hayata geçirecek şekilde yol haritası hazırlanacaktır.

BÖLÜM 4: FİRMA ÇALIŞANLARI

4.1 Firmalarda Mühendis Durumu

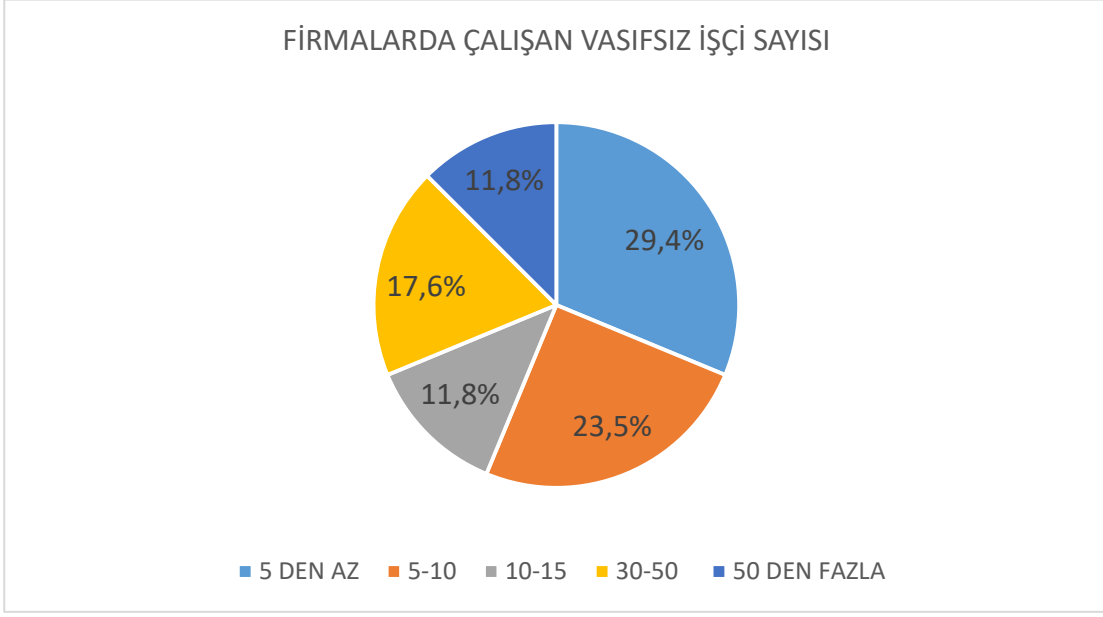


Şekil 4.1

Grafikten görüldüğü üzere firmaların %52,9 luk kısmı bünyesinde sabit mühendis çalıştırmamaktadır. Bu firmaların yarısından fazlası, süs bitkisi üretici belgesine sahip firmaların mühendis çalıştırmasının zorunlu olması sebebiyle, mühendis çalıştırmayı hizmet alımı şeklinde uygulamaktadır. Sektörün % 47.1'i mühendis çalıştırmaktadır. Mühendis çalıştıran firmaların yarısı bünyesinde, 1'den fazla mühendis çalıştırmaktadır. Firmaların yarısından fazlasında 10 ve daha az personel bulunmaktadır. Personel sayısı 30'un üzerinde olan Firma oranı %29,4'tür.

Firmaların %41,2'si tekniker çalıştırmaktadır.

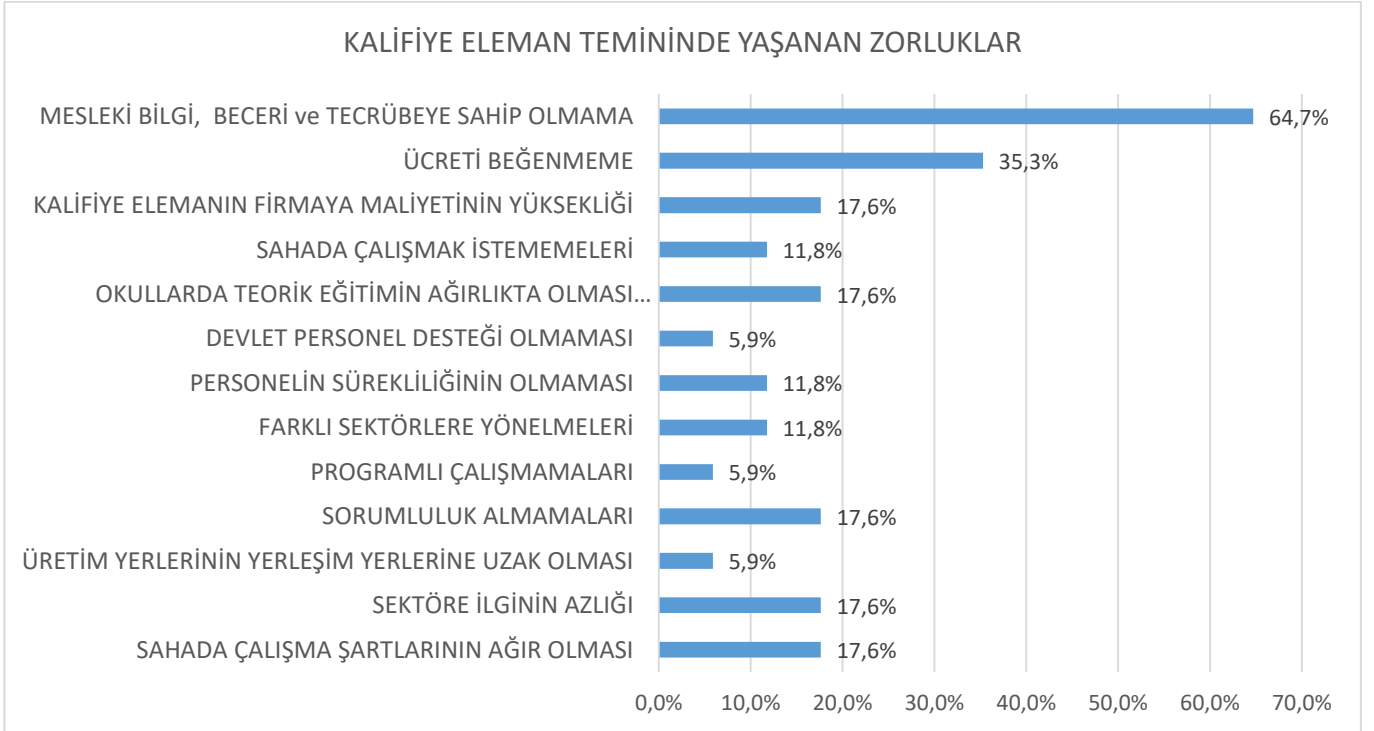
4.2 Firmalarda Vasıfsız İşçi Durumu



Şekil 4.2

İşletmelerin büyüklüğüne göre firmalarda çalışan vasıfsız işçi sayısı değişmektedir. Sabit işçi çalıştıranların yanısıra geçici (sezonluk) işçi çalıştıran firmalarda bulunmaktadır. Firmaların % 94,1'i vasıfsız işçi çalıştırmaktadır.

4.3 Kalifiye Eleman Temininde Yaşanan Zorluklar



Şekil 4.3

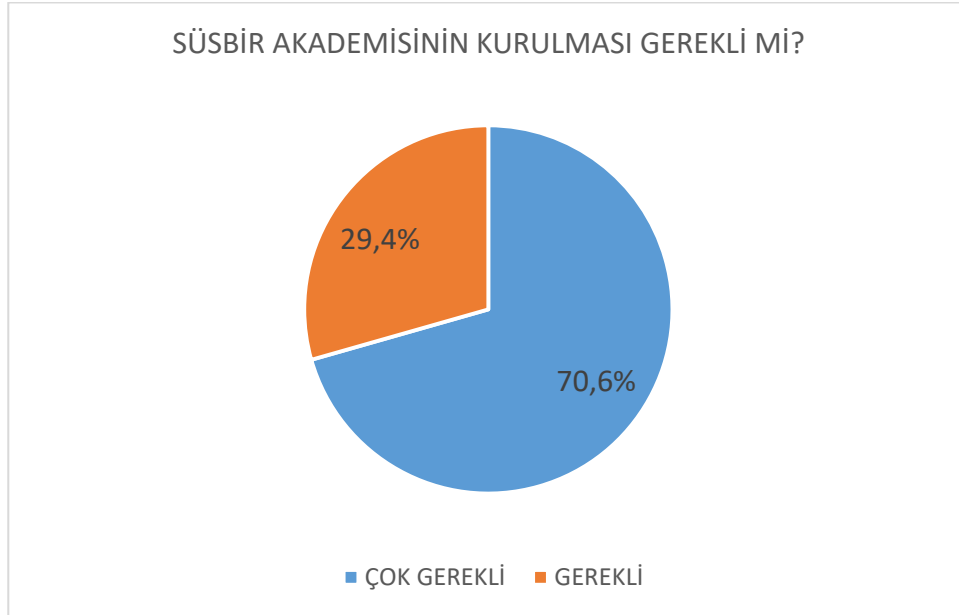
Firmaların kalifiye eleman temininde yaşadığı zorluklar grafikte verilmiştir. En önemli sorun elemanların yeterli bilgi, beceri ve tecrübeye sahip olmamaları olarak ortaya çıkmıştır. Kalifiye eleman yetiştiren meslek liselerinde verilen eğitimin teorik ağırlıklı olması, uygulama yapılacak alan ve malzeme-ekipman eksikliği gibi konulardan doğan yetersiz uygulama derslerinin bu sonuca yol açtığı belirtilmiştir.

Sahada çalışacak eleman alacağı ücreti beğenmemekte ve aynı ücrete daha rahat ve kolay işleri tercih etmektedir. Bu durumda, çalışan kişilerin şartlarının iyileştirilmesi planlı, programlı bir şekilde ücret tarifesi uygulanmasının önemi ortaya çıkmaktadır.

Kalifiye eleman temininde yaşanan zorluklardan bir diğeri de çalışacak kişilerin çalışma şartlarını beğenmemesidir. Bu konuya bağlı olarak sektörde yapılacak işin zor olduğu algısı da kalifiye eleman bulunmasında yaşanan olumsuz bir diğer etkidir. Yapılacak işin zor olduğu algısı, sektörde ihtisaslaşmanın olmamasının bir sonucu olarak ortaya çıkmakta, işe alınan elemanın her işi yapması beklenmektedir. Yapılacak işlerin programlanması personel arasında iş bölümü yapılması ve her elemanın yapacağı işe göre eğitim alması, hem işin bitme süresini kısaltacak, hem de elemanlar üzerindeki iş yoğunluğunu azaltacaktır. Sahada çalışacak eleman alacağı ücreti beğenmemekte ve aynı ücrete daha rahat ve kolay işleri tercih etmektedir. Bu durumda, çalışan kişilerin şartlarının iyileştirilmesi planlı, programlı bir şekilde ücret tarifesi uygulanmasının önemi ortaya çıkmaktadır.

Kalifiye elemanın firmaya maliyetinin yüksek olması da bir diğer önemli sorun olarak gözükmektedir.

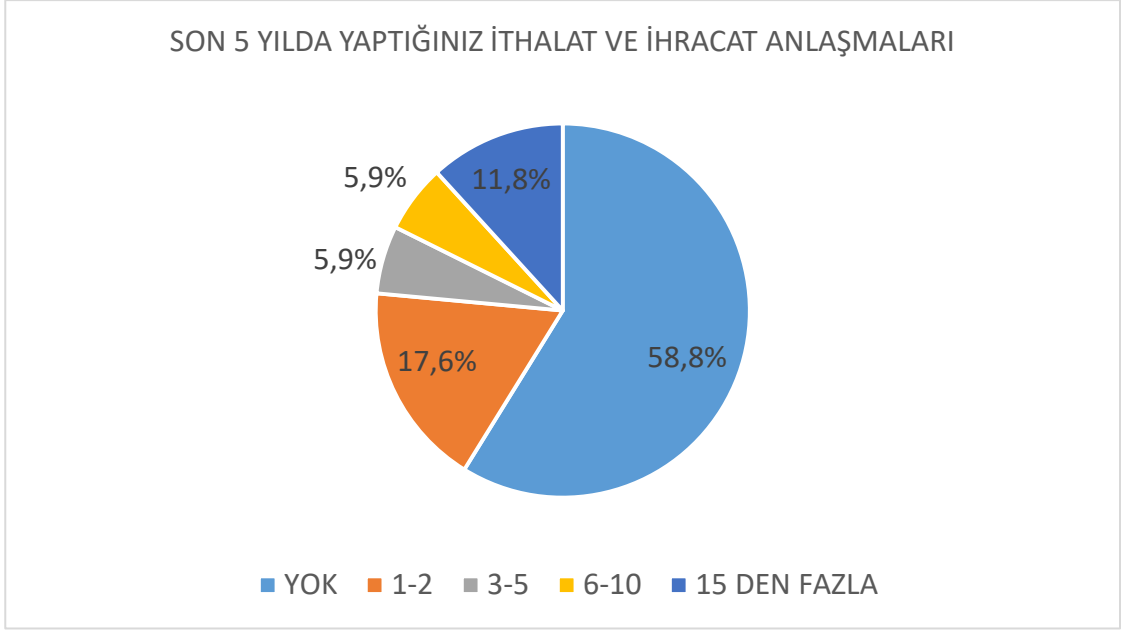
4.4 SÜSBİR Akademisi



Şekil 4.4

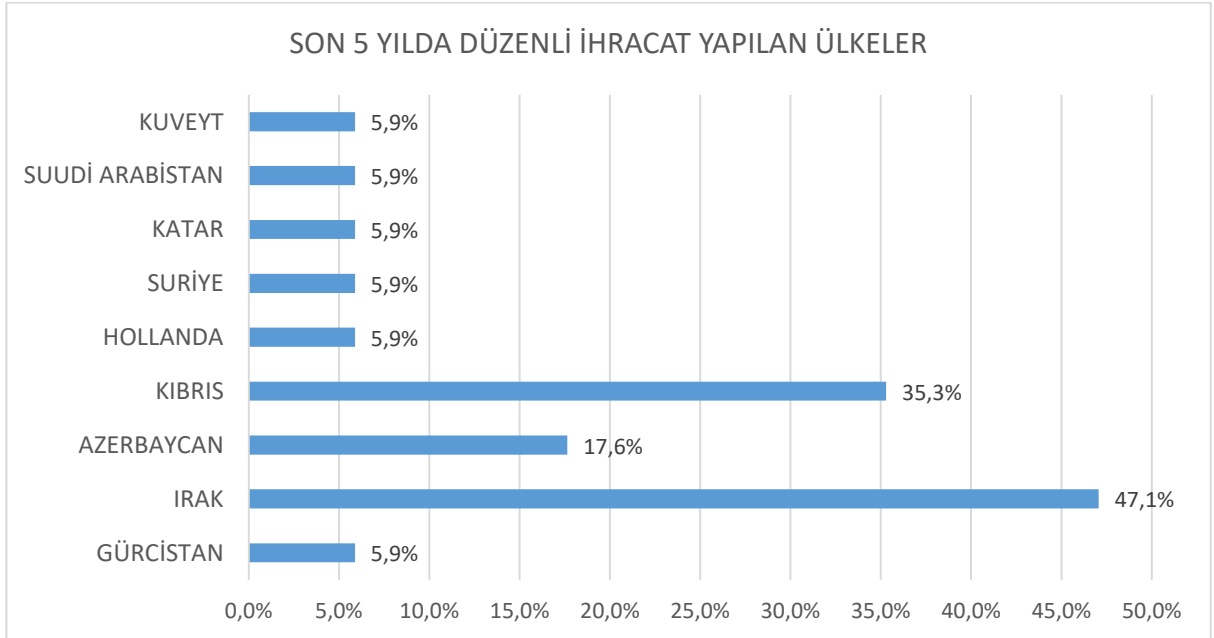
SÜSBİR AKADEMİSİNİN kurulması hakkında görüşlerini sorduğumuz firmaların verdikleri cevaplarda da kalifiye eleman yetiştirmek üzere bir akademi kurulmasının sektör tarafından gerekli görüldüğü %100 oranında ortaya çıkmıştır. Sektörel kümelenme sürecinde, kalifiye eleman temininde yaşanan bu zorluklar ortadan kalkacaktır. Akademi ile ilgili ayrıntılı bilgi (eğitim yapısı ve genel planı) kümelenme yol haritasında anlatılmıştır.

BÖLÜM 5: SATIŞ VE ANLAŞMALAR



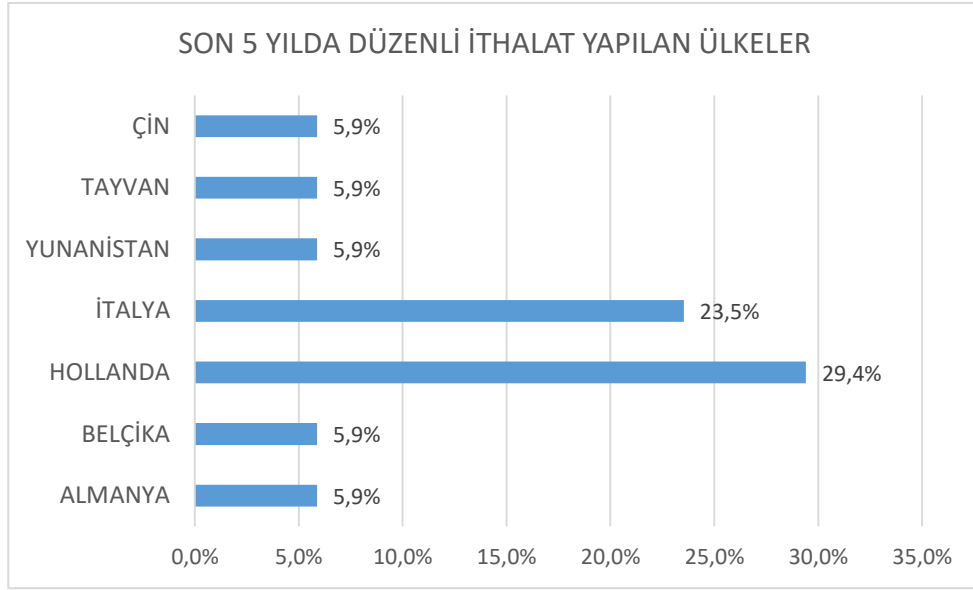
Şekil 5.1

Son 5 yılda yurt dışındaki firmalarla anlaşma yapan firmaların oranı %41,2 olup, bu firmaların %11,8'i 5 yıl içerisinde 5 den fazla anlaşma yapmıştır. Anlaşma yapan firmaların sayısı, Adana-Mersin bölgesindeki üreticilerin yurtdışı firmalarla bağlantılı olduğunu ithalat ve ihracat potansiyellerinin yüksek olduğunu göstermektedir. Hali hazırda yapılan anlaşmaların %75'i ithalat, %87,5'i ihracat, her ikisini de yapanların oranı ise %62,5 dir.



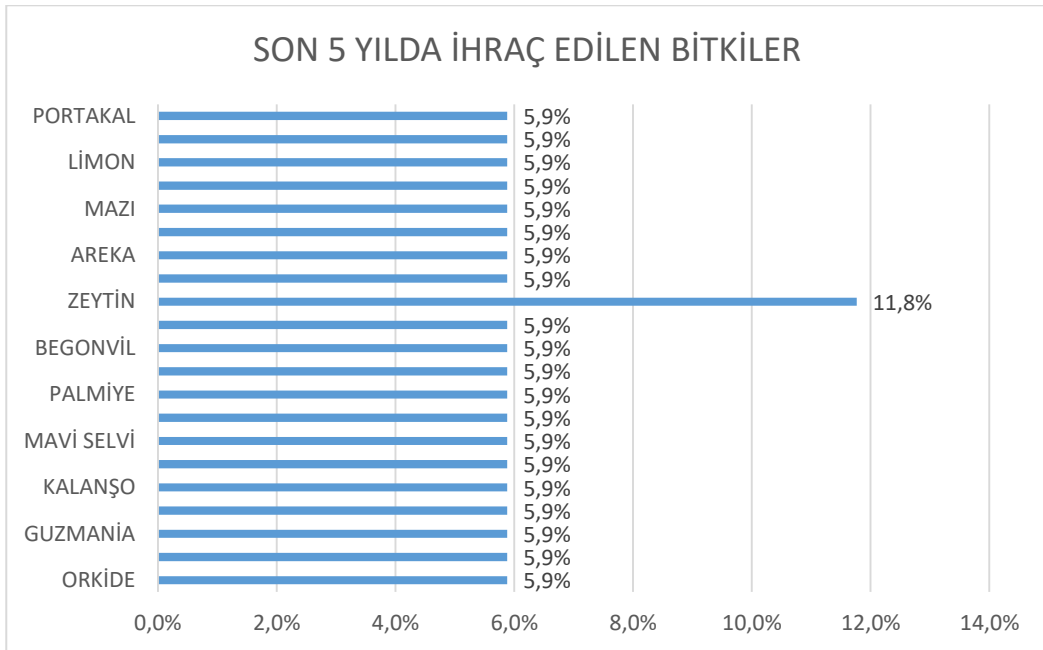
Şekil. 5.2

Son 5 yılda düzenli ihracat yaptığını ifade eden firmalar en çok Irak, Kıbrıs, Azerbaycan ve Gürcistan' a ihracat yapmaktadır.



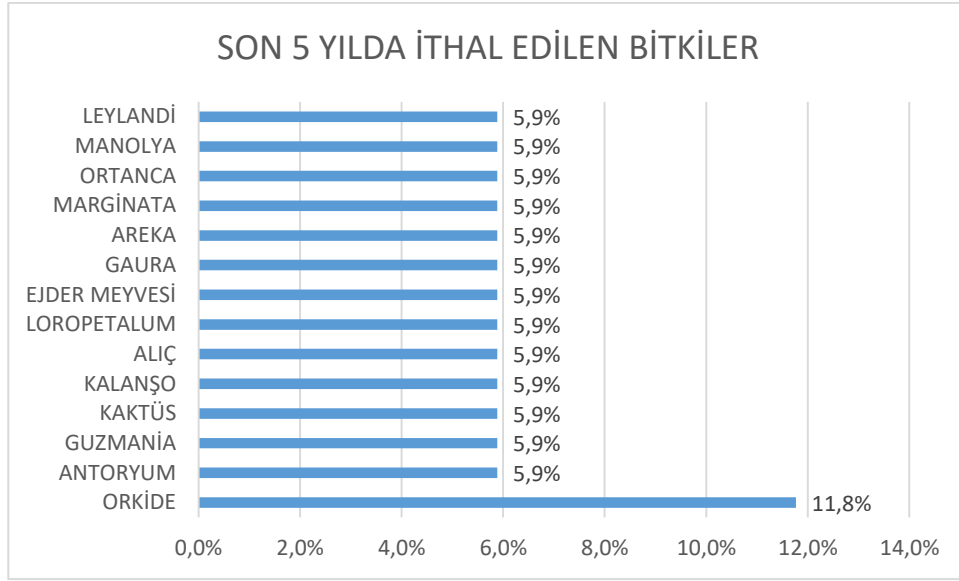
Şekil. 5.3

Son 5 yılda ithalatın en çok yapıldığı ülkeler ise Hollanda, İtalya, Belçika, Almanya, Yunanistan, Tayvan ve Çin'dir.



Şekil. 5.4

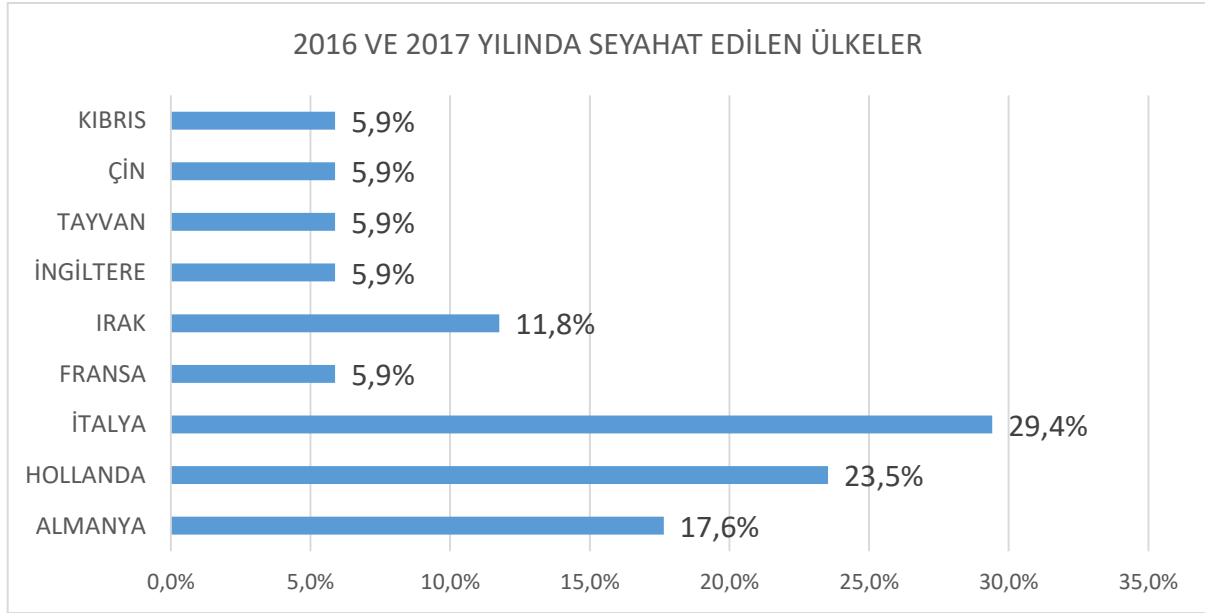
Şekilden de görüldüğü gibi son 5 yılda ihrac edilen ürünlerin başında zeytin, meyve ağaçları, palmiye çeşitleri, çalı türleri ve bazı iç mekan bitkileri gelmektedir.



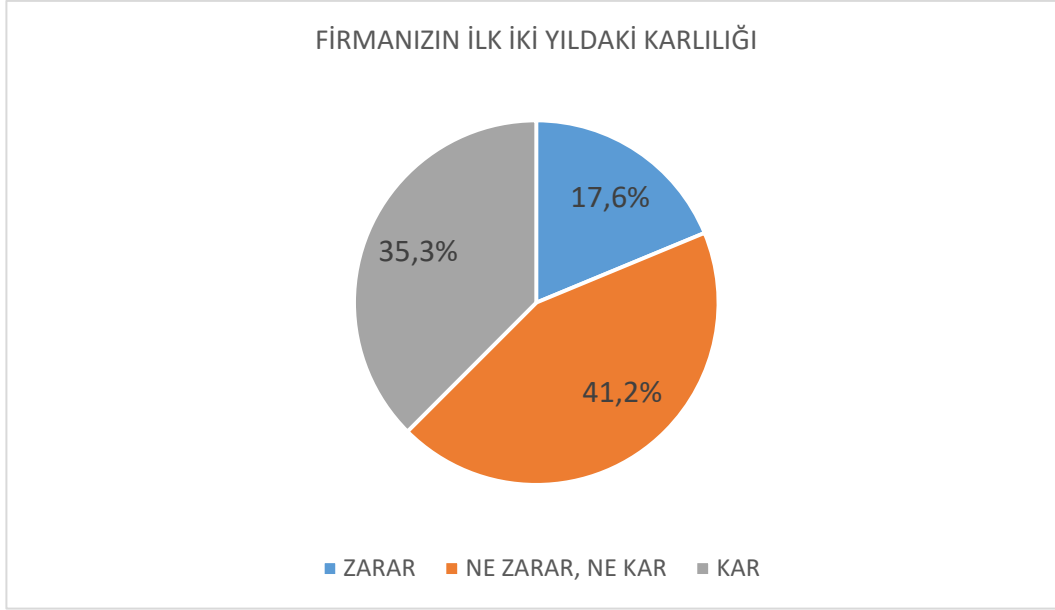
Şekil. 5.5

Şekilden de görüldüğü gibi son 5 yılda ithal edilen bitkilerin başında Orkide gelmektedir.

Firmalar 2016 ve 2017 yıllarında ziyaret edilen ülkeler sorusuna cevap olarak büyük çoğunlukla Avrupa ülkeleri, Irak, Tayvan, Çin ve Kıbrıs'ı ziyaret ettiklerini söylemişlerdir:



Şekil. 5.6



Şekil. 5.7

Firmalara kuruluşlarının ilk iki yılında kar - zarar oranları sorulmuş, firmaların;

- % 35,3'ü kar ettiklerini,
- %41,2'si ne kar ne zarar ettiklerini,
- %17,6'sı ise zarar ettiklerini

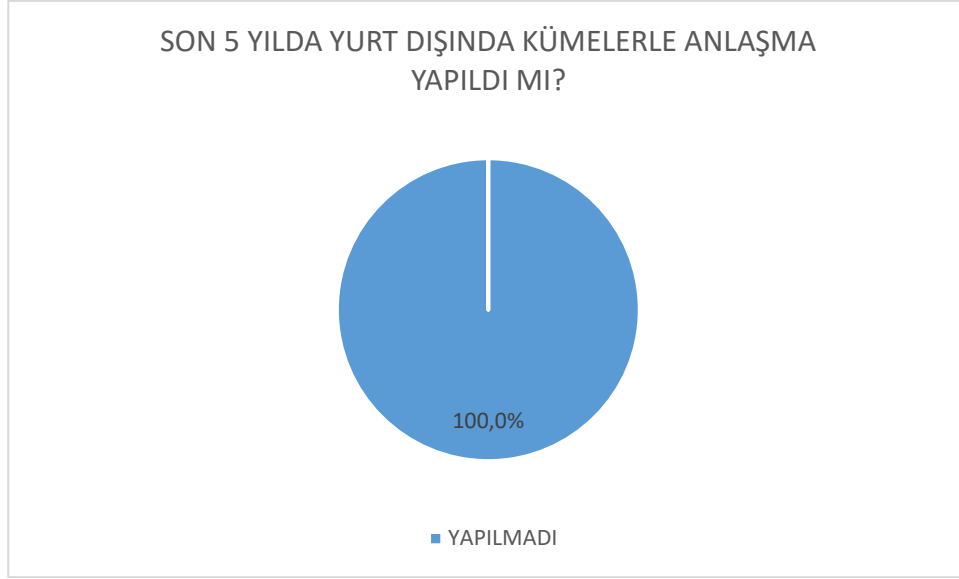
beyan etmişlerdir. Bu durum sektöre girecek olan yeni yatırımcılar açısından ilk yıllarda çok fazla risk oluşmadığının bir göstergesidir. Bu durum sürenin kısıllığından dolayı mevsimlik üretim ve al-sat şeklinde yapılan ticaretle firmaların kar ettiği düşünülmektedir.

Aynı soru 2016 ve 2017 yılları için de sorulmuş, benzer yanıtlar alınmıştır. Özellikle Türkiye'nin genel ekonomik durumunda yaşanan istikrarsızlıklara, diğer ülkelerle olan politik sorunlara ve ülke içinde yaşanan sorunlara rağmen sektör ayakta kalmış, 2016 ve 2017 yılları için Adana-Mersin'deki firmaların:

2016	2017
• %58,8'i kar	• %64,7'si kar
• %11,8'i ne kar ne zarar	• %23,5'i ne kar ne zarar
• %29,4'ü zarar	• %5,9'u zarar

ettiğini beyan etmişlerdir.

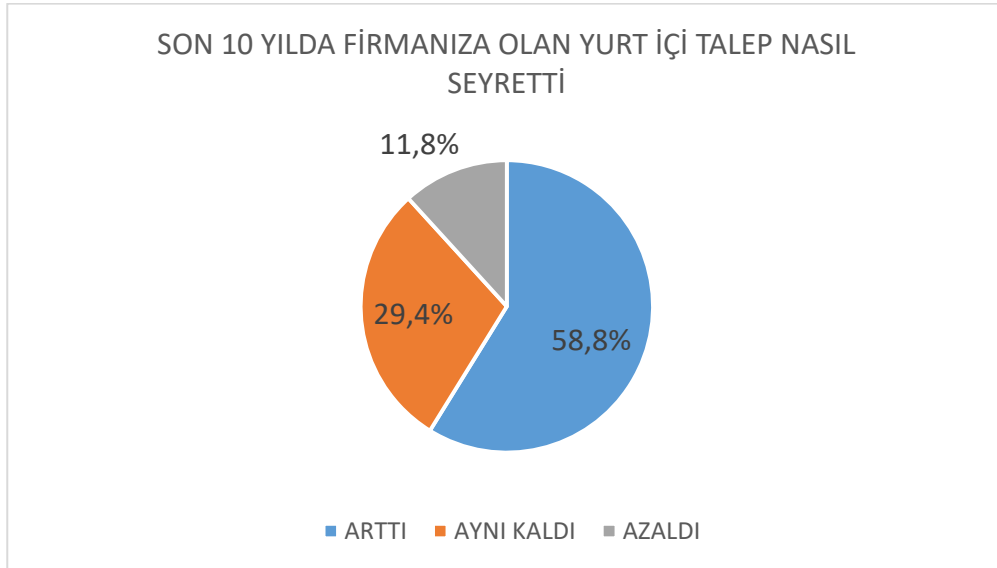
Yurt dışındaki kümeler (birlikler, kooperatifler) ile son 5 yılda yapılan anlaşmalarınız var mı? Sorusuna verilen cevaplar aşağıdaki grafikte sunulmuştur:



Şekil 5.8

Firmalar %100 oranında Yurtdışındaki kümelerle son 5 yılda anlaşma yapmadıklarını ifade etmiştir. Soru tam olarak anlaşılammış olabilir. Gelecek dönemlerde Adana-Mersin Bölgesinde bulunan sektörel dernekler ve kooperatiflerin diğer ülkelerdeki sektörel örgütlerle işbirliği protokolleri imzalamaları için çalışmalar yapılmalıdır.

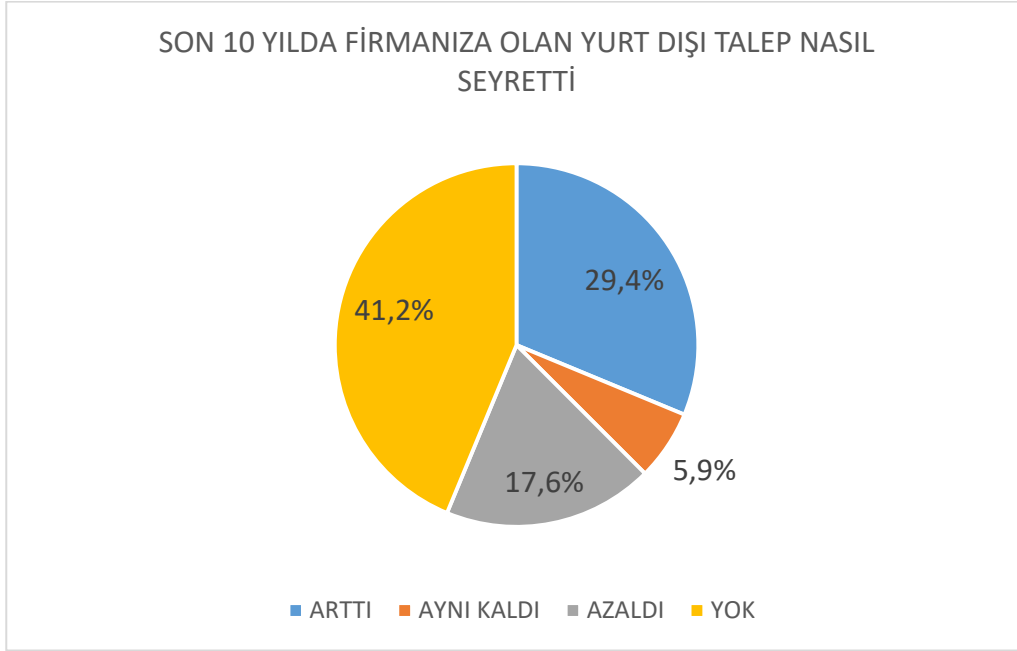
5.1 Son 10 Yılda Firmalara Olan Yurtiçi Talep Nasıl Seyretti



Şekil 5.9

Firmaların %58,8'i son 10 yılda firmalarına olan yurtiçi talebin arttđını belirtmişlerdir. Son 10 yılda yeşile olan ilginin artması, belediyciliğin gelişmesi gibi nedenlerle sektör hareketlenmiş, firmalara ve ürettikleri ürünlere olan talep artmıştır. Talebin azaldđını beyan eden firmaların oranı %11,8 olup düşüktür. Bunun nedenlerinin detaylı bir şekilde araştırılması ve nedenlerinin ortaya çıkarılması için bunu söyleyen firmalar ile tekrar görüşmekte fayda vardır.

5.2 Son 10 Yılda Firmalara Olan Yurt Dışı Talep Nasıl Seyretti

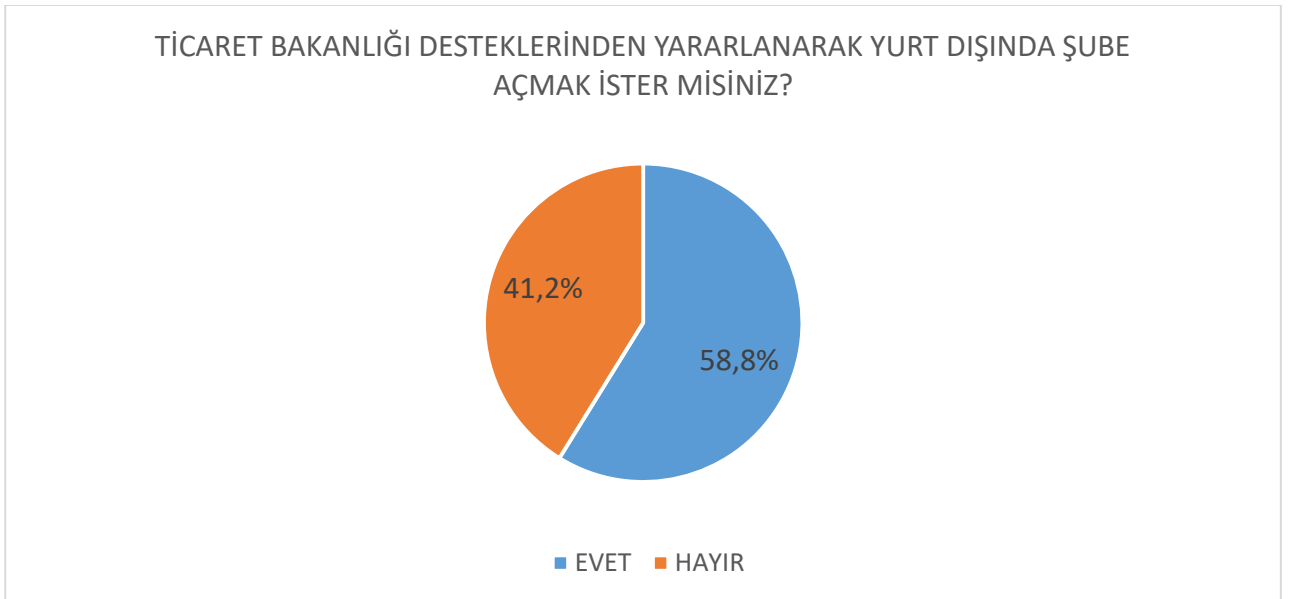


Şekil 5.10

Firmaların %41,2'si yurtdışı talebin olmadığını, %29,4'ü yurt dışı talebin arttığını belirtmişlerdir. Süs bitkileri sektöründe ihracatın son birkaç yılda artış göstermiş olmasına rağmen Adana-Mersin bölgesi özelinde sektör firmalarının %70'inin bundan yararlanmamasının nedenlerinin araştırılması gerekmektedir.

5.3 Ticaret Bakanlığı Destekleri

Firmalara devlet destekleri ile ilgili çeşitli sorular yöneltilmiŐtir. Bunlara verilen cevaplar aşağıdaki grafikte sunulmuştur.

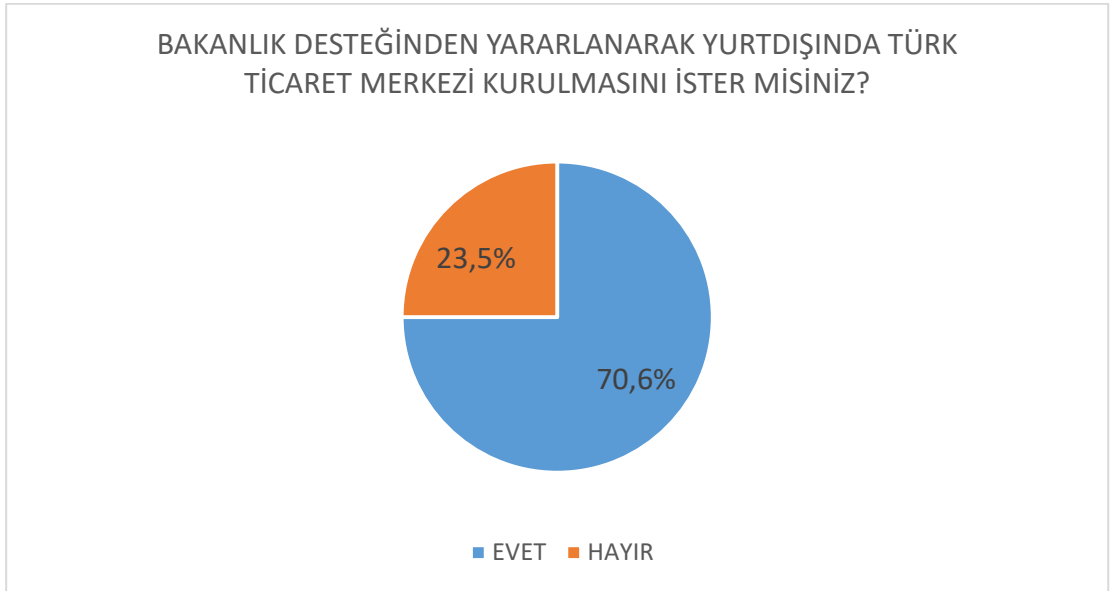


Şekil 5.11

Firmaların % 58,8'i Ticaret Bakanlığı desteklerinden yararlanarak yurt dışında şube açmak istediklerini belirtmişlerdir. Firmalar 'Hangi ülkede şube açmak istiyorsunuz?' sorusuna, Katar, Bahreyn, Dubai, Azerbaycan, Türkmenistan, Irak ve Avrupa Ülkeleri cevaplarını vermişlerdir. Bu ülkelerin ilgili sektör firmaları için doğru hedef pazarlardan olduklarının kontrolü yapıldıktan sonra Ticaret Bakanlığı desteklerine başvurulabilir. 'Hayır' diyen %41,2 lik kesim ile bu konu detaylı bir şekilde görüşülerek nedenleri öğrenilmelidir.

Ticaret Bakanlığı desteklerinden yararlanarak yurt dışı iş seyahatlerine katılmak ister misiniz sorusuna firmaların %93,8'i 'Evet' yanıtını vermiştir. Firmalar, Hollanda, İtalya, Orta Doğu Ülkeleri, İspanya, Almanya, Kenya, Çin, Afrika ülkeleri, Kostarika, Amerika, Dubai, Azerbaycan, Fransa'ya seyahat etmek istemektedirler. SÜSBİR olarak Katar'a Ticaret Bakanlığı Yurt Dışı Pazar Araştırması tebliğ kapsamında bir Sektörel Ticaret Heyeti düzenledi. Diğer belirtilen ülkelerin süs bitkileri konusunda üretim ve ticaret kapasiteleri incelenerek yeni programlar düzenlenebilir.

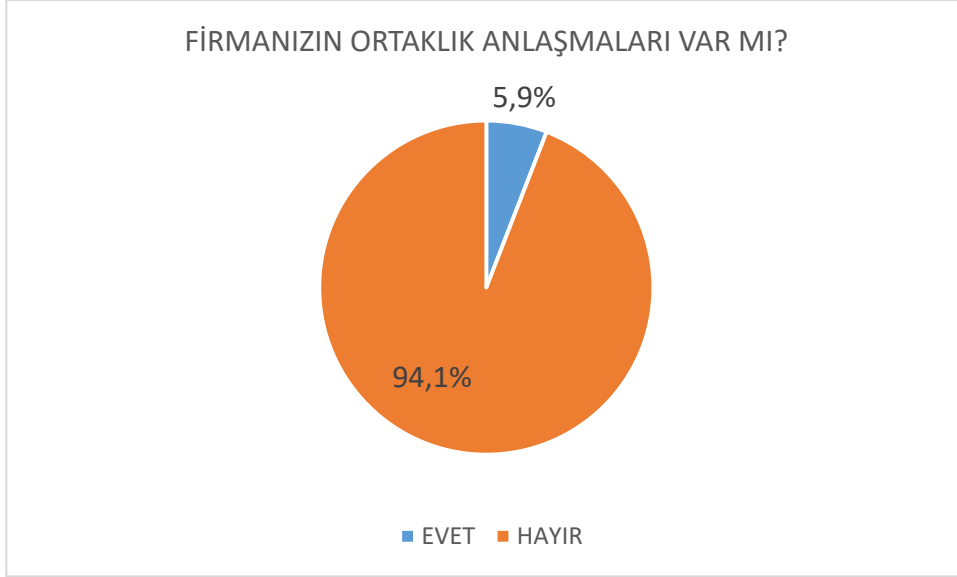
Ticaret Bakanlığı desteklerinden yararlanarak yurt dışında süs bitkileri Türk Ticaret Merkezi kurulması çalışmasında yer almak ister misiniz sorusuna da %70,6 oranında 'Evet' cevabı verilmiş ve merkezin açılmasını istedikleri ülkeleri firmalar şu şekilde belirtmişlerdir; Türki Cumhuriyetleri, Avrupa Ülkeleri, Orta Doğu Ülkeleri, Afrika Ülkeeri ve Çin. En uygun olan ülkelerden başlanarak şirket kurma vb. ticari konular incelenerek bu ülkelerde sırayla Türk Ticaret Merkezleri kurulması çalışmaları yapılacaktır.



Şekil. 5.12

BÖLÜM 6: ORTALIK- İŞBİRLİĞİ

6.1 Resmi Ortaklıklar



Şekil 6.1

Firmalar ortaklık anlaşmaları olup olmadığı sorusuna %94,1 oranında 'Hayır' cevabını vermişlerdir.'Evet' cevabını veren firma, ortaklıklarının firmalarla olduğunu belirtmiştir. Bu sonuç, ortaklık kültürünün sektörde gelişmediğini göstermektedir. Sektörde güven sıkıntısı olduğu sonucunu ortaya çıkarmaktadır.



Şekil. 6.2

Firmaların tamamının çeşitli kurumlarla resmi olmayan işbirliği (iletişim) yapmaktadırlar. Zaman zaman iletişim içerisinde oldukları kurumlar:

Sonuç odaklı işbirlikleri (ARGE, üretim vb.) içerisinde maalesef **üniversitelerin, araştırma kuruluşlarının ve kamunun ilgili kurumlarının oranının** çok az sayıda olması sektörün atılım yapmasını zorlaştırmaktadır. Üniversitelerle ve araştırma kuruluşları ile AR-GE ortaklıkları kurulmalıdır. Bunu firmalar çok arzu ettiği halde firmaların doğrudan kendi çabaları ile yapamadığı görülmektedir. Bu sorun **ihhtisaslaşmış AR-GE ve inovasyon kooperatifleşme** modeli ile çözülebilir. Bu yapı sektör ile üniversiteler arasında ara yüz olacak ve yeni çeşit geliştirme ve mevcut çeşitlerin ıslahı konusunda araştırma kuruluşlarına çeşitli konu önerisi yapılarak çalışmalar ortaklık şeklinde yürütülebilir.

Ayrıca firmalar Teknoloji ortaklığı ve pazarlama ortaklığı gibi konularda herhangi bir ortaklık kurmamış, kurulan diğer ortaklıklar ise tasarım düzeyinde olmuştur. Özellikle Adana-Mersin bölgesinde firmalara ortaklık kavramı ve kültürü anlatılmalı, sektörün diğer paydaşları olan üniversite, araştırma kuruluşları ve kamu kurumları ile yapılabilecek işbirlikleri konusunda bilinçlendirilmeli ve ortaya çıkan eksikliklerin giderilmesi için bu paydaşlarla projeler ortak yürütülmelidir.

Ortaya çıkan eksikliklerin en önemlilerinden birisi de pazarlama kanalı eksikliğidir. Pazarlama eksikliği, **ihhtisaslaşmış Satış-Pazarlama kooperatifleşme** modeli ile çözülebilir.

Yapılan işbirlikleri büyük çoğunlukla diğer firmalar ve firma yöneticileri arasında olmaktadır. Buradan çıkarılan sonuç ise Adana-Mersin'deki sektörün, üretimin yoğun olduğu yerlerle az sayıda üretime ve pazarlamaya dönük işbirliklerinin bulunduğu, bunun dışındaki bölgelerle herhangi bir işbirliğinin olmadığıdır.

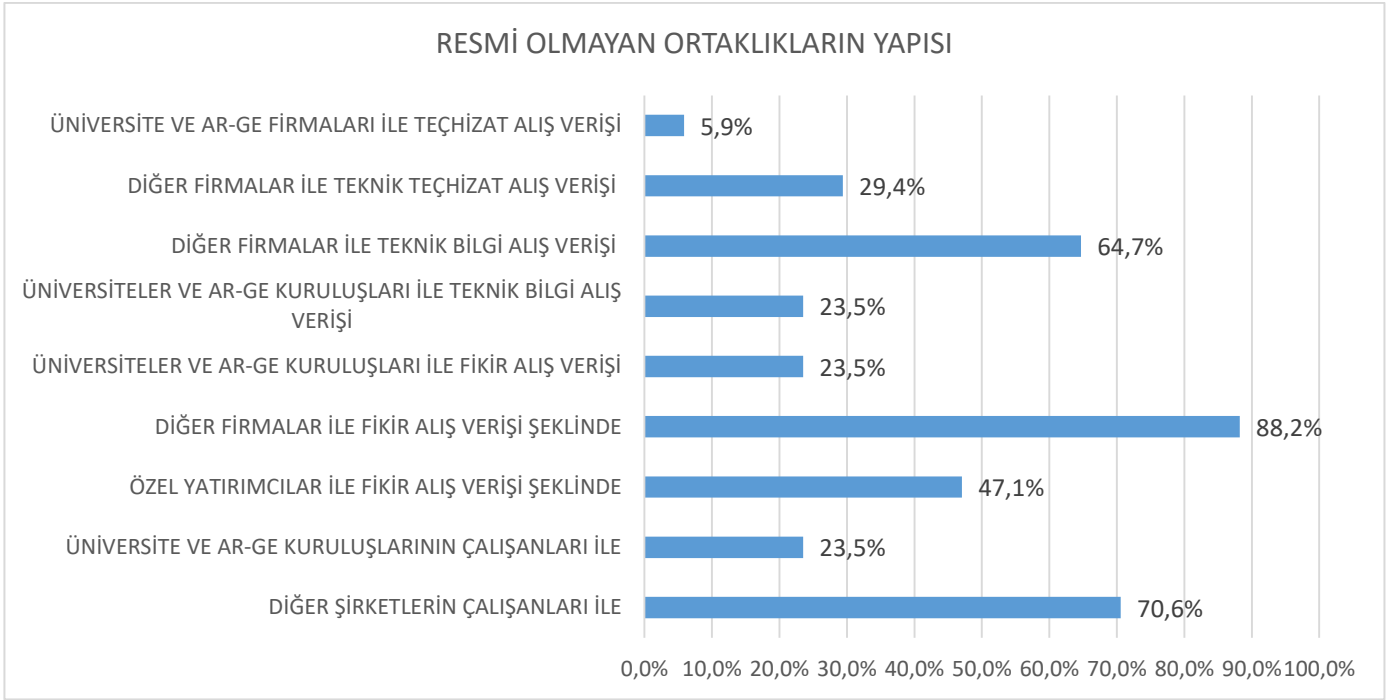
Ortaklık yapan firmanın ortaklıklarında önemli gördüğü faktörler; Daha önce yaptığı ortaklıklar, aynı aileden gelmek, yerel kuruluşlar ve yerel danışmanlık büroları ile kurulan kontaklar ve fuarlar ve konferanslardır.

Bunu belirten firmanın tecrübesinin genele yaygınlaştırılabilmesi için aşağıdaki hususların üzerinde durulması önemlidir;

Ortaklık kanallarının kişisel ilişkiler olması ve yapılan fuarlar, konferansların ortaklıkları önemli düzeyde etkilemesinden dolayı, Adana-Mersin bölgesinde yapılacak fuarların, yalnızca pazarlama değil, üretim, AR-GE ve teknoloji ortaklıklarının da geliştirilmesi için fırsat olduğu, yapılacak fuarlarda bir takım toplantı ve konferanslarla bu tür ortaklıkların geliştirilmesi etkinlikleri yapılmalıdır.

6.2 Resmi Olmayan Ortaklıklar

Firmaların resmi olmayan ortaklıkları (resmi kontrat içermeyen, yardımlaşma ve arkadaşlığa dayalı iş birlikleri) bulunduğunu ifade etmişlerdir. Bu tür işbirliklerinin yapısı ise aşağıdaki grafikte verilmiştir.



Şekil 6.3

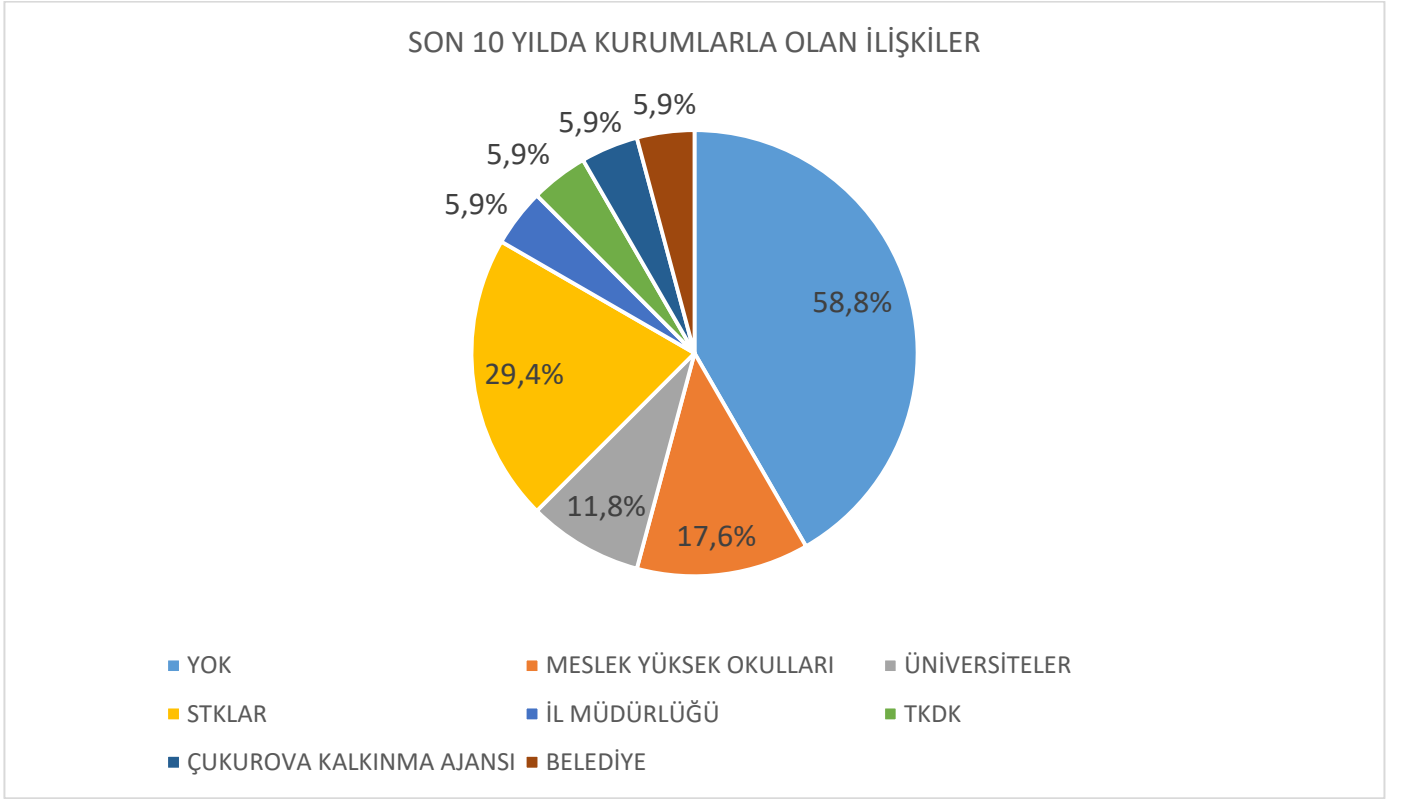
Firmaların resmi olmayan ortaklıklarının %88,2'si diğer firmalarla yapılan fikir alışverişi, %70,6'sı diğer şirketlerin çalışanları ile yapılan diyaloglar ve teknik bilgi alışverişi ise %64,7 dir. Daha az oranda özel yatırımcılar ile olan fikir alışverişi yapılmaktadır. **Firmaların üniversite ve AR-GE kuruluşları ile diyaloglarının da %23,5 olduğu ve bu kurumlarla teçhizat alışverişinin en düşük oranda olduğu görülmektedir.** Sınırlı düzeyde olan ilişkinin geliştirilmesi ve sektörün ihtiyaç duyduğu konularda birlikte çalışılacak ortamın oluşturulabilmesi için sektörün toplantılarına üniversite ve AR-GE kuruluşlarının davet edilmesi ve bu kuruluşların sık sık ziyaret edilerek sektörün ihtiyacı olan konuların bu kuruluşlara aktarılması gerekmektedir. Bunun kesintisiz ve sürekli olması oldukça önemlidir. Aradaki diyalogun artması ve güçlenmesi için **İhtisaslaşmış AR-GE ve İnovasyon Kooperatifi** çok önemli rol oynayacaktır.

Anketlerden, resmi olmayan ortaklıkların diğer şirketlerin çalışanları ve kurucuları, üniversite çalışanları ve özel yatırımcılar ile kendi çevresinde bulunan genellikle iş kontakları yoluyla ve meslektaş yoluyla kurulduğu sonucu çıkmıştır.

AR-GE kuruluşlarının çalışanları, finansal kurumların kurucu ve çalışanları ile olan ortaklıkların daha çok kendi çevresindeki meslektaş ve iş kontakları aracılığı ile kurulmaktadır. Devlet personeli ile az sayıda olan ortaklıkların ise iş kontakları ve devletin ilgili kurumlarının yönlendirmesiyle kurulduğu görülmüştür.

Genel olarak Adana-Mersin bölgesinde üretim yapan firmaların iş ilişkilerinin bireysel deneyim ve tecrübelerine dayalı olduğu, bu ilişkileri kurmalarına yardımcı olacak sistemin bulunmadığı gözlenmiştir.

6.3 Son 10 Yılda Kurumlarla Olan İlişkiler

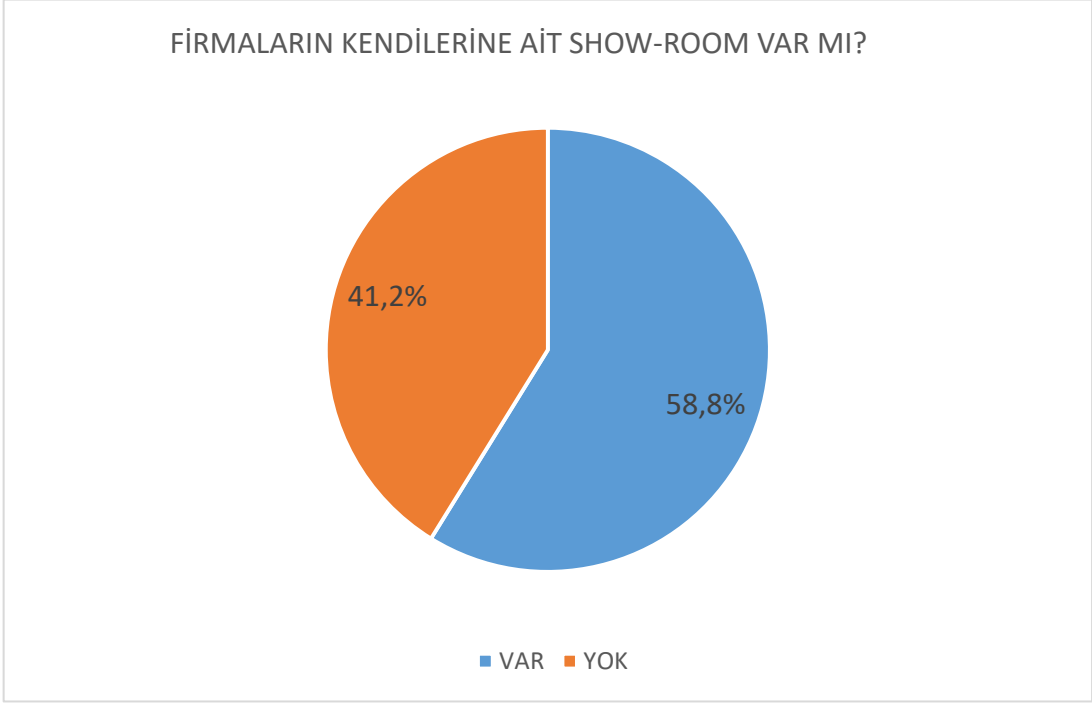


Şekil 6.4

Adana-Mersin'deki firmaların % 58,8'lik kısmı son 10 yılda kurum ve kuruluşlarla herhangi bir bağlantı kurmamıştır. Kurulan bağlantılar da çok sınırlı sayıda gerçekleşmiş olup, alınan destekler de sınırlı miktarda olmuştur.

Bu kurumlarla olan ilişkilerin geliştirilmesi için, kurumların düzenli yapılacak sektör toplantılarına davet edilmeleri önemlidir.

6.4 Ürünlerinizin Sergilendiği 'Show-Room' var mı?

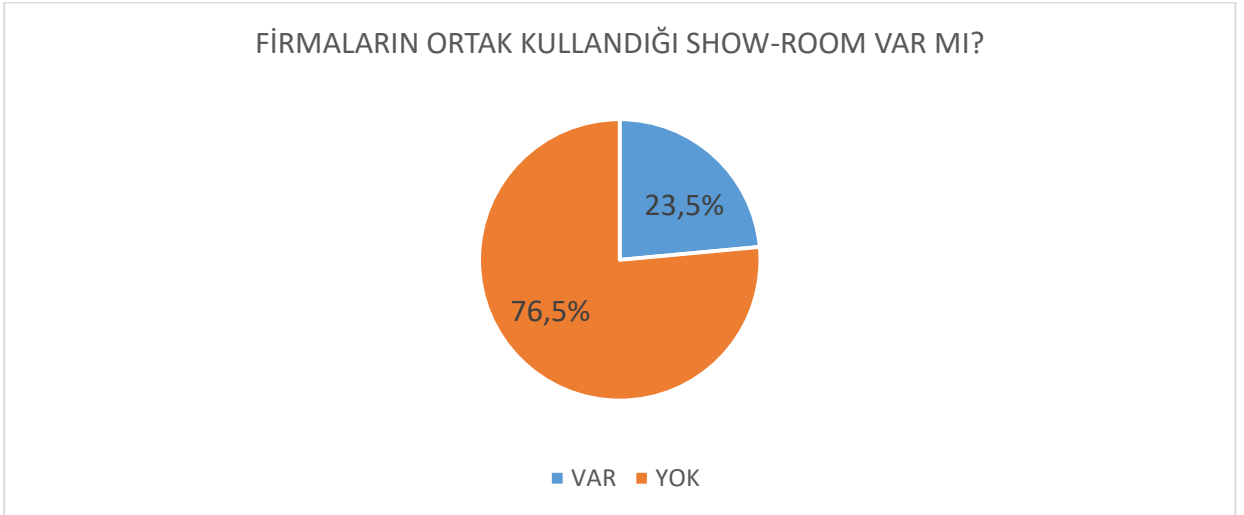


Şekil 6.5

Firmaların kendi satış yerlerinde sergi alanları bulunmakla birlikte farklı mekânda sergi ve satış yerlerinin olmadığı gözlenmiştir. 'Kendime ait yerim var' diyenler, kendi tesislerindeki sergi olanaklarını kastedmişlerdir. Yok diyenlerin çoğunluğu ise farklı mekânda sergi ve satış yerlerinin olmadığını söylemek istemiştir.

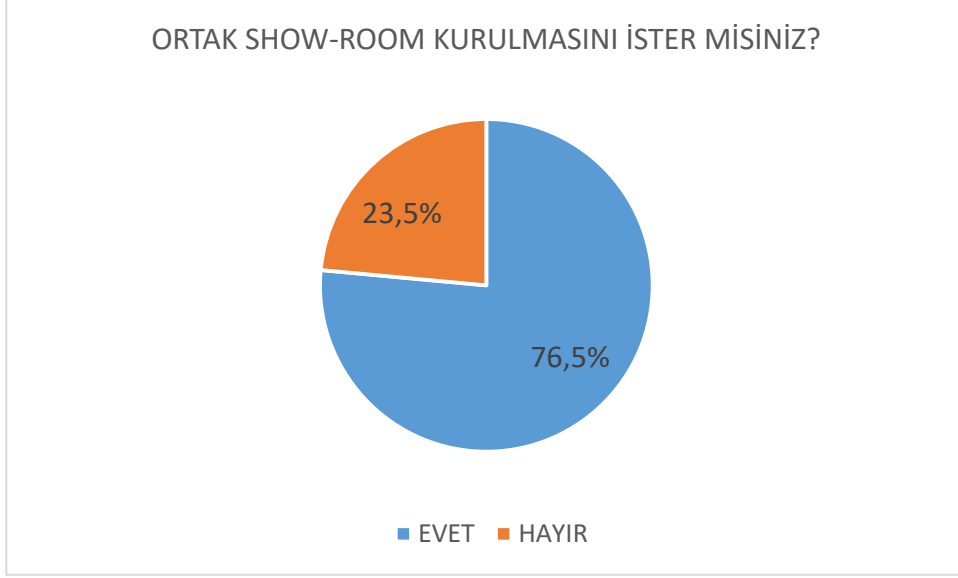
6.5 Ürünlerinizin Sergilendiği Ortak 'Show-Room' var mı?

Firmalar, 'Ortak Show-room var mı?' Sorusuna verdikleri 'Evet' yanıtının oranı %25 tir.



Şekil 6.6

6.6 Ürünlerinizin Sergilenmesi İçin Ortak 'Show-Room' Kurulmasını İster Misiniz?



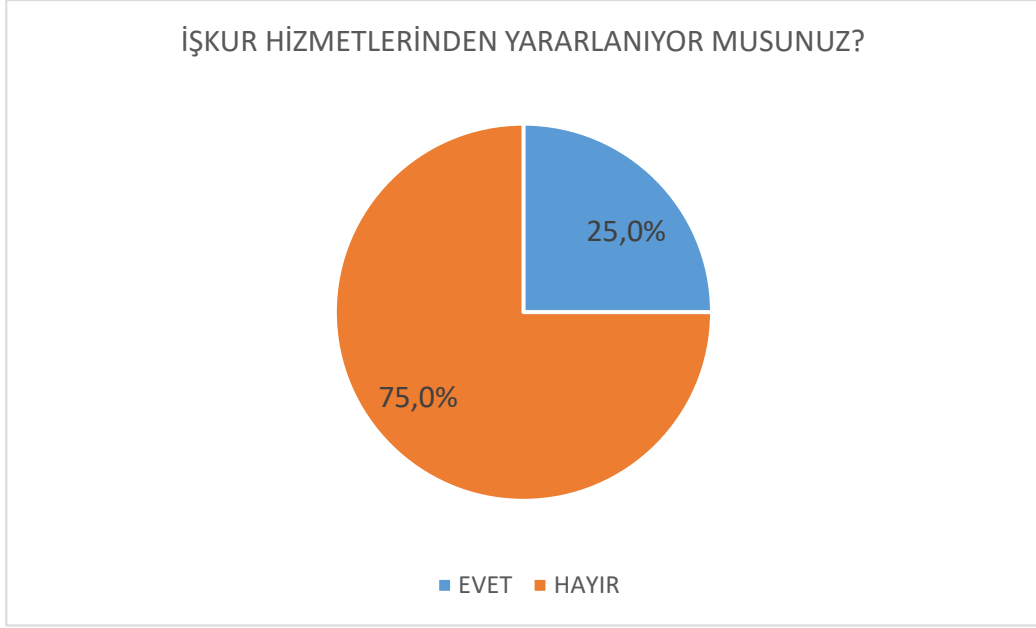
Şekil 6.7

'Bölgenizde ürünlerin sergilenmesi için ortak Show-room kurulmasını ister misiniz?' sorusuna %76,5 oranında evet cevabı alınmıştır. Firmalar pazarlama ve satış alanı olarak Show-room'un gerekliliğinin farkında ve eksikliğini hissetmektedir. Bu ihtiyaç "İhtisaslaşmış Satış-Pazarlama Kooperatifi" modeli ile karşılanabilir.

BÖLÜM 7: ÜYELİKLER

Anketin yapıldığı firmaların % 82'4'ü SÜSBİR üyesidir. Üretici firmaların %88'2'si GTHB İl-İlçe Müdürlüklerine bağlıdır. Bu üyeliklerin yanı sıra %64,7'si Ziraat Odasına ve %70,6'sı Ticaret Odası'na üyedir. Yerel birliğe olan üyelik %41,2'si, yerel derneklere olan üyelik oranı ise %11,8'dir. Yerel Kooperatiflere üyelik ise %41,2'dir. Esnaf odalarına üyelik ise %5,9'dur.

7.1 İŞKUR Hizmetlerinden Faydalanma

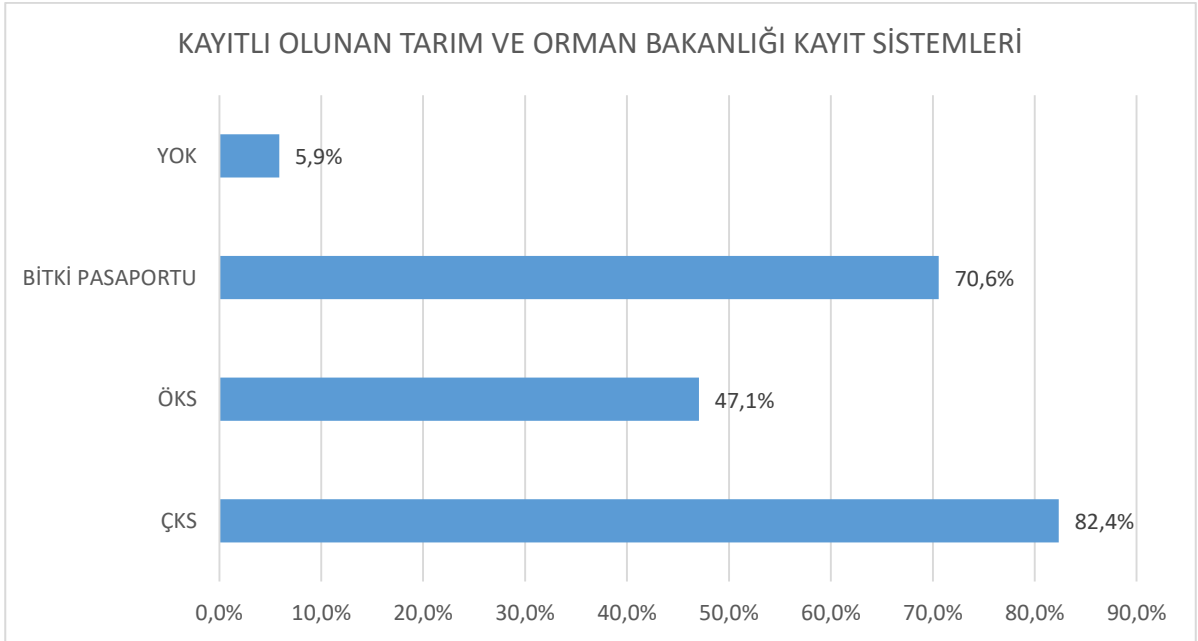


Şekil 7.1

Firmalar İŞKUR hizmetlerinden yararlanmayla ilgili soruya %75 oranında 'Hayır' yanıtını vermişlerdir. İŞKUR hizmetinin Adana-Mersin bölgesindeki işletmelere anlatılması ve bu hizmetten faydalanmalarının sağlanması için bir eğitim ve bilgilendirme çalışması yürütülmelidir. Bunun nedeninin ayrıntılı olarak araştırılmasında fayda vardır.

7.2 Firmaların Tarım ve Orman Bakanlığı Kayıt Sistemlerine Kayıt Olma Durumları

Firmaların Bakanlık kayıt sistemlerine kayıt olma durumları aşağıdaki grafikte verilmiştir:



Şekil 7.2

Firmaların kayıtlı oldukları sistemler grafikte verilmiştir. Grafikteki yüzdelerden de görüldüğü gibi bir firma birkaç sisteme birden üyedir.

BÖLÜM 8: TEDARİK ZİNCİRİ, SÜREÇLER VE REKABET

Adana-Mersin bölgesindeki firmaların %88,2'si üretim yapmaktadır. Firmaların %70,6'sı Arz talep planlaması ve üretim için gerekli kaynakların tedarik edilmesi satın alımı/satımı süreçlerini tamamlamaktadır. Ürün alıp büyütüp satan firma oranı % 64,7'dir. Firmalar %58,8 oranında da alıp satma işlemi yapmaktadır. Firmalar tarafından yapılan en az orana sahip süreçler; %52,9'la taşıma, depolama ve nakliye.

Firmaların Adana-Mersin içerisinde %50'den fazlasını tamamladığı süreçler; üretim(%88,2), ürün alıp satma(%52,9) ve üretim için gerekli kaynakların tedarik edilmesi satın alımı / satımı(%64,7),arz talep planlaması(%70,6), ürün alıp büyütüp satma (%58,8)'dir. Bu da gösteriyor ki firmalar bu süreçlerin büyük çoğunluğunu Adana-Mersin içinde gerçekleştirmekte, Adana-Mersin dışı bölgelerde de üretim sürecinin geliştirilmesinde yarar vardır.

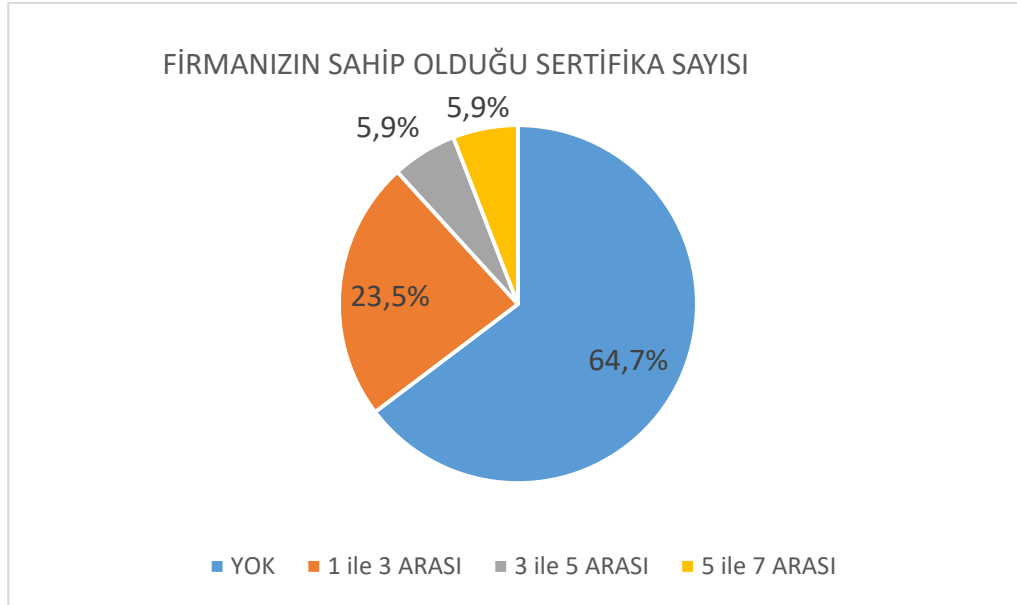
Firmaların %29,4'u Türkiye'de ürünlerine 200'den fazla benzer ürün üreten firma olduğunu belirtmişlerdir. Firmaların %5,9'u ürünlerine benzer üretim yapan Türkiye çapında 100 ile 200 arası ,%17,6'sı 50 ile 100 arası, %11,8'i 10 ile 20 arası, %11,8'i 5 ile 10 arası, %11,8'i 5 den az benzer ürün üreten firma olduğunu belirtmişlerdir. Firmaların belli ürünlerde ihtisaslaşması sağlanarak firmalar arası rekabet azaltılabilir.

Bir firmanın ürünlerine Türkiye genelinde 100'den fazla rakip firma olması sektörde rekabetçiliğin çok fazla olduğunun bir göstergesidir. Bu rekabeti doğru yöneterek rakiplerin hiçbirinin bu durumdan zarar görmeden kendi paylarını elde etmeleri üzerine bir sistem düşünülmelidir. Rekabet ürünlerin fiyat farklılıklarını ve buna bağlı olarak ürünlerde kalite farklılıklarını getirmektedir. Ürün çeşitliliğinin artması ve ürünler için yaptığımız standardizasyon çalışması sektör tarafından kullanıldığında piyasada rekabet doğru yönetilebilecek ve bu tip sıkıntılar ortadan kalkacaktır. Ayrıca planlı üretim, ürünlerin kayıt altına alınması gibi konular da rekabeti doğru yönlendirecektir.

Aynı soru Adana-Mersin içinde ürününüze benzer ürün üreten firma sayıları olarak sorulmuştur. Sonuç olarak %37,5 ile en yüksek oranda '5 den az' ifadesi çıkmıştır. Adana-Mersin genelinde, % 31,3 oranında firma bu soruya cevap olarak 5 ile 10 arası, %6,3'ü 10 ile 20 arası, %25'i 20 ile 50 arası benzer ürün üreten firma olduğunu söylemiştir. Bu durum bize, Adana-Mersin bölgesinde bazı firmaların ürün bazında kısmen ihtisaslaştığını göstermektedir. Firmaların 4 te 1 i için de daha zorlu rekabet şartlarının olduğu gözlenmiştir.

BÖLÜM 9: SERTİFİKALAR VE MARKA

Firmaların sahip olduğu kalite sertifikaları ile ilgili soruya %35,3 oranında sertifika var,%64,7 oranında sertifika yok sonucu alınmıştır. Kalite sertifikası olan firmalar ve kaç sertifikaya sahip olduklarının yüzdesel dağılımı aşağıdaki grafikte verilmiştir.



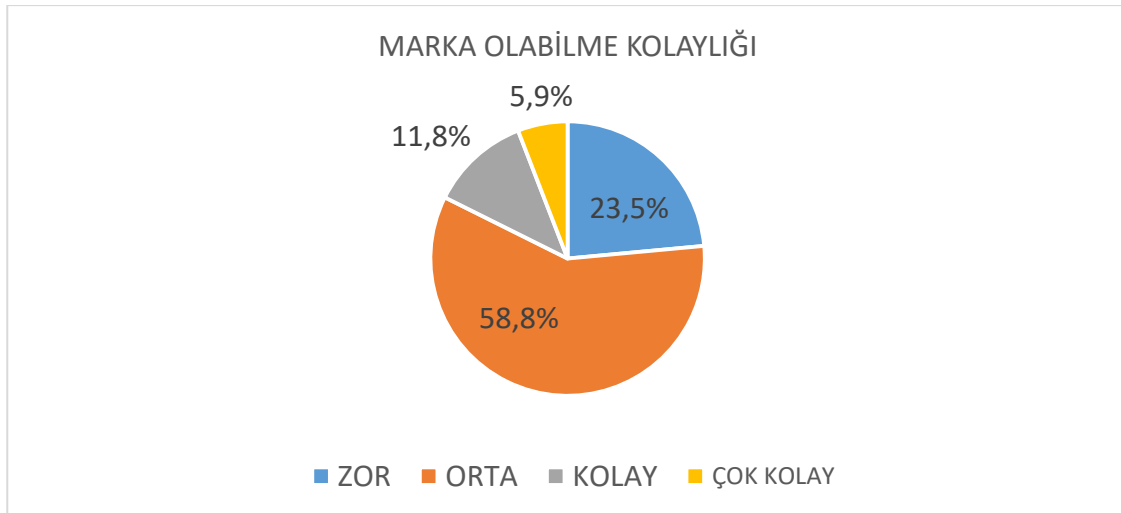
Şekil 9.1

Sertifikaların açıkça belirtilmesini istediğimiz firmalardan sadece %23,5'i İyi Tarım Uygulamaları sertifikalarına sahip olduğunu söylemiştir. Az sayıda da olsa ISO 14001, ISO 9001 ve MPS sertifikasına sahip olan firmaların da olduğu görülmüştür.

Bu konularda firmalara aydınlatıcı eğitimler, sözü geçen sertifikaların tanıtımı ve avantajlarının anlatıldığı seminerler verilmesi faydalı olacaktır.

9.1 Marka Olabilme Kolaylığı

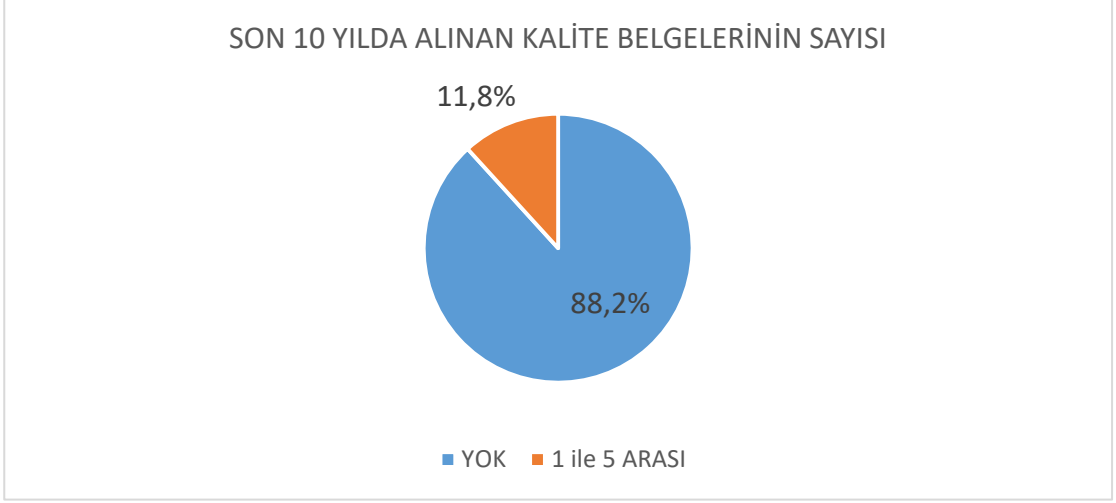
Firmaların %82,4'ü marka olabilmenin orta zorlukta ve zor olduğunu belirtmişlerdir. Sektörde marka olmanın zor olmasının temeline inilmeli, neden marka olunamıyor araştırılmalı ve ona göre bir yol izlenmelidir.



Şekil 9.2

Markalaşma seminerleri verilerek firmalara marka olmanın avantajları anlatılmalı, yol gösterici tekniklerle markalaşma adımları anlatılmalıdır. Bu sürecin içerisinde uygun kalite sertifikalarını alması firmaların markalaşmasına yardımcı olacaktır.

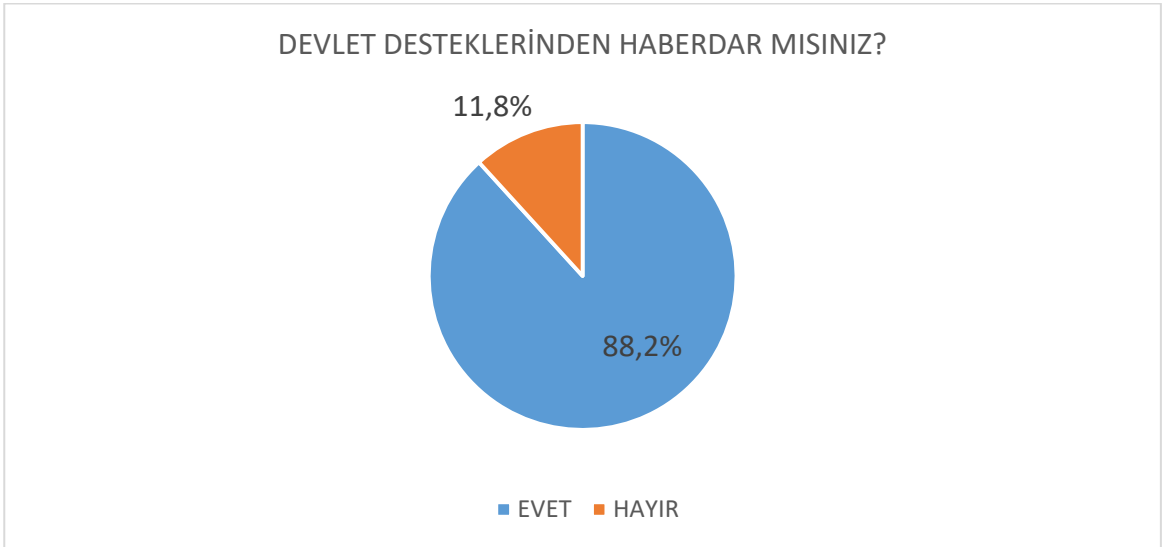
9.2 Son 10 Yılda Alınan Kalite Belgelerinin Sayıları



Şekil 9.3

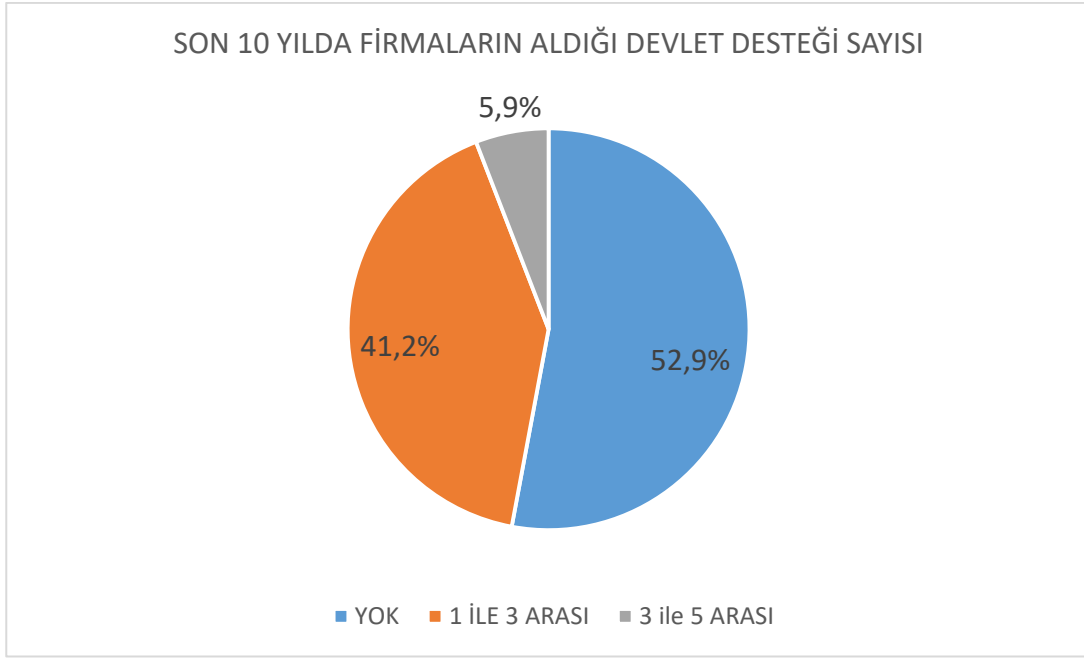
Firmaların kalite belgesi alması, kurumsallığı, çevre, iş sağlığı ve güvenliğini, yönetim organizasyon açısından disiplinli olduğunu ve bütün faaliyetlerinin kayıt altında kontrol edilebilir olmasını sağladığı için önemlidir. Adana-Mersin bölgesindeki firmaların tamamına yakınının kurumsallaşma yönünden eksik olduğu görülmektedir.

BÖLÜM 10: ALINAN DEVLET DESTEKLERİ

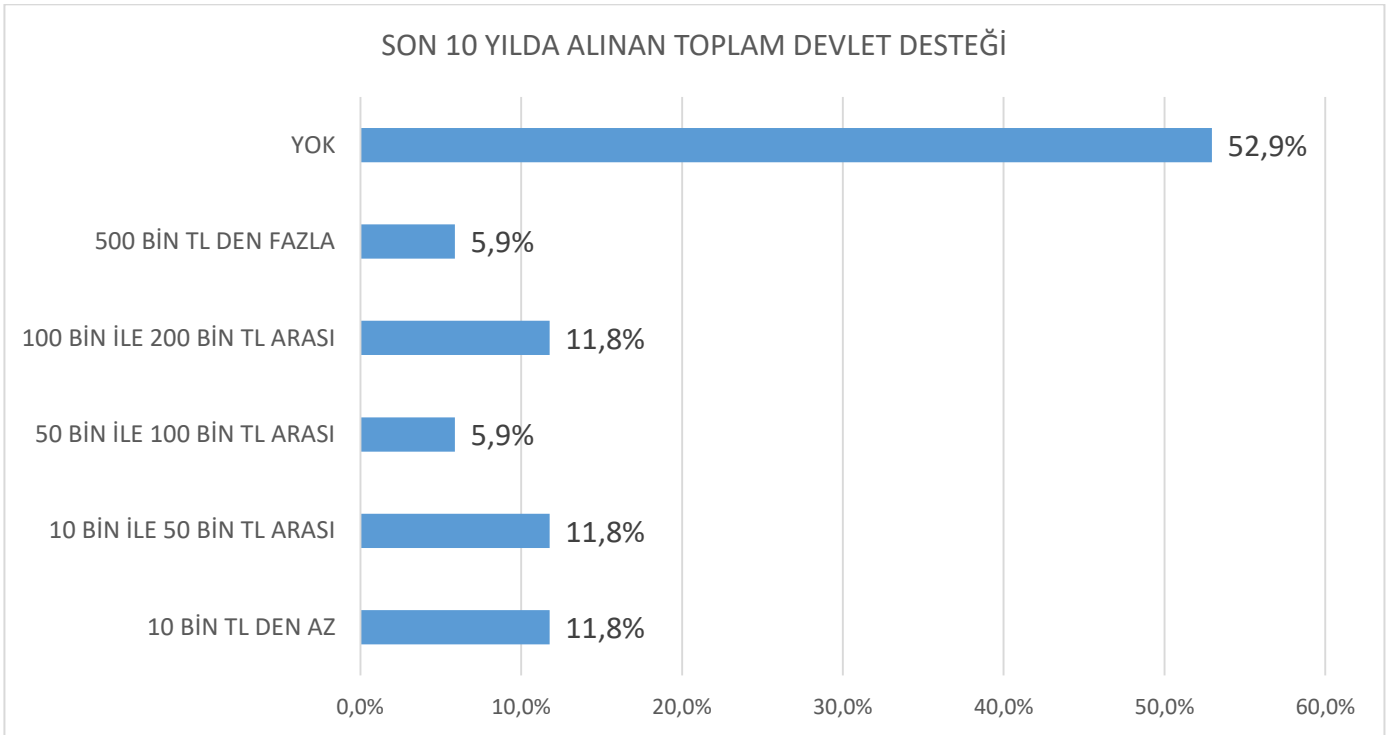


Şekil. 10.1

Firmaların tamamına yakını devlet desteklerinden haberdar olduklarını belirtmiştir.



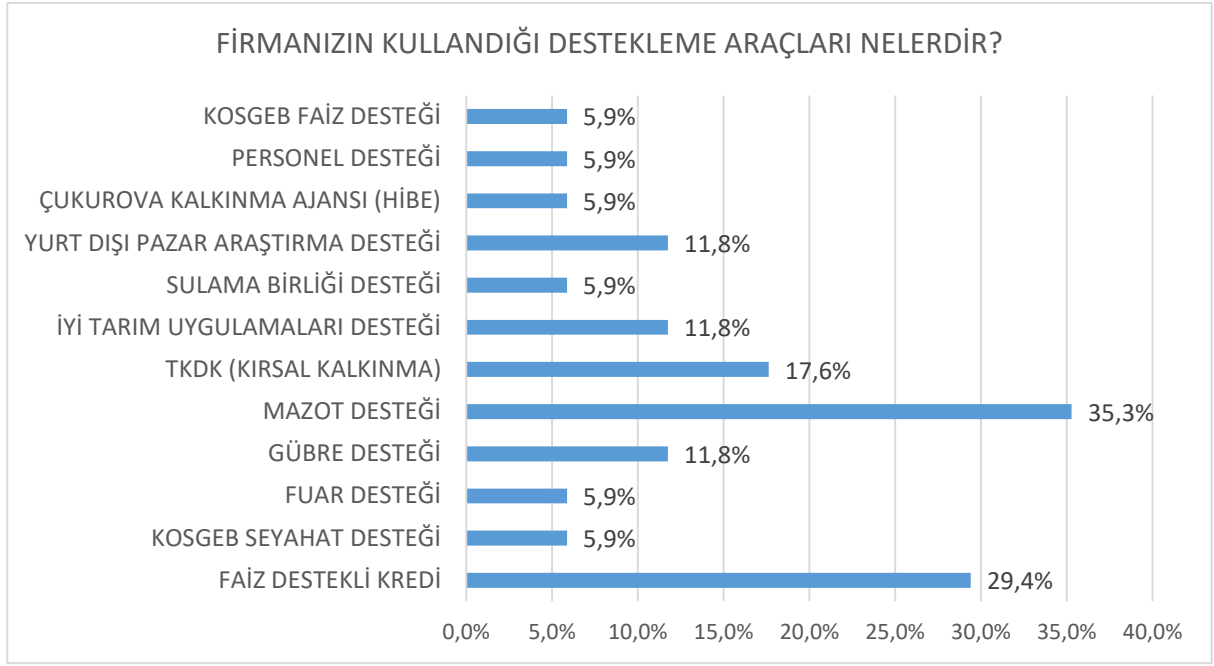
Şekil 10.2



Şekil 10.3

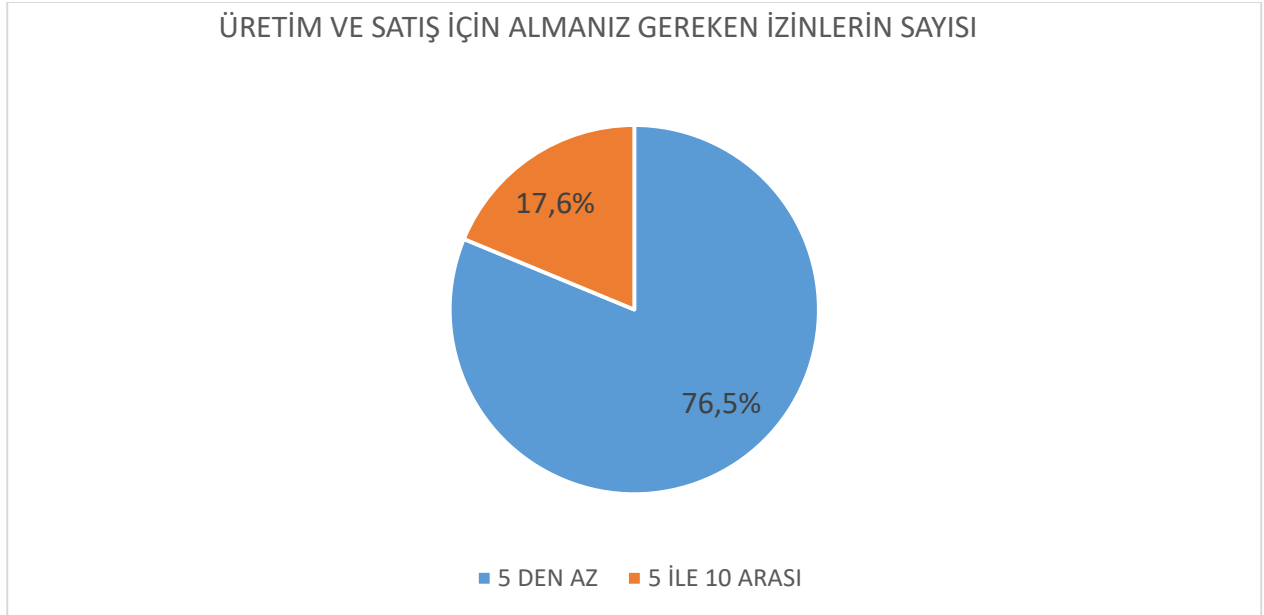
Firmaların yarısından fazlası devlet desteklerinden faydalanamamaktadır. Bunun başlıca sebepleri; süs bitkileri sektörüne uygun bir destekleme modelinin olmaması, mevcut kredi destekleri için teminat şartlarının ağır, vadelerin kısa olması ve genel olarak devlet destekleri hakkında yeterli bilgiye sahip olunmamasıdır. Devlet desteklerinden faydalananların son 10 yıl içerisinde aldıkları desteklerin miktarları ise düşüktür.

Desteklerden faydalanabilmek için firmalara proje eğitimlerinin verilmesi faydalı olacaktır. Projeler aracılığı ile ihtiyaç duydukları konularda desteklerin alınması sağlanabilir. Sektöre uygun destekleme modelinin geliştirilmesi ve ilgili kurumlara anlatılması ile bu duruma çözüm bulunabilir.



Şekil. 10.4

BÖLÜM 11: ÜRETİM VE SATIŞ İÇİN ALINMASI GEREKEN İZİNLER

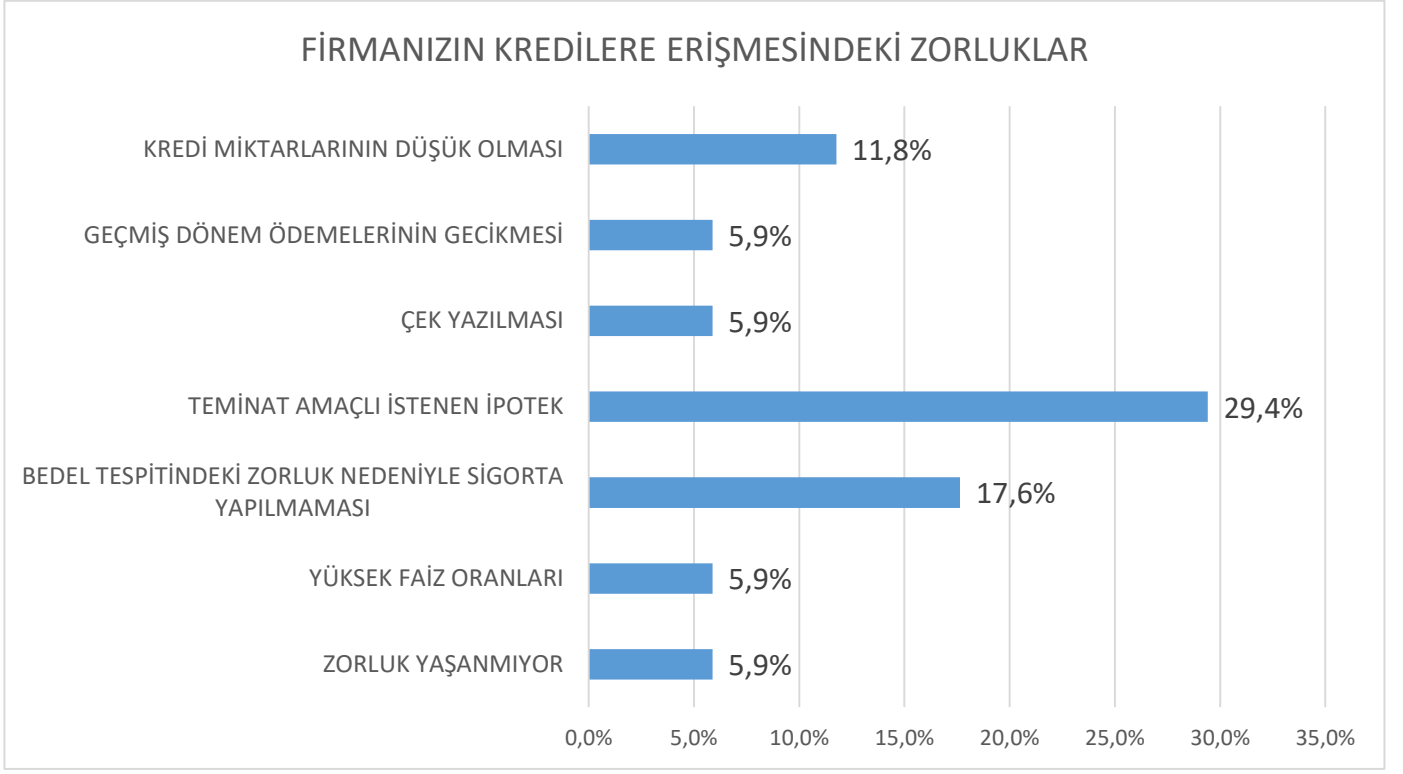


Şekil 11.1

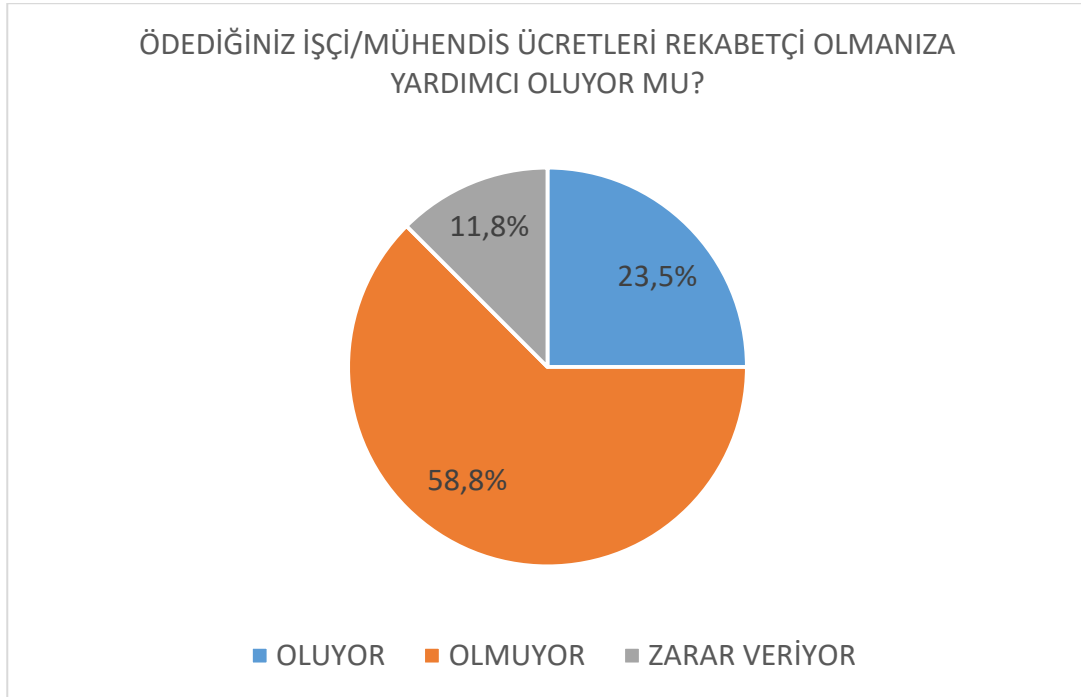
Firmaların %76,5'i üretim ve satış için alınması gereken 5'den az izin olduğunu belirtmişlerdir.

BÖLÜM 12: FİNANSMAN VE KREDİ

Firmalar finansman ihtiyacını özkaynakları (%41,2) ve banka kredileri (%76,5) ile gidermektedir. Kredilere erişimde zorluk yaşayan firmalar, yaşadıkları zorlukları aşağıdaki şekilde ifade etmişlerdir:



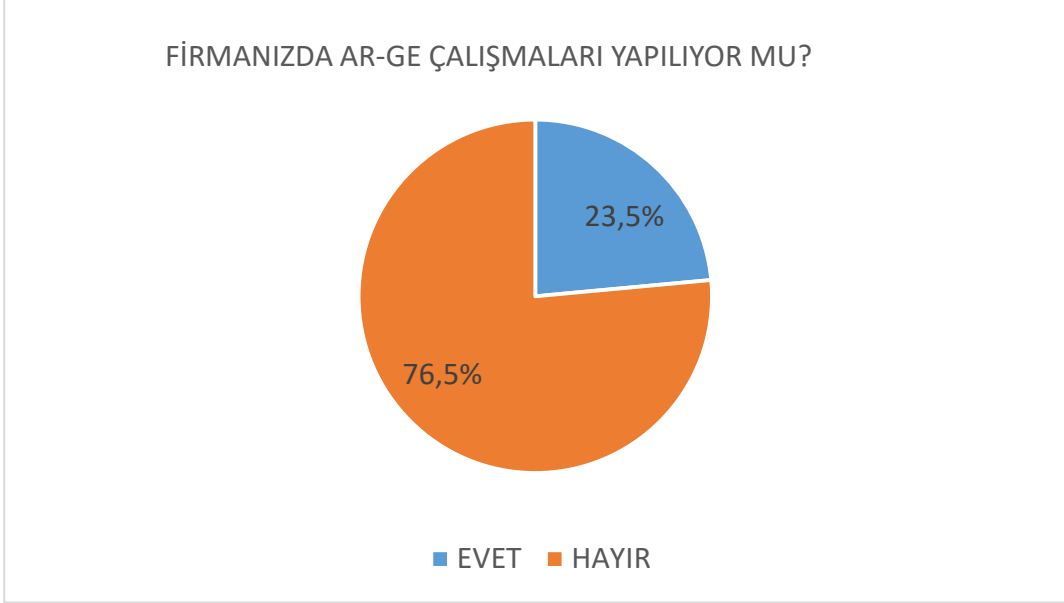
Şekil 12.1



Şekil. 12.2

Firmaların büyük çoğunluğu personel ücretlerinin yüksek olduğunu belirtmiştir.

BÖLÜM 13: AR-GE VE BİLİM

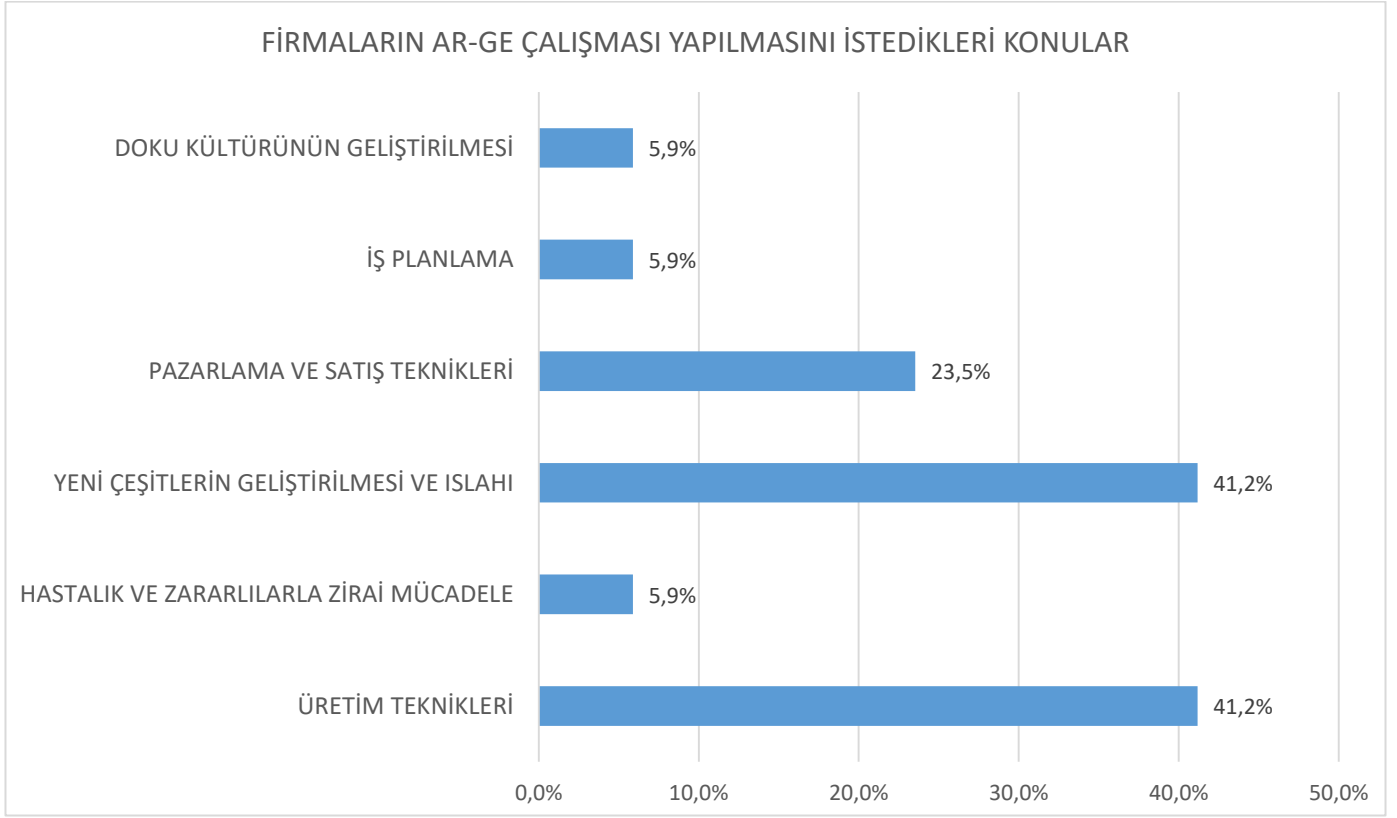


Şekil 13.1

Firmaların %76,5'i AR-GE çalışmaları olmadığını belirtmişlerdir. AR-GE çalışması olanlar ise bu çalışmalar için 1 ile 5 arası personel çalıştırdıklarını ve personel başına AR-GE harcamalarının yıllık 10 bin TL'den az ve 50 bin TL den fazla olduğunu söylemişlerdir.

Adana-Mersin bölgesinde AR-GE çalışmalarının oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. AR-GE çalışmalarının artırılması için firmalara 'AR-GE nedir?', yöntemleri, önemi, AR-GE destekleri ve projelendirme hakkında bilgilendirme eğitimleri verilmelidir.

13.1 Firmaların AR-GE Çalışması Yapılmasını İstedikleri Konular



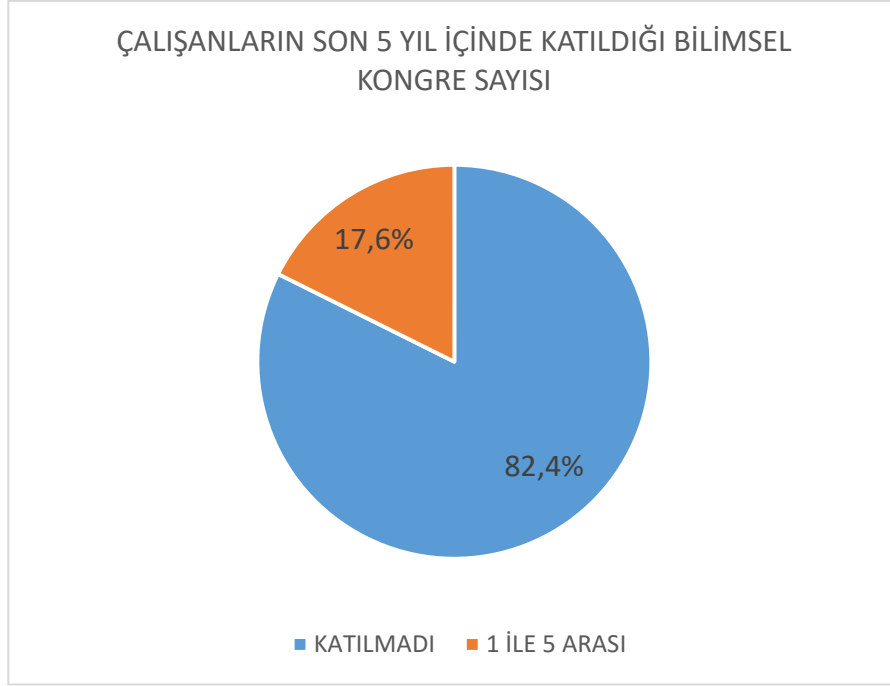
Şekil 13.2

Firmalar AR-GE çalışmalarının yapılmasını istedikleri konularla ilgili soruya grafikteki yanıtları vermişlerdir. Üretim ve ürünle ilgili AR-GE çalışmaları firmalar için önemli konulardır. Özellikle üretim tekniklerinin geliştirilmesi, yeni çeşitlerin geliştirilmesi ve ıslahı, bitki türlerinin dayanıklılığının artırılması ve pazarlama-satış tekniklerinin geliştirilmesi konuları öne çıkmıştır.

Üniversite, araştırma kuruluşları ve firmalar arasında iletişim eksikliğinin olmasından dolayı yapılan çalışmalar düşünce seviyesinde kalmakta ve sektörde kullanılamamaktadır. Bu iletişim eksikliğinin temel nedeni, firmalarımızda çalışan personelin eğitim düzeylerinin büyük çoğunluğunun AR-GE yapmaya uygun olmamasıdır. Firmalarımız ile üniversiteler arasında AR-GE konusunda iletişimi sağlayacak bir ara yüze ihtiyaç vardır. Bu ara yüzde sektörün ilgi alanlarında doktora yapmış birkaç personelin bulunması; sektör firmalarının rekabetçi olmaları için gerekli üretim teknikleri ve ürün kalitelerine ulaşabilmeleri için üniversite ile doğru iletişimin kurulmasını sağlayacaktır. AR-GE çalışmaları için üniversite ve araştırma kuruluşları ile birlikte çalışılması, yürütülecek projelerin sektör için daha verimli olmasını sağlayacaktır. Bu yapıya **İhtisaslaşmış AR-GE ve İnovasyon Kooperatifi** diyebiliriz. Bu yapının kendisi de AR-GE çalışmaları yapabilir, diğer AR-GE merkezleri ve üniversiteler ile birlikte AR-GE projeleri de yürütebilir.

13.2 Son 5 Yılda Bilimsel Kongreye Katılım

Son 5 yılda bilimsel kongreye katılan firmaların grafiği aşağıda verilmiştir:

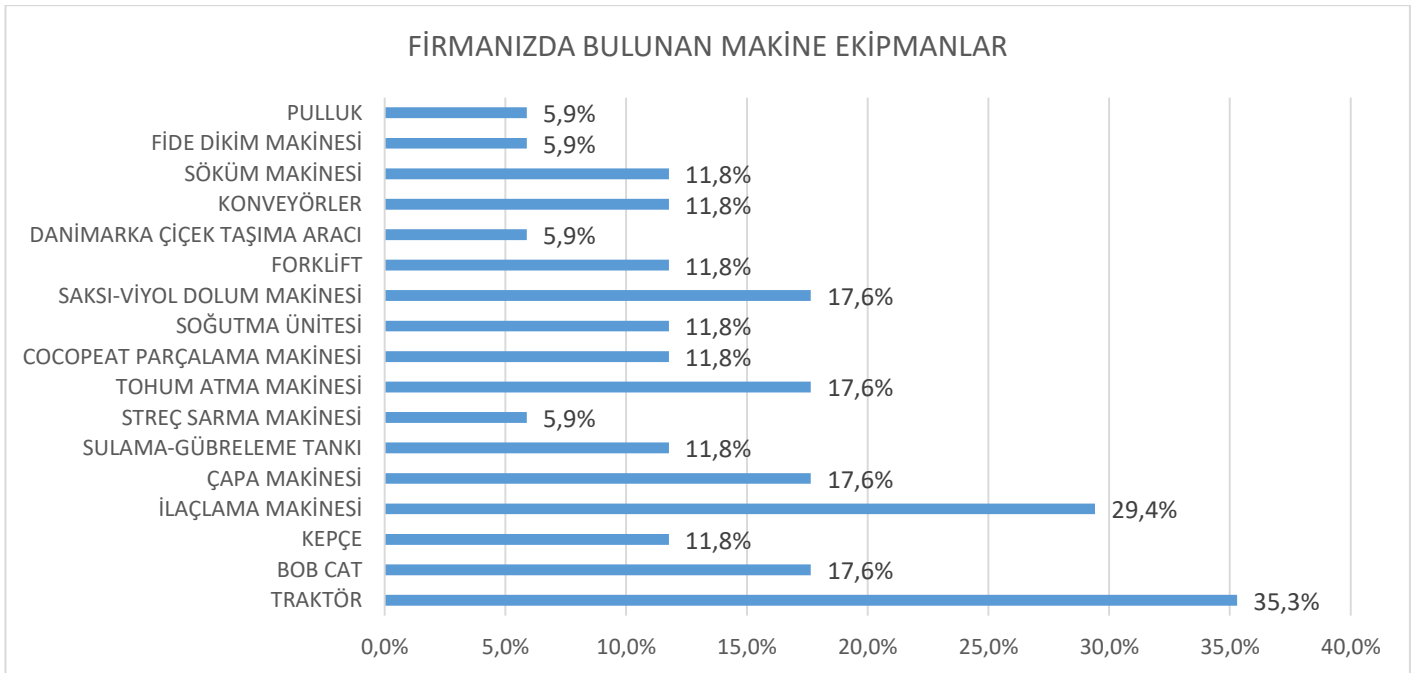


Şekil 13.3

Bu grafik bilimsel kongrelere ve toplantılara sektörün ilgi göstermediğini ortaya koymaktadır. Aynı zamanda firmaların bilimsel kongrelere katılmamalarının bir sebebi de firmaların bu kongrelerden haberdar olmamasıdır. Sistemsizlikten kaynaklanan bu eksikliğin çözümünde ihtisaslaşmış AR-GE kooperatifleri görev alacaktır. Bu tür toplantıların firmalar için önemli olduğu bilincinin seminerlerle verilmesi gerektiği anlaşılmaktadır.

BÖLÜM 14: MAKİNE VE EKİPMANLAR

14.1 Sektörün Sahip Olduğu Makine ve Ekipmanlar

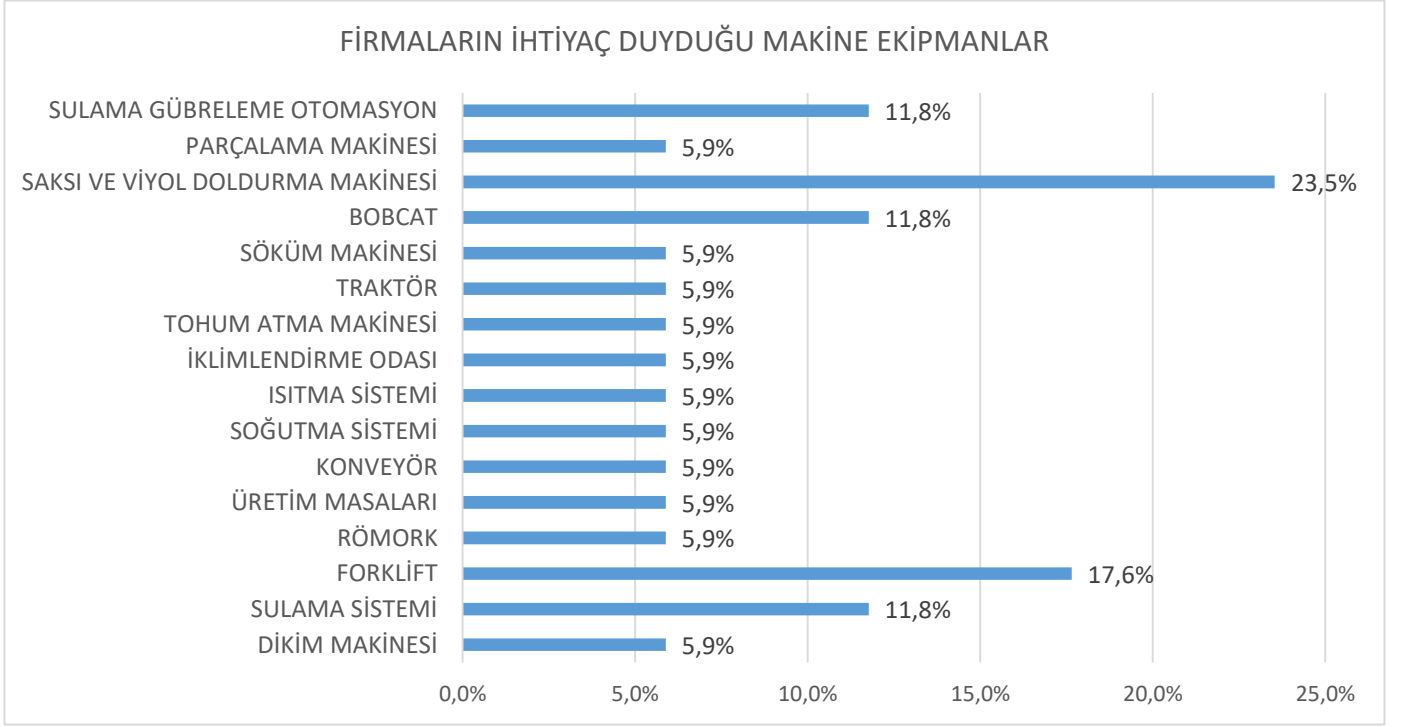


Şekil 14.1

Firmaların kullandığı makine ve ekipmanlar yapılan üretimin çeşidine göre değişmektedir. Bu durum grafikteki dalgalanmanın bir sebebidir. Dönemsel ihtiyaçları için pahalı olan makine ve ekipmanların kiralanarak ve ortak kullanımla maliyetlerin azaltılması söz konusu olabilir. Bu ekipmanların konularında uzman, makineyi kullanma yetki ve becerisine sahip operatörler tarafından kullanımı oldukça önemlidir. Bu uzman operatörler sektör için kurulacak olan ihtisaslaşmış kooperatifler bünyesinde çalışacaklardır.

Avrupa'daki rakipleri ile kıyaslandığında teknoloji kullanımı hala gelişmeye açık bir durumdadır.

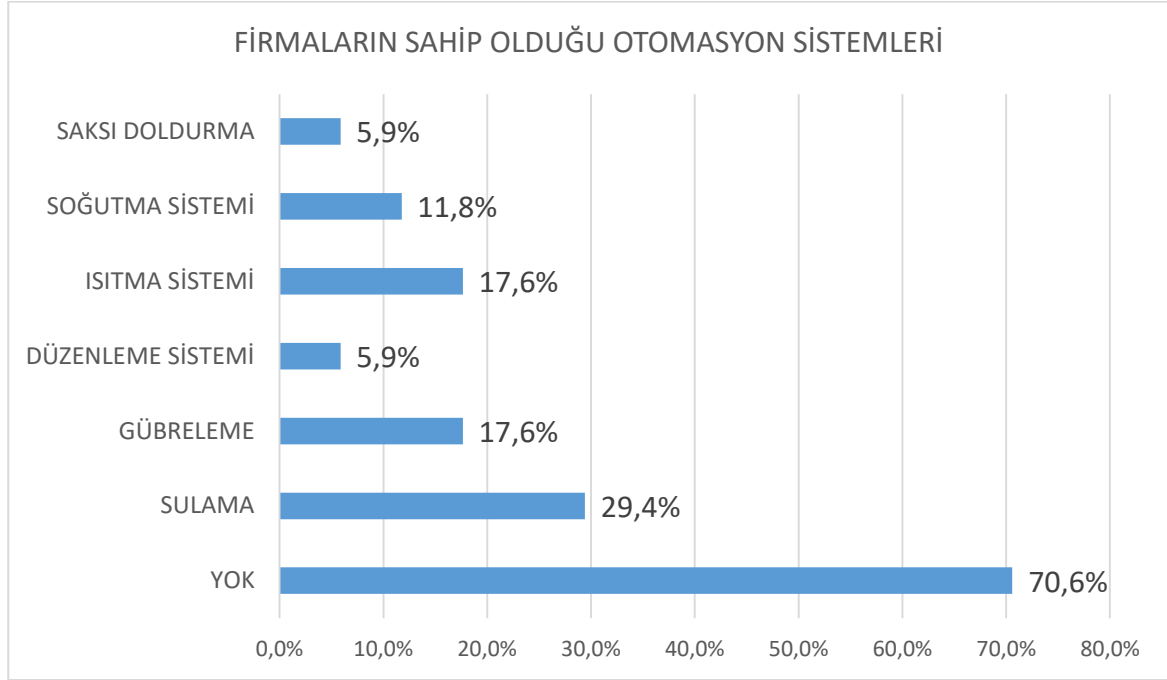
14.2 Sektörün İhtiyaç Duyduğu Makine ve Ekipmanlar



Şekil 14.2

En çok talep edilen makine ekipmanların kurulması düşünülen **ihhtisaslaşmış ortak tedarik kooperatifi** aracılığı ile uygun fiyatlarla temin yoluna gidilmesi, **bakım ve onarımının da ortak (anlaşmalı yaptırılması)** yapılması faydalı olacaktır. Sektör için ithal edilen makinelerin Adana-Mersin bölgesinde üretilmeleri için çalışmalar yürütülmelidir. Bunlarla ilgili kamu kurumlarına projeler yazılabilir.

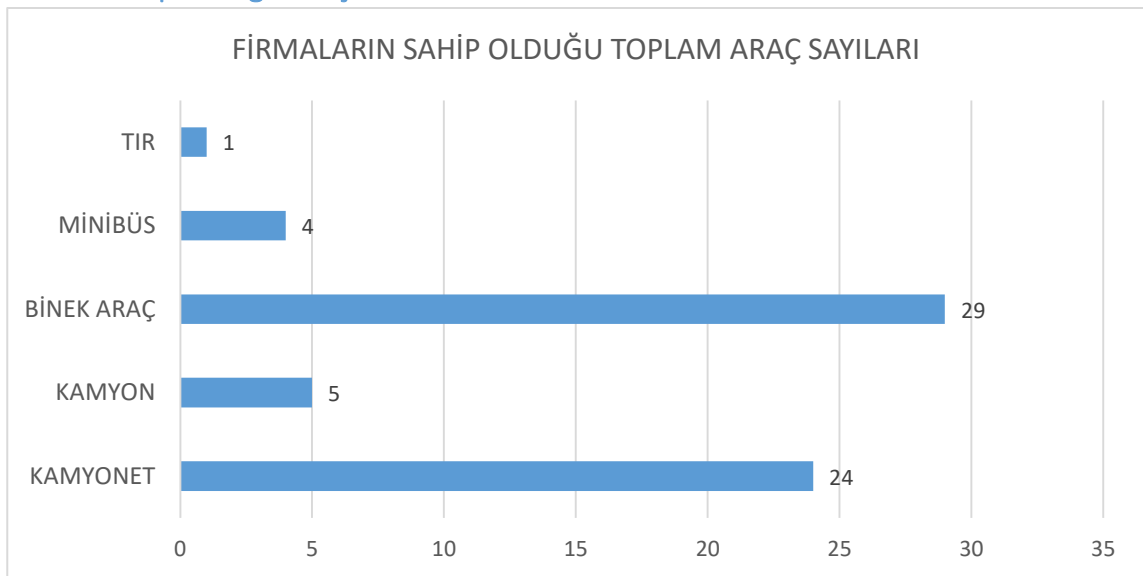
14.3 Firmaların Sahip Olduğu Otomasyon Sistemleri



Şekil 14.3

Sektörde yaygın olarak kullanılan otomasyon sistemi bulunmamaktadır. Otomasyon sistemine sahip firmalarda, diğer bölgelere kıyasla kullanılan otomasyon sistemlerinin çeşitlilik göstermesinin sebebi, ürün desenine daha çok serada yetişen mevsimlik ve iç mekan bitkilerinin hâkim olmasıdır. Kullanılan sistemlerin geliştirilerek yaygınlaştırılması da yazılabilecek projelerdendir. Avrupa'daki firmalarla kıyaslandığında sektör firmalarının genelinde otomasyonda geri olduğu görülmektedir. Bu eksikliklerin iyileştirilmesi için ihtiyaç duyulan benzer otomasyon sistemleri ve firma özelinde ihtiyaç duyulan otomasyon sistemlerinin kurulması için projeler hazırlanacaktır.

14.3 Firmaların Sahip Olduğu Araçlar

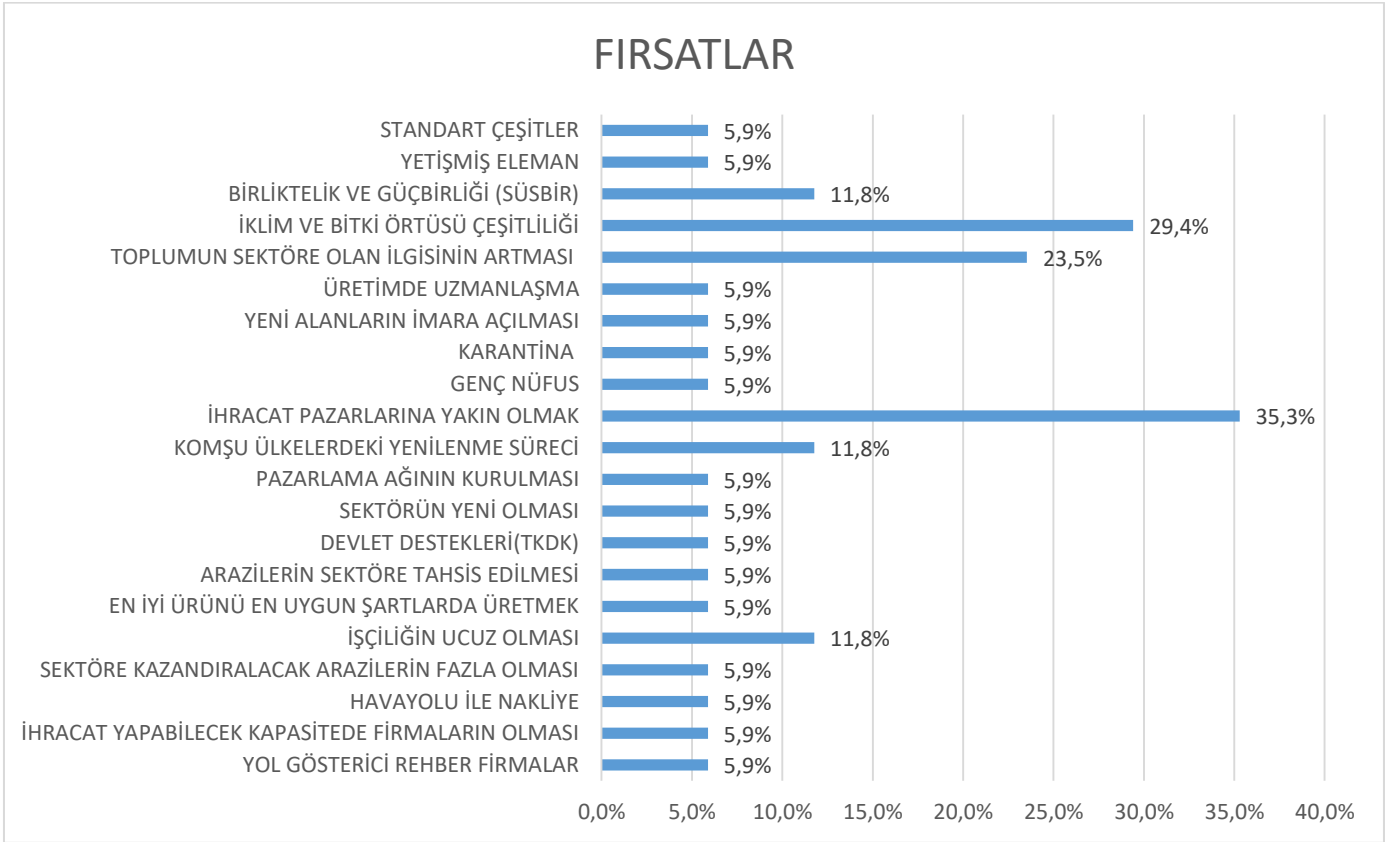


Şekil 14.4

Adana-Mersin genelinde firmalarımızın sahip olduğu toplam araç sayılarını kullanarak akaryakıt firmaları ile en kısa zamanda görüşerek firmalarımız için mümkün olan en yüksek yakıt indiriminin alınması için çalışmalar yürütülecektir. Bu çalışma sayesinde hem ulusal boyutta hem de yereldeki istasyonlarla yapılacak ayrı ayrı işbirliği anlaşmaları ile tasarruf daha da arttırılabilir. Bu, firmalarımızın girdi maliyetlerinin azalmasını sağlayacak en kolay işlerin başında gelmektedir.

BÖLÜM 15: SEKTÖR İÇİN FIRSATLAR-TEHDİTLER-ZAYIF YÖNLER- GÜÇLÜ YÖNLER

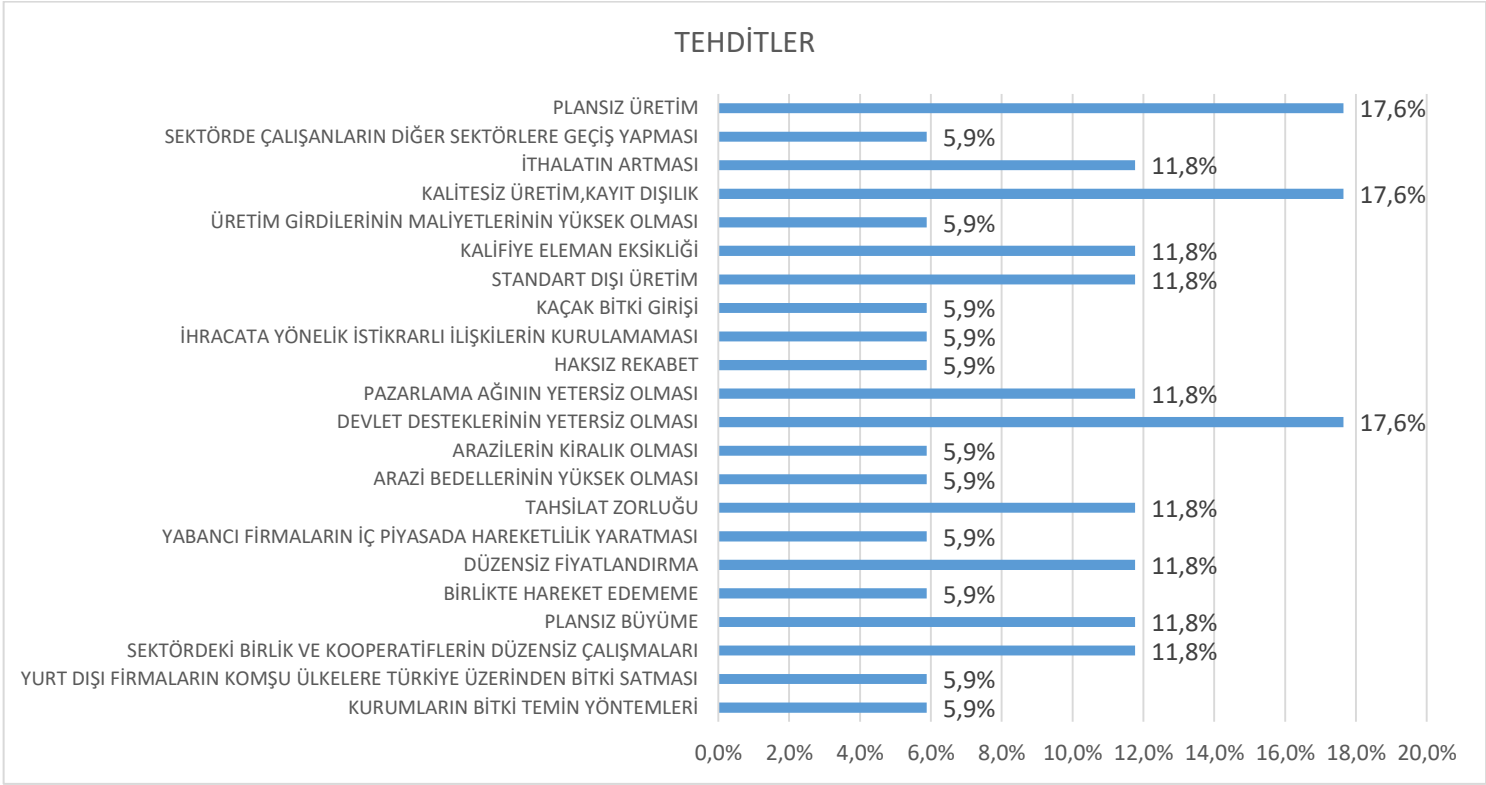
15.1 Fırsatlar



Şekil 15.1

Fırsatlar içinde öne çıkan başlık, ihracat pazarına yakın olmak olarak ortaya çıkmaktadır. Diğer öne çıkan başlıklar iklim ve bitki örtüsü çeşitliliği ve toplumun sektöre olan ilgisinin artması başlıklarıdır. Grafikte fırsat olarak belirtilen başlıklardan bazıları zayıf ve güçlü yönlerle karıştırılmıştır.

15.2 Tehditler

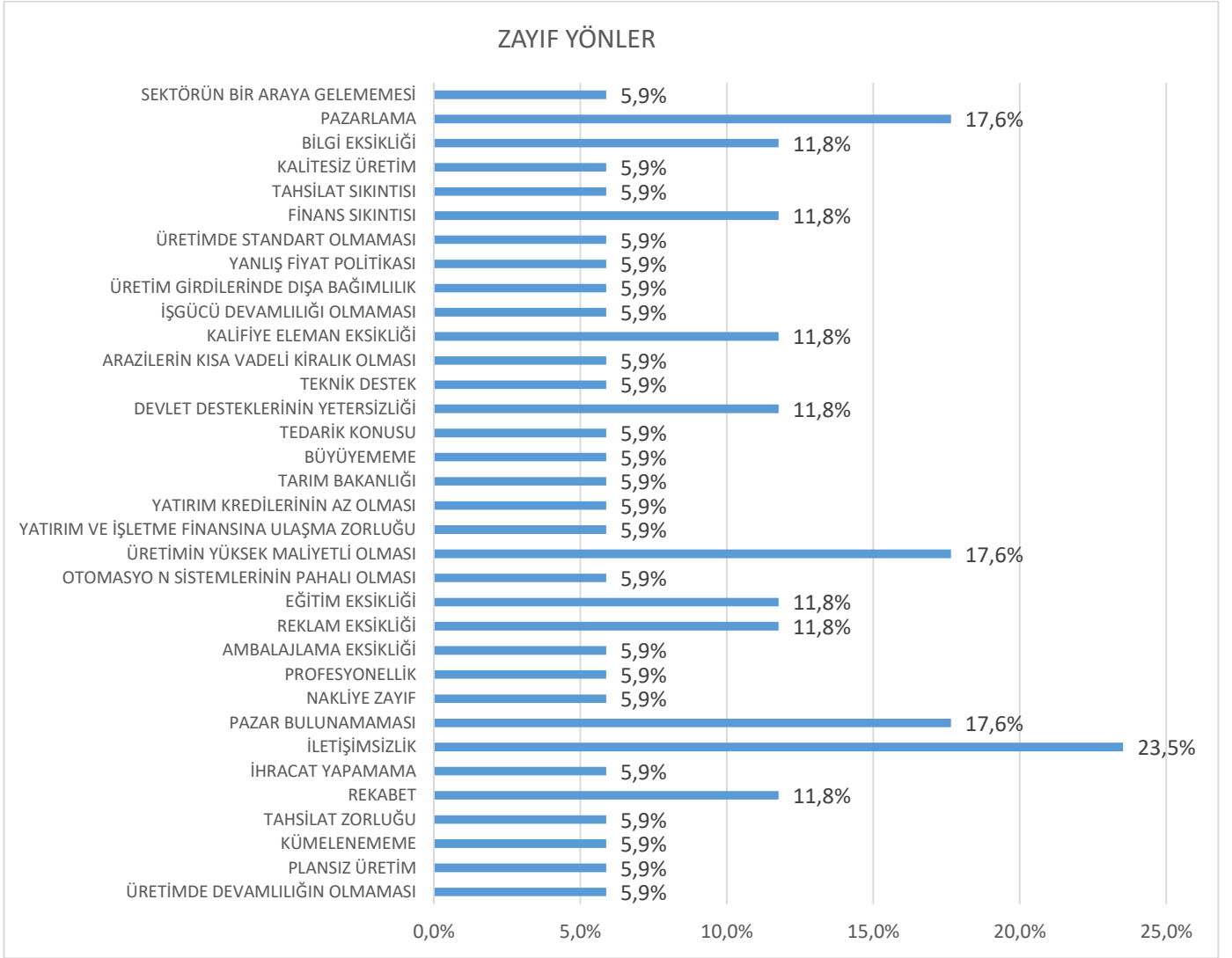


Şekil 15.2

Firmaların belirttiği tehditlerden en çok orana sahip olan başlıklar plansız üretim, kalitesiz üretim-kayıt dışılık ve devlet desteklerinin yetersiz olmasıdır. Kurulum maliyetleri yüksek olan seraların bölgede çok sayıda olması finansman ihtiyacını doğurmaktadır. Burada firmalar uzun dönemli kiralık arazilere, sektöre özgü devlet desteklerine ve kredilerin teminat şartlarının hafifletilmesine ihtiyaç duymaktadır.

Ortaya çıkan bütün tehditler dikkate alınmaya değer öneme sahiptir. Yazılacak projeler ile tehditlerin ortadan kaldırılmasına yönelik çalışmalar yürütülecektir.

15.3 Zayıf Yönler



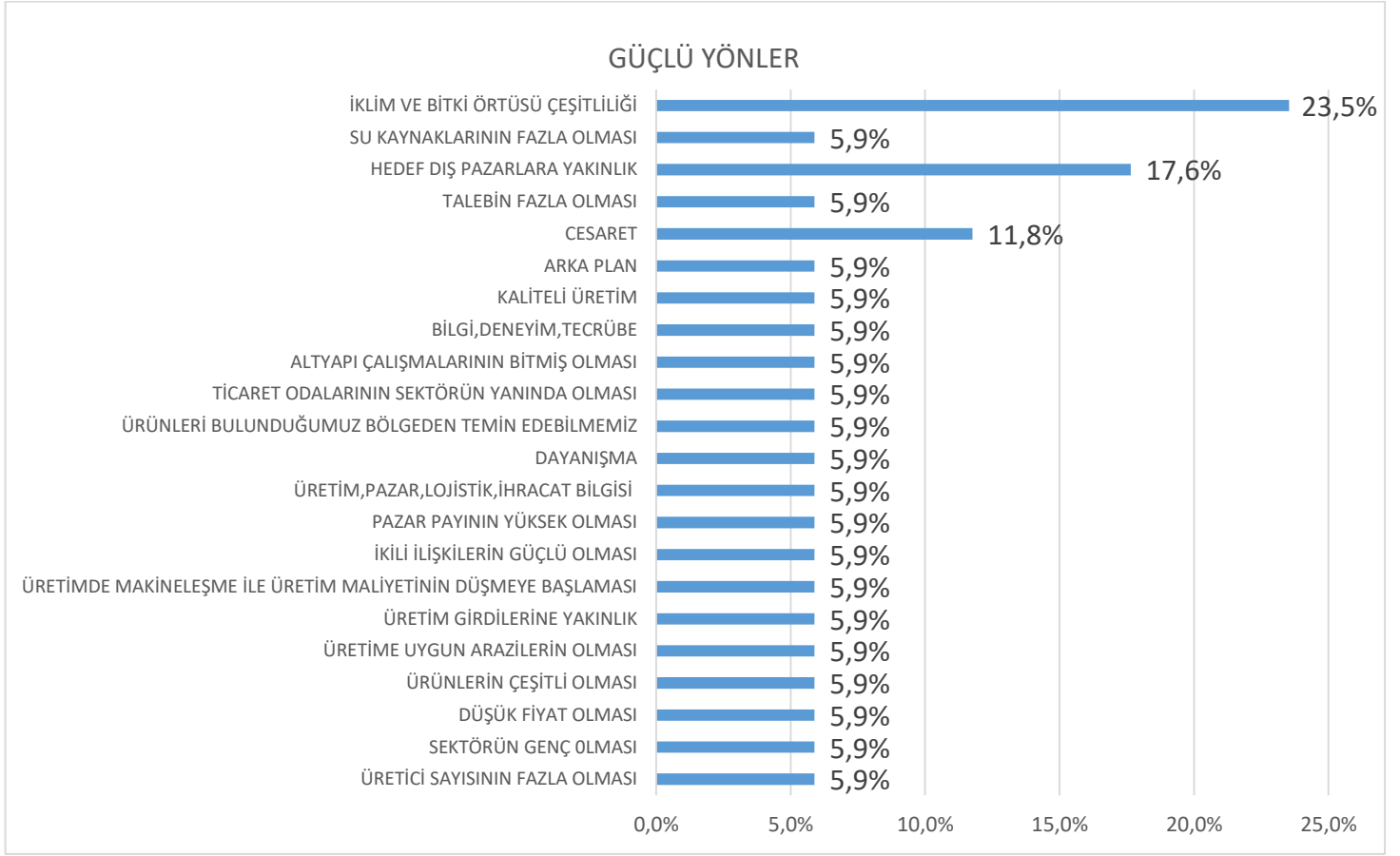
Şekil 15.3

İletişimsizlik, pazar bulunamaması, üretimin yüksek maliyetli olması, pazarlama, kalifiye eleman eksikliği, devlet desteklerinin yetersizliği, eğitimsizlik, finansman sıkıntısı sektörün en belirgin zayıflıkları olarak ortaya çıkmıştır.

- Pazar bulunamaması, üretimin yüksek maliyetli olması, finansman bulunamaması, satış ve pazarlama sorunları, kurulması gereken **ihtisas kooperatifleri** tarafından yürütülecek olan tanıtım, pazarlama, satış ve ortak tedarik süreçleri ile giderilecektir.
- Eğitimsizlik, kalifiye eleman eksikliği konuları, kurulması planlanan **SÜSBİR Akademisi** tarafından yürütülecek süreçlerle giderilecektir.

Grafikte görülen diğer zayıf yönler, yukarıda belirttiğimiz konularda kısa ve orta vadede meydana gelecek işlemlerle etkilerini kaybedecektir.

15.4 Güçlü Yönler



Şekil 15.4

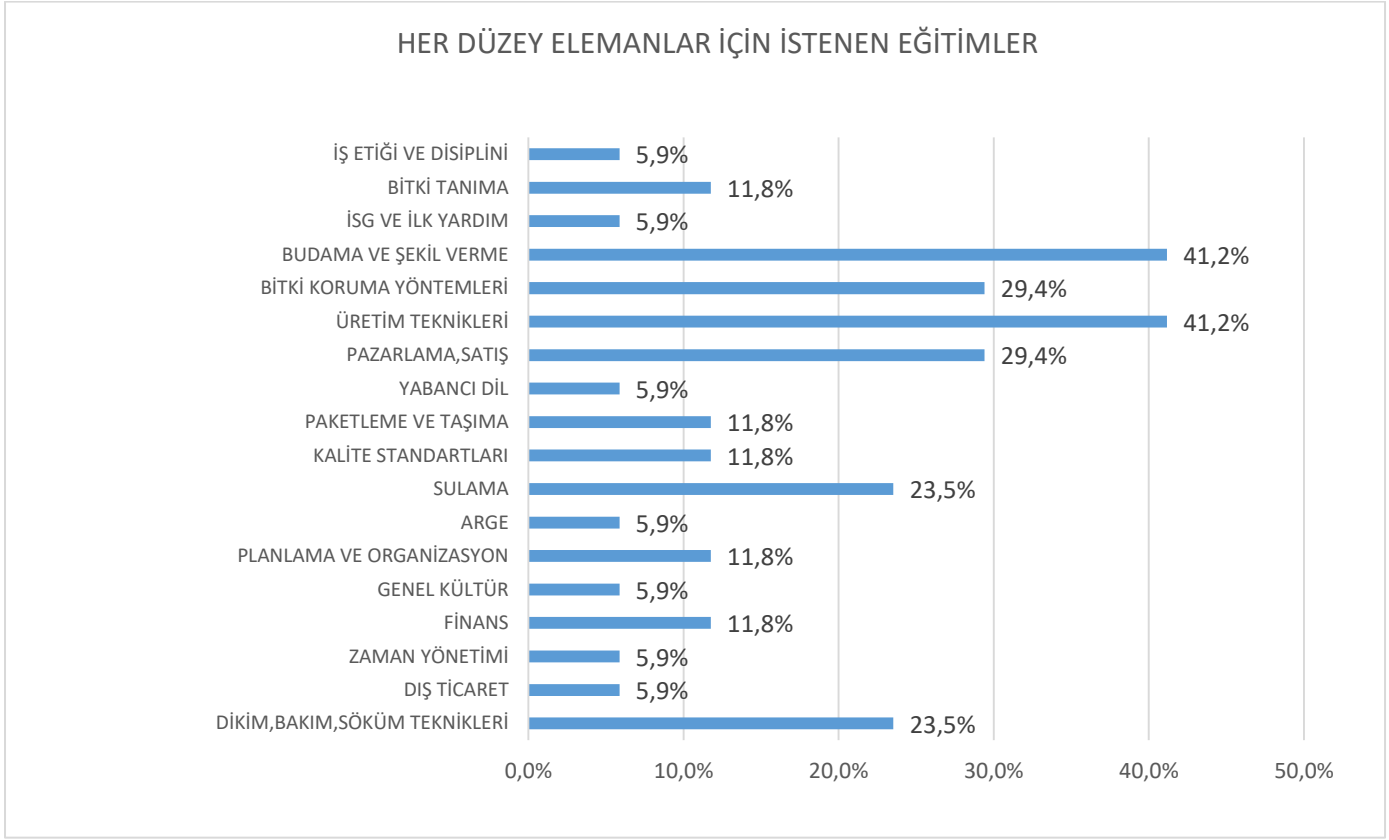
Firmalar, güçlü yönler ve fırsatları kavram olarak karıştırmış bu sebeple grafiklerde mükerrer başlıklar ortaya çıkmıştır.

Grafikte yüksek oranda belirtilen güçlü yönler; iklim ve bitki örtüsü ve dış pazarlara yakınlık. Öne çıkan bu başlıkları yazan firmaların da oranları çok düşüktür.

BÖLÜM 16: SEKTÖR İÇİN EĞİTİM

Firmalarda çalışan her düzeydeki elemanların almasını istedikleri eğitimler oldukça geniş bir alanı kapsamaktadır. En çok talep edilen eğitimler teknik mesleki eğitimler olmakla birlikte (budama ve şekil verme, bitki koruma, bitki tanıma üretim teknikleri, dikim, söküm ve bakım teknikleri, bitki besleme ve sulama), pazarlama-satış, planlama ve organizasyon, paketleme ve tasnif gibi pek çok alanda ihtiyaç olduğu görülmektedir. **Sektör çalışanlarına bu ihtiyaç duyulan eğitimleri SÜSBİR Akademisi üzerinden verilmesi uygun olacaktır.**

16.1 Her Düzey Eleman İçin İstenen Eğitimler



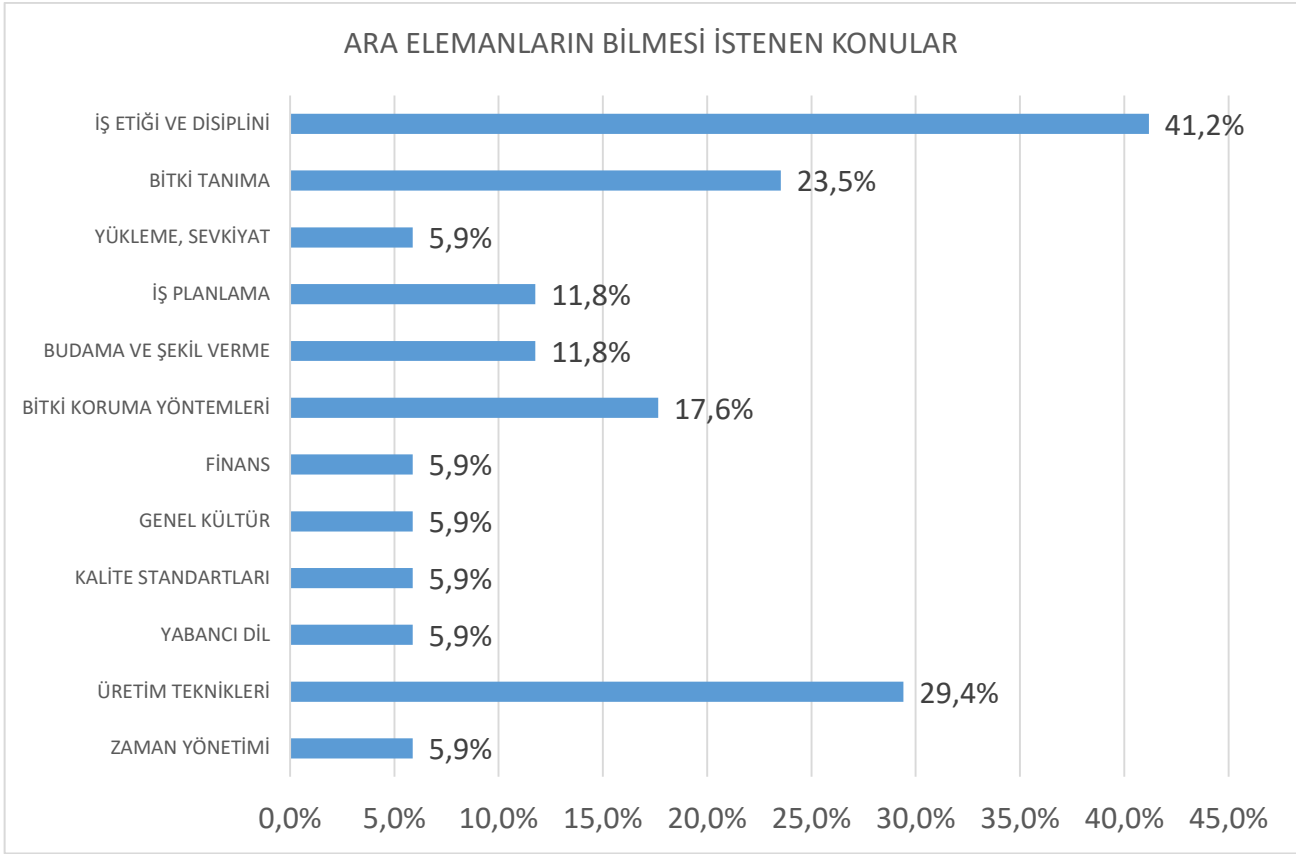
Şekil 16.1

Her düzey elemanın görev ve sorumluluklarına göre bilmesi gereken konularda SÜSBİR Akademisinden eğitim almaları çok önemlidir. Şekilden de görüldüğü gibi çok farklı konularda pek çok bilginin eksikliği sektör firmalarımız tarafından ciddi şekilde hissedilmektedir. Sektörün gücünün korunabilmesi için bu çalışmaların zaman kaybedilmeden başlamasında büyük önem vardır.

16.2 Ara Elemanların Bilmesi İstenilen Konular

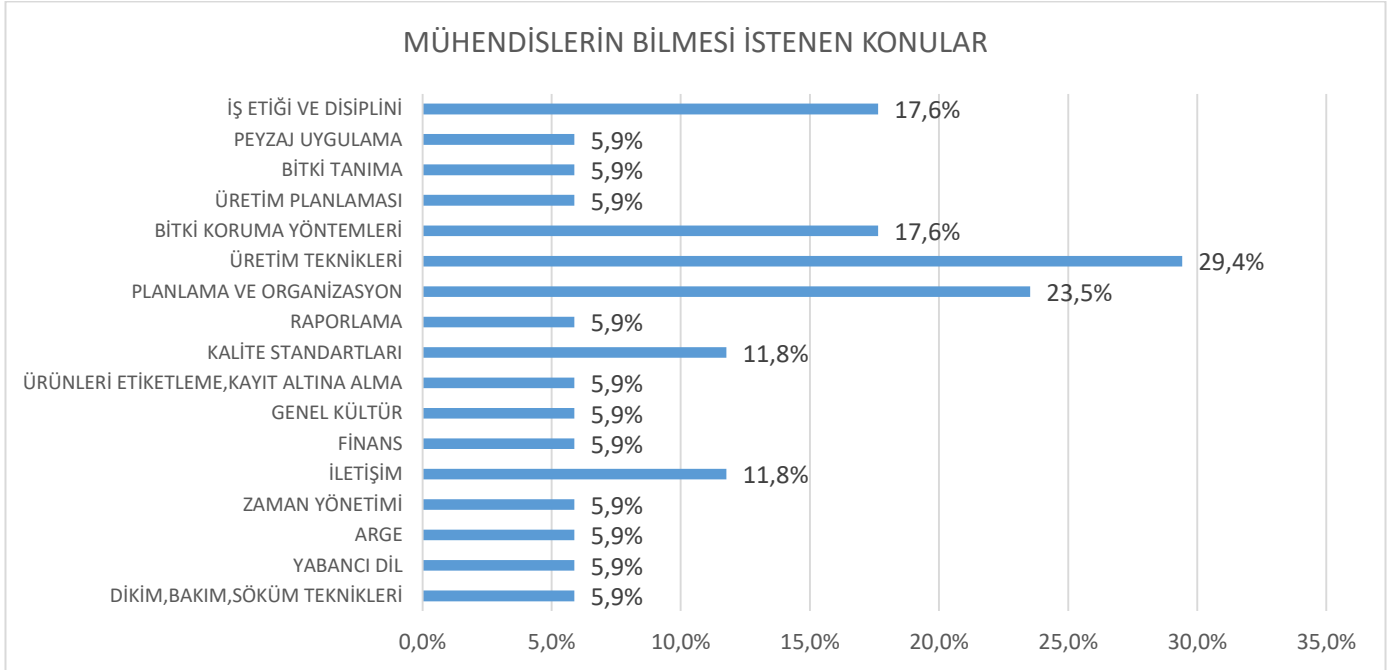
Firmalarda çalışan ara elemanların bilmesi istenilen konular da geniş bir alanı kapsamaktadır. En çok talep edilen eğitimler iş etiği ve iş disiplini konusundaki eğitimlerdir. Teknik mesleki eğitimlerin (sulama, budama ve şekil verme, bitki tanıma, bitki koruma, yükleme, sevkiyat, bitki besleme, dikim, üretim teknikleri) yanısıra firmaların pek çok alanda eğitime ihtiyaç olduğu görülmektedir. Sektör çalışanlarına bu ihtiyaç duyulan eğitimlerin **SÜSBİR Akademisi üzerinden verilmesi** uygun olacaktır. Bu bilgilerle donanmış kalifiye eleman bulmak şu an çok zor olduğu saha çalışmasından anlaşılmıştır. Bu bilgilerle donanmış ara elemanlara da uygun aylık ücretlerin ödenmesi de gerekmektedir.

Bir ara elemandan bütün bu konuları bilmesini beklemek doğru değil, yapılan iş bölümüne göre ara elemanların görev ve sorumluluklarına göre eğitilmeleri çok önemlidir.



Şekil 16.2

16.3 Mühendislerin Bilmesi İstenilen Konular



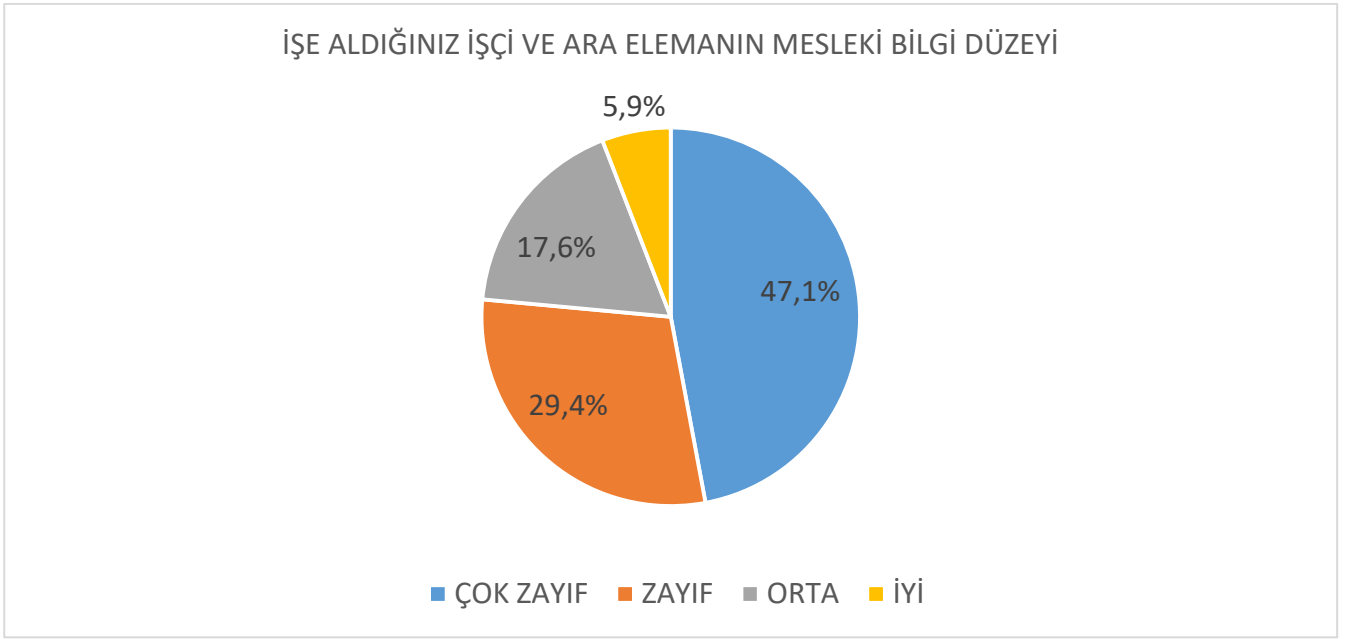
Şekil 16.3

Mühendislerin bilmesi istenen konular diğer konu başlıkları ile aynı olup ilaveten kalite standartları, iletişim ve iş etiği ve disiplini konuları dile getirilmiştir.

Bu grafikler bize, anketi dolduran firmaların her düzeydeki elemanların yukarıdaki bahsi geçen konularda bilgili olmasını beklemekte olduğunu göstermektedir. Her bir konu ayrı uzmanlık alanı olduğundan, ayrı istihdam gerektirmektedir (yenilikçilik, pazarlama, insan kaynakları yönetimi vb.).

Tüm bu konular, **kurulması istenen SÜSBİR Akademi’de verilecek eğitimin konularını** oluşturacaktır.

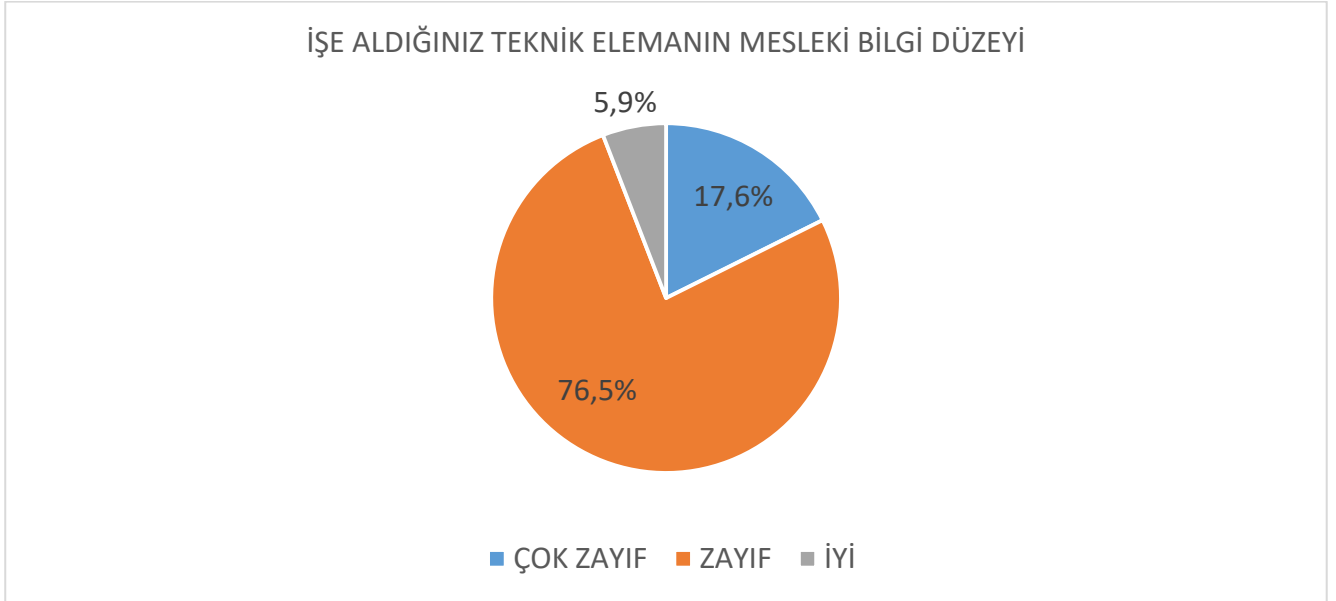
16.4 İşe Yeni Alınan Ara Elemanların Mesleki Bilgi Düzeyleri



Şekil 16.4

İşe ara eleman ve işçi olarak alınan elemanların mesleki bilgilerinin zayıf olduğu görülmektedir. Mesleki Yeterlilik Kurumu tarafından 2017 yılında çıkarılan süs bitkisi yetiştiricisi meslek standardı, bu eksikliğin giderilmesinde önemli rol oynayacaktır. SÜSBİR’in bir an önce süs bitkisi yetiştiricisi sertifikası verebilmesi için alt yapı çalışmalarını tamamlaması gerekmektedir. Bu sertifika SÜSBİR Akademisi üzerinden verilebilir.

16.5 İşe Alınan Teknik Elemanın Mesleki Bilgi Düzeyi



Şekil 16.5

Teknik elemanların da bilgi düzeyi zayıf seviyesinde olduğu şekilden görülmektedir. Üniversitelerin ilgili bölümlerinde verilen teknik eğitimin teorik düzeyde kalmayıp uygulama ağırlıklı olarak yapılması sektöre katkı sağlayacaktır. Bu konuda **SÜSBİR Akademisi olarak üniversitelerle görüşülerek eğitimlerin uygulamalı verilmesinin önemi** vurgulanacaktır.

BÖLÜM 17: ÜRETİM/TEDARİK VE SATIŞ SÜREÇLERİ

Firmaların üretim girdilerini sadece Adana-Mersin'den, sadece Akdeniz bölgesinden ya da sadece yurt dışından karşılamadıkları görülmüş, kullanılan üretim girdisinin çeşidine göre girdinin alındığı yerler farklılık göstermektedir. Firmaların üretim girdilerinden torf, toprak, fide, kasa, gübre, saksı, viyol, sera naylonu, poşet, zirai ilaç, perlit, pomza, cüruf, alet, ekipman ve hırdavat malzemeleri, sulama malzemeleri ve mazot gibi malzemeleri Adana-Mersin bölgesinden sağlamaktadır.

Firmalar yukarıdaki bahsedilen ürünleri Adana-Mersin bölgesi dışından da temin etmektedir. %23,5 oranında firma torf, fide, saksı, sera malzemesi, cocopit ve fidanı yurtdışından temin etmektedir.

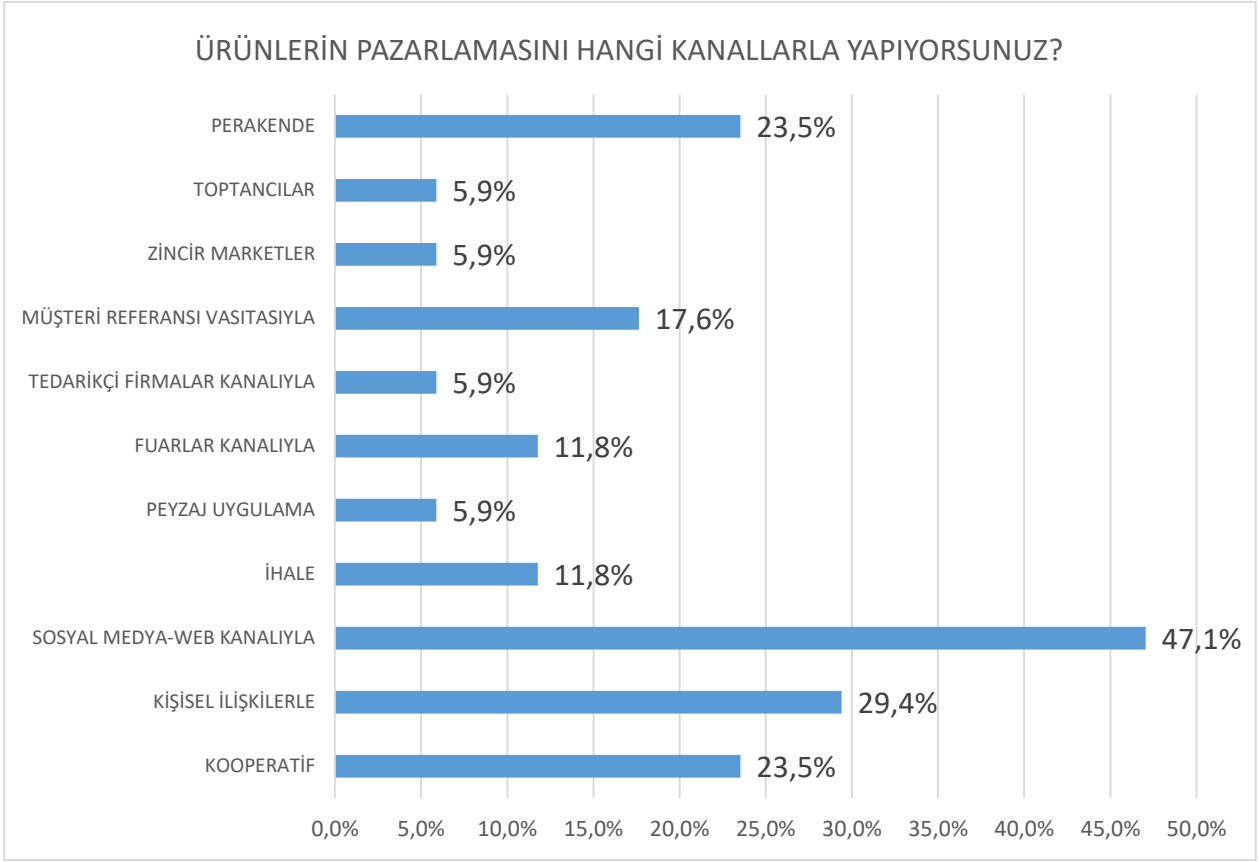
Firmalar Adana-Mersin içerisinden aldıkları üretim girdi ve malzemelerin fiyatlarının, alınan malzemeye göre değişmekle birlikte genel olarak pahalı olduğunu belirtmişlerdir.

Adana-Mersin bölgesi dışından alanlar da genellikle malzemelerin pahalı olduğunu söylemişlerdi.

Yurt dışından alınan üretim girdilerinde de sonuç değişmemiş, alınan başlıca üretim girdilerinin fiyatlarının pahalı olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Fiyatların pahalılığından dolayı yüksek üretim maliyeti getirdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu duruma çözüm üretmek için **İhtisaslaşmış Ortak Tedarik Kooperatifinin kurulması** önem arz etmektedir.

Üretim girdilerinin temininde en çok tercih edilen tedarikçi firmaların bilgileri de anket sonucunda elde edilmiştir. Bu bilgi yapılmakta olan kümelenme çalışmaları sırasında kullanılacaktır.

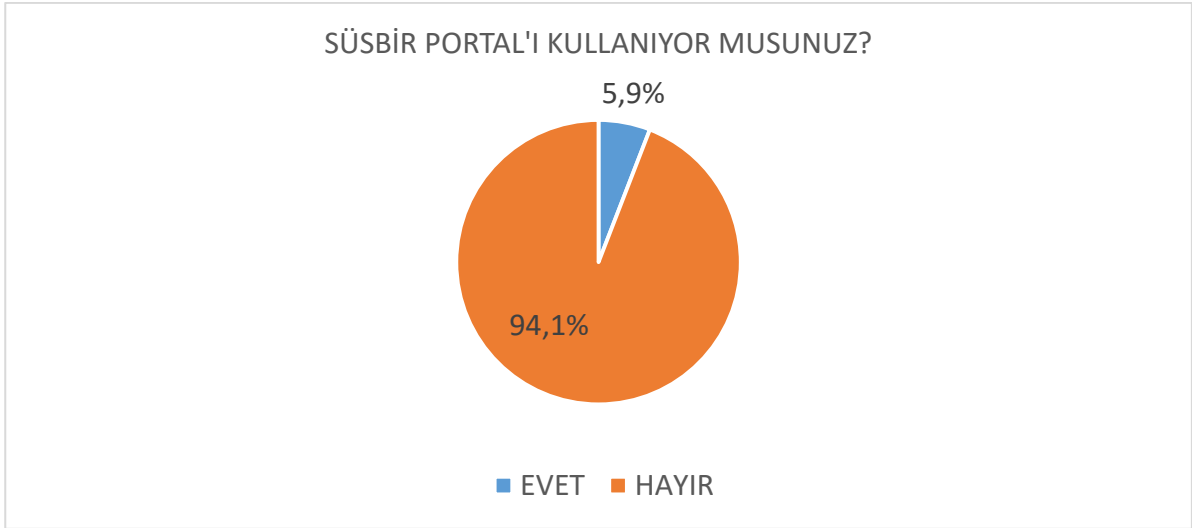
17.1 Ürünlerin Pazarlanması



Şekil 17.1

Pazarlamanın büyük bir bölümünü sosyal medya –web, kişisel ilişkiler, kooperatif ve müşteri referansı kanalıyla yaptıkları görülmektedir. Sektörün genel olarak pazarlama konusunda zayıf olduğu görülmektedir. Bu sorunun da giderilebilmesi için **İhtisashlaşmış Satış ve Pazarlama Kooperatifinin** kurulması doğru bir strateji olacaktır.

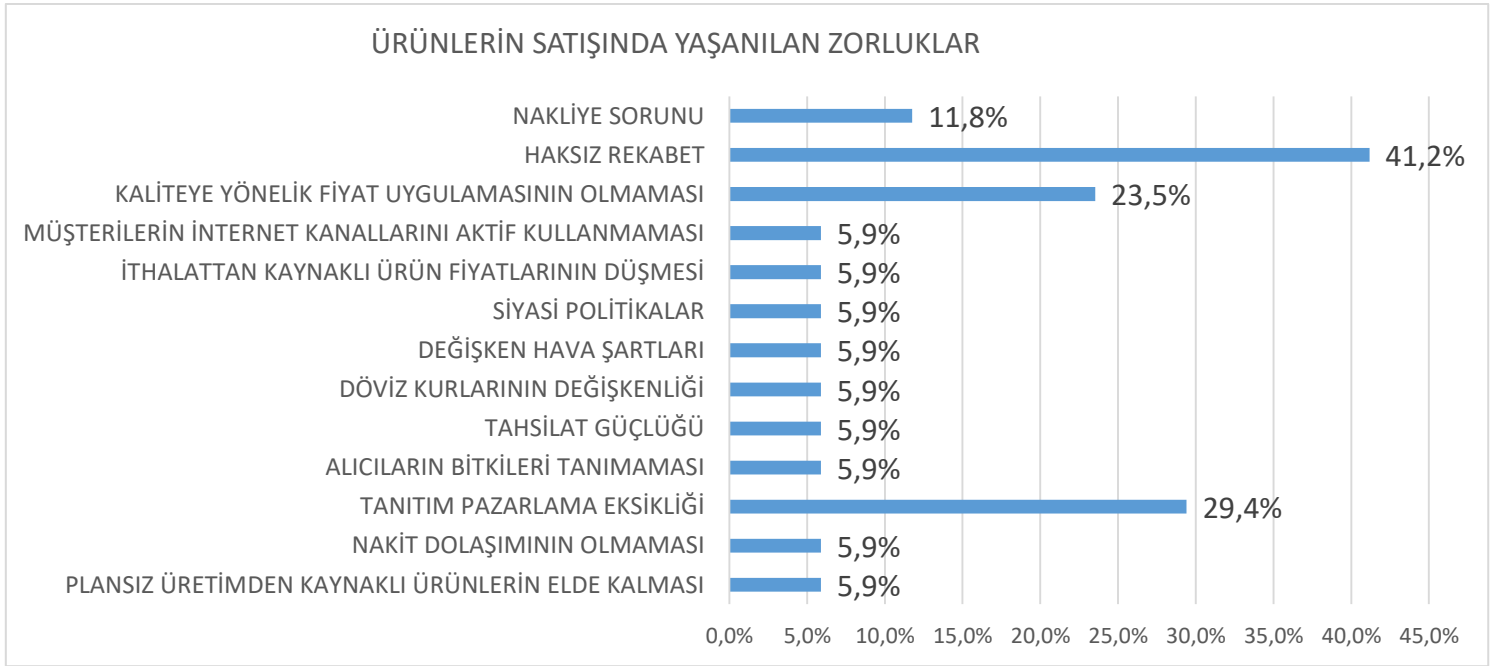
Pazarlama kanalı olarak SÜSBİR Portalı kullanıp kullanmadıklarını sorduğumuz üyelerin verdikleri cevaplar grafikte sunulmuştur.



Şekil. 17.2

Portali kullanmıyoruz diyen üreticiler genellikle yeni haberdar olduklarını ve yakın zamanda kullanmaya başlayacaklarını söylemişlerdir.

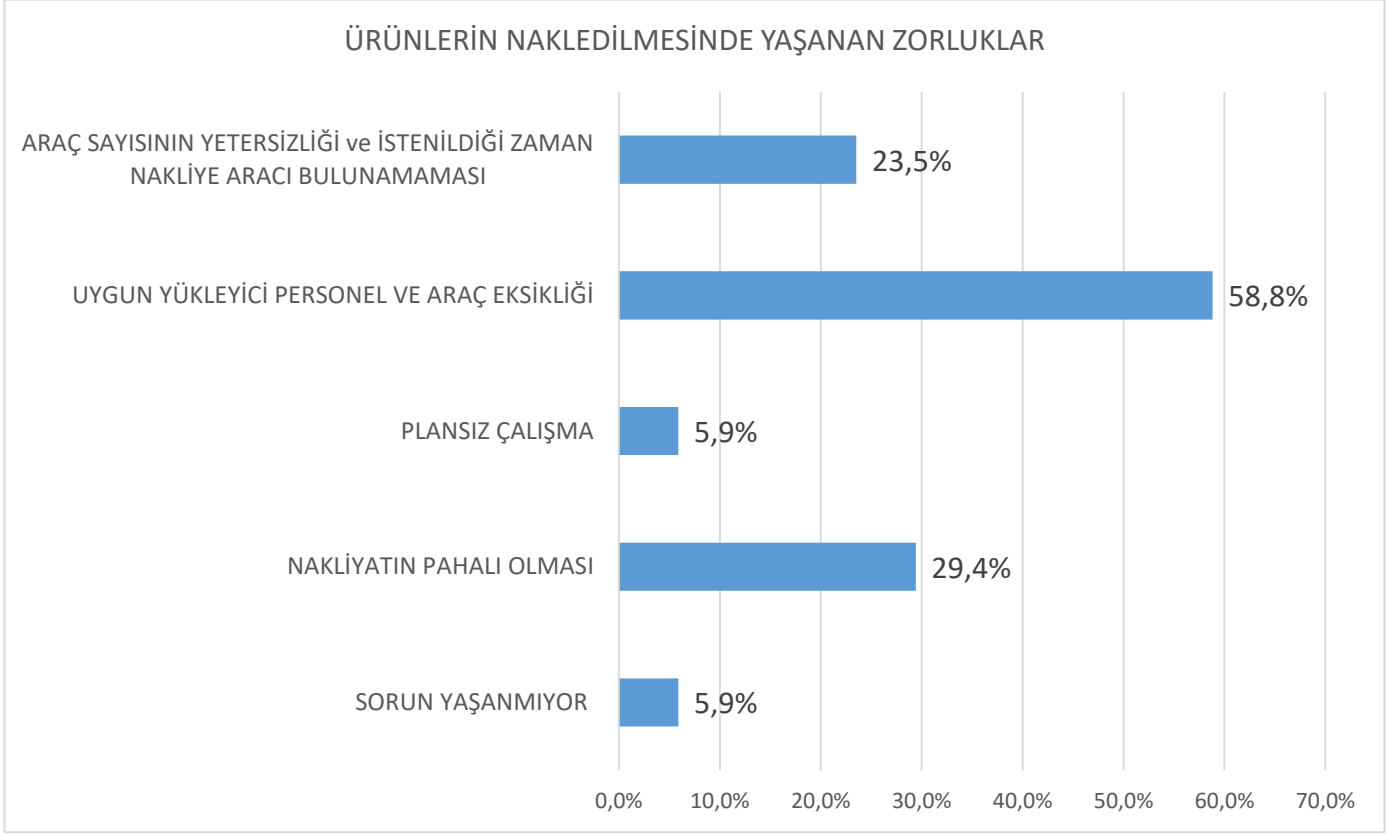
17.2 Ürünlerin Satışında Yaşanan Zorluklar



Şekil 17.3

Ürünlerin satışında haksız rekabet ve kaliteye yönelik fiyat politikası olmaması ve pazarlama eksikliği sonucu öne çıkmış olmakla birlikte çok sayıda zorluk dile getirilmiştir. Bu sorunların giderilebilmesi için **İhtisashlaşmış Satış ve Pazarlama Kooperatifinin** kurulması doğru bir strateji olacaktır.

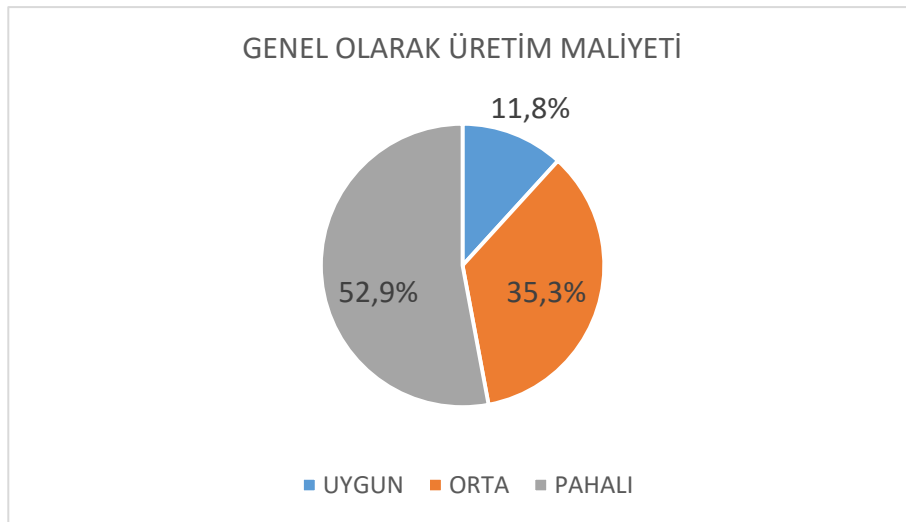
17.3 Ürünlerin Nakledilmesinde Yaşanan Zorluklar



Şekil 17.4

Uygun yükleyici araç ve personel olmaması, nakliyatın pahalı olması ve araç sayısının yetersiz olması zorlukları öne çıkmıştır.

17.4 Genel Olarak Üretim Maliyeti



Şekil 17.5

Genel olarak üretim maliyetlerinin pahalı olduğu gözlenmektedir.

BÖLÜM 18: ADANA-MERSİN BÖLGESİ SÜS BİTKİLERİ ÜRETİCİLERİNİN KÜMELENME YOL HARİTASI

1- Adana-Mersin bölgesinde firmaların üretim yaptığı kapalı alanların %52'si 10 da'ın altındadır. Üretim sahalarının çoğunlukla açık alanlar olduğu görülmektedir. Firmaların üretim yaptığı açık alanların %35,3'ü 10 da'dan az, %5,9'u 10-25 da arası, %29,5 25-50 da arası, %17,6'sı 50-100 da arası, % 5,9'u ise 100 da'dan büyüktür. Bu değerlerden de görüldüğü üzere, üretim, hem açık hem de kapalı alanda küçük arazilerde yapılmaktadır. Adana-Mersin bölgesinde üretimin ağırlıklı olarak açık alanlarda yapıldığı görülmektedir. Üreticilerin, yaklaşık %23'ü büyük üreticiler ve yaklaşık %77'si orta-küçük üreticiler olarak ayrıldığı görülmektedir.

Küçük alanlarda üretim yapan firmalarımızın fiyat avantajı yakalamaları konusunda zorlanacakları düşünülmektedir. Bu durum firmaların üretim kapasitesini sınırladığından, ya da parçalı üretim yapıyor olabileceklerinden üretim maliyetinin artmasına, rekabet avantajını kaybetmelerine sebep olacaktır. Orta vadede bu durumda olan firmalarımız, üretim yerlerini büyütmeyi hedeflemelidir.

2- Grafikten de görüldüğü gibi Adana-Mersin bölgesindeki üreticilerin % 76,4'ü kiracıdır. Bunun çok yüksek oranda olması firmaların geleceğini tehdit eden bir unsurdur.

Üretim yapılan arazilerde tespit ettiğimiz önemli problemler; kiralanan arazilerinin hepsinin şahıstan kiralanan olması ve %50'den fazlasının kiralama sürelerinin 5 yıl ve 5 yıldan kısa olmasıdır. Bu durum kısa süreli kiralanan arazilerde üretim yapan firmalar için risk oluşturmaktadır. Belirsizlik, firmaların özellikle açık alanda ağaç türleri üretimi ve sera yatırımları için yapılacak planlamaları da olumsuz şekilde etkiler.

Kiralanan arazilerin bedelinin genellikle normal olduğu gözlenmiştir. Kiralama sürelerinin kısa ve kira bedelleri yüksek olan alanlarda üretim yapan firmalar için risk söz konusudur.

3- Adana-Mersin bölgesinde firmalar en çok satışı iç pazarda Belediyeler, Kamu Kurumları ve Fidanlıklar ve toptancılara yapmaktadır. Ayrıca peyzaj firmaları, diğer üreticiler ve şahıslar öne çıkmaktadır. Üreticilerin iç pazarda marketlere yaptıkları satış oranı düşüktür. Üreticilerin bu eksikliğini giderilmesi için sektörün kendi paydaşları dışında kalan son tüketicilere tanıtımının arttırılması, uygun yerlerde ortak Show-room'lar açılarak perakende pazarının canlandırılması faydalı olacaktır.

4- Firmalara sorulan 'Firmanızın ortaya çıkardığı yeni bir ürün ve üretim tekniği Adana-Mersin'de sektörünüze nasıl yansır?' sorusuna yanıt olarak etkisi olur ve çok etkisi olur seçeneğini işaretleyen üreticilerin oranı %94,2 olarak ortaya çıkmıştır. Buradan hareketle, Adana-Mersin içerisindeki firmaların birbirleriyle iletişimlerinin kuvvetli olduğu, diğer firmaların ürün ve üretimlerini gözlemledikleri ve yeniliklere açık oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Aynı soru 'yeni bir ürün ve üretim tekniği Türkiye'de sektörü nasıl etkiler?' şeklinde de sorulmuş ve sonuç %82,4 oranında etkisi olacağı yönünde olmuştur.

Sonuç olarak, firmalar hem Adana-Mersin içerisinde hem de Türkiye çapında sektörü ve sektördeki gelişmeleri takip etmektedir. Firmaların yeni ürünlerin ve yeni üretim tekniklerinin kıymetini bilmesi, bunu çok yüksek oranda istemesi sektörün kümelene çalışması açısından çok olumludur. Orta ve uzun vadede bunları hayata geçirecek şekilde yol haritası hazırlanacaktır.

5- Firmaların %52,9 luk kısmı bünyesinde sabit mühendis çalıştırmamaktadır. Bu firmaların yarıdan fazlası, süs bitkisi üretici belgesine sahip firmaların mühendis çalıştırmasının zorunlu olması sebebiyle, mühendis çalıştırmayı hizmet alımı şeklinde uygulamaktadır. Sektörün % 47,1'i mühendis çalıştırmaktadır. Mühendis çalıştıran firmaların yarısı bünyesinde, 1'den fazla mühendis çalıştırmaktadır. Firmaların yarıdan fazlasında 10 ve daha az personel bulunmaktadır. Personel sayısı 30'un üzerinde olan Firma oranı %29,4'tür.

Firmaların %41,2'si tekniker çalıştırmaktadır.

6- Firmaların kalifiye eleman temininde yaşadığı en önemli sorun elemanların yeterli bilgi, beceri ve tecrübeye sahip olmamaları olarak ortaya çıkmıştır. Kalifiye eleman yetiştiren meslek liselerinde verilen eğitimin teorik ağırlıklı olması, uygulama yapılacak alan ve malzeme-ekipman eksikliği gibi konulardan doğan yetersiz uygulama derslerinin bu sonuca yol açtığı belirtilmiştir.

Sahada çalışacak eleman alacağı ücreti beğenmemekte ve aynı ücrete daha rahat ve kolay işleri tercih etmektedir. Bu durumda, çalışan kişilerin şartlarının iyileştirilmesi planlı, programlı bir şekilde ücret tarifesi uygulanmasının önemi ortaya çıkmaktadır.

Kalifiye eleman temininde yaşanan zorluklardan bir diğeri de çalışacak kişilerin çalışma şartlarını beğenmemesidir. Bu konuya bağlı olarak sektörde yapılacak işin zor olduğu algısı da kalifiye eleman bulunmasında yaşanan olumsuz bir diğer etkidir. Yapılacak işin zor olduğu algısı, sektörde ihtisaslaşmanın olmamasının bir sonucu olarak ortaya çıkmakta, işe alınan elemanın her işi yapması beklenmektedir. Yapılacak işlerin programlanması personel arasında iş bölümü yapılması ve her elemanın yapacağı işe göre eğitim alması, hem işin bitme süresini kısaltacak, hem de elemanlar üzerindeki iş yoğunluğunu azaltacaktır.

Kalifiye elemanın firmaya maliyetinin yüksek olması da bir diğer önemli sorun olarak gözükmektedir.

7- SÜSBİR AKADEMİSİNİN kurulması hakkında görüşlerini sorduğumuz firmaların verdikleri cevaplarda da kalifiye eleman yetiştirmek üzere bir akademi kurulmasının sektör tarafından gerekli görüldüğü %100 oranında ortaya çıkmıştır. Sektörel kümelenme sürecinde, kalifiye eleman temininde yaşanan bu zorluklar ortadan kalkacaktır.

Akademinin detaylı anlatımı SÜSBİR Akademisinin projesinde mevcuttur.

8- Firmalar %100 oranında Yurtdışındaki kümelerle son 5 yılda anlaşma yapmadıklarını ifade etmiştir. Soru tam olarak anlaşılammış olabilir. Gelecek dönemlerde Adana-Mersin Bölgesinde bulunan sektörel dernekler ve kooperatiflerin diğer ülkelerdeki sektörel örgütlerle işbirliği protokolleri imzalamaları için çalışmalar yapılmalıdır.

Adana-Mersin bölgesindeki firmaların yurt dışındaki firmalar ile yaptıkları işbirliklerinden faydalanılarak üyesi oldukları derneklerin de işbirliği içerisine girmeleri için çalışmalar yapılmalıdır.

9- Firmaların %58,8'i son 10 yılda firmalarına olan yurtiçi talebin arttığını belirtmişlerdir. Son 10 yılda yeşile olan ilginin artması, belediyeçiliğin gelişmesi gibi nedenlerle sektör hareketlenmiş, firmalara ve ürettikleri ürünlere olan talep artmıştır. Talebin azaldığını beyan eden firmaların oranı %11,8 olup düşüktür. Bunun nedenlerinin detaylı bir şekilde araştırılması ve nedenlerinin ortaya çıkarılması için bunu söyleyen firmalar ile tekrar görüşmekte fayda vardır.

10- Firmaların %41,2'si yurtdışı talebin olmadığını, %29,4'ü yurt dışı talebin arttığını belirtmişlerdir. Süs bitkileri sektöründe ihracatın son birkaç yılda artış göstermiş olmasına rağmen Adana-Mersin bölgesi özelinde sektör firmalarının %70'inin bundan yararlanmamasının nedenlerinin araştırılması gerekmektedir.

11- Firmaların % 58,8'i Ticaret Bakanlığı desteklerinden yararlanarak yurt dışında şube açmak istediklerini belirtmişlerdir. Firmalar 'Hangi ülkede şube açmak istiyorsunuz?' sorusuna, Katar, Bahreyn, Dubai, Azerbaycan, Türkmenistan, Irak ve Avrupa Ülkeleri cevaplarını vermişlerdir. Bu ülkelerin ilgili sektör firmaları için doğru hedef pazarlardan olduklarının kontrolü yapıldıktan sonra Ticaret Bakanlığı desteklerine başvurulabilir. 'Hayır' diyen %41,2 lik kesim ile bu konu detaylı bir şekilde görüşülerek nedenleri öğrenilmelidir.

12- Firmalar ortaklık anlaşmaları olup olmadığı sorusuna %94,1 oranında 'Hayır' cevabını vermişlerdir.'Evet' cevabını veren firma, ortaklıklarının firmalarla olduğunu belirtmiştir. Bu sonuç, ortaklık kültürünün sektörde gelişmediğini göstermektedir. Sektörde güven sıkıntısı olduğu sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

Firmaların tamamının çeşitli kurumlarla resmi olmayan işbirliği (iletişim) yapmaktadırlar. Zaman zaman iletişim içerisinde oldukları kurumlar:

Sonuç odaklı işbirlikleri (ARGE, üretim vb.) içerisinde maalesef **üniversitelerin, araştırma kuruluşlarının ve kamunun ilgili kurumlarının oranının** çok az sayıda olması sektörün atılım yapmasını zorlaştırmaktadır. Üniversitelerle ve araştırma kuruluşları ile AR-GE ortaklıkları kurulmalıdır. Bunu firmalar çok arzu ettiği halde firmaların doğrudan kendi çabaları ile yapamadığı görülmektedir. Bu sorun **ihhtisaslaşmış AR-GE ve İnovasyon kooperatifleşme** modeli ile çözülebilir. Bu yapı sektör ile üniversiteler arasında ara yüz olacak ve yeni çeşit geliştirme ve mevcut çeşitlerin ıslahı konusunda araştırma kuruluşlarına çeşitli konu önerisi yapabilir ve çalışmalar ortaklık şeklinde yürütülebilir.

Ayrıca firmalar Teknoloji ortaklığı ve pazarlama ortaklığı gibi konularda herhangi bir ortaklık kurmamış, kurulan diğer ortaklıklar ise tasarım düzeyinde olmuştur. Özellikle Adana-Mersin bölgesinde firmalara ortaklık kavramı ve kültürü anlatılmalı, sektörün diğer paydaşları olan üniversite, araştırma kuruluşları ve kamu kurumları ile yapılabilecek işbirlikleri konusunda bilinçlendirilmeli ve ortaya çıkan eksikliklerin giderilmesi için bu paydaşlarla projeler ortak yürütülmelidir.

Ortaya çıkan eksikliklerin en önemlilerinden birisi de pazarlama kanalı eksikliğidir. Pazarlama eksikliği, **ihhtisaslaşmış Satış-Pazarlama kooperatifleşme** modeli ile çözülebilir.

Yapılan işbirlikleri büyük çoğunlukla diğer firmalar ve firma yöneticileri arasında olmaktadır. Buradan çıkarılan sonuç ise Adana-Mersin'deki sektörün, üretimin yoğun olduğu yerlerle az sayıda üretime ve pazarlamaya dönük işbirliklerinin bulunduğu, bunun dışındaki bölgelerle herhangi bir işbirliğinin olmadığıdır.

Ortaklık yapan firmanın ortaklıklarında önemli gördüğü faktörler; Daha önce yaptığı ortaklıklar, aynı aileden gelmek, yerel kuruluşlar ve yerel danışmanlık büroları ile kurulan kontaklar ve fuarlar ve konferanslardır.

Bunu belirten firmanın tecrübesinin genele yaygınlaştırılabilmesi için aşağıdaki hususların üzerinde durulması önemlidir;

Ortaklık kanallarının kişisel ilişkiler olması ve yapılan fuarlar, konferansların ortaklıkları önemli düzeyde etkilemesi, Adana-Mersin bölgesinde yapılacak fuarların, yalnızca pazarlama değil, üretim, AR-GE ve teknoloji ortaklıklarının da geliştirilmesi için fırsat olduğu, yapılacak fuarlarda bir takım toplantı ve konferanslarla bu tür ortaklıkların geliştirilmesi.

13- Firmaların resmi olmayan ortaklıkları (resmi kontrat içermeyen, yardımlaşma ve arkadaşlığa dayalı iş birlikleri) bulunduğunu ifade etmişlerdir.

Firmaların resmi olmayan ortaklıklarının %88,2'si diğer firmalarla yapılan fikir alışverişi, %70,6'sı diğer şirketlerin çalışanları ile yapılan diyaloglar ve teknik bilgi alışverişi ise %64,7 dir. Daha az oranda özel yatırımcılar ile olan fikir alışverişi yapılmaktadır. **Firmaların üniversite ve AR-GE kuruluşları ile diyaloglarının da %23,5 olduğu ve bu kurumlarla teçhizat alışverişinin en düşük oranda olduğu görülmektedir.** Sınırlı düzeyde olan ilişkinin geliştirilmesi ve sektörün ihtiyaç duyduğu konularda birlikte çalışılacak ortamın oluşturulabilmesi için sektörün toplantılarına üniversite ve AR-GE kuruluşlarının davet edilmesi ve bu kuruluşların sık sık ziyaret edilerek sektörün ihtiyacı olan konuların bu kuruluşlara aktarılması gerekmektedir. Bunun kesintisiz ve sürekli olması oldukça önemlidir. Aradaki diyalogun artması ve güçlenmesi için İhtisaslaşmış AR-GE ve İnovasyon Kooperatifi çok önemli rol oynayacaktır.

Anketlerden, resmi olmayan ortaklıkların diğer şirketlerin çalışanları ve kurucuları, üniversite çalışanları ve özel yatırımcılar ile kendi çevresinde bulunan genellikle iş kontakları yoluyla ve meslektaş yoluyla kurulduğu sonucu çıkmıştır.

AR-GE kuruluşlarının çalışanları, finansal kurumların kurucu ve çalışanları ile olan ortaklıkların daha çok kendi çevresindeki meslektaş ve iş kontakları aracılığı ile kurulmaktadır. Devlet personeli ile az sayıda olan ortaklıkların ise iş kontakları ve devletin ilgili kurumlarının yönlendirmesiyle kurulduğu görülmüştür.

Genel olarak Adana-Mersin bölgesinde üretim yapan firmaların iş ilişkilerinin bireysel deneyim ve tecrübelerine dayalı olduğu, bu ilişkileri kurmalarına yardımcı olacak sistemin bulunmadığı gözlenmiştir.

14- Adana-Mersin'deki firmaların % 58,8'lik kısmı son 10 yılda kurum ve kuruluşlarla herhangi bir bağlantı kurmamıştır. Kurulan bağlantılar da çok sınırlı sayıda gerçekleşmiş olup, alınan destekler de sınırlı miktarda olmuştur.

Bu kurumlarla olan ilişkilerin geliştirilmesi için, kurumların düzenli yapılacak sektör toplantılarına davet edilmeleri önemlidir.

15- Firmaların kendi satış yerlerinde sergi alanları bulunmakla birlikte farklı mekânda sergi ve satış yerlerinin olmadığı gözlenmiştir. 'Kendime ait yerim var' diyenler, kendi tesislerindeki sergi olanaklarını kastetmişlerdir. Yok diyenlerin çoğunluğu ise farklı mekânda sergi ve satış yerlerinin olmadığını söylemek istemiştir. Bu ihtiyaç "İhtisaslaşmış Satış-Pazarlama Kooperatifi" modeli ile karşılanabilir.

'Bölgenizde ürünlerin sergilenmesi için ortak Show-room kurulmasını ister misiniz?' sorusuna %76,5 oranında evet cevabı alınmıştır. Firmalar pazarlama ve satış alanı olarak Show-room'un gerekliliğinin farkında ve eksikliğini hissetmektedir. Bu ihtiyaç "İhtisaslaşmış Satış-Pazarlama Kooperatifi" modeli ile karşılanabilir.

16- Firmalar İŞKUR hizmetlerinden yararlanmayla ilgili soruya %75 oranında 'Hayır' yanıtını vermişlerdir. İŞKUR hizmetinin Adana-Mersin bölgesindeki işletmelere anlatılması ve bu hizmetten faydalanmalarının sağlanması için bir eğitim ve bilgilendirme çalışması yürütülmelidir. Bunun nedeninin ayrıntılı olarak araştırılmasında fayda vardır.

17- Adana-Mersin bölgesindeki firmaların %88,2'si üretim yapmaktadır. Firmaların %70,6'sı arz talep planlaması ve üretim için gerekli kaynakların tedarik edilmesi satın alımı/satımı süreçlerini tamamlamaktadır. Ürün alıp büyütüp satan firma oranı % 64,7'dir. Firmalar %58,8 oranında da alıp satma işlemi yapmaktadır. Firmalar tarafından yapılan en az orana sahip süreçler; %52,9'la taşıma, depolama ve nakliye.

Firmaların Adana-Mersin içerisinde %50'den fazlasını tamamladığı süreçler; üretim(%88,2), ürün alıp satma(%52,9) ve üretim için gerekli kaynakların tedarik edilmesi satın alımı / satımı(%64,7), arz talep planlaması(%70,6), ürün alıp büyütüp satma(%58,8)'dir. Bu da gösteriyor ki firmalar bu süreçlerin büyük çoğunluğunu Adana-Mersin içinde gerçekleştirmekte, bu sebeple Adana-Mersin dışı bölgelerde üretim sürecinin geliştirilmesinde yarar vardır.

Firmaların %29,4'u Türkiye'de ürünlerine 200'den fazla benzer ürün üreten firma olduğunu belirtmişlerdir. Firmaların %5,9'u ürünlerine benzer üretim yapan Türkiye çapında 100 ile 200 arası, %17,6'sı 50 ile 100 arası, %11,8'i 10 ile 20 arası, %11,8'i 5 ile 10 arası, %11,8'i 5 den az benzer ürün üreten firma olduğunu belirtmişlerdir. Firmaların belli ürünlerde ihtisaslaşması sağlanarak firmalar arası rekabet azaltılabilir.

Bir firmanın ürünlerine Türkiye genelinde 100'den fazla rakip firma olması sektörde rekabetçiliğin çok fazla olduğunun bir göstergesidir. Bu rekabeti doğru yöneterek rakiplerin hiçbirinin bu durumdan zarar görmeden kendi paylarını elde etmeleri üzerine bir sistem düşünülmelidir. Rekabet burada ürünlerin fiyat farklılıklarını ve buna bağlı olarak ürünlerde kalite farklılıklarını getirmektedir. Ürün çeşitliliğinin artması ve ürünler için yaptığımız standardizasyon çalışması sektör tarafından kullanıldığında piyasada rekabet doğru yönetilebilecek ve bu tip sıkıntılar ortadan kalkacaktır. Ayrıca planlı üretim, ürünlerin kayıt altına alınması gibi konular da rekabeti doğru yönlendirecektir.

Aynı soru Adana-Mersin içinde ürününüze benzer ürün üreten firma sayıları olarak sorulmuştur. Sonuç olarak %37,5 en yüksek oranda '5 den az' ifadesi çıkmıştır. Adana-Mersin genelinde, % 31,3 oranında firma bu soruya cevap olarak 5 ile 10 arası, %6,3 'ü 10 ile 20 arası, %25'i 20 ile 50 arası benzer ürün üreten firma olduğunu söylemiştir. Bu durum bize, Adana-Mersin bölgesinde bazı firmaların ürün bazında kısmen ihtisaslaştığını göstermektedir. Firmaların 4 te 1 i için de daha zorlu rekabet şartlarının olduğu gözlenmiştir.

Bu durum bize, firmalar arası yıkıcı rekabet olabileceğini göstermiş, bu rekabeti önlemek için acil olarak planlama yapılması gerekliliğini ortaya çıkarmıştır.

18- Firmaların sahip olduğu kalite sertifikaları ile ilgili soruya %35,3 oranında sertifika var, %64,7 oranında sertifika yok sonucu alınmıştır. Kalite sertifikası olan firmalar ve kaç sertifikaya sahip olduklarının yüzdesel dağılımı aşağıdaki verilmiştir:

Sertifikaların açıkça belirtilmesini istediğimiz firmalardan sadece %23,5'i İyi Tarım Uygulamaları sertifikalarına sahip olduğunu söylemiştir. Az sayıda da olsa ISO 14001, ISO 9001 ve MPS sertifikasına sahip olan firmaların da olduğu görülmüştür.

Bu konularda firmalara aydınlatıcı eğitimler, sözü geçen sertifikaların tanıtımı ve avantajlarının anlatıldığı seminerler verilmesi faydalı olacaktır.

19- Firmaların %82,4'ü marka olabilmeyen orta zorlukta ve zor olduğunu belirtmişlerdir. Sektörde marka olmanın zor olmasının temeline inilmeli, neden marka olunamıyor araştırılmalı ve ona göre bir yol izlenmelidir.

Markalaşma seminerleri verilerek firmalara marka olmanın avantajları anlatılmalı, yol gösterici tekniklerle markalaşma adımları anlatılmalıdır. Bu sürecin içerisinde uygun kalite sertifikalarını alması firmaların markalaşmasına yardımcı olacaktır.

20- Firmaların kalite belgesi alması, kurumsallığı, çevre, iş sağlığı ve güvenliğini, yönetim organizasyon açısından disiplinli olduğunu ve bütün faaliyetlerinin kayıt altında kontrol edilebilir olmasını sağladığı için önemlidir. Adana-Mersin bölgesindeki firmaların tamamına yakınının kurumsallaşma yönünden eksik olduğu görülmektedir. Bu konularda eğitimler verilmelidir.

21- Firmaların tamamına yakını devlet desteklerinden haberdar olduklarını belirtmiştir.

Firmaların yarısından fazlası devlet desteklerinden faydalanamamaktadır. Bunun başlıca sebepleri; süs bitkileri sektörüne uygun bir destekleme modelinin olmaması, mevcut kredi destekleri için teminat şartlarının ağır, vadelerin kısa olması ve genel olarak devlet destekleri hakkında yeterli bilgiye sahip olunmamasıdır. Devlet desteklerinden faydalananların son 10 yıl içerisinde aldıkları desteklerin miktarları ise düşüktür.

Desteklerden faydalanabilmek için firmalara proje eğitimlerinin verilmesi faydalı olacaktır. Projeler aracılığı ile ihtiyaç duydukları konularda desteklerin alınması sağlanabilir. Sektöre uygun destekleme modelinin geliştirilmesi ve ilgili kurumlara anlatılması ile bu duruma çözüm bulunabilir.

22- Firmaların %76,5'i AR-GE çalışmaları olmadığını belirtmişlerdir. AR-GE çalışması olanlar ise bu çalışmalar için 1 ile 5 arası personel çalıştırdıklarını ve personel başına AR-GE harcamalarının yıllık 10 bin TL'den az ve 50 bin TL den fazla olduğunu söylemişlerdir.

Adana-Mersin bölgesinde AR-GE çalışmalarının oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. AR-GE çalışmalarının artırılması için firmalara 'AR-GE nedir?', yöntemleri, önemi, AR-GE destekleri ve projelendirme hakkında bilgilendirme eğitimleri verilmelidir.

Firmalar AR-GE çalışmalarının yapılmasını istedikleri konulara grafikteki yanıtları vermişlerdir. Üretim ve ürünle ilgili AR-GE çalışmaları firmalar için önemli konulardır. Özellikle üretim tekniklerinin geliştirilmesi, yeni çeşitlerin geliştirilmesi ve ıslahı, bitki türlerinin dayanıklılığının artırılması ve pazarlama-satış tekniklerinin geliştirilmesi konuları öne çıkmıştır.

Üniversite, araştırma kuruluşları ve firmalar arasında iletişim eksikliğinin olmasından dolayı yapılan çalışmalar düşünce seviyesinde kalmakta ve sektörde kullanılamamaktadır. Bu iletişim eksikliğinin temel nedeni, firmalarımızda çalışan personelin eğitim düzeylerinin büyük çoğunluğunun AR-GE yapmaya uygun olmamasıdır.

Firmalarımız ile üniversiteler arasında AR-GE konusunda iletişimi sağlayacak bir ara yüze ihtiyaç vardır. Bu ara yüzde sektörün ilgi alanlarında doktora yapmış birkaç personelin bulunması; sektör firmalarının rekabetçi olmaları için gerekli üretim teknikleri ve ürün kalitelerine ulaşabilmeleri için üniversite ile doğru iletişimin kurulmasını sağlayacaktır. AR-GE çalışmaları için üniversite ve araştırma kuruluşları ile birlikte çalışılması yürütülecek projelerin sektör için daha verimli olmasını sağlayacaktır. Bu yapıya **İhtisaslaşmış AR-GE ve İnovasyon Kooperatifi** diyebiliriz. Bu yapının kendisi de AR-GE çalışmaları yürütebilir, diğer AR-GE merkezleri ve üniversiteler ile de birlikte AR-GE projeleri yürütebilir.

23- Bilimsel kongrelere ve toplantılara sektörün ilgi göstermediği ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda firmaların bilimsel kongrelere katılmamalarının bir sebebi de firmaların bu kongrelerden haberdar olmamasıdır. Sistemsizlikten kaynaklanan bu eksikliğin çözümünde ihtisaslaşmış AR-GE kooperatifleri görev alacaktır. Bu tür toplantıların firmalar için önemli olduğu bilincinin seminerlerle verilmesi gerektiği anlaşılmaktadır.

24- Firmaların kullandığı makine ve ekipmanlar yapılan üretimin çeşidine göre değişmektedir. Bu durum grafikteki dalgalanmanın bir sebebidir. Dönemsel ihtiyaçları için pahalı olan makine ve ekipmanların kiralanan ve ortak kullanımla maliyetlerin azaltılması söz konusu olabilir. Bu ekipmanların konularında uzman, makineyi kullanma yetki ve becerisine sahip operatörler tarafından kullanımı oldukça önemlidir. Bu uzman operatörler sektör için kurulacak olan ihtisaslaşmış kooperatifler bünyesinde çalışacaklardır.

Avrupa'daki rakipleri ile kıyaslandığında teknoloji kullanımı hala gelişmeye çok açık durumdadır.

25- En çok talep edilen makine ekipmanların kurulması düşünülen **ihtisaslaşmış ortak tedarik kooperatifi** aracılığı ile uygun fiyatlarla temin yoluna gidilmesi, **bakım ve onarımının da ortak (anlaşmalı yaptırılması)** yapılması faydalı olacaktır. Sektör için ithal edilen makinelerin Adana-Mersin bölgesinde üretilmeleri için çalışmalar yürütülmelidir. Bunlarla ilgili kamu kurumlarına projeler yazılabilir.

26- Sektörde yaygın olarak kullanılan otomasyon sistemi bulunmamaktadır. Otomasyon sistemine sahip firmalarda, diğer bölgelere kıyasla kullanılan otomasyon sistemlerinin çeşitlilik göstermesinin sebebi, ürün desenine daha çok serada yetişen mevsimlik ve iç mekan bitkilerinin hâkim olmasıdır. Kullanılan sistemlerin geliştirilerek yaygınlaştırılması da yazılabilecek projelerdendir. Avrupa'daki firmalarla kıyaslandığında sektör firmalarının genelinde otomasyonda geri olduğu görülmektedir. Bu eksikliklerin iyileştirilmesi için ihtiyaç duyulan benzer otomasyon sistemleri ve firma özelinde ihtiyaç duyulan otomasyon sistemlerinin kurulması için projeler hazırlanacaktır.

27- Adana-Mersin genelinde firmalarımızın sahip olduğu toplam araç sayılarını kullanarak akaryakıt firmaları ile en kısa zamanda görüşerek firmalarımız için mümkün olan en yüksek yakıt indiriminin alınması için çalışmalar yürütülecektir. Bu çalışmayı hem ulusal boyutta hem de yereldeki istasyonlarla yapılacak ayrı ayrı işbirliği anlaşmaları ile tasarruf daha da arttırılabilir. Bu, firmalarımızın girdi maliyetlerinin azalmasını sağlayacak en kolay işlerin başında gelmektedir.

28- Fırsatlar içinde öne çıkan başlık, ihracat pazarına yakın olmak olarak ortaya çıkmaktadır. Diğer öne çıkan başlıklar iklim ve bitki örtüsü çeşitliliği ve toplumun sektöre olan ilgisinin artması başlıklarıdır. Grafikte fırsat olarak belirtilen başlıklardan bazıları zayıf ve güçlü yönlerle karıştırılmıştır.

29- Firmaların belirttiği tehditlerden en çok orana sahip olan başlıklar plansız üretim, kalitesiz üretim-kayıt dışılık ve devlet desteklerinin yetersiz olmasıdır. Kurulum maliyetleri yüksek olan seraların bölgede çok sayıda olması finansman ihtiyacını doğurmaktadır. Burada firmalar uzun dönemli kiralık arazilere, sektöre özgü devlet desteklerine ve kredilerin teminat şartlarının hafifletilmesine ihtiyaç duymaktadır.

Ortaya çıkan bütün tehditler dikkate alınmaya değer öneme sahiptir. Yazılacak projeler ile tehditlerin ortadan kaldırılmasına yönelik çalışmalar yürütülecektir.

30- İletişimsizlik, pazar bulunamaması, üretimin yüksek maliyetli olması, pazarlama, kalifiye eleman eksikliği, devlet desteklerinin yetersizliği, eğitimsizlik, finansman sıkıntısı sektörün en belirgin zayıflıkları olarak ortaya çıkmıştır.

- Pazar bulunamaması, üretimin yüksek maliyetli olması, finansman bulunamaması, satış ve pazarlama sorunları kurulması gereken **ihtisas kooperatifleri** tarafından yürütülecek olan tanıtım, pazarlama, satış ve ortak tedarik süreçleri ile giderilecektir.
- Eğitimsizlik, kalifiye eleman eksikliği konuları kurulması planlanan **SÜSBİR Akademi** tarafından yürütülecek süreçlerle giderilecektir.

Grafikte görülen diğer zayıf yönler, yukarıda belirttiğimiz konularda kısa ve orta vadede meydana gelecek iyileşmelerle etkilerini kaybedecektir.

31- Firmalar, güçlü yönler ve fırsatları kavram olarak karıştırmış bu sebeple grafiklerde mükerrer başlıklar ortaya çıkmıştır.

Grafikte yüksek oranda belirtilen güçlü yönler; iklim ve bitki örtüsü ve dış pazarlara yakınlık. Öne çıkan bu başlıkları yazan firmaların da oranları çok düşüktür.

32- Firmalarda çalışan her düzeydeki elemanların almasını istedikleri eğitimler oldukça geniş bir alanı kapsamaktadır. En çok talep edilen eğitimler teknik mesleki eğitimler olmakla birlikte (budama ve şekil verme, bitki koruma, bitki tanıma üretim teknikleri, dikim, söküm ve bakım teknikleri, bitki besleme ve sulama), pazarlama-satış, planlama ve organizasyon, paketleme ve tasnif gibi pek çok alanda ihtiyaç olduğu görülmektedir. **Sektör çalışanlarına bu ihtiyaç duyulan eğitimleri SÜSBİR Akademisi üzerinden verilmesi uygun olacaktır.**

33- Her düzey elemanın görev ve sorumluluklarına göre bilmesi gereken konularda SÜSBİR Akademisinden eğitim almaları çok önemlidir. Çok farklı konularda pek çok bilginin eksikliği sektör firmalarımız tarafından ciddi şekilde hissedilmektedir. Sektörün gücünün korunabilmesi için bu çalışmaların zaman kaybedilmeden başlamasında büyük önem vardır.

34- Firmalarda çalışan ara elemanların bilmesi istenilen konular da geniş bir alanı kapsamaktadır. En çok talep edilen eğitim iş etiği ve iş disiplini konusundaki eğitimlerdir. Teknik mesleki eğitimlerin (sulama, budama ve şekil verme, bitki tanıma, bitki koruma, yükleme, sevkiyat, bitki besleme, dikim, üretim teknikleri) yanısıra firmaların pek çok alanda eğitime ihtiyaç olduğu görülmektedir. Sektör çalışanlarına bu ihtiyaç duyulan eğitimlerin **SÜSBİR Akademisi üzerinden verilmesi** uygun olacaktır. Bu bilgilerle donanmış kalifiye eleman bulmak şu an çok zor olduğu saha çalışmasından anlaşılmıştır. Bu bilgilerle donanmış ara elemanlara da uygun aylık ücretlerin ödenmesi de gerekmektedir.

Bir ara elemandan bütün bu konuları bilmesini beklemek doğru değil, yapılan iş bölümüne göre ara elemanların görev ve sorumluluklarına göre eğitilmeleri çok önemlidir.

35- Mühendislerin bilmesi istenen konular diğer konu başlıkları ile aynı olup ilaveten kalite standartları, iletişim ve iş etiği ve disiplini konuları dile getirilmiştir.

Anketi dolduran firmaların her düzeydeki elemanların yukarıdaki bahsi geçen konularda bilgili olmasını beklemekte olduğunu göstermektedir. Her bir konu ayrı uzmanlık alanı olduğundan, ayrı istihdam gerektirmektedir (yenilikçilik, pazarlama, insan kaynakları yönetimi vb.).

Tüm bu konular, **kurulması istenen SÜSBİR Akademi’de verilecek eğitimin konularını** oluşturacaktır.

36- İşe ara eleman ve işçi olarak alınan elemanların mesleki bilgilerinin zayıf olduğu görülmektedir. Mesleki Yeterlilik Kurumu tarafından 2017 yılında çıkarılan süs bitkisi yetiştiricisi meslek standardı, bu eksikliğin giderilmesinde önemli rol oynayacaktır. SÜSBİR’in bir an önce süs bitkisi yetiştiricisi sertifikası verebilmesi için alt yapı çalışmalarını tamamlaması gerekmektedir. Bu sertifika SÜSBİR Akademisi üzerinden verilebilir.

37- Teknik elemanların da bilgi düzeyinin zayıf olduğu görülmüştür. Üniversitelerin ilgili bölümlerinde verilen teknik eğitimin teorik düzeyde kalmayıp uygulama ağırlıklı olarak yapılması sektöre katkı sağlayacaktır. Bu konuda **SÜSBİR Akademisi olarak üniversitelerle görüşülerek eğitimlerin uygulamalı verilmesinin önemi** vurgulanacaktır.

38- Firmaların üretim girdilerini sadece Adana-Mersin'den, sadece Akdeniz bölgesinden ya da sadece yurt dışından karşılamadıkları görülmüş, kullanılan üretim girdisinin çeşidine göre girdinin alındığı yerler farklılık göstermektedir. Firmalar üretim girdilerinden torf, toprak, fide, kasa, gübre, saksı, viyol, sera naylonu, poşet, zirai ilaç, perlit, pomza, cüruf, alet, ekipman ve hırdavat malzemeleri, sulama malzemeleri ve mazot gibi malzemeleri Adana-Mersin bölgesinden sağlamaktadır.

Firmalar yukarıdaki bahsedilen ürünleri Adana-Mersin bölgesi dışından da temin etmektedir. %23,5 oranında firma torf, fide, saksı, sera malzemesi, cocopit, fidanı yurtdışından temin etmektedir.

Firmalar Adana-Mersin içerisinden aldıkları üretim girdi ve malzemelerin fiyatlarının, alınan malzemeye göre değişmekle birlikte genel olarak pahalı olduğunu belirtmişlerdir.

Adana-Mersin bölgesi dışından alanlar da genellikle malzemelerin pahalı olduğunu söylemişlerdi.

Yurt dışından alınan üretim girdilerinde de sonuç değişmemiş, alınan başlıca üretim girdilerinin fiyatlarının pahalı olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Fiyatların pahalılığından dolayı yüksek üretim maliyeti getirdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu duruma çözüm üretmek için **İhtislaşmış Ortak Tedarik Kooperatifinin kurulması** önem arz etmektedir.

Üretim girdilerinin temininde en çok tercih edilen tedarikçi firmaların bilgileri de anket sonucunda elde edilmiştir. Bu bilgi yapılmakta olan kümelenme çalışmaları sırasında kullanılacaktır.

39- Pazarlamanın büyük bir bölümünü sosyal medya –web, kişisel ilişkiler, kooperatif ve müşteri referansı kanalıyla yaptıkları görülmektedir. Sektörün genel olarak pazarlama konusunda zayıf olduğu görülmektedir. Bu sorunun da giderilebilmesi için **İhtislaşmış Satış ve Pazarlama Kooperatifinin** kurulması doğru bir strateji olacaktır.

Pazarlama kanalı olarak SÜSBİR Portalı kullanıp kullanmadıklarını sorduğumuz üyelerden portalı kullanmıyoruz diyen üreticiler, genellikle yeni haberdar olduklarını ve yakın zamanda kullanmaya başlayacaklarını söylemişlerdir.

40- Ürünlerin satışında haksız rekabet ve kaliteye yönelik fiyat politikası olmaması ve pazarlama eksikliği sonucu öne çıkmış olmakla birlikte çok sayıda zorluk dile getirilmiştir. Bu sorunların giderilebilmesi için **İhtislaşmış Satış ve Pazarlama Kooperatifinin** kurulması doğru bir strateji olacaktır.

42- Uygun yükleyici araç ve personel olmaması, nakliyatın pahalı olması ve araç sayısının yetersiz olması zorlukları öne çıkmıştır.

43- Genel olarak üretim maliyetlerinin pahalı olduğu gözlenmektedir.

SÜS BİTKİLERİ ÜRETİCİLERİ ALT BİRLİĞİ

ADANA-MERSİN BÖLGESİ KALKINMA / KÜMELENME PROJESİ ANKETİ

Bu anket süs bitkileri üreticileri ve sektör içinde faaliyet gösteren diğer firmalar için hazırlanan bir bilimsel çalışmadır ve bağlı bulunduğunuz sektörün kalkınma / kümelenme çalışmalarını hızlandıracaktır. Firmanız için aşağıdaki soruları lütfen cevaplayınız. Bu ankete katılmanız firmanız, sektörünüz ve Sektörel Kümelenme için büyük önem taşımaktadır. Sizin izniniz olmadan firmanızın adı hiçbir şekilde açıklanmayacaktır. Ayrıca bu ankete katılan tüm firmalara sektörün analiz sonuçları bir rapor halinde sunulacaktır. Anket sorularına yanıt verirken en uygun kutucuğun içini kurşun kalem ile karalayarak doldurunuz. Yazılması gereken kısımlara da lütfen düşünerek **en doğru bilgiyi** yazınız. Sizlerden toplanan bu doğru bilgiler, sizlere ekonomik fayda olarak geri dönecektir.

MART 2018 SÜSBİR – Multi Consulting A.Ş. Page 2/22

Bu çalışma ile ulaşmaya hedeflediğimiz hususlar:

- 1- Sizlerin üretim maliyetlerinizi azaltmak
- 2- Satış maliyetlerinizi azaltmak
- 3- Pazarlama ve satışlarınızı iyileştirmek
- 4- Üretim planlaması ve ürünlerin kalitesinin artırılması
- 5- İhracat yapabileceğiniz ülkeleri tespit etmek ve ihracatınızı artırmak
- 6- Kalifiye eleman teminini kolaylaştırmak
- 7- Süs bitkileri sektörüne hizmet edecek SÜSBİR Akademisine ihtiyaç varsa projelendirilmesi
- 8- Sektörün ihtiyaç duyduğu ortak sergi yerlerinin ve Ar-Ge merkezlerinin kurulmasının projelendirilmesi

ANKET TARİHİ : // 2018

ANKETÖRLER :

FİRMA BİLGİLERİ:

Firma Ünvanı :

.....

Firma Sahibinin ismi :

Kuruluş Yılı:

Mobil Tel. No: Tel 1: Tel 2:.....

Faks : E-mail :@..... İnternet
adresi : www.....

İşyeri adresi :

Cadde:..... Sokak:

İlçe: SÜSBİR – Multi

Consulting A.Ş. Page 3/22

Bölüm 1: Kişi bilgileri

1.1 Lütfen cinsiyetinizi belirtiniz.

Erkek

Kadın

1.2 Lütfen çalışma sürenizi belirtiniz.

5 yıldan az

5-10 yıl arası

10-20 yıl arası

20 yıldan çok

1.3 Lütfen bu sektörde çalışma sürenizi belirtiniz.

5 yıldan az

5-10 yıl arası

10-20 yıl arası

20 yıldan çok

1.4 Aşağıdakilerden hangisi sizin sorumluluk alanınızı en iyi tarif etmektedir?

Bölgesel ya da ulusal tabii şirket

Merkez şirket

1.5 Lütfen şirketteki pozisyonunuzu açıklayınız.

CEO

İdari Müdür Ortak

Kurucu

Başka, lütfen belirtiniz -----

1.6 Lütfen yaşınızı belirtiniz: -----

1.7 Lütfen doğum yerinizi belirtiniz.-----

1.8 Lütfen Bulduğunuz Şehirdeki yaşama sürenizi belirtiniz: ----- (yıl olarak)

1.9 Lütfen eğitiminizi belirtiniz.

İlkokul

Ortaokul Lise

Üniversite

Başka, lütfen belirtiniz -----

1.10 Lütfen derecesini aldığınız bilim dalını belirtiniz.

Ziraat Mühendisliği

Orman Mühendisliği

Peyzaj Mimarlığı

Ekonomi / İşletme

Başka, lütfen belirtiniz ----- SÜSBİR – Multi Consulting A.Ş. Page 4/22

Bölüm 2: Firma Bilgisi

2.1 Lütfen firmanızın yasal statüsünü belirtiniz.

Özel Şahıs şirketi Özel Limitet Özel Anonim şirket Kamu Limitet

Başka, lütfen belirtiniz -----

2.2 Firmanızın Başka illerde faaliyeti varsa lütfen belirtiniz -----

Bölüm 3: Üretim Bilgisi

3.1 Firmanız SÜS BİTKİLERİ sektörünün hangi alt sektör veya sektörlerinde yer almaktadır? Birden fazla seçenek işaretlenebilir.

Dış mekan bitkileri

Ağaçlar :

Yapraklılar

İbreliler

Çalılar

Yer örtücüler

Sarılıcılar, Sarkıcılar

Mevsimlikler

İç mekan bitkileri

Kesme Çiçek

Çiçek soğanları

Diğer, lütfen belirtiniz-----

3.2 Lütfen firmanızın üretim yaptığı alanların büyüklüklerini yazınız ?

Kapalı Alan (m2): _____

Açık Alan (m2): _____

3.3 Lütfen üretim yaptığınız alanlarda uygulanan sulama yöntemlerini belirtiniz.

Kapalı Alan : _____

Açık Alan : _____ SÜSBİR – Multi Consulting

A.Ş. Page 5/22

3.4 Lütfen üretim yaptığınız alanlarda uygulanan ısıtma tekniğini ve kullanılan yakıt türünü belirtiniz.

Kapalı Alan : _____

3.5 Lütfen elektrik hizmeti aldığınız firma ismini, tarifenez ve ortalama faturanızı (aylık) belirtiniz.

Elektrik hizmeti veren firma : _____

Tarifeniz : _____

Aylık ortalama gider: _____

3.6 Lütfen firmanızın kullandığı arazinin mülkiyetini belirtiniz.

Kira

Kendi mülküm

Diğer

3.7 Lütfen firmanızın kullandığı arazi(ler) kiralık ise nereden kiralandığını yazınız.

1- _____

2- _____

3- _____

4- _____

5- _____

3.8 Lütfen firmanızın kiraladığı arazinin bedeli sizce nasıldır, belirtiniz.

Kira bedeli normal

Kira bedeli yüksek

Kira bedeli çok yüksek

3.9 Lütfen firmanızın kullandığı kiralık arazilerin kiralama sürelerini belirtiniz.

1- _____

2- _____

3- _____

4- _____

5- _____

3.10 Lütfen firmanızın üretim yaptığı diğer illeri ve alanlarını yazınız.

Kapalı Alan (m2): _____ Yer : _____

Açık Alan (m2): _____ Yer : _____

Kapalı Alan (m2): _____ Yer : _____

Açık Alan (m2): _____ Yer : _____

Kapalı Alan (m2): _____ Yer : _____

Açık Alan (m2): _____ Yer : _____

6/22 SÜSBİR – Multi Consulting A.Ş. Page

3.11 Lütfen firmanızın en çok ürettiği beş ürünü ve yıllık adetlerini yazınız.

ÜRÜN ADI ADET

- 1- -----
- 2- -----
- 3- -----
- 4- -----
- 5- -----

3.12 Lütfen firmanızın en çok sattığı beş ürünü ve yıllık adetlerini yazınız.

ÜRÜN ADI ADET

- 1- -----
- 2- -----
- 3- -----
- 4- -----
- 5- -----

3.13 Lütfen firmanızın satış yaptığı iç pazar alanlarını (diğer şirketler, belediyeler, vb.) yazınız.

- 1- -----
- 2- -----
- 3- -----
- 4- -----
- 5- -----

3.14 Size göre firmanızın ortaya çıkardığı yeni bir ürün ve üretim tekniği Adana-Mersin'de sektörünüze nasıl yansır?

- Etkisi olmaz
- Etkisi olur
- Çok etkisi olur

3.15 Size göre firmanızın ortaya çıkardığı yeni bir ürün ve üretim tekniği Türkiye Genelinde sektörünüze nasıl yansır?

- Etkisi olmaz
- Etkisi olur
- Çok etkisi olur

3.16 Firmanız üretim girdilerini hangi coğrafi bölgeden yüzde kaçını sağlamaktadır?

Yüzde(%)

- Adana-Mersin geneli _____ (tahminen)
- Türkiye içerisinde başka yer _____, lütfen belirtiniz _____ (tahminen)
- Yabancı ülke, _____ lütfen belirtiniz _____ (tahminen)

Bölüm 4: Firma Çalışanları

4.1 Lütfen firmanızda çalışan personelin sayısını belirtiniz.

- kişi Vasıfsız İşçi
 kişi Tekniker/Yüksek Okul kişi Teknik eleman(mühendis/Pey.Mim.) kişi İdari personel(Muhasebe, satış vb)
 kişi Diğer.....(Belirtiniz.)

4.2 Firmanızdaki elemanların yüzde kaçını aşağıdaki eğitim düzeyindedir?

Kişi Sayısı **Yüzde(%)**

- İlkokul -----
 Ortaokul -----
 Lise -----
 Ön Lisans -----
 Lisans -----
 Yüksek Lisans -----
 Doktora -----
 Başka -----

4.3 Lütfen firmanızdaki eleman sayısı için uygun aralığı seçiniz.

SABİT GEÇİCİ

- 1-5 1-5
 6-10 6-10
 11-15 11-15
 15-20 15-20 21-25 21-25 26-30 26-30
 31-35 31-35
 36-40 36-40
 41-45 41-45
 46-50 46-50
 50 den fazlası 50 den fazlası

4.4 Firmanızdaki yönetici ve mühendislerin diğer çalışanlara oranı için aşağıdakilerden hangisi doğrudur?

- % 10 dan az
 %10 ile % 20 arası
 % 30
 % 40
 % 50
 % 60 ve fazlası

4.5 Lütfen Kalifiye eleman temininde yaşadığınız beş zorluğu yazınız. SÜSBİR – Multi Consulting A.Ş.

Page 8/22

- 1- -----
- 2- -----
- 3- -----
- 4- -----
- 5- -----

4.6 Süs bitkileri sektörüne hizmet edecek SÜSBİR AKADEMİSİNİN kurulması gerekli mi?

- Çok gerekli
 Gerekli
 Gereksiz

Bölüm 5: Satış ve Anlaşmalar

5.1 Lütfen firmanızın **son 5 yılda** yurtdışındaki firmalarla yaptığı ithalat ve ihracat anlaşmalarının sayısını belirtiniz.

- Yok (Soru 5.9 a geçiniz)
 1 – 2
 3 – 5
 6 – 10
 11 – 15
 15 den fazlası

5.2 Lütfen firmanızın **son 5 yılda** yurtdışındaki firmalarla yaptığı ithalat ve ihracat anlaşmalarının TL cinsinden toplamını belirtiniz.

İthalat İhracat

- 100.000 TL den az 100.000 TL den az
 100.000 – 500.000 TL 100.000 – 500.000 TL
 500.000 – 1 milyon TL 500.000 – 1 milyon TL
 1 milyon – 2 milyon TL 1 milyon – 2 milyon TL
 2 milyon – 5 milyon TL 2 milyon – 5 milyon TL
 5 milyon – 7.5 milyon TL 5 milyon – 7.5 milyon TL
 7.5 milyon – 10 milyon TL 7.5 milyon – 10 milyon TL
 10 milyon – 20 milyon TL 10 milyon – 20 milyon TL
 20 milyon TL ve yukarısı 20 milyon TL ve yukarısı

5.3 Lütfen firmanızın **son beş yılda** yurtdışındaki hangi ülkelere **düzenli ihracat** yaptığını yazınız.

- 1- -----
- 2- -----
- 3- -----
- 4- -----
- 5- -----

9/22

SÜSBİR – Multi Consulting A.ř. Page

5.4 Lütfen firmanızın **son 5 yılda** ihraç ettiğiniz **bitkiler** nelerdir.

- 1-
- 2-
- 3-
- 4-
- 5-

5.5 Lütfen firmanızın **son beş yılda** yurtdışındaki hangi ülkelere **düzenli ithalat** yaptığınızı yazınız.

- 1-
- 2-
- 3-
- 4-
- 5-

5.6 Lütfen firmanızın **son 5 yılda** yurtdışından en fazla ithalat yaptığınız **bitkileri** yazınız.

- 1-
- 2-
- 3-
- 4-
- 5-

5.7 Lütfen firmanızın **2016 ve 2017 yılında** yurtdışındaki **hangi ülkelere ve neden ziyarette bulundu** belirtiniz.

ÜLKE NEDENİ

- 1-
- 2-
- 3-
- 4-
- 5-

5.8 Lütfen firmanızın 2017 net cirosu için uygun aralığı seçerek belirtiniz.

- 100.000 TL den az
- 100.000 – 500.000 TL
- 500.000 – 1 milyon TL
- 1 milyon – 2 milyon TL
- 2 milyon – 5 milyon TL
- 5 milyon – 7.5 milyon TL
- 7.5 milyon – 10 milyon TL
- 10 milyon – 20 milyon TL
- 20 milyon TL ve yukarısı

5.9 Lütfen firmanızın kuruluşunun **ilk iki** yıldaki karlılığını belirtiniz.

- zarar
- ne zarar, ne kar

kar SÜSBİR – Multi Consulting A.Ş. Page 10/22

5.10 Lütfen firmanızın 2016 ve 2017 yılı için karlılığını belirtiniz.

2016 2017

zarar zarar

ne zarar, ne kar ne zarar, ne kar

kar kar

5.11 Lütfen firmanızın **son 5 yılda** yurtdışındaki **süs bitkileri ile ilgili kurum ve kuruluşlarla (birlikler, kooperatifler vb)** anlaşma yaptınız mı?

EVET (KURUM ADI)

HAYIR

5.12 **Son on yılda** firmanıza olan **yurtiçi** talep nasıl seyretti.

Azaldı

Aynı Kaldı

Arttı

5.13 **Son on yılda** firmanıza olan **yurtdışı** talep nasıl seyretti.

Yok

Azaldı

Aynı Kaldı

Arttı

5.14 Firmanızın yurt dışında Ekonomi Bakanlığı Devlet desteklerinden yararlanarak şubesini açmak ister misiniz?

Evet Hayır

Cevap EVET ise Hangi ülke(ler)de ? _____

5.15 Ekonomi Bakanlığı Devlet desteklerinden yararlanarak yurt dışı iş(heyet) gezilerine katılmak ister misiniz?

Evet Hayır

Cevap EVET ise Hangi ülkelere ? _____

5.16 Ekonomi Bakanlığı Devlet desteklerinden yararlanarak yurt dışında süs bitkileri sektöründe Türk Ticaret Merkezinin kurulması çalışmasında yer almak ister misiniz?

Evet Hayır

Cevap EVET ise Hangi ülkede(lerde) olmasını tercih edersiniz? _____

SÜSBİR – Multi Consulting A.Ş. Page 11/22

Bölüm 6: ORTAKLIK – İŞBİRLİĞİ

6.1 Firmanızın ortaklık anlaşmaları var mı?

Biz ortaklıkları, karşılıklı yarar sağlamak için firmalar arası yapılan lisanslama, ortak bir firma kurma gibi resmi kontratlar olarak tanımlıyoruz.

Evet

Hayır (soru 6.8 e geçiniz)

6.2 Firmanızın ortaklık anlaşmaları hangi kuruluşlar ile oldu?

Firmalar Evet Hayır

Üniversiteler Evet Hayır

Araştırma kuruluşları ile Evet Hayır

Kamu kuruluşları Evet Hayır

Diğer _____ Evet Hayır

6.3 Ortaklık anlaşmalarınızın yaklaşık sayısı nedir?

Firmalar _____

Üniversiteler _____

Araştırma kuruluşları ile _____

Kamu kuruluşları _____

Diğer _____

6.4 Firmanız aşağıdaki kurumlar ile ne tür ortaklıklara girmiştir?

Teknoloji Ort. Üretim Ort. Pazarlama Ort. Ar-Ge Ort. Diğer, belirtiniz -----

a) Firmalar _____

b) Üniversiteler _____

c) Araştırma kuruluşları _____

d) Kamu kuruluşları _____

e) Diğer, belirtiniz----- _____

Toplam _____

6.5 Lütfen ortaklıklarınız için aşağıdaki uygun olan bütün faktörleri önem derecesine göre değerlendiriniz .

Önemsiz Orta Önemli

a) Daha önce yapılan ortaklıklar _____

b) Adana-Mersin'de aynı coğrafi alanda bulunmak _____

c) CEO veya firma sahibi tarafından aynı aileden gelmek _____

d) CEO veya firma sahibi ile SÜSBİR – Multi Consulting A.Ş. Page 12/22

dost olmak _____

e) CEO veya firma sahibi ile

ortak dostlara sahip olmak _____

f) Fuarlar veya konferanslar _____

g) Profesyonel kurumlar aracılığı ile
kontaklar _____

h) Yerel kuruluşlar ile kontaklar

(KOSGEB, KALKINMA AJASI _____

Üniversite, vb.)

İ) Yerel danışmanlık büroları ile _____
kontaklar

6.6 Firmanızın işbirliği dayanışma içerisinde olduğu kuruluşlar var mı?

Kişiler, firmalar, bankalar, resmi kurumlar...

Evet

Hayır (lütfen 6.15 e geçiniz)

6.7 Lütfen Firmanızın işbirliği dayanışma içerisinde olduğu kişi ve kuruluşları belirtiniz.

Firmamız:

- Diğer şirketlerin çalışanları ile
- Üniversite ve Ar-Ge kuruluşlarının çalışanları ile
- Özel yatırımcılar ile fikir alış veriş şeklinde
- Diğer firmalar ile fikir alış veriş şeklinde
- Üniversite ve Ar-Ge kuruluşları ile fikir alış veriş şeklinde
- Üniversiteler ve Ar-Ge kuruluşları ile teknik bilgi alış veriş
- Diğer firmalar ile teknik bilgi alış veriş
- Diğer firmalar ile teknik teçhizat alış veriş
- Üniversite ve Ar-Ge firmaları ile teçhizat alış veriş
- Diğer.....

6.8 Firmanızın aşağıdakilerle işbirliği ve dayanışması var mı?

a) diğer şirketlerin çalışanları ile Evet Hayır

b) diğer şirketlerin CEO/kurucuları ile Evet Hayır

c) Üniversite çalışanları ile Evet Hayır

d) Ar-Ge kuruluşlarının çalışanları ile Evet Hayır

e) özel yatırımcılar ile Evet Hayır

f) finansal kurumların kurucuları ve çalışanları ile Evet Hayır

g) Devlet personeli ile Evet Hayır SÜSBİR – Multi Consulting A.Ş. Page 13/22

6.9 Firmanızın aşağıdakilerle hangi yollardan kontak kurduğunu belirtiniz.
Arkadaş Aile Meslektaş Is kontakları Devlet Başka belirtiniz
Yoluyla Yoluyla Yoluyla Yoluyla Yoluyla

-
- a) diğer şirket çalışanları ile _____
- b) diğer şirket CEO/kurucuları ile _____
- c) üniversite çalışanları ile _____
- d) Ar-Ge kuruluşlarının çalışanları ile _____
- e) özel yatırımcılar ile _____
- f) finansal kurumların kurucuları ve _____
çalışanları ile
- g) Devlet personeli ile _____

6.10 Aşağıdaki kuruluş ya da kuruluşlar ile son 10 yıl içerisinde kurduğunuz bağlantı sayısını ve bağlantınızın türünü belirtiniz

Proje Program Alınan Destek

Meslek Yüksek Okulları _____

Üniversiteler _____

STK lar _____

Başka, _____ (belirtiniz) _____

6.11 Bölgenizde ürünlerinizin sergilenmesi ve satışı için ihtiyaç duyulan kendinize ait alanınız (Show-room) var mı?

Var

Yok

6.12 Bölgenizde ürünlerinizin sergilenmesi ve satışı için ihtiyaç duyulan ortak alan (Show-room) var mı?

Var

Yok

6.13 Bölgenizde ürünlerinizin sergilenmesi ve satışı için ortak alan (Show-room) kurulmasını ister misiniz?

Evet

Hayır SÜSBİR – Multi Consulting A.Ş. Page 14/22

Bölüm 7: ÜYELİKLER

7.1 Firmanızın üye/kayıt olduğu kurum ve kuruluşları lütfen belirtiniz.

- 1- SÜSBİR
 - 2- Gıda Tarım Hayvancılık İl-İlçe Md.
 - 3- Ziraat Odası
 - 4- Ticaret Odası
 - 5- Yerel Birlik
 - 6- Yerel Dernek
 - 7- Yerel Kooperatif
 - 8- Esnaf odaları
 - 9- Diğer Üyelik :-----
 - 10- Hiçbir kuruma üye değilim Neden ? _____
- 7.2 Firmanız işkur hizmetlerinden yararlanıyor mu lütfen belirtiniz.

7.3 Firmanızın tarım bakanlığı kayıt sistemlerine kayıtlı mıdır? Kayıtlı olduğunuz bütün seçenekleri seçiniz.

- ÇKS
- ÖKS
- Bitki Pasaportu
- Yok

Bölüm 8: TEDARİK ZİNCİRİ, SÜREÇLER VE REKABET

8.1 Firmanız aşağıdaki süreçlerin hangisi ya da hangilerini tamamlamaktadır?

- Arz-talep planlaması
- Üretim için gerekli kaynak tedarik edilmesi satın alımı / satımı
- Üretim :
- Taşıma, depolama ve nakliye
- Ürün alıp büyütüp satma
- Ürün alıp satma

8.2 Firmanız aşağıdaki süreçlerin hangisi ya da hangilerini **Adana-Mersin** içinde tamamlamaktadır?

- Arz-talep planlaması
- Üretim için gerekli kaynak tedarik edilmesi satın alımı / satımı
- Üretim:.....
- Taşıma, depolama ve nakliye
- Ürün alıp büyütüp satma
- Ürün alıp satma

8.3 Türkiye içerisinde sizin ürününüze benzer ürün üreten kaç firma var?

- 5 den az
- 5 ile 10 arası
- 10 ile 20 arası
- 20 ile 50 arası
- 50 ile 100 arası
- 100 ile 200 arası
- 200 den fazla

8.4 Adana-Mersin içerisinde sizin ürününüze benzer ürün üreten kaç firma var?

- 5 den az
- 5 ile 10 arası
- 10 ile 20 arası
- 20 ile 50 arası
- 50 ile 100 arası
- 100 ile 200 arası
- 200 den fazla

Bölüm 9: SERTİFİKALAR VE MARKA

9.1 Firmanızın sahip olduğu sertifika sayısını belirtiniz.

- Yok
- 1 ile 3 arası
- 3 ile 5 arası
- 5 ile 7 arası
- 7 ve daha çok

9.2 Firmanız aşağıdaki sertifikalardan hangisi ya da hangilerine sahiptir?

- İyi Tarım Uygulamaları
- ISO 14001(Çevre Yönetim Sistemi)
- ISO 9001 (Uluslararası kabul görmüş bir yönetim Sistemi)
- Başka, _____(belirtiniz)

9.3 Firmanızın içinde bulunduğu sektörde marka olabilme kolaylığı sizce nedir?

- Çok zor
- Zor
- Orta
- Kolay
- Çok Kolay

9.4 Firmanızın **son 10 yıl** içerisinde aldığı ürün kalite belgesi sayısı nedir? SÜSBİR – Multi Consulting

A.Ş. Page 16/22

- Yok
- 1 ile 5 arası
- 5 ile 10 arası
- 10 ve fazlası

Bölüm 10: DESTEKLER

10.1 **Son on yılda** firmanız tarafından alınan devlet desteği sayısını belirtiniz.

- Yok
- 1 ile 3 arası
- 3 ile 5 arası
- 5 ile 10 arası
- 10 ile 15 arası
- 15 ve fazlası

10.2 **Son on yılda** firmanız tarafından alınan toplam devlet desteğini belirtiniz.

- Yok
- 10 bin TL den az
- 10 bin ile 50 bin TL arası
- 50 bin ile 100 bin TL arası
- 100 bin ile 200 bin TL arası
- 200 bin ile 500 bin TL arası
- 500 bin TL den fazla

10.3 Firmanızın kullandığı destekleme araçları nelerdir belirtiniz. (Gübre Mazot Desteği, Kırsal kalkınma destekleri, yurtdışı Pazar araştırma desteği, iyi tarım uygulamaları desteği, faiz destekli kredi vb)

1. -----
2. -----
3. -----
4. -----
5. -----

10.4. Devlet tarafından sektöre verilen desteklerden haberdar mısınız?

- EVET
- HAYIR

Bölüm 11: ALINMASI GEREKEN İZİNLER

11.1 Firmanızın üretim ve satış için alması gereken izinlerin sayısını belirtiniz.

- 5 den az
 5 ile 10
 10 ile 15
 15 den fazla

Bölüm 12: FİNANSMAN VE KREDİ

12.1 Firmanızın finans ihtiyacı nasıl giderilmektedir lütfen yazınız.

- 1-
2-
3-
4-
5-

12.2 Firmanızın kredilere erişmesindeki zorluklar nelerdir?

- 1-
2-
3-
4-
5-

12.3 Ödediğiniz işçi / mühendis ücretleri rekabetçi olmanıza yardımcı/destek oluyor mu?

- Çok oluyor
 Oluyor
 Olmuyor
 Zarar veriyor

Bölüm 13: AR-GE VE BİLİM

13.1 Firmanızda Ar-Ge çalışmaları yapılıyor mu ? Evet Hayır

Cevap **EVET** ise AR-GE yapan elemanların sayısını ve yüzdesini belirtiniz.

- kişi % 2 den az
 kişi % 2 - %5
 kişi % 6 - % 10 kişi % 11 - % 15 kişi % 16 - % 20
 kişi % 20 den fazla

Cevap Hayır ise 13.3 geçiniz

13.2 Firmanızın toplam personel başına Ar-Ge harcamaları ne kadardır?

- yok SÜSBİR – Multi Consulting A.Ş. Page 18/22

- 10 bin TL den az
- 10 bin ile 50 bin TL arası
- 50 bin TL den fazla

13.3 Lütfen AR-GE çalışmalarının yapılmasını istediğiniz konular hakkında bilgi veriniz.

- 1-
- 2-
- 3-
- 4-
- 5-

13.4 Firmanızın elemanlarının **son 5 yıl** içerisinde katıldığı bilimsel kongre sayısı nedir?

- Yok
- 1 ile 5 arası
- 5 ile 7 arası
- 7 ile 10 arası
- 10 ila 20 arası

Bölüm 14: MAKİNE VE EKİPMANLAR

14.1 Firmanızda bulunan makine ekipmanları lütfen yazınız.

- 1-
- 2-
- 3-
- 4-
- 5-

14.2 Firmanızın ihtiyaç duyduğu makine ekipmanları lütfen yazınız.

- 1-
- 2-
- 3-
- 4-
- 5-

14.3 Firmanızın sahip olduğu otomasyon sistemlerini lütfen yazınız.

- 1-
- 2-
- 3-
- 4-
- 5-

19/22

SÜSBİR – Multi Consulting A.Ş. Page

14.4 Firmanızın sahip olduğu araçların tipini ve sayısını yazınız.(Binek araç,kamyonet,vs.)

- 1-
- 2-
- 3-
- 4-
- 5-

Bölüm 15. SEKTÖR İÇİN FIRSATLAR-TEHDİTLER-ZAYIF YANLAR-GÜÇLÜ YANLAR

15.1 Lütfen Sektörünüz için **fırsat** gördüğünüz en önemli **beş** konuyu yazınız.

- 1-
- 2-
- 3-
- 4-
- 5-

15.2 Lütfen Sektörünüz için **tehdit** gördüğünüz en önemli **beş** konuyu yazınız.

- 1-
- 2-
- 3-
- 4-
- 5-

15.3 Lütfen Sektörünüzün **zayıf** olduğu en önemli **beş** konuyu yazınız.

- 1-
- 2-
- 3-
- 4-
- 5-

15.4 Lütfen Sektörünüzün **güçlü** olduğu en önemli **beş** konuyu yazınız.

- 1-
- 2-
- 3-
- 4-
- 5-

SÜSBİR – Multi Consulting A.Ş. Page

20/22

Bölüm 16. SEKTÖR İÇİN EĞİTİM

16.1 Firmanızda çalışan her düzey elemanın **almasını arzu ettiğiniz eğitimleri** yazınız.

- 1-
- 2-
- 3-
- 4-
- 5-
- 6-
- 7-
- 8-

16.2 Firmanıza **işe yeni aldığınız** ara elemanın bilmesini istediğiniz konuları yazınız.

- 1-
- 2-
- 3-
- 4-
- 5-
- 6-
- 7-
- 8-

16.3 Firmanıza **işe yeni aldığınız** mühendis elemanın bilmesini istediğiniz konuları yazınız.

- 1-
- 2-
- 3-
- 4-
- 5-
- 6-
- 7-

16.4 İşe yeni aldığınız ara eleman ve işçinin mesleki bilgi düzeyi nasıl ?

Çok zayıf

Zayıf

Orta

İyi

Çok iyi

16.5 İşe yeni aldığınız teknik eleman mesleki bilgi düzeyi nasıl ?

Çok zayıf

Zayıf SÜSBİR – Multi Consulting A.Ş. Page 21/22

- Orta
 İyi
 Çok iyi

Bölüm 17. ÜRETİM/TEDARİK VE SATIŞ SÜREÇLERİ

17.1 Lütfen İş yerinize Adana-Mersin bölgesinden aldığınız üretim için gerekli malzemeleri yazınız. Fiyatları sizce nasıl?

- 1- ----- Ucuz Orta Pahalı
2- ----- Ucuz Orta Pahalı
3- ----- Ucuz Orta Pahalı
4- ----- Ucuz Orta Pahalı
5- ----- Ucuz Orta Pahalı
6- ----- Ucuz Orta Pahalı
7- ----- Ucuz Orta Pahalı

17.2 Lütfen İş yerinize Adana-Mersin bölgesi dışından aldığınız üretim için gerekli malzemeleri yazınız. Fiyatları sizce nasıl?

- 1- ----- Ucuz Orta Pahalı
2- ----- Ucuz Orta Pahalı
3- ----- Ucuz Orta Pahalı
4- ----- Ucuz Orta Pahalı
5- ----- Ucuz Orta Pahalı
6- ----- Ucuz Orta Pahalı
7- ----- Ucuz Orta Pahalı

17.3 Lütfen İş yerinize Yurtdışından aldığınız üretim için **gerekli malzemeleri** yazınız. Fiyatları sizce nasıl?

- 1- ----- Ucuz Orta Pahalı
2- ----- Ucuz Orta Pahalı
3- ----- Ucuz Orta Pahalı
4- ----- Ucuz Orta Pahalı
5- ----- Ucuz Orta Pahalı
6- ----- Ucuz Orta Pahalı
7- ----- Ucuz Orta Pahalı SÜSBİR – Multi Consulting A.Ş.

17.4 İş yerinize üretim için aldığınız malzemeleri hangi firmalardan temin ediyorsunuz?

- 1-
- 2-
- 3-
- 4-
- 5-
- 6-
- 7-

17.5 İş yerinizde ürettiğiniz ürünlerin pazarlamasını hangi kanallarla yapıyorsunuz?

- 1-
- 2-
- 3-
- 4-
- 5-

17.6 Pazarlama kanalı olarak SÜSBİR Portal'ı kullanıyor musunuz?

Evet Hayır

Cevap **Hayır** ise; Nedenini belirtiniz

17.7 Lütfen İş yerinizde ürettiğiniz ürünlerin satışında yaşadığınız zorlukları belirtiniz.

- 1-
- 2-
- 3-
- 4-
- 5-

17.8 Lütfen İş yerinizde ürettiğiniz ürünlerin nakledilmesinde yaşadığınız zorlukları belirtiniz.

- 1-
- 2-
- 3-
- 4-
- 5-

17.9 Lütfen genel olarak üretim maliyetiniz hakkında bilgi veriniz.

Uygun

Orta

Pahalı