



SÜS BİTKİLERİ ÜRETİCİLERİ ALT BİRLİĞİ

ANKARA BÖLGESİNDE **KÜMELENME PROJESİ** İÇİN YAPILAN SAHA
ÇALIŞMASI SONUÇLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

VE

KÜMELENME YOL HARİTASI

Haziran 2019

ÖNSÖZ

Bu rapor, süs bitkileri sektörünün kümelenmesi çalışması kapsamında Ankara 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.

17 Ağustos 2018 tarihinde Ankara'deki firmalarla Meyra Palace Hotel'de kapsamlı bir bilgilendirme toplantısı yapılmıştır. Bölgede yapılacak çalışmalar hakkında ve 'Kümelenme' konusunda firmalarımıza bilgi verildi ve görüşleri alındı.

Ankara bölgesinde ayrıca saha çalışmaları yapılmıştır. Süs Bitkileri üretimi ve uygulaması yapan 23 firma ile tek tek Mart 2019'da kapsamlı bir anket çalışması yapıldı.

Bu çalışmaya katılan firmaların sayısı Ankara'deki SÜSBİR üyelerinin yaklaşık %30'una 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 '**Ankara Bölgesi Kümelenme Yol Haritası**' oluşturulmuştur.

Ankara 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 Ankara 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 Ankara 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.....	11
BÖLÜM 2: ANKET FORMUNU DOLDURAN FİRMALARA AİT BİLGİLER.....	11
BÖLÜM 3: ANKET FORMUNU DOLDURAN FİRMALARA AİT ÜRETİM BİLGİLERİ.....	11
3.1 Ankara Bölgesinde Üretilen Ürünler	12
3.2 Ankara Bölgesinde Üretim Yapılan Kapalı Alanların Büyüklükleri.....	12
3.3 Ankara Bölgesinde Üretim Yapılan Açık Alanların Büyüklükleri.....	13
3.4 Sulama Sistemleri.....	14
3.5 Firmaların Kullandığı Yakıt Türleri	14
3.6 Kullanılan Elektrik Tarifeleri	15
3.7 Üretim Yapılan Arazilerin Mülkiyetleri	16
3.8 Arazilerin Kiralanma Süreleri.....	16
3.9 Üretim Yapılan Arazilerin Kira Bedelleri.....	17
3.10 Üretim Yapılan Diğer İller ve Alanları	17
3.11 Firmaların En Çok Ürettiği ve Sattığı Ürünler	18
3.11 Firmaların En Çok Sattığı Ürünler	20
3.12 İç Pazar Alanları.....	22
3.13 Firmanızın Ortaya Çıkardığı Yeni Bir Ürün ve Üretim Tekniği Sektörü Nasıl Etkiler	23
BÖLÜM 4: FİRMA ÇALIŞANLARI.....	24
4.1 Firmalarda Mühendis Durumu.....	24
4.2 Firmalarda Vasıfsız İşçi Durumu	25
4.3 Kalifiye Eleman Temininde Yaşanan Zorluklar	25
4.4 SÜSBİR Akademisi	26
BÖLÜM 5: SATIŞ VE ANLAŞMALAR.....	27
5.1 İthalat-İhracat.....	27
5.2 Yurtdışı Seyahatleri	29
5.2 Firmaların Karlılıkları	30
5.3 Son 5 Yılda Yurtdışındaki Kümelerle Anlaşmalar.....	31
5.4 Son 10 Yılda Firmalara Olan Yurtiçi Talep Nasıl Seyretti?	31
5.5 Son 10 Yılda Firmalara Olan Yurt Dışı Talep Nasıl Seyretti?.....	32
5.6 Ticaret Bakanlığı Destekleri.....	32

BÖLÜM 6: ORTALIK- İŞBİRLİĞİ.....	34
6.1 Ortaklık Anlaşmaları.....	34
6.2 İşbirliği.....	35
6.3 Son 10 Yılda Kurumlarla Olan İlişkiler.....	37
6.4 Ürünlerinizin Sergilendiği ‘Show-Room’ var mı?.....	37
6.5 Ürünlerinizin Sergilendiği Ortak ‘Show-Room’ var mı?.....	38
6.6 Ürünlerinizin Sergilenmesi İçin Ortak ‘Show-Room’ Kurulmasını ister misiniz?.....	38
BÖLÜM 7: ÜYELİKLER.....	39
7.1 İŞKUR Hizmetlerinden Faydalanma.....	39
7.2 Firmaların Tarım ve Orman Bakanlığı Kayıt Sistemlerine Kayıt Olma Durumları.....	40
BÖLÜM 8: TEDARİK ZİNCİRİ, SÜREÇLER VE REKABET.....	40
BÖLÜM 9: SERTİFİKALAR VE MARKA.....	41
9.1 Marka Olabilme Kolaylığı.....	41
9.2 Son 10 Yılda Alınan Kalite Belgelerinin Sayıları.....	42
BÖLÜM 10: ALINAN DEVLET DESTEKLERİ.....	43
BÖLÜM 11: ÜRETİM VE SATIŞ İÇİN ALINMASI GEREKEN İZİNLER.....	45
BÖLÜM 12: FİNANSMAN VE KREDİ.....	46
BÖLÜM 13: AR-GE VE BİLİM.....	47
13.1 Firmaların AR-GE Çalışması Yapılmasını İstedikleri Konular.....	48
13.2 Son 5 Yılda Bilimsel Kongreye Katılım.....	49
BÖLÜM 14: MAKİNE VE EKİPMANLAR.....	50
14.1 Sektörün İhtiyaç Duyduğu Makine ve Ekipmanlar.....	51
14.2 Firmaların Sahip Olduğu Otomasyon Sistemleri.....	51
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
17.4 Genel Olarak Üretim Maliyeti.....	63
BÖLÜM 18: ANKARA BÖLGESİ SÜS BİTKİLERİ ÜRETİCİLERİNİN KÜMELENME YOL HARİTASI.....	64
BÖLÜM 19: ANKARA BÖLGESİ KALKINMA / KÜMELENME PROJESİ ANKETİ.....	72

Şekiller

Şekil 1.1- Ankara bölgesi anketi dolduran kişilerin sektörde çalışma süresi	10
Şekil 1.2- Ankara bölgesi şirket yöneticilerinin eğitim durumu.....	11
Şekil 3.1- Ankara bölgesinde firmaların ürün deseni	12
Şekil 3.2- Ankara bölgesinde firmaların üretim yaptığı kapalı alan büyüklükleri	12
Şekil 3.3- Ankara bölgesinde firmaların üretim yaptığı açık alan büyüklükleri	13
Şekil 3.4- Açık alanlarda kullanılan sulama yöntemleri.....	14
Şekil 3.5- Kapalı alanda ısıtma sistemi	14
Şekil 3.6- Ankara bölgesinde kullanılan elektrik tarifeleri	15
Şekil 3.7- Ankara bölgesinde üretim yapılan arazilerin mülkiyet durumları	16
Şekil 3.8- Ankara bölgesinde üretim yapılan arazilerin kiralama süreleri	16
Şekil 3.9- Ankara bölgesinde üretim yapılan arazilerin kira bedeli durumu	17
Şekil 3.10- Üretim yapılan diğer iller 'Kapalı Alan'- Alanları (m2)	17
Şekil 3.11- Üretim yapılan diğer iller 'Açık Alan'- Alanları (m2)	18
Şekil 3.12- En çok üretilen ağaç türleri	18
Şekil 3.13- En çok üretilen çalı türleri.....	19
Şekil 3.14- En çok üretilen mevsimlik çiçek türleri.....	19
Şekil 3.15- En çok üretilen iç mekan türleri	20
Şekil 3.16- En çok satılan ağaç türleri	20
Şekil 3.17- En çok satılan çalı türleri	21
Şekil 3.18- En çok satılan mevsimlik çiçek türleri	21
Şekil 3.19- En çok satılan iç mekan türleri	22
Şekil 3.20- Satış yapılan iç pazar alanları	22
Şekil 3.21- Firmanızın ortaya çıkardığı yeni bir ürün ve üretim tekniği Ankara'da sektörü nasıl etkiler?.....	23
Şekil 4.1- Firmaların mühendis çalıştırma durumu	24
Şekil 4.2- Firmalarda çalışan vasıfsız işçi sayısı	25
Şekil 4.3- Kalifiye eleman temininde yaşanan zorluklar	25
Şekil 4.4- SÜSBİR akademisinin kurulması gerekli mi?.....	26
Şekil 5.1- Son 5 yılda yaptığınız ithalat ve ihracat anlaşmaları.....	27
Şekil 5.2- Son 5 yılda düzenli ihracat yapılan ülkeler.....	27
Şekil 5.3- Son 5 yılda düzenli ithalat yapılan ülkeler.....	28
Şekil 5.4- Son 5 yılda ihraç edilen bitkiler.....	28
Şekil 5.5- Son 5 yılda ithal edilen bitkiler.....	29

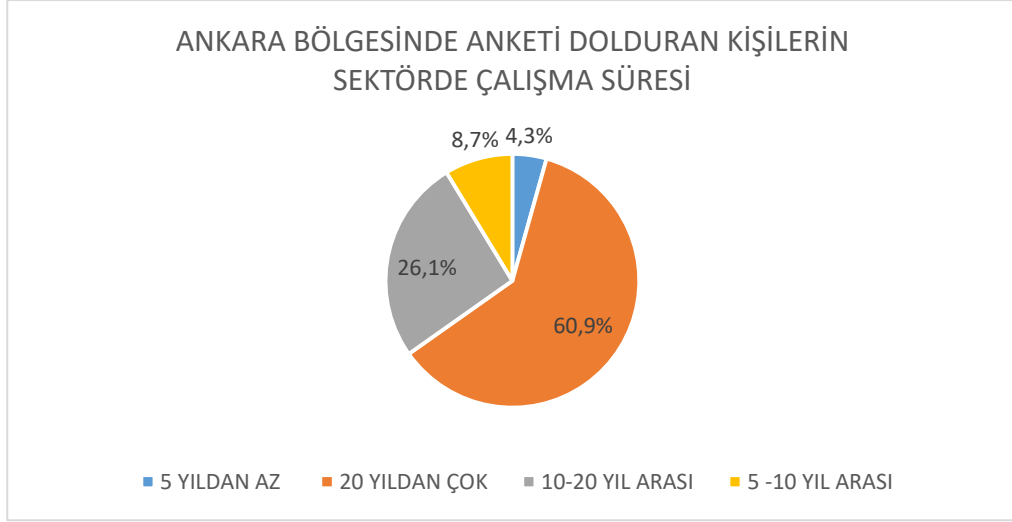
Şekil 5.6- 2017 ve 2018 yılında ziyaret edilen ülkeler.....	29
Şekil 5.7-Firmanızın ilk iki yıldaki karlılığı.....	30
Şekil 5.8-Son 5 yılda yurtdışındaki kümelerle anlaşma yapıldı mı?.....	31
Şekil 5.9-Son 10 yılda firmanıza olan yurtdışı talep nasıl seyretti?.....	31
Şekil 5.10-Son 10 yılda firmanıza olan yurtdışı talep nasıl seyretti?.....	32
Şekil 5.11- Ticaret Bakanlığı desteklerinden yararlanarak yurt dışına şube açmak ister misiniz?	32
Şekil 5.12- Ticaret Bakanlığı desteklerinden yararlanarak yurtdışında Türk ticaret merkezi kurulmasını ister misiniz?.....	33
Şekil 6.1- Firmanızın ortaklık anlaşmaları var mı?	34
Şekil 6.2- Firmanızın işbirliği içinde olduğu kuruluşlar var mı?.....	35
Şekil 6.3- Resmi olmayan işbirliklerinin yapısı	36
Şekil 6.4- Son 10 yılda kurumlarla olan ilişkiler	37
Şekil 6.5- Firmaların kendilerine ait show-room var mı?	37
Şekil 6.6- Firmaların ortak kullandığı show-room var mı?	38
Şekil 6.7- Ortak show-room kurulmasını ister misiniz?	38
Şekil 7.1- İşkur hizmetlerinden yararlanıyor musunuz?.....	39
Şekil 7.2- Kayıtlı olunan Tarım ve Orman Bakanlığı kayıt sistemleri	40
Şekil 9.1-Firmanızın Sahip Olduğu Sertifika Sayısı.....	41
Şekil 9.2- Marka olabilme kolaylığı	42
Şekil 9.3- Son 10 yılda alınan kalite belgelerinin sayısı	42
Şekil 10.1- Devlet desteklerinden haberdar mısınız?.....	43
Şekil 10.2- Son 10 yılda firmaların aldıkları devlet desteği sayısı	43
Şekil 10.3- Son 10 yılda alınan toplam devlet desteği	44
Şekil 10.4- Firmanızın kullandığı destekleme araçları nelerdir?.....	45
Şekil 11.1- Üretim ve satış için almanız gereken izinlerin sayısı.....	45
Şekil 12.1- Firmanızın kredilere erişmesindeki zorluklar	46
Şekil 12.2- Ödediğiniz işçi/mühendis ücretleri rekabetçi olmanıza yardımcı oluyor mu?.....	46
Şekil 13.1- Firmanızda Ar-Ge çalışmaları yapılıyor mu?	47
Şekil 13.2- Firmaların Ar-Ge çalışması yapılmasını istedikleri konular	48
Şekil 13.3- Çalışanların son 5 yıl içerisinde katıldığı bilimsel kongre sayısı	49
Şekil 14.1- Firmanızda bulunan makine ekipmanlar	50
Şekil 14.2- Firmaların ihtiyaç duyduğu makine ekipmanlar	51
Şekil 14.3- Firmaların sahip olduğu otomasyon sistemleri	51

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 %52,2'si firmaların kurucuları olduğu, %30,4'ü firma ortağı,%8,7'si teknik müdür, %4,3'ü idari müdür ve %4,3'ü CEO'dur. Anketi dolduranların % 91,3'ü erkek, %8,7'si kadındır.

Ankete katılan firma yöneticilerinin %69,6'sının toplam çalışma süresi 20 yıldan fazla, 10 ile 20 yıl arası çalışanların oranı %21,7 ve 5 ile 10 yıl arası %4,3'dür. Aşağıdaki grafikte anketi dolduran yöneticilerin sektördeki çalışma süreleri belirtilmiştir.



Şekil 1.1

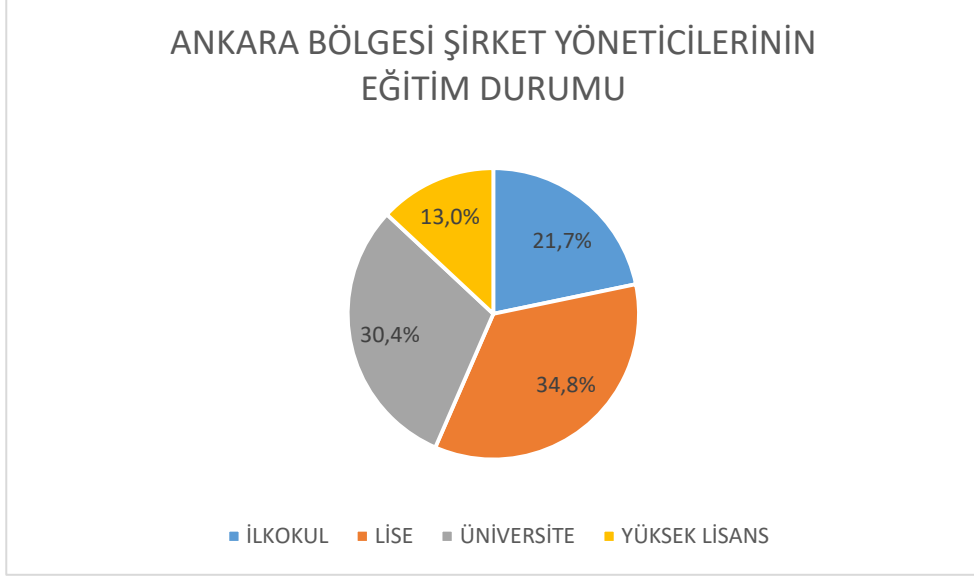
Sektördeki firma yöneticilerinin %21,7'si 51- 65 yaş arası, %47,8' i 41-50 yaş arası, %26,1'i 31-40 yaş arası, %4,3'ü 20-30 yaş arasındadır. Firma yöneticilerinin büyük çoğunluğunun 10 yıldan fazla süredir sektörde çalışıyor olması, tecrübeli kişilerin Ankara'da çoğunlukta olduğunu göstermektedir. Bu tecrübenin anket çalışmasına yansımış olmasından dolayı, sonuçların sektöre ışık tutacak nitelikte olduğunu söyleyebiliriz.

Sektörde faaliyet gösteren yöneticilerin % 72,7'si Ankara'da yaşayan ve firmalarını kuran kişilerdir. Bu oranın yüksekliği Ankara bölgesinde yaşayanların sektöre olan ilgisinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Yöneticilerden, Ankara bölgesinde 30 yıl ve üzeri yaşama süresi olanların oranı %70'in üzerindedir.

1.1 Firma Yöneticilerinin Eğitim Durumları

Yöneticilerin eğitim durumunu gösteren grafik aşağıda verilmiştir:



Şekil 1.2

Sektörde faaliyet gösteren yöneticilerin %43,4'ünün üniversite ve üzeri eğitim düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Bunların ayrıntılı dağılımı:

ANKARA BÖLGESİ ŞİRKET YÖNETİCİLERİNİN EĞİTİMİNİ ALDIĞI BİLİM DALI					
İNŞAAT MÜHENDİSLİĞİ	ZİRAAT MÜHENDİSLİĞİ	PEYZAJ MİMARLIĞI	ELEKTRİK ELEKTORNİK MÜHENDİSLİĞİ	MUHASEBE	EKONOMİ/İŞLETME
2	2	2	2	1	2
8,7%	8,7%	8,7%	8,7%	4,3%	8,7%

BÖLÜM 2: ANKET FORMUNU DOLDURAN FİRMALARA AİT BİLGİLER

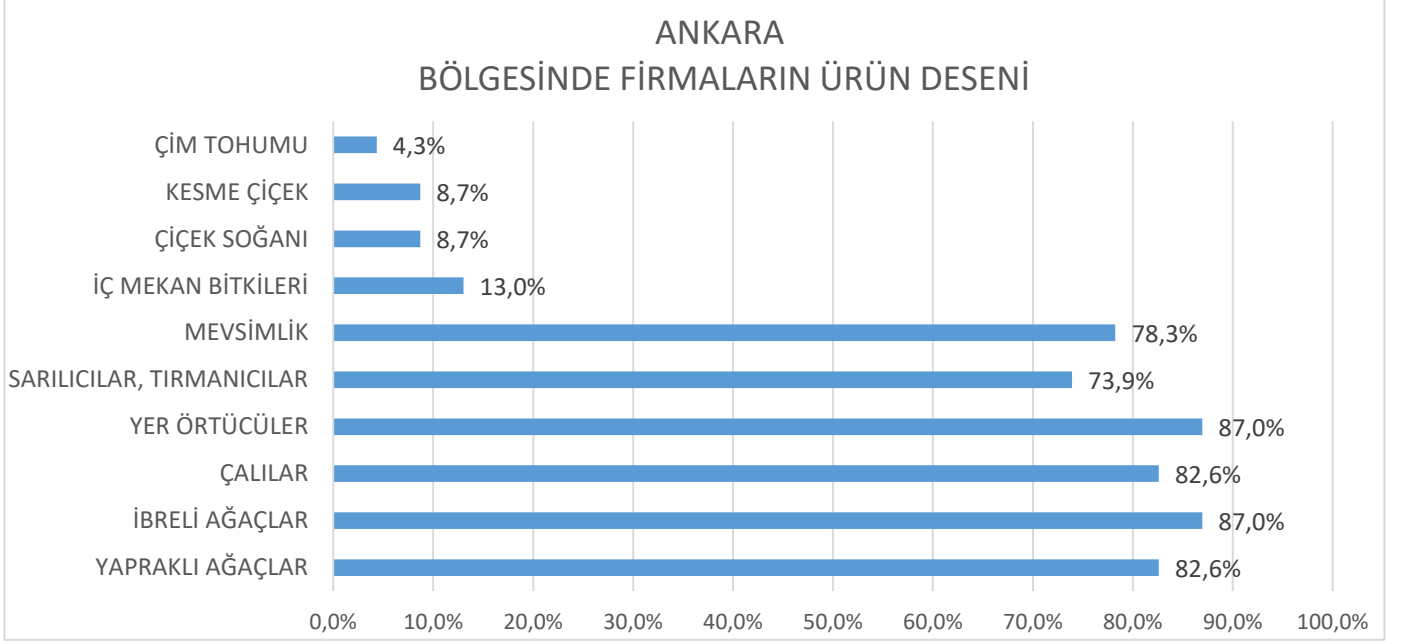
Ankara bölgesinde bulunan firmaların %47,8'i şahıs şirketi olup, % 43,5'inin yasal statüsü özel limitet şirket, %8,7'si özel anonim şirkettir.

BÖLÜM 3: ANKET FORMUNU DOLDURAN FİRMALARA AİT ÜRETİM BİLGİLERİ

Ankete katılan firmaların %38,1'i Ankara dışında da üretim alanları bulunmakta ve Ankara dışında Yalova, Sakarya, Antalya, İzmir bölgelerinde de üretim yapmaktadırlar.

3.1 Ankara Bölgesinde Üretilen Ürünler

Ankara bölgesinde üretilen ürünleri gösteren grafik aşağıda verilmiştir:

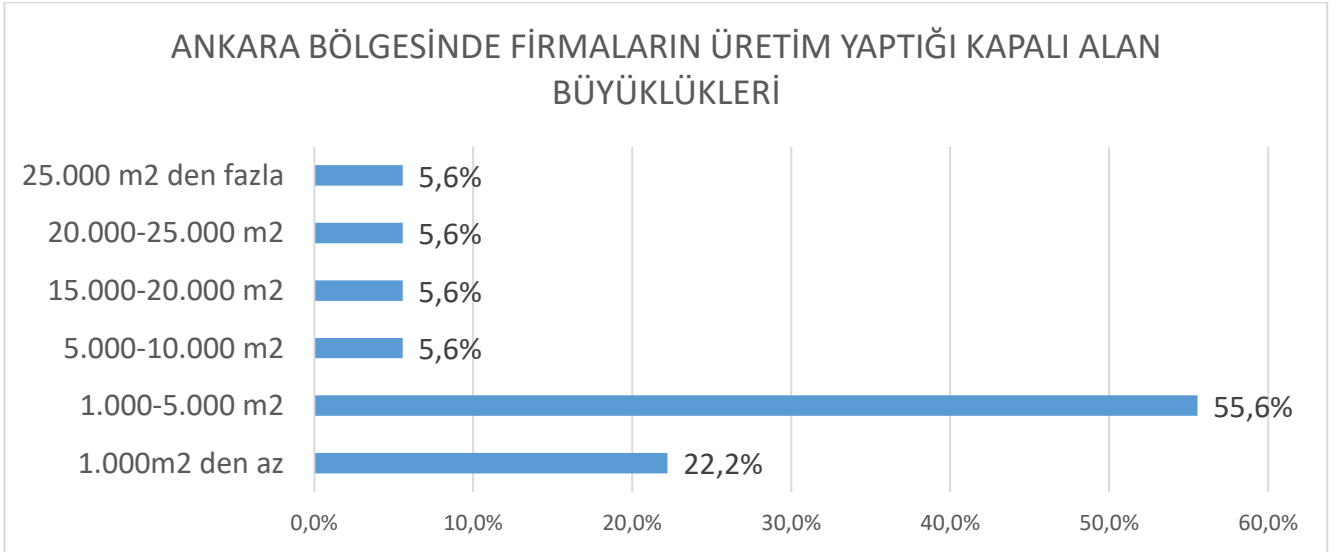


Şekil 3.1

Grafığe bakıldığında süs bitkileri sektöründe ağırlıklı olarak Ankara bölgesinde üretim özellikle ağaç grupları, çalı grupları, yer örtücüler, sarılıcılar ve tırmanıcılar, mevsimlik çiçekler, kesme çiçek, iç mekân bitkileri ve çiçek soğanlarında yapılmaktadır.

3.2 Ankara Bölgesinde Üretim Yapılan Kapalı Alanların Büyüklükleri

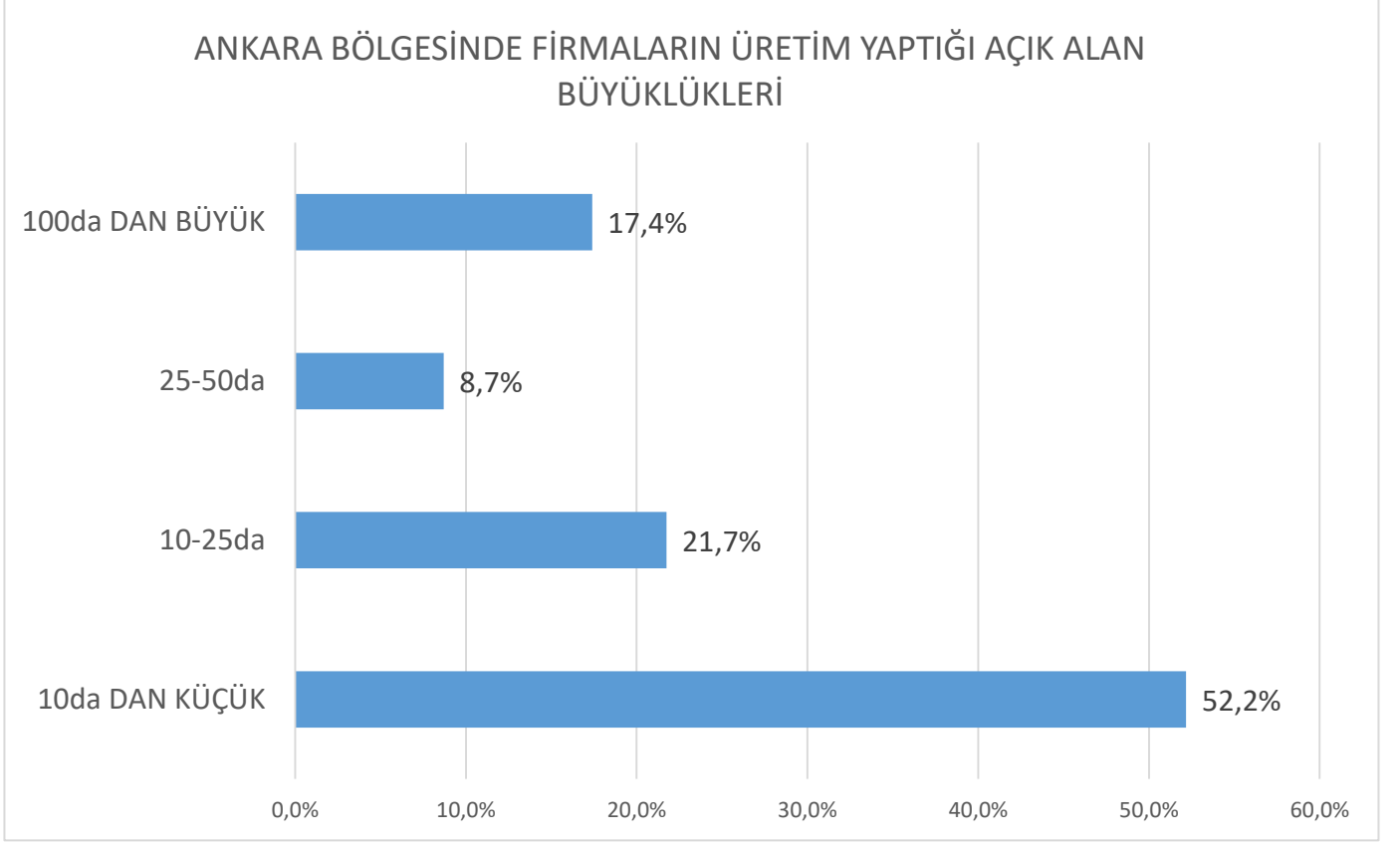
Ankara bölgesinde firmaların üretim yaptığı kapalı alan büyüklükleri:



Şekil 3.2

Ankara bölgesinde firmaların üretim yaptığı kapalı alanların %80'e yakını 10 da'ın altındadır.

3.3 Ankara Bölgesinde Üretim Yapılan Açık Alanların Büyüklükleri



Şekil 3.3

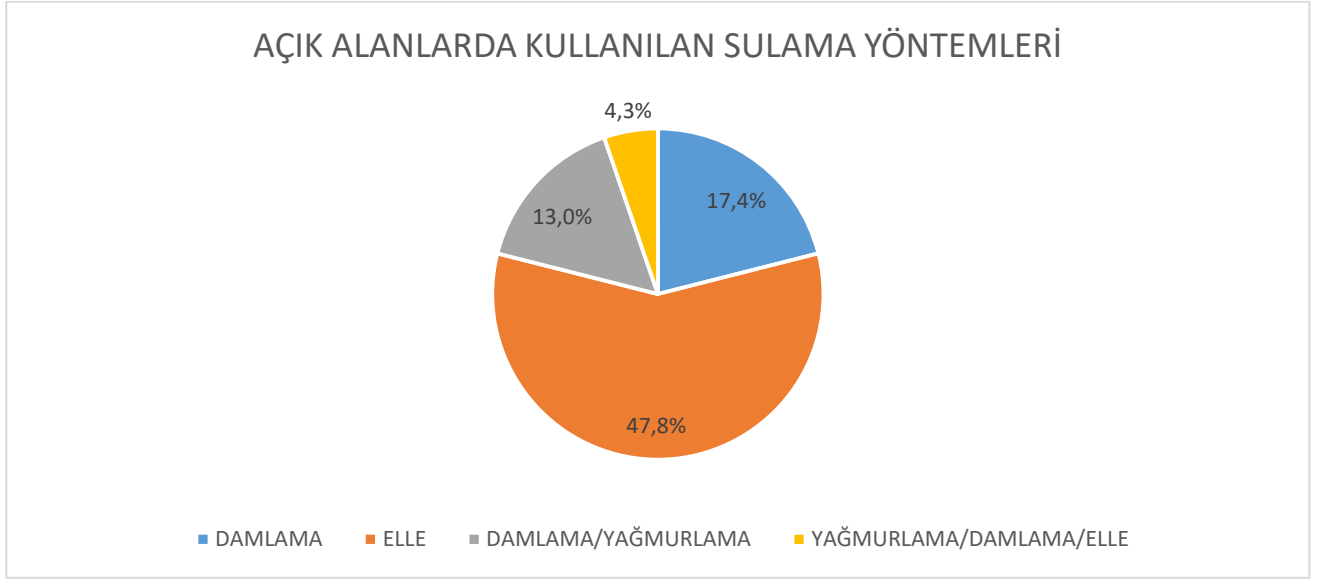
Ankara bölgesinde firmaların üretim yaptığı açık alanların %52,2'si 10 da'dan az, %21,7'si 10-25 da arası, %8,7'si 25-50 da arası, % 17,4'ü ise 100 da'dan büyüktür.

Grafiklerden görüldüğü üzere, üretim kapalı alanda ve açık alanda küçük arazilerde yapılmaktadır. Bunun sebebi Ankara'da üretimin alıp büyütüp satma şeklinde olmasına bağlı olarak sirkülasyonun hızlı olmasıdır.

Üreticilerin, yaklaşık %17,4'ü büyük üreticiler, %30'u orta ölçekli üreticiler ve yaklaşık %52,2'si küçük üreticiler olarak ayrıldığı görülmektedir.

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

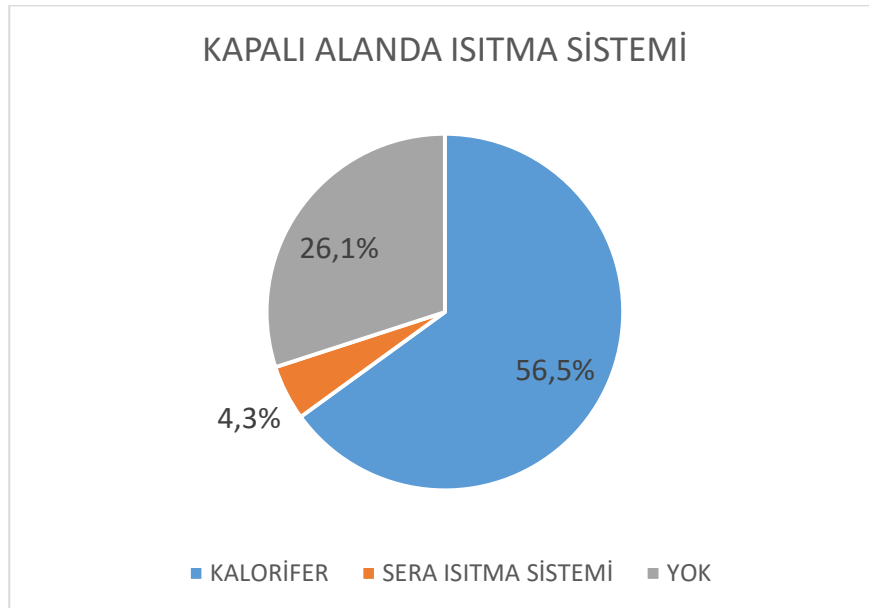
3.4 Sulama Sistemleri



Şekil 3.4

Ankara 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.

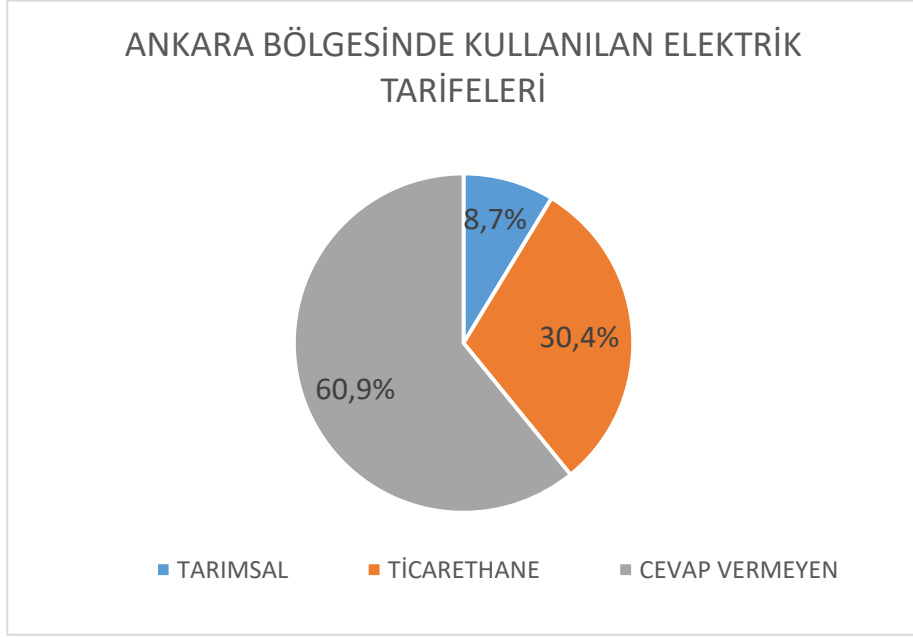
3.5 Firmaların Kullandığı Yakıt Türleri



Şekil 3.5

Kapalı alanda üretim yapan firmaların üretim sahalarında ısıtma sistemi olarak az sayıda sera ısıtma sistemi bulunmaktadır. Firmaların %26,1'i ısıtma sistemine ihtiyaç duymamaktadır.

3.6 Kullanılan Elektrik Tarifeleri



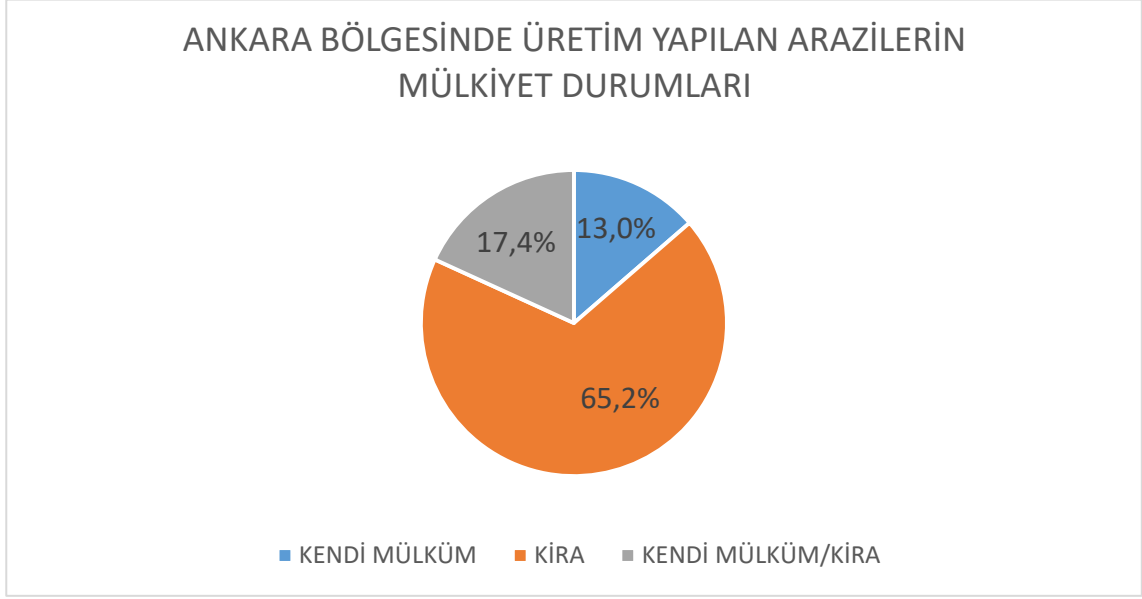
Şekil 3.6

Grafikte de görüldüğü üzere firmaların %8,7'si elektrik tarifesi olarak tarımsal tarife kullanmaktadır.

FİRMALARIN AYLIK ORTALAMA ELEKTRİK GİDERİ(TL)				
500TL DEN AZ	500-1000TL	1000-5000TL	5000-10000TL	10000TL DEN FAZLA
6	6	6	1	1
26,1%	26,1%	26,1%	4,3%	4,3%

Firmaların büyük çoğunluğunun elektrik tüketiminin çok yüksek olmadığı gözükmektedir.

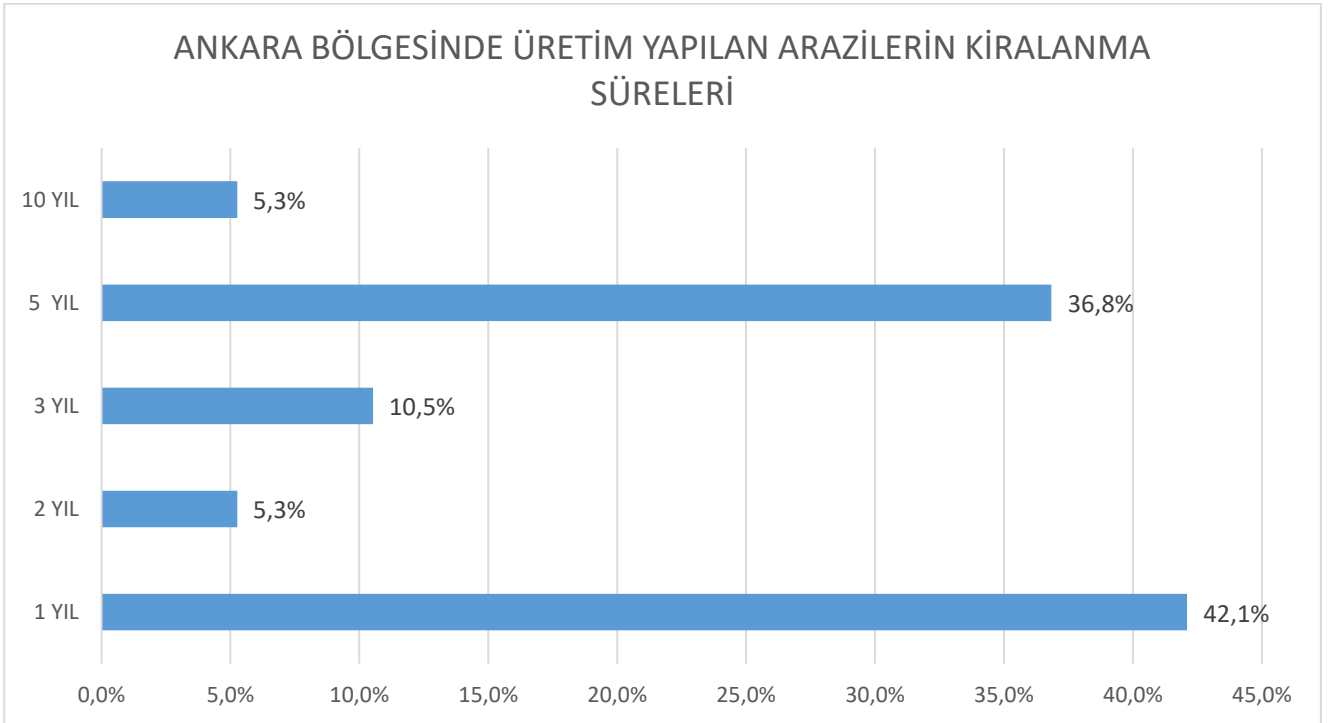
3.7 Üretim Yapılan Arazilerin Mülkiyetleri



Şekil 3.7

Grafikten de görüldüğü gibi Ankara bölgesindeki üreticilerin % 72,6'sı kiracıdır. Bunun yüksek oranda olması firmaların geleceğini tehdit eden bir unsurdur.

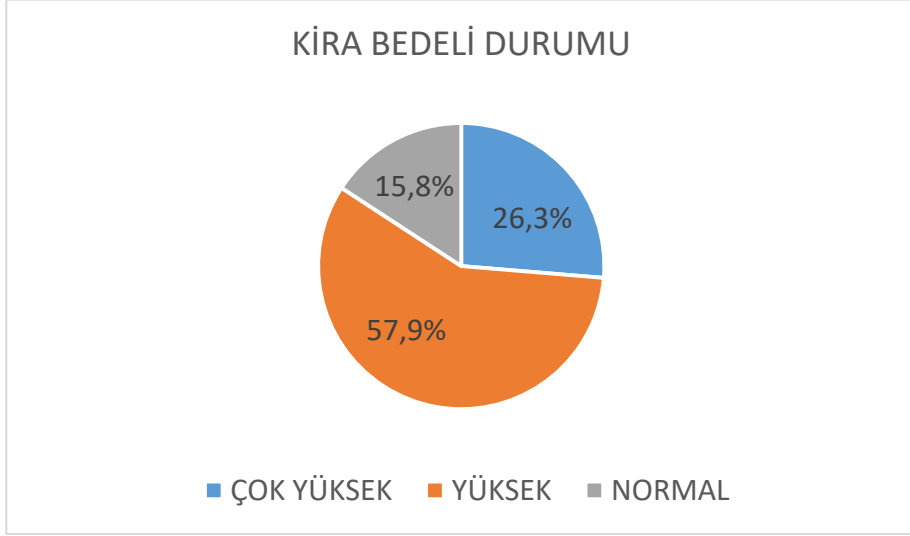
3.8 Arazilerin Kiralanma Süreleri



Şekil 3.8

Üretim yapılan arazilerde tespit ettiğimiz en önemli problemler; kiralanın büyük çoğunluğunun şahıstan kiralanmış olması ve %42,1'inin kiralanma sürelerinin 1 yıl olmasıdır. Bu durum kısa süreli kiralanın arazilerde üretim yapan firmalar için çok fazla risk oluşturmaktadır.

3.9 Üretim Yapılan Arazilerin Kira Bedelleri



Şekil 3.9

Firmaların %84'ü kiralanan arazilerin bedelinin yüksek ya da çok yüksek olduğunu belirtmişlerdir. Kiralama sürelerinin çok kısa ve kira bedelleri çok yüksek olan alanlarda üretim yapan firmalar için çok fazla risk söz konusudur.

3.10 Üretim Yapılan Diğer İller ve Alanları

ÜRETİM YAPILAN DİĞER İLLER KAPALI ALAN- ALANLARI(m2)



Şekil 3.10

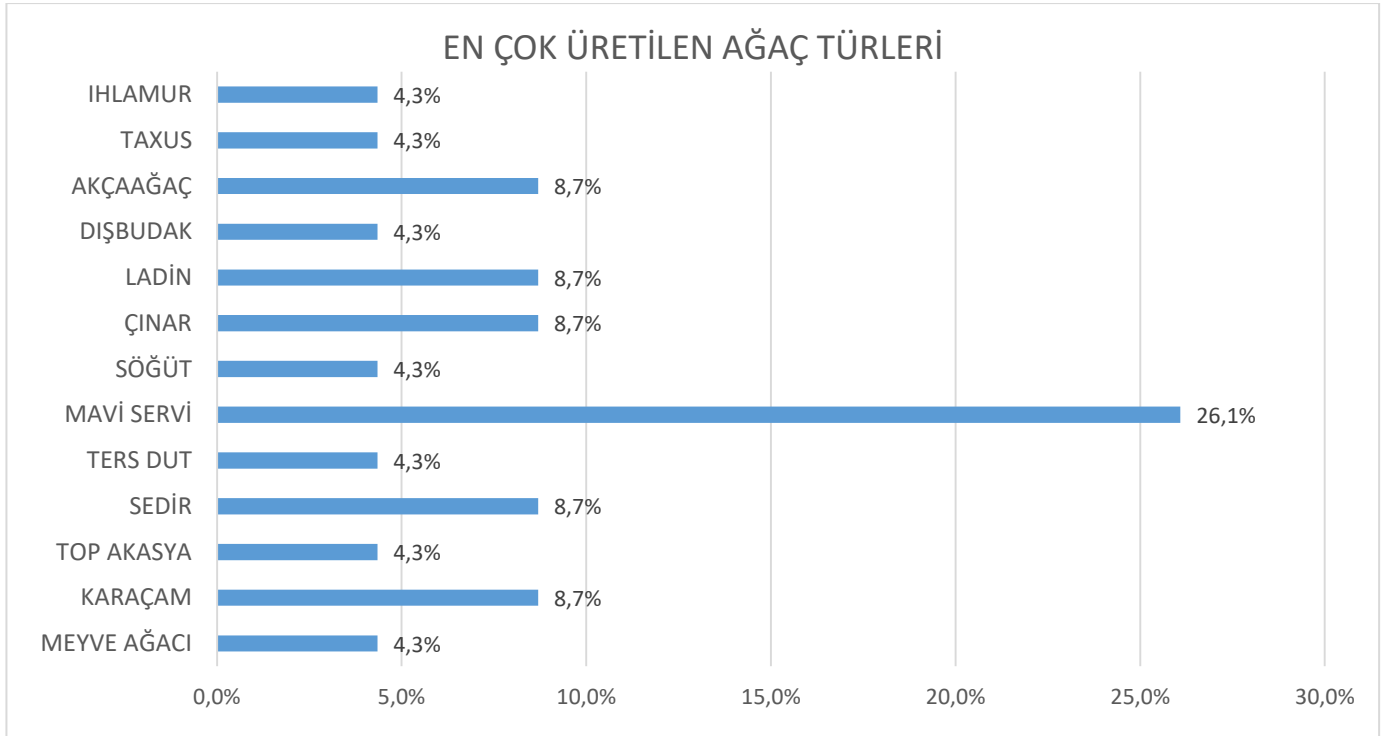
ÜRETİM YAPILAN DİĞER İLLER AÇIK ALAN- ALANLARI(m2)



Şekil 3.11

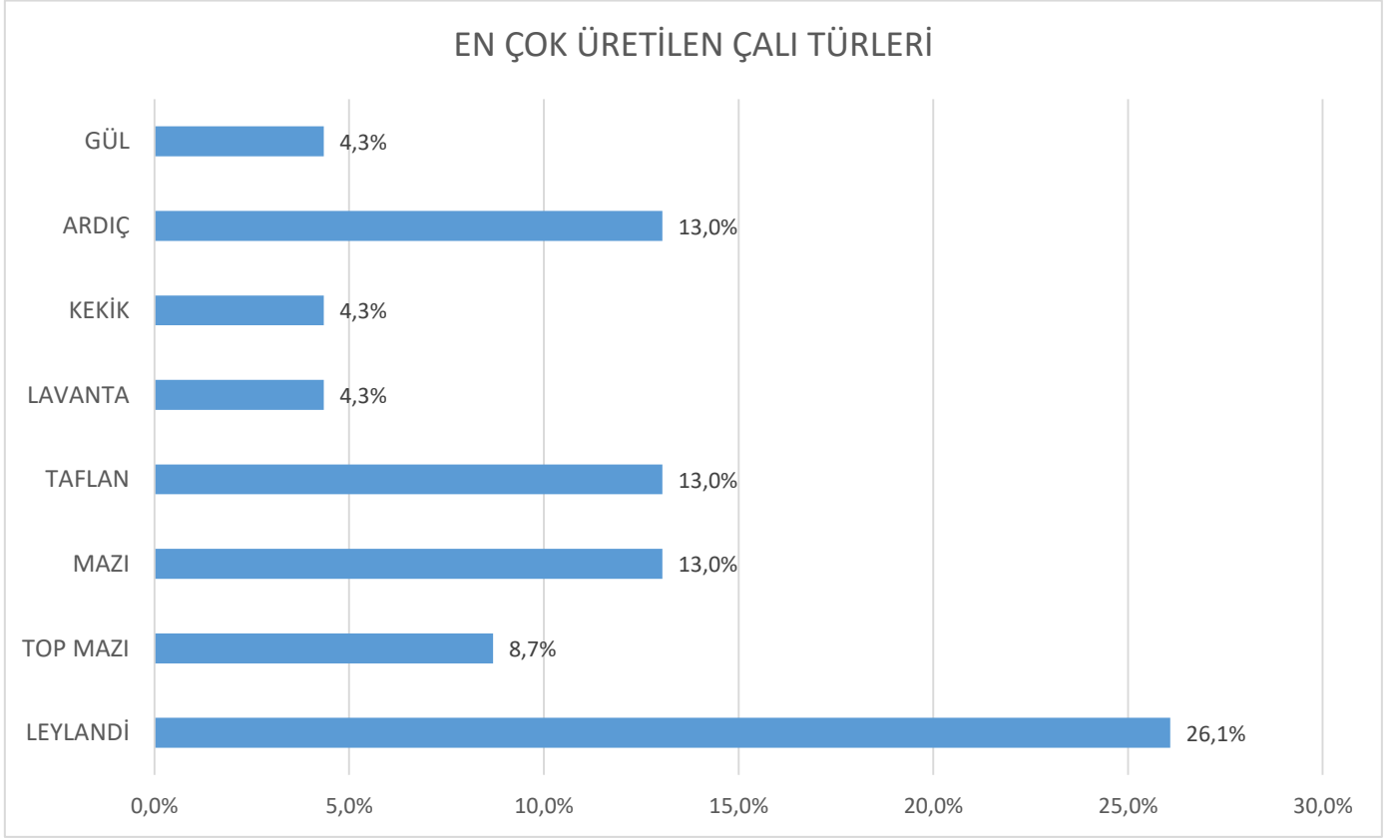
Ankara bölgesinde faaliyet gösteren firmaların üretim yaptığı iller ve toplam alanların büyüklükleri (m2 cinsinden) haritalarda gösterilmiştir. Ankara'da arazilerin kiralama sürelerinin kısa olması, kira bedellerinin yüksek olması ve daha da artma riskinin olması, arazi büyüklüklerinin yeterince büyük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

3.11 Firmaların En Çok Ürettiği ve Sattığı Ürünler



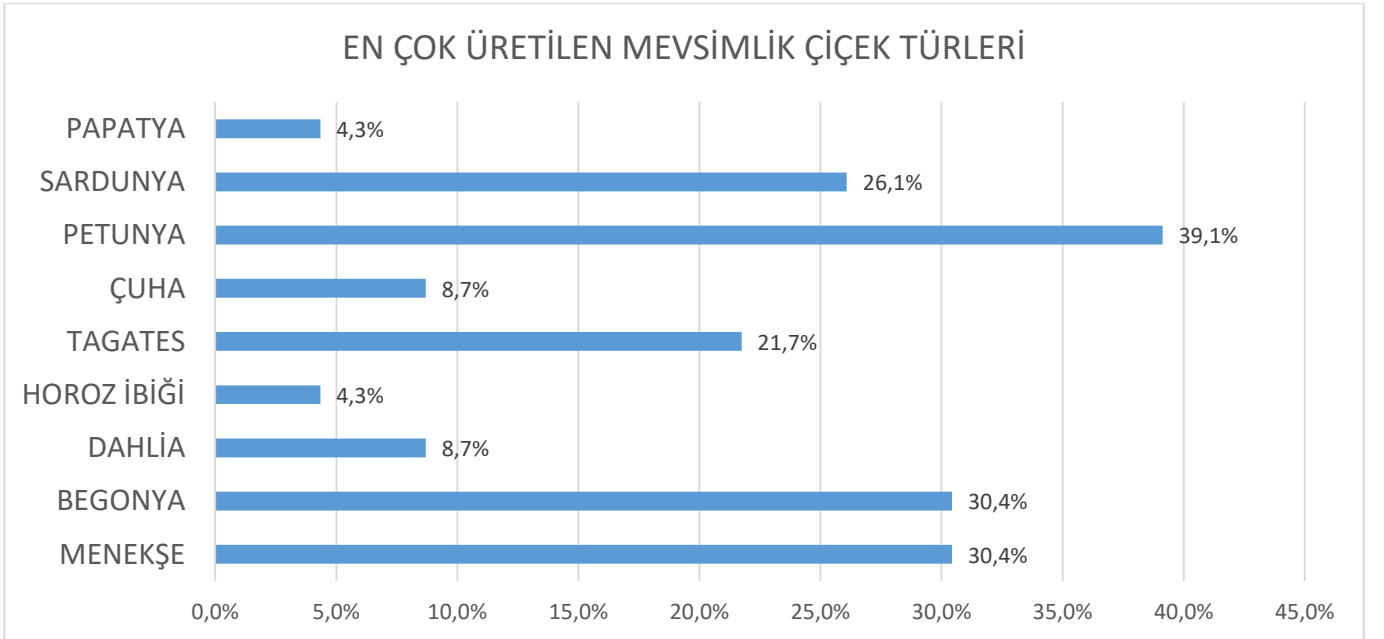
Şekil 3.12

Ankara'da ağaç ve ağaççık üreten firmaların büyük çoğunluğunun en çok Mavi Servi, Karaçam, Çınar, Sedir, Dişbudak ve Akçağaç ürettiği görülmektedir.



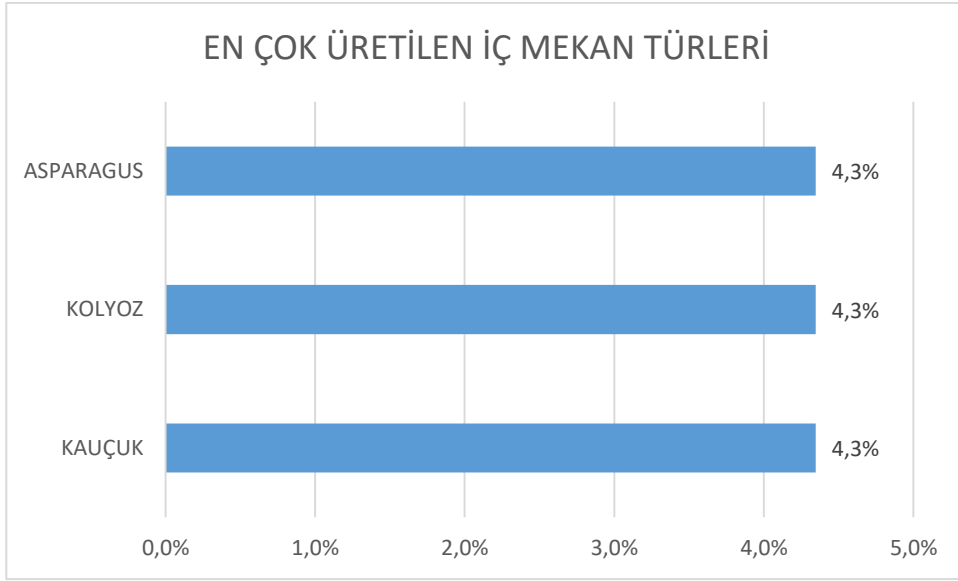
Şekil 3.13

Ankara'da çalı üreten firmaların büyük çoğunluğunun Leylandi, Taflan, Mazi ve Ardiç ürettiği görülmektedir.



Şekil 3.14

Ankara'da en çok üretilen mevsimlik çiçek türleri Petunya, Begonya, Menekşe, Sardunya gibi türlerdir.

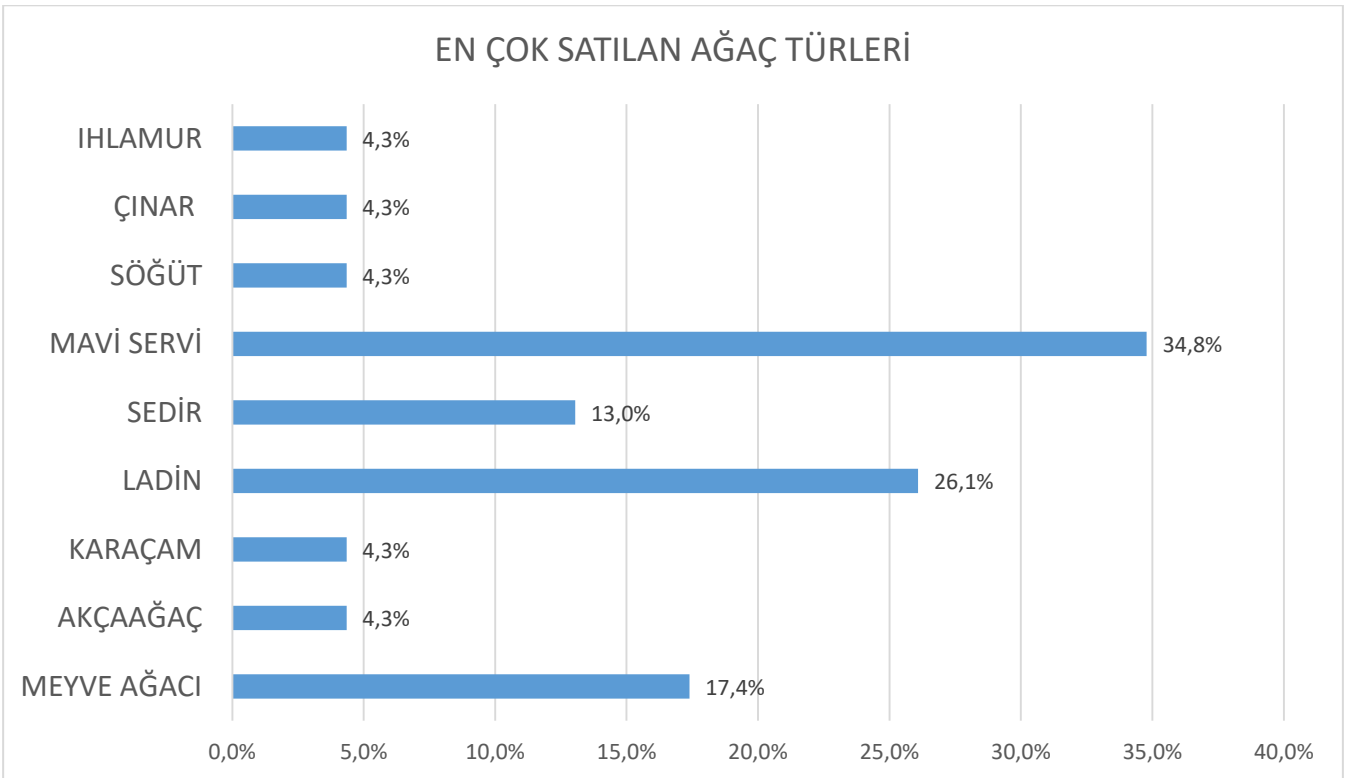


Şekil 3.15

En çok üretilen iç mekan türleri Kolyoz, Asparagus ve Kauçuktur.

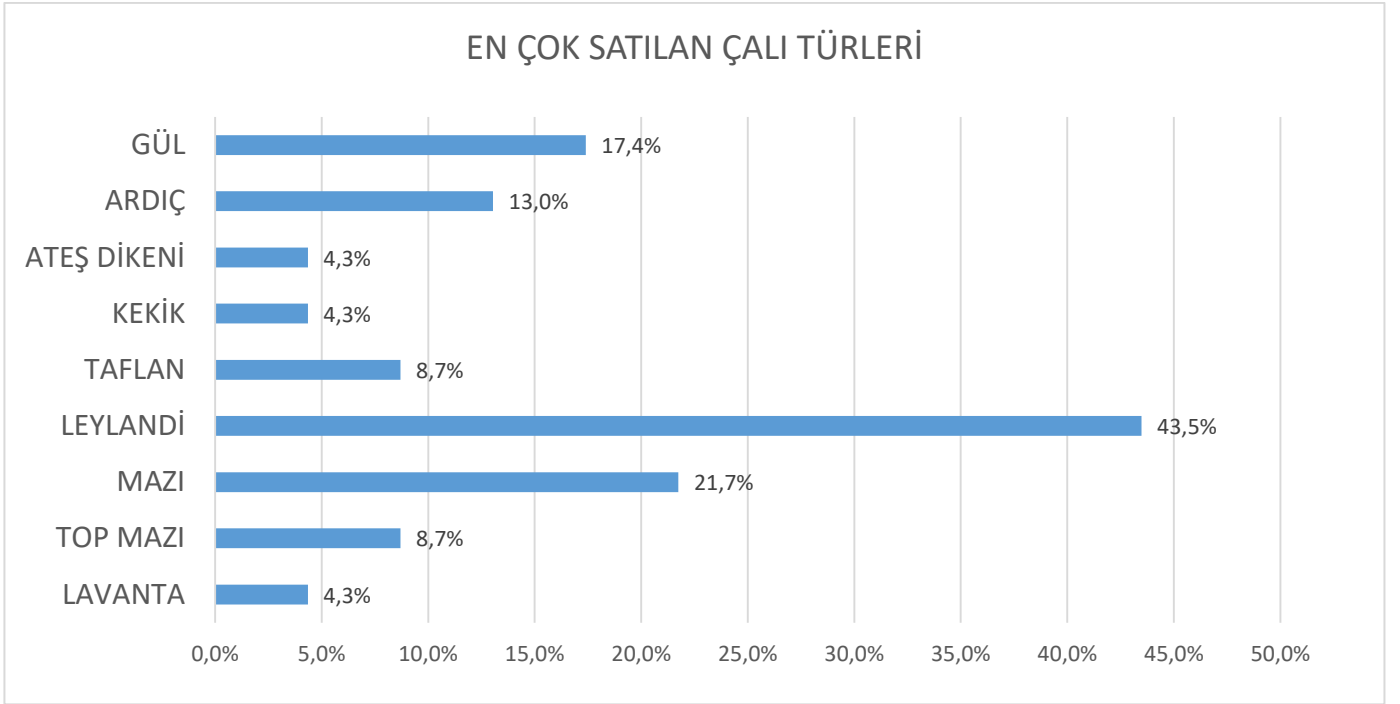
3.11 Firmaların En Çok Sattığı Ürünler

Firmaların en çok sattığı ilk beş ürünün içinde yer alan ürünlere ait veriler aşağıdadır:



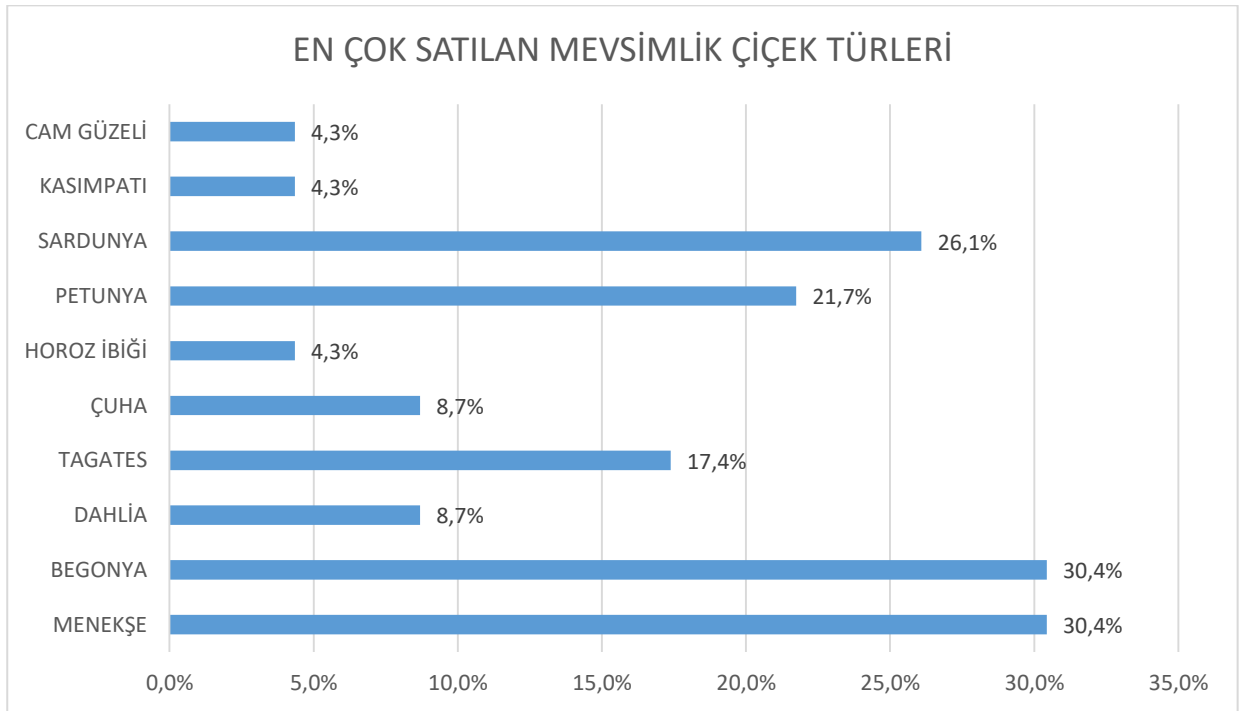
Şekil 3.16

Ankara'de ağaç üreten firmaların en çok sattıkları ürünler içerisinde ilk sırada Mavi Servi, Ladin ve Meyve Ağaçlarının yer aldığı görülmektedir.



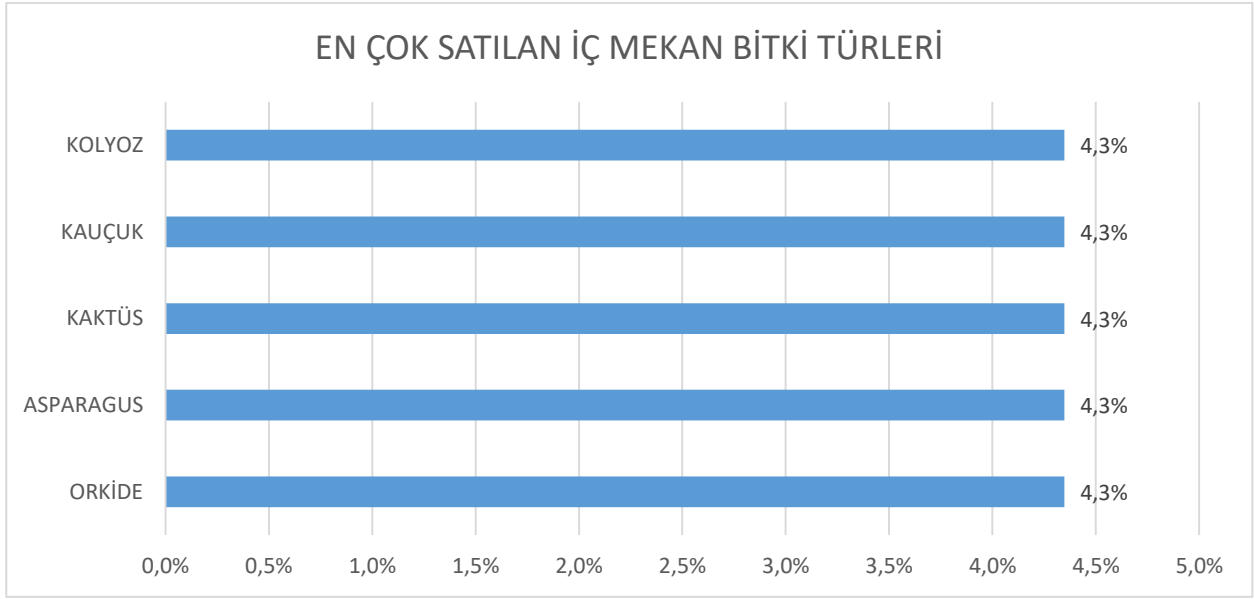
Şekil 3.17

Anket yapılan firmaların en çok sattığı Leylandi ve Mazi'dir.



Şekil 3.18

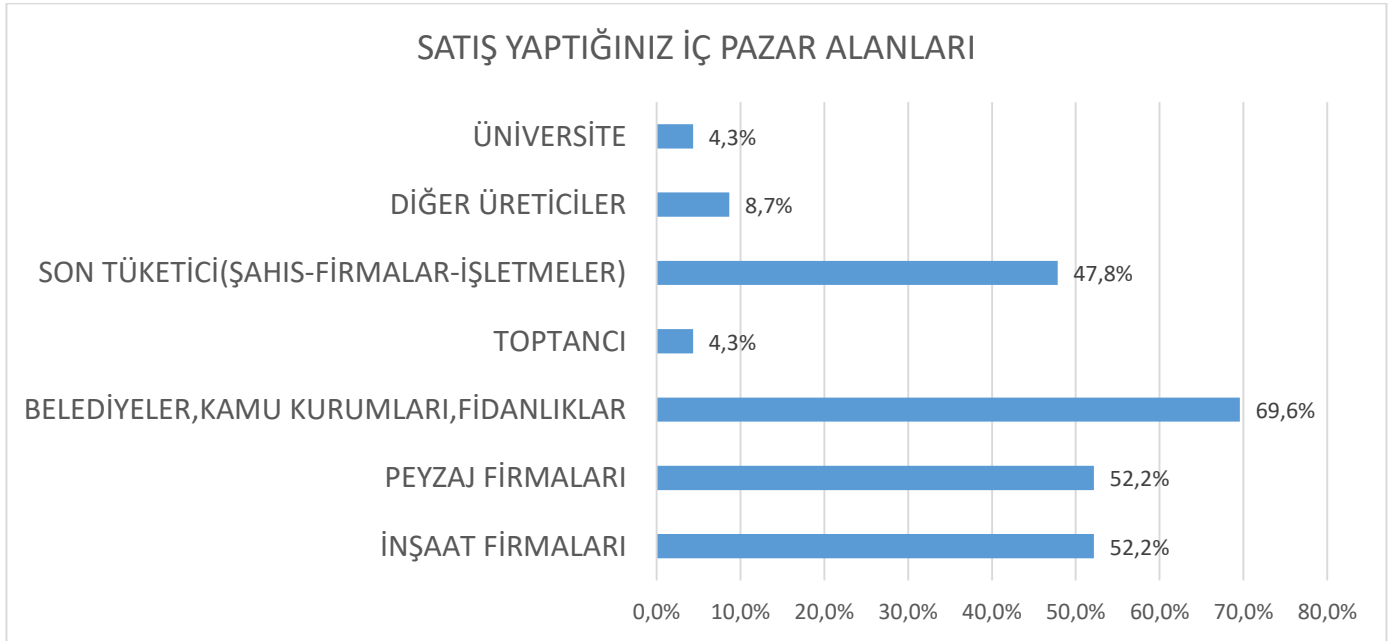
En çok satılan Mevsimlik Çiçek Türleri Menekşe, Begonya, Sardunya ve Petunya'dır.



Şekil 3.19

En çok satılan İç Mekan Türü Kolyoz, Kauçuk, Kaktüs, Asparagus ve Orkide 'dir.

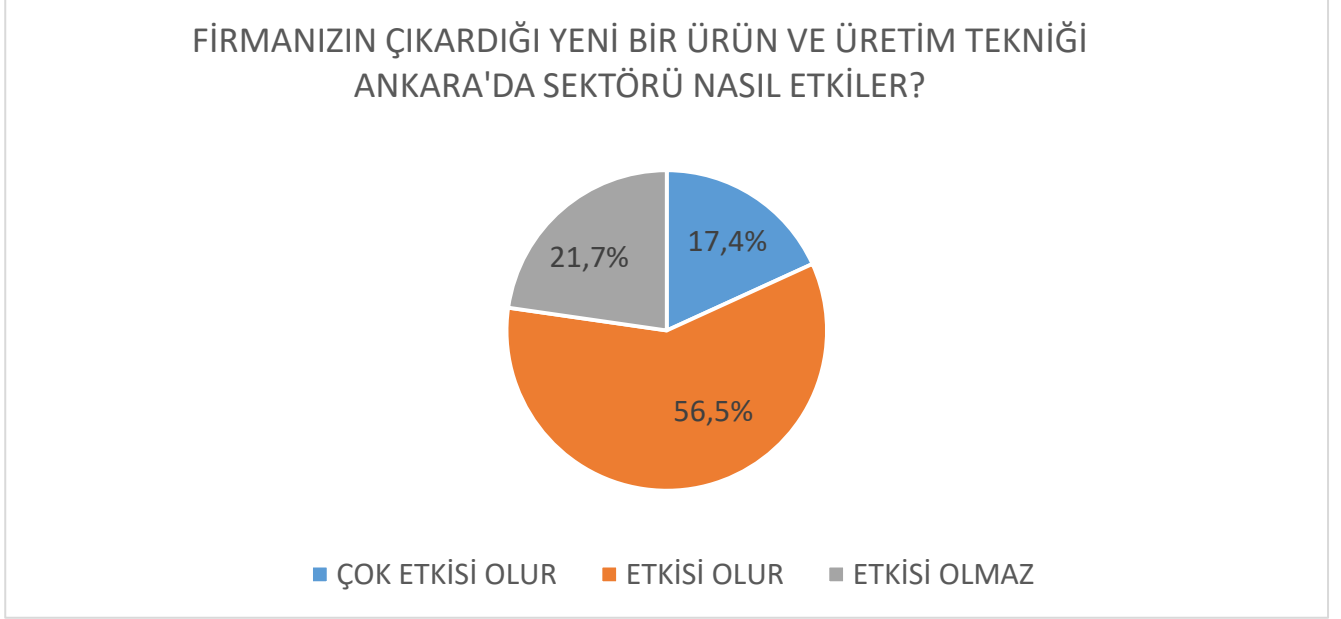
3.12 İç Pazar Alanları



Şekil 3.20

Grafikte de görüldüğü üzere Ankara'de firmalar en çok satışı iç pazarda Belediyeler, Kamu Kurumları ve Fidanlıklara, Peyzaj ve İnşaat firmalarına, son tüketicilere yapmaktadır. Uygun yerlerde ortak Show-room'lar açılarak parekende pazarının geliştirilmesi faydalı olacaktır.

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



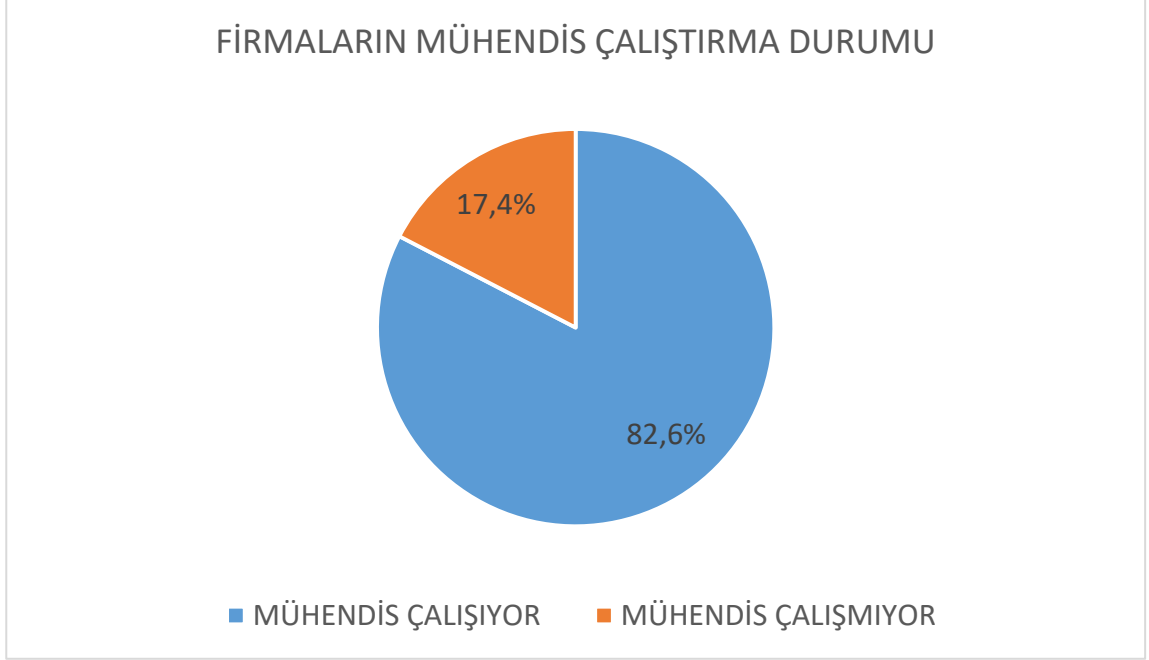
Şekil 3.21

Firmalara sorulan 'Firmanızın ortaya çıkardığı yeni bir ürün ve üretim tekniği Ankara'da sektörünüze nasıl yansır?' sorusuna yanıt olarak etkisi olur ve çok etkisi olur seçeneğini işaretleyen üreticilerin oranı %74 olarak ortaya çıkmıştır. Buradan hareketle, Ankara 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 %65 oranında etkisi olacağı yönünde olmuştur.

Sonuç olarak, firmalar hem Ankara 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



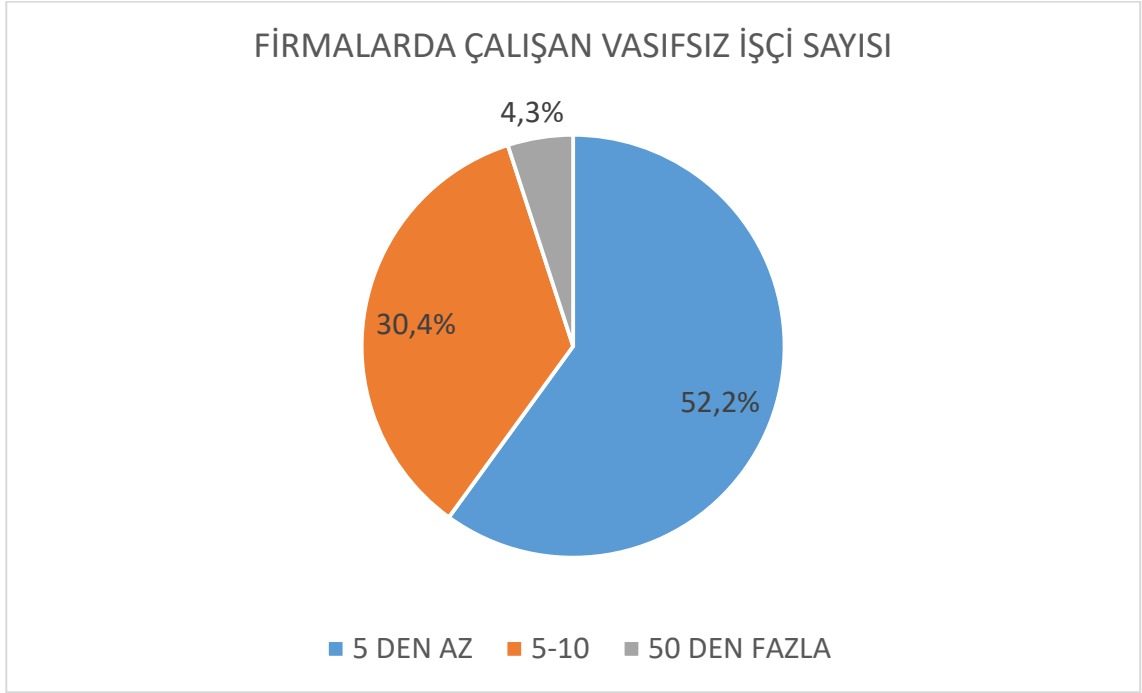
Şekil 4.1

Grafikten görüldüğü üzere firmaların %82,6 lık kısmı bünyesinde sabit mühendis çalıştırmaktadır. Sektörün % 17,4'ü mühendis çalıştırmamaktadır. Bu firmalar, süs bitkisi üretici belgesine sahip firmaların mühendis çalıştırmasının zorunlu olması sebebiyle, mühendis çalıştırmayı hizmet alımı şeklinde uygulamaktadır.

Firmaların %21'i tekniker çalıştırmaktadır.

Mühendis çalıştıran firmaların %80'i bünyesinde 1 mühendis çalıştırmaktadır. Firmaların %20'ye yakınında 10'dan fazla personel bulunmaktadır.

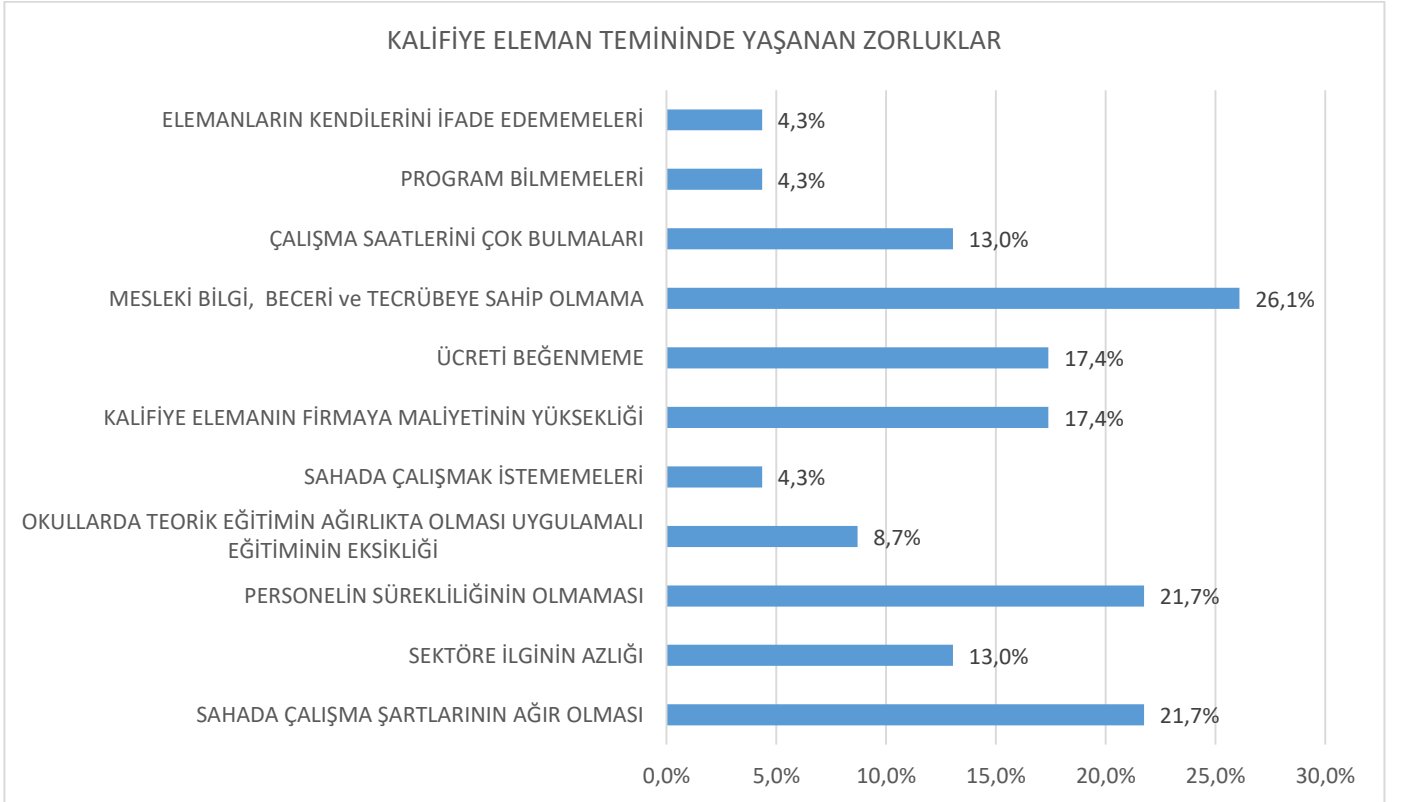
4.2 Firmalarda Vasıfsız İşçi Durumu



Şekil 4.2

İşletmelerin büyüklüğüne göre firmalarda çalışan vasıfsız işçi sayısı değişmektedir. Sabit işçi çalıştıranların yanısıra geçici (sezonluk) işçi çalıştıran firmalarda bulunmaktadır. Firmaların % 86'sı vasıfsız işçi çalıştırmaktadır.

4.3 Kalifiye Eleman Temininde Yaşanan Zorluklar



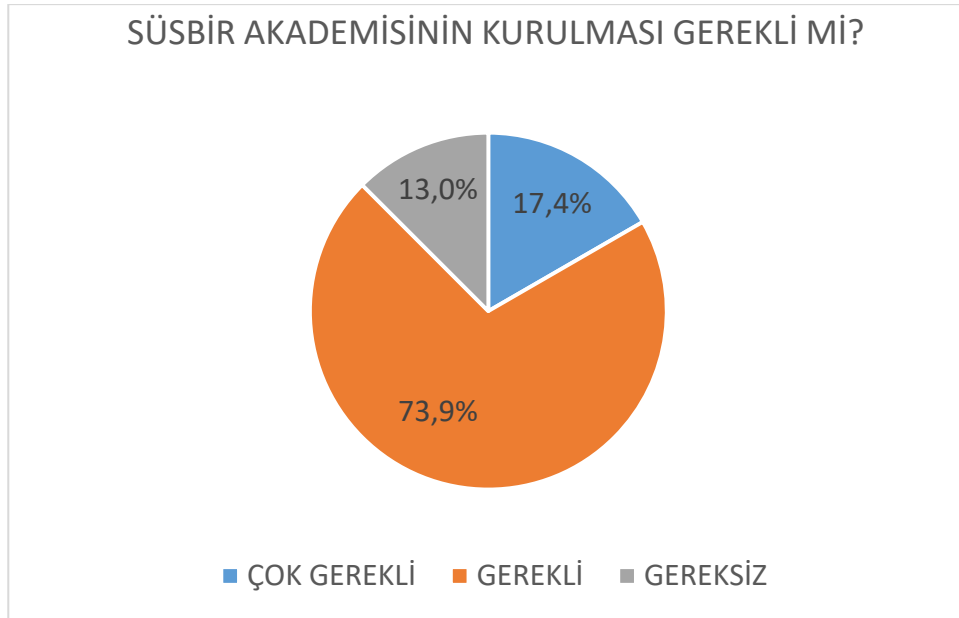
Şekil 4.3

Firmaların kalifiye eleman temininde yaşadığı zorluklar grafikte verilmiştir. En önemli sorun elemanların yeterli mesleki 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.

Personeller sahada çalışmak istememekte, 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. Buna bağlı olarak ücretin yanısıra çalışacak kişilerin çalışma şartlarını beğenmemesi sektöre olan ilginin azalmasına sebep olmaktadır.

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.

4.4 SÜSBİR Akademisi

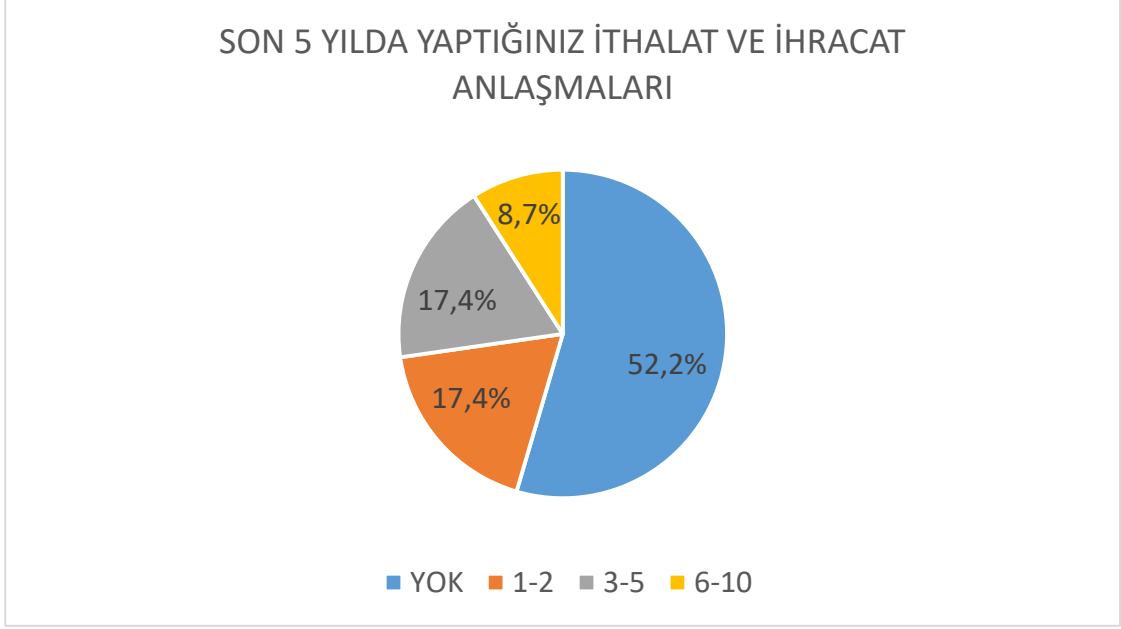


Şekil 4.4

SÜSBİR AKADEMİSİNİN kurulması hakkında görüşlerini sorduğumuz firmaların verdikleri cevaplarda da kalifiye eleman yetiştirmek üzere bir akademi kurulmasının sektör tarafından gerekli görüldüğü %91,5 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.

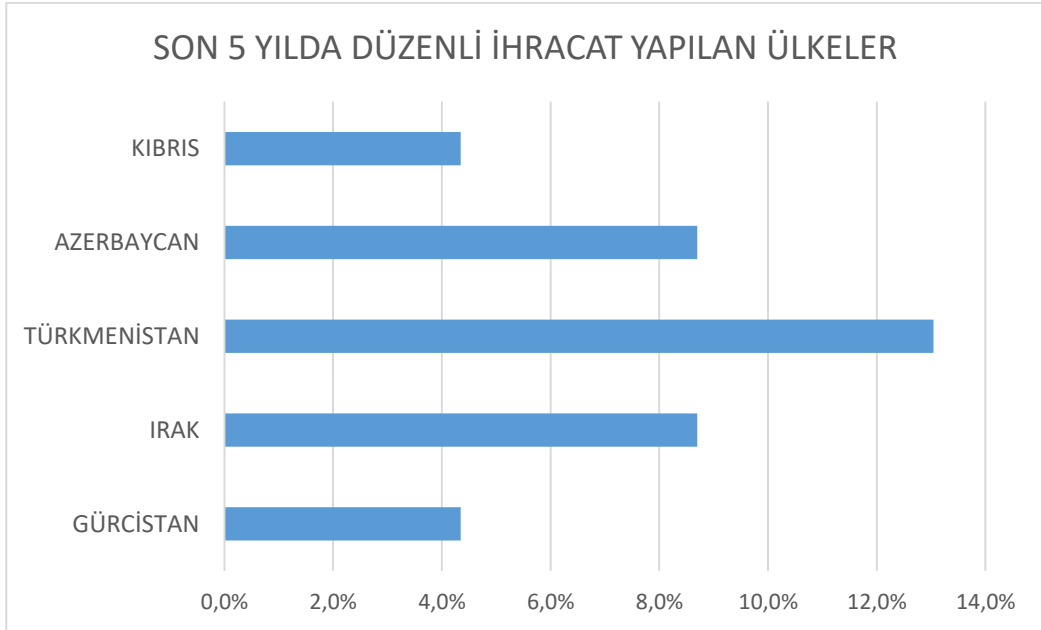
BÖLÜM 5: SATIŞ VE ANLAŞMALAR

5.1 İthalat-İhracat



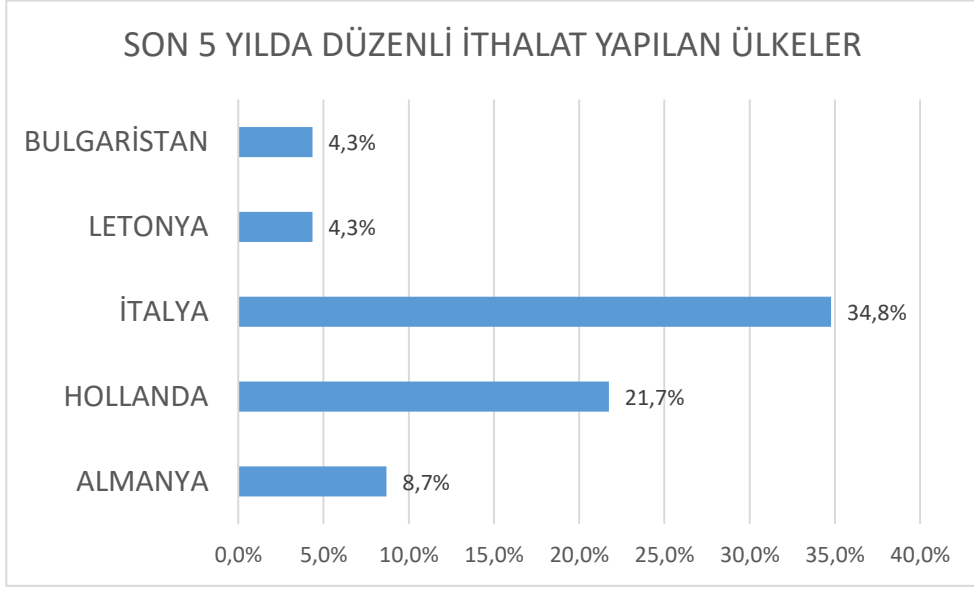
Şekil 5.1

Son 5 yılda yurt dışındaki firmalarla anlaşma yapan firmaların oranı %47,8 olup, bu firmaların %8,7'si 5 yıl içerisinde 5 den fazla anlaşma yapmıştır. Anlaşma yapan firmaların sayısı, Ankara bölgesindeki üreticilerin yurtdışı firmalarla bağlantılı olduğunu, ithalat ve ihracat potansiyellerinin yüksek olduğunu göstermektedir. Hali hazırda yapılan anlaşmaların %39'u ithalat, her ikisini de yapanların oranı ise %13' tür.



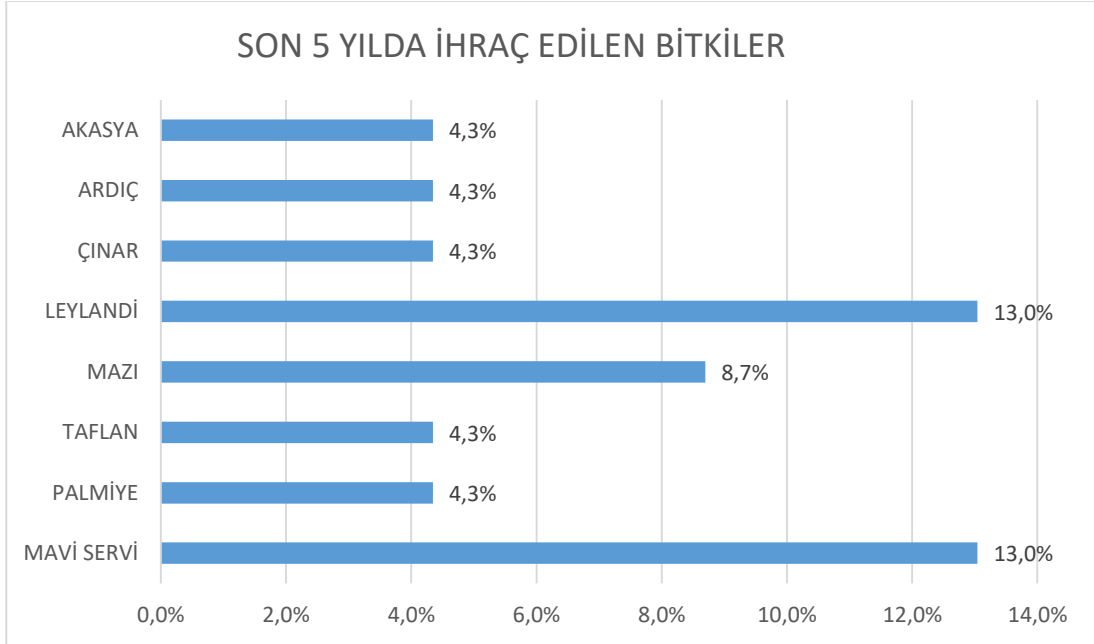
Şekil. 5.2

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



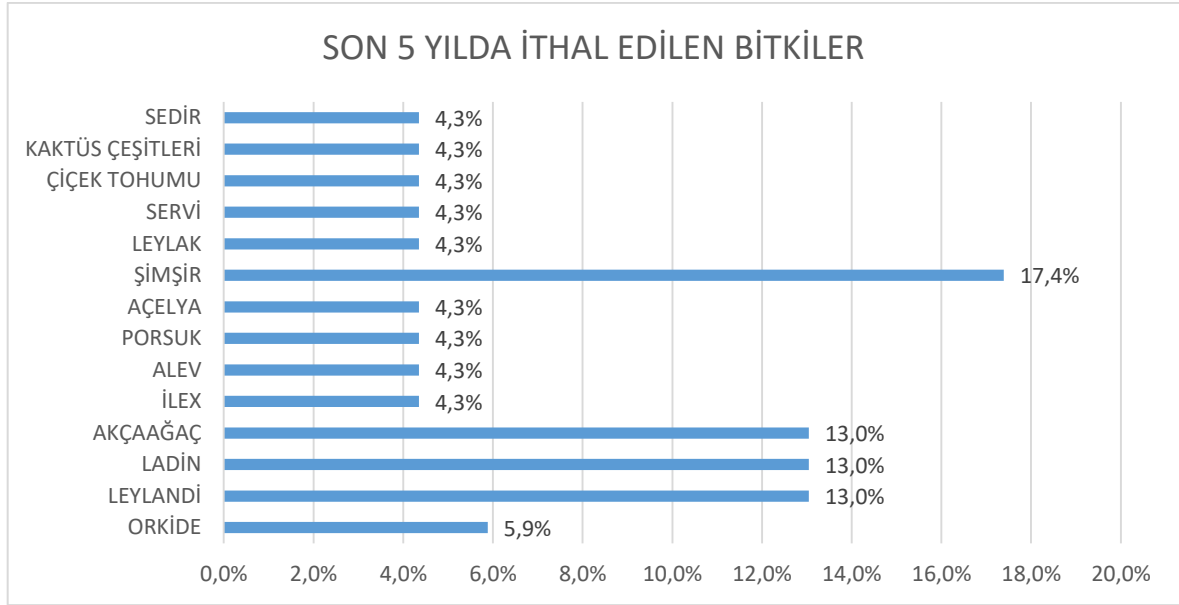
Şekil. 5.3

Son 5 yılda ithalatın en çok yapıldığı ülkeler ise İtalya, Hollanda, Almanya'dır.



Şekil. 5.4

Şekilden de görüldüğü gibi son 5 yılda ihracat edilen ürünlerin başında Mavi Servi ve Leylandi gelmektedir.

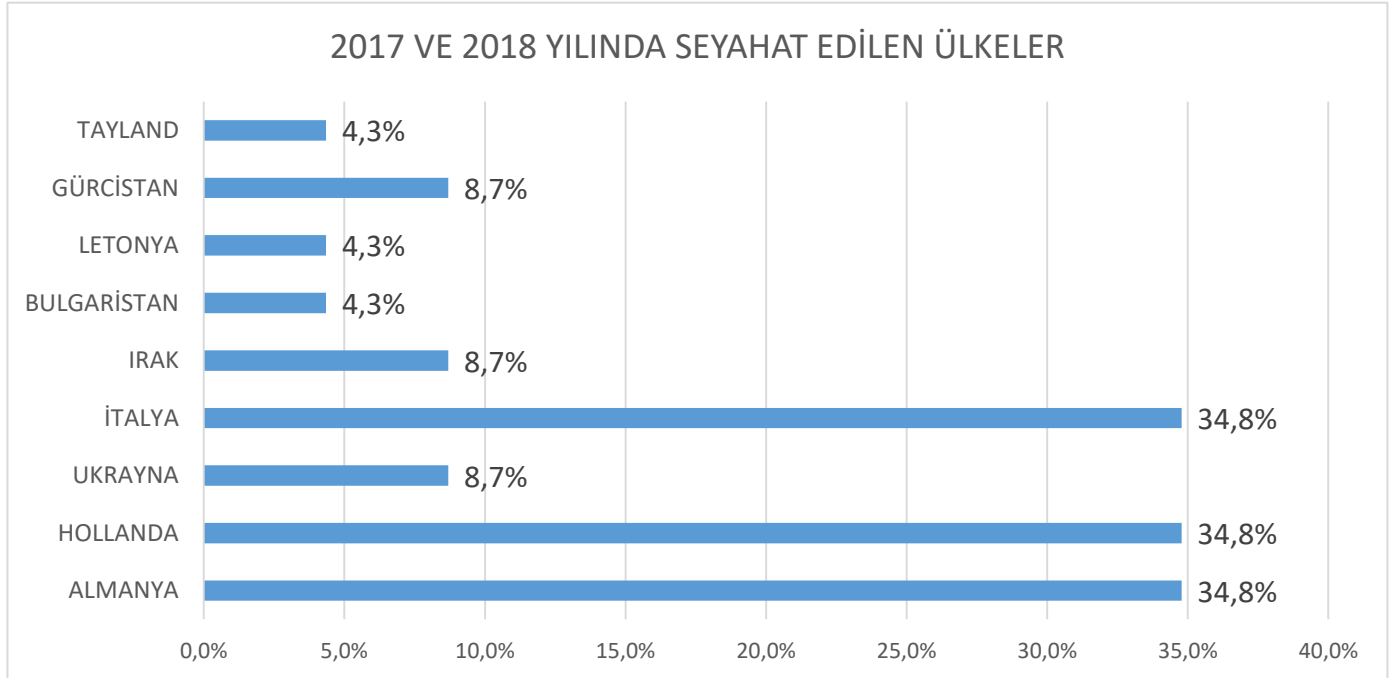


Şekil. 5.5

Şekilden de görüldüğü gibi son 5 yılda ithal edilen bitkilerin başında Şimşir, Akçaağaç, Ladin, Leylandi gelmektedir.

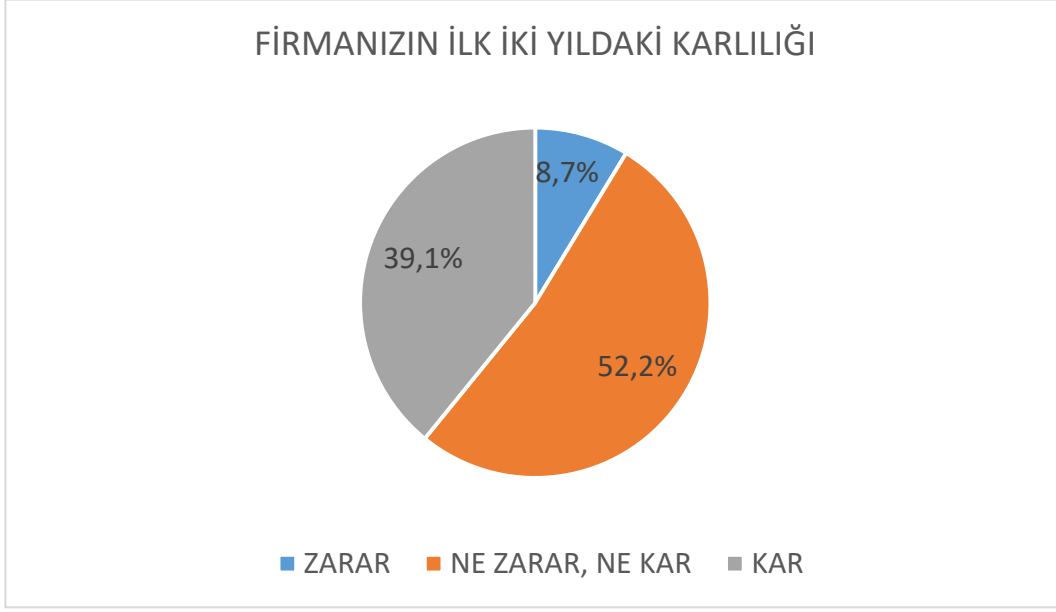
5.2 Yurtdışı Seyahatleri

Firmalar 2017 ve 2018 yıllarında seyahat edilen ülkeler sorusuna cevap olarak büyük çoğunlukla İtalya, Hollanda ve Almanya'yı ziyaret ettiklerini söylemişlerdir:



Şekil. 5.6

5.2 Firmaların Karlılıkları



Şekil. 5.7

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

- %39,1' i kar ettiklerini,
- %52,2' si ne kar ne zarar ettiklerini,
- %8,7'si ise zarar ettiklerini

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

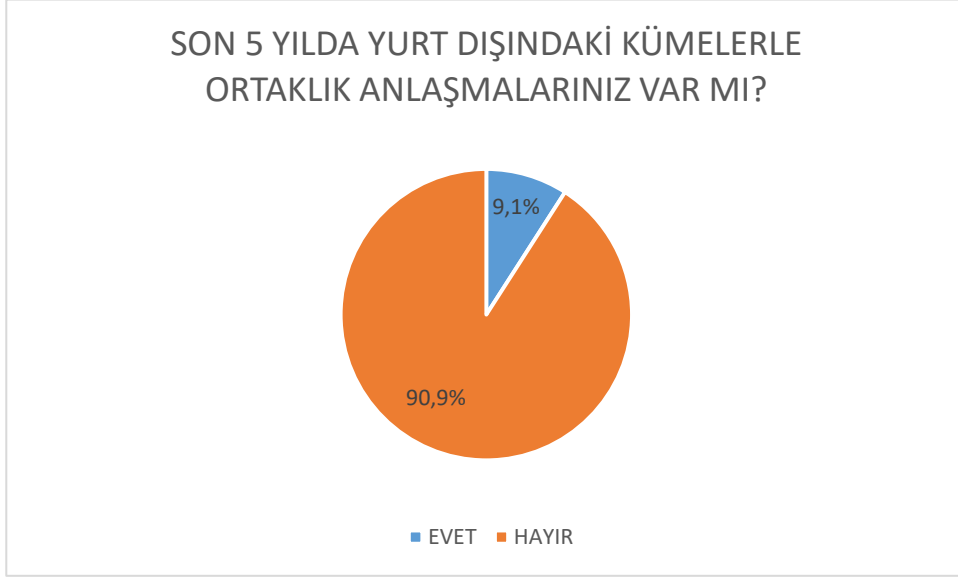
Aynı soru 2017 ve 2018 yılları için de sorulmuş, benzer yanıtlar alınmıştır. Özellikle Türkiye'nin genel ekonomik durumunda yaşanan istikrarsızlıklara, diğer ülkelerle olan politik sorunlara ve ülke içinde yaşanan sorunlara rağmen sektör ayakta kalmış, 2017 ve 2018 yılları için Ankara'deki firmaların:

2017	2018
• %47,8'i kar	%39,1'i kar
• %30,4'ü ne kar ne zarar	%4,3'ü ne kar ne zarar
• %13'ü zarar	%34,8'i zarar

ettiğini beyan etmişlerdir.

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

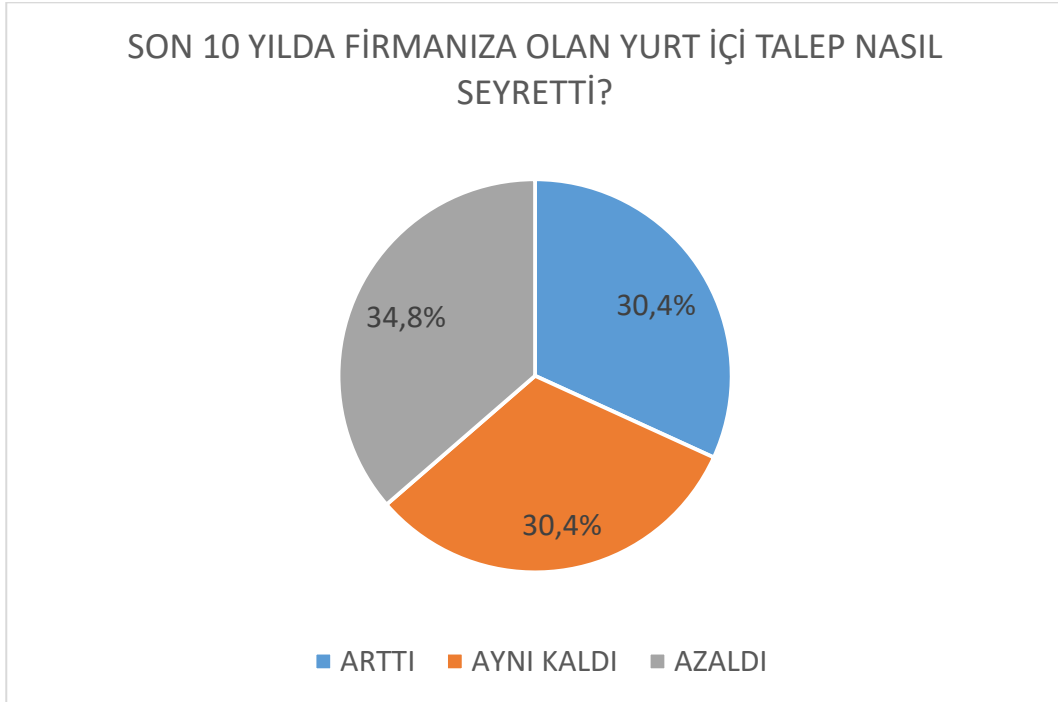
5.3 Son 5 Yılda Yurtdışındaki Kümelerle Anlaşmalar



Şekil 5.8

Firmalar %90,9 oranında yurtdışındaki kümelerle son 5 yılda anlaşma yapmadıklarını ifade etmiştir. Soru tam olarak anlaşılammış olabilir. Gelecek dönemlerde Ankara Bölgesinde bulunan sektörel dernekler ve kooperatiflerin diğer ülkelerdeki sektörel örgütlerle işbirliği protokolleri imzalamaları için çalışmalar yapılmalıdır.

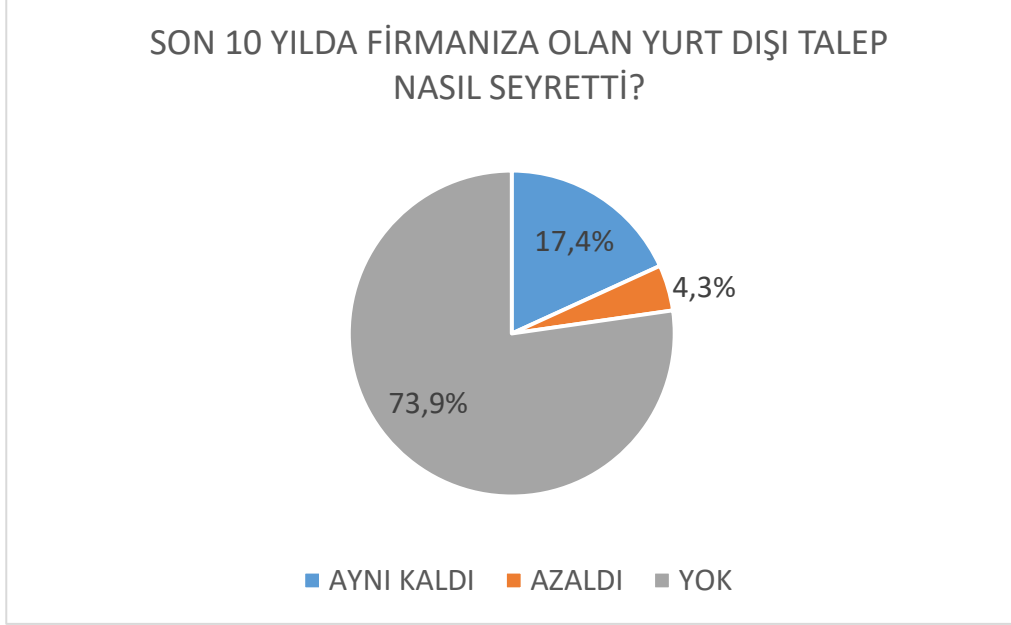
5.4 Son 10 Yılda Firmalara Olan Yurtiçi Talep Nasıl Seyretti?



Şekil 5.9

Firmaların %30,4'ü son 10 yılda firmalarına olan yurtiçi talebin arttığını belirtmişlerdir. Talebin azaldığını beyan eden firmaların oranı %34,8' dir. Bunun nedenlerinin detaylı bir şekilde araştırılması ve nedenlerinin ortaya çıkarılması için bunu söyleyen firmalar ile tekrar görüşmekte fayda vardır.

5.5 Son 10 Yılda Firmalara Olan Yurt Dışı Talep Nasıl Seyretti?

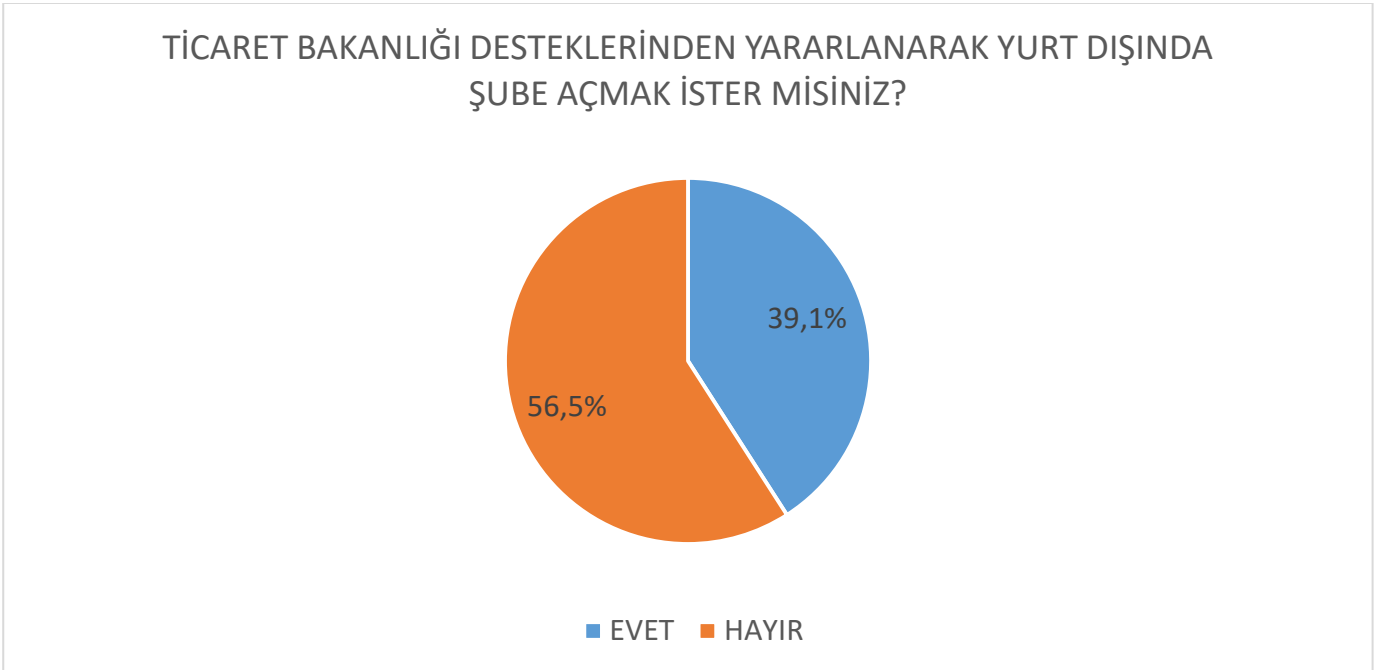


Şekil 5.10

Firmaların %73,9'u yurtdiŐi talebin olmadığını, %17,4'ü aynı kaldığını, %4,3'ü yurt diŐi talebin azaldığını belirtmişlerdir. Süs bitkileri sektöründe ihracatın son birkaç yılda artış göstermiş olmasına rağmen Ankara bölgesinde sektör firmalarının bundan yararlanmamasının nedenlerinin araştırılması gerekmektedir.

5.6 Ticaret Bakanlığı Destekleri

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

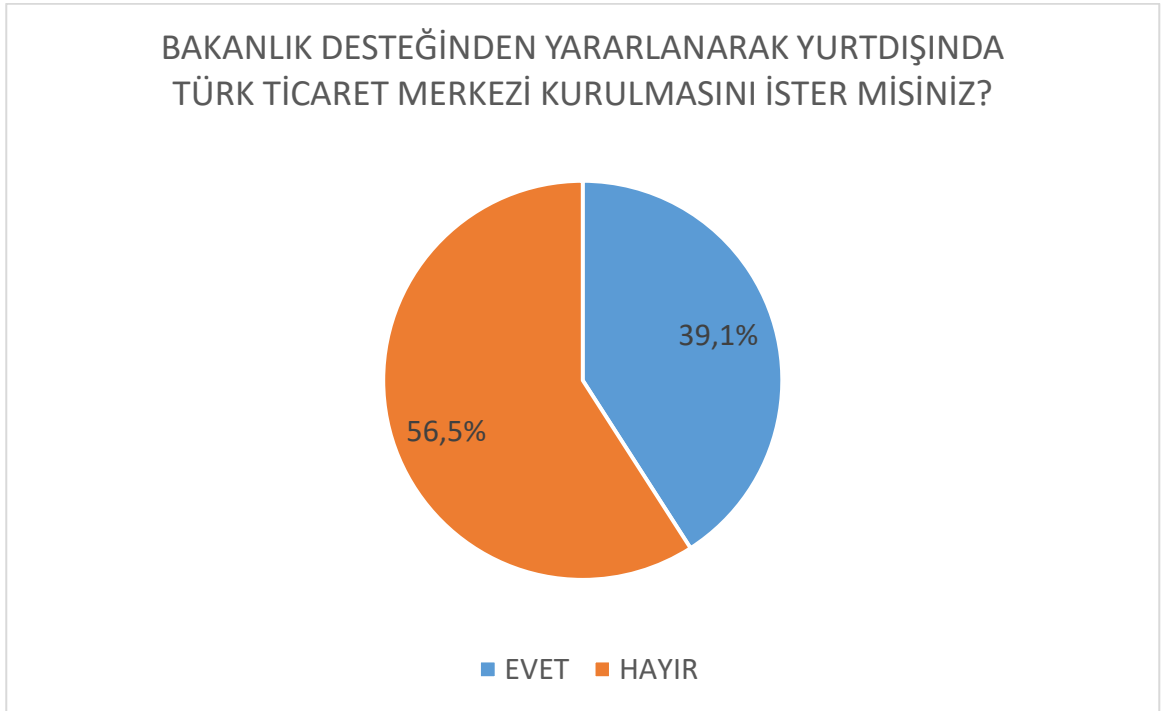


Şekil 5.11

Firmaların % 56,5'i Ticaret Bakanlığı desteklerinden yararlanarak yurt dışında şube açmak istemediklerini belirtmişlerdir. Yurt dışında şube açmak isteyen Firmalar 'Hangi ülkede şube açmak istiyorsunuz?' sorusuna, Hollanda, İtalya, Karadağ, Moldova, Dubai, Hindistan ve Rusya cevaplarını vermişlerdir. Bu ülkelerin ilgili sektör firmaları için doğru hedef pazarlardan olduklarının kontrolü yapıldıktan sonra Ticaret Bakanlığı desteklerine başvurulabilir. 'Hayır' diyen kesim ile bu konu detaylı bir şekilde görüşülerek nedenleri öğrenilmelidir.

Ticaret Bakanlığı desteklerinden yararlanarak yurt dışı iş seyahatlerine katılmak ister misiniz sorusuna firmaların %73,9'u 'Evet' yanıtını vermiştir. Firmalar, Hollanda, İtalya, Almanya, Çin, Amerika, Dubai ve İspanya'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 %39,1 oranında 'Evet' cevabı verilmiş ve merkezin açılmasını istedikleri ülkeleri firmalar şu şekilde belirtmişlerdir; Almanya, İtalya, Hollanda, Türkiye Cumhuriyetleri, Çin, İspanya ve Fransa. En uygun olan ülkelere 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 Ortaklık Anlaşmaları



Şekil 6.1

Firmalar ortaklık anlaşmaları olup olmadığı sorusuna %90,9 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.

Az sayıda da olsa firmalarla üretim ortaklığı, pazarlama ortaklığı, ARGE ortaklığı mevcuttur. 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 **İhtisaslaşmış 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 yapılarak çalışmalar ortaklık şeklinde yürütülebilir.

Ayrıca firmalar Teknoloji ortaklığı kurmamış, kurulan diğer ortaklıklar ise tasarım düzeyinde olmuştur. Özellikle Ankara 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, **İhtisaslaşmış Satış-Pazarlama kooperatifleşme** modeli ile çözülebilir.

Yapılan işbirlikleri büyük çoğunlukla diğer firmalar ve firma yöneticileri arasında olmaktadır.

Ortaklıkların oluşmasında daha önce yapılan ortaklıklar, aynı coğrafi alanda bulunmak, fuarlar ve kişisel temasların katkı yaptığı ifade edilmiştir.

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

Ortaklık kanallarının geliştirilmesi amacıyla fuarlarda ortaklık kültürünün geliştirilmesi ve faydaları ile ilgili panellerin düzenlenmesi yararlı olacaktır.

6.2 İşbirliği

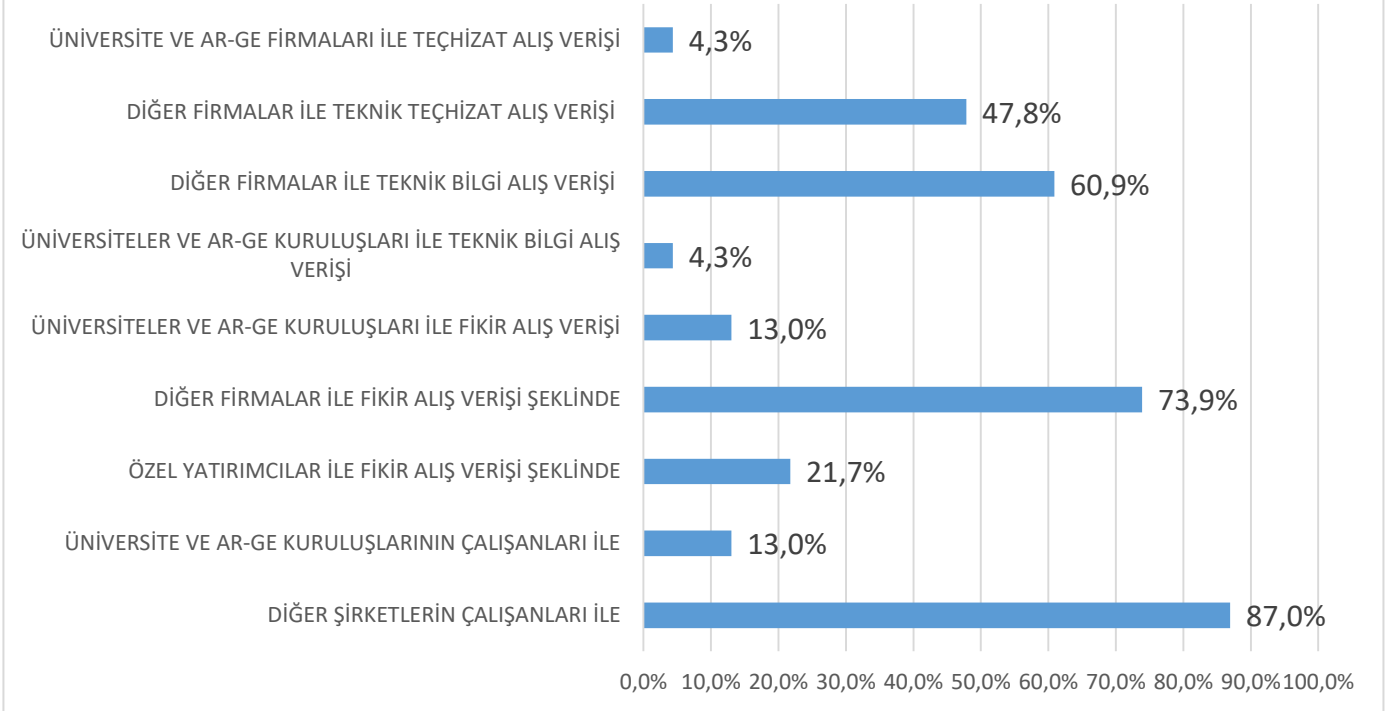
Firmaların tamamına yakınının çeşitli kurumlarla resmi olmayan işbirliği (iletişim) yapmaktadırlar. Firmalara çeşitli kurumlarla iletişim içerisinde olup olmadığı sorulmuş ve aşağıdaki grafik ortaya çıkmıştır.



Şekil 6.2

Firmaların %95,7'si kişi ve kuruluşlarla iletişim –dayanışma içerisinde olduklarını belirtmişlerdir. Bu tür işbirliklerinin yapısı ise aşağıdaki grafikte verilmiştir:

RESMİ OLMAYAN İŞ BİRLİKLERİNİN YAPISI



Şekil 6.3

Firmaların iş birliklerinin yapısının diğer şirket çalışanları ile görüşmeleri %87 oranında olduğu görülmüştür. Diğer firmalarla yapılan fikir alışverişi, %73,9'u diğer şirketlerin çalışanları ile yapılan diyaloglar ve teknik bilgi alışverişi ise %60,9'dur. Daha az oranda özel yatırımcılar ile olan fikir alışverişi yapılmaktadır. **Firmaların üniversite ve AR-GE kuruluşları ile diyaloglarının da %13 olduğu ve bu kurumlarla teknik bilgi ve teçhizat alışverişinin en düşük oranda %4,3 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.

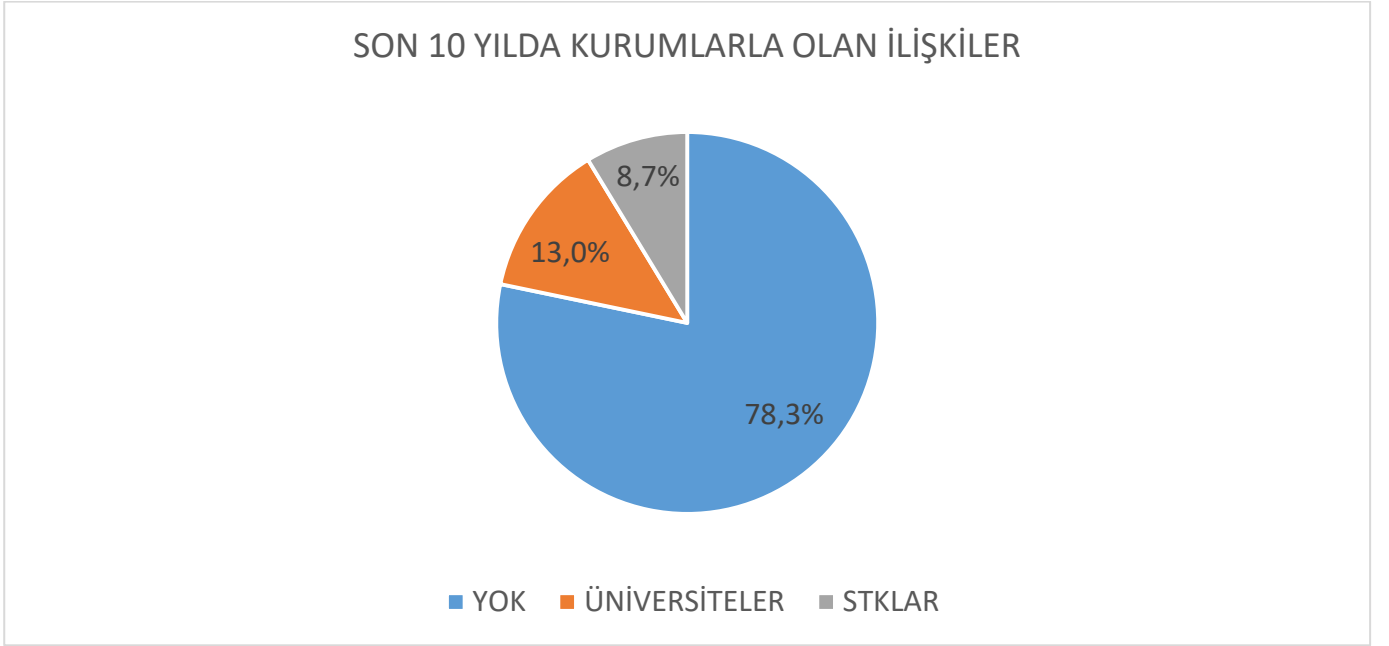
Anketlerden, işbirliklerinin diğer şirketlerin çalışanları ve kurucuları, üniversite çalışanları, finans kurumlarının kurucuları-çalışanları ve özel yatırımcılar ile kendi çevresinde bulunan genellikle arkadaş, iş kontakları yoluyla ve meslektaş yoluyla kurulduğu sonucu çıkmıştır.

AR-GE kuruluşlarının çalışanları ile olan az sayıdaki işbirliklerinin daha çok kendi çevresindeki meslektaş ve arkadaş aracılığı ile kurulduğu görülmüştür.

Devlet personeli ile olan iletişimin ise iş kontakları ve meslektaş yoluyla kurulduğu görülmüştür.

Genel olarak Ankara 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

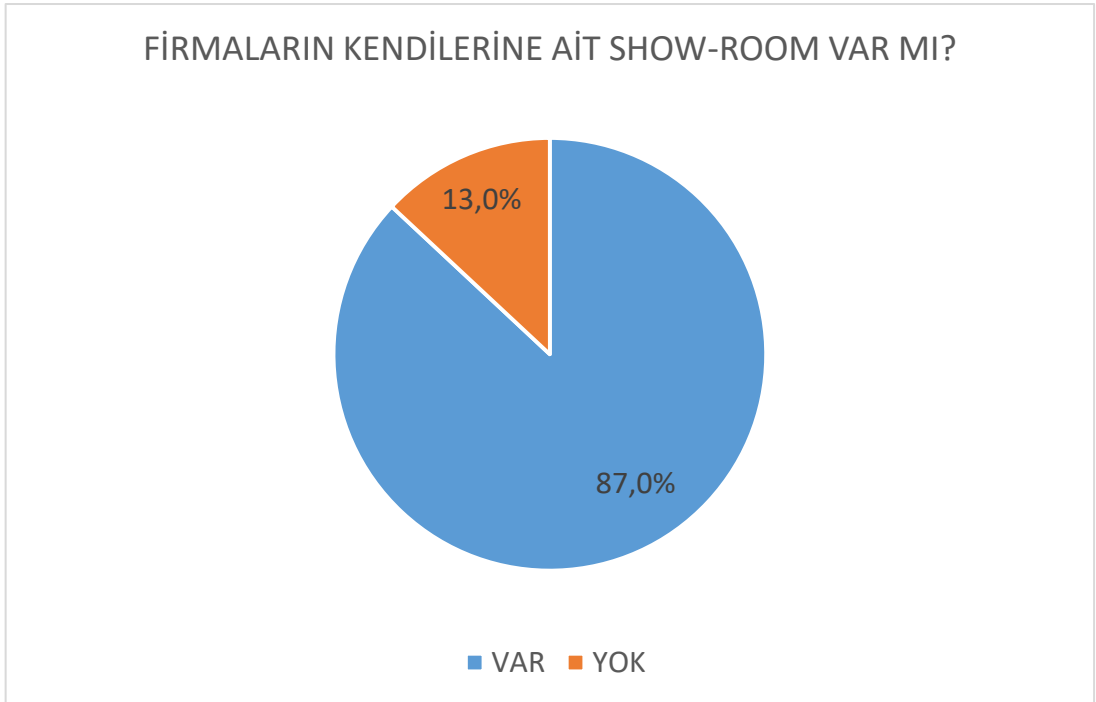


Şekil 6.4

Ankara'deki firmaların % 78,3'lük 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?

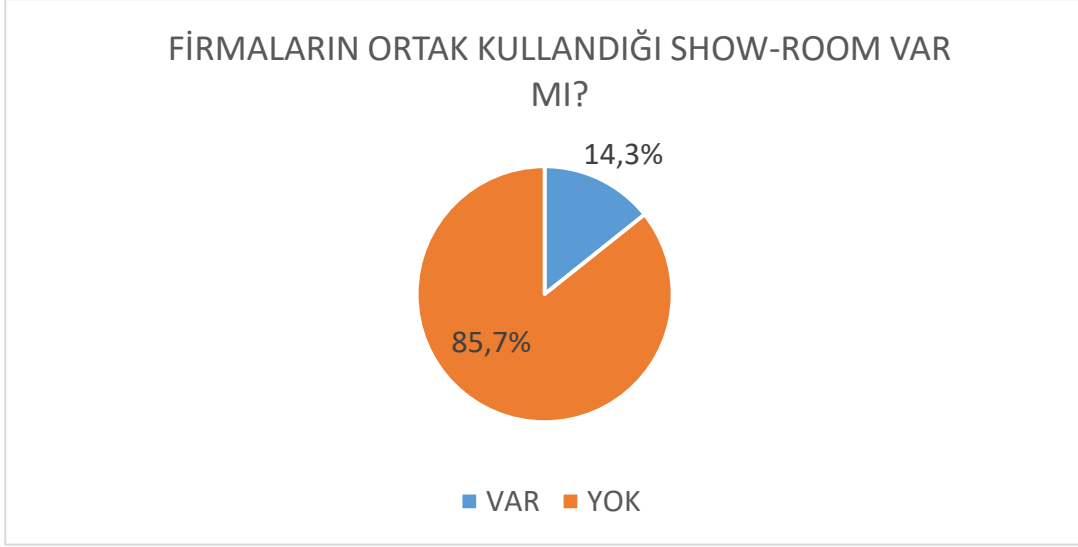


Şekil 6.5

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.

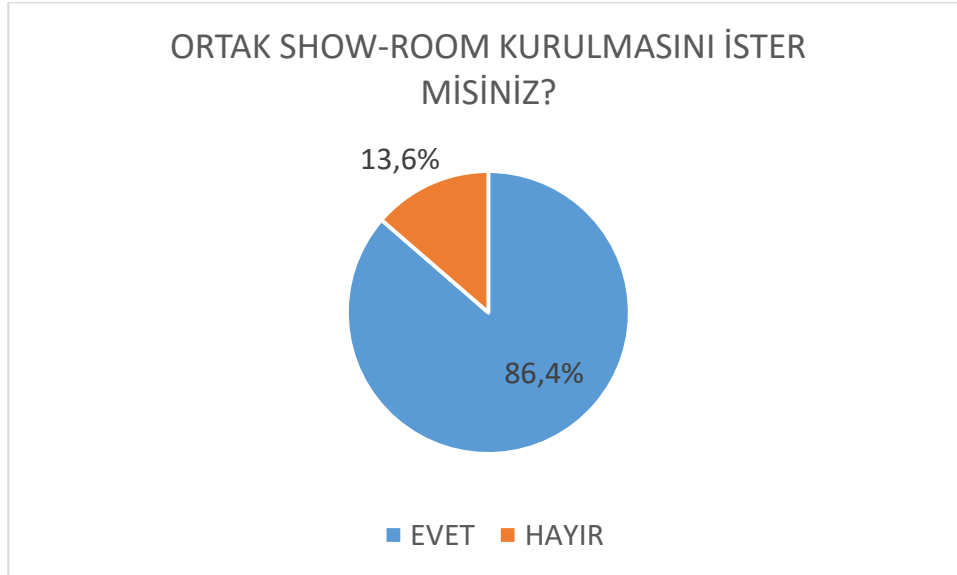
6.5 Ürünlerinizin Sergilendiği Ortak 'Show-Room' var mı?

Firmalar, 'Ortak Show-room var mı?' Sorusuna verdikleri 'Evet' yanıtının oranı %14,3'tür.



Şekil 6.6

6.6 Ürünlerinizin Sergilenmesi İçin Ortak 'Show-Room' Kurulmasını ister misiniz?



Şekil 6.7

'Bölgenizde ürünlerin sergilenmesi için ortak Show-room kurulmasını ister misiniz?' sorusuna %86,4 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 % 95,7'si SÜSBİR üyesidir. SÜSBİR üyeliğinin yanı sıra %26,1'i Ziraat Odasına ve %60,9'u Ticaret Odası'na üyedir. Yerel birliğe olan üyelik %13, yerel derneklere olan üyelik oranı ise %8,7'dir. Yerel Kooperatiflere üyelik ise %34,8'dir. Esnaf odalarına üyelik ise %26,1'dir. Meslek odalarına üyelik ise %8,7'dir.

7.1 İŞKUR Hizmetlerinden Faydalanma

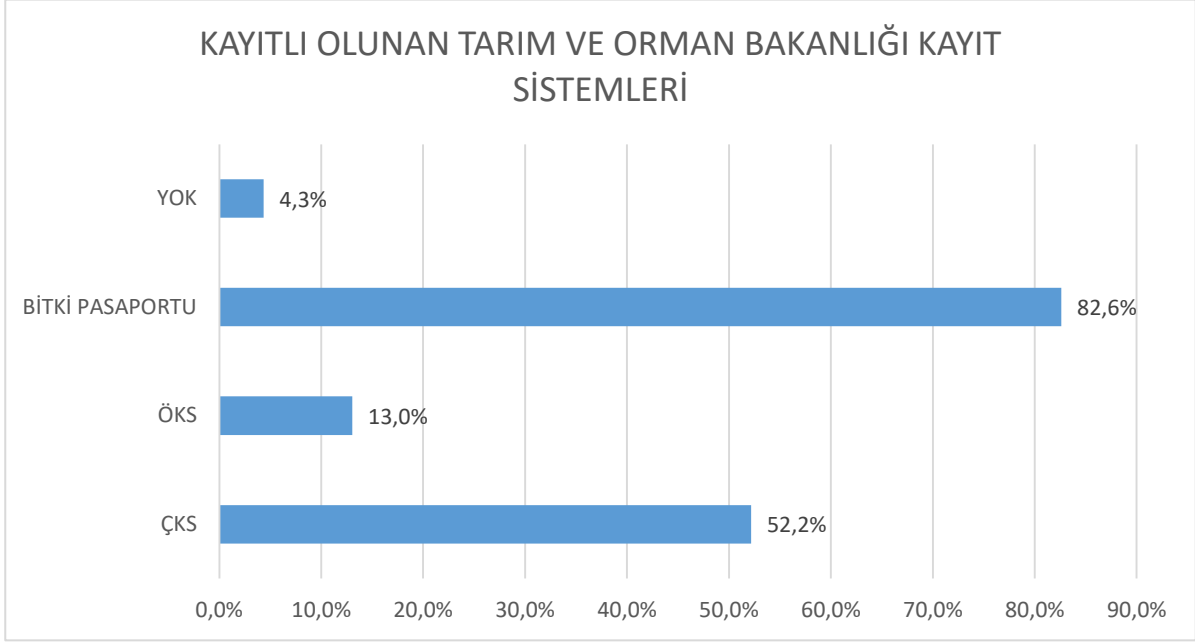


Şekil 7.1

Firmalar İŞKUR hizmetlerinden yararlanmayla ilgili soruya %91,3 oranında 'Hayır' yanıtını vermişlerdir. İŞKUR hizmetinin Ankara 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

Ürün alıp büyütüp satan firma oranı % 73,9'dur. Firmalar %60,9 oranında da alıp satma işlemi yapmaktadır. Ankara bölgesindeki firmaların %52,2'si üretim yapmaktadır. Firmaların %60,9'u arz talep planlaması, üretim için gerekli kaynakların tedarik edilmesi satın alımı/satımı %56,5'i süreçlerini tamamlamaktadır. Firmalar tarafından yapılan en az orana sahip süreçler; %34,8 ile taşıma, depolama ve nakliye.

Firmaların Ankara içerisinde %50'den fazlasını tamamladığı süreçler; ürün alıp büyütüp satma (%69,6) ve arz talep planlaması (%52,2)'dir. %43,5 oranında firma taşıma, depolama ve nakliye işlemlerini Ankara içinde tamamlamaktadır. Ankara içinde üretim yapan firma oranı ise %39,1'dir. Üretim için gerekli kaynakların tedarik edilmesi satın alımı / satımı (%30,4), ürün alıp satma (%34,8)'dir. Bu da gösteriyor ki firmalar üretimlerinin büyük bir kısmını Ankara dışında yapmaktadır. Ankara'nın sektörümüzde üretim üssüne dönüşebilmesi için firmalar ve yerel yönetimin iş birliği içerisinde çalışması faydalı olacaktır.

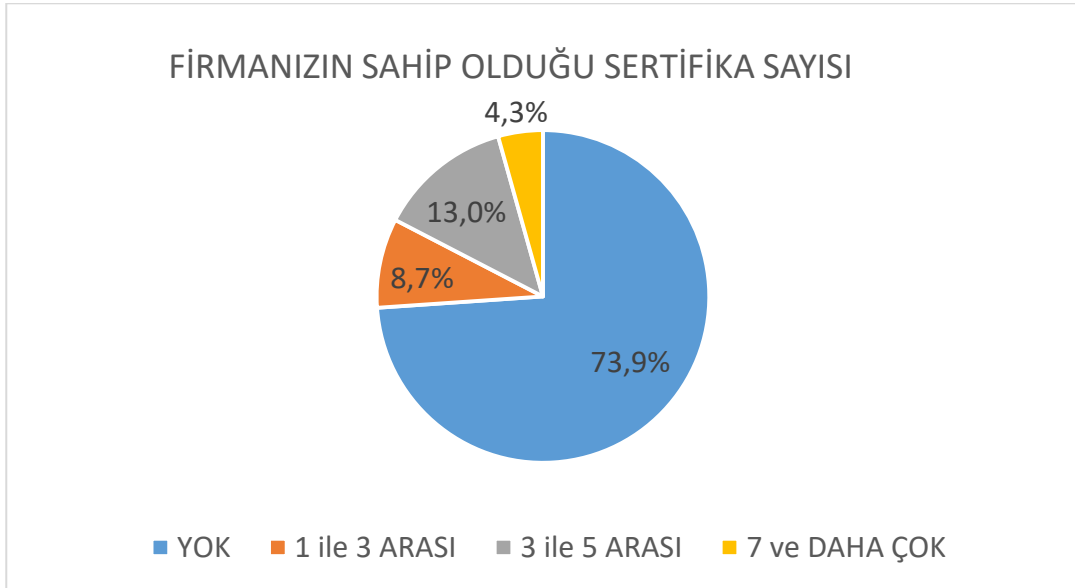
Firmaların %60,9'u Türkiye'de ürünlerine 200'den fazla benzer ürün üreten firma olduğunu belirtmişlerdir. Firmaların %13'ü ürünlerine benzer üretim yapan Türkiye çapında 100 ile 200 arası, %17,4'ü 50 ile 100 arası, %4,3'ü 5 ile 10 arası, %4,3'ü 5 den az benzer ürün üreten firma olduğunu belirtmişlerdir. 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 Ankara içinde ürününüze benzer ürün üreten firma sayıları olarak sorulmuştur. Sonuç olarak %30,4 en yüksek oranda '20 ile 50 arası' ifadesi çıkmıştır. Ankara genelinde, % 17,4 oranında firma bu soruya cevap olarak 200 den fazla ve % 17,4 oranında 50 ile 100 arası cevabını vermiştir. 5 ile 10 arası %8,7, 5 den az, %4,3 100 ile 200 arası ve 10 ile 20 arası benzer ürün üreten %4,3'ü firma olduğunu söylemiştir. Bu durum bize, Ankara bölgesinde bazı firmaların ürün bazında düşük oranda ihtisaslaştığını göstermektedir. Firmaların çoğu için daha zorlu rekabet şartlarının olduğu gözlenmiştir.

BÖLÜM 9: SERTİFİKALAR VE MARKA

Firmaların sahip olduğu kalite sertifikaları ile ilgili soruya %26,1 oranında sertifika var,%73,9 oranında sertifika yok sonucu alınmıştır. Kalite sertifikası olan firmalar ve kaç sertifikaya sahip olduklarının yüzdesel dağılımı aşağıdaki grafikte verilmiştir.



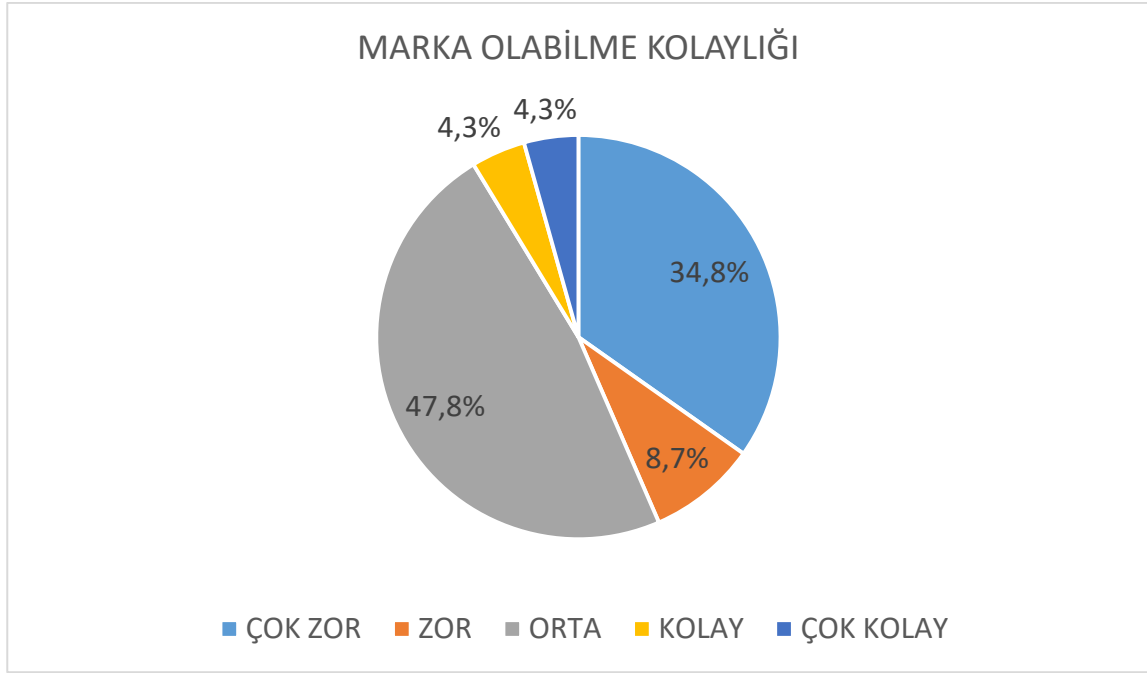
Şekil 9.1

Sertifikaların açıkça belirtilmesini istediğimiz firmalardan sadece %8,7'si İyi Tarım Uygulamaları sertifikalarına sahip olduğunu söylemiştir. %8,7 oranında ISO 14001 ve ISO 9001 sertifikasına sahip olan firmaların olduğu görülmüştür.

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

9.1 Marka Olabilme Kolaylığı

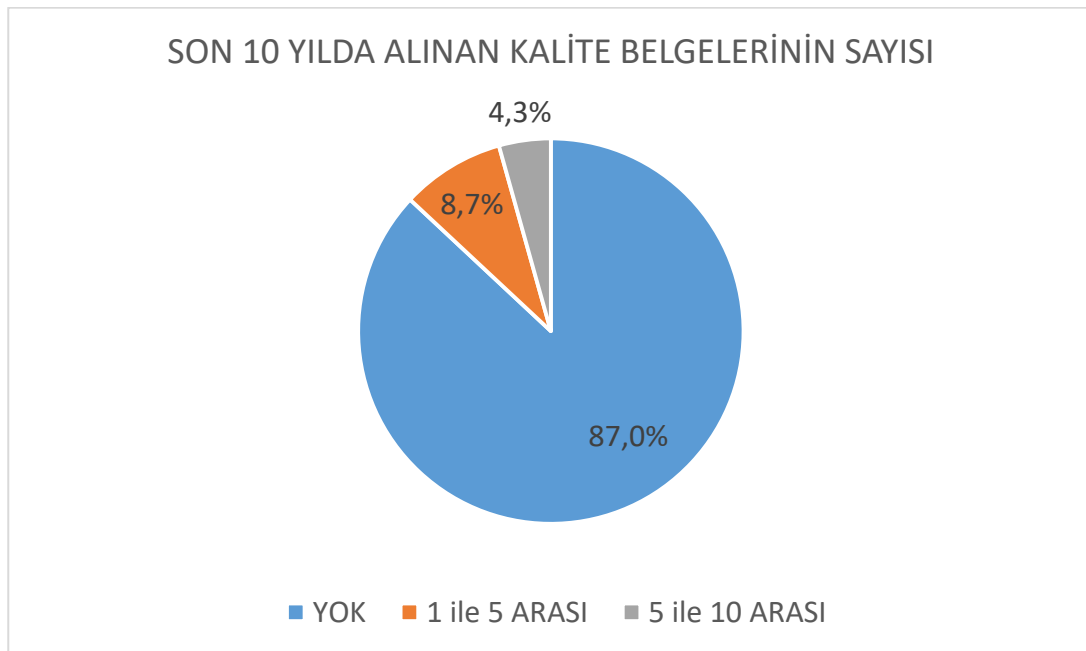
Firmaların %91,3'ü marka olabilmenin orta zorlukta, zor ve çok zor olduğunu belirtmişlerdir. Sektörde marka olmanın zor olmasının temelini inilmeli, neden marka olunamıyor araştırılmalı ve ona göre bir yol izlenmelidir.



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.

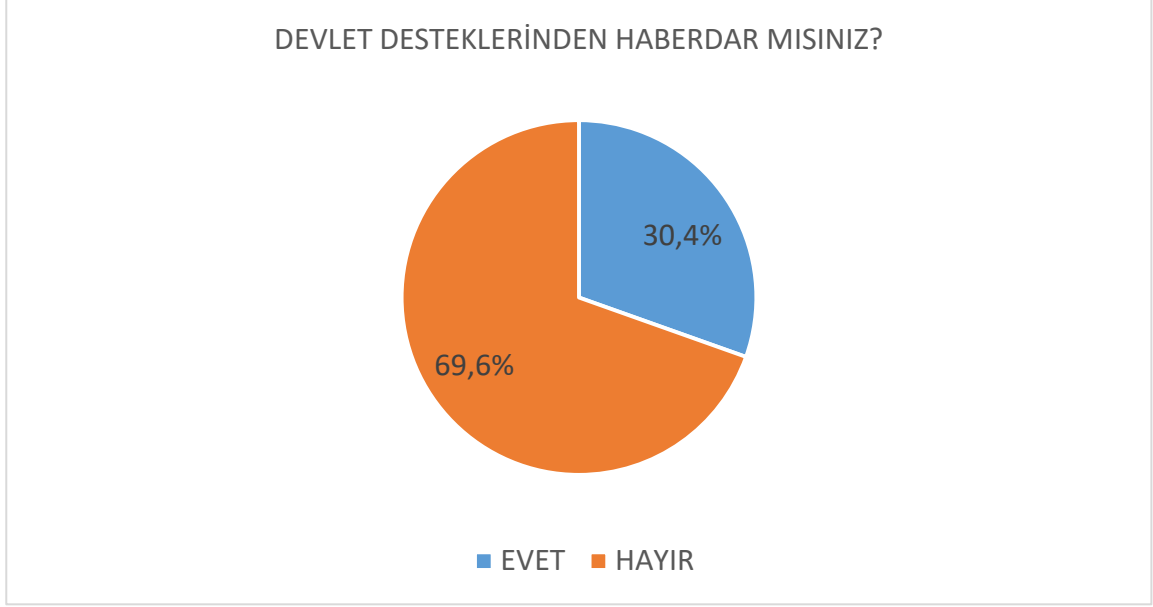
9.2 Son 10 Yılda Alınan Kalite Belgelerinin Sayıları



Şekil 9.3

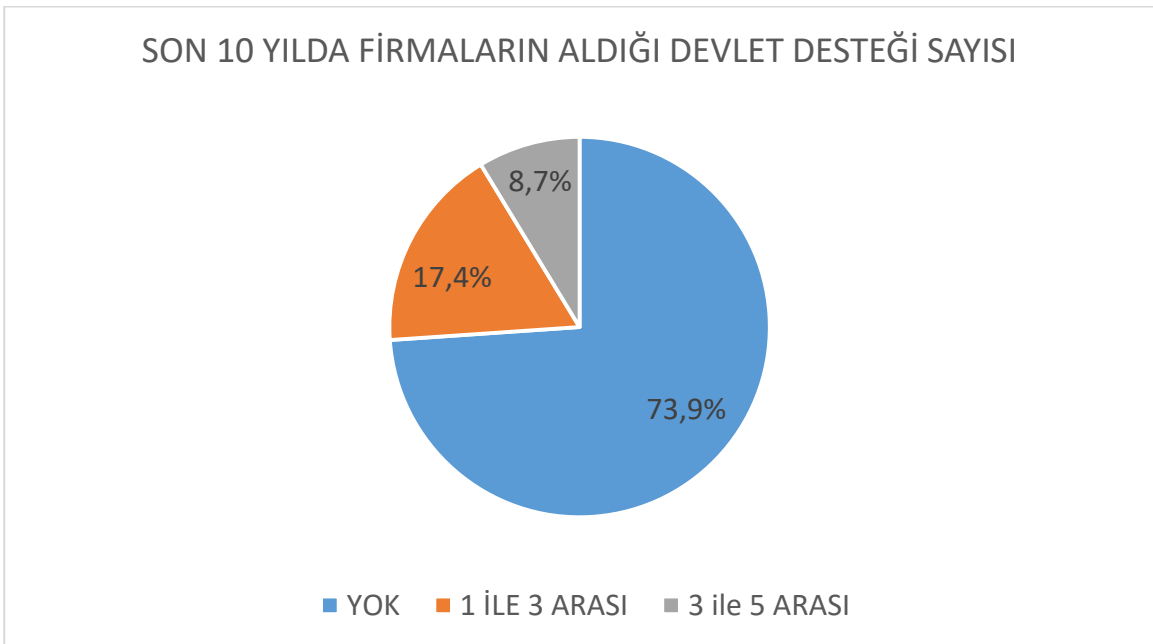
Firmaların kalite belgesi alması, kurumsallığı, çevre, iş sağlığı ve güvenliğini, yönetim organizasyon açısından disiplinli olduğunu ve bütün faaliyetlerinin kayıt altında kontrol edilebilir olmasını sağladığı için önemlidir. Ankara bölgesindeki firmaların tamamına yakınının kurumsallaşma yönünden eksik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

BÖLÜM 10: ALINAN DEVLET DESTEKLERİ

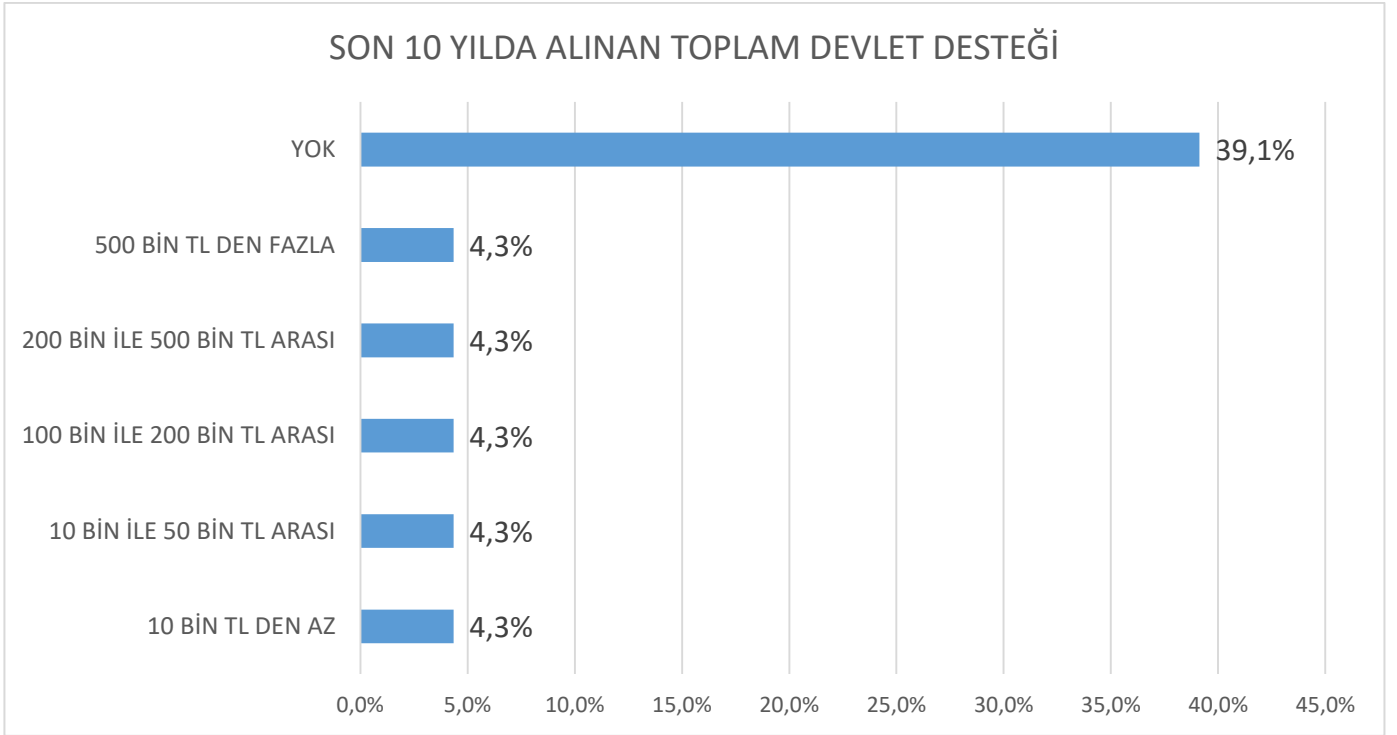


Şekil. 10.1

Firmaların yarısından fazlası devlet desteklerinden haberdar olmadıklarını söylemişlerdir.



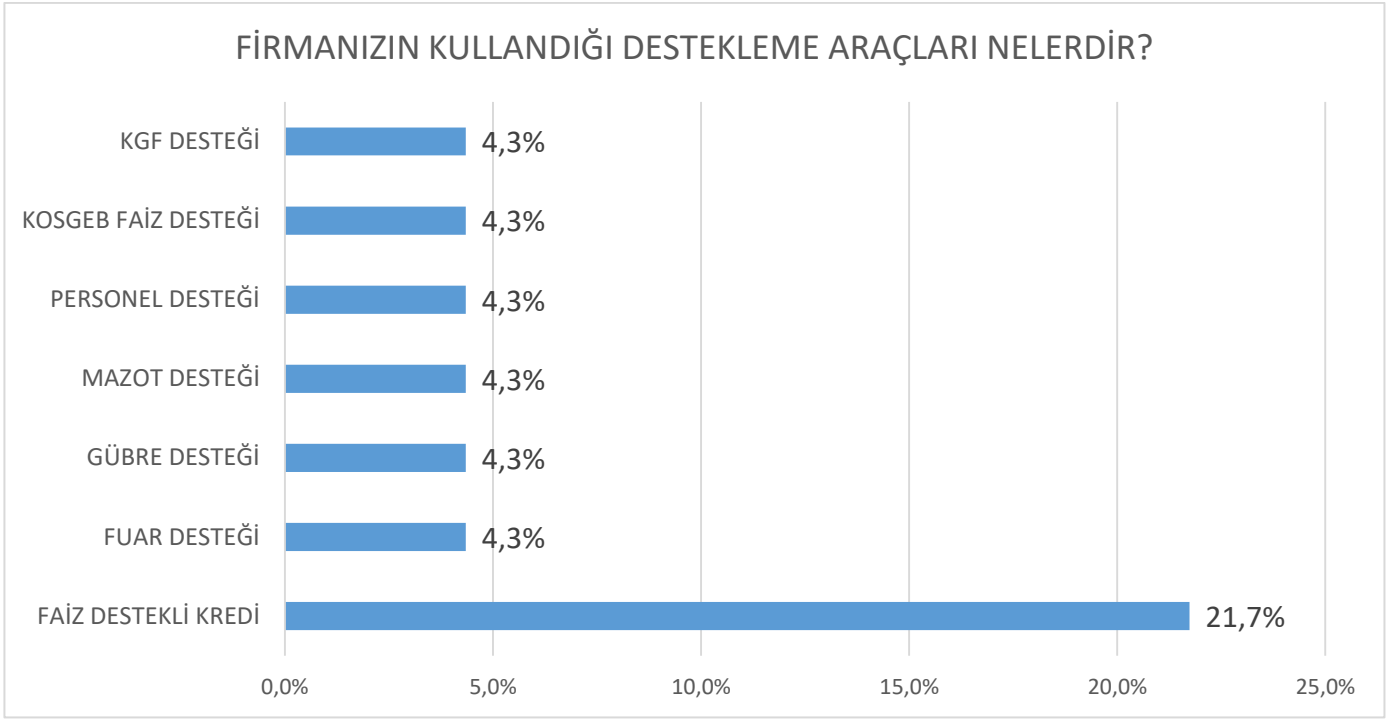
Şekil. 10.2



Şekil 10.3

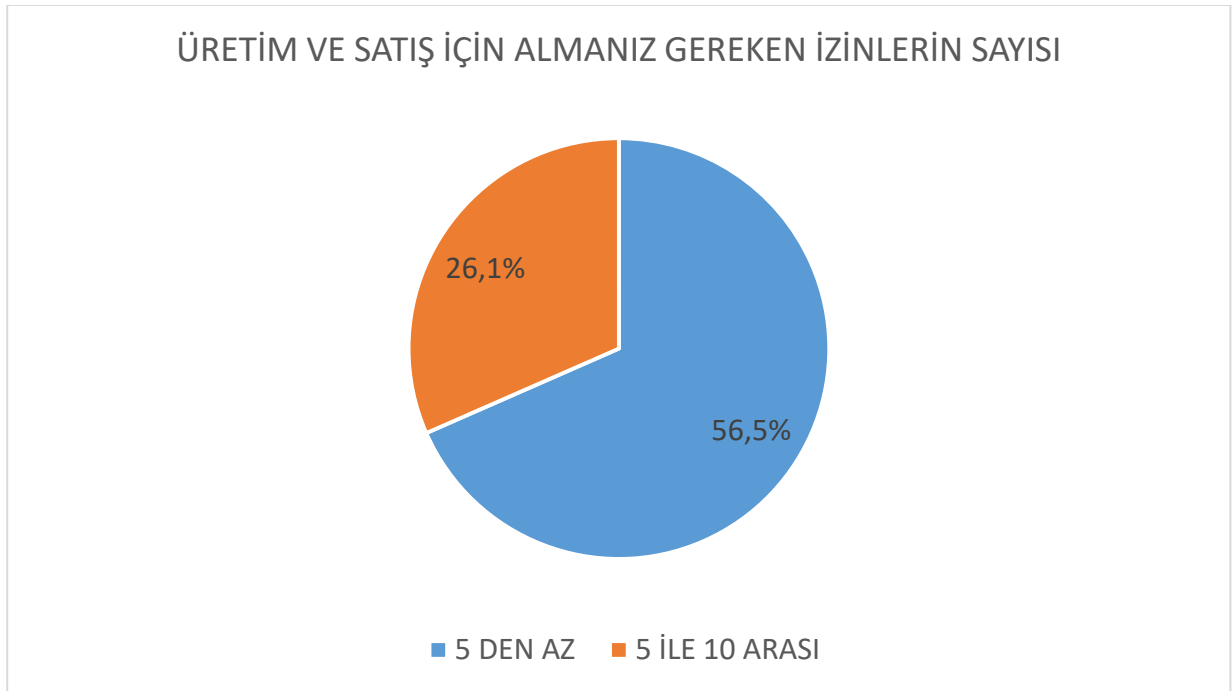
Firmaların büyük çoğunluğu devlet desteklerinden faydalanamamaktadır. Bunun başlıca sebepleri; süs bitkileri sektörüne uygun bir destekleme modelinin olmaması, mevcut kredi destekleri için teminat şartlarının ağır, vadelerin kısa olması, kredi faiz oranlarının yüksek olması ve genel olarak devlet destekleri 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

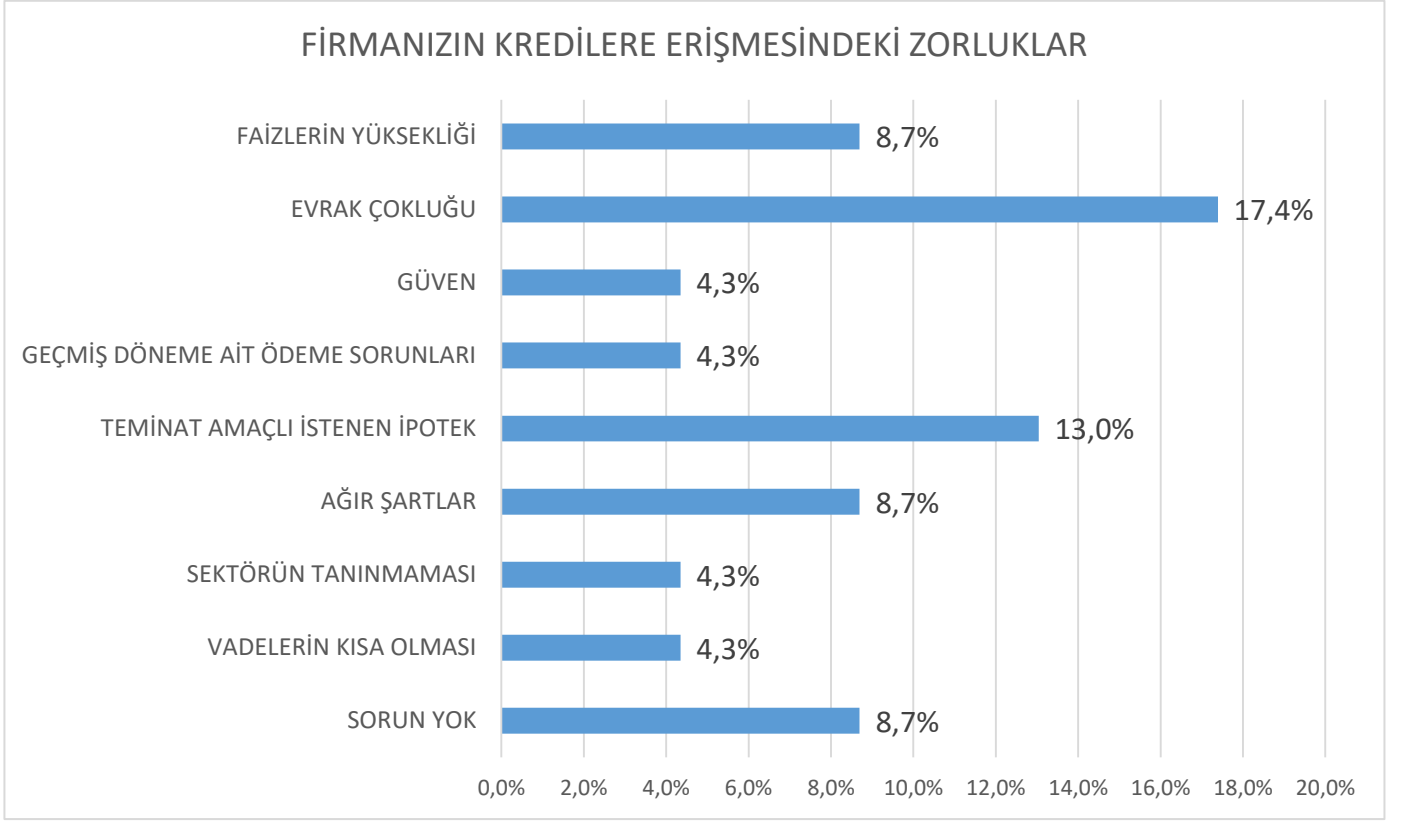


Şekil 11.1

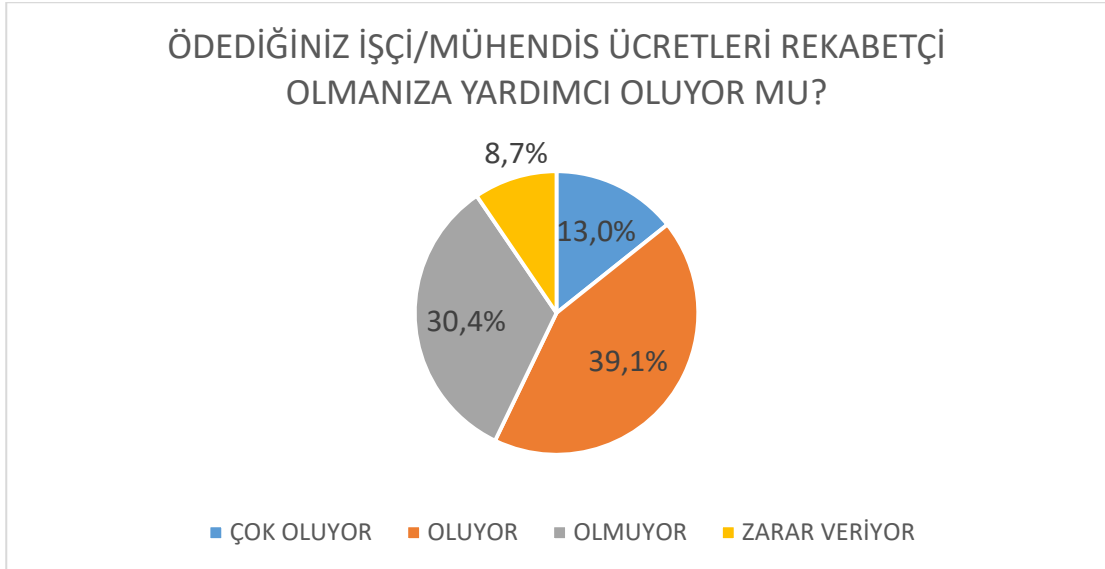
Firmaların %56,5'i üretim ve satış için alınması gereken 5'den az izin olduğunu belirtmişlerdir.

BÖLÜM 12: FİNANSMAN VE KREDİ

Firmalar finansman ihtiyacını özkaynakları (%50) ve banka kredileri (%50) ile gidermektedir. Kredilere erişimde zorluk yaşayan firmalar, yaşadıkları zorlukları aşağıdaki şekilde ifade etmişlerdir:



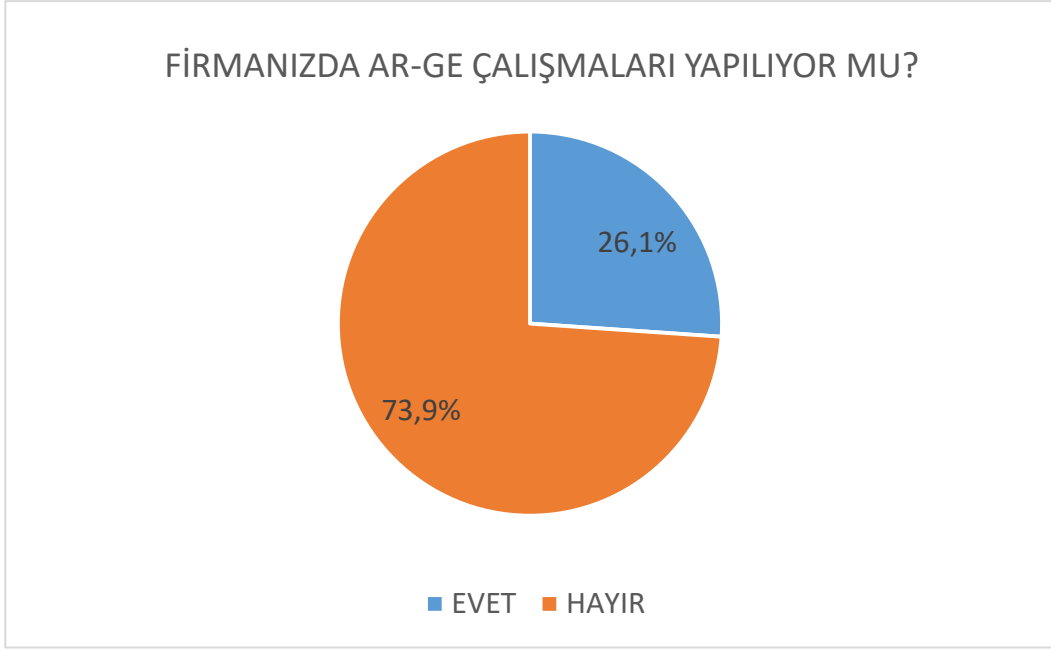
Şekil 12.1



Şekil. 12.2

Firmaların yarısından fazlası personel ücretlerinin rekabetçi olmalarına yardımcı olduğunu belirtmiştir.

BÖLÜM 13: AR-GE VE BİLİM

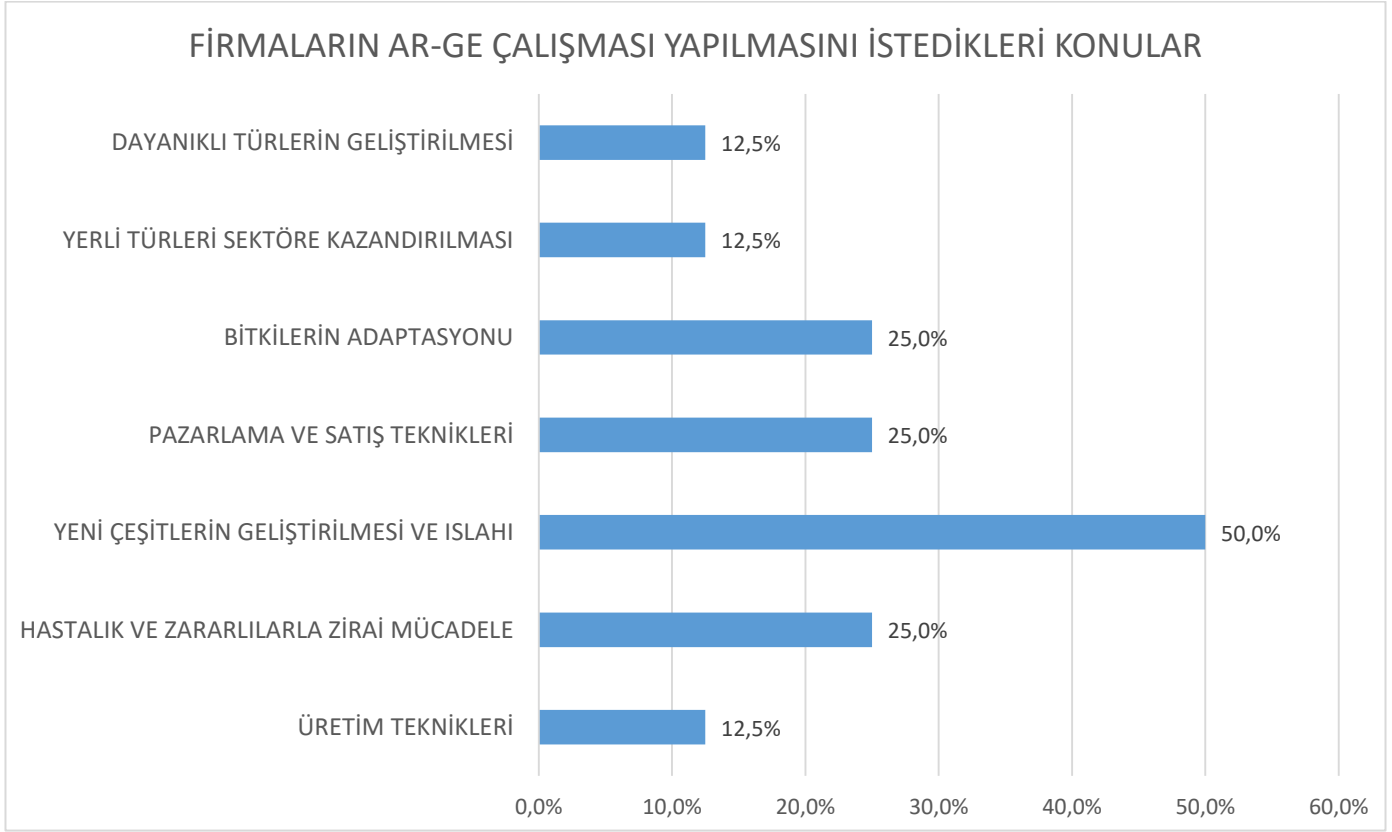


Şekil 13.1

Firmaların %73,9'u AR-GE çalışmaları olmadığını belirtmişlerdir. AR-GE çalışması olanlar ise çoğunlukla bu çalışmaları 1 personel ile yürütmektedirler. Az sayıda AR-GE çalışması olanlar personel başına AR-GE harcamalarının yıllık 10 bin TL'den az ve bir firma da 50 bin TL den fazla olduğunu söylemişlerdir.

Ankara bölgesinde AR-GE çalışmalarının oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. AR-GE çalışmalarının arttırılması 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



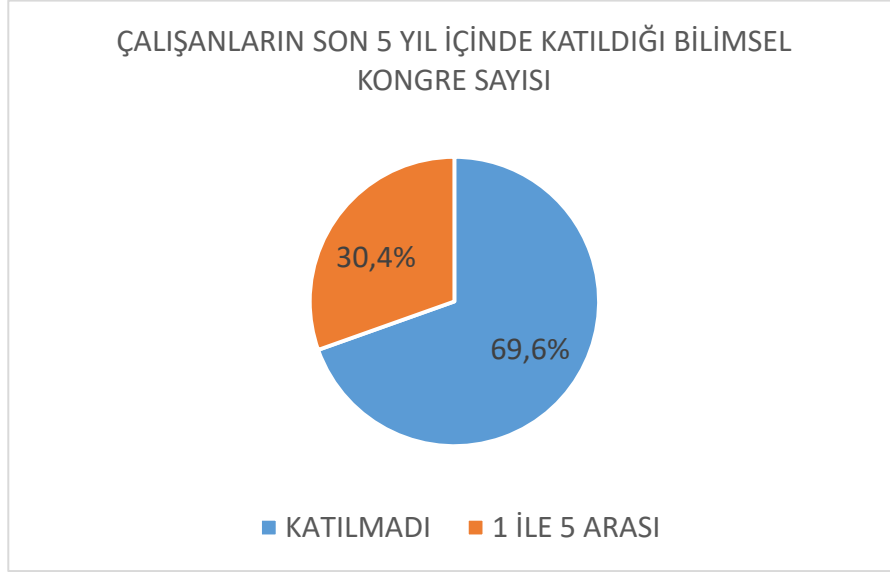
Şekil 13.2

Bu soruya cevap veren firmalar, AR-GE çalışmalarının yapılmasını istedikleri konulara grafikteki yanıtları vermişlerdir. Özellikle yeni çeşitlerin geliştirilmesi ve ıslahı, satış-pazarlama, bitkilerin adaptasyonu, hastalık-zararlılarla mücadele ve üretim 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.

13.2 Son 5 Yılda Bilimsel Kongreye Katılım

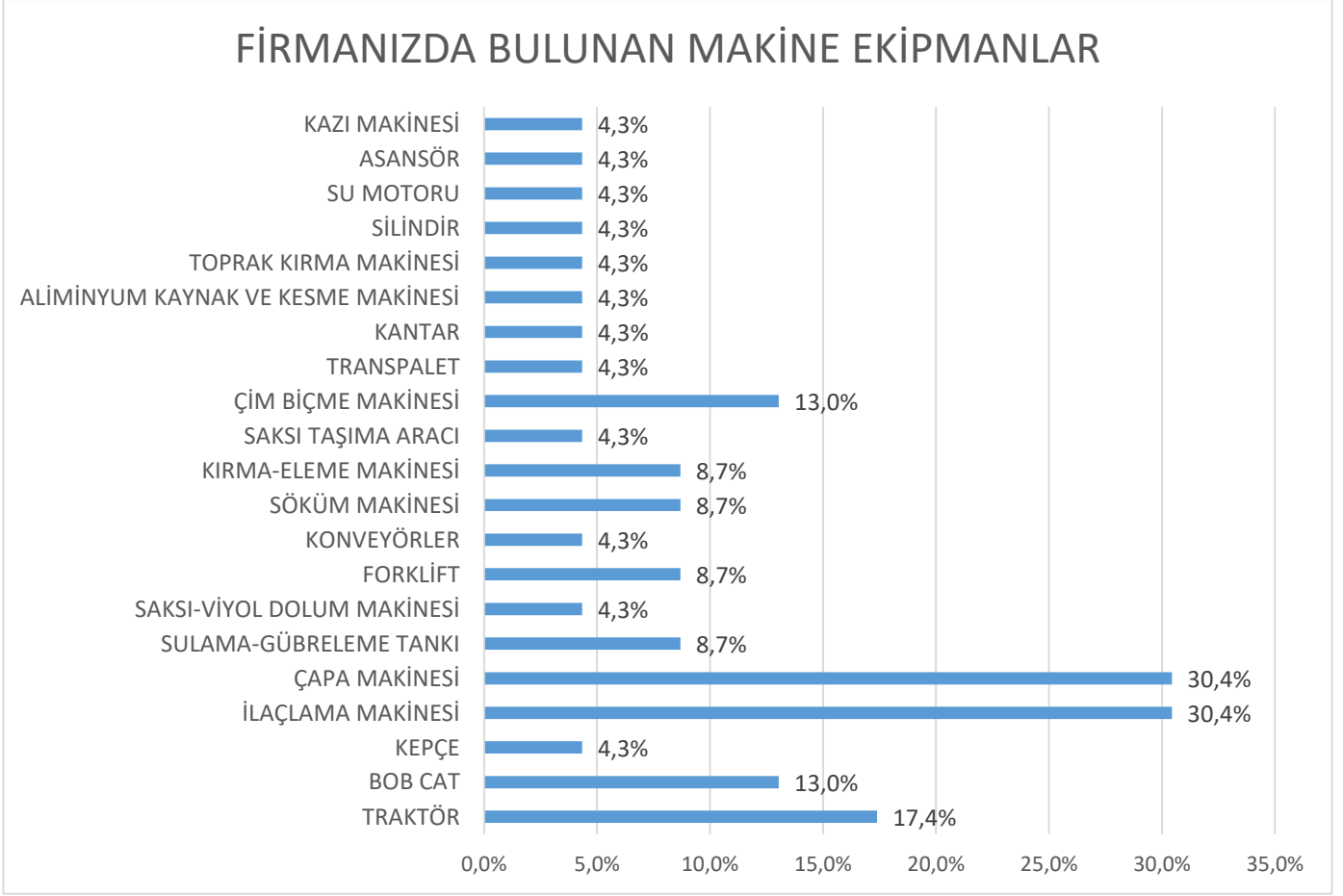
Son 5 yılda bilimsel kongreye katılan firmaların grafiği aşağıda verilmiştir:



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. Systemsizlikten 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

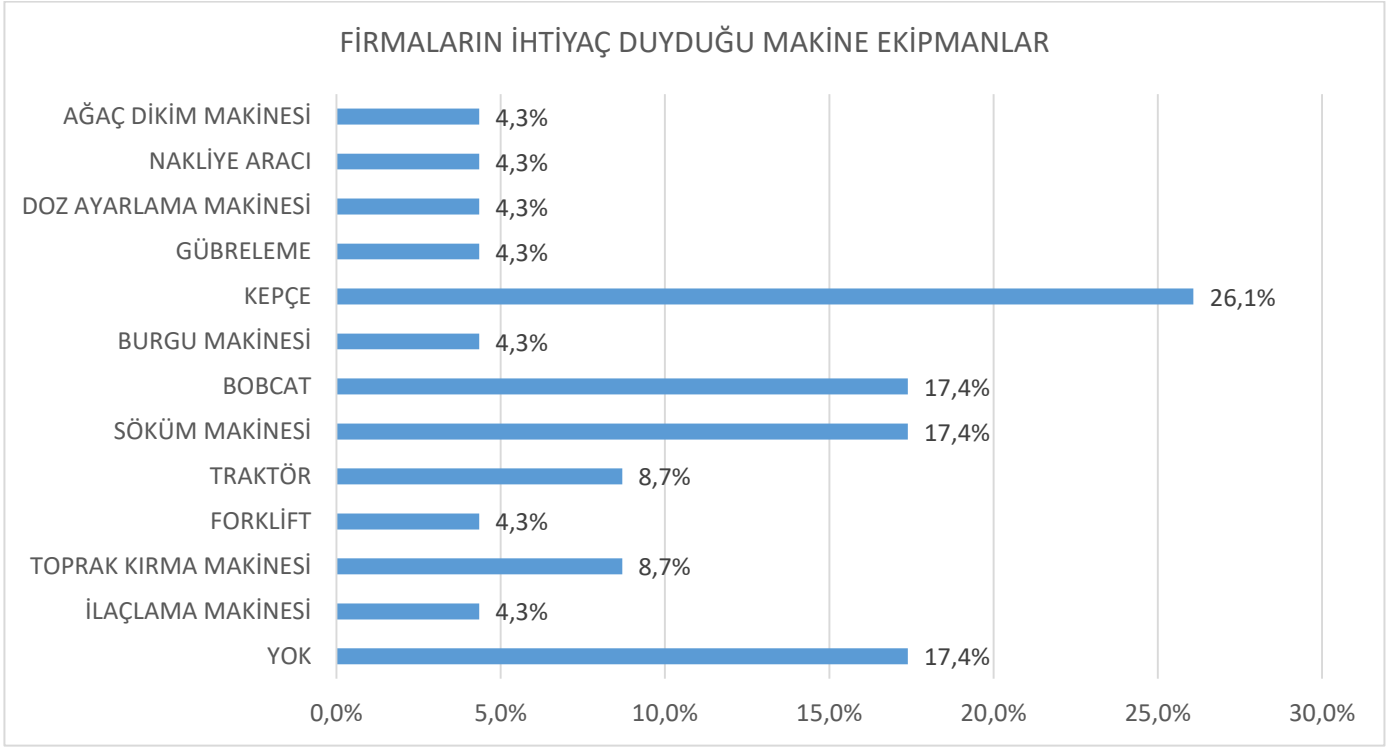


Şekil 14.1

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.

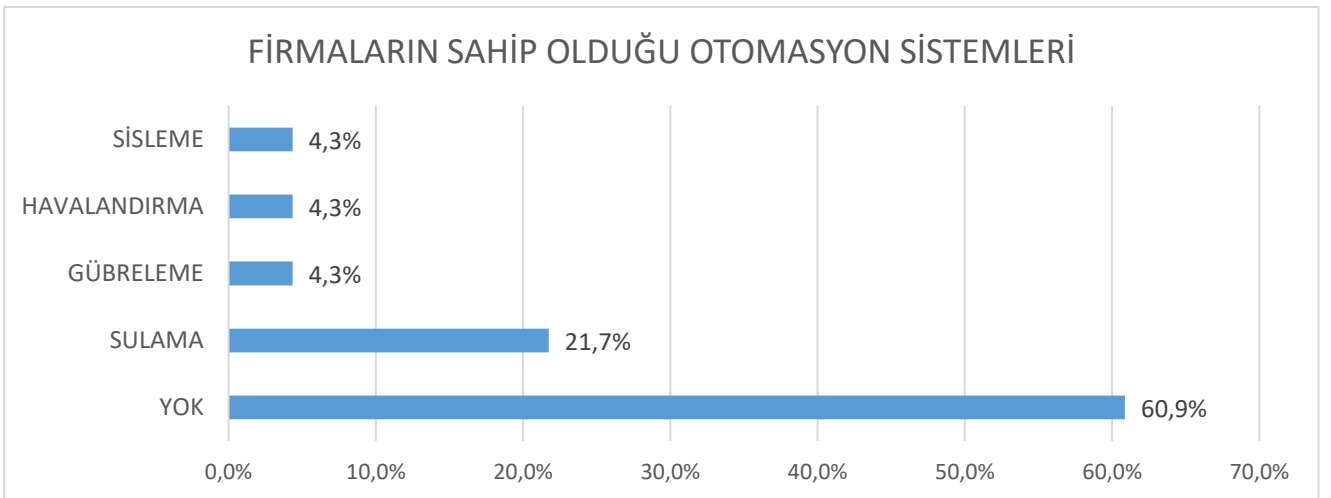
14.1 Sektörün İhtiyaç Duyduğu Makine ve Ekipmanlar



Şekil 14.2

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 Ankara bölgesinde üretilmeleri için çalışmalar yürütülmelidir. Bunlarla ilgili kamu kurumlarına projeler yazılabilir.

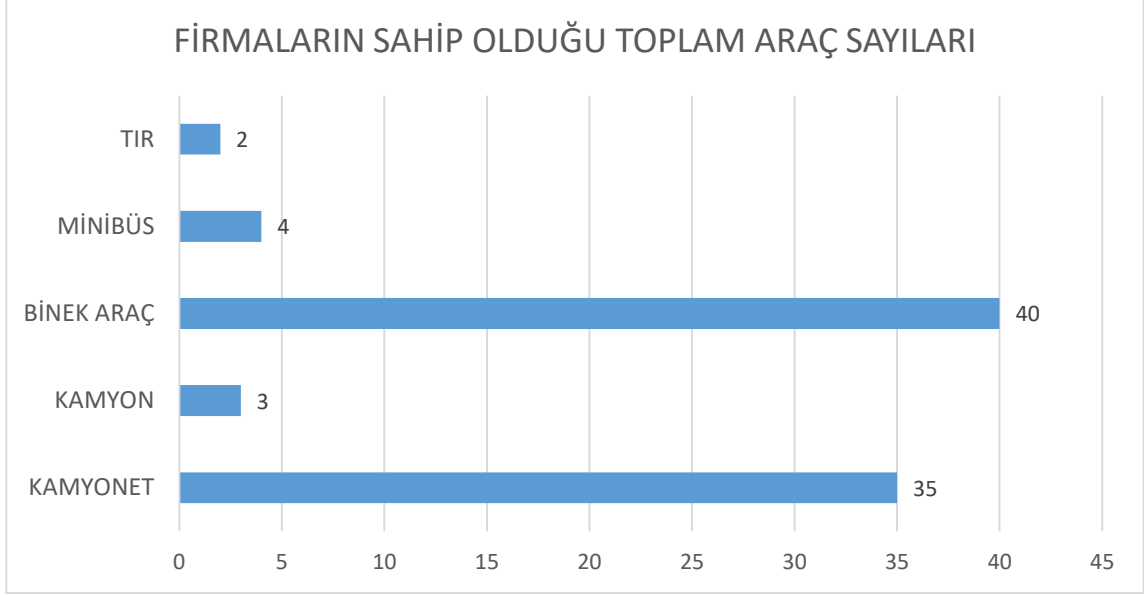
14.2 Firmaların Sahip Olduğu Otomasyon Sistemleri



Şekil 14.3

Ankara'daki firmaların otomasyon sistemlerini büyük çoğunlukla kullanmadığı görülmüştür. İhtiyaca bağlı olarak otomasyon sistemlerinin geliştirilerek yaygınlaştırılması da yazılabilecek projelerdendir. Avrupa'daki firmalarla kıyaslandığında sektör firmalarının genelini 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

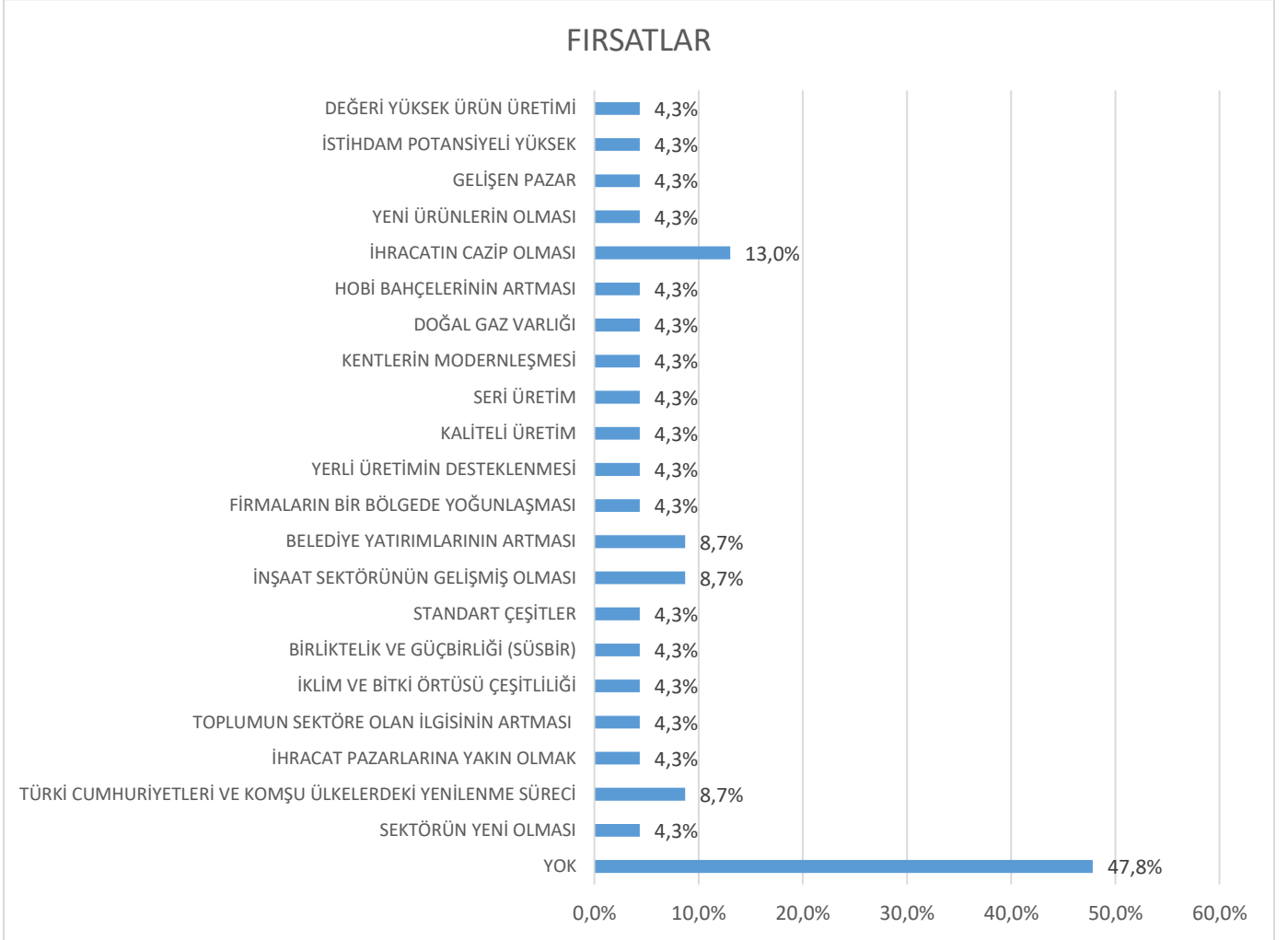


Şekil 14.4

Ankara 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.

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

15.1 Fırsatlar

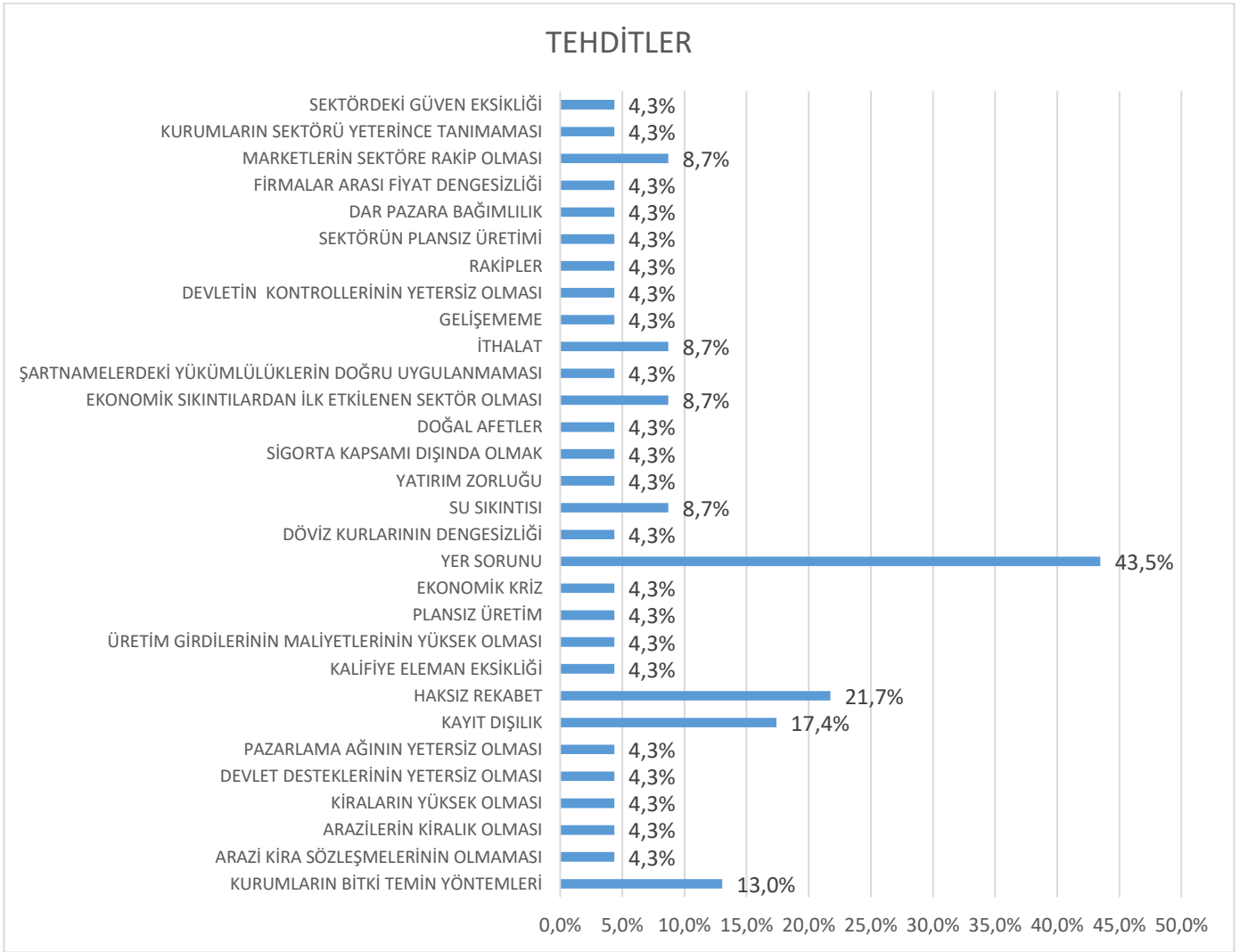


Şekil 15.1

Ankara'daki firmaların belirttiği fırsatlar içerisinde sadece ihracata yönelik başlıklar öne çıkmıştır. Diğer başlıkların geniş bir yelpazeye dağıldığı görülmektedir.

Grafikte fırsat olarak belirtilen başlıklardan bazıları güçlü yönlerle karıştırılmıştır.

15.2 Tehditler

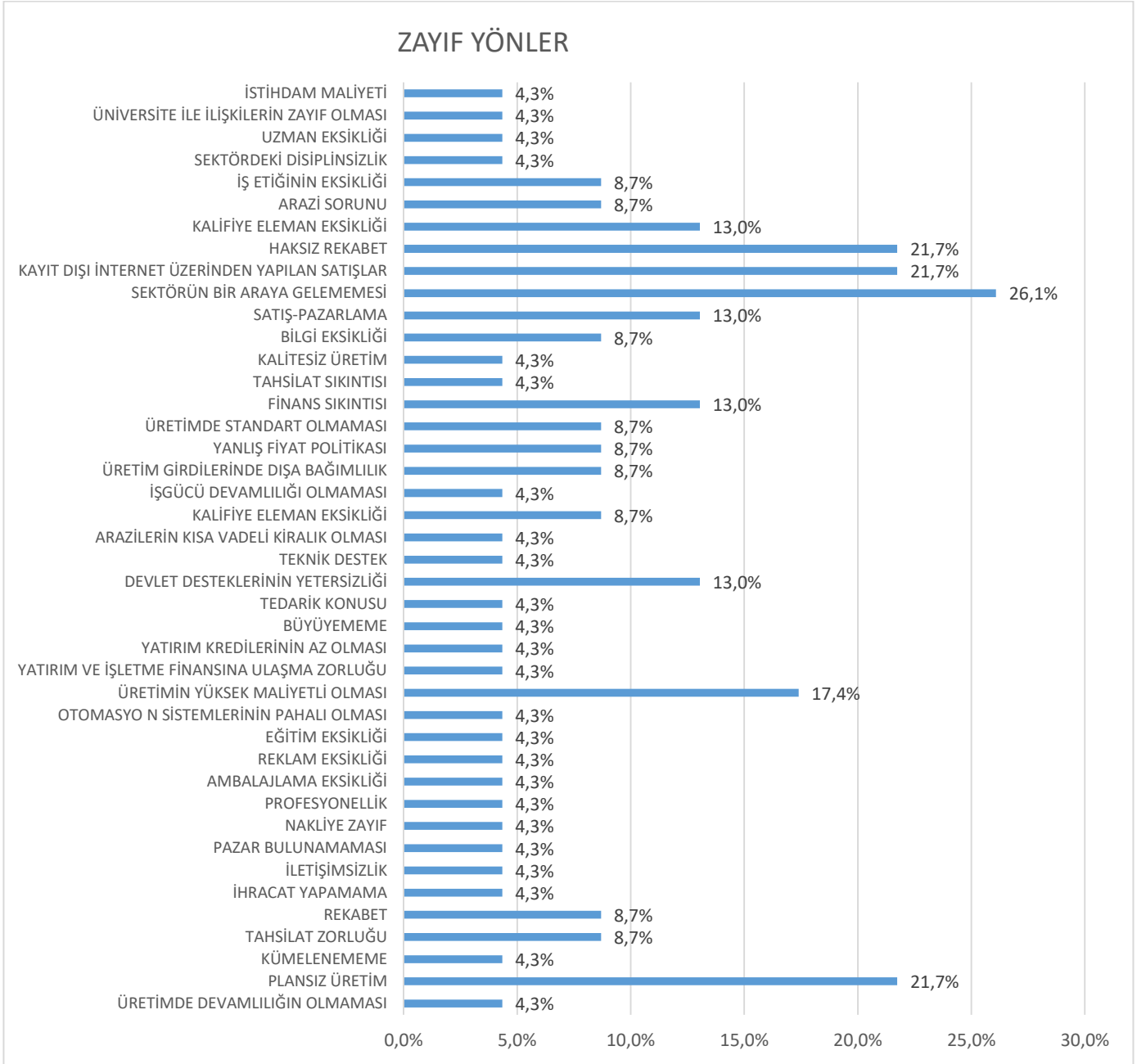


Şekil 15.2

Firmaların belirttiği tehditlerden en çok orana sahip olan başlık yer sorunudur. Tehditlerde ayrıca haksız rekabet ve kayıt dışılık ve kurumların bitki temin yöntemleri başlıkları dikkat çekmektedir. Bunun yanı sıra sektörün maruz kaldığı pek çok diğer konu da belirtilmiştir.

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

15.3 Zayıf Yönler



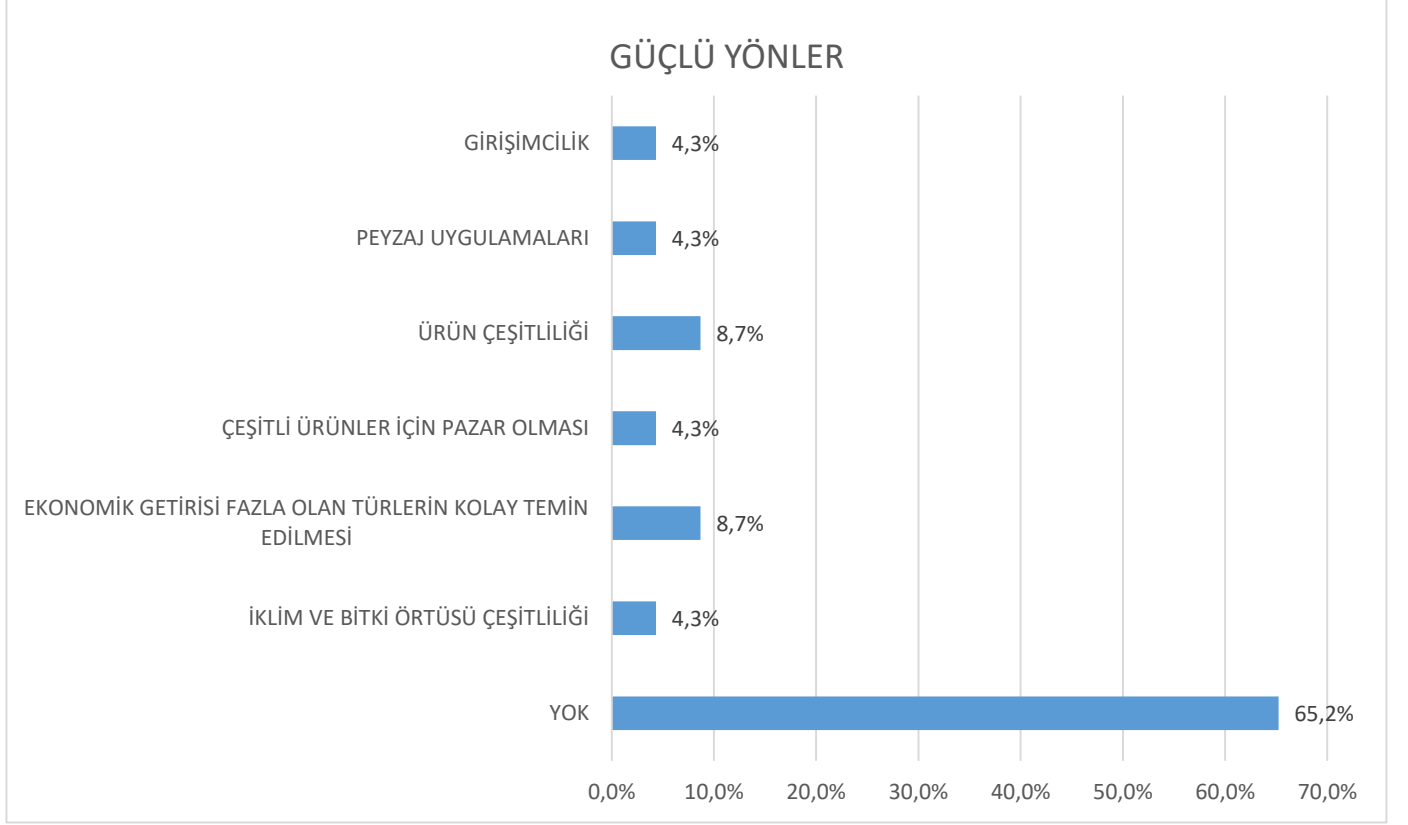
Şekil 15.3

Satış-pazarlama, plansız üretim, üretim maliyetlerinin yüksek olması, finans sıkıntısı, kalifiye eleman eksikliği sektörün en belirgin zayıflıkları olarak ortaya çıkmıştır. Bunun yanısıra sektörün zayıf yönlerini ifade eden konular düşük oranlarda geniş bir alana yayılmıştır.

- 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.

15.4 Güçlü Yönler



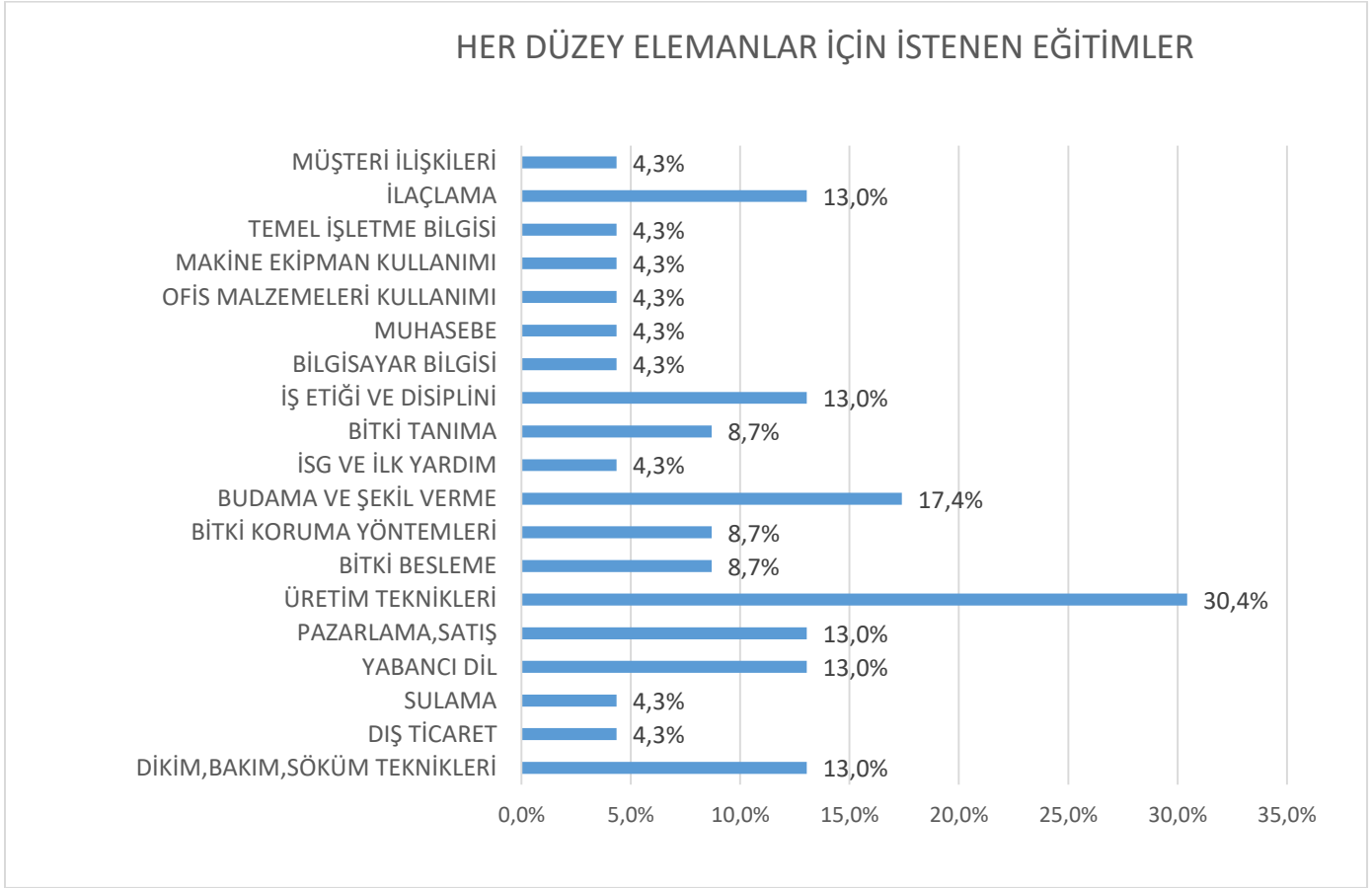
Şekil 15.4

Firmalar, düşük oranda az sayıda güçlü yönden bahsetmişlerdir.

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 (üretim teknikleri, budama ve şekil verme, bitki koruma, bitki tanıma, dikim, söküm ve bakım teknikleri, bitki besleme ve sulama), iş etiği, pazarlama-satış, müşteri ilişkileri, makine ekipman kullanımı 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



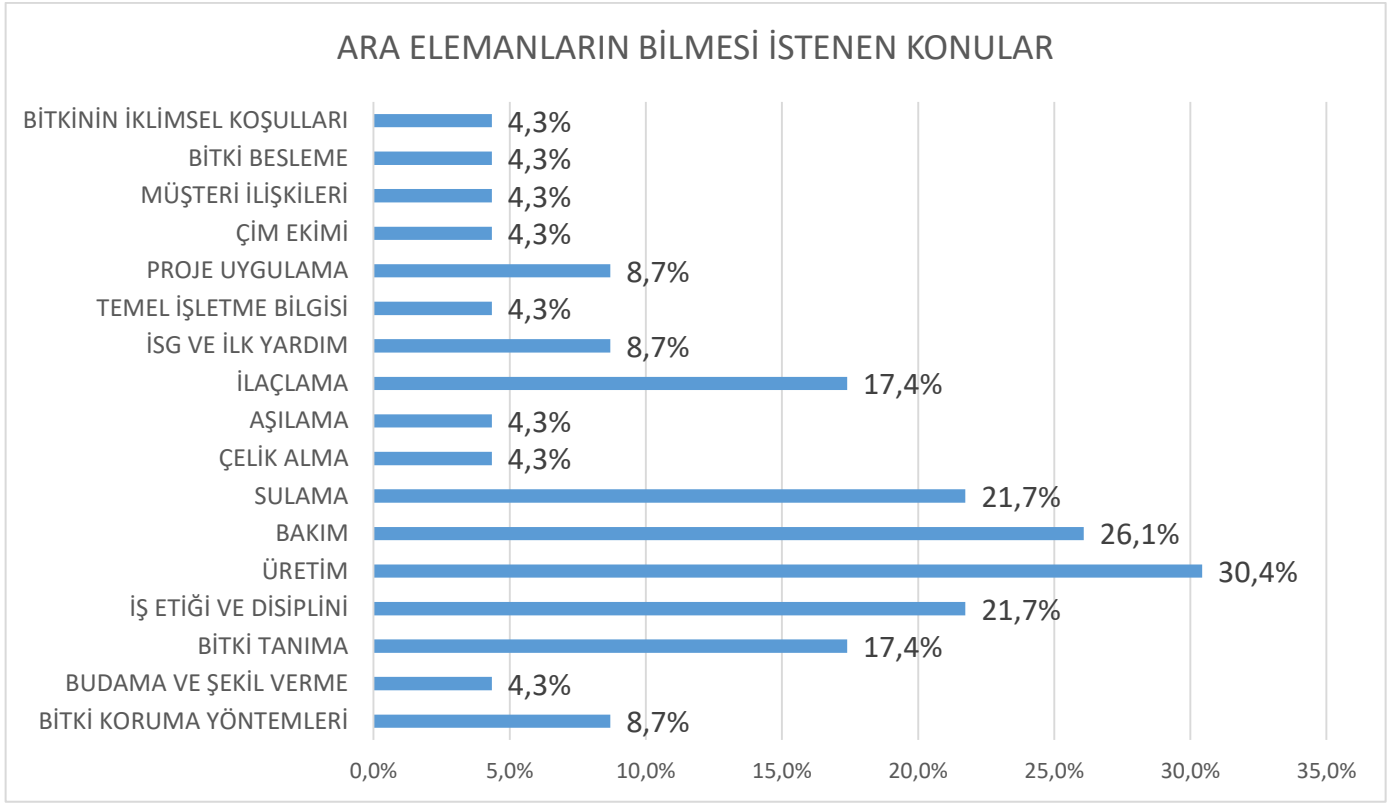
Şekil 16.1

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

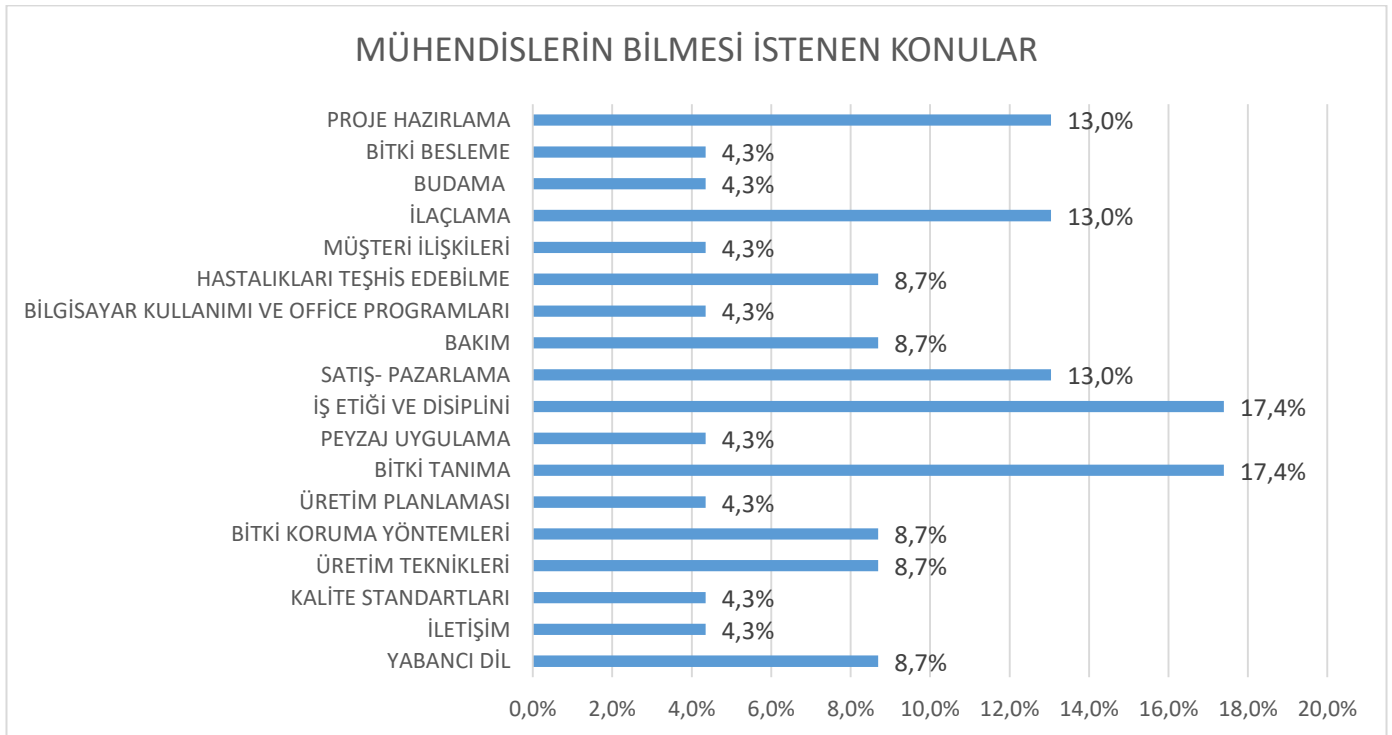
Firmalarda çalışan ara elemanların bilmesi istenilen konularda geniş bir alanı kapsamaktadır. En çok talep edilen eğitim üretim, bakım, iş etiği, sulama, bitki tanıma, ilaçlama, proje uygulama, İGS ve ilkyardım, bitki koruma konusundaki eğitimlerdir. Bu eğitimlerin yanısıra firmaların pek çok alanda eğitime ihtiyaç duyduğu 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



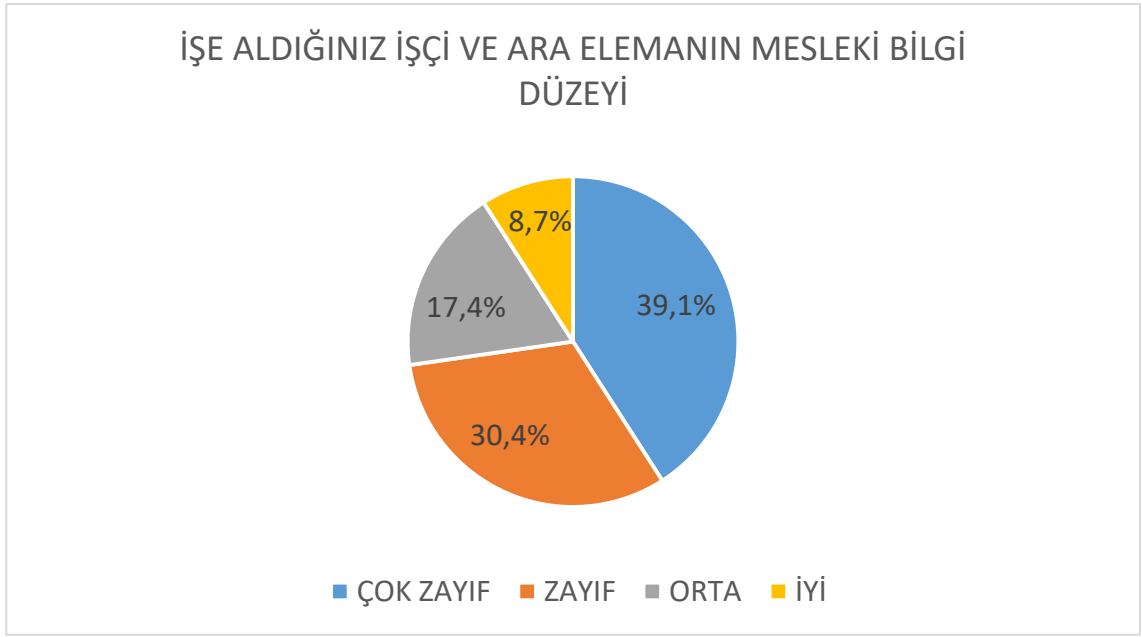
Şekil 16.3

Mühendislerin bilmesi istenen konuların başında; iş etiği ve disiplini, proje hazırlama, ilaçlama, satış-pazarlama, bitki koruma yöntemleri, yabancı dil, üretim teknikleri, bakım, hastalıkları teşhis edebilme gelmiştir.

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.

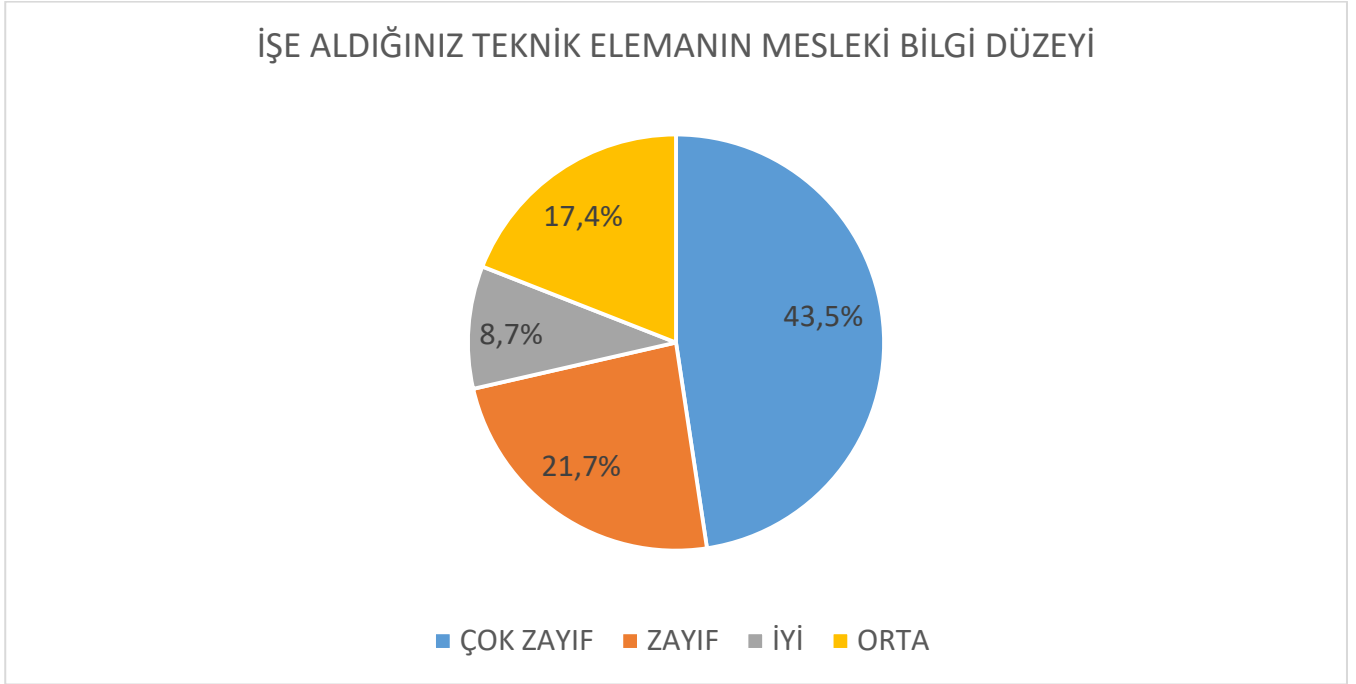
16.4 İşe Yeni Alınan Ara Elemanların Mesleki Bilgi Düzeyleri



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 seviyede 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 Ankara'dan, sadece İç Anadolu bölgesinden ya da sadece yurt dışından karşılamadıkları görülmüş, kullanılan üretim girdisinin çeşidine göre girdinin alındığı yerler farklılık göstermektedir. Firmaların üretim girdilerinden torf, toprak, tohum, fide, kasa, gübre, saksı, viyol, sera naylonu, zirai ilaç, perlit, pomza, cüruf, alet, ekipman ve hırdavat malzemeleri, sulama malzemeleri, mazot gibi malzemeleri Ankara bölgesinden sağlamaktadır.

Firmalar yukarıdaki bahsedilen ürünleri Ankara bölgesi dışından da temin etmektedir. %65 oranında firma yurt dışından çeşitli girdi malzemeleri almaktadır. En çok alınan malzemeler torf, toprak, ilaç, tohum, saksı, fidan, bambu, gübredir.

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

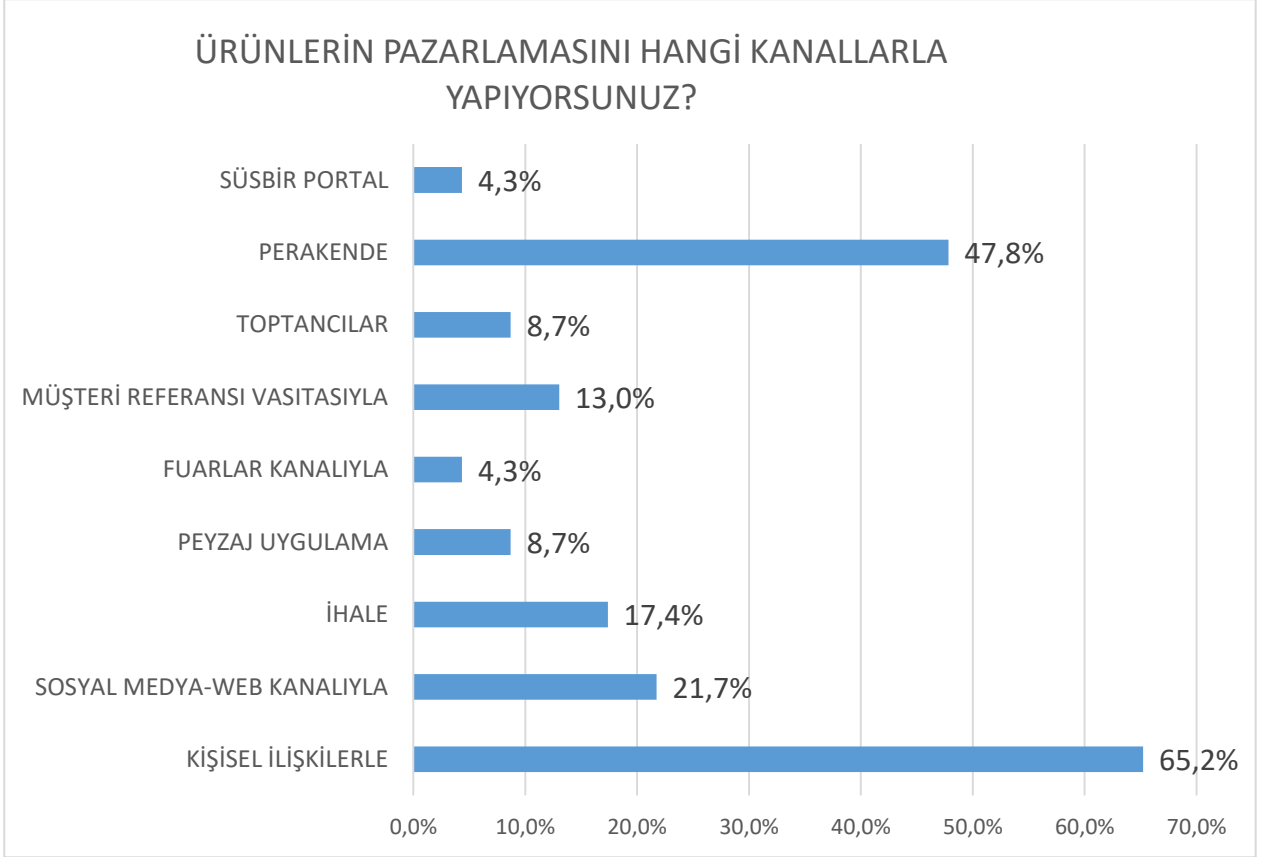
Ankara bölgesi dışından alanlar da genellikle malzemelerin pahalı olduğunu söylemişlerdir.

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

ulaşmıştır. 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.

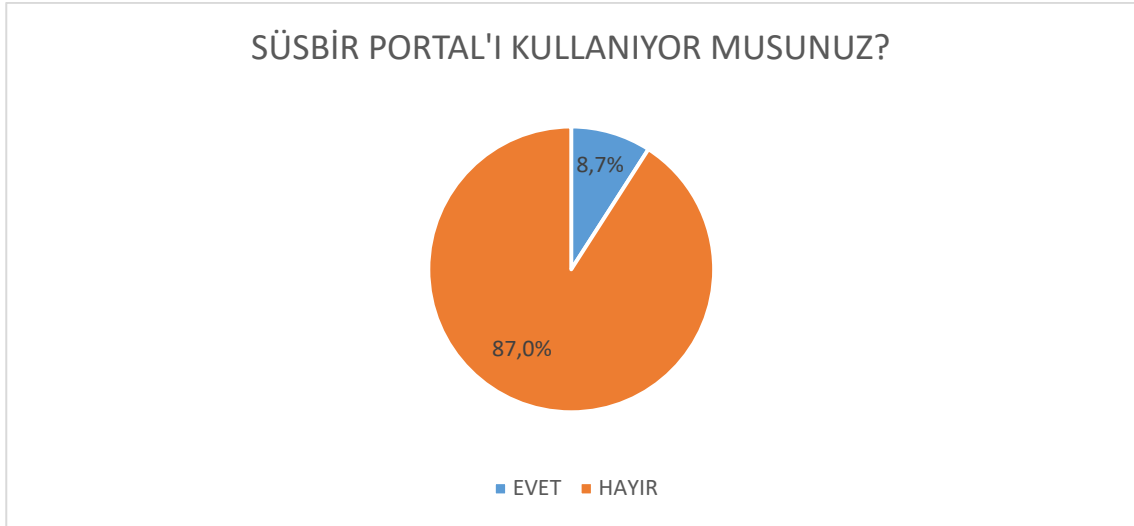
17.1 Ürünlerin Pazarlanması



Şekil 17.1

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

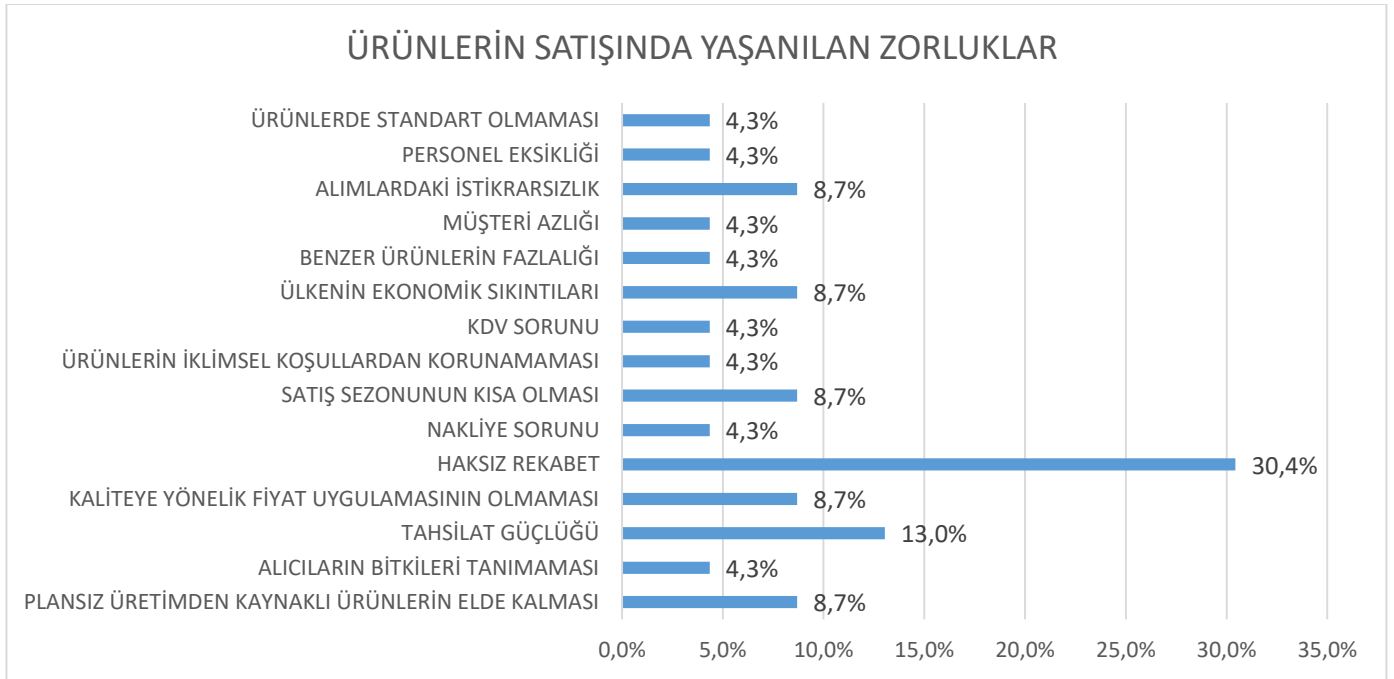
Pazarlama kanalı olarak SÜSBİR Portalı kullanıp kullanmadıklarını sorduğumuz üyelerin verdikleri cevaplar grafikte sunulmuştur:



Şekil. 17.2

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

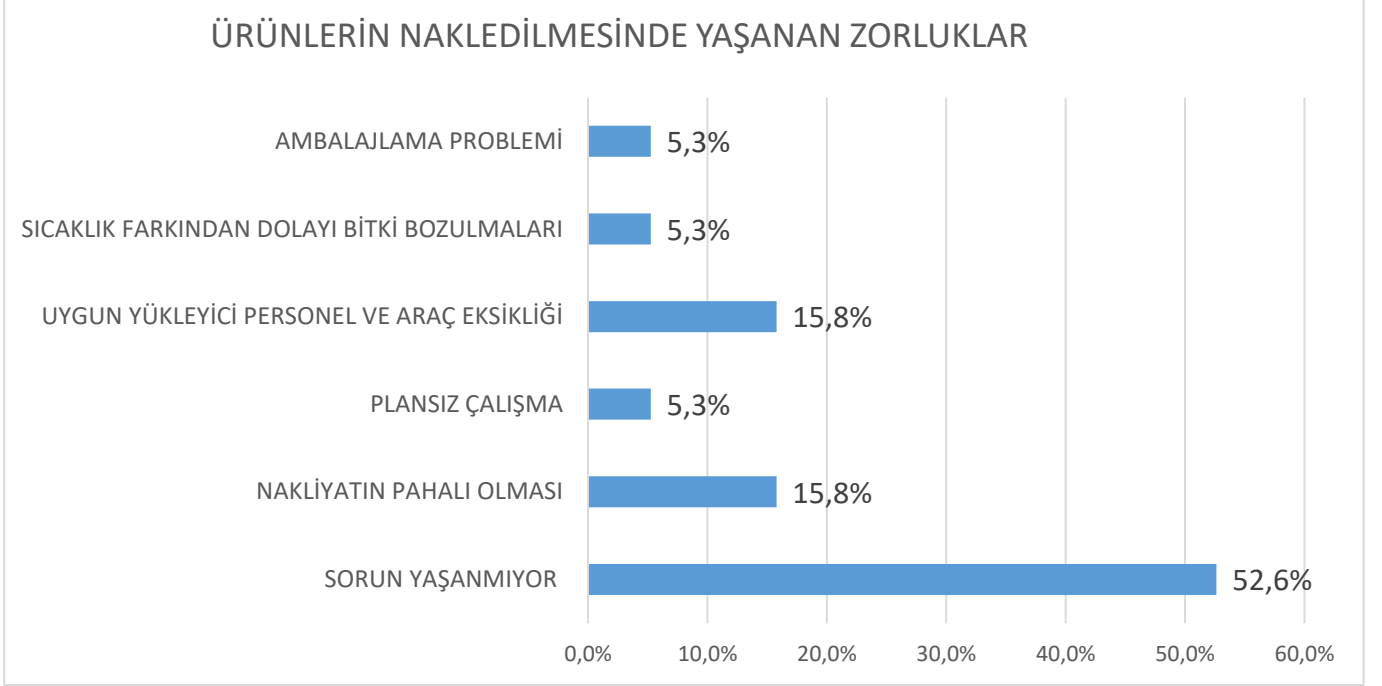
17.2 Ürünlerin Satışında Yaşanan Zorluklar



Şekil 17.3

Ürünlerin satışında haksız rekabet ve tahsilat güçlüğü sonucu öne çıkmış olmakla birlikte çok sayıda zorluk dile getirilmiştir. Bu sorunların giderilebilmesi için **İhtisashlaşmış Satış ve Pazarlama Kooperatifinin** kurulması doğru bir strateji olacaktır.

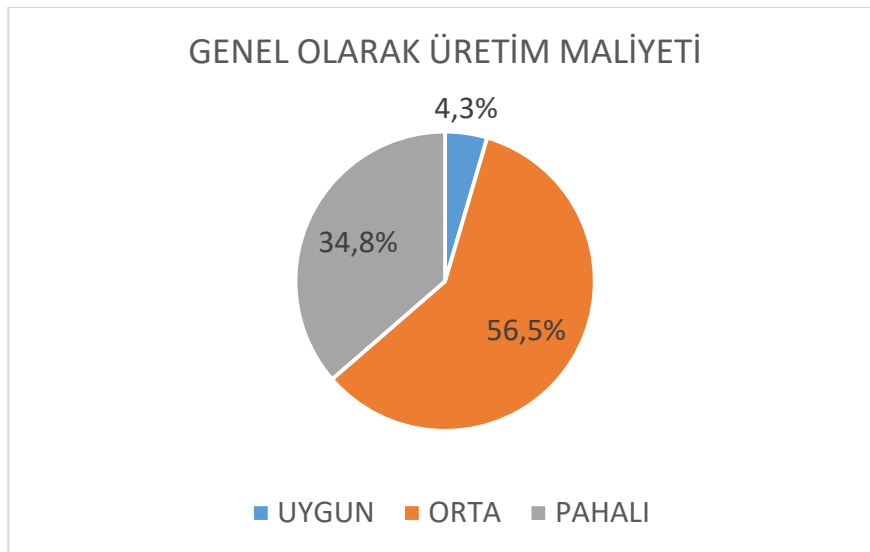
17.3 Ürünlerin Nakledilmesinde Yaşanan Zorluklar



Şekil 17.4

Firmaların yarısı nakliyatla ilgili sorun yaşamadıklarını belirtmişlerdir. Sorun olarak öne çıkan başlıklar ise Ürüne uygun yükleyici araç ve eğitilmiş personel olmaması, nakliyatın pahalı olması, ambalaj problemi ve sıcaklık farklarından dolayı bozulmalar olarak öne çıkmıştır. Grafikte belirtilen konulardan dolayı taşımacılık konusunda uzmanlaşma olmadığı sonucu ortaya çıkmıştır.

17.4 Genel Olarak Üretim Maliyeti



Şekil 17.5

Firmaların yaklaşık %60'ı üretim maliyetlerinin orta düzeyde olduğu belirtmişlerdir.

BÖLÜM 18: ANKARA BÖLGESİ SÜS BİTKİLERİ ÜRETİCİLERİNİN KÜMELENME YOL HARİTASI

1- Ankara bölgesinde firmaların üretim yaptığı kapalı alanların %80'e yakını 10 da'ın altındadır. Ankara bölgesinde firmaların üretim yaptığı açık alanların %52,2'si 10 da'dan az, %21,7'si 10-25 da arası, %8,7'si 25-50 da arası, %17,4'ü ise 100 da'dan büyüktür.

Üretim kapalı alanda ve açık alanda çoğunlukla küçük arazilerde yapılmaktadır. Bunun sebebi Ankara'da üretimin alıp büyütüp satma şeklinde olmasına bağlı olarak, sirkülasyonun hızlı olmasıdır.

Üreticilerin, yaklaşık %17,4'ü büyük üreticiler, %30'u orta ölçekli üreticiler ve yaklaşık %52,2'si küçük üreticiler olarak ayrıldığı görülmektedir.

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

2- Ankara bölgesindeki üreticilerin % 72,6'sı kiracıdır. Bunun yüksek oranda olması firmaların geleceğini tehdit eden bir unsurdur.

Üretim yapılan arazilerde tespit ettiğimiz en önemli problemler; kiralanan arazilerinin büyük çoğunluğunun şahıstan kiralınmış olması ve %42,1'inin kiralama sürelerinin 1 yıl olmasıdır. Bu durum kısa süreli kiralanan arazilerde üretim yapan firmalar için çok fazla risk oluşturmaktadır.

Firmaların %84'ü kiralanan arazilerin bedelinin yüksek ya da çok yüksek olduğunu belirtmişlerdir. Kiralama sürelerinin çok kısa ve kira bedelleri çok yüksek olan alanlarda üretim yapan firmalar için çok fazla risk söz konusudur.

3- Ankara'da firmalar en çok satışı iç pazarda Belediyelere, Kamu Kurumlarına ve Fidanlıklara, Peyzaj ve İnşaat firmalarına, son tüketicilere yapmaktadır. Uygun yerlerde ortak Show-room'lar açılarak parkende pazarının geliştirilmesi faydalı olacaktır.

4- Firmalara sorulan 'Firmanızın ortaya çıkardığı yeni bir ürün ve üretim tekniği Ankara'da sektörünüze nasıl yansır?' sorusuna yanıt olarak etkisi olur ve çok etkisi olur seçeneğini işaretleyen üreticilerin oranı %74 olarak ortaya çıkmıştır. Buradan hareketle, Ankara 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 %65 oranında etkisi olacağı yönünde olmuştur.

Sonuç olarak, firmalar hem Ankara 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.

5- Firmaların %82,6 lık kısmı bünyesinde sabit mühendis çalıştırmaktadır. Sektörün %17,4'ü mühendis çalıştırmamaktadır. Bu firmalar, süs bitkisi üretici belgesine sahip firmaların mühendis çalıştırmamasının zorunlu olması sebebiyle, mühendis çalıştırmayı hizmet alımı şeklinde uygulamaktadır.

Firmaların %21'i tekniker çalıştırmaktadır.

Mühendis çalıştıran firmaların %80'i bünyesinde, 1 mühendis çalıştırmaktadır. Firmaların %20'ye yakınında 10'dan fazla personel bulunmaktadır.

6- Firmaların kalifiye eleman temininde yaşadığı en önemli sorun elemanların yeterli mesleki 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.

Personeller sahada çalışmak istememekte, 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. Buna bağlı olarak ücretin yanısıra çalışacak kişilerin çalışma şartlarını beğenmemesi sektöre olan ilginin azalmasına sebep olmaktadır.

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.

7- SÜSBİR AKADEMİSİNİN kurulması hakkında görüşlerini sorduğumuz firmaların verdikleri cevaplarda da kalifiye eleman yetiştirmek üzere bir akademi kurulmasının sektör tarafından gerekli görüldüğü %91,3 oranında ortaya çıkmıştır. Sektörel kümelenme sürecinde, kalifiye eleman temininde yaşanan bu zorluklar ortadan kalkacaktır. Akademi ile ilgili ayrıntılı bilgi, eğitim yapısı ve genel planı SÜSBİR Akademisinin projesin de hazırlanmıştır.

8- Yurt dışındaki kümeler (birlikler, kooperatifler) ile son 5 yılda yapılan anlaşmalarınız var mı? Sorusuna verilen cevaplara göre;

Firmalar %90,9 oranında Yurtdışındaki kümelerle son 5 yılda anlaşma yapmadıklarını ifade etmiştir. Soru tam olarak anlaşılabilir. Gelecek dönemlerde Ankara Bölgesinde bulunan sektörel dernekler ve kooperatiflerin diğer ülkelerdeki sektörel örgütlerle işbirliği protokolleri imzalamaları için çalışmalar yapılmalıdır.

9- Firmaların %30,4'ü son 10 yılda firmalarına olan yurtiçi talebin arttığını belirtmişlerdir. Talebin azaldığını beyan eden firmaların oranı %34,8 dir. Bunun nedenlerinin detaylı bir şekilde araştırılması ve nedenlerinin ortaya çıkarılması için bunu söyleyen firmalar ile tekrar görüşmekte fayda vardır.

10- Firmaların %73,9'u yurtdışı talebin olmadığını, %17,4'ü aynı kaldığını, %4,3'ü yurt dışı talebin azaldığını belirtmişlerdir. Süs bitkileri sektöründe ihracatın son birkaç yılda artış göstermiş olmasına rağmen Ankara bölgesi özelinde sektör firmalarının bundan yararlanmamasının nedenlerinin araştırılması gerekmektedir.

11- Firmaların % 56,5'i Ticaret Bakanlığı desteklerinden yararlanarak yurt dışında şube açmak istemediklerini belirtmişlerdir. Yurt dışında şube açmak isteyen Firmalar 'Hangi ülkede şube açmak istiyorsunuz?' sorusuna, Hollanda, İtalya, Karadağ, Moldovya, Dubai, Hindistan ve Rusya cevaplarını vermişlerdir. Bu ülkelerin ilgili sektör firmaları için doğru hedef pazarlardan olduklarının kontrolü yapıldıktan sonra Ticaret Bakanlığı desteklerine başvurulabilir. 'Hayır' diyen kesim ile bu konu detaylı bir şekilde görüşülerek nedenleri öğrenilmelidir.

Ticaret Bakanlığı desteklerinden yararlanarak yurt dışı iş seyahatlerine katılmak ister misiniz sorusuna firmaların %73,9'u 'Evet' yanıtını vermiştir. Firmalar, Hollanda, İtalya, Almanya, Çin, Amerika, Dubai ve İspanya'ya seyahat etmek istemektedirler. 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 %39,1 oranında 'Evet' cevabı verilmiş ve merkezin açılmasını istedikleri ülkeleri firmalar şu şekilde belirtmişlerdir; Almanya, İtalya, Hollanda, Türki Cumhuriyetleri, Çin, İspanya ve Fransa. En uygun olan ülkelere başlanarak şirket kurma vb. ticari konular incelenerek bu ülkelerde sırayla Türk Ticaret Merkezleri kurulması çalışmaları yapılacaktır.

12- Firmalar ortaklık anlaşmaları olup olmadığı sorusuna %90,9 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.

Az sayıda da olsa firmalarla üretim ortaklığı, pazarlama ortaklığı, AR-GE ortaklığı mevcuttur. Sonuç odaklı işbirlikleri(AR-GE, 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 **İhtisaslaşmış 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 yapılarak çalışmalar ortaklık şeklinde yürütülebilir.

Ayrıca firmalar Teknoloji ortaklığı kurmamış, kurulan diğer ortaklıklar ise tasarım düzeyinde olmuştur. Özellikle Ankara 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, **İhtisaslaşmış Satış-Pazarlama kooperatifleşme** modeli ile çözülebilir.

Yapılan işbirlikleri büyük çoğunlukla diğer firmalar ve firma yöneticileri arasında olmaktadır.

Ortaklıkların oluşmasında daha önce yapılan ortaklıklar, aynı coğrafi alanda bulunmak, fuarlar ve kişisel temasların katkı yaptığı ifade edilmiştir.

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

Ortaklık kanallarının geliştirilmesi amacıyla fuarlarda ortaklık kültürünün geliştirilmesi ve faydaları ile ilgili panellerin düzenlenmesi yararlı olacaktır.

13- Firmaların tamamına yakınının çeşitli kurumlarla resmi olmayan işbirliği (iletişim) yapmaktadırlar. Firmalara çeşitli kurumlarla iletişim içerisinde olup olmadığı soruldu. Aşağıdaki sonuç ortaya çıkmıştır: Firmaların %95,7'si kişi ve kuruluşlarla iletişim-danışma içerisinde olduklarını belirtmişlerdir. Firmaların iş birliklerinin yapısının diğer şirket çalışanları ile görüşmeleri %87 oranında olduğu görülmüştür. Diğer firmalarla yapılan fikir alışverişi, %73,9'u diğer şirketlerin çalışanları ile yapılan diyaloglar ve teknik bilgi alışverişi ise %60,9'dur. Daha az oranda özel yatırımcılar ile olan fikir alışverişi yapılmaktadır. **Firmaların üniversite ve AR-GE kuruluşları ile diyaloglarının da %13 olduğu ve bu kurumlarla teknik bilgi ve teçhizat alışverişinin en düşük oranda %4,3 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, işbirliklerinin diğer şirketlerin çalışanları ve kurucuları, üniversite çalışanları, finans kurumlarının kurucuları-çalışanları ve özel yatırımcılar ile kendi çevresinde bulunan genellikle arkadaş, iş kontakları yoluyla ve meslektaş yoluyla kurulduğu sonucu çıkmıştır.

AR-GE kuruluşlarının çalışanları ile olan az sayıdaki işbirliklerinin daha çok kendi çevresindeki meslektaş ve arkadaş aracılığı ile kurulduğu görülmüştür.

Devlet personeli ile olan iletişimin ise iş kontakları ve meslektaş yoluyla kurulduğu görülmüştür.

Genel olarak Ankara bölgesinde üretim yapan firmaların iş ilişkilerinin bireysel deneyim ve tecrübelere dayalı olduğu, bu ilişkileri kurmalarına yardımcı olacak sistemin bulunmadığı gözlenmiştir.

14- Ankara'daki firmaların % 78,3'lük 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.

'Bölgenizde ürünlerin sergilenmesi için ortak Show-room kurulmasını ister misiniz?' sorusuna %86,4 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 %91,3 oranında 'Hayır' yanıtını vermişlerdir. İŞKUR hizmetinin Ankara bölgesindeki işletmelere anlatılması ve bu hizmetten faydalanmalarının sağlanması için bir eğitim ve bilgilendirme çalışması yürütülmelidir. Bunun nedeninin ayrıntılı olarak araştırılmasında fayda vardır.

17- Ürün alıp büyütüp satan firma oranı % 73,9'dur. Firmalar %60,9 oranında da alıp satma işlemi yapmaktadır. Ankara bölgesindeki firmaların %52,2'si üretim yapmaktadır. Firmaların %60,9'u arz talep planlaması, üretim için gerekli kaynakların tedarik edilmesi satın alımı/satımı %56,5'i süreçlerini tamamlamaktadır. Firmalar tarafından yapılan en az orana sahip süreçler; %34,8 ile taşıma, depolama ve nakliye.

Firmaların Ankara içerisinde %50'den fazlasını tamamladığı süreçler; ürün alıp büyütüp satma %69,6 ve arz talep planlaması %52,2'dir. %43,5 oranında firma taşıma, depolama ve nakliye işlemlerini Ankara içinde tamamlamaktadır. Ankara içinde üretim yapan firma oranı ise %39,1'dir. Üretim için gerekli kaynakların tedarik edilmesi satın alımı / satımı %30,4, ürün alıp satma %34,8'dir. Bu da gösteriyor ki firmalar üretimlerinin büyük bir kısmını Ankara dışında yapmaktadır. Ankara'nın sektörümüzde üretim üssüne dönüşebilmesi için firmalar ve yerel yönetimin iş birliği içerisinde çalışması faydalı olacaktır.

Firmaların %60,9'u Türkiye'de ürünlerine 200'den fazla benzer ürün üreten firma olduğunu belirtmişlerdir. Firmaların %13'ü ürünlerine benzer üretim yapan Türkiye çapında 100 ile 200 arası, %17,4'ü 50 ile 100 arası, %4,3'ü 5 ile 10 arası, %4,3'ü 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 Ankara içinde ürününüze benzer ürün üreten firma sayıları olarak sorulmuştur. Sonuç olarak %30,4 en yüksek oranda '20 ile 50 arası' ifadesi çıkmıştır. Ankara genelinde, % 17,4 oranında firma bu soruya cevap olarak 200 den fazla ve % 17,4 oranında 50 ile 100 arası cevabını vermiştir. 5 ile 10 arası %8,7, 5 den az, %4,3 100 ile 200 arası ve 10 ile 20 arası benzer ürün üreten %4,3'ü firma olduğunu söylemiştir. Bu durum bize, Ankara bölgesinde bazı firmaların ürün bazında düşük oranda ihtisaslaştığını göstermektedir. Firmaların çoğu için daha zorlu rekabet şartlarının olduğu gözlenmiştir.

18- Sertifikaların açıkça belirtilmesini istediğimiz firmalardan sadece %8,7'si İyi Tarım Uygulamaları sertifikalarına sahip olduğunu söylemiştir. %8,7 oranında ISO 14001 ve ISO 9001 sertifikasına sahip olan firmaların olduğu görülmüştür.

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

19- Firmaların %91,3'ü marka olabilmeyen orta zorlukta, zor ve çok zor olduğunu belirtmişlerdir. Sektörde marka olmanın zor olmasının temelini 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. Ankara bölgesindeki firmaların tamamına yakınının kurumsallaşma yönünden eksik olduğu görülmektedir.

21- Firmaların yarıdan fazlası devlet desteklerinden haberdar olmadıklarını söylemişlerdir.

Firmaların büyük çoğunluğu devlet desteklerinden faydalanamamaktadır. Bunun başlıca sebepleri; süs bitkileri sektörüne uygun bir destekleme modelinin olmaması, mevcut kredi destekleri için teminat şartlarının ağır, vadelerin kısa olması, kredi faiz oranlarının yüksek 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 %73,9'u AR-GE çalışmaları olmadığını belirtmişlerdir. AR-GE çalışması olanlar ise çoğunlukla bu çalışmaları 1 personel ile yürütmektedirler. Az sayıda AR-GE çalışması olanlar personel başına AR-GE harcamalarının yıllık 10 bin TL'den az ve bir firma da 50 bin TL den fazla olduğunu söylemişlerdir.

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

AR-GE çalışmalarının yapılmasını istedikleri konular özellikle yeni çeşitlerin geliştirilmesi ve ıslahı, satış-pazarlama, bitkilerin adaptasyonu, hastalık-zararlılarla mücadele ve üretim tekniklerinin geliştirilmesi 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 çalışmaları 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 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.

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 açık bir durumdadır.

25- 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 Ankara bölgesinde üretilmeleri için çalışmalar yürütülmelidir. Bunlarla ilgili kamu kurumlarına projeler yazılabilir.

26- Ankara'daki firmaların otomasyon sistemlerini büyük çoğunlukla kullanmadığı görülmüştür. İhtiyaca bağlı olarak otomasyon sistemlerinin 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- Ankara 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- Ankara'daki firmaların belirttiği fırsatlar içerisinde sadece ihracata yönelik başlıklar öne çıkmıştır. Diğer başlıkların geniş bir yelpazeye dağıldığı görülmektedir.

Fırsat olarak belirtilen başlıklardan bazıları güçlü yönlerle karıştırılmıştır.

29- Firmaların belirttiği tehditlerden en çok orana sahip olan başlık yer sorunudur. Tehditlerde ayrıca haksız rekabet ve kayıt dışılık ve kurumların bitki temin yöntemleri başlıkları dikkat çekmektedir. Bunun yanısıra sektörün maruz kaldığı pek çok diğer konu da belirtilmiştir.

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

30- Satış-pazarlama, plansız üretim, üretim maliyetlerinin yüksek olması, finans sıkıntısı, kalifiye eleman eksikliği sektörün en belirgin zayıflıkları olarak ortaya çıkmıştır. Bunun yanısıra sektörün zayıf yönlerini ifade eden konular düşük oranlarda geniş bir alana yayılmıştır.

- Üretimin yüksek maliyetli olması, finansman bulunamaması, satış ve pazarlama sorunları kurulması gereken **ihhtisas 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.

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 mükerrer başlıklar ortaya çıkmıştır.

Firmalar, düşük oranda az sayıda güçlü yönden bahsetmişlerdir.

32- Firmalarda çalışan her düzeydeki elemanların almasını istedikleri eğitimler oldukça geniş bir alanı kapsamaktadır. En çok talep edilen eğitimler teknik mesleki eğitimler olmakla birlikte (üretim teknikleri, budama ve şekil verme, bitki koruma, bitki tanıma, dikim, söküm ve bakım teknikleri, bitki besleme ve sulama), iş etiği, pazarlama-satış, müşteri ilişkileri, makine ekipman kullanımı 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 konularda geniş bir alanı kapsamaktadır. En çok talep edilen eğitim üretim, bakım, iş etiği, sulama, bitki tanıma, ilaçlama, proje uygulama, İGS ve ilkyardım, bitki koruma konusundaki eğitimlerdir. Bu eğitimlerin yanısıra firmaların pek çok alanda eğitime ihtiyaç duyduğu 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 konuların başında; iş etiği ve disiplini, proje hazırlama, ilaçlama, satış –pazarlama, bitki koruma yöntemleri, yabancı dil, üretim teknikleri, bakım, hastalıkları teşhis edebilme’ gelmiştir.

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.

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 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.

38- Firmaların üretim girdilerini sadece Ankara’dan, sadece İç Anadolu bölgesinden ya da sadece yurt dışından karşılamadıkları görülmüş, kullanılan üretim girdisinin çeşidine göre girdinin alındığı yerler farklılık göstermektedir. Firmaların üretim girdilerinden torf, toprak, tohum, fide, kasa, gübre, saksı, viyol, sera naylonu, zirai ilaç, perlit, pomza, cüruf, alet, ekipman ve hırdavat malzemeleri, sulama malzemeleri, mazot gibi malzemeleri Ankara bölgesinden sağlamaktadır.

Firmalar yukarıdaki bahsedilen ürünleri Ankara bölgesi dışından da temin etmektedir. %65 oranında firma yurt dışından çeşitli girdi malzemeleri almaktadır. En çok alınan malzemeler torf, toprak, ilaç, tohum, saksı, fidan, bambu, gübredir.

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

Ankara 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 kişisel ilişkiler, perakende, sosyal medya-web, ihale 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.

40- Pazarlama kanalı olarak SÜSBİR Portalı kullanıp kullanmadıklarını sorduk.

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

41- Ürünlerin satışında haksız rekabet ve tahsilat güçlüğü 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- Firmaların yarısı nakliyatla ilgili sorun yaşamadıklarını belirtmişlerdir. Sorun olarak öne çıkan başlıklar ise ürüne uygun yükleyici araç ve eğitimli personel olmaması, nakliyatın pahalı olması, ambalaj problemi ve sıcaklık farklarından dolayı bozulmalar olarak öne çıkmıştır. Belirtilen konulardan dolayı taşımacılık konusunda uzmanlaşma olmadığı sonucu ortaya çıkmıştır.

43- Firmaların yaklaşık %60'ı üretim maliyetlerinin orta düzeyde olduğu belirtmişlerdir.



SÜS BİTKİLERİ ÜRETİCİLERİ ALT BİRLİĞİ

ANKARA 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.

NİSAN 2019

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 : / / 2019

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:

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 tabi 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

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 :

O Yapraklılar

O İbreliler

O Çalılar

O Yer örtücüler

O Sarılıcılar, Sarkıcılar

O Mevsimlikler

O İç mekan bitkileri

O Kesme Çiçek

O Çiçek soğanları

O 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 :_____

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

Kapalı Alan :_____

3.5 Lütfen elektrik hizmeti aldığınız firma ismini, tarifeniz 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 : _____

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 ANKARA'da 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(%)

- O ANKARA geneli (tahminen) _____
- O Türkiye içerisinde başka yer _____, lütfen belirtiniz (tahminen) _____
- O Yabancı ülke, _____
- lütfen belirtiniz _____ (tahminen)

Bölüm 4: Firma Çalışanları

4.1 Lütfen firmanızda çalışan personelin sayısını belirtiniz.

- | | | |
|-----------------------------|------|------------------------------------|
| <input type="radio"/> | kişi | Vasıfsız İşçi |
| <input type="radio"/> | kişi | Tekniker/Yüksek Okul |
| <input type="radio"/> | kişi | Teknik eleman(mühendis/Pey.Mim.) |
| <input type="radio"/> | kişi | İdari personel(Muhasebe, satış vb) |
| <input type="radio"/> | kişi | Diğer.....(Belirtiniz.) |

4.2 Firmanızdaki elemanların yüzde kaçı aşağıdaki eğitim düzeyindedir?

	Kişi Sayısı	Yüzde(%)
<input type="radio"/> İlkokul	-----	-----
<input type="radio"/> Ortaokul	-----	-----
<input type="radio"/> Lise	-----	-----
<input type="radio"/> Ön Lisans	-----	-----
<input type="radio"/> Lisans	-----	-----
<input type="radio"/> Yüksek Lisans	-----	-----
<input type="radio"/> Doktora	-----	-----
<input type="radio"/> 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

- | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="radio"/> 26-30 | <input type="radio"/> 26-30 |
| <input type="radio"/> 31-35 | <input type="radio"/> 31-35 |
| <input type="radio"/> 36-40 | <input type="radio"/> 36-40 |
| <input type="radio"/> 41-45 | <input type="radio"/> 41-45 |
| <input type="radio"/> 46-50 | <input type="radio"/> 46-50 |
| <input type="radio"/> 50 den fazlası | <input type="radio"/> 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.

- 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 5.7'ye 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 – 500.000 TL

500.000 TL

500.000 – 1 milyon TL

– 1 milyon TL

1 milyon – 2 milyon TL

– 2 milyon TL

2 milyon – 5 milyon TL

100.000 TL den az

100.000 –

500.000

1 milyon

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-

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 ülkelerden **düzenli ithalat**

yaptığını 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 firmanız **2017 ve 2018 yılında** yurtdışındaki **hangi ülkelere ve neden ziyarete bulundu** belirtiniz.

ÜLKE

NEDENİ

1- -----

2- -----

3- -----

4- -----

5- -----

5.8 Lütfen firmanızın 2018 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

5.10 Lütfen firmanızın 2017 ve 2018 yılı için karlılığını belirtiniz.

2017
2018

- 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 şubelerini 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?

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 6.6 a geçiniz)

6.2 Firmanızın ortaklık anlaşmaları hangi kuruluşlar ile oldu?

- | | | | | |
|---|------|-------|-------|-------|
| <input type="radio"/> Firmalar | Evet | Hayır | | |
| <input type="radio"/> Üniversiteler | Evet | Hayır | | |
| <input type="radio"/> Araştırma kuruluşları ile | | | Evet | Hayır |
| <input type="radio"/> Kamu kuruluşları | | | Evet | Hayır |
| <input type="radio"/> 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) ANKARA'da aynı coğrafi alanda bulunmak	_____	_____	_____
c) CEO veya firma sahibi tarafından aynı aileden gelmek	_____	_____	_____
d) CEO veya firma sahibi ile 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 6.11 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 | <input type="radio"/> Evet | <input type="radio"/> Hayır |
| b) diğer şirketlerin CEO/kurucuları ile | <input type="radio"/> Evet | <input type="radio"/> Hayır |
| c) Üniversite çalışanları ile | <input type="radio"/> Evet | <input type="radio"/> Hayır |
| d) Ar-Ge kuruluşlarının çalışanları ile | <input type="radio"/> Evet | <input type="radio"/> Hayır |
| e) özel yatırımcılar ile | <input type="radio"/> Evet | <input type="radio"/> Hayır |
| f) finansal kurumların kurucuları ve çalışanları ile | <input type="radio"/> Evet | <input type="radio"/> Hayır |
| g) Devlet personeli ile | <input type="radio"/> Evet | <input type="radio"/> Hayır |

6.9 Firmanızın aşağıdakilerle hangi yollardan kontak kurduğunu belirtiniz.

Devlet	Başka belirtiniz	Arkadaş	Aile	Meslektaş	İs kontakları
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
O Meslek Yüksek Okulları	_____	_____	_____
O Üniversiteler	_____	_____	_____
O STK lar	_____	_____	_____
O 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

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 **ANKARA** 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 ANKARA 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: VE MARKA

SERTİFİKALAR

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?

- 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

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: KREDİ

FİNANSMAN VE

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 yapıyor 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
- 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- -----

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- -----

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
- Orta
- İyi
- Çok iyi

Bölüm 17. ÜRETİM/TEDARİK VE SATIŞ SÜREÇLERİ

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

1- O Ucuz O Orta O Pahalı

2- O Ucuz O Orta O Pahalı

3- O Ucuz O Orta O Pahalı

4- O Ucuz O Orta O Pahalı

5- O Ucuz O Orta O Pahalı

6- ----- O Ucuz O Orta O Pahalı

7- ----- O Ucuz O Orta O Pahalı

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

1- ----- O Ucuz O Orta O Pahalı

2- ----- O Ucuz O Orta O Pahalı

3- ----- O Ucuz O Orta O Pahalı

4- ----- O Ucuz O Orta O Pahalı

5- ----- O Ucuz O Orta O Pahalı

6- ----- O Ucuz O Orta O Pahalı

7- ----- O Ucuz O Orta O Pahalı

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

1- ----- O Ucuz O Orta O Pahalı

2- ----- O Ucuz O Orta O Pahalı

3- ----- O Ucuz O Orta O Pahalı

4- ----- O Ucuz O Orta O Pahalı

5- ----- O Ucuz O Orta O Pahalı

6- ----- O Ucuz O Orta O Pahalı

7- ----- O Ucuz O Orta O Pahalı

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

