



SÜS BİTKİLERİ ÜRETİCİLERİ ALT BİRLİĞİ

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

VE

KÜMELENME YOL HARİTASI

ŞUBAT 2018

ÖNSÖZ

Bu rapor, süs bitkileri sektörünün kümelenmesi çalışması kapsamında Antalya 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.

Antalya bölgesinde Süs Bitkileri üretimi yapan 24 firma ile tek tek 18-21 Ekim 2017 tarihleri arasında kapsamlı çalışma yapıldı. 17 Ekim’de Antalya’daki firmalarla Latanya Otel’de kapsamlı bilgilendirme toplantıları yapılmıştır. Bölgede yapılacak çalışmalar hakkında ve ‘Kümelenme’ konusunda firmalarımıza bilgi verildi ve görüşleri alındı.

Bu çalışmaya katılan firmaların sayısı Antalya’daki SÜSBİR üyelerinin %31 ine karşılık gelmektedir. Her bir firmamızda yaklaşık olarak 3 saat süren anketin doldurulması sırasında, bizler için çok faydalı olan sohbetler de gerçekleşmiştir. Ankete katılarak değerli görüşlerini bizlerle paylaşan ve değerli zamanlarını ayıran firma yöneticilerimize teşekkür ederiz.

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

Antalya 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.

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,
- ‘AR-GE nedir?’ , önemi, yöntemleri ve AR-GE destekleri,
- Kurumsallaşma,
- Yabancı dil,
- Satış ve pazarlama,
- Ortaklığın önemi ve kurulması,
- Kümelenme,
- Ekonomi Bakanlığı URGE destekleri,
- Finans ve maliyet muhasebesidir.

Bu konulara ilaveten Antalya bölgesindeki firma yöneticilerine ve firma çalışanlarına verilmesi gereken diğer eğitimler ayrıntılı bir Şekilde Bölüm 16 da verilmiştir.

Yukarıda belirtilen önemli konulara ilaveten Antalya bölgesinde yapılması gereken diğer işler ayrıntılı bir Şekilde Bölüm 18 de anlatılmıştır.

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

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	2
BÖLÜM 1: ANKET FORMUNU DOLDURAN KİŞİLERE AİT BİLGİLER	9
1.1 Firma Yöneticilerinin Eğitim Durumları	10
BÖLÜM 2: ANKET FORMUNU DOLDURAN FİRMALARA AİT BİLGİLER	10
BÖLÜM 3: ANKET FORMUNU DOLDURAN FİRMALARA AİT ÜRETİM BİLGİLERİ	11
3.1 Antalya Bölgesinde Üretilen Ürünler.....	11
3.2 Antalya Bölgesinde Üretim Yapılan Kapalı Alanların Büyüklükleri	12
3.3 Antalya Bölgesinde Üretim Yapılan Açık Alanların Büyüklükleri	12
3.4 Sulama sistemleri	13
3.5 Firmaların Kullandığı Yakıt Türleri	13
Düşük oranda odun ve kömür kullanılmaktadır.	13
3.6 Firmaların Kullandığı Isıtma Sistemleri	13
3.7 Üretim Yapılan Arazilerin Mülkiyetleri	15
3.8 Arazilerin Kiralanma Süreleri	15
3.9 Üretim Yapılan Arazilerin Kira Bedelleri	16
3.10 Üretim Yapılan Diğer İller ve Alanları	16
3.11 Firmaların En Çok Ürettiği Ürünler	17
3.12 Firmaların En Çok Sattığı Ürünler	20
3.13 İç Pazar Alanları	22
3.14 Firmanızın Ortaya Çıkardığı Yeni Bir Ürün ve Üretim Tekniği Sektörü Nasıl Etkiler	22
BÖLÜM 4: FİRMA ÇALIŞANLARI	23
4.1 Firmalarda Mühendis Durumu	23
4.2 Firmalarda Vasıfsız İşçi Durumu	24
4.3 Kalifiye Eleman Temininde Yaşanan Zorluklar.....	24
4.4 SÜSBİR Akademisi.....	25
BÖLÜM 5: SATIŞ VE ANLAŞMALAR	26
5.1 Son 10 Yılda Firmalara Olan Yurtiçi Talep Nasıl Seyretti?.....	28
5.2 Son 10 Yılda Firmalara Olan Yurt Dışı Talep	28
5.3 Ekonomi Bakanlığı Destekleri	29
BÖLÜM 6: ORTALIK- İŞBİRLİĞİ	30
6.1 Resmi Ortaklıklar	30
6.2 Resmi Olmayan Ortaklıklar	31
6.3 Son 10 Yılda Kurumlarla Olan İlişkiler.....	32
6.4 Ürünlerinizin Sergilendiği 'Show-Room' var mı?	33
6.5 Ürünlerinizin Sergilendiği Ortak 'Show-Room' var mı?	33

6.6 Ürünlerinizin Sergilenmesi İçin Ortak 'Show-Room' Kurulmasını ister misiniz?	34
BÖLÜM 7: ÜYELİKLER.....	34
7.1 İŞKUR Hizmetlerinden Faydalanma	34
7.2 Firmaların Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Kayıt Sistemlerine Kayıt Olma Durumları	35
BÖLÜM 8: TEDARİK ZİNCİRİ, SÜREÇLER VE REKABET	35
BÖLÜM 9: SERTİFİKALAR VE MARKA	36
9.1 Son 10 Yılda Alınan Kalite Belgelerinin Sayıları	36
9.2 Marka Olabilme Kolaylığı.....	37
BÖLÜM 10: ALINAN DEVLET DESTEKLERİ	37
BÖLÜM 11: ÜRETİM VE SATIŞ İÇİN ALINMASI GEREKEN İZİNLER	38
BÖLÜM 12: FİNANSMAN VE KREDİ.....	39
BÖLÜM 13: AR-GE VE BİLİM	40
13.1 Firmaların AR-GE Çalışması Yapılmasını İstedikleri Konular	41
13.2 Son 5 Yılda Bilimsel Kongreye Katılım	42
BÖLÜM 14: MAKİNE VE EKİPMANLAR	43
14.1 Sektörün İhtiyaç Duyduğu Makine ve Ekipmanlar	44
14.2 Firmaların Sahip Olduğu Otomasyon Sistemleri.....	45
14.3 Firmaların Sahip Olduğu Araçlar.....	45
BÖLÜM 15: SEKTÖR İÇİN FIRSATLAR-TEHDİTLER-ZAYIF YÖNLER- GÜÇLÜ YÖNLER.....	46
BÖLÜM 16: SEKTÖR İÇİN EĞİTİM.....	49
16.1 Ara Elemanların Bilmesi İstenilen Konular	51
16.2 Mühendislerin Bilmesi İstenilen Konular.....	52
16.3 İşe Yeni Alınan Ara Elemanların Mesleki Bilgi Düzeyleri.....	53
16.5 İşe Alınan Teknik Elemanın Mesleki Bilgi Düzeyi	53
BÖLÜM 17: ÜRETİM/TEDARİK VE SATIŞ SÜREÇLERİ	54
17.1 Ürünlerin Pazarlanması	54
17.2 Ürünlerin Satışında Yaşanan Zorluklar	56
17.3 Ürünlerin Nakledilmesinde Yaşanan Zorluklar	57
17.4 Genel Olarak Üretim Maliyeti.....	57
BÖLÜM 18. Antalya Bölgesi Kümelenme Yol Haritası	58
BÖLÜM 19: ANKET FORMU	63

Şekiller

Şekil 1.1-Antalya bölgesinde anketi dolduran kişilerin sektörde çalışma süresi.....	9
Şekil 1.2- Antalya bölgesinde firma yöneticilerinin eğitim durumu	10
Şekil 3.1- Antalya bölgesinde firmaların ürün deseni	11
Şekil 3.2- Antalya bölgesinde firmaların üretim yaptığı kapalı alan büyüklükleri	12
Şekil 3.3- Antalya bölgesinde firmaların üretim yaptığı açık alan büyüklükleri	12
Şekil 3.4- Antalya bölgesinde kullanılan ısıtma sistemleri.....	13
Şekil 3.5- Antalya bölgesinde kullanılan elektrik tarifeleri	14
Şekil 3.6- Firmaların aylık ortalama elektrik gideri	14
Şekil 3.7- Antalya bölgesinde üretim yapılan arazilerin mülkiyet durumları	15
Şekil 3.8- Antalya bölgesindeki arazilerin kiralanma süreleri	15
Şekil 3.9- Antalya bölgesinde üretim yapılan arazilerin kira bedeli durumu	16
Şekil 3.10- Üretim yapılan diğer iller 'Açık Alan'- Alanları (m2).....	16
Şekil 3.11- Üretim yapılan diğer iller 'Kapalı Alan'- Alanları (m2)	17
Şekil 3.12- En çok üretilen ağaç türleri ve üretenlerin yüzdeler dağılımı	17
Şekil 3.13- En çok üretilen çalı türleri ve üretenlerin yüzdeler dağılımı	18
Şekil 3.14- En çok üretilen mevsimlik çiçek türleri ve üretenlerin yüzdeler dağılımı	19
Şekil 3.15- En çok üretilen iç mekan bitkileri ve üretenlerin yüzdeler dağılımı	19
Şekil 3.16- Firmaların en çok sattığı ağaç türleri	20
Şekil 3.17- Firmaların en çok sattığı çalı türleri	20
Şekil 3.18- Firmaların en çok sattığı mevsimlik çiçek türleri.....	21
Şekil 3.19- Firmaların en çok sattığı iç mekan bitkisi türleri.....	21
Şekil 3.20- Satış yapılan iç pazar alanları	22
Şekil 3.21- Firmanızın ortaya çıkardığı yeni bir ürün ve üretim tekniği Antalya'da sektörü nasıl etkiler?.....	22
Şekil 4.1- Firmaların mühendis çalıştırma durumu	23
Şekil 4.2- Firmalarda çalışan vasıfsız işçi sayısı	24
Şekil 4.3- Kalifiye eleman temininde yaşanan zorluklar	24
Şekil 4.4- SÜSBİR Akademisinin kurulması	25
Şekil 5.1- Son 5 yılda yurt dışındaki firmalarla anlaşma yapan firmaların yüzdeler dağılımı	26
Şekil 5.2- Son 5 yılda yurt dışındaki kümelerle anlaşma yapıldı mı?	27

Şekil 5.3- Son 10 yılda firmanıza olan yurtiçi talep nasıl seyretti?.....	28
Şekil 5.4- Son 10 yılda firmanıza olan yurtdışı talep nasıl seyretti?.....	28
Şekil 5.5- Ekonomi Bakanlığı desteklerinden yararlanarak yurt dışına şube açmak ister misiniz?	29
Şekil 6.1- Firmanızın ortaklık anlaşmaları var mı?	30
Şekil 6.2- Resmi olmayan ortaklıkların yapısı	31
Şekil 6.3- Son 10 yılda kurumlarla olan ilişkiler	32
Şekil 6.4- Firmaların kendilerine ait Show-Room var mı?	33
Şekil 6.5- Firmaların ortak kullandığı Show-Room var mı?	33
Şekil 6.6- Ortak Show-Room kurulmasını ister misiniz?	34
Şekil 7.1- İşkur hizmetlerinden yararlanıyor musunuz?.....	34
Şekil 7.2- Kayıtlı olduğunuz Tarım Bakanlığı kayıt sistemleri	35
Şekil 9.1- Son 10 yılda alınan kalite belgelerinin sayısı	36
Şekil 9.2- Marka olabilme kolaylığı	37
Şekil 10.1- Son 10 yılda firmaların aldıkları devlet desteği sayısı	37
Şekil 10.2- Son 10 yılda alınan toplam devlet desteği	38
Şekil 11.1- Üretim ve satış için almanız gereken izinlerin sayısı	38
Şekil 12.1- Firmaların finans ihtiyacı nasıl giderilmektedir?.....	39
Şekil 12.2- Firmanızın kredilere erişmesindeki zorluklar.....	39
Şekil 12.3- Ödediğiniz işçi/mühendis ücretleri rekabetçi olmanıza yardımcı oluyor mu?	40
Şekil 13.1- Firmanızda AR-GE çalışmaları yapılıyor mu?	40
Şekil 13.2- Firmaların ar-ge çalışması yapılmasını istedikleri konular	41
Şekil 13.3- Çalışanların son 5 yıl içerisinde katıldığı bilimsel kongre sayısı	42
Şekil 14.1- Firmalarda bulunan makine ekipmanlar	43
Şekil 14.2- Firmaların ihtiyaç duyduğu makine ekipmanlar	44
Şekil 14.3- Firmaların sahip olduğu otomasyon sistemleri	45
Şekil 14.4- Firmaların sahip olduğu toplam araç sayıları	45
Şekil 15.1- Fırsatlar	46
Şekil 15.2- Tehditler	47
Şekil 15.3- Zayıf yönler	48
Şekil 15.4- Güçlü yönler	49
Şekil 16.1- Her düzey elemanlar için istenen eğitimler	50

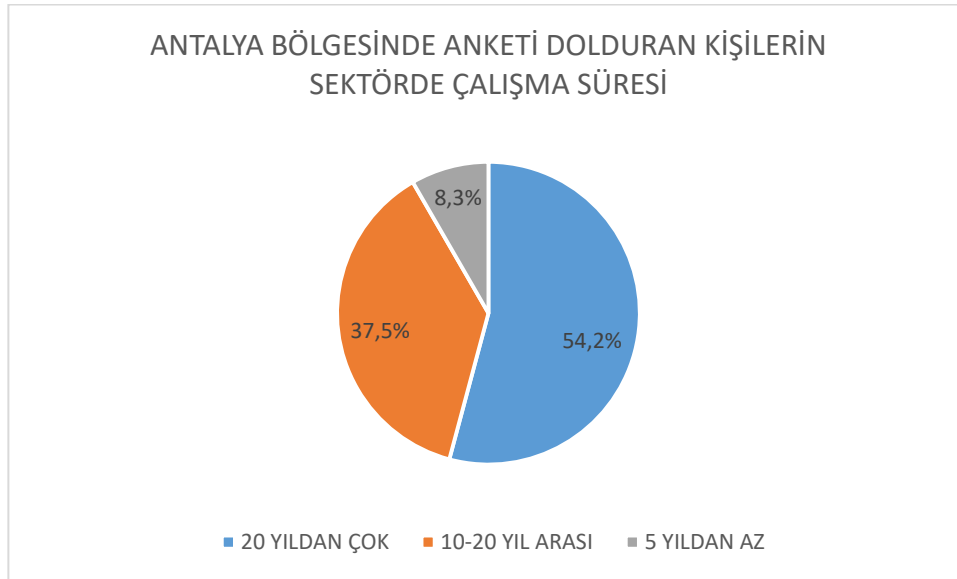
Şekil 16.2- Ara elemanların bilmesi istenilen konular	51
Şekil 16.3- Mühendislerin bilmesi istenilen konular	52
Şekil 16.4- İşe aldığınız işçi ve ara elemanın mesleki bilgi düzeyi	53
Şekil 16.5- İşe aldığınız teknik elemanın mesleki bilgi düzeyi	53
Şekil 17.1- Ürünlerin pazarlamasını hangi kanallarla yapıyorsunuz?	54
Şekil 17.2- SÜSBİR Portalı kullanıyor musunuz?	55
Şekil 17.3- Ürünlerin satışında yaşanan zorluklar	56
Şekil 17.4- Ürünlerin nakledilmesinde yaşanan zorluklar	57
Şekil 17.5- Genel olarak üretim maliyeti	57

BÖLÜM 1: ANKET FORMUNU DOLDURAN KİŞİLERE AİT BİLGİLER

Anketi dolduran kişilerin %83,3 'ü firma sahibi,%16,7'si firma çalışanlarıdır. Anketi dolduranların %87,5'i erkektir.

Ankete katılan firma yöneticilerinin %54,2'sinin toplam çalışma süresi 20 yıldan fazla, %29,1'inin 10 ile 20 yıl arası ve 10 yıldan az çalışma süresi olanlar oranı ise %16,7'dir.(Firmalar soruyu şuan buldukları şirkette çalışma süresi olarak anlamışlar ve buna göre süreleri belirtmişler.)

Aşağıdaki grafikte Antalya bölgesinde anketi dolduran kişilerin sektörde çalışma süreleri verilmiştir. 20 yıldan fazla çalışma hayatında olanların oranı yüzde %54,2 olduğundan, sektörde çalışanların iş hayatına sektörle birlikte giriş yaptıkları görülmektedir.



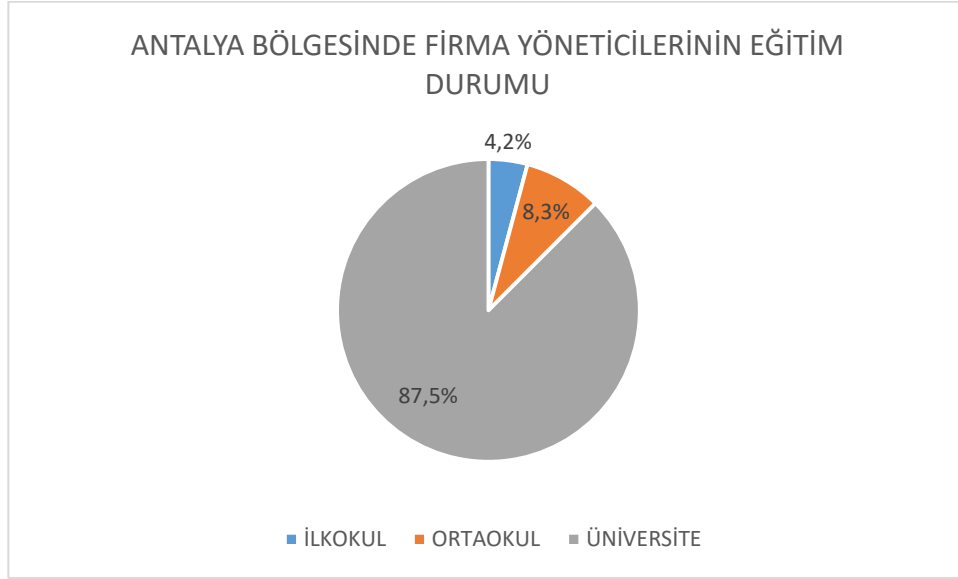
Şekil 1.1

Antalya da firma yöneticilerinin %75'i 50 yaşın altındadır. Firma yöneticilerinin büyük çoğunluğunun 20 yıldan fazla süredir sektörde çalışıyor olması, Antalya bölgesinde tecrübeli kişilerin sektörde yer aldığını göstermektedir. Bu tecrübenin anket çalışmasına yansımış olması sonuçların sektöre ışık tutacak nitelikte olduğunu söyleyebiliriz.

Firma yöneticilerinin Antalya dışından gelerek sektöre girme oranı %50 dir. Antalya bölgesinde yaşayanların ve dışardan gelerek sektörde faaliyet gösterenlerin oranları hemen hemen aynı, bu durum bize Antalya'nın sektör açısından bir cazibe merkezi olduğu göstermektedir.

1.1 Firma Yöneticilerinin Eğitim Durumları

Antalya bölgesinde firma yöneticilerinin eğitim durumlarını gösteren grafik aşağıda verilmiştir.



Şekil 1.2

Üniversite eğitim düzeyine sahip yöneticilerin yaklaşık %80'i Ziraat Mühendisliği, Peyzaj Mimarlığı ve Orman Mühendisliği bölümlerinden mezun olmuşlardır. Bu durum sektörde faaliyet gösteren firma yöneticilerinin eğitimini aldıkları alanda çalıştıklarını göstermektedir ve ürünlerin kalitesine olumlu yönde yansıdığı görülmektedir.

BÖLÜM 2: ANKET FORMUNU DOLDURAN FİRMALARA AİT BİLGİLER

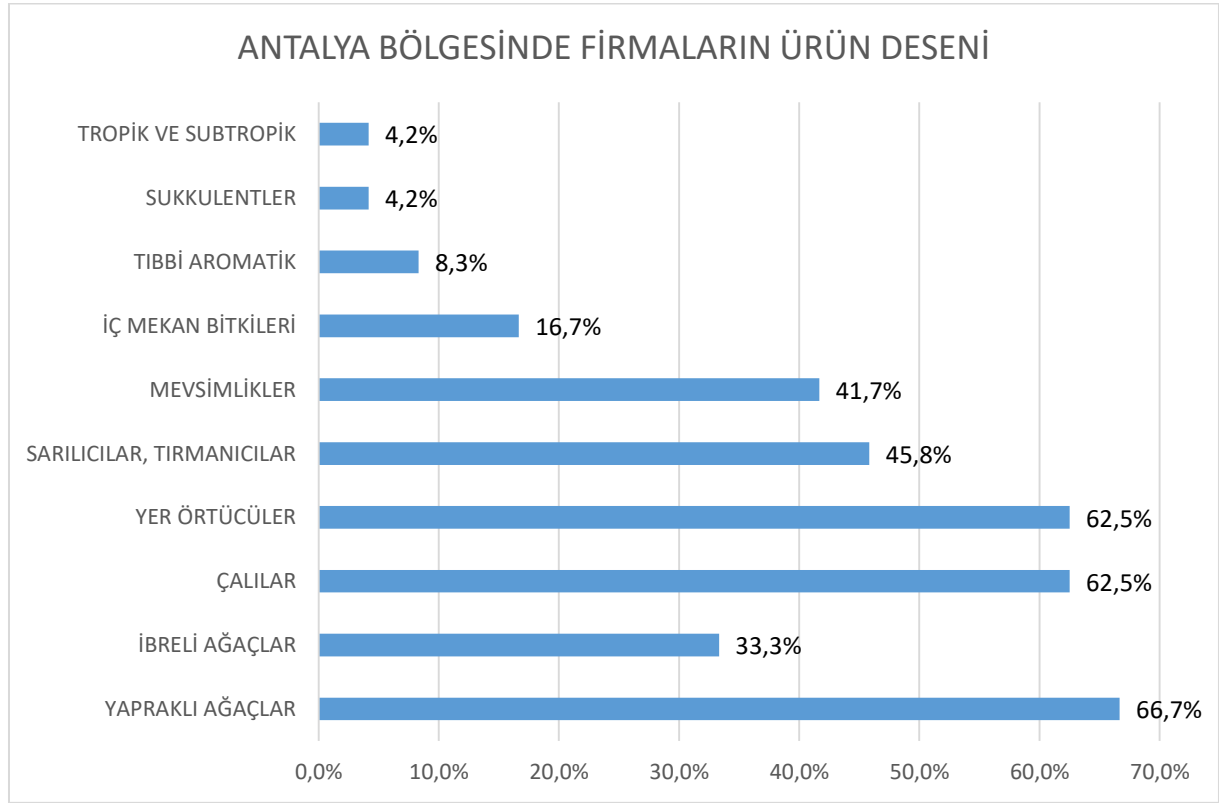
Firmaların %70,8'i özel limitet şirket,%20,8'i özel şahıs şirketi ve %8,4'ü ise özel anonim şirkettir.

Antalya dışında üretim alanı olan firmaların oranı %16,7'dir. Antalya dışında firmaların İzmir, Sakarya ve İstanbul'da üretim alanları bulunmaktadır.

BÖLÜM 3: ANKET FORMUNU DOLDURAN FİRMALARA AİT ÜRETİM BİLGİLERİ

3.1 Antalya Bölgesinde Üretilen Ürünler

Antalya’da üretim yapan firmaların ürün deseni aşağıdaki grafikte verilmiştir.

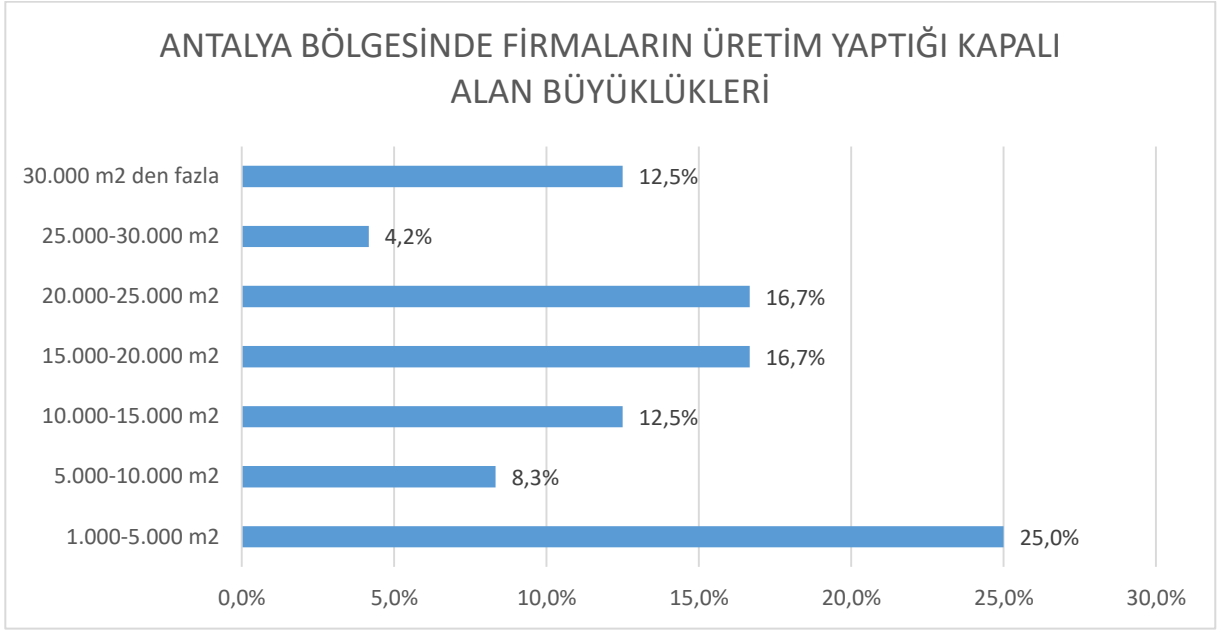


Şekil 3.1

Grafiğe bakıldığında, Antalya’da tüm ana kategorilerde üretim yapıldığı görülmektedir. Akdeniz iklim ve bitki örtüsüne sahip Antalya’da üretim deseni de oldukça geniştir.

3.2 Antalya Bölgesinde Üretim Yapılan Kapalı Alanların Büyüklükleri

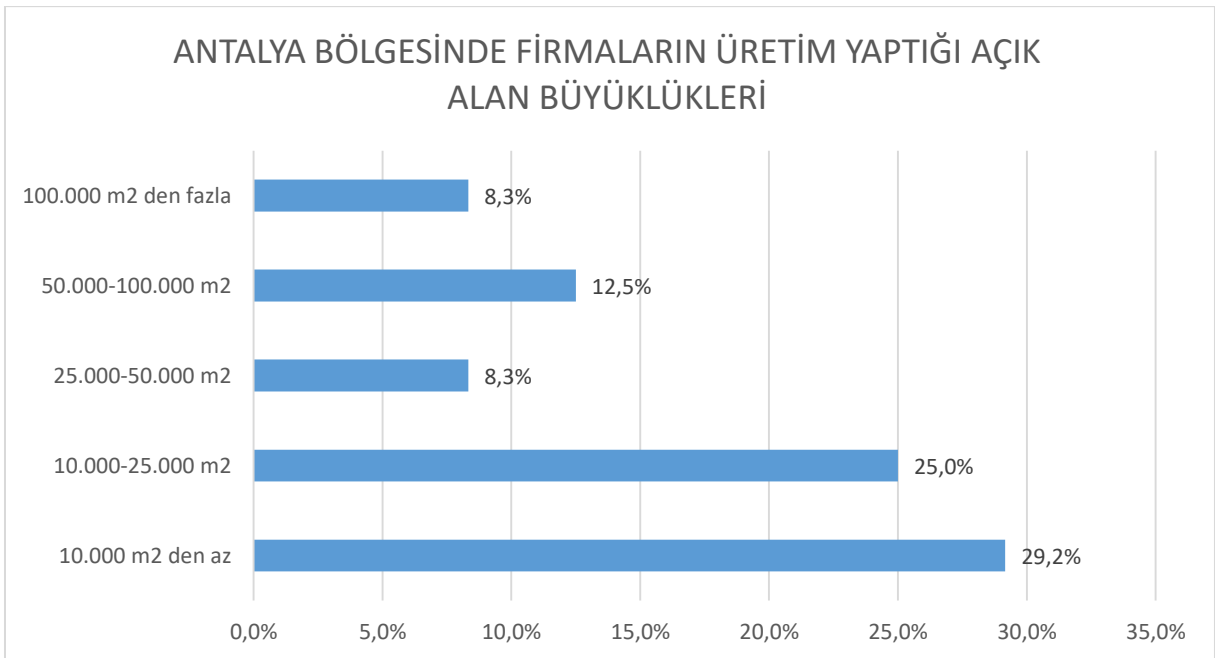
Antalya’da üretim yapılan kapalı alan büyüklükleri aşağıdaki grafikte verilmiştir.



Şekil 3.2

Antalya’da üretim yapılan kapalı alanlarda 30.000 m2 den fazla alana sahip firma sayısı oldukça azdır.

3.3 Antalya Bölgesinde Üretim Yapılan Açık Alanların Büyüklükleri



Şekil 3.3

Antalya’da üretim yapılan açık alanların yaklaşık %55’i 25.000 m2 ve altındadır.

Grafiklerden görüldüğü üzere, üretim (kapalı ve açık alanlarda) daha çok küçük alanlarda yapılmaktadır. 25.000 m2 üzeri üretim yapılan kapalı alan oranı %16,7, açık alan oranı ise %29'dur. Ayrıca açık (%29,2) ve kapalı (%33,3) alanlarda 10. 000 m2'den düşük alanda üretim yapan firmaların yüzdelerinin oldukça fazla olması dikkat çekmektedir. Bu firmaların üretim alanlarının küçük olması üretim kapasitesini sınırlamakta, parçalı üretim yerlerinin olmasına ve üretim maliyetinin artmasına sebep olmaktadır. Orta vadede firmalarımız bu durumlarını iyileştirmelidir.

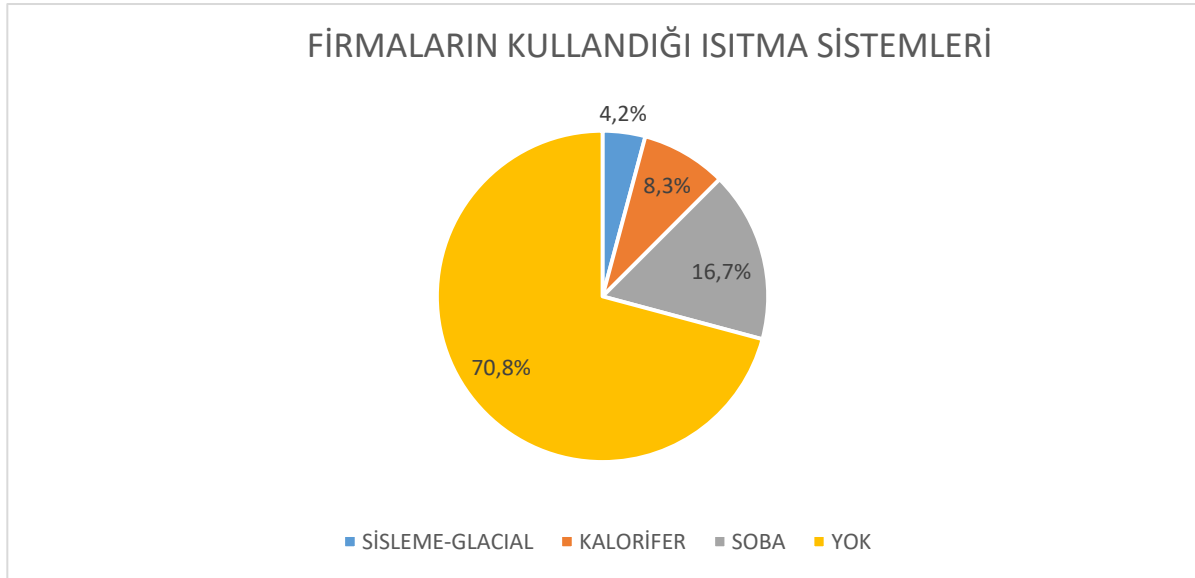
3.4 Sulama sistemleri

Antalya bölgesinde üretim yapılan açık ve kapalı alanlarda, özellikli birkaç sulama sisteminin kullanılıyor olmasının yanı sıra süs bitkileri üretiminde genellikle alışlagelmiş sistemler (yağmurlama, damlama, spring vb.) kullanılmaktadır. Üretilen süs bitkisi çeşitlerine göre, kullanılan sulama sistemlerinin farklı kombinasyonlarla kullanıldıkları da görülmüştür.

3.5 Firmaların Kullandığı Yakıt Türleri

Düşük oranda odun ve kömür kullanılmaktadır.

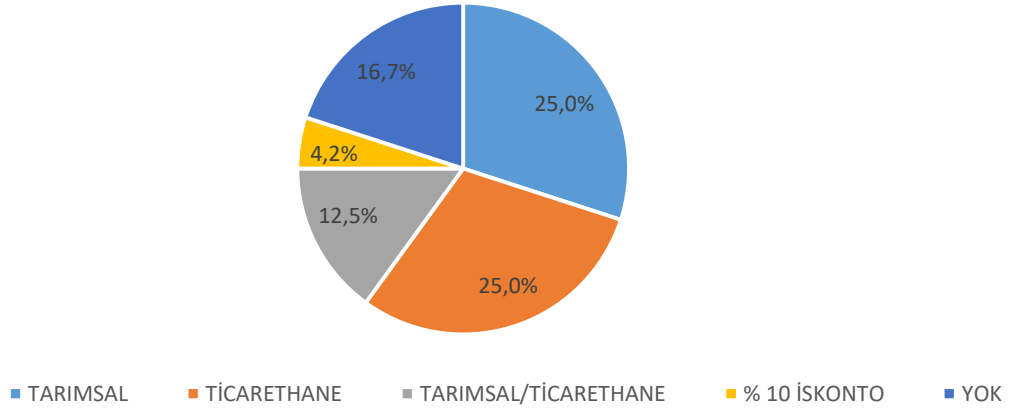
3.6 Firmaların Kullandığı Isıtma Sistemleri



Şekil 3.4

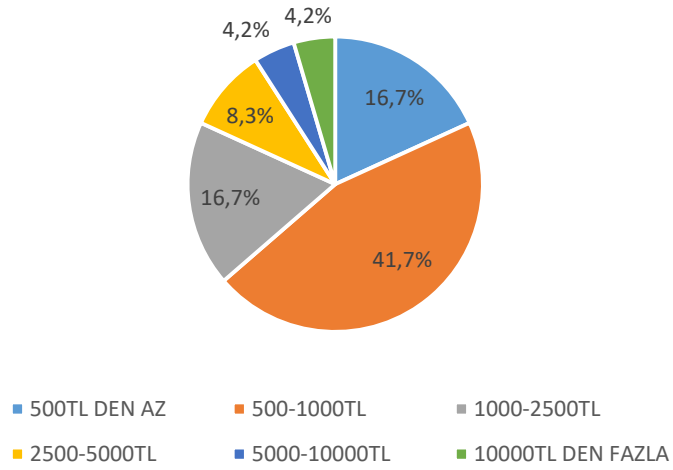
Firmaların tamamının elektrik hizmeti aldığı elektrik dağıtım firması CK'dır. Kullandıkları tarifeler:

ANTALYA BÖLGESİNDE KULLANILAN ELEKTRİK TARİFELERİ



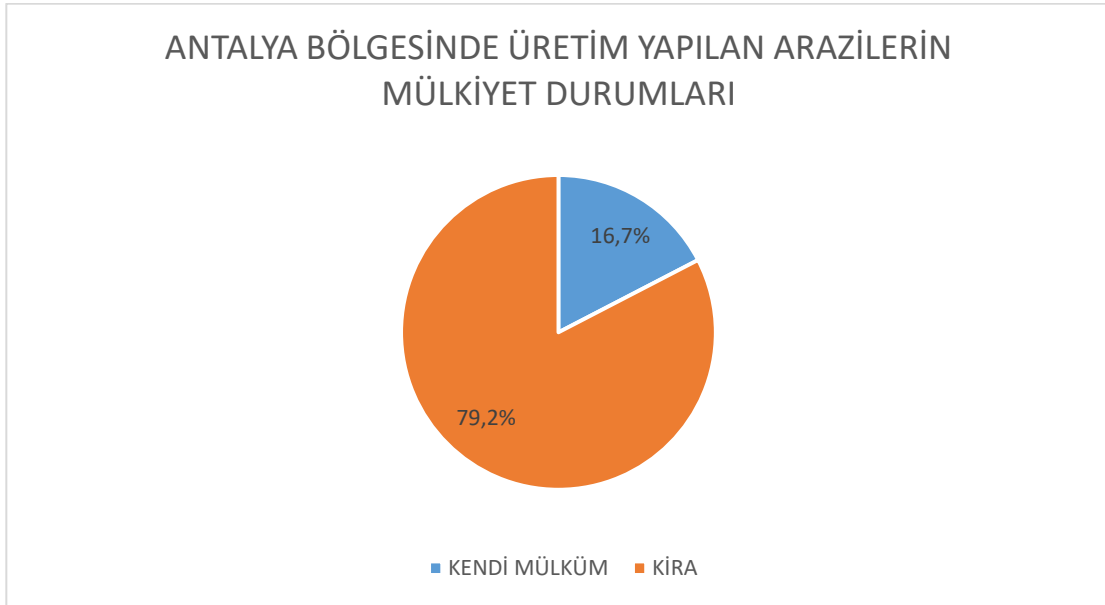
Şekil 3.5

FİRMALARIN AYLIK ORTALAMA ELEKTRİK GİDERİ(TL)



Şekil 3.6

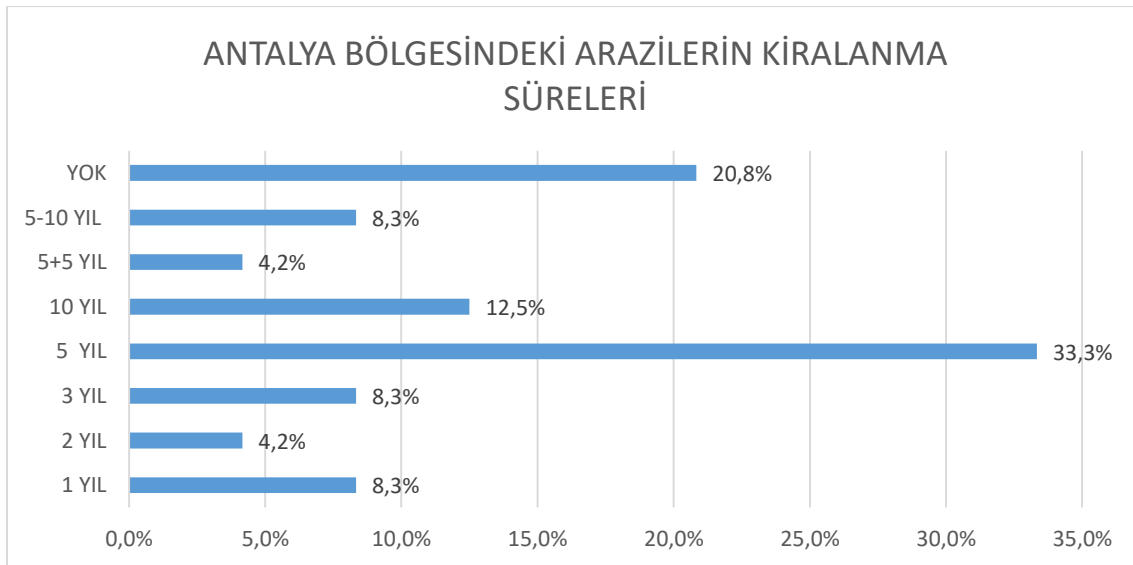
3.7 Üretim Yapılan Arazilerin Mülkiyetleri



Şekil 3.7

Anket çalışması yaptığımız firmalar içerisinde üretimlerini hem kendi arazilerinde hem de kiralık arazide yaptıklarını beyan ettikleri için bu firmalarımızı da kiracı gurubuna ekledik. Grafikten de görüldüğü gibi Antalya bölgesindeki üreticilerin % 79,2'si kiracıdır. Bunun çok yüksek oranda olması firmaların geleceğini tehdit eden bir unsurdur. Yapılan anketlerde %4,2 oranında soruya cevap alınamamıştır.

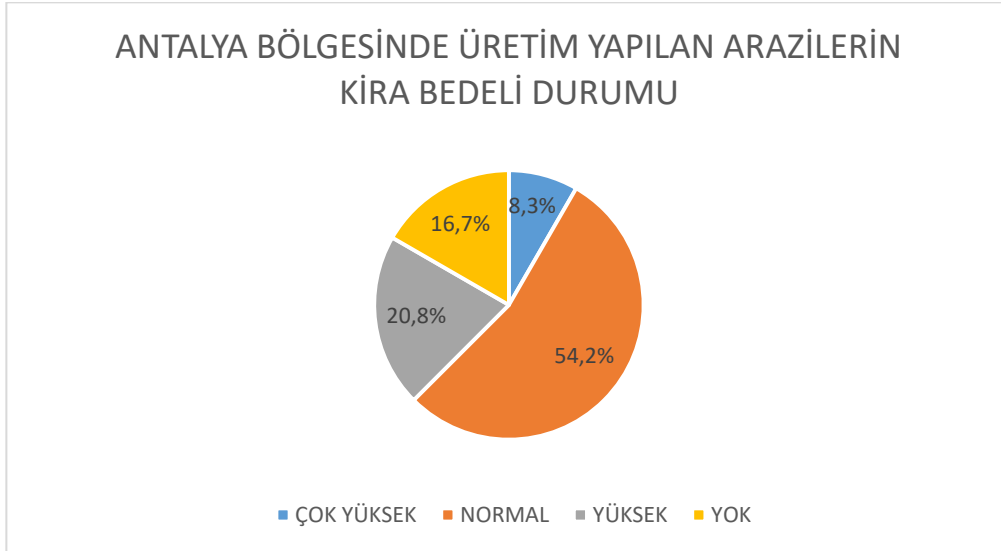
3.8 Arazilerin Kiralanma Süreleri



Şekil 3.8

Antalya bölgesindeki üretim yapılan arazilerin yaklaşık %74'ü kısa süreli kiralanma yoluyla tahsis edildiği gözlenmektedir. Bu durum kısa süreli kiralanmış arazilerde üretim yapan firmalar için risk oluşturmaktadır. Belirsizlik firmaların üretim planlamasını da olumsuz şekilde etkiler.

3.9 Üretim Yapılan Arazilerin Kira Bedelleri



Şekil 3.9

Kiralanmış arazilerin %54,2'sinin bedelinin normal olduğu, ancak %29,1'inin yüksek olduğu gözlenmiştir.

3.10 Üretim Yapılan Diğer İller ve Alanları



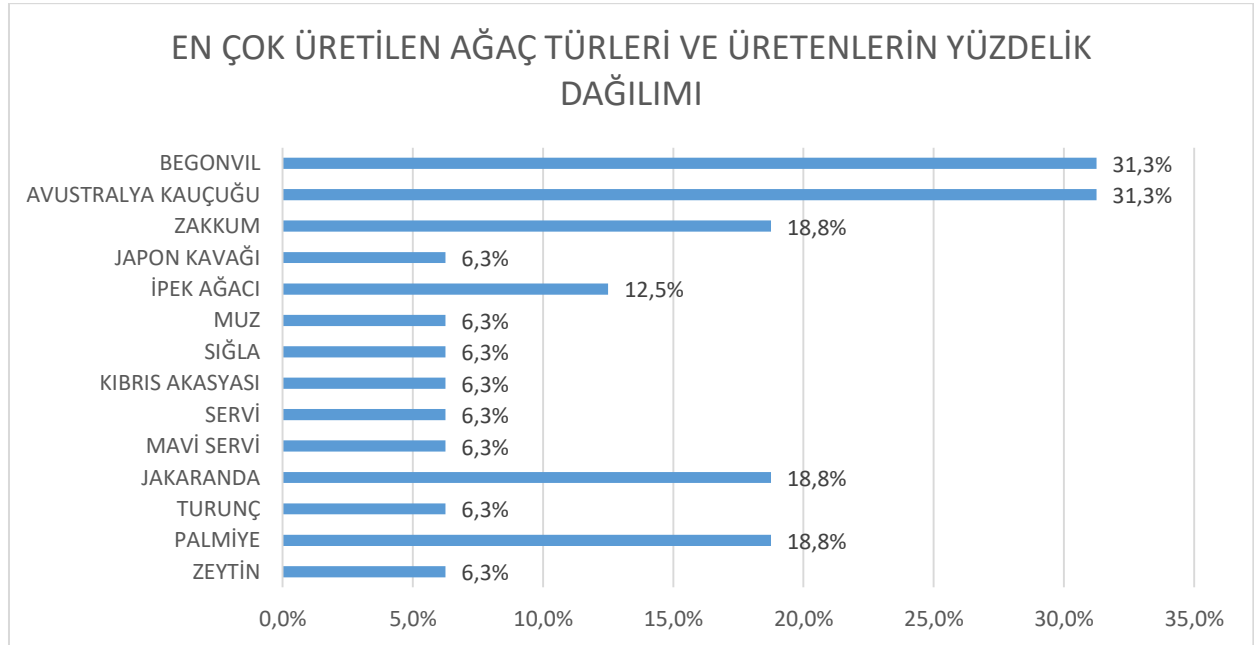
Şekil 3.10



Şekil 3.11

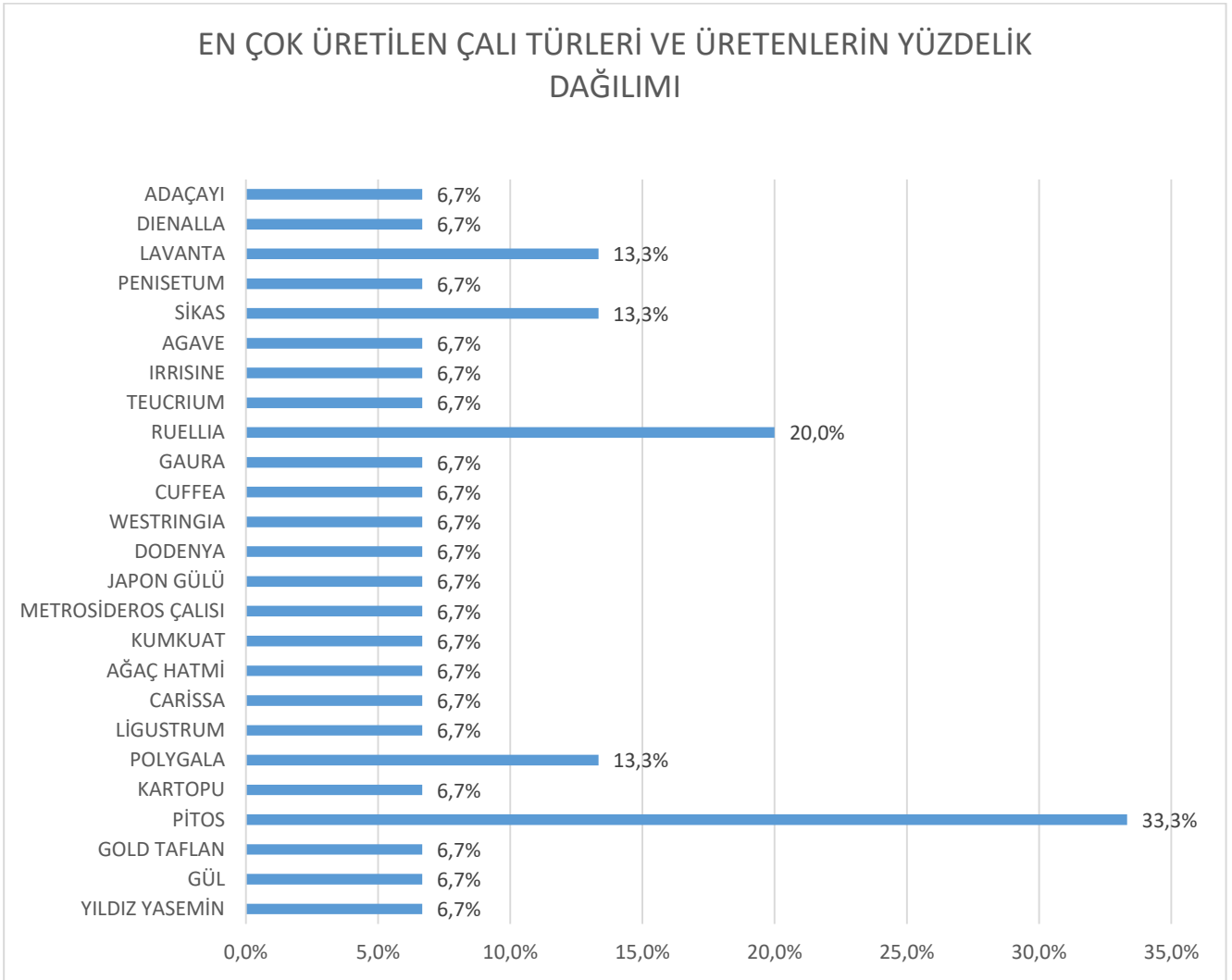
Antalya bölgesinde faaliyet gösteren firmaların üretim yaptığı iller ve toplam alanların büyüklükleri(m2 cinsinden) haritada gösterilmiştir. Antalya’da arazi büyüklüklerinin küçük olması nedeniyle Antalya dışında da üretimin yapılması doğru bir stratejidir.

3.11 Firmaların En Çok Ürettiği Ürünler



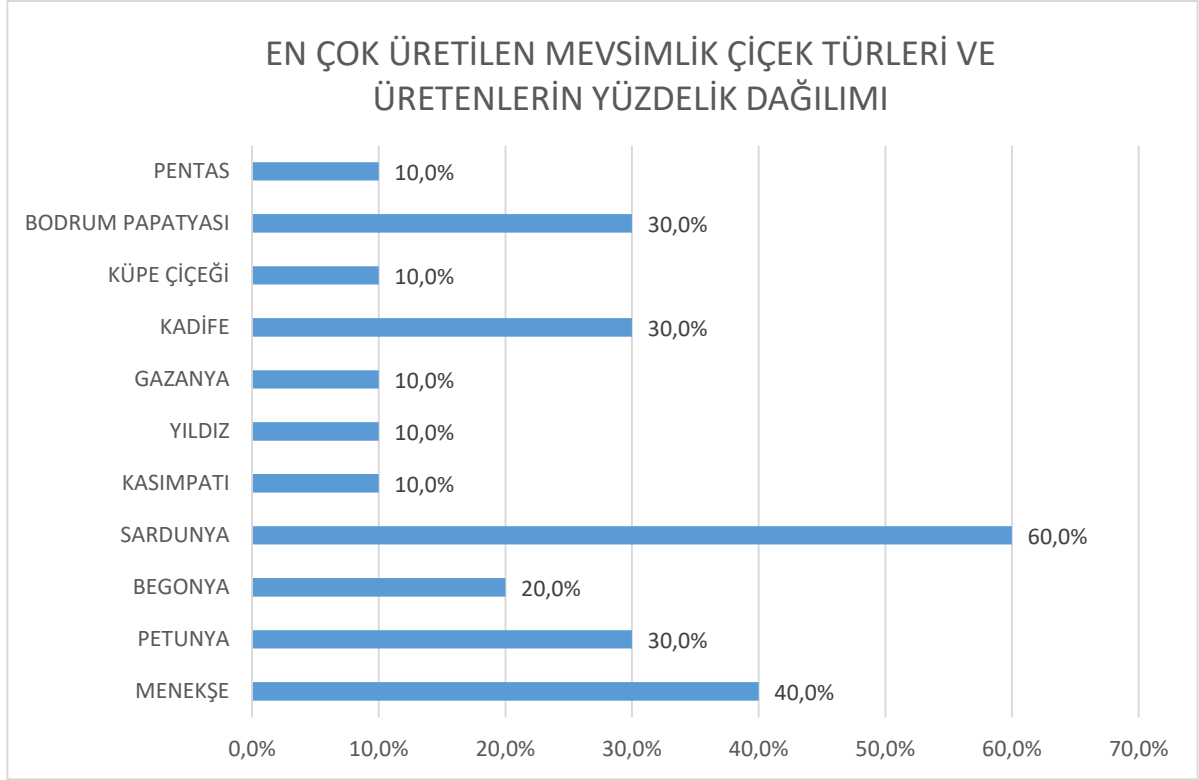
Şekil 3.12

Antalya'da ağaç ve ağaççık üreten firmaların büyük çoğunluğunun en çok Begonvil, Avustralya Kauçuğu, Zakkum, Jakaranda ve Palmiye türlerini ürettiği görülmektedir.



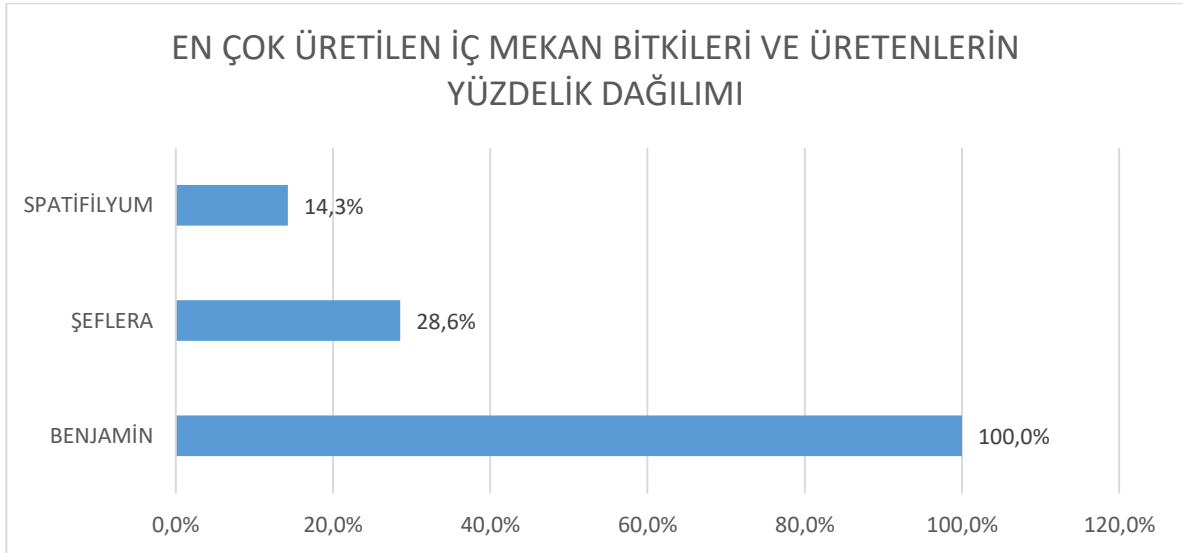
Şekil 3.13

Antalya' da çalı üreten firmaların büyük çoğunluğunun en çok Pitos, Ruellia, Sikas, Polygala ve Lavanta ürettiği görülmektedir.



Şekil 3.14

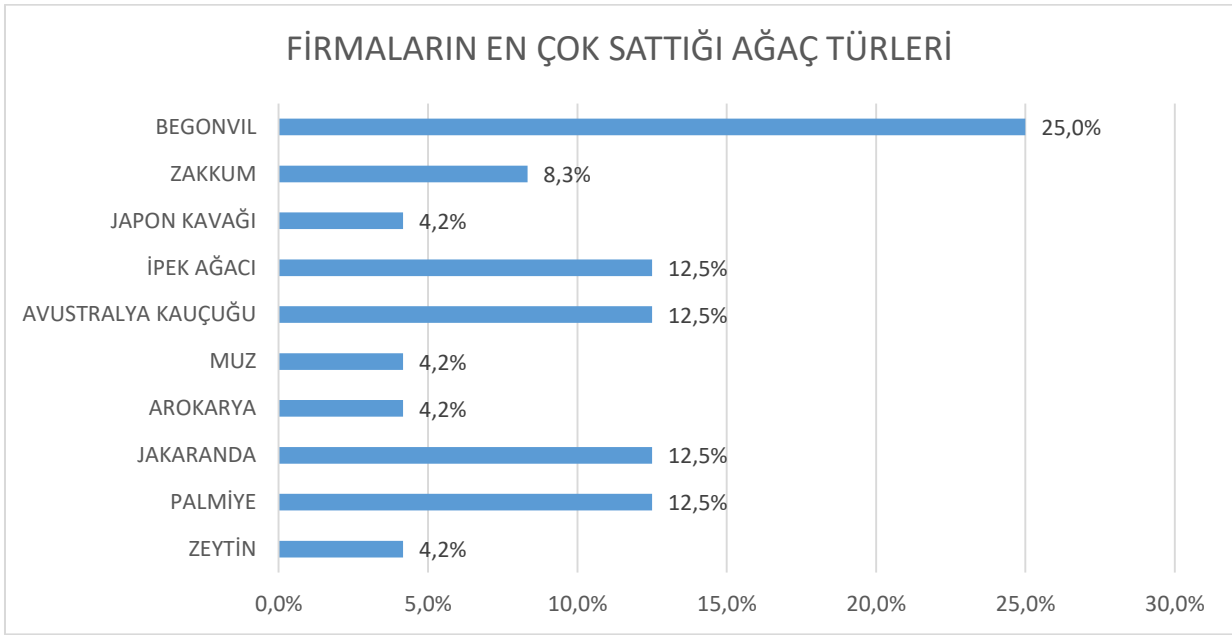
Antalya'da mevsimlik çiçek üreten firmaların büyük çoğunluğunun en çok Sardunya, Menekşe, Kadife, Petunya ve Bodrum Papatyası ürettiği görülmektedir.



Şekil 3.15

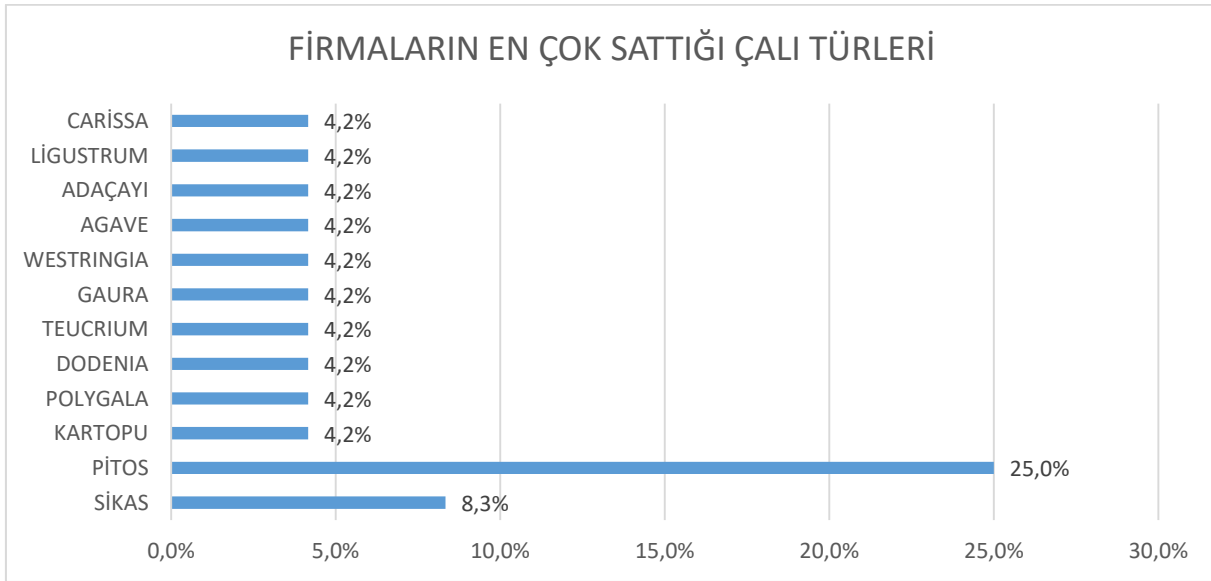
Antalya'da iç mekan bitki türleri üreten firmaların büyük çoğunluğunun en çok Benjamin, Spatifilyum, ve Şeflera gibi türleri ürettiği görülmektedir.

3.12 Firmaların En Çok Sattığı Ürünler



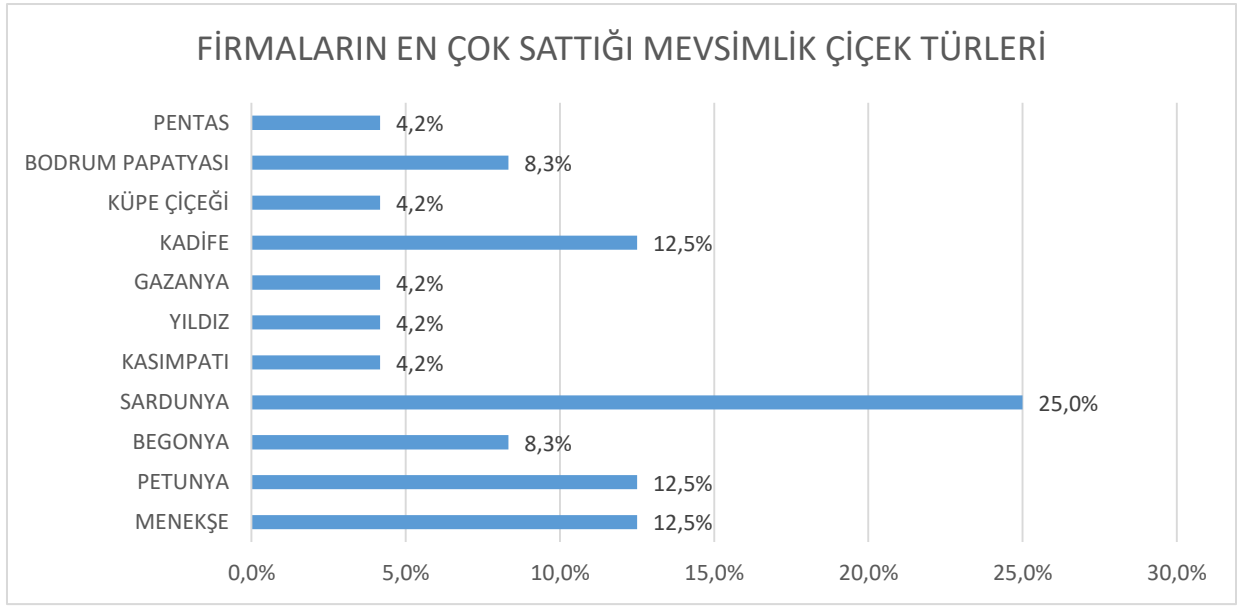
Şekil 3.16

Antalya’da ağaç ve ağaççık satan firmaların büyük çoğunluğunun en çok Begonvil, Avustralya Kauçuğu, İpek ağacı, Jakaranda ve Palmiye türlerini sattığı görülmektedir.



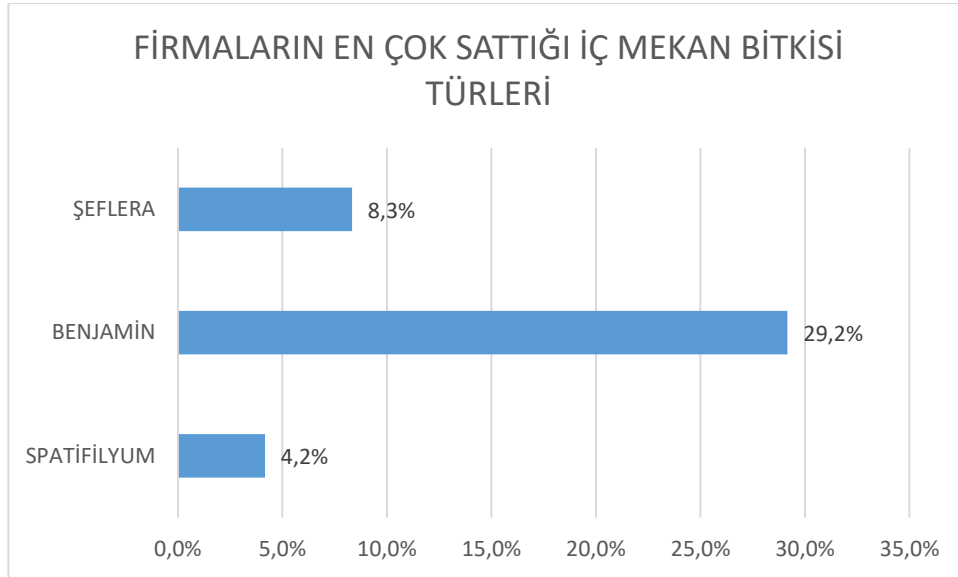
Şekil 3.17

Antalya’ da çalı satan firmaların büyük çoğunluğunun en çok Pitos ve Sıkas sattığı görülmektedir.



Şekil 3.18

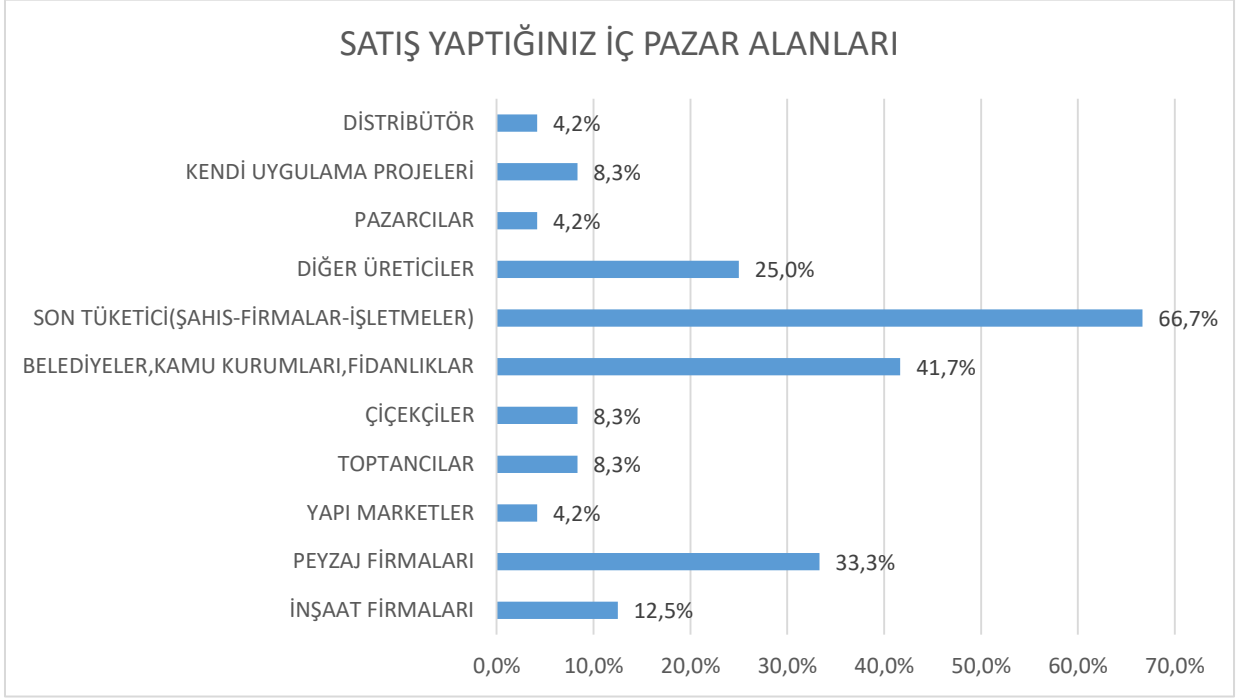
Antalya'da mevsimlik çiçek satan firmaların büyük çoğunluğunun en çok Sardunya, Menekşe, Kadife ve Petunya sattığı görülmektedir.



Şekil 3.19

Antalya'da iç mekan bitki türleri satan firmaların büyük çoğunluğunun en çok Benjamin, Spatifilyum, ve Şeflera türlerini sattığı görülmektedir.

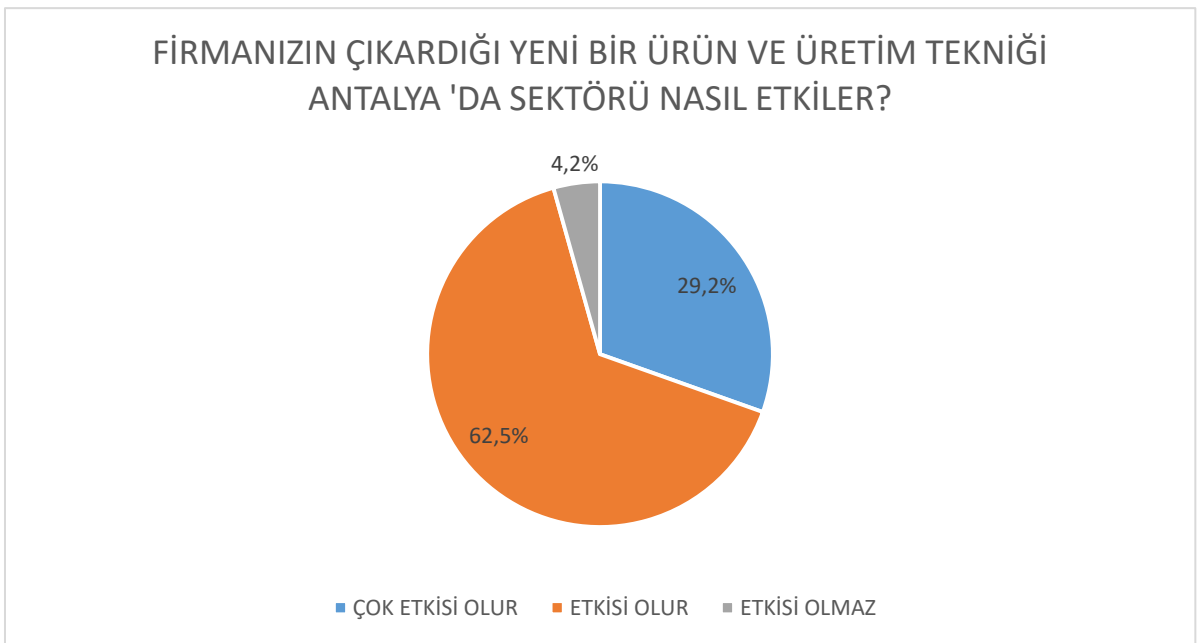
3.13 İç Pazar Alanları



Şekil 3.20

Grafikte görüldüğü üzere Antalya’da firmalar en çok satışı son tüketiciye yapmaktadır. Antalya ve çevresinde turizm etkisiyle peyzaj çalışmaları gerek otellerde gerekse turistik diğer alanlarda oldukça yoğun yapılmaktadır. Buna bağlı olarak üreticilerin büyük bir kısmı peyzaj firmalarına ürün satmaktadır. Ayrıca yine kamu kurumları ve belediyeler de Antalya’daki firmalar için büyük alıcı konumundadırlar.

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

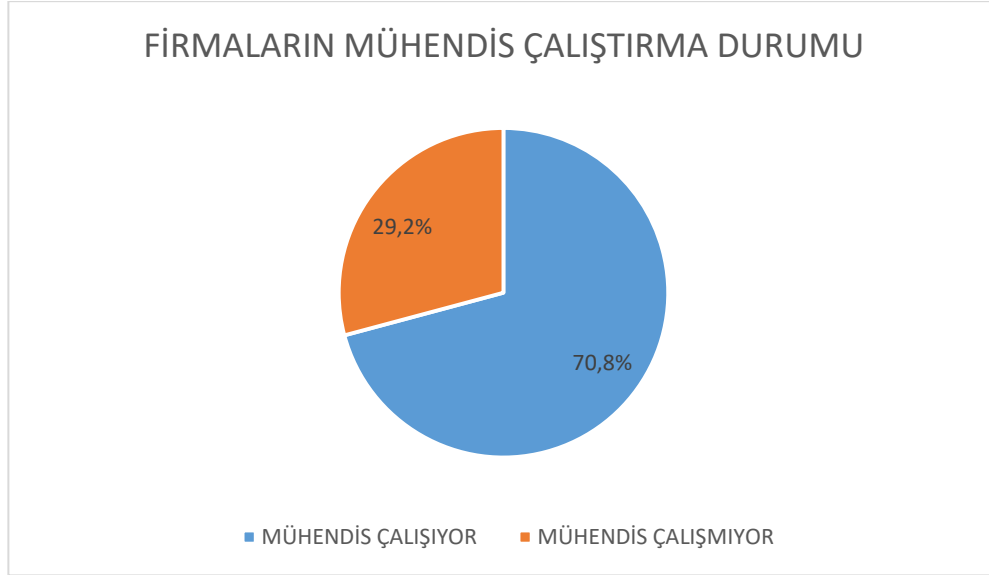


Şekil 3.21

Firmalara sorulan ‘Firmanızın ortaya çıkardığı yeni bir ürün ve üretim tekniği Antalya’da sektörünüze nasıl yansır?’ sorusuna yanıt olarak etkisi olur ve çok etkisi olur seçeneğini işaretleyen üreticilerin oranı %91,7 olarak ortaya çıkmıştır. Buradan hareketle, Antalya içerisindeki firmaların birbirleriyle iletişimlerinin iyi 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 yine sonuç %95,8 oranında etkisi olacağı yönünde olmuştur. Sonuç olarak, firmalar hem Antalya 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 olumludur. Orta ve uzun vadede bunları hayata geçirecek şekilde yol haritası hazırlanacaktır.

BÖLÜM 4: FİRMA ÇALIŞANLARI

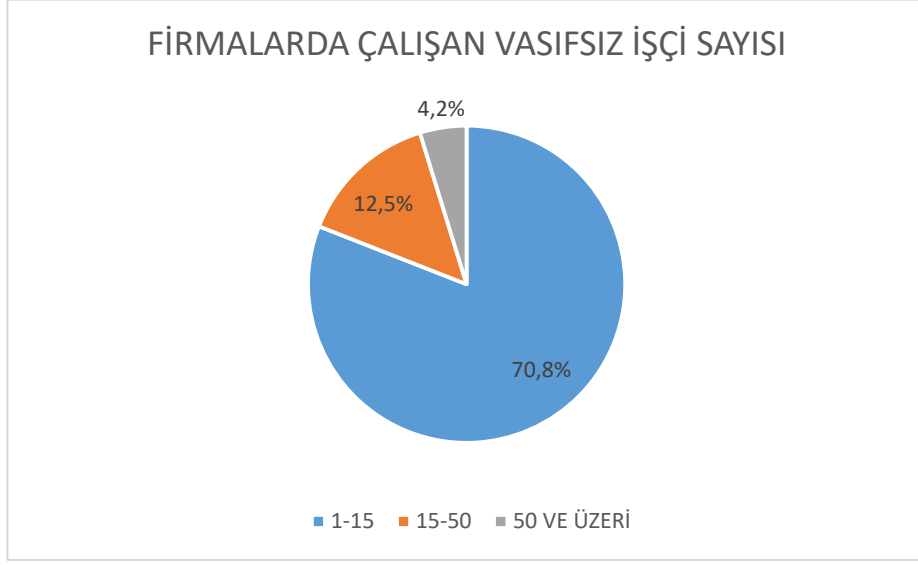
4.1 Firmalarda Mühendis Durumu



Şekil 4.1

Firmaların çoğunun 10 dan fazla personel çalıştırdığı, bu personel içinde % 70,8 gibi yüksek bir oranda mühendis çalıştırıyor olmaları sevindiricidir. Kümelenme çalışması sürecinde bunun çok faydası görülecektir. Mühendis çalıştıran firmaların yaklaşık %55’i 1 den fazla mühendis çalıştırdığı belirlenmiştir. Toplam personel içerisindeki mühendislerin oranı oldukça yüksektir. Ayrıca firmaların %25’i teknisyen çalıştırmaktadır.

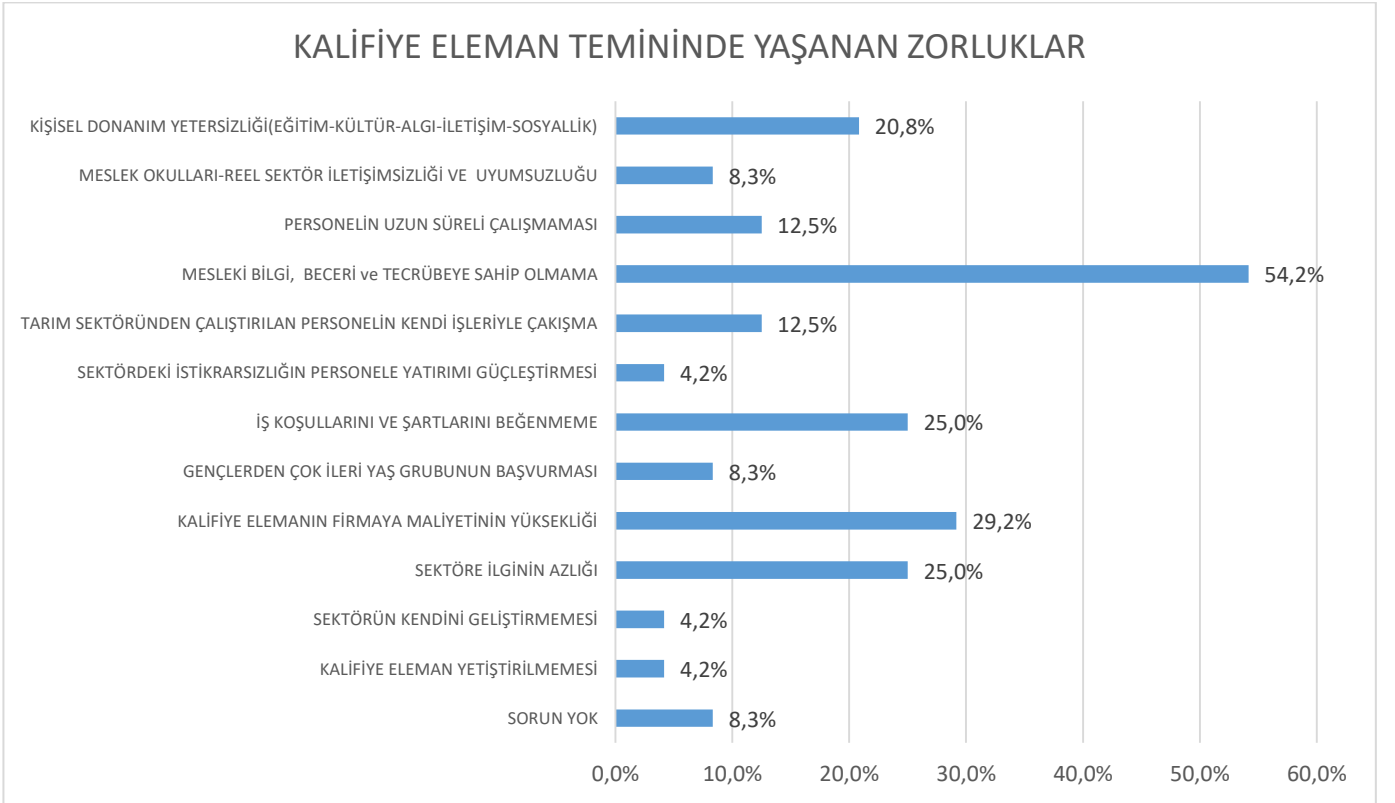
4.2 Firmalarda Vasıfsız İşçi Durumu



Şekil 4.2

İşletmelerin büyüklüğüne göre firmalarda çalışan vasıfsız işçi sayısı değişmektedir. Sabit işçi çalıştıranların yanı sıra geçici (sezonluk) işçi çalıştıran firmalarda bulunmaktadır. Firmaların % 71'i geçici işçi çalıştırmaktadır. Geçici işçi çalıştıran firmaların %35'i, 15 den fazla geçici işçi çalıştırmaktadır.

4.3 Kalifiye Eleman Temininde Yaşanan Zorluklar



Şekil 4.3

Firmaların kalifiye eleman temininde yaşadığı zorluklar grafikte verilmiştir. En önemli sorun, çalışabilecek iş gücünün yeterli mesleki bilgi, beceri ve tecrübeye sahip olmaması olarak ortaya çıkmıştır.

Meslek okulları ile sektörün arasındaki iletişim eksikliğinden dolayı okullardaki müfredatın sektör ihtiyaçlarına cevap vermemesi kalifiye eleman eksikliğinin oluşmasına sebep olmaktadır. İlgili eğitim kurumları ile görüşerek sektörün ihtiyaçlarına göre müfredatın güncellenmesi için çalışmalara başlanmalıdır.

Kalifiye eleman temininde yaşanan zorluklardan bir diğeri de çalışacak kişilerin çalışma şartlarını beğenmemesinden dolayı sektöre ilginin azlığıdır.

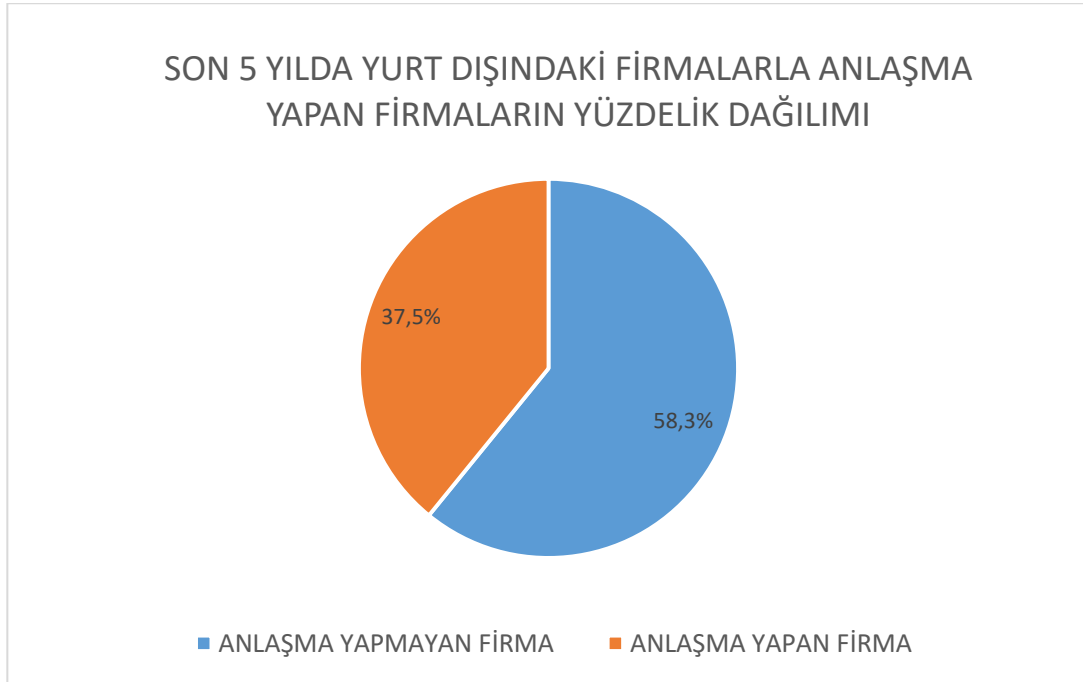
4.4 SÜSBİR Akademisi



Şekil 4.4

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

BÖLÜM 5: SATIŞ VE ANLAŞMALAR



Şekil 5.1

Son 5 yılda yurt dışındaki firmalarla anlaşma yapan firmaların oranı %37,5 olup, bu firmaların %33'ü 5 yıl içerisinde 5 den fazla anlaşma yapmıştır. Anlaşma yapan firmaların sayısı, Antalya bölgesindeki üreticilerin yurtdışı firmalarla düşük oranda bağlantılı olduğunu göstermektedir. Yapılan anlaşmaların %25'i ithalat yaparken, %29'u ihracat anlaşması yapmaktadır. Hem ithalat hem ihracat anlaşması yapan firmalar %12,5 oranındadır.

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

Son 5 yılda ithalatın en çok yapıldığı ülkeler ise Hollanda, İtalya, Çin ve İspanya'dır. Bu ülkelerden yoğun olarak üretim materyali ithal edilmektedir (Fide, Torf, Gübre, Bambu, Sera malzemeleri vs).

Firmalar 2016 ve 2017 yıllarında ziyaret edilen ülkeler sorusuna cevap olarak çoğunlukla Hollanda, İtalya, Almanya, Çin, Tayland ve Kıbrıs'ı ziyaret ettiklerini söylemişlerdir.

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

- % 52'si kar ettiklerini,
- %26'sı ne kar ne zarar ettiklerini,
- %22'luk bir kısım ise zarar ettiklerini

beyan etmiştir. Bu durum Antalya bölgesindeki firmaların yarısı kar etmiştir. Antalya bölgesinde yatırımcılar için bu sektörün düşük risk grubunda olduğu söylenebilir.

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

2016

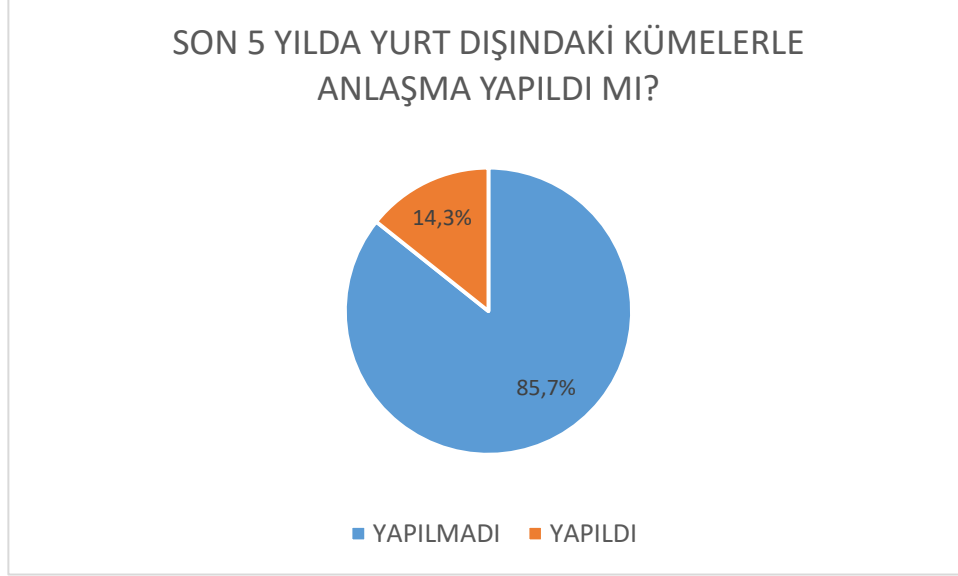
- %61'i kar
- %17'si ne kar ne zarar
- % 22'si ise zarar

2017

- %55'i kar
- %27'si ne kar ne zarar
- %18'i ise zarar

ettiğini beyan etmişlerdir. 2016 ve 2017 yılları kıyaslandığında sektörün gelirinde bariz düşüş gözlenmiştir.

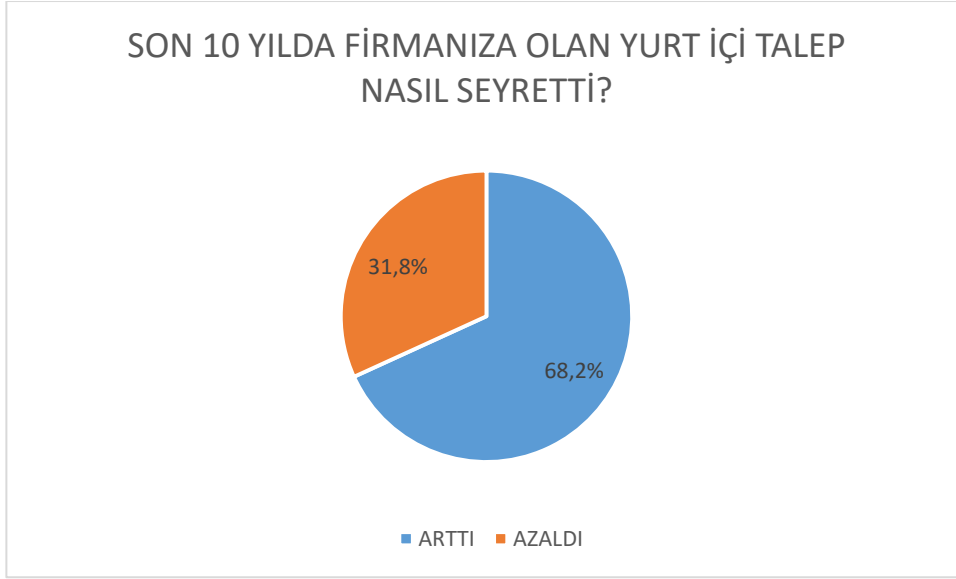
Yurt dışındaki kümeler (birlikler, kooperatifler) ile son 5 yılda yapılan anlaşmalarınız var mı? Sorusuna verilen cevaplara göre;



Şekil 5.2

Sadece firmaların %14,3 lük kısmının bir şekilde anlaşmaları olduğu görölmüŐtür. Gelecek dönemlerde Antalya Bölgesinde bulunan sektörel dernekler ve kooperatiflerin diğer ölkelerdeki sektörel örgütlerle işbirliği protokolleri imzalamaları için çalışmalar yapılmalıdır. Antalya bölgesindeki firmaların yurt dışındaki firmalar ile yaptıkları işbirliklerinden faydalanılarak üyesi oldukları derneklerin de işbirliği içerisine girmeleri için çalışmalar yapılmalıdır.

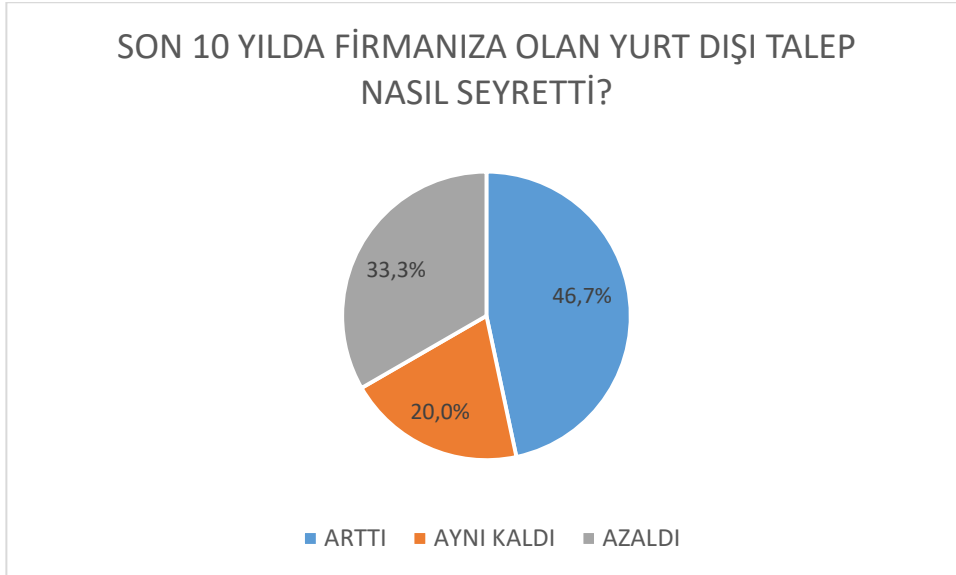
5.1 Son 10 Yılda Firmalara Olan Yurtiçi Talep Nasıl Seyretti?



Şekil 5.3

Firmaların %68,2'si son 10 yılda firmalarına olan yurtiçi talebin arttığını belirtmişlerdir. Son 10 yılda yeşile olan ilginin artması, belediyeçiliğin gelişmesi gibi nedenlerle sektör hareketlenmiş, firmalara ve ürettikleri ürünlere olan talep artmıştır. Bu seyrde, sektörün yurtiçi pazarda son 10 yılda yükselen bir ivmeye sahip olduğu görülmektedir. Talebin azaldığını beyan eden firmaların oranı ise %31,8'dir. Bunun nedenlerinin detaylı bir şekilde araştırılması ve nedenlerinin ortaya çıkarılması için bunu söyleyen firmalar ile tekrar görüşmekte fayda vardır.

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



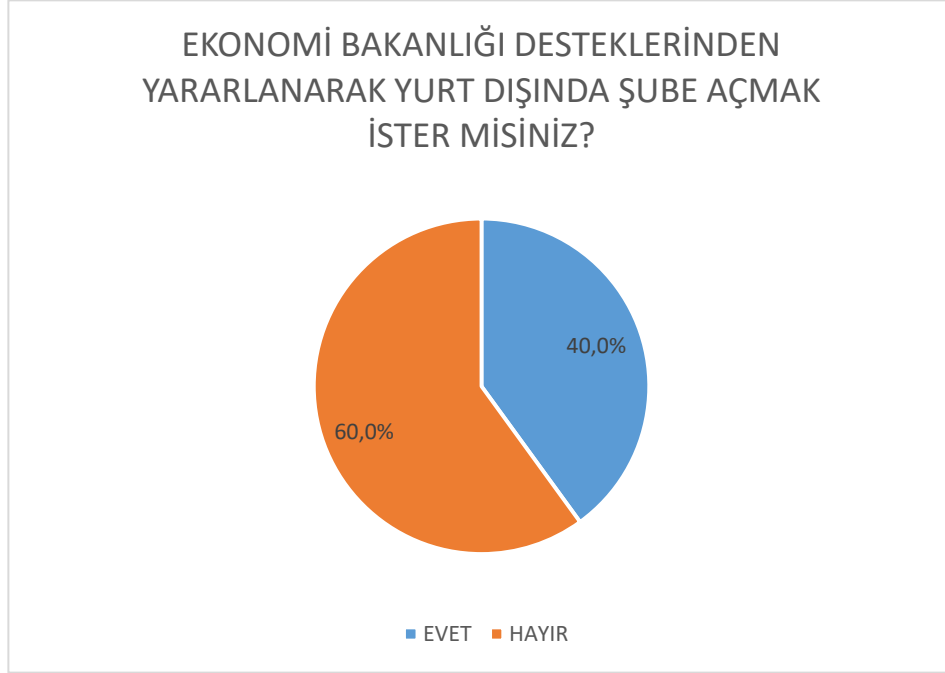
Şekil 5.4

Firmaların %46,7 'si yurtdışı talebin arttığını, %33,3'ü de talebin azaldığını belirtmişlerdir.

Süs bitkileri sektöründe ihracatın son birkaç yılda artış göstermiş olmasına rağmen Antalya bölgesi özelinde sektör firmalarının %66,7 sinin bundan yararlanmamasının nedenlerinin ayrıntılı bir şekilde araştırılması gerekmektedir.

5.3 Ekonomi Bakanlığı Destekleri

Firmalara devlet destekleri ile ilgili çeşitli sorular yöneltilmiştir. Bunlara verilen cevaplar;



Şekil 5.5

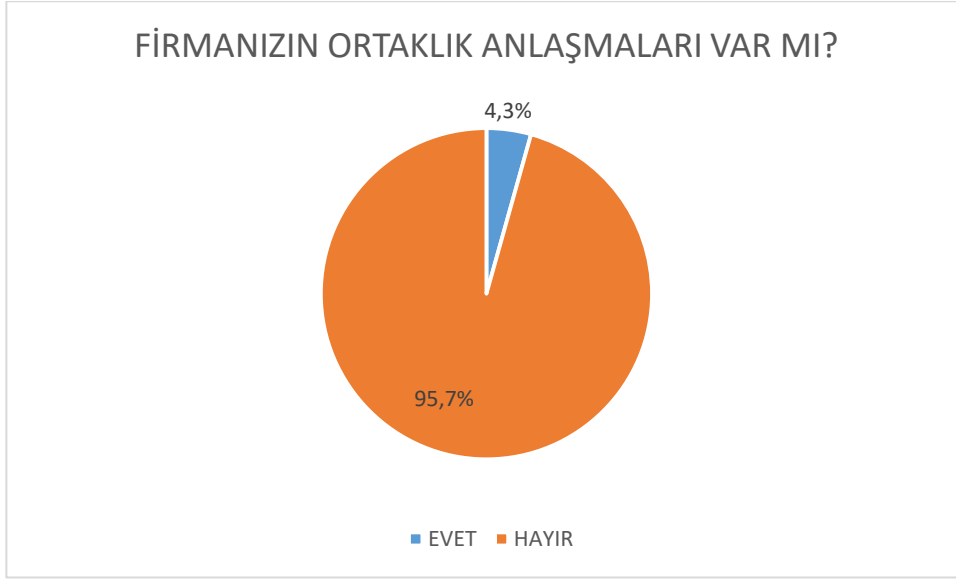
Firmaların % 40'ı Ekonomi Bakanlığı desteklerinden yararlanarak yurt dışında şube açmak istediklerini belirtmişlerdir. Firmalar 'Hangi ülkede şube açmak istiyorsunuz?' sorusuna, Hollanda, İtalya, İspanya, Polonya, Belçika, Kıbrıs, Azerbaycan, Gürcistan, Arap Ülkeleri ve Afrika Ülkeleri cevaplarını vermişlerdir. Bu ülkelerin ilgili sektör firmaları için doğru hedef pazarlardan olduklarının kontrolü yapıldıktan sonra Ekonomi Bakanlığı desteklerine başvurulabilir. 'Hayır' diyen %60'lık kesim ile bu konu detaylı bir şekilde görüşülerek nedenleri öğrenilmelidir.

Ekonomi Bakanlığı desteklerinden yararlanarak yurt dışı iş seyahatlerine katılmak ister misiniz sorusuna firmaların %95,8'i 'Evet' yanıtını vermiştir. Firmalar İtalya, İspanya, Hollanda, Almanya, Çin, Abudabi, Singapur, Tayland, Küba, Dubai, Katar, Fransa, Belçika, Rusya, ABD, Japonya, Avustralya, Kostarika ve Güney Amerika ülkelerine iş seyahatleri yapmak istemektedirler. SÜSBİR olarak Katar'a Ekonomi Bakanlığı Yurt Dışı Pazar Araştırması tebliğ kapsamında Ocak ayında bir Sektörel Ticaret Heyeti düzenleyeceğiz. Diğer belirtilen ülkelerin süs bitkileri konusunda üretim ve ticaret kapasiteleri incelenerek yeni programlar düzenlenebilir.

Ekonomi Bakanlığı desteklerinden yararlanarak yurt dışında süs bitkileri Türk Ticaret Merkezi kurulması çalışmasında yer almak ister misiniz sorusuna da %52 oranında 'Evet' cevabı verilmiş ve merkezin açılmasını istedikleri ülkeleri firmalar şu şekilde belirtmişlerdir; Türki Cumhuriyetleri, İspanya, Hollanda, İtalya, Yunanistan, Kıbrıs, Suudi Arabistan, Rusya, Dubai, Katar, Çin, Abudabi, Afrika Ülkeleri ve ABD. En uygun olan ülkelere başlanarak şirket kurma vb. ticari konular incelenerek bu ülkelerde sırayla Türk Ticaret Merkezleri kurulması çalışmaları yapılacaktır.

BÖLÜM 6: ORTALIK- İŞBİRLİĞİ

6.1 Resmi Ortaklıklar



Şekil 6.1

Firmalar ortaklık anlaşmaları olup olmadığı sorusuna %95,7 oranında 'Hayır' cevabını vermişlerdir. Ortaklık anlaşmaları olan %4,3 oranındaki firmalar çoğunlukla diğer firmalarla ortaklık anlaşması yaptıklarını belirtmişlerdir. Kooperatifler ve kamu kurumlarıyla, üniversitelerle, araştırma kuruluşları ve diğer firmalarla ortaklık anlaşmaları bulunmamaktadır. Bu sonuç, ortaklık kültürünün sektörde gelişmediğini göstermektedir. Sektörde güven sıkıntısı olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır.

Üniversiteler, araştırma kuruluşları ve kamunun ilgili kurumları ile ortaklıkların geliştirilmesi sektörün geleceği açısından çok önemlidir. Firmalarla yapılan görüşmelerde bu tür ortaklıkları 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, araştırma kuruluşları ve kamunun ilgili kurumları** arasında ara yüz olacak ve yeni çeşit geliştirme ve mevcut çeşitlerin ıslahı konusunda araştırma kuruluşlarına çeşitli konu önerisi yapılarak çalışmalar ortaklık şeklinde yürütülebilir. Bu çalışmalar için gerekli olacak finansmanın temini konusunda **İhtisaslaşmış AR-GE ve İnovasyon kooperatifi** kamunun ilgili kurumlarına ortak projeler sunabilecektir.

Ayrıca firmalar Teknoloji ortaklığı ve pazarlama ortaklığı gibi konularda herhangi bir ortaklık kurmamıştır. Özellikle Antalya bölgesinde firmalara ortaklık kavramı ve kültürü anlatılmalı, sektörün diğer paydaşları olan üniversite, araştırma kuruluşları ve kamu kurumları ile yapılabilecek ortaklıklar konusunda bilinçlendirilmeli ve ortaya çıkan eksikliklerin giderilmesi için bu paydaşlarla projeler ortak yürütülmelidir.

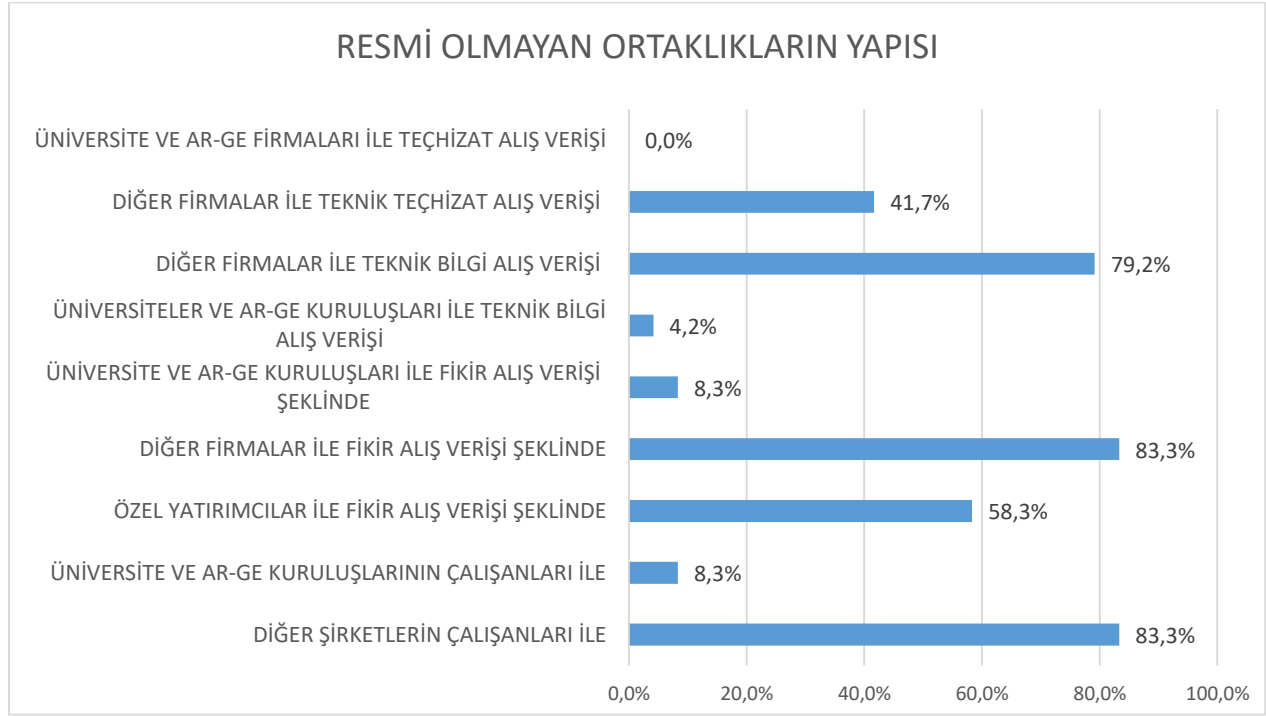
Ortaya çıkan eksikliklerin en önemlilerinden birisi de pazarlama kanalı eksikliğidir. Pazarlama eksikliği, **İhtisaslaşmış Satış-Pazarlama kooperatifleşme** modeli ile çözülebilir.

Daha önce ortaklık yapan firmanın, Antalya'da aynı coğrafi alanda bulunmak bu ortaklıkları etkilemede önemsiz olduğu cevabını vermiştir. Ayrıca yapılan ortaklıklarda CEO veya firma sahibi tarafından aynı aileden gelmek faktörü de ortaklık yapan firma tarafından çok önemsiz bulunmuştur.

Ortaklık yapan firmanın ortaklıkları için önemli gördüğü faktörler ise; daha önce yaptıkları ortaklıkların, CEO ve firma sahibi ile dost olmak ve ortak dostlara sahip olmak, fuarlar ve konferanslar, profesyonel kurumlar aracılığı ile kurulan kontaklar, yerel kuruluşlar ve yerel danışmanlık büroları ile kurulan kontaklardır.

6.2 Resmi Olmayan Ortaklıklar

Firmaların %96'sı resmi olmayan ortaklıkları (resmi kontrat içermeyen, yardımlaşma ve arkadaşlığa dayalı iş birlikleri) bulunduğunu ifade etmişlerdir. Bu tür işbirliklerinin yapısı ise aşağıdaki grafikte verilmiştir.



Şekil 6.2

Firmaların resmi olmayan ortaklıkları %80'in üzerinde diğer şirketlerin çalışanları ile yapılan diyaloglar, %79 diğer firmalarla yapılan teknik bilgi alışverişi ve daha az oranda teçhizat alışverişi yapılmaktadır. **Firmaların üniversite ve AR-GE kuruluşları ile diyaloglarının da çok zayıf 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 ihtisaslaşmış AR-GE ve İnovasyon Kooperatifi çok önemli rol oynayacaktır.

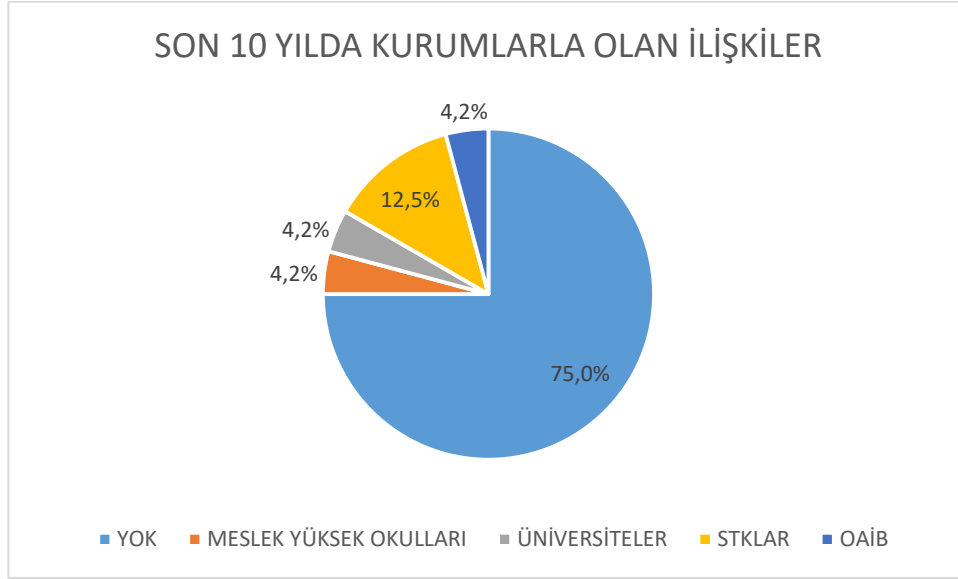
Resmi olmayan ortaklıkların Antalya bölgesinde yoğun olduğu gözlenmiş olup, İstanbul, İzmir, Sakarya, Ankara, Antalya, Adana, Kıbrıs ve Almanya'da da düşük oranda seyrettiği gözlenmektedir.

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

AR-GE kuruluşlarının çalışanları, finansal kurumların kurucu ve çalışanları ve devlet personeli ile kurulan az sayıdaki resmi olmayan ortaklıklar, daha çok kendi çevresindeki meslektaş ve iş kontakları aracılığı ile kurulmaktadır.

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

6.3 Son 10 Yılda Kurumlarla Olan İlişkiler

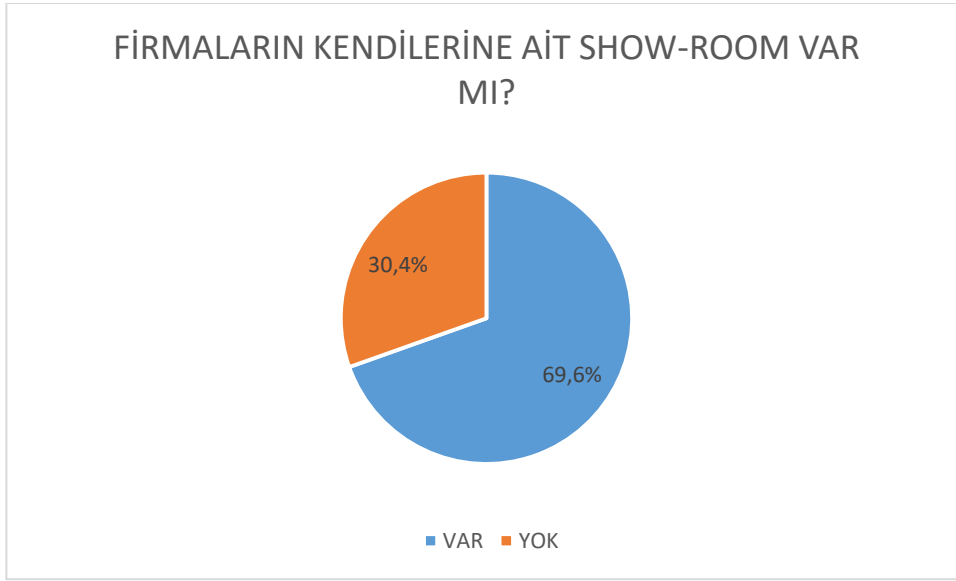


Şekil 6.3

Antalya'daki firmaların % 75'lik kısmı son 10 yılda kurum ve kuruluşlarla herhangi bir bağlantı kurmamıştır. Kurulan bağlantılar da çok sınırlı sayıda gerçekleşmiş olup, alınan destekler ise sınırlı miktarda olmuştur.

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

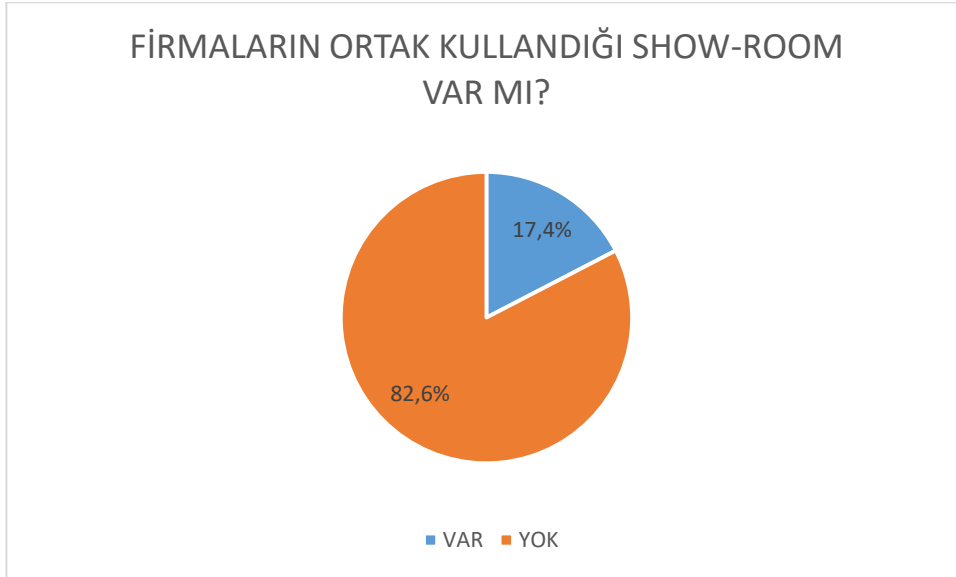
6.4 Ürünlerinizin Sergilendiği 'Show-Room' var mı?



Şekil 6.4

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 diyenler ise farklı mekânda sergi ve satış yerlerinin olmadığını söylemek istemiştir.

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



Şekil 6.5

Firmaların büyük çoğunluğu ortak Show- Room sorusuna yok cevabını vermişlerdir. Var cevabını veren firmaların bunu nasıl formüle ettikleri araştırılacak.

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



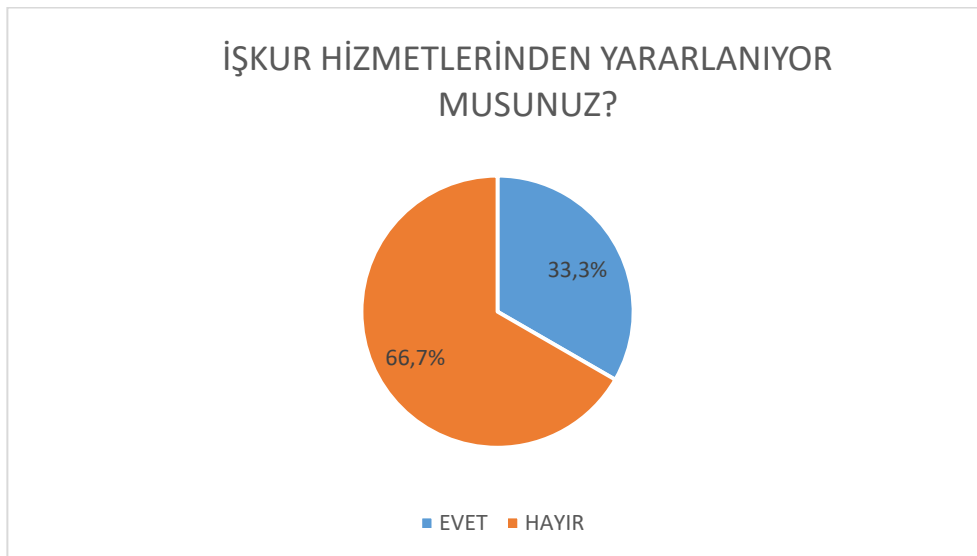
Şekil 6.6

'Bölgenizde ürünlerin sergilenmesi için ortak Show-room kurulmasını ister misiniz?' sorusuna %100 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 yaklaşık % 70'i SÜSBİR üyesidir. Üretici belgesine sahip bu firmaların tümü GTHB İl-İlçe Müdürlüklerine bağlıdır. Bu üyeliklerin yanı sıra ortalama %70'den fazlası Ziraat Odası ve Ticaret Odası'na da üyedir. Yerel dernek üyeleri %45'in üzerinde, yerel birlik üyeleri ise %17 civarındadır. Yerel kooperatif üyeliği %42 oranında, esnaf odası üyeliği ise %25'dir. Firma sahiplerinin çoğu üniversite mezunu ve %25'i ilgili meslek odalarına üyedir.

7.1 İŞKUR Hizmetlerinden Faydalanma

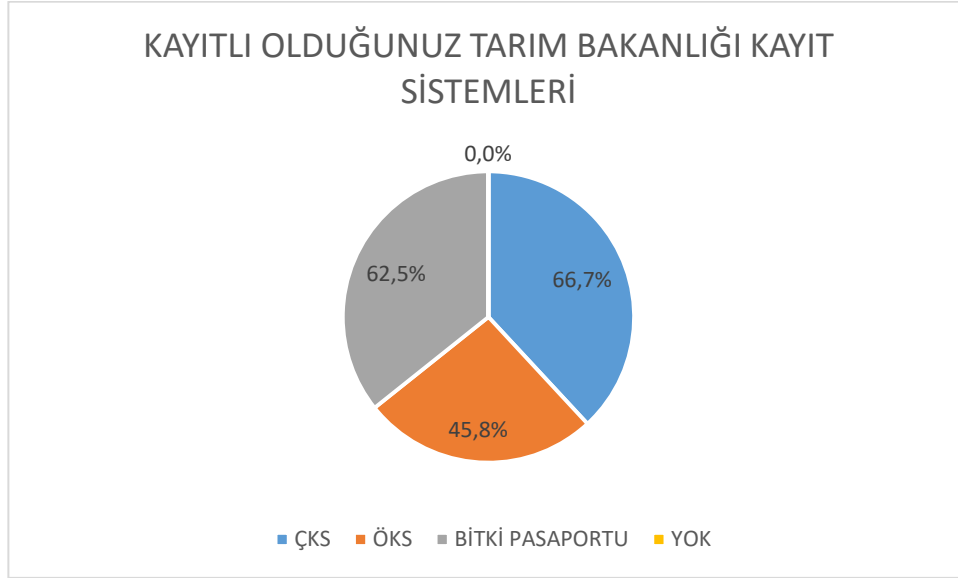


Şekil 7.1

Firmalar İŞKUR hizmetlerinden yararlanmayla ilgili soruya %66,7 oranında 'Hayır' yanıtını vermişlerdir. İŞKUR hizmetinin Antalya 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 Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Kayıt Sistemlerine Kayıt Olma Durumları

Firmaların GTHB 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

Antalya bölgesindeki firmaların %88'i üretim yapmaktadır. Firmaların %75'u Arz talep planlaması ve üretim için gerekli kaynakların tedarik edilmesi satın alımı/satımı süreçlerini tamamlamaktadır. Ürün alıp büyütüp satan firma oranı % 71'dir. Firmalar %67 oranında da alıp satma işlemi yapmaktadır. Firmalar tarafından yapılan en az orana sahip süreçler; taşıma, depolama ve nakliye.

Firmaların Antalya içerisinde %60'dan fazlasının tamamladığı süreçler; üretim, arz talep planlaması, ürün alıp büyütüp satma, ürün alıp satma, üretim için gerekli kaynakların tedarik edilmesi satın alımı / satımıdır. Taşıma depolama ve nakliye sürecinin Antalya içerisinde tamamlanma oranı %42'dir. Bu da gösteriyor ki çoğunlukla firmaların bu süreçlerde başka herhangi bir bölgeye ihtiyaç duymadan kendi içlerinde döngüyü sağlayabilmektedirler.

Firmaların %22'si Türkiye'de ürünlerine 200 den fazla benzer ürün üreten firma olduğunu belirtmişlerdir. Türkiye'de kendi ürünlerine benzer ürün üreten 50 ile 100 arası firma olduğunu söyleyen firmaların yüzdesi ise %26 ile en yüksek orana sahiptir. Firmaların %22'si de ürünlerine Türkiye çapında 5 den az benzer ürün üreten firma olduğunu söylemişlerdir.

Bir firmanın ürünlerine Türkiye genelinde 200 den fazla ve 50-100 arası benzer ürün üreten firma olması sektörde rekabetçiliğin çok fazla olduğunu bir göstergesidir.

Bu rekabeti doğru yöneterek benzer ürün üreten firmaların bu durumdan zarar görmeden kendi paylarını elde etmeleri üzerine bir sistem düşünülmelidir. Aksi takdirde rekabet burada ürünlerin fiyat farklılıklarını ve buna bağlı olarak ürünlerde kalite farklılıklarını getirecektir. Ürünler için yaptığımız standardizasyon çalışması hayata geçtiğinde piyasada rekabet doğru yönetilebilecek ve bu tip sıkıntılar ortadan kalkacaktır. Ayrıca planlı üretim, ürünlerin kayıt altına alınması gibi konular da rekabeti doğru yönlendirecektir.

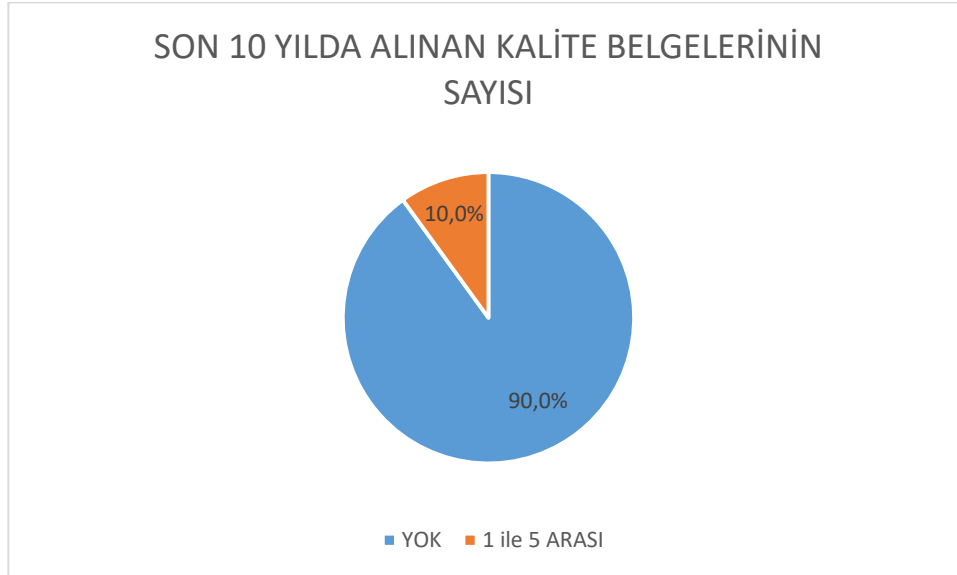
Aynı soru Antalya içinde ve bulunduğunuz ilçede ürününüze benzer ürün üreten firmaların sayıları olarak sorulmuştur. Antalya içerisinde, %35 en yüksek oranda 5 den az ifadesi çıkmıştır. Yaklaşık % 30 oranında firma bu soruya cevap olarak 5 ile 10 arasında benzer ürün üreten firma olduğunu söylemiştir. Firmaların %60'ı bulunduğu ilçede benzer ürün üreten firmaların sayılarının 5 den az olduğunu söylemişlerdir. Firmaların buldukları bölgede benzer ürün üreten firmaların az olması olumlu ortam oluşturmaktadır. Ancak son yıllarda yaşanan turizme dayalı Pazar kaybı firmaları zorlamaktadır.

BÖLÜM 9: SERTİFİKALAR VE MARKA

Firmaların sahip olduğu kalite sertifikaları ile ilgili soruya %17 oranında sertifika var, %83 oranında sertifika yok sonucu alınmıştır. Kalite sertifikası olan firmalar ve hangi sertifikaya sahip olduklarının yüzdesel dağılımı aşağıdaki grafikte verilmiştir. Sertifikası olan firmalardan biri İyi Tarım Uygulamaları sertifikasına, biri TSE sertifikasına bir diğeri ise MPS sertifikasına sahiptir.

Firmaların soruda sorulan ISO 9001 ve ISO 14001 sertifikalarına sahip olmadıkları görülmüştür. Bu konuda firmalara aydınlatıcı eğitimler, sözü geçen sertifikaların tanıtımı ve avantajlarının anlatıldığı seminerler verilmesi faydalı olacaktır.

9.1 Son 10 Yılda Alınan Kalite Belgelerinin Sayıları

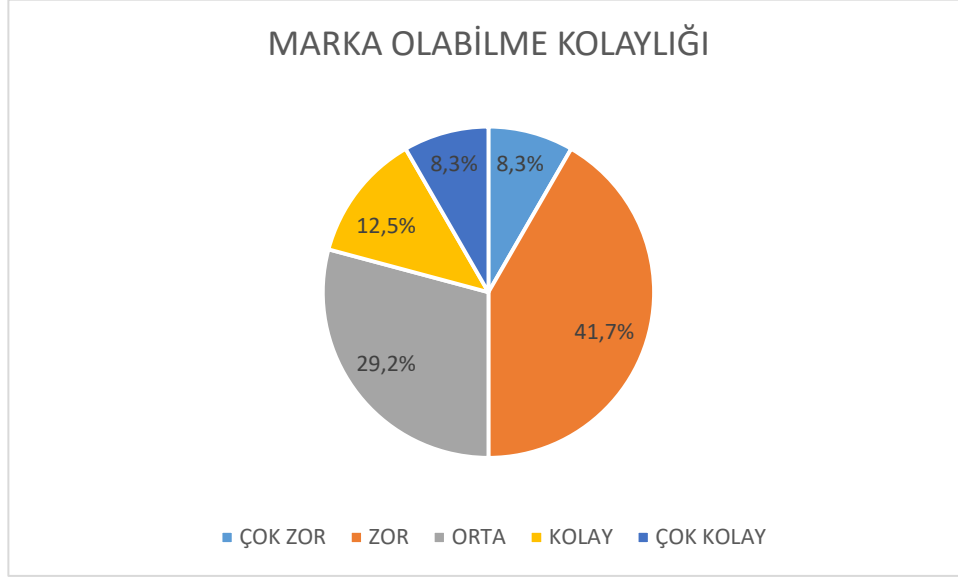


Şekil 9.1

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. Antalya bölgesindeki firmaların çoğunluğunun kurumsallaşma yönünden eksik olduğu görülmektedir.

9.2 Marka Olabilme Kolaylığı

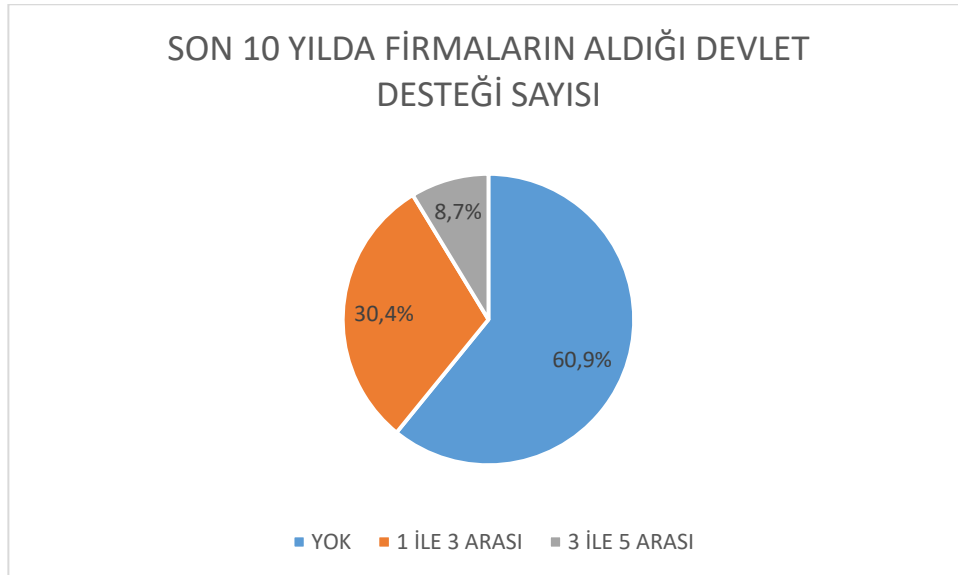
Firmaların %50'si marka olabilmenin zor ve çok zor olduğunu belirtmişlerdir. Sektörde marka olmanın zor olmasının temeline inilmeli, neden marka olunamıyor araştırılmalı ve ona göre bir yol izlenmelidir.



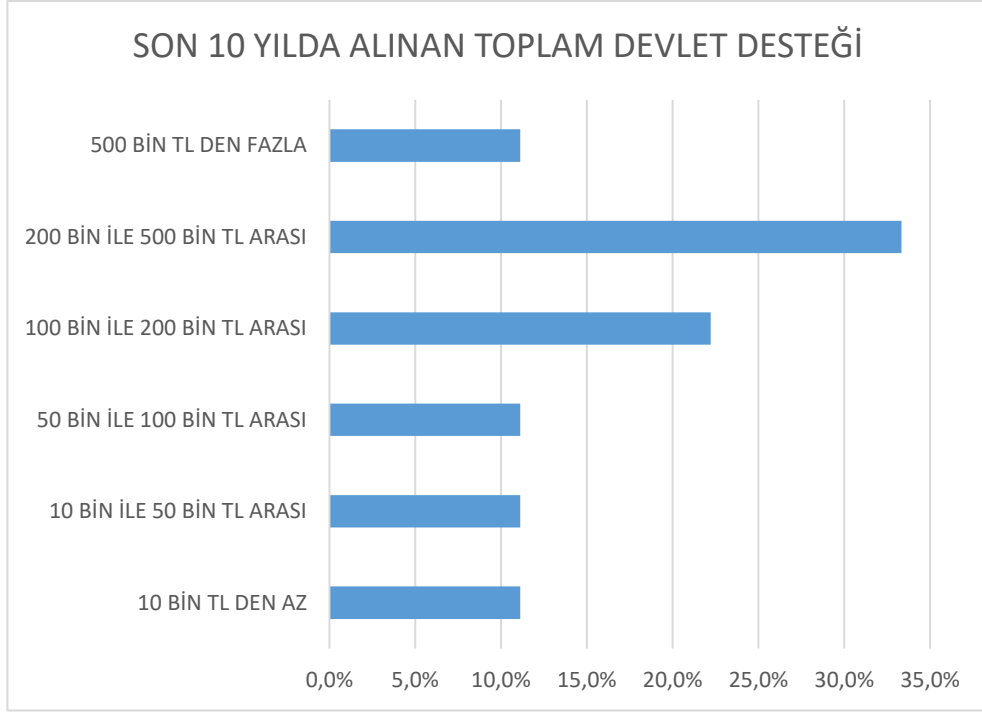
Şekil 9.2

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

BÖLÜM 10: ALINAN DEVLET DESTEKLERİ



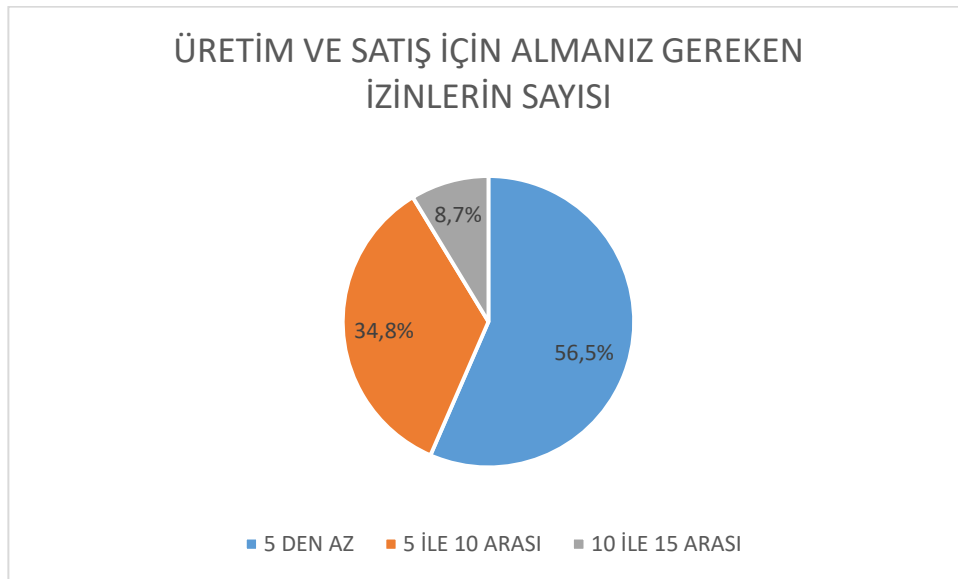
Şekil 10.1



Şekil 10.2

Firmaların yarıya yakını devlet desteklerinden çok az faydalanmaktadır. Bunun başlıca sebepleri; süs bitkileri sektörüne uygun bir destekleme modelinin olmaması, mevcut kredi destekleri için teminat şartlarının ağır, vadelerin kısa olması ve genel olarak devlet destekleri hakkında yeterli bilgiye sahip olunmamasıdır. 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.

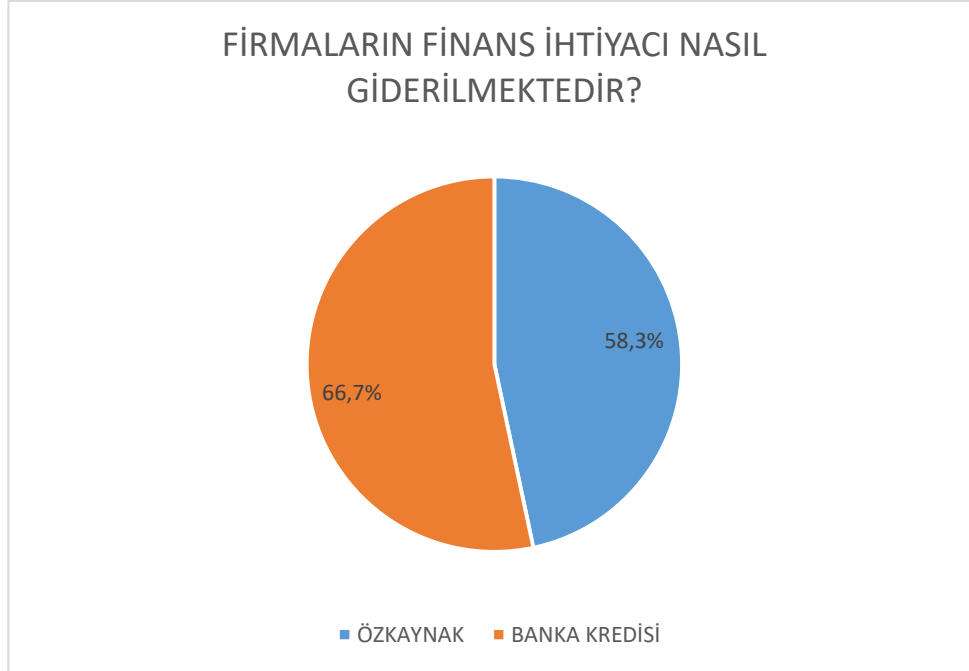
BÖLÜM 11: ÜRETİM VE SATIŞ İÇİN ALINMASI GEREKEN İZİNLER



Şekil 11.1

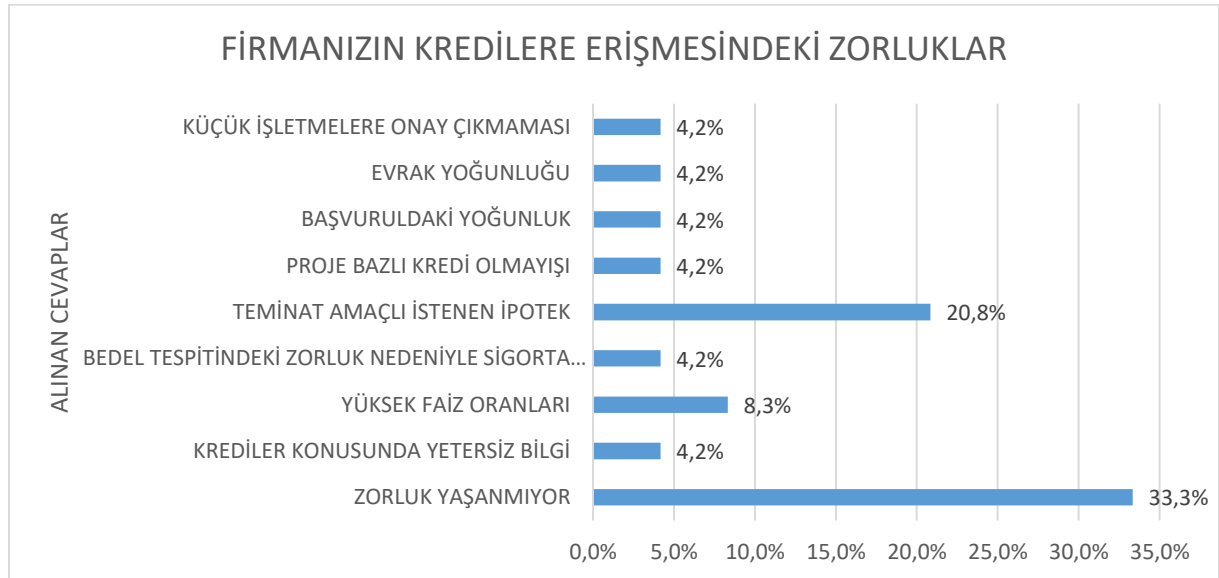
Firmaların %50 den fazlası üretim ve satış için alınması gereken 5'den az izin olduğunu belirtmişlerdir.

BÖLÜM 12: FİNANSMAN VE KREDİ



Şekil 12.1

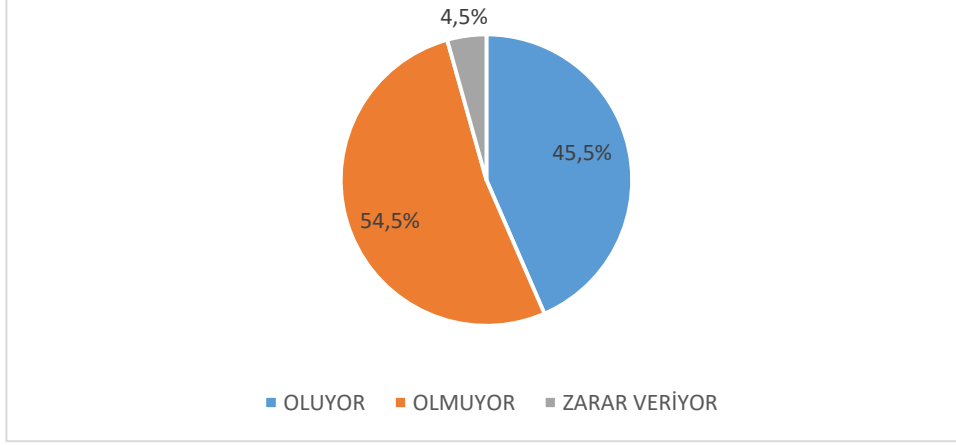
Firmalar finansman ihtiyacını öz kaynakları ve banka kredileri ile gidermektedir. Firmaların yaklaşık %35'i alınan kredilerde herhangi bir zorluk yaşamadığını belirtmiştir. Kredilere erişimde zorluk yaşayan firmalar, yaşadıkları zorlukları aşağıdaki şekilde ifade etmişlerdir:



Şekil 12.2

Firmalara işçilik ücretlerinin rekabetçi olmalarına yardımcı olup olmadığı sorulmuş ve aşağıdaki grafikte yer alan cevaplar alınmıştır.

ÖDEDİĞİNİZ İŞÇİ/MÜHENDİS ÜCRETLERİ REKABETÇİ OLMANIZA YARDIMCI OLUYOR MU?

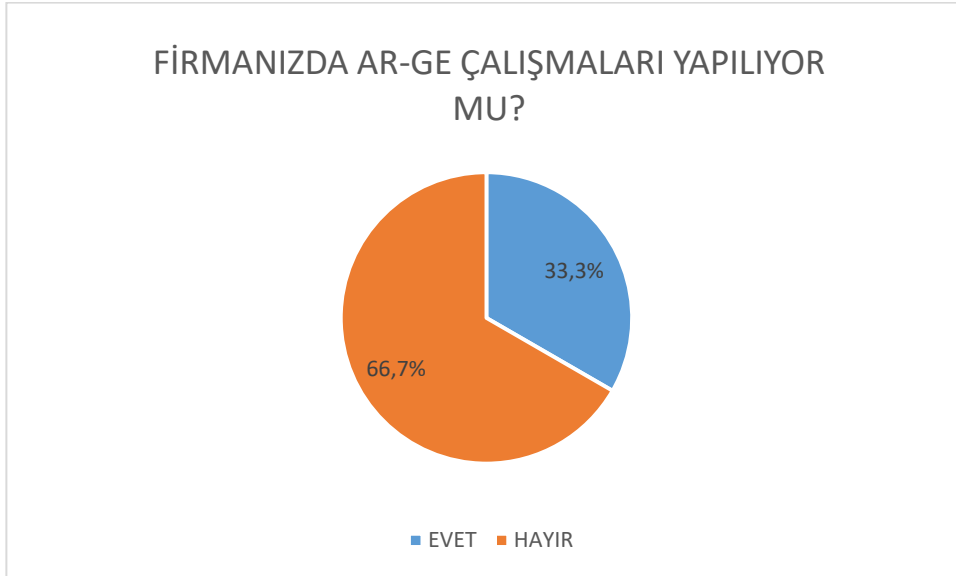


Şekil 12.3

Personel ücretlerini firmalar çoğunlukla yüksek bulmaktadır. Çalışanların büyük çoğunluğunun vasıfsız işçi statüsünde olması ve ücretlerin çalışanların durumuna göre belirlenmiş olmasına rağmen, ürünlerin fiyatları açısından rekabetçi olmadıklarını söylemektedirler. Bunu düzeltmek için zor bulunan işçilerin ücretlerinin azaltılması çözüm olmayacağı için firmaların üretim maliyetlerinin en kısa vadede azaltılması çalışmalarının başlatılması gerekmektedir. Bu çalışma sonucunda elde edilecek tasarruf işçi ücretleri yükünü azaltmaya yardımcı olacaktır.

BÖLÜM 13: AR-GE VE BİLİM

FİRMANIZDA AR-GE ÇALIŞMALARI YAPILIYOR MU?

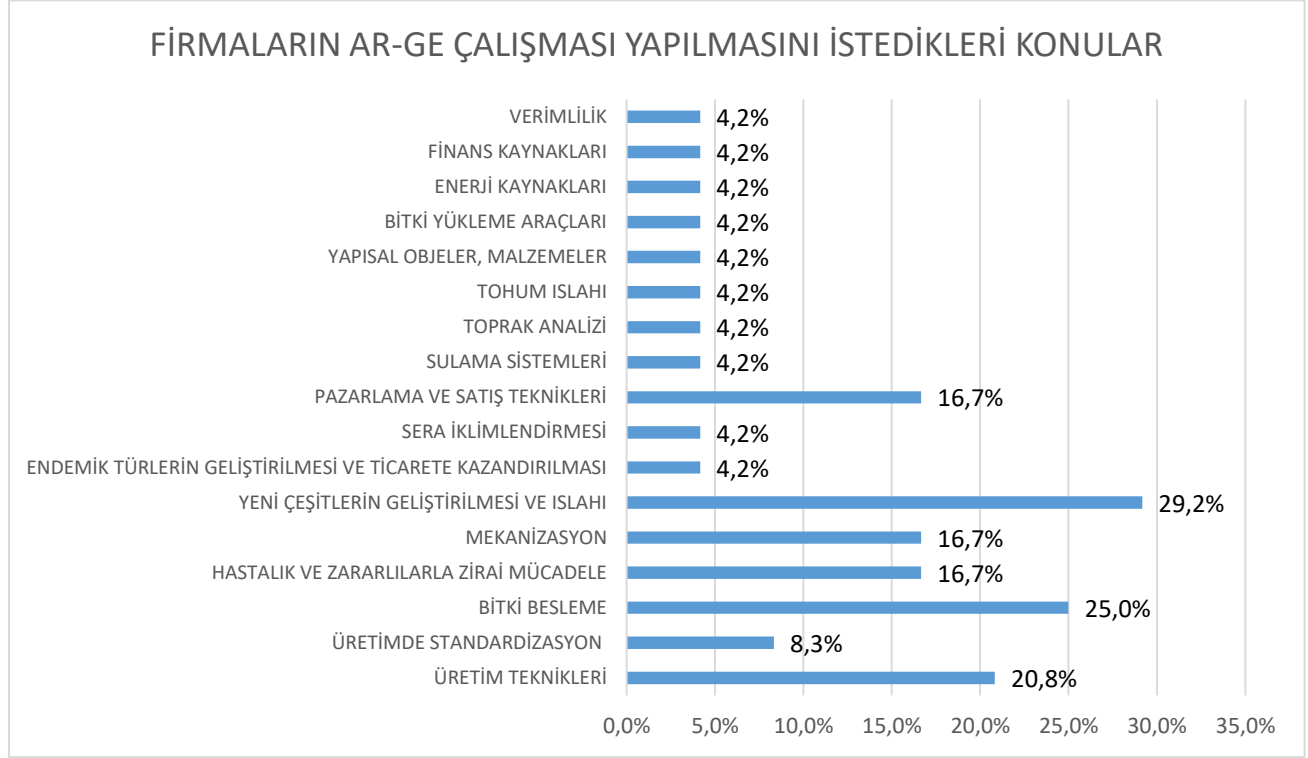


Şekil 13.1

Firmaların %66,7'si AR-GE çalışmaları olmadığını belirtmişlerdir. AR-GE çalışması olanlar ise bu çalışmalar için 1 ya da 2 personel çalıştırdıklarını ve personel başına AR-GE harcamalarının yıllık 10 bin TL'den az veya 10 bin ile 50 bin TL arasında olduğunu söylemişlerdir. Firmalardan birisi AR-GE çalışmalarında 15 personel çalıştırdıklarını belirtmiştir.

Antalya bölgesinde AR-GE çalışmalarının yapılıyor olması ile birlikte az sayıda olduğu görülmektedir. AR-GE çalışmalarının artırılması için firmalara 'AR-GE nedir?', yöntemleri, önemi ve AR-GE destekleri hakkında bilgilendirme eğitimleri verilmelidir.

13.1 Firmaların AR-GE Çalışması Yapılmasını İstedikleri Konular



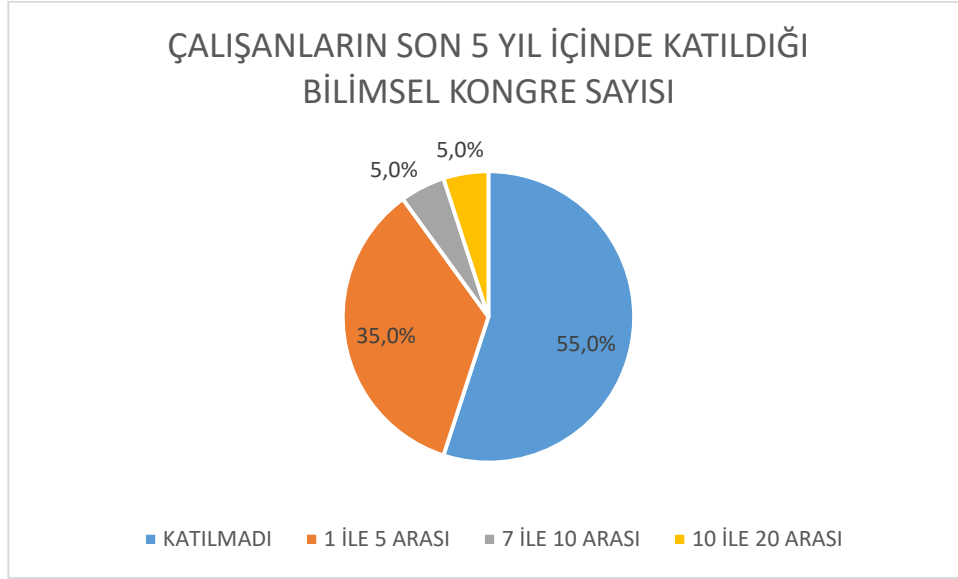
Şekil 13.2

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

Üniversite, araştırma kuruluşları ve firmalar arasında iletişim eksikliğinin olmasından dolayı yapılan çalışmalar proje düzeyinde kalmakta ve sektörün faydasına dönüşmemektedir. 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 yaparken eş zamanlı olarak diğer AR-GE merkezleri ve üniversiteler ile de birlikte ihtiyaç duyulan önemli konularda AR-GE projeleri yürütebilir.

13.2 Son 5 Yılda Bilimsel Kongreye Katılım

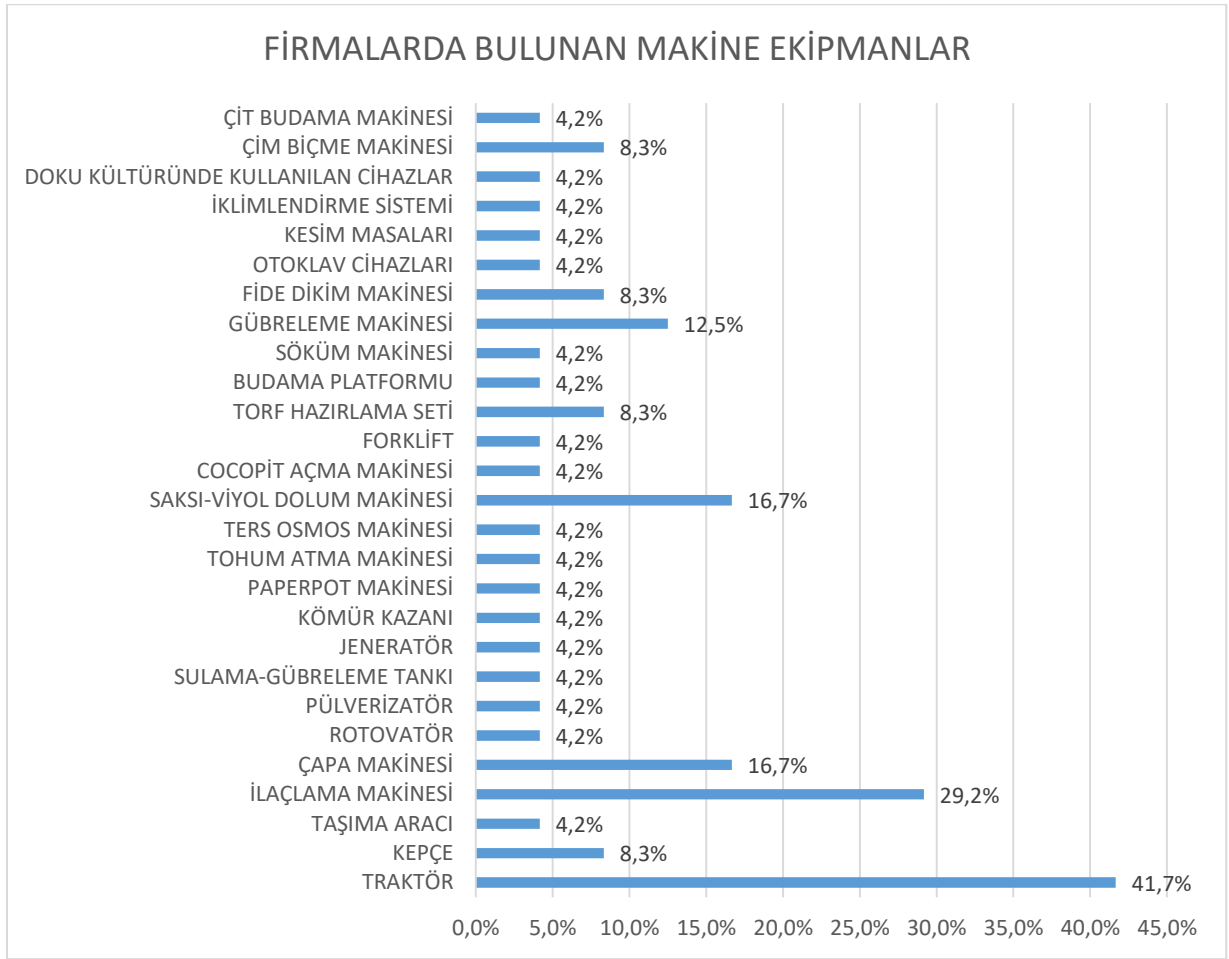
Son 5 yılda bilimsel kongreye katılan firmaların grafiği aşağıda verilmiştir.



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. Sistemsizlikten kaynaklanan bu eksikliğin çözümünde ihtisaslaşmış AR-GE kooperatifleri görev alacaktır. Bu tür toplantıların firmalar için önemli olduğu bilincinin seminerlerle verilmesi gerektiği anlaşılmaktadır.

BÖLÜM 14: MAKİNE VE EKİPMANLAR

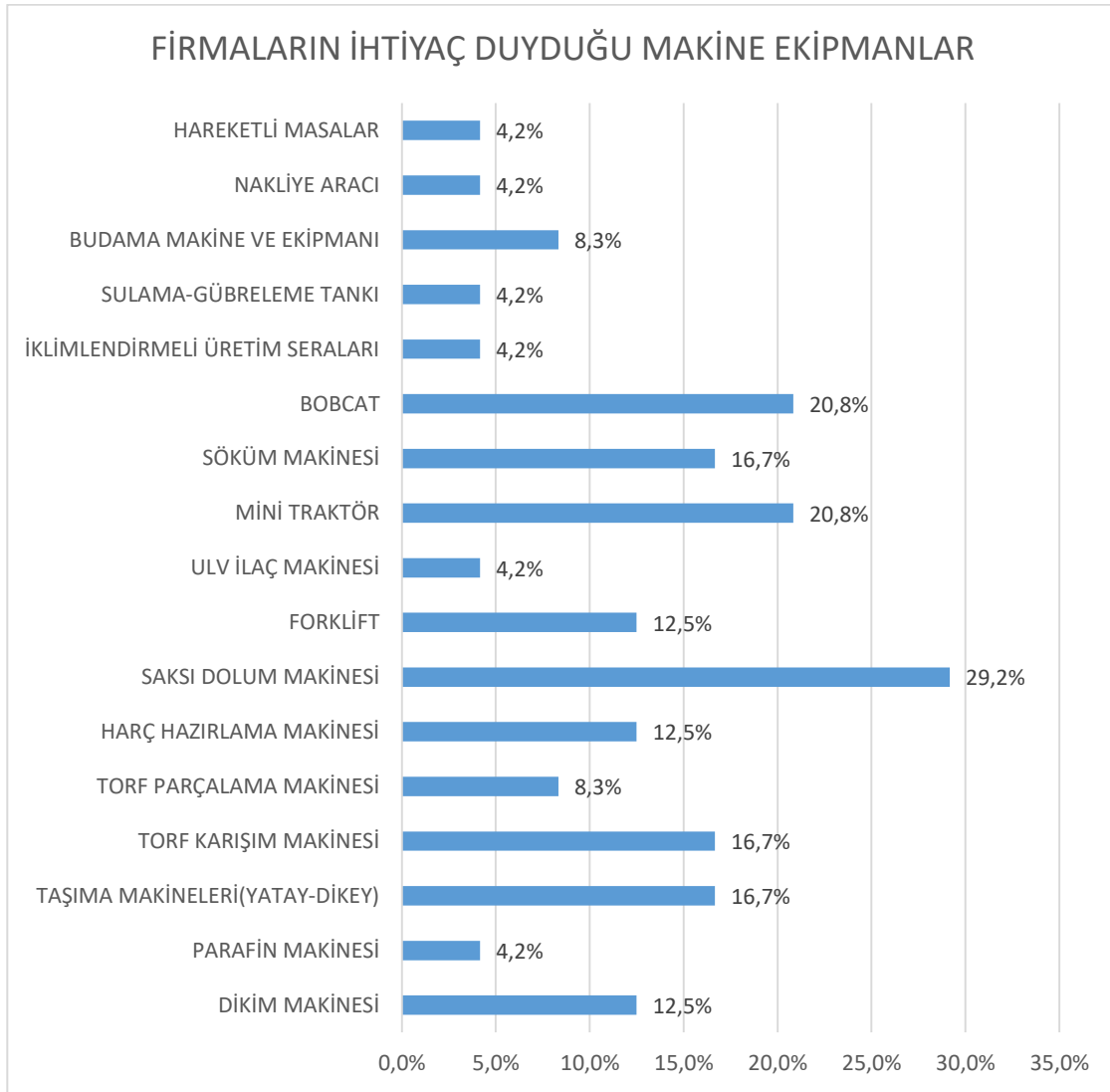


Şekil 14.1

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 kullanılması durumu da söz konusudur. Firmaların üretimde kullandığı makine ekipmanlarda, yurt dışı iş gezilerinde gördükleri teknolojileri kendi üretimlerine de yansıttıkları görülmektedir. Ancak Avrupa'daki rakipleri ile kıyaslandığında teknoloji kullanımı hala gelişmeye açık bir durumdadır.

Firmalar ihtiyaç duydukça makine ve ekipmanları yardımlaşma amacıyla ortak kullanılmalıdır. Ancak bugün ortak kullanım oranı düşük seviyededir. özellikle pahalı, taşınabilir ve ortak kullanıma elverişli ekipmanların ortak kullanımlarının teşvik edilmesi, yaygınlaştırılması sektör firmalarının yararına olacaktır. Bu ekipmanların da konularında uzman, makineyi kullanma yetki ve becerisine sahip operatörler tarafından kullanımı oldukça önemlidir. Bu uzman operatörler sektör için kurulacak olan ihtisaslaşmış kooperatifler bünyesinde çalışacaklardır.

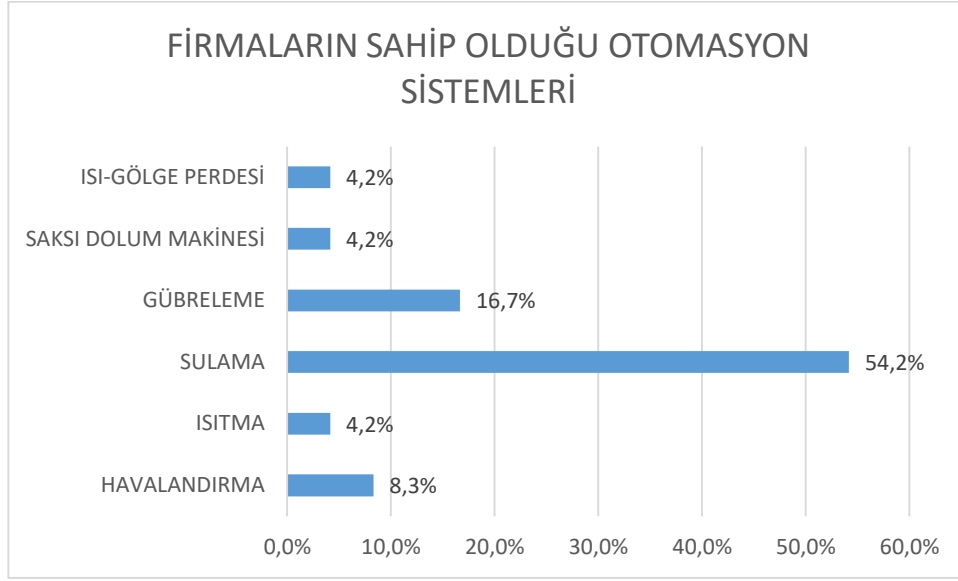
14.1 Sektörün İhtiyaç Duyduğu Makine ve Ekipmanlar



Şekil 14.2

Firmaların geniş yelpazede makine ekipmanlara ihtiyaç duyduğu görülmektedir. 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 Antalya bölgesinde üretilmeleri için çalışmalar yürütülmelidir. Bunlarla ilgili kamu kurumlarına projeler yazılabilir.

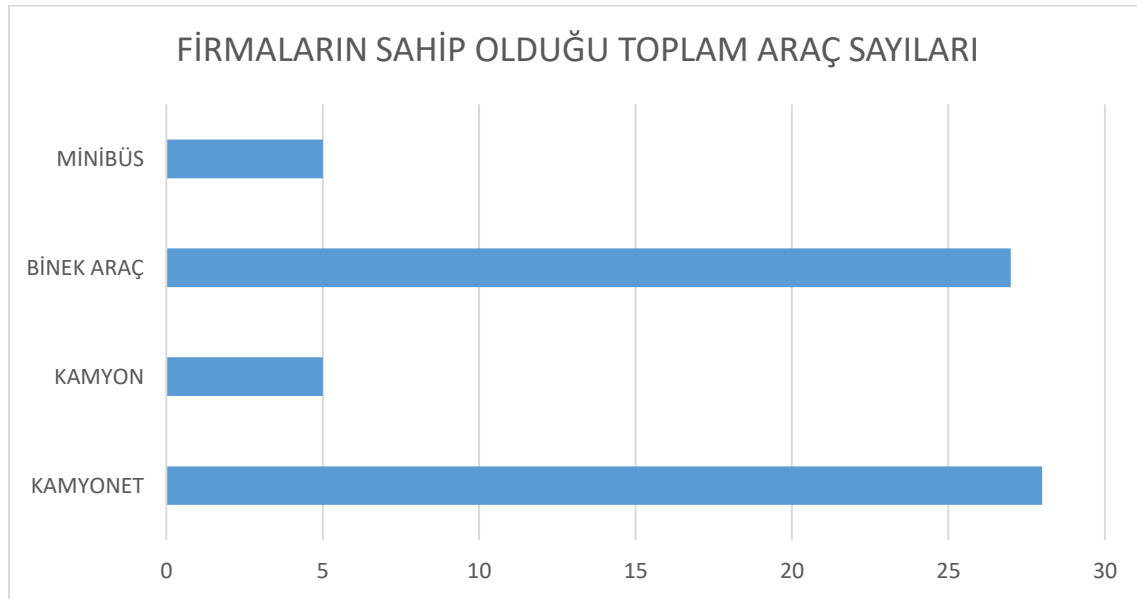
14.2 Firmaların Sahip Olduğu Otomasyon Sistemleri



Şekil 14.3

Sektörde yaygın olarak kullanılan otomasyon sistemleri sadece sulama, gübreleme ve havalandırma otomasyonlarıdır. Sektörde diğer otomasyon sistemleri çok düşük oranda bulunmaktadır, ancak bunlar tam otomatik sistemler değildir. Kullanılan sistemlerin de geliştirilerek tam otomatik hale getirilmesi de yazılabilecek projelerdendir. Avrupa'daki firmalarla kıyaslandığında sektör firmalarının otomasyonda geri olduğu açıkça görülmektedir. Bu eksikliklerin iyileştirilmesi için ihtiyaç duyulan benzer otomasyon sistemleri ve firma özelinde ihtiyaç duyulan otomasyon sistemlerinin kurulması için projeler hazırlanacaktır.

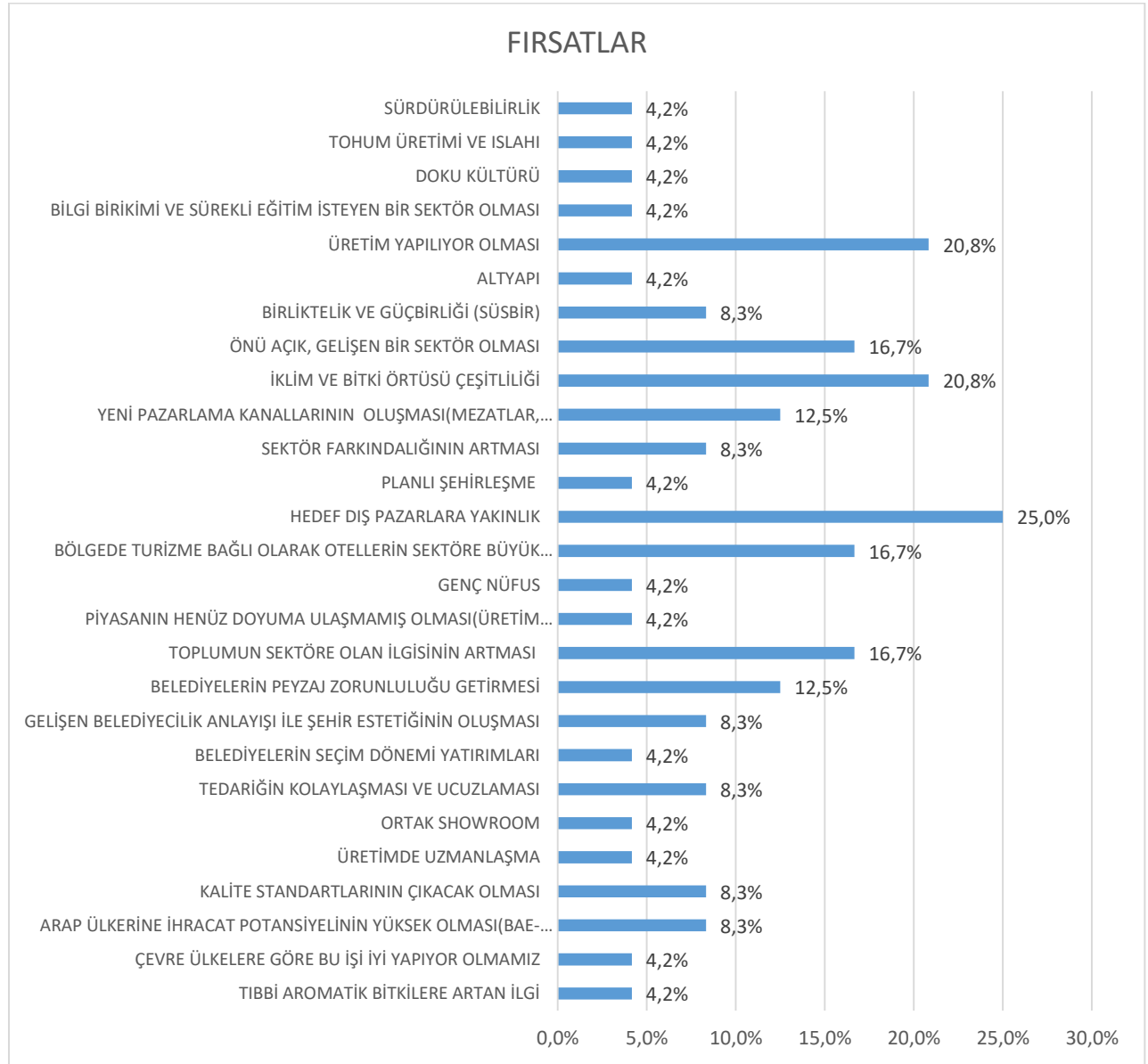
14.3 Firmaların Sahip Olduğu Araçlar



Şekil 14.4

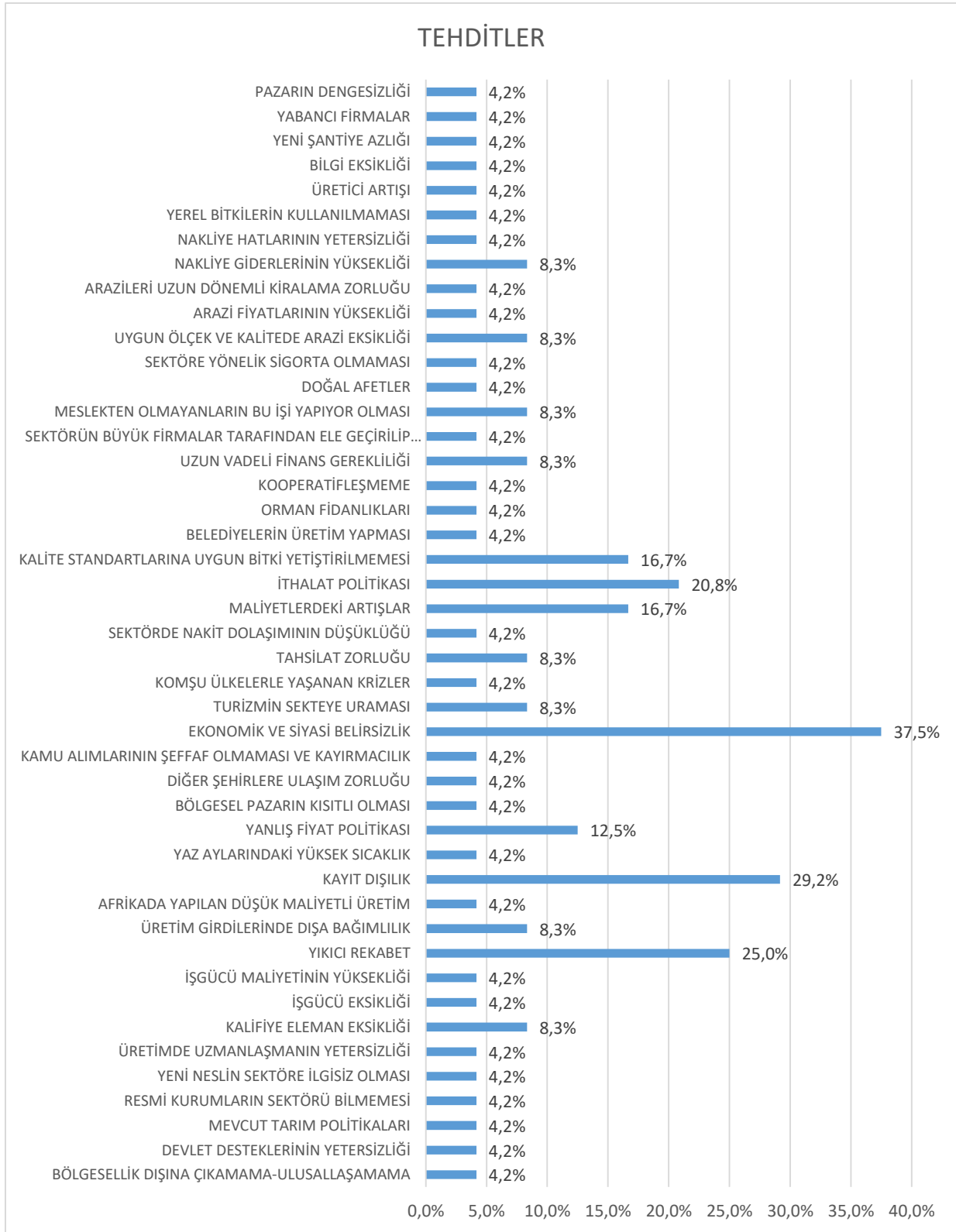
Antalya genelinde firmalarımızın sahip olduğu toplam araç sayılarını kullanarak akaryakıt firmaları ile en kısa zamanda görüşerek firmalarımız için mümkün olan en yüksek yakıt indiriminin alınması için çalışmalar yürütülecektir. Bu çalışmayı hem ulusal boyutta hem de yereldeki istasyonlarla yapılacak 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



Şekil 15.1

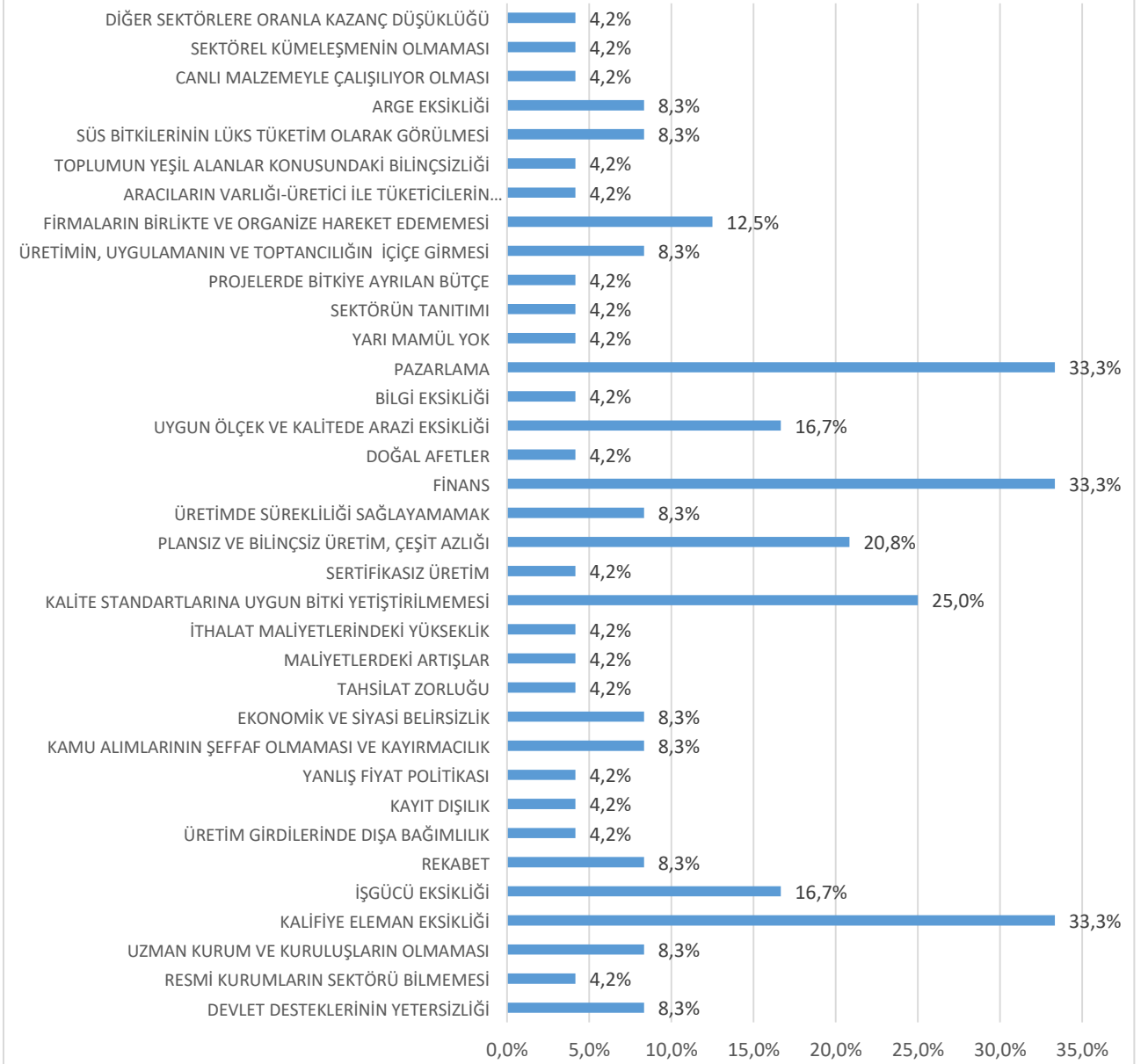
Fırsatlar içinde öne çıkan başlık 'hedef dış pazara yakınlık' olarak ortaya çıkmıştır. Diğer öne çıkan fırsatlar; iklim ve bitki örtüsü çeşitliliği, turizme bağlı olarak sektöre ilginin artması, belediye ve toplumun sektöre olan ilgisinin artması, Ortadoğu ülkelerine ihracat potansiyelin olması' dır. Fırsatlar içerisinde birbirine yakın ifadeler kullanılmıştır ve güçlü yanlarla karıştırılan başlıklarda bulunmaktadır.



Şekil 15.2

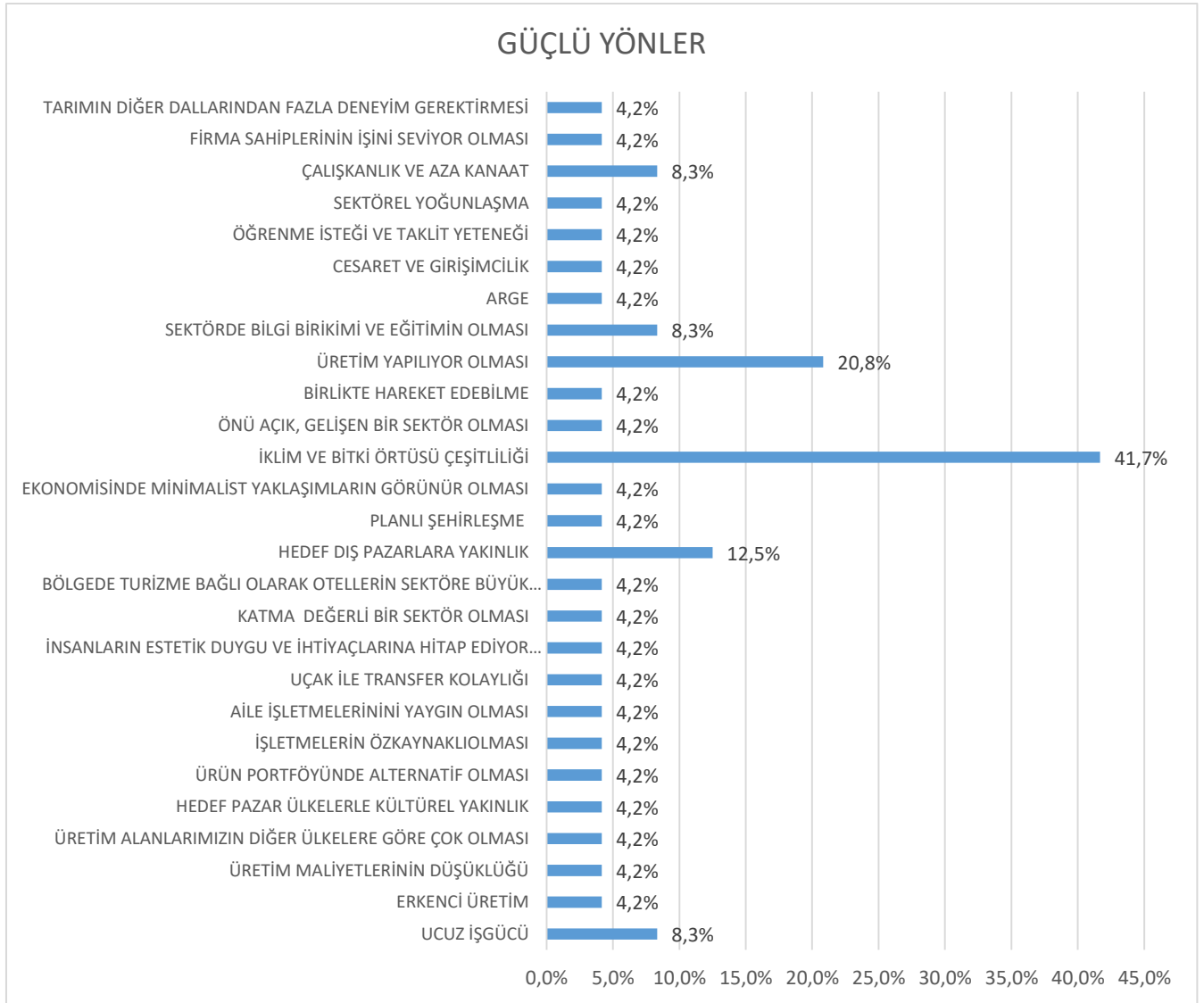
Çok fazla tehdit konuları belirtilmiştir. Bunların içerisinde en çok yüzdeye sahip olanlar; ekonomik ve siyasi belirsizlik, kayıt dışılık, yıkıcı rekabet, ithalat politikası, maliyetlerdeki artışlar ve kalite standartlarına uygun bitki üretilmemesidir.

ZAYIF YÖNLER



Şekil 15.3

Zayıf yönlerde öne çıkan başlıklar; Kalifiye eleman eksikliği, finans, pazarlama eksikliği, kalite standartlarına uygun bitki yetiştirilmemesi, Plansız ve bilinçsiz üretim, çeşit azlığı, firmaların birlikte organize hareket edememesidir.

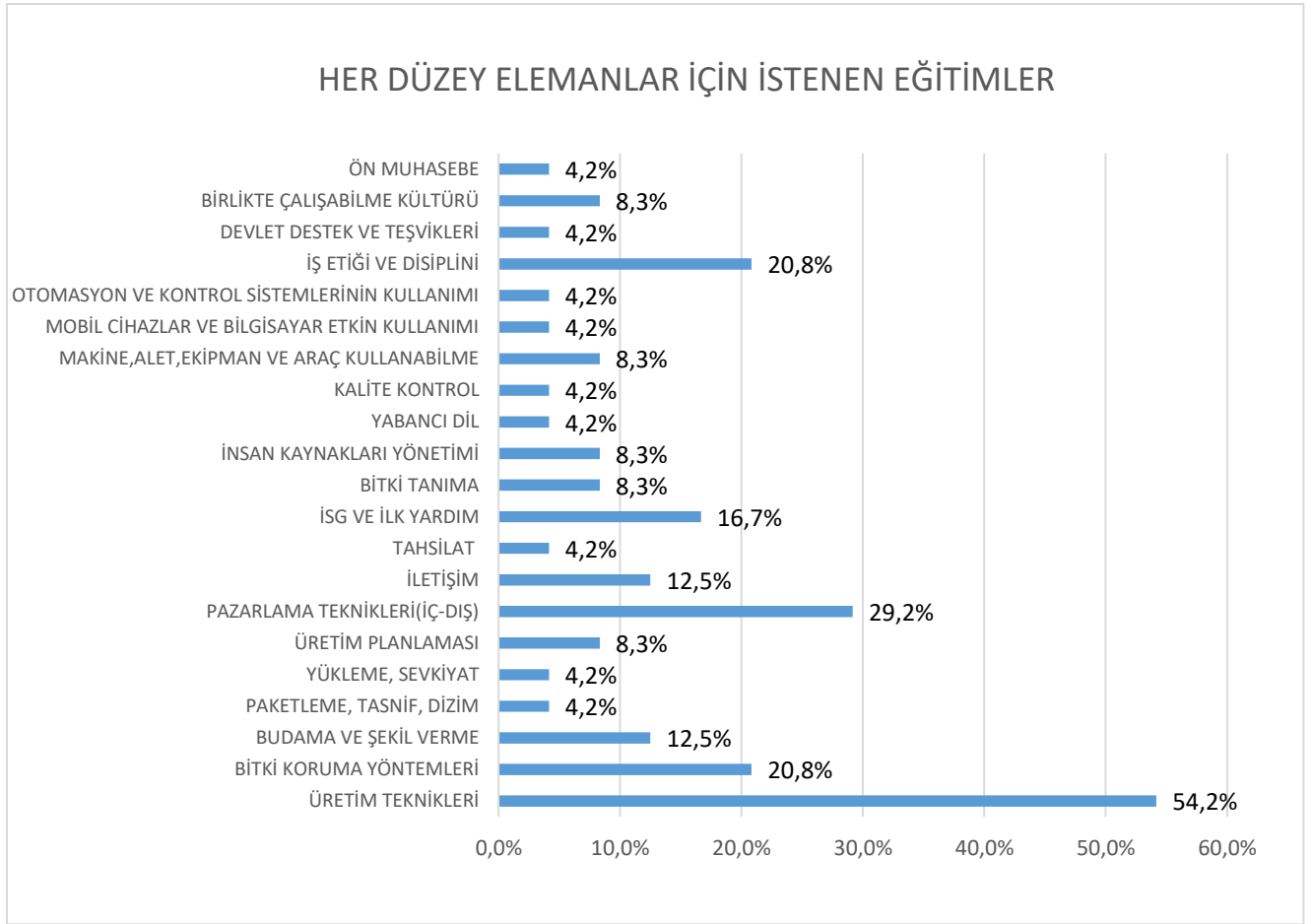


Şekil 15.4

Güçlü yönlerde öne çıkan başlıklar ise şu şekildedir; İklim ve bitki örtüsü çeşitliliği, üretime uygun iklim ve coğrafi koşullardır. Çok sayıda düşük oranlarda güçlü yön ifade edilmiştir.

BÖLÜM 16: SEKTÖR İÇİN EĞİTİM

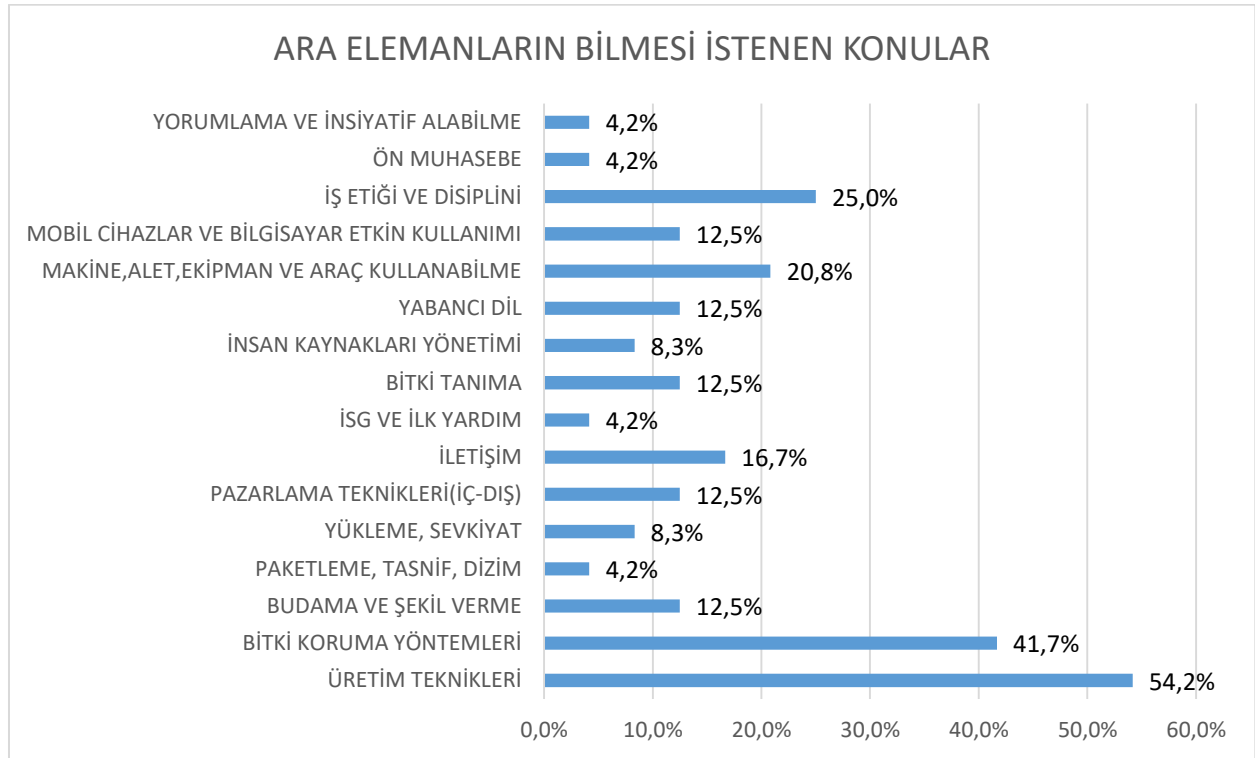
Firmalarda çalışan her düzeydeki elemanların almasını istedikleri eğitimler oldukça geniş bir alanı kapsamaktadır. En çok talep edilen eğitimler teknik mesleki eğitimler olmakla birlikte (bitki koruma, besleme, üretim teknikleri ve yetiştirme) firmalarda bulunan makine ve ekipmanların kullanımı, iletişim, etik, raporlama, planlama, finans, yabancı dil, maliyet muhasebesi gibi pek çok alanda ihtiyaç olduğu görülmektedir. **Sektör çalışanlarına bu ihtiyaç duyulan eğitimleri SÜSBİR Akademisi üzerinden verilmesi uygun olacaktır.**



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.

16.1 Ara Elemanların Bilmesi İstenilen Konular

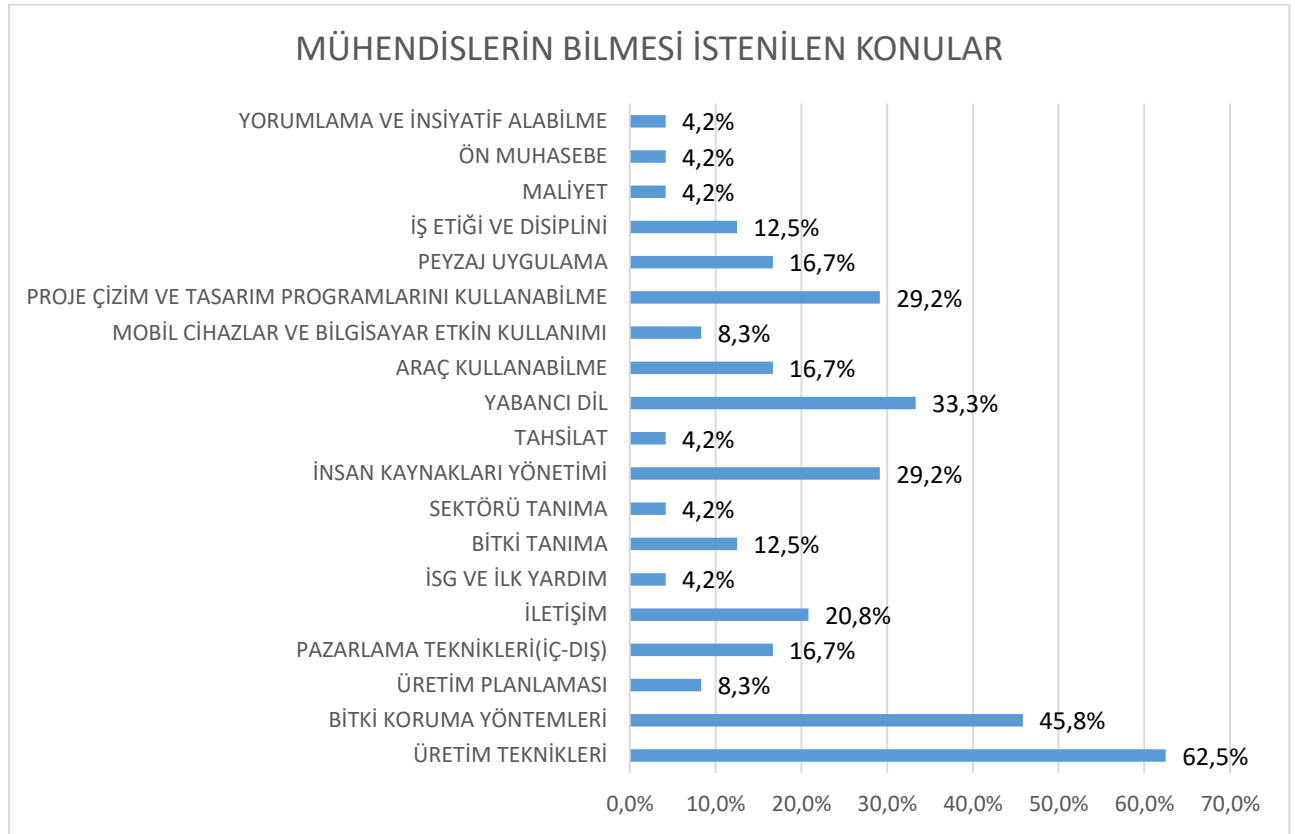


Şekil 16.2

Firmalarda çalışan ara elemanların bilmesi istenilen konularda geniş bir alanı kapsamaktadır. En çok talep edilen eğitimler teknik mesleki eğitimler (bitki koruma, besleme, üretim teknikleri ve yetiştirme) olmakla birlikte firmalarda bulunan makine ve ekipmanların kullanımı, iletişim, iş etiği ve disiplini, pazarlama teknikleri, mobil cihaz ve bilgisayar kullanımı gibi pek çok alanda ihtiyaç olduğu görülmektedir. Sektör çalışanlarına bu ihtiyaç duyulan eğitimlerin **SÜSBİR Akademisi üzerinden verilmesi** uygun olacaktır. Bu bilgilerle donanmış kalifiye eleman bulmak şu an çok zor olduğu saha çalışmasından anlaşılmıştır. Bu bilgilerle donanmış ara elemanlara da uygun aylık ücretlerin ödenmesi de gerekmektedir.

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

16.2 Mühendislerin Bilmesi İstenilen Konular



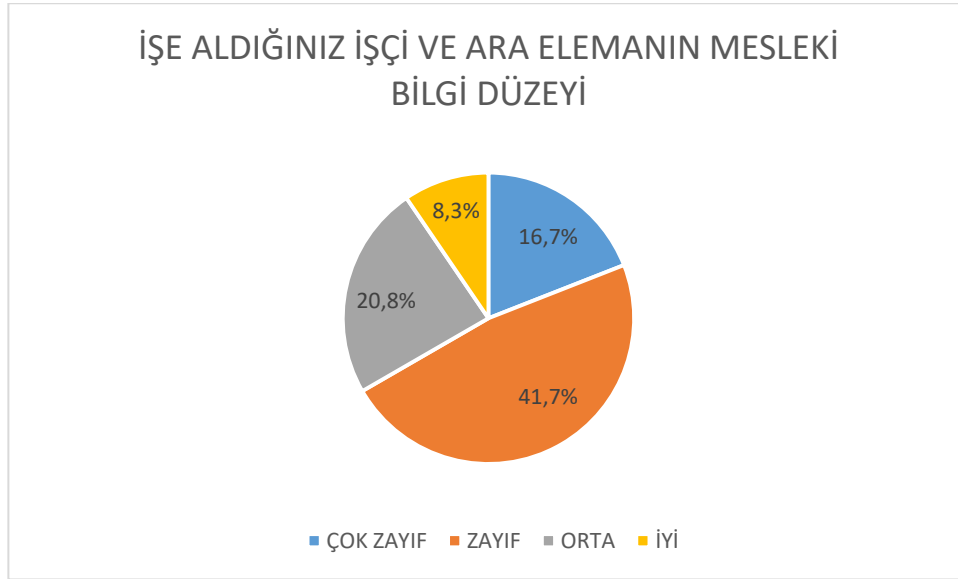
Şekil 16.3

Grafikte öne çıkan eğitim konuları üretim ile ilgili teknik bilgi gerektiren konular olmakla birlikte proje çizim ve tasarım programlarını kullanabilme, yabancı dil, iletişim, pazarlama ve insan kaynakları yönetimi gibi konuları da kapsamaktadır.

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(iş sağlığı ve güvenliği, maliyet muhasebesi, insan kaynakları yönetimi vb.).

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

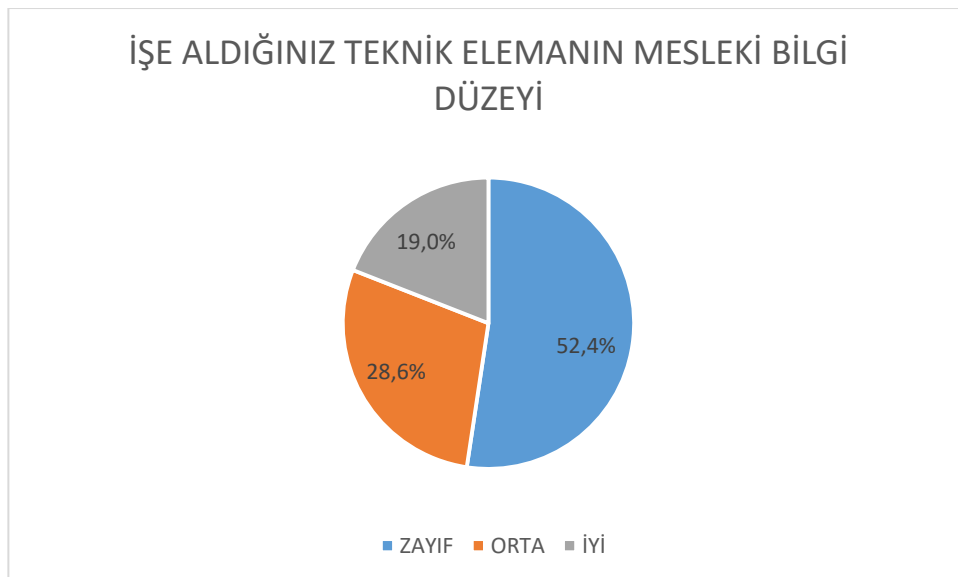
16.3 İŖe Yeni Alınan Ara Elemanların Mesleki Bilgi Düzeyleri



Ŗekil 16.4

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

16.5 İŖe Alınan Teknik Elemanın Mesleki Bilgi Düzeyi



Ŗekil 16.5

Teknik elemanların da bilgi düzeyi zayıf seviyesinde olduğu Ŗekilden görölmektedir. 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 Antalya'dan, sadece Akdeniz bölgesinden ya da sadece yurt dışından karşılamadıkları görülmüş, kullanılan üretim girdisinin çeşidine göre girdinin alındığı yerler farklılık göstermektedir. Firmaların üretim girdilerinden torf, toprak, tohum, fide, kasa, gübre, saksı, viyol, sera naylonu, taban örtüsü, bambu, cocopit, zirai ilaç, perlit, pomza, cüruf, alet, ekipman ve hırdavat malzemeleri, sulama malzemeleri, gölgeleme ağı ve mazot gibi malzemeleri Antalya bölgesinden sağlamaktadır.

Firmalar yukarıdaki bahsedilen ürünleri Antalya bölgesi dışından da temin etmektedir. %41 oranında firma yurt dışından çeşitli girdi malzemeleri almaktadır. En çok alınan malzemeler torf, fide, fidan, tohum, gübre, cocopit, bambu, kömür, bitki besleme ürünleri ve sera malzemeleridir.

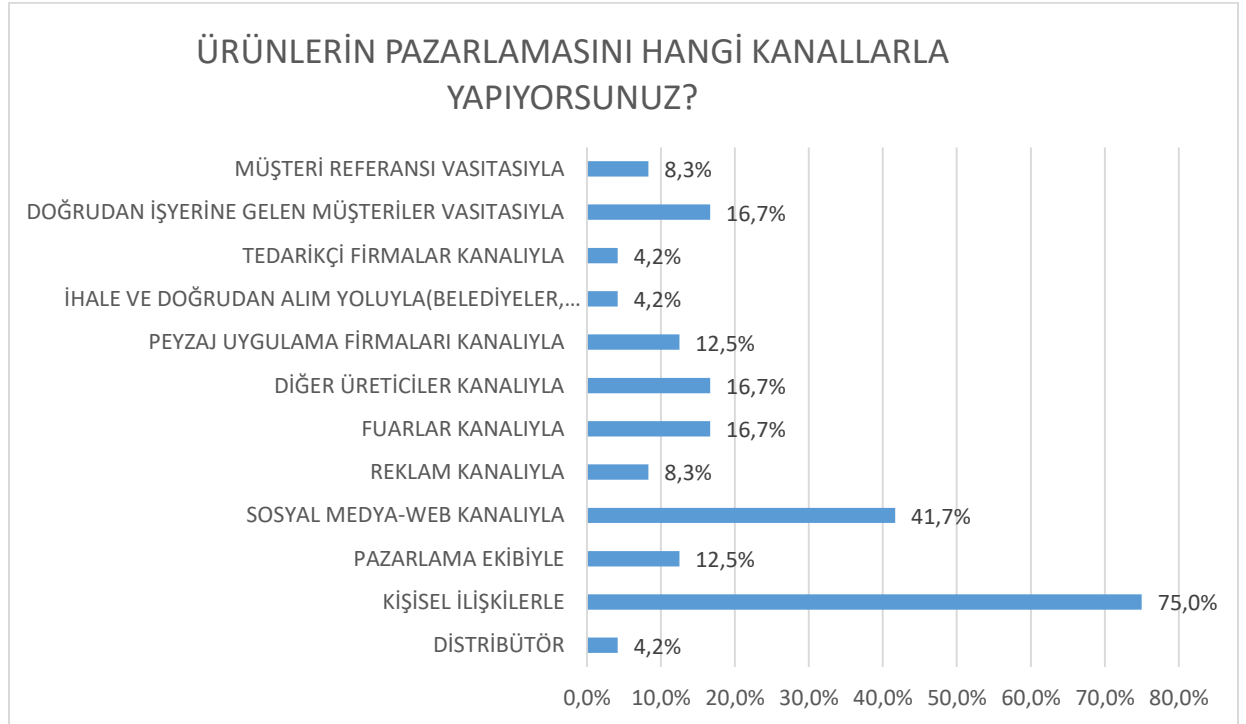
Firmalar Antalya içerisinden aldıkları üretim girdi ve malzemelerin fiyatlarının, alınan malzemeye göre değişmekle birlikte genel olarak orta ve pahalı olduğunu belirtmişlerdir.

Antalya bölgesi dışından alanlar da genellikle malzemelerin orta ve pahalı olduğunu söylemişlerdi.

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

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

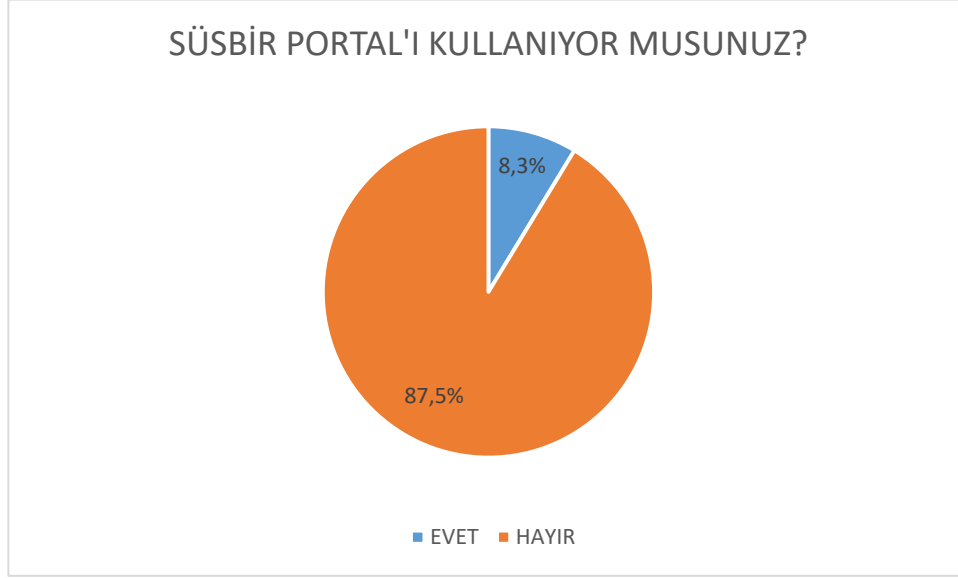
17.1 Ürünlerin Pazarlanması



Şekil 17.1

Pazarlamanın büyük bir bölümünü kişisel ilişkiler, sosyal medya –web, yerinde satış, diğer üreticiler ve fuarlar kanalıyla yapıldığı görülmektedir. Sektörün genel olarak pazarlama konusunda zayıf olduğu görülmektedir. Bu sorunun da giderilebilmesi için **İhtislaşmış Satış ve Pazarlama Kooperatifinin** kurulması doğru bir strateji olacaktır.

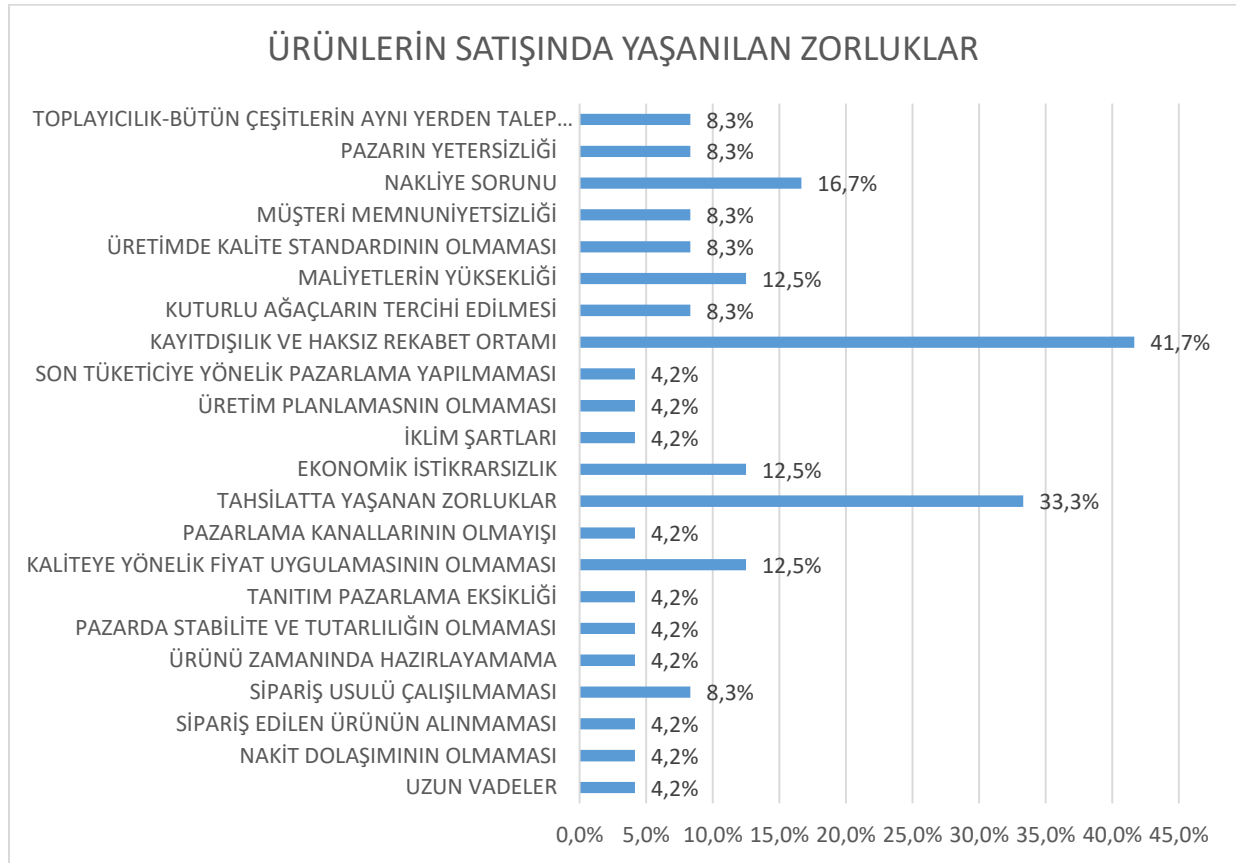
Pazarlama kanalı olarak SÜSBİR Portalı kullanıp kullanmadıklarını sorduğumuz üyelerin verdikleri cevaplar grafikte sunulmuştur.



Şekil 17.2

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

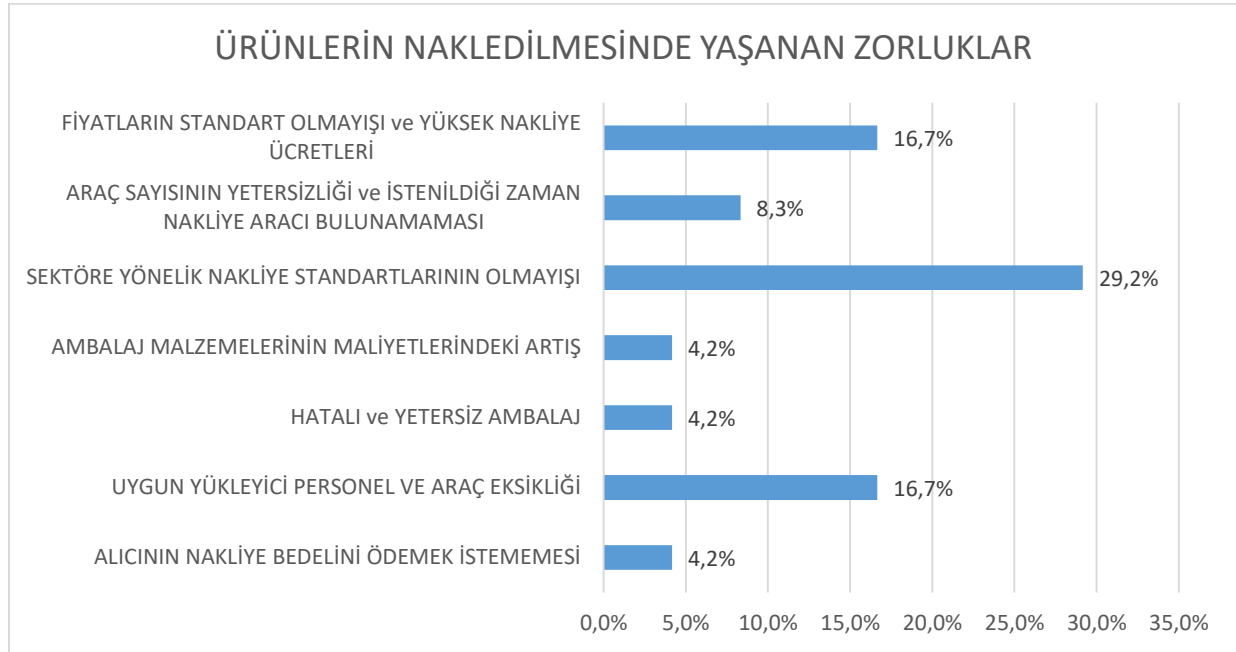
17.2 Ürünlerin Satışında Yaşanan Zorluklar



Şekil 17.3

Ürünlerin satışında yaşanan zorluklar kayıt dışılık ve haksız rekabet ortamı ve tahsilat zorlukları ne çıkan başlıklar olmakla beraber birçok zorluk ortaya çıkmıştır. Bu sorunların giderilebilmesi için **İhtisaslaşmış Satış ve Pazarlama Kooperatifinin** kurulması doğru bir strateji olacaktır.

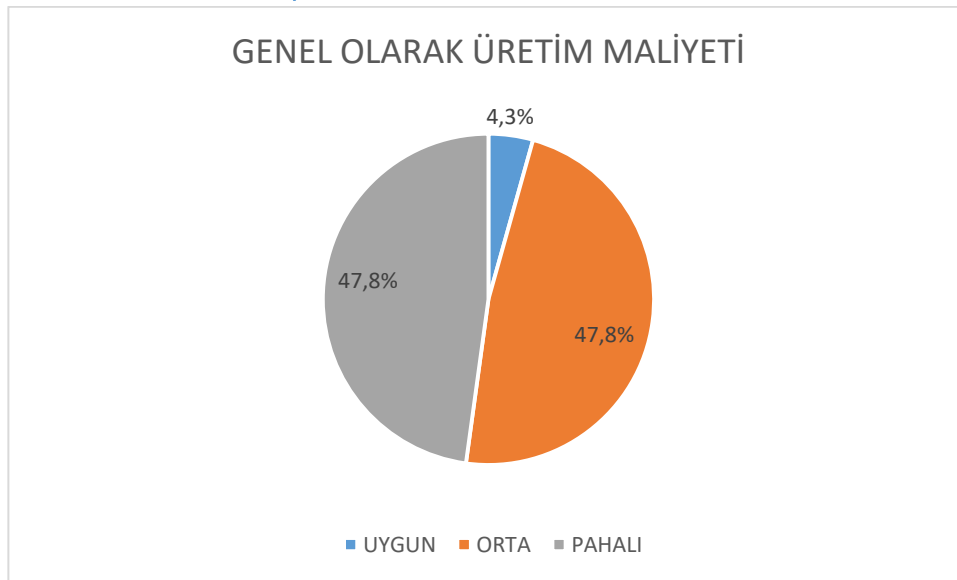
17.3 Ürünlerin Nakledilmesinde Yaşanan Zorluklar



Şekil 17.4

Sektöre yönelik nakliye standartlarının olmayışı, fiyatların standart olmayışı ve yüksek nakliye ücretleri, uygun yüklenici personel ve araç eksikliği öne çıkan zorluklardır.

17.4 Genel Olarak Üretim Maliyeti



Şekil 17.5

Genel olarak üretim maliyetlerinin pahalı olduğu gözlenmektedir.

BÖLÜM 18. Antalya Bölgesi Kümelenme Yol Haritası

1- Antalya'da üretim yapılan açık alanların yaklaşık %55'i 25.000 m² ve altında olduğundan üretim (kapalı ve açık alanlarda) daha çok küçük alanlarda yapılmaktadır. 30.000 m² üzeri üretim yapılan kapalı alan oranı %12,5, açık alan oranı ise yaklaşık olarak %29'dur. Ayrıca açık (%29,2) ve kapalı (%33,3) alanlarda 10. 000 m²'den düşük alanda üretim yapan firmaların yüzdelerinin oldukça fazla olması dikkat çekmektedir. Bu firmaların üretim alanlarının küçük olması üretim kapasitesini sınırlamakta, parçalı üretim yerlerinin olmasına ve üretim maliyetinin artmasına sebep olmaktadır. Orta vadede firmalarımız bu durumlarını iyileştirmelidir.

2- Antalya bölgesindeki üreticilerin % 79,2'si kiracıdır. Bunun çok yüksek oranda olması firmaların geleceğini tehdit eden bir unsurdur. Yapılan anketlerde %4,2 oranında soruya cevap alınamamıştır.

3- Antalya bölgesindeki üretim yapılan arazilerin yaklaşık %74'ü kısa süreli kiralama yoluyla tahsis edildiği gözlenmektedir. Bu durum kısa süreli kiralanan arazilerde üretim yapan firmalar için risk oluşturmaktadır. Belirsizlik firmaların üretim planlamasını da olumsuz şekilde etkiler.

4- Firmaların kalifiye eleman temininde yaşadığı en önemli zorluk, çalışabilecek iş gücünün yeterli mesleki bilgi, beceri ve tecrübeye sahip olmaması olarak ortaya çıkmıştır.

5- Meslek okulları ile sektörün arasındaki iletişim eksikliğinden dolayı okullardaki müfredatın sektör ihtiyaçlarına cevap vermemesi kalifiye eleman eksikliğinin oluşmasına sebep olmaktadır. İlgili eğitim kurumları ile görüşerek sektörün ihtiyaçlarına göre müfredatın güncellenmesi için çalışmalara başlanmalıdır.

6- Kalifiye eleman temininde yaşanan zorluklardan bir diğeri de çalışacak kişilerin çalışma şartlarını beğenmemesinden dolayı sektöre ilginin azlığıdır.

7- SÜSBİR AKADEMİSİNİN kurulması hakkında görüşlerini sorduğumuz firmalar kalifiye eleman yetiştirmek üzere bir akademinin kurulmasını %100 oranında gerekli görmüştür. Sektörel kümelenme sürecinde, kalifiye eleman temininde yaşanan bu zorluklar ortadan kalkacaktır. Akademi ile ilgili ayrıntılı bilgi (eğitim yapısı ve genel planı) projelendirilecektir.

8- Sadece firmaların %14 lük kısmının bir şekilde anlaşmaları olduğu görülmüştür. Gelecek dönemlerde Antalya Bölgesinde bulunan sektörel dernekler ve kooperatiflerin diğer ülkelerdeki sektörel örgütlerle işbirliği protokolleri imzalamaları için çalışmalar yapılmalıdır. Antalya bölgesindeki firmaların yurt dışındaki firmalar ile yaptıkları işbirliklerinden faydalanılarak üyesi oldukları derneklerin de işbirliği içerisine girmeleri için çalışmalar yapılmalıdır.

9- Firmaların %68,2'si son 10 yılda firmalarına olan yurtiçi talebin arttığını belirtmişlerdir. Son 10 yılda yeşile olan ilginin artması, belediyeciliğin gelişmesi ve turizmin büyümesi gibi nedenlerle sektör hareketlenmiş, firmalara ve ürettikleri ürünlere olan talep artmıştır. Bu seyirde, sektörün yurtiçi pazarda son 10 yılda yükselen bir ivmeye sahip olduğu görülmektedir. Talebin azaldığını beyan eden firmaların oranı ise %31,8'dir. Son iki yılda ülke olarak yaşanan sorunlar ve başka nedenleri de varsa bu konu detaylı bir şekilde araştırılması ve nedenlerinin ortaya çıkarılması için bunu söyleyen firmalar ile tekrar görüşmeler yapılmalıdır.

10- Süs bitkileri sektöründe ihracatın son birkaç yılda artış göstermiş olmasına rağmen Antalya bölgesi özelinde sektör firmalarının %66,7'sinin bundan yararlanmamasının nedenlerinin ayrıntılı bir şekilde araştırılması gerekmektedir.

11- Firmaların % 40'ı Ekonomi Bakanlığı desteklerinden yararlanarak yurt dışında şube açmak istediklerini belirtmişlerdir. Firmalar 'Hangi ülkede şube açmak istiyorsunuz?' sorusuna, Hollanda, İtalya, İspanya, Polonya, Belçika, Kıbrıs, Azerbaycan, Gürcistan, Arap Ülkeleri ve Afrika Ülkeleri cevaplarını vermişlerdir. Bu ülkelerin ilgili sektör firmaları için doğru hedef pazarlardan olduklarının kontrolü yapıldıktan sonra Ekonomi Bakanlığı desteklerine başvurulabilir. 'Hayır' diyen %60'lık kesim ile bu konu detaylı bir şekilde görüşülerek nedenleri öğrenilmelidir.

12- Ekonomi Bakanlığı desteklerinden yararlanarak yurt dışı iş seyahatlerine katılmak ister misiniz sorusuna firmaların %95,8'i 'Evet' yanıtını vermiştir. Firmalar İtalya, İspanya, Hollanda, Almanya, Çin, Abudabi, Singapur, Tayland, Küba, Dubai, Katar, Fransa, Belçika, Rusya, ABD, Japonya, Avustralya, Kostarika ve Güney Amerika ülkelerine iş seyahatleri yapmak istemektedirler. SÜSBİR olarak Katar'a Ekonomi Bakanlığı Yurt Dışı Pazar Araştırması tebliğ kapsamında Ocak ayında bir Sektörel Ticaret Heyeti düzenlendi. Diğer belirtilen ülkelerin süs bitkileri konusunda üretim ve ticaret kapasiteleri incelenerek yeni programlar düzenlenmelidir.

13- Ekonomi Bakanlığı desteklerinden yararlanarak yurt dışında süs bitkileri Türk Ticaret Merkezi kurulması çalışmasında yer almak ister misiniz sorusuna da %52 oranında 'Evet' cevabı verilmiş ve merkezin açılmasını istedikleri ülkeleri firmalar şu şekilde belirtmişlerdir; Türki Cumhuriyetleri, İspanya, Hollanda, İtalya, Yunanistan, Kıbrıs, Suudi Arabistan, Rusya, Dubai, Katar, Çin, Abudabi, Afrika Ülkeleri ve ABD. En uygun olan ülkelere başlanarak şirket kurma vb. ticari konular incelenerek bu ülkelerde sırayla Türk Ticaret Merkezleri kurulması çalışmaları yapılmalıdır.

14- Firmalar ortaklık anlaşmaları olup olmadığı sorusuna %95,7 oranında 'Hayır' cevabını vermişlerdir. Ortaklık anlaşmaları olan %4,3 oranındaki firmalar çoğunlukla diğer firmalarla ortaklık anlaşması yaptıklarını belirtmişlerdir. Kooperatifler ve kamu kurumlarıyla, üniversitelerle, araştırma kuruluşları ve diğer firmalarla ortaklık anlaşmaları bulunmamaktadır. Bu sonuç, ortaklık kültürünün sektörde gelişmediğini göstermektedir. Sektörde güven sıkıntısı olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır.

15- **Üniversiteler, araştırma kuruluşları ve kamunun ilgili kurumları** ile ortaklıkların geliştirilmesi sektörün geleceği açısından çok önemlidir. Firmalarla yapılan görüşmelerde bu tür ortaklıkları 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, araştırma kuruluşları ve kamunun ilgili kurumları** arasında ara yüz olacak ve yeni çeşit geliştirme ve mevcut çeşitlerin islahı konusunda araştırma kuruluşlarına çeşitli konu önerisi yapılarak çalışmalar ortaklık şeklinde yürütülebilir. Bu çalışmalar için gerekli olacak finansmanın temini konusunda **İhtisaslaşmış AR-GE ve İnovasyon kooperatifi** kamunun ilgili kurumlarına ortak projeler sunabilecektir.

16- Ayrıca firmalar teknoloji ortaklığı ve pazarlama ortaklığı gibi konularda herhangi bir ortaklık kurmamıştır. Özellikle Antalya bölgesinde firmalara ortaklık kavramı ve kültürü anlatılmalı, sektörün diğer paydaşları olan üniversite, araştırma kuruluşları ve kamu kurumları ile yapılabilecek ortaklıklar konusunda bilinçlendirilmeli ve ortaya çıkan eksikliklerin giderilmesi için bu paydaşlarla projeler ortak yürütülmelidir.

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

18- Daha önce ortaklık yapan firmanın, Antalya'da aynı coğrafi alanda bulunmak bu ortaklıkları etkilemede önemsiz olduğu cevabını vermiştir. Ayrıca yapılan ortaklıklarda CEO veya firma sahibi tarafından aynı aileden gelmek faktörü de ortaklık yapan firma tarafından çok önemsiz bulunmuştur.

19- Ortaklık yapan firmanın ortaklıkları için önemli gördüğü faktörler ise; daha önce yaptıkları ortaklıkların, CEO ve firma sahibi ile dost olmak ve ortak dostlara sahip olmak, fuarlar ve konferanslar, profesyonel kurumlar aracılığı ile kurulan kontaklar, yerel kuruluşlar ve yerel danışmanlık büroları ile kurulan kontaklardır.

20- Firmaların resmi olmayan ortaklıkları %80'in üzerinde diğer şirketlerin çalışanları ile yapılan diyaloglar, %79 diğer firmalarla yapılan teknik bilgi alışverişi ve daha az oranda teçhizat alışverişi yapılmaktadır. **Firmaların üniversite ve AR-GE kuruluşları ile diyaloglarının da çok zayıf 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.

21- Resmi olmayan ortaklıkların Antalya bölgesinde yoğun olduğu gözlenmiş olup, İstanbul, İzmir, Sakarya, Ankara, Antalya, Adana, Kıbrıs ve Almanya'da da düşük oranda seyrettiği gözlenmektedir.

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

23- AR-GE kuruluşlarının çalışanları, finansal kurumların kurucu ve çalışanları ve devlet personeli ile kurulan az sayıdaki resmi olmayan ortaklıklar, daha çok kendi çevresindeki meslektaş ve iş kontakları aracılığı ile kurulmaktadır.

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

25- **Antalya'daki firmaların % 75'lik kısmı son 10 yılda kurum ve kuruluşlarla herhangi bir bağlantı kurmamıştır.** Kurulan bağlantılar da çok sınırlı sayıda gerçekleşmiş olup, alınan destekler ise sınırlı miktarda olmuştur. Bu kurumlarla olan ilişkilerin geliştirilmesi için, kurumların düzenli yapılacak sektör toplantılarına davet edilmeleri önemlidir.

26- 'Bölgenizde ürünlerin sergilenmesi için ortak Show-room kurulmasını ister misiniz?' sorusuna %100 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.

27- Firmalar İŞKUR hizmetlerinden yararlanmayla ilgili soruya %66,7 oranında 'Hayır' yanıtını vermişlerdir. İŞKUR hizmetinin Antalya bölgesindeki işletmelere anlatılması ve bu hizmetten faydalanmalarının sağlanması için bir eğitim ve bilgilendirme çalışması yürütülmelidir. Bunun nedeninin ayrıntılı olarak araştırılmasında fayda vardır.

28- Antalya içinde ve bulunduğunuz ilçede ürününüze benzer ürün üreten firmaların sayıları: Antalya içerisinde, %35 en yüksek oranda 5 den az ifadesi çıkmıştır. Yaklaşık %30 oranında firma bu soruya cevap olarak 5 ile 10 arasında benzer ürün üreten firma olduğunu söylemiştir. Firmaların %60'ı bulunduğu ilçede benzer ürün üreten firmaların sayılarının 5 den az olduğunu söylemişlerdir.

Firmaların buldukları bölgede benzer ürün üreten firmaların az olması olumlu ortam oluşturmaktadır. Ancak son yıllarda yaşanan turizme dayalı Pazar kaybı firmaları zorlamaktadır.

29- 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. Antalya bölgesindeki firmalara bu konularda SÜSBİR Akademisi üzerinden eğitimler verilmelidir. Ayrıca Antalya bölgesindeki firmaların çoğunluğunun kurumsallaşma yönünden eksik olduğu görülmektedir.

30- Firmaların yarıya yakını devlet desteklerinden çok az faydalanmaktadır. Bunun başlıca sebepleri; süs bitkileri sektörüne uygun bir destekleme modelinin olmaması, mevcut kredi destekleri için teminat şartlarının ağır, vadelerin kısa olması ve genel olarak devlet destekleri hakkında yeterli bilgiye sahip olunmamasıdır. 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.

31- Personel ücretlerini firmalar çoğunlukla yüksek bulmaktadır. Çalışanların büyük çoğunluğunun vasıfsız işçi statüsünde olması ve ücretlerin çalışanların durumuna göre belirlenmiş olmasına rağmen, ürünlerin fiyatları açısından rekabetçi olmadıklarını söylemektedirler. Bunu düzeltmek için zor bulunan işçilerin ücretlerinin azaltılması çözüm olmayacağı için firmaların üretim maliyetlerinin en kısa vadede azaltılması çalışmalarının başlatılması gerekmektedir. Bu çalışma sonucunda elde edilecek tasarruf işçi ücretleri yükünü azaltmaya yardımcı olacaktır.

32- Firmaların %66,7'si AR-GE çalışmaları olmadığını belirtmişlerdir. AR-GE çalışması olanlar ise bu çalışmalar için 1 ya da 2 personel çalıştırdıklarını ve personel başına AR-GE harcamalarının yıllık 10 bin TL'den az veya 10 bin ile 50 bin TL arasında olduğunu söylemişlerdir.

33- Firmalar AR-GE çalışmalarının yapılmasını istedikleri konular: Üretim ve ürünle ilgili AR-GE çalışmaları firmalar için önemli konulardır. Özellikle bitki türlerinin dayanıklılığının artırılması, yeni çeşitler geliştirilmesi, üretim tekniklerinin geliştirilmesi ve satış- pazarlama konuları öne çıkmaktadır.

34- Üniversite, araştırma kuruluşları ve firmalar arasında iletişim eksikliğinin olmasından dolayı yapılan çalışmalar proje düzeyinde kalmakta ve sektörün faydasına dönüşmemektedir. 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 yaparken eş zamanlı olarak diğer AR-GE merkezleri ve üniversiteler ile de birlikte ihtiyaç duyulan önemli konularda AR-GE projeleri yürütebilir.

35- Firmaların geniş yelpazede makine ekipmanlara ihtiyaç duyduğu görülmektedir. 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 Antalya bölgesinde üretilmeleri için çalışmalar yürütülmelidir. Bunlarla ilgili kamu kurumlarına projeler yazılabilir.

36- Firmalarda çalışan her düzeydeki elemanların almasını istedikleri eğitimler oldukça geniş bir alanı kapsamaktadır. En çok talep edilen eğitimler teknik mesleki eğitimler olmakla birlikte (bitki koruma, besleme, üretim teknikleri ve yetiştirme) firmalarda bulunan makine ve ekipmanların kullanımı, iletişim, etik, raporlama, planlama, finans, yabancı dil, maliyet muhasebesi gibi pek çok alanda ihtiyaç olduğu görülmektedir. **Sektör çalışanlarına bu ihtiyaç duyulan eğitimleri SÜSBİR Akademisi üzerinden verilmesi uygun olacaktır.**

37- Fırsatlar içinde öne çıkan başlık 'hedef dış pazara yakınlık' olarak ortaya çıkmıştır. Diğer öne çıkan fırsatlar; iklim ve bitki örtüsü çeşitliliği, turizme bağlı olarak sektöre ilginin artması, belediye ve toplumun sektöre olan ilgisinin artması, Ortadoğu ülkelerine ihracat potansiyelin olması' dır. Fırsatlar içerisinde birbirine yakın ifadeler kullanılmıştır ve güçlü yanlarla karıştırılan başlıklarda bulunmaktadır.

38- Çok fazla tehdit konuları belirtilmiştir. Bunların içerisinde en çok yüzdeye sahip olanlar; ekonomik ve siyasi belirsizlik, kayıt dışılık, yıkıcı rekabet, ithalat politikası, maliyetlerdeki artışlar ve kalite standartlarına uygun bitki üretilmemesidir.

39- Zayıf yönlerde öne çıkan başlıklar; Kalifiye eleman eksikliği, finans, pazarlama eksikliği, kalite standartlarına uygun bitki yetiştirilmemesi, Plansız ve bilinçsiz üretim, çeşit azlığı, firmaların birlikte organize hareket edememesidir.

40- Güçlü yönlerde öne çıkan başlıklar ise şu şekildedir; İklim ve bitki örtüsü çeşitliliği, üretime uygun iklim ve coğrafi koşullardır. Çok sayıda düşük oranlarda güçlü yön ifade edilmiştir.

BÖLÜM 19: ANKET FORMU



SÜS BİTKİLERİ ÜRETİCİLERİ ALT BİRLİĞİ

ANTALYA 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.**

EKİM 2017

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 : / / 2017

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.

O Dış mekan bitkileri

O Ağaçlar :

O Yapraklılar

O İbreliler

O Çalılar

O Yer örtücüler

O Sarılıcılar, Sarkıçılar

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.

1- _____

2- _____

3- _____

4- _____

5- _____

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

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 Antalya'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(%) |
|-----------------------------------------------------------------------------|------------------|
| <input type="radio"/> Bulduğunuz Antalya İlçesinden | _____ (tahminen) |
| <input type="radio"/> Antalya geneli | _____ (tahminen) |
| <input type="radio"/> Akdeniz Bölgesi | _____ (tahminen) |
| <input type="radio"/> Türkiye içerisinde başka yer _____, lütfen belirtiniz | _____ (tahminen) |
| <input type="radio"/> 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 | Teknisyen |
| <input type="radio"/> | kişi | Tekniker/Yüksek Okul |
| <input type="radio"/> | kişi | Mühendis |
| <input type="radio"/> | kişi | Yüksek Mühendis |
| <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

26-30

26-30

31-35

31-35

36-40

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 5.9 a geçiniz)

1 – 2

3 – 5

6 – 10

11 – 15

15 den fazlası

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

İthalat

İhracat

100.000 TL den az

100.000 TL den az

100.000 – 500.000 TL

100.000 – 500.000 TL

500.000 – 1 milyon TL

500.000 – 1 milyon TL

1 milyon – 2 milyon TL

1 milyon – 2 milyon TL

2 milyon – 5 milyon TL

2 milyon – 5 milyon TL

5 milyon – 7.5 milyon TL

5 milyon – 7.5 milyon TL

7.5 milyon – 10 milyon TL

7.5 milyon – 10 milyon TL

10 milyon – 20 milyon TL

10 milyon – 20 milyon TL

O 20 milyon TL ve yukarısı

O 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** yurtdışındaki hangi ülkelere **ara sıra ihracat** yaptığını yazınız.

1- -----

2- -----

3- -----

4- -----

5- -----

5.5 Lütfen firmanızın **2016 ve 2017 yılında** yurtdışındaki **hangi ülkelere ihracat** yaptığını yazınız.

1- -----

2- -----

3- -----

4- -----

5-

5.6 Lütfen firmanızın **son beş yılda** yurtdışındaki hangi ülkelerden **düzenli ithalat** yaptığını yazınız.

1-

2-

3-

4-

5-

5.7 Lütfen firmanızın **son 5 yılda** yurtdışındaki hangi ülkelerden **ara sıra ithalat** yaptığını yazınız.

1-

2-

3-

4-

5-

5.8 Lütfen firmanızın **2016 ve 2017 yılında** yurtdışındaki **hangi ülkelerden ithalat** yaptığını yazınız.

1-

2-

3-

4-

5-

5.9 Lütfen firmanız **2016 ve 2017 yılında** yurtdışındaki **hangi ülkelere ziyarette bulundu** belirtiniz.

1-

2-

3-

4-

5-

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

100.000 TL den az

100.000 – 500.000 TL

500.000 – 1 milyon TL

1 milyon – 2 milyon TL

2 milyon – 5 milyon TL

5 milyon – 7.5 milyon TL

7.5 milyon – 10 milyon TL

10 milyon – 20 milyon TL

20 milyon TL ve yukarısı

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

zarar

ne zarar, ne kar

kar

5.12 Aynı soruyu **2016 ve 2017** yılı için cevaplayınız.

2016
2017

- zarar
 zarar
- ne zarar, ne kar ne zarar, ne kar
- kar
 kar

5.13 Lütfen firmanızın **son 5 yılda** yurtdışındaki **süs bitkileri ile ilgili kurum ve kuruluşlarla** yaptığı anlaşmaların sayısını belirtiniz.

- Yok (5.16 ye geçiniz)
- 1 – 5
- 5 – 10
- 10 – 15
- 15 ve fazlası

5.14 Lütfen firmanızın **son 5 yılda** yurtdışındaki **süs bitkileri ile ilgili kurum ve kuruluşlarla** yaptığı anlaşmaların TL cinsinden toplamını belirtiniz.

- Yok
- 100.000 TL den az
- 100.000 – 500.000 TL
- 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

5.15 Lütfen firmanızın **2017** yılında yurtdışındaki **süs bitkileri ile ilgili kurum ve kuruluşlarla** yaptığı anlaşmaların TL cinsinden değerini belirtiniz.

- Yok
- 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

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

- Azaldı
- Aynı Kaldı
- Arttı

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

- Yok
- Azaldı
- Aynı Kaldı
- Arttı

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

- Evet Hayır

Cevap EVET ise Hangi ülke(ler)de ? _____

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

Evet Hayır

Cevap EVET ise Hangi ülkelere ? _____

5.20 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: Ortaklık – İşbirliği

6.1 Firmanızın ortaklık anlaşmaları var mı?

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

Evet
 Hayır (soru 6.8 e geçiniz)

6.2 Firmanızın ortaklık anlaşmaları hangi kuruluşlar ile oldu?

Firmalar
Evet Hayır

Üniversiteler
Evet Hayır

Araştırma kuruluşları ile
Evet Hayır

Kamu kuruluşları
Evet Hayır

Diğer _____
Evet Hayır

6.3 Ortaklık anlaşmalarınızın yaklaşık sayısı nedir?

Firmalar _____

- Üniversiteler _____
 Araştırma kuruluşları ile _____
 Kamu kuruluşları _____
 Diğer _____

6.4 Lütfen ortaklıkları yüzde olarak ve yer olarak belirtiniz.

	Antalya	Bursa	Ankara	İzmir	Başka, belirtiniz
a) Firmalar	_____	_____	_____	_____	_____
b) Üniversiteler	_____	_____	_____	_____	_____
c) Araştırma kuruluşları	_____	_____	_____	_____	_____
d) Kamu kuruluşları	_____	_____	_____	_____	_____
Toplam	_____	_____	_____	_____	_____

6.5 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	_____	_____	_____	_____	_____

6.6 Lütfen ortaklıkları türlerine göre yüzdesini yer olarak belirtiniz.

	Antalya	Bursa	Ankara	İzmir	Başka, belirtiniz _____
a) Teknoloji Ortaklığı	_____	_____	_____	_____	_____
b) Üretim Ortaklığı	_____	_____	_____	_____	_____
c) Pazarlama Ortaklığı	_____	_____	_____	_____	_____
d) Ar-ge Ortaklığı	_____	_____	_____	_____	_____
e) Diğer, belirtiniz	_____	_____	_____	_____	_____

Toplam

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

	Çok Önemsiz	Önemsiz	Orta	Önemli	Çok önemli
a) Daha önce yapılan ortaklıklar	_____	_____	_____	_____	_____
b) Antalya'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	_____	_____	_____	_____	_____

6.8

Firmanızın işbirliği dayanışma içerisinde olduğu kuruluşlar var mı?

Kişiler, firmalar, bankalar, resmi kurumlar...

- Evet
 Hayır (lütfen 6.15 e geçiniz)

6.9 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.....

6.10 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 |

6.11 Aşağıdakiler ile firmanızın işbirliği ve dayanışma sayısını (tahminen) belirtiniz.

- | | |
|------------------------------------------------------|-------|
| 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 | _____ |

6.12 Lütfen işbirliği ve dayanışmaların coğrafi dağılımını, yerini yüzde olarak belirtiniz.

belirtiniz.....	Antalya	İstanbul	Ankara	İzmir	Başka, lütfen
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	_____	_____	_____	_____	_____
Toplam	_____	_____	_____	_____	_____

6.13 Firmanızın aşağıdakilerle hangi yollardan kontak kurduğunu belirtiniz.

Başka belirtiniz	Arkadaş	Aile	Meslektaş	İs kontakları	Devlet
	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	_____	_____	_____	_____	_____

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

	Proje	Program	Alınan Destek
<input type="radio"/> Meslek Yüksek Okulları	_____	_____	_____
<input type="radio"/> Üniversiteler	_____	_____	_____
<input type="radio"/> STK lar	_____	_____	_____
<input type="radio"/> Başka, _____(belirtiniz)	_____	_____	_____

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

- Var
 Yok

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

- Var
 Yok

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

- Evet
 Hayır

Bölüm 7: Üyelikler

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: Tedarik zinciri, 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 **Antalya** 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 Antalya 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

8.5 Bulduğunuz İlçe 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

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

Bölüm 11:

Alınması gereken izinler

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:

Finansman ve kredi

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 bilim

13.1 Firmanızda Ar-Ge çalışmaları yapılıyor mu ? Evet Hayır

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

- kişi % 2 den az
- kişi % 2 - %5
- kişi % 6 - % 10
- kişi % 11 - % 15

- kişi % 16 - % 20
..... kişi % 20 den fazla

Cevap Hayır ise 13.3 geçiniz

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

- yok
 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: Makine ve ekipmanlar

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 İçin Fırsatlar-Tehditler-Zayıf 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 için Eğitim

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 işe yeni aldığınız ara eleman ve işçinin mesleki bilgi düzeyi nasıl ?

Çok zayıf

Zayıf

Orta

İyi

Çok iyi

16.5 işe yeni aldığınız teknik eleman mesleki bilgi düzeyi nasıl ?

Çok zayıf

Zayıf

Orta

İyi

Çok iyi

Bölüm 17.

Üretim/Tedarik ve Satış Süreçleri

17.1 Lütfen İş yerinize Antalya 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 Antalya 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