



MULTI CONSULTING

SÜS BİTKİLERİ ÜRETİCİLERİ ALT BİRLİĞİ

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

VE

KÜMELENME YOL HARİTASI

Kasım 2017

ÖNSÖZ

Bu rapor, süs bitkileri sektörünün kümelenmesi çalışması kapsamında Yalova 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.

Yalova bölgesinde Süs Bitkileri üretimi yapan 48 firma ile tek tek 11 – 29 Eylül 2017 tarihleri arasında kapsamlı çalışma yapıldı. 12 ve 14 Eylül tarihlerinde Yalova'daki firmalarla Yalova Garden ve Elegance Otel'de kapsamlı bilgilendirme toplantıları yapılmıştır. Bölgede yapılacak çalışmalar hakkında ve 'Kümelenme' konusunda firmalarımıza bilgi verildi ve görüşleri alındı.

Bu çalışmaya katılan firmaların sayısı Yalova'daki SÜSBİR üyelerinin %56' sına 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 16 Bölümün değerlendirilmesinden sonra **Yapılması Gereken İşler/ Öneriler** kısmı içerisinde hepsi ana hatlarıyla toparlanarak '**Yalova Bölgesi Kümelenme Yol Haritası**' oluşturulmuştur.

Yalova bölgesinde yapılması gereken işlerin içerisinde en önemli olanlar:

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

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

Yukarıda belirtilen önemli konulara ilaveten Yalova bölgesinde yapılması gereken diğer işler ayrıntılı bir şekilde Bölüm 17 de anlatılmıştır.

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

- İŞKUR'un tanıtımı ve hizmetleri,
- Kalite sertifikalarının tanıtımı,
- İnsan kaynakları yönetimi,
- Markalaşma,
- Proje'nin önemi ve yazılması,
- 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 muhasebesi öne çıkmıştır.

Bu konulara ilaveten Yalova bölgesindeki firma yöneticilerine ve firma çalışanlarına verilmesi gereken diğer eğitimler ayrıntılı bir şekilde Bölüm 15 de verilmiştir.

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

İçindekiler

ÖNSÖZ.....	2
Şekiller	7
BÖLÜM 1: ANKET FORMUNU DOLDURAN KİŞİLERE AİT BİLGİLER	10
1.1 Firma Yöneticilerinin Sektörde Çalışma Süresi.....	10
1.2 Firma Yöneticilerinin Eğitim Durumları.....	11
BÖLÜM 2: ANKET FORMUNU DOLDURAN FİRMALARA AİT BİLGİLER	11
BÖLÜM 3: ANKET FORMUNU DOLDURAN FİRMALARA AİT ÜRETİM BİLGİLERİ	11
3.1 Yalova Bölgesinde Üretilen Ürünler.....	12
3.2 Yalova Bölgesinde Üretim Yapılan Kapalı Alanların Büyüklükleri	12
3.3 Yalova Bölgesinde Üretim Yapılan Açık Alanların Büyüklükleri	13
3.4 Sulama sistemleri	13
3.5 Firmaların Kullandığı Yakıt Türleri	14
3.6 Firmaların Kullandığı Elektrik Tarifeleri.....	14
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	18
3.12 Firmaların En Çok Sattığı Ürünler	21
3.13 İç Pazar Alanları	24
3.14 Firmanızın Ortaya Çıkardığı Yeni Bir Ürün ve Üretim Tekniği Sektörü Nasıl Etkiler.....	25
BÖLÜM 4: FİRMA ÇALIŞANLARI	26
4.1 Firmalarda Mühendis Durumu	26
4.2 Firmalarda Vasıfsız İşçi Durumu.....	27
4.3 Kalifiye Eleman Temininde Yaşanan Zorluklar	28
4.4 SÜSBİR Akademisi.....	29
BÖLÜM 5: SATIŞ VE ANLAŞMALAR	29
5.1 Son 5 Yılda Yurt Dışındaki Firmalarla Anlaşma Yapan Firmaların Oranı	29
5.2 Son 2 Yılda Ziyaret Edilen Ülkeler	30
5.3 Firmaların İlk 2 Yılı ve Son 2 Yılı Kar –Zarar Oranları	30
5.4 Yurt Dışındaki Kümelerle Yapılan Anlaşmalar.....	30
5.5 Son 10 Yılda Firmalara Olan Yurtiçi Talep Nasıl Seyretti	31
5.6 Son 10 Yılda Firmalara Olan Yurt Dışı Talep Nasıl Seyretti	32
5.7 Ekonomi Bakanlığı Destekleri	32

BÖLÜM 6: ORTALIK- İŞBİRLİĞİ	33
6.1 Resmi Ortaklıklar	33
6.2 Resmi Olmayan Ortaklıklar	35
6.3 Son 10 Yılda Kurumlarla Olan İlişkiler	36
6.4 Ürünlerinizin Sergilendiği ‘Show-Room’ var mı?	36
6.5 Ürünlerinizin Sergilendiği Ortak ‘Show-Room’ var mı?.....	37
6.6 Ürünlerinizin Sergilenmesi İçin Ortak ‘Show-Room’ Kurulmasını ister misiniz?.....	37
BÖLÜM 7: ÜYELİKLER VE İŞKUR HİZMETİ	38
7.1 İŞKUR Hizmetlerinden Faydalanma	38
7.2 Firmaların Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Kayıt Sistemlerine Kayıt Olma Durumları.....	39
BÖLÜM 8: TEDARİK ZİNCİRİ, SÜREÇLER VE REKABET	39
8.1 İşçilik Ücretleri	40
BÖLÜM 9: SERTİFİKALAR VE MARKA	41
9.1 Son 10 Yılda Alınan Kalite Belgelerinin Sayıları	41
9.2 Marka Olabilme Kolaylığı	42
BÖLÜM 10: ALINAN DEVLET DESTEKLERİ	42
10.1 Son 10 Yılda Alınan Devlet Desteği Miktarı	43
10.2 Kredilere Erişim	43
BÖLÜM 11: ÜRETİM VE SATIŞ İÇİN ALINMASI GEREKEN İZİNLER	44
BÖLÜM 12: AR-GE VE BİLİM	44
12.1 Firmaların AR-GE Çalışması Yapılmasını İstedikleri Konular	45
12.2 Son 5 Yılda Bilimsel Kongreye Katılım	46
BÖLÜM 13: MAKİNE VE EKİPMANLAR	47
13.1 Firmaları Kullanmakta Olduğu Makine ve Ekipmanlar	47
13.2 Firmaların İhtiyaç Duyduğu Makine ve Ekipmanlar	48
13.3 Firmaların Sahip Olduğu Otomasyon Sistemleri	49
13.4 Firmaların Sahip Olduğu Araçlar	49
BÖLÜM 14: SEKTÖR İÇİN FIRSATLAR-TEHDİTLER-ZAYIF YÖNLER- GÜÇLÜ YÖNLER	50
14.1 Fırsatlar.....	50
14.2 Tehditler	51
14.3 Zayıf Yönler	53
14.4 Güçlü Yönler	54
BÖLÜM 15: SEKTÖR İÇİN EĞİTİM	54
15.1 Her Düzey Eleman İçin İstenen Eğitimler	55
15.2 Ara Elemanların Bilmesi İstenilen Konular	55

15.3 Mühendislerin Bilmesi İstenilen Konular	57
15.4 İşe Yeni Alınan Ara Elemanların Mesleki Bilgi Düzeyleri	58
15.5 İşe Alınan Teknik Elemanın Mesleki Bilgi Düzeyi.....	58
BÖLÜM 16: ÜRETİM/TEDARİK VE SATIŞ SÜREÇLERİ	59
16.1 Yurt Dışından Alınan Başlıca Üretim Girdilerinin Fiyatları	59
16.2 Ürünlerin Pazarlanması	60
16.3 Ürünlerin Satışında Yaşanılan Zorluklar	61
16.4 Ürünlerin Nakledilmesinde Yaşanan Zorluklar.....	62
16.5 Genel Olarak Üretim Maliyeti.....	62
BÖLÜM 17: YALOVA BÖLGESİ SÜS BİTKİLERİ ÜRETİCİLERİNİN KÜMELENME YOL HARİTASI	63
BÖLÜM 18: YALOVA BÖLGESİ KALKINMA / KÜMELENME PROJESİ ANKETİ	72

Şekiller

Şekil 1.1- Yalova bölgesinde firma yöneticilerinin sektörde çalışma süresi	10
Şekil 1.2- Yalova bölgesinde firma yöneticilerinin eğitim durumu	11
Şekil 3.1- Yalova bölgesinde firmaların ürün deseni	12
Şekil 3.2- Yalova bölgesinde firmaların üretim yaptığı kapalı alan büyüklükleri	12
Şekil 3.3- Yalova bölgesinde firmaların üretim yaptığı açık alan büyüklükleri	13
Şekil 3.4- Yalova bölgesinde kullanılan yakıt türleri	14
Şekil 3.5- Yalova bölgesinde kullanılan elektrik tarifeleri	14
Şekil 3.6- Yalova bölgesinde üretim yapılan arazilerin mülkiyet durumları	15
Şekil 3.7- Yalova bölgesinde üretim yapılan arazilerin kiralama süreleri	15
Şekil 3.8- Yalova bölgesinde üretim yapılan arazilerin kira bedeli durumu	16
Şekil 3.9- Üretim yapılan diğer iller 'Açık Alan'- Alanlar (m2)	16
Şekil 3.10- Üretim yapılan diğer iller 'Kapalı Alan'- Alanlar (m2)	17
Şekil 3.11- En çok üretilen ağaç türleri ve üretenlerin yüzdeler dağılımı	18
Şekil 3.12- En çok üretilen çalı türleri ve üretenlerin yüzdeler dağılımı	19
Şekil 3.13- En çok üretilen mevsimlik çiçek türleri ve üretenlerin yüzdeler dağılımı	20
Şekil 3.14- En çok üretilen yer örtücü-sarılcı türleri ve üretenlerin yüzdeler dağılımı	20
Şekil 3.15- En çok üretilen iç mekan bitkileri ve üretenlerin yüzdeler dağılımı	21
Şekil 3.16- Firmaların en çok sattığı ağaç türleri	21
Şekil 3.17- Firmaların en çok sattığı çalı türleri	22
Şekil 3.18- Firmaların en çok sattığı mevsimlik çiçekler	23
Şekil 3.19- Firmaların en çok sattığı yer örtücü ve sarılcı türleri ve adetleri	24
Şekil 3.20- Satış yapılan iç pazar alanları	24
Şekil 3.21- Firmanızın ortaya çıkardığı yeni bir ürün ve üretim tekniği Yalova'da sektörü nasıl etkiler?.....	25
Şekil 4.1- Firmaların mühendis çalıştırma durumu	26
Şekil 4.2- Firmalarda çalışan vasıfsız işçi sayısı	27
Şekil 4.3- Kalifiye eleman temininde yaşanan zorluklar	28
Şekil 4.4- SÜSBİR Akademisinin kurulması	29
Şekil 5.1- Son 5 yılda yurt dışındaki firmalarla anlaşma yapan firmalar	29
Şekil 5.2- Son 5 yılda yurt dışındaki kümelerle anlaşma yapıldı mı?	31
Şekil 5.3- Son 10 yılda firmanıza olan yurtiçi talep nasıl seyretti?.....	31
Şekil 5.4- Son 10 yılda firmanıza olan yurtdışı talep nasıl seyretti	32
Şekil 5.5- Ekonomi Bakanlığı desteklerinden yararlanarak yurt dışına şube açmak ister misiniz?	32

Şekil 6.1- Firmanızın ortaklık anlaşmaları var mı?	33
Şekil 6.2- Resmi olmayan ortaklıkların yapısı	35
Şekil 6.3- Son 10 yılda kurumlarla olan ilişkiler	36
Şekil 6.4- Firmaların kendilerine ait show-room var mı?	36
Şekil 6.5- Firmaların ortak kullandığı show-room var mı?	37
Şekil 6.6- Ortak show-room kurulmasını ister misiniz?	37
Şekil 7.1- İşkur hizmetlerinden yararlanıyor musunuz?.....	38
Şekil 7.2- Kayıtlı olduğunuz tarım bakanlığı kayıt sistemleri	39
Şekil 8.1- Ödediğiniz personel ücretleri rekabetçi olmanıza yardımcı oluyor mu?	40
Şekil 9.1- Sertifikalar	41
Şekil 9.2- Son 10 yılda alınan kalite belgelerinin sayısı	41
Şekil 9.3- Marka olabilme kolaylığı	42
Şekil 10.1- Son 10 yılda firmaların aldıkları devlet desteği sayısı	42
Şekil 10.2- Son 10 yılda alınan toplam devlet desteği	43
Şekil 10.3- Firmanızın kredilere erişmesindeki zorluklar	43
Şekil 11.1- Üretim ve satış için almanız gereken izinlerin sayısı	44
Şekil 12.1- Firmanızda ar-ge çalışmaları yapılıyor mu?	44
Şekil 12.2- Firmaların ar-ge çalışması yapılmasını istedikleri konular	45
Şekil 12.3- Çalışanların son 5 yıl içerisinde katıldığı bilimsel kongre sayısı	46
Şekil 13.1- Firmalarda bulunan makine ekipmanlar	47
Şekil 13.2- Firmaların ihtiyaç duyduğu makine ekipmanlar	48
Şekil 13.3- Firmaların sahip olduğu otomasyon sistemleri	49
Şekil 13.4- Firmaların sahip olduğu toplam araç sayıları	49
Şekil 14.1- Fırsatlar	50
Şekil 14.2- Tehditler	51
Şekil 14.3- Zayıf yönler	53
Şekil 14.4- Güçlü yönler	54
Şekil 15.1- Her düzey elemanlar için istenen eğitimler	55
Şekil 15.2- Ara elemanların bilmesi istenilen konular	56
Şekil 15.3- Mühendislerin bilmesi istenilen konular	57
Şekil 15.4- İşe aldığınız işçi ve ara elemanın mesleki bilgi düzeyi	58
Şekil 15.5- İşe aldığınız teknik elemanın mesleki bilgi düzeyi	58
Şekil 16.1- Yurt dışından alınan başlıca üretim girdilerinin fiyatları	59

Şekil 16.2- Ürünlerin pazarlamasını hangi kanallarla yapıyorsunuz?	60
Şekil 16.3- Ürünlerin satışında yaşanan zorluklar	61
Şekil 16.4- Ürünlerin nakledilmesinde yaşanan zorluklar	62
Şekil 16.5- Genel olarak üretim maliyeti	62

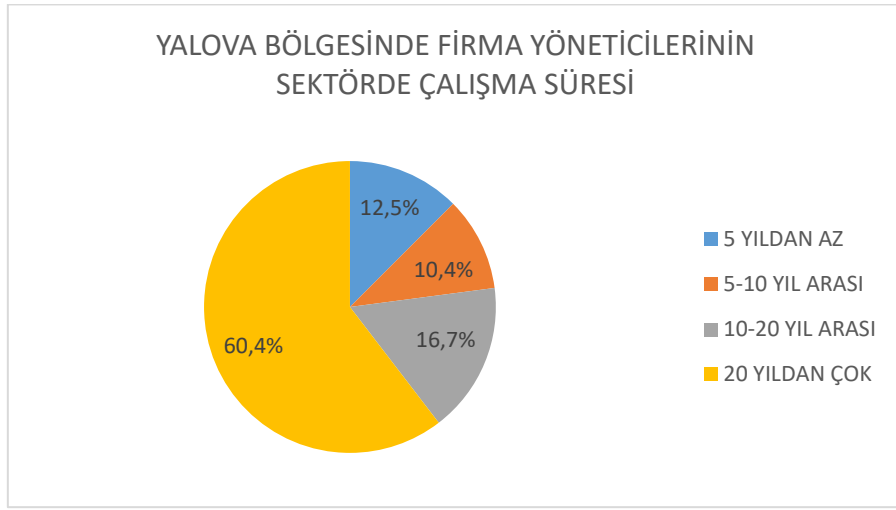
BÖLÜM 1: ANKET FORMUNU DOLDURAN KİŞİLERE AİT BİLGİLER

Anketi dolduran kişilerin %81,3'ü firmaların kurucuları olduğu, %10,4'ü firma ortağı, %4,2'si idari müdür ve %4,1'i de genel müdürdür. Anketi dolduranların % 91,7'si erkektir.

1.1 Firma Yöneticilerinin Sektörde Çalışma Süresi

Ankete katılan firma yöneticilerinin %79,2'sinin toplam çalışma süresi 20 yıldan fazla, 10 ile 20 yıl arası çalışanların oranı %10,4 ve 10 yıldan az çalışma süresi olanların oranı ise %10,4'tür. Aşağıdaki grafikte anketi dolduran yöneticilerin sektördeki çalışma süreleri belirtilmiştir.

Sektörde çalışanların % 18,8'inin sektörde sonradan çalışmaya başladığı görülmüştür.



Şekil 1.1

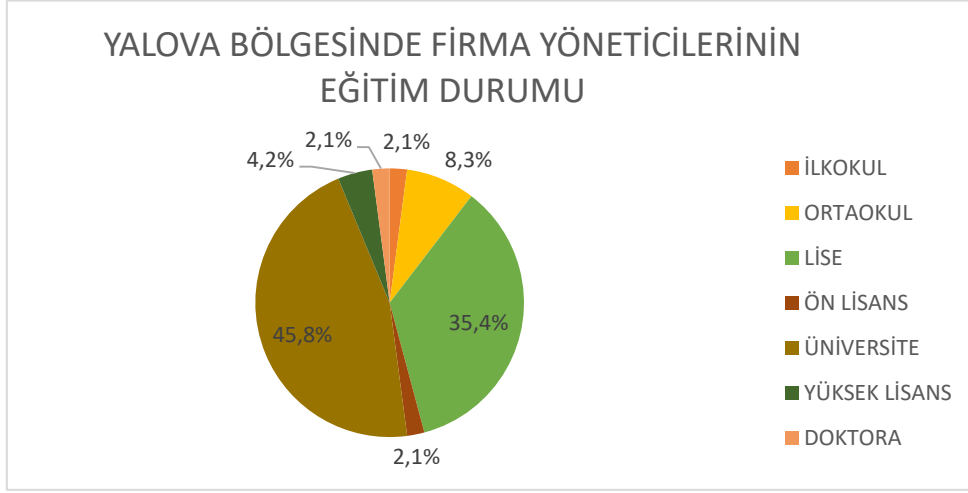
Sektördeki firma yöneticilerinin % 60' ı 50 yaş ve altı, %32'si 51- 60 yaş arası, % 8'i ise 60 yaş üzeridir. Firma yöneticilerinin büyük çoğunluğunun 20 yıldan fazla süredir sektörde çalışıyor olması, tecrübeli kişilerin Yalova'da çoğunlukta olduğunu göstermektedir. Bu tecrübenin anket çalışmasına yansımış olmasından dolayı, sonuçların sektöre ışık tutacak nitelikte olduğunu söyleyebiliriz.

Sektörde faaliyet gösteren yöneticilerin % 82,6'sı Yalova dışından gelerek işletmelerini kurmuşlardır. Bu oranın yüksekliği sektöre olan ilginin yoğun ve Yalova'nın da sektörde cazibe merkezi olduğunu göstermektedir.

Yöneticilerden, Yalova bölgesinde 30 yıl ve üzeri yaşama süresi olanların oranı %44,6'dır.

1.2 Firma Yöneticilerinin Eğitim Durumları

Yöneticilerin eğitim durumunu gösteren grafik aşağıda verilmiştir:



Şekil 1.2

Grafiğe bakıldığında sektörde faaliyet gösteren yöneticilerin % 50'sinin üniversite ve üzeri eğitim düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Üniversite mezunlarının oranının % 39,3'ü ziraat mühendisliği, peyzaj mimarlığı bölümlerinden ve doğal bilimler, orman mühendisliği bölümlerinden ise yaklaşık % 15'dir. Sektörle ilgili bölümlerden mezun olan firma yöneticilerinin toplam oranı %54,3'tür. Yöneticilerin % 10,7'si de ziraat teknikerliği eğitimi almıştır.

BÖLÜM 2: ANKET FORMUNU DOLDURAN FİRMALARA AİT BİLGİLER

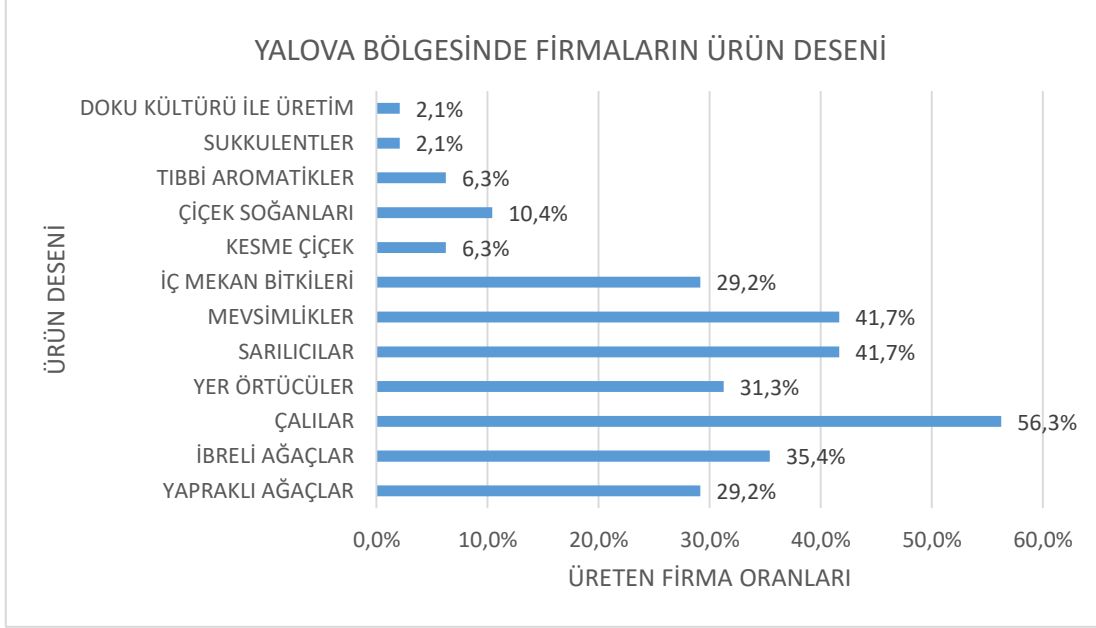
Yalova bölgesinde bulunan firmaların % 57,1 inin yasal statüsü özel limitet şirket olup, %30,6'sı şahıslı şirkettir. Kalan % 12,3 lik kısmını özel anonim şirketler ve adi ortaklıklar oluşturmaktadır.

BÖLÜM 3: ANKET FORMUNU DOLDURAN FİRMALARA AİT ÜRETİM BİLGİLERİ

Ankete katılan firmaların yaklaşık %17'sinin Yalova dışında da üretim alanları bulunmaktadır. Yalova dışında üreticiler çoğunlukla yakın bölgelerde; İstanbul, Sakarya, Bursa, Balıkesir'de üretim yapmakla birlikte İzmir ve Antalya bölgesinde de üretim yapan az sayıda firma bulunmaktadır.

3.1 Yalova Bölgesinde Üretilen Ürünler

Yalova bölgesinde üretilen ürünleri gösteren grafik aşağıda verilmiştir:

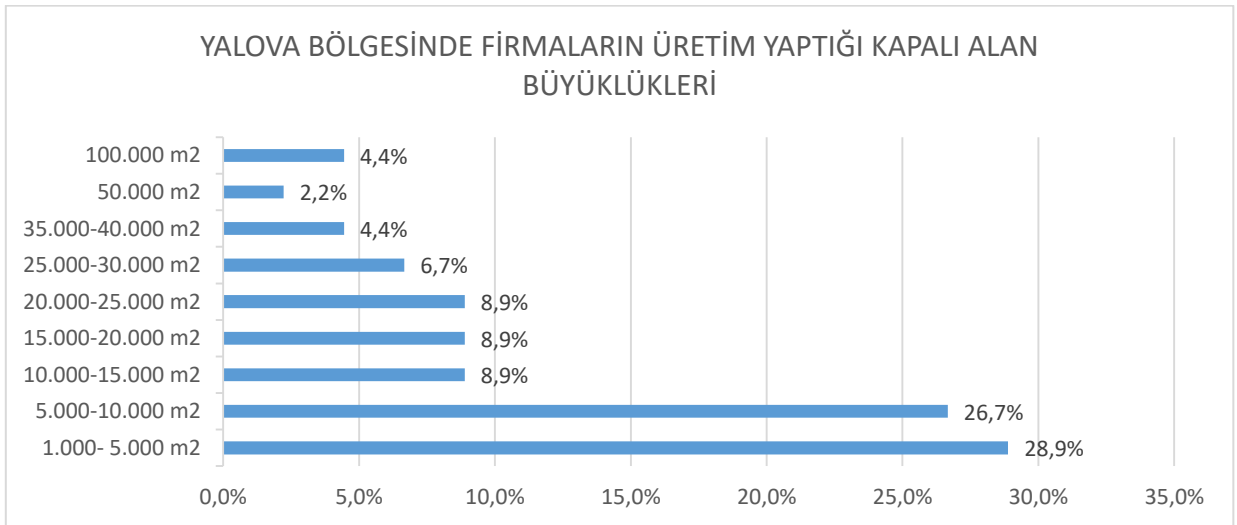


Şekil 3.1

Grafiğe bakıldığında süs bitkileri sektöründe tüm ana kategorilerde üretim yapıldığı görülmektedir. Geniş bir ürün yelpazesine sahip Yalova bölgesinde üretim özellikle çalılar, ağaç grupları, mevsimlik çiçekler, sarılicılar, yer örtücüler ve iç mekân bitkileri türlerinde yapılmaktadır. İklimsel özellikler ve bitki örtüsü çeşitliliği oldukça elverişli olan Yalova bölgesinde, büyük pazarlara yakınlıktan doğan talebin fazla olması da ürün çeşitliliğinin artmasına katkı sağlamıştır.

3.2 Yalova Bölgesinde Üretim Yapılan Kapalı Alanların Büyüklükleri

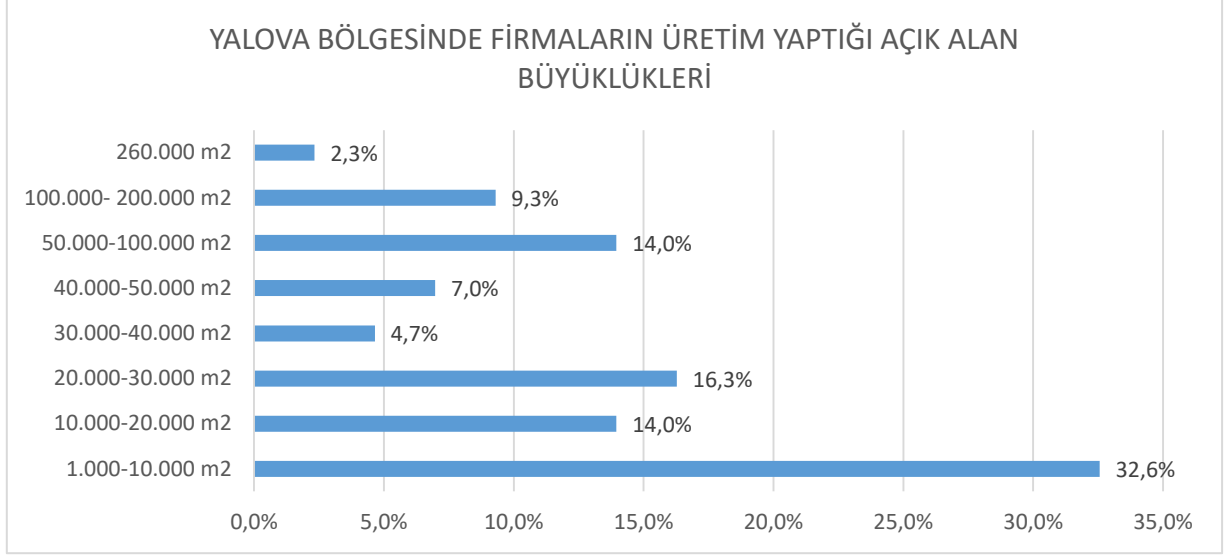
Yalova bölgesinde firmaların üretim yaptığı kapalı alan büyüklükleri:



Şekil 3.2

Yalova bölgesinde firmaların üretim yaptığı kapalı alanların %55,6' sı 10.000 m2'nin altındadır.

3.3 Yalova Bölgesinde Üretim Yapılan Açık Alanların Büyüklükleri



Şekil 3.3

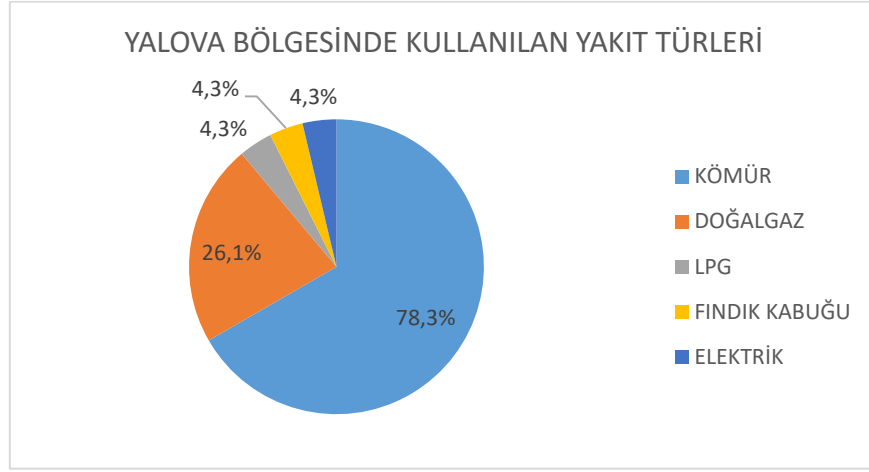
Yalova bölgesinde firmaların üretim yaptığı açık alanların %32,6' sı 10.000 m2'nin altındadır.

Grafiklerden görüldüğü üzere, üretim (kapalı ve açık alanlarda) daha çok küçük alanlarda yapılmaktadır. 30.000 m2 üzeri üretim yapılan kapalı alan oranı %17,7, açık alan oranı ise %37,3'dür. Ayrıca açık (%32,6) ve kapalı (%55,6) alanlarda 10.000 m2'den düşük alanda üretim yapan firmaların yüzdelerinin oldukça fazla olması dikkat çekmektedir. Bu durum firmaların üretim kapasitesini sınırlamakta, parçalı üretim yerlerinin olmasına ve üretim maliyetinin artmasına sebep olmaktadır. Orta vadede firmalarımız bu durumlarını iyileştirmelidir.

3.4 Sulama sistemleri

Yalova bölgesinde üretim yapılan açık ve kapalı alanlarda, özellikle 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 görülmüştür.

3.5 Firmaların Kullandığı Yakıt Türleri

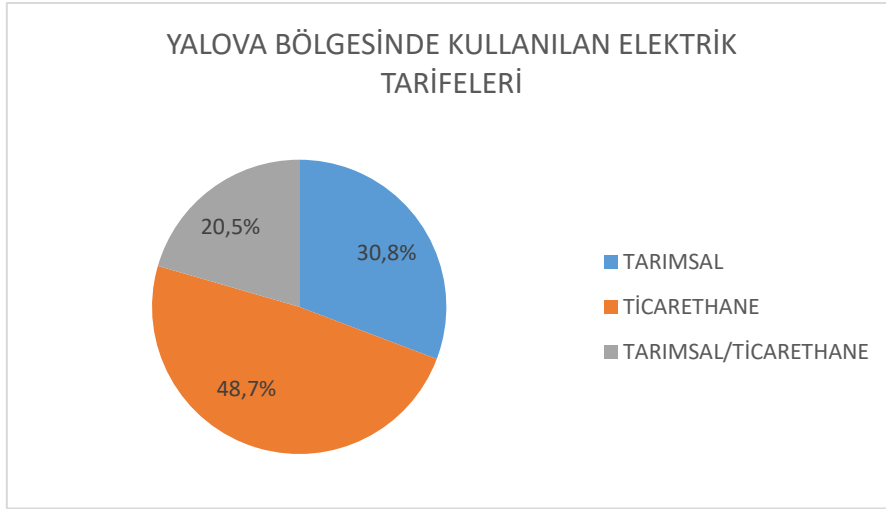


Şekil 3.4

Üreticilerin tesislerinde ısıtma için ağırlıklı olarak kömürün kullanıldığı görülmüştür.

3.6 Firmaların Kullandığı Elektrik Tarifeleri

Firmaların tamamının elektrik hizmeti aldığı elektrik dağıtım firması Limak'tır. Kullandıkları tarifeler:



Şekil 3.5

Grafikten görüldüğü üzere firmaların yarıya yakını elektrik tarifesi olarak ticarethane tarifesi kullanmaktadır. Firmaların %58,1'i aylık 1.000 TL ve altında elektrik harcaması yapmakta. Aylık 2.000 TL üzeri elektrik harcaması yapan firmaların oranı ise %27,9'dur.

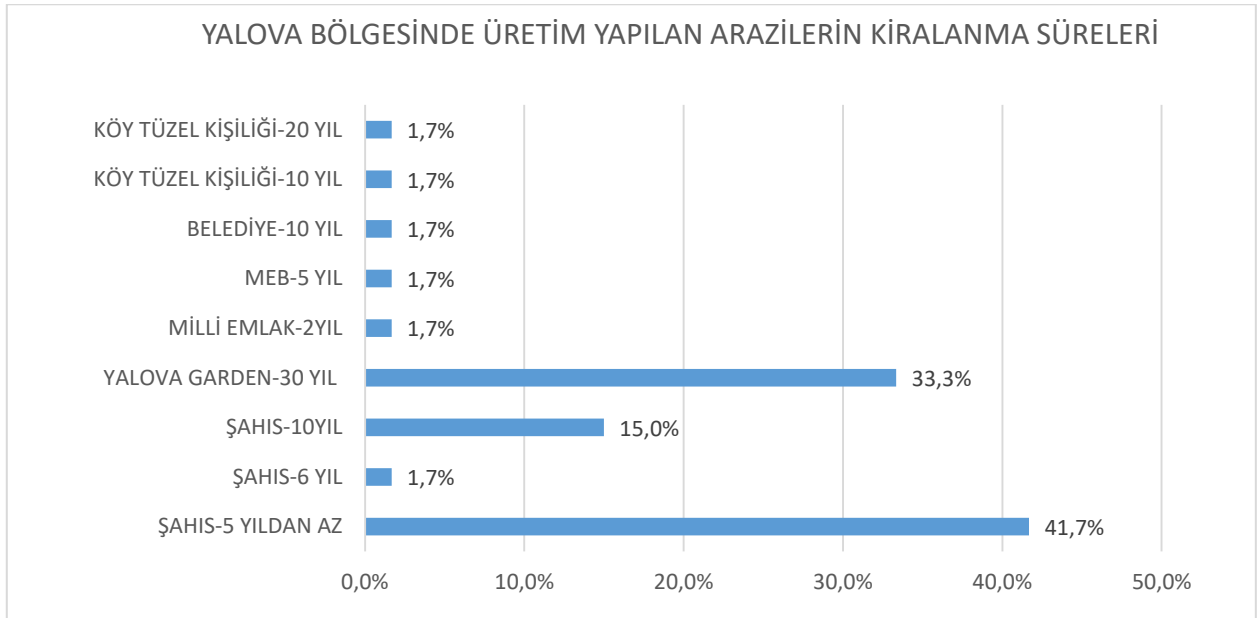
3.7 Üretim Yapılan Arazilerin Mülkiyetleri



Şekil 3.6

Anket çalışması yaptığımız firmalar içerisinde üretimlerini hem kendi arazilerinde hem de kiralık arazide yaptıklarını beyan ettikleri için bu firmalarımızı da kiracı grubuna ekledik. Grafikten de görüldüğü gibi Yalova bölgesindeki üreticilerin % 97,9 'unun kiracıdır. Bunun çok yüksek oranda olması firmaların geleceğini tehdit eden bir unsurdur.

3.8 Arazilerin Kiralanma Süreleri

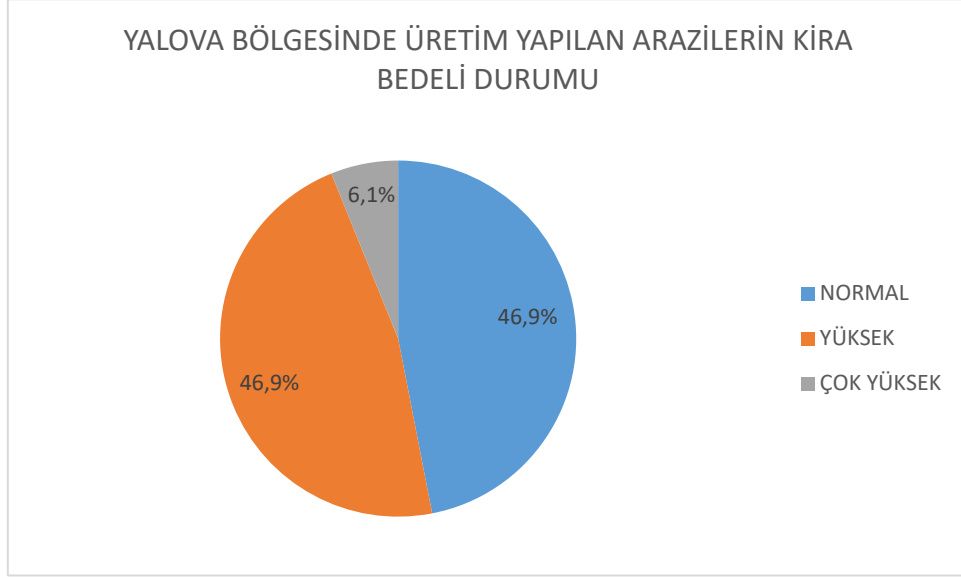


Şekil 3.7

Yalova bölgesindeki üretim yapılan arazilerin yarıya yakını kısa süreli kiralama yoluyla tahsis edildiği gözlenmektedir. Bu durum kısa süreli kiralanana arazilerde üretim yapan firmalar için risk oluşturmaktadır.

Belirsizlik firmaların üretim planlamasını da olumsuz şekilde etkiler. Bu grafiğe göre süre açısından en uygun kiralama bölgesinin Yalova Garden olduğu görülmektedir.

3.9 Üretim Yapılan Arazilerin Kira Bedelleri



Şekil 3.8

Kiralanan arazilerin bedelinin yüksek olduğu, Yalova bölgesindeki şehirleşmenin ve sanayileşmenin artmasıyla kira bedellerinin daha da artacağı gözlenmiştir. Kiralama sürelerinin kısa olması ve kira bedellerinin yüksek olması Yalova bölgesinde üretim yapan firmalar için risk oluşturmaktadır.

3.10 Üretim Yapılan Diğer İller ve Alanları



Şekil 3.9

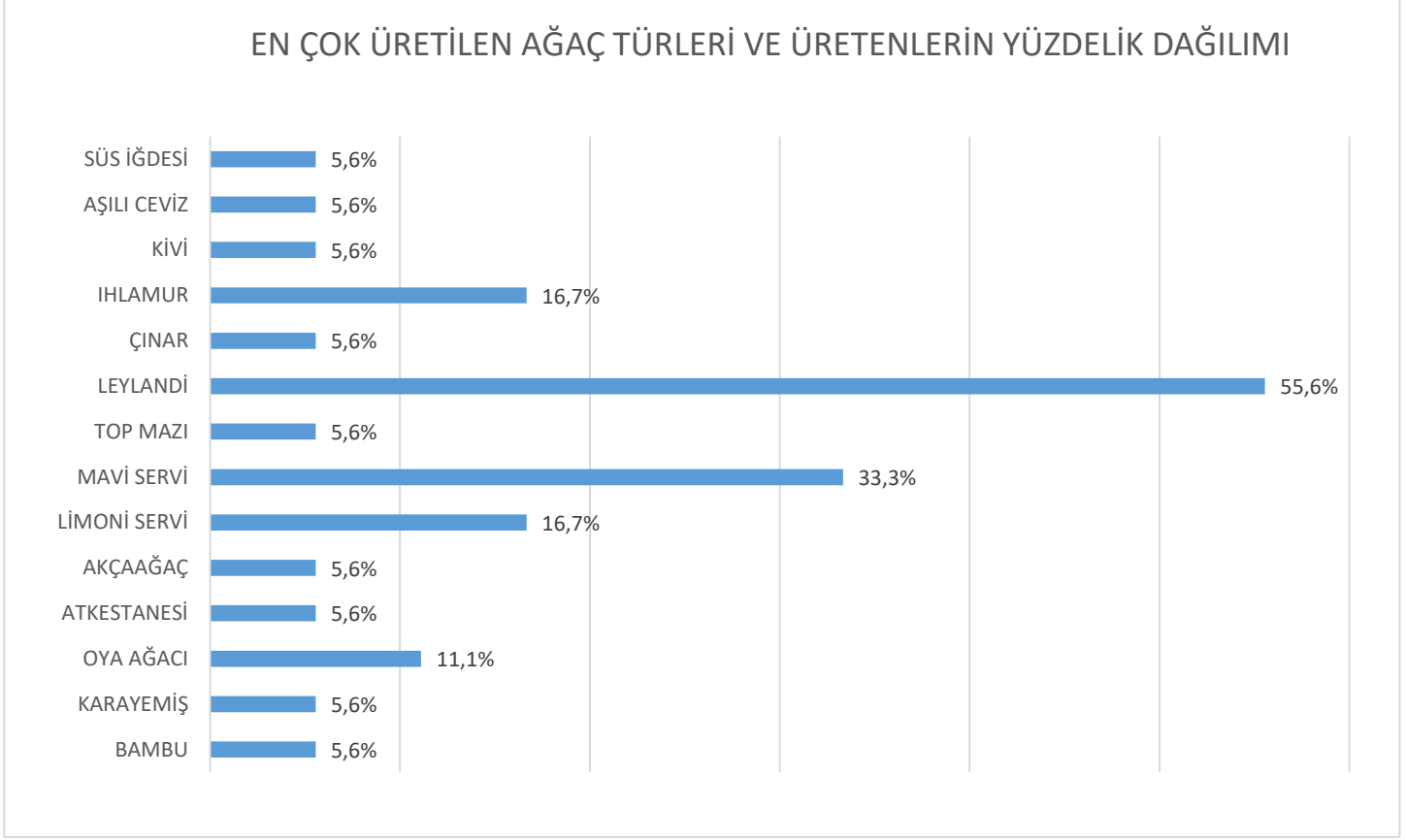
ÜRETİM YAPILAN DİĞER İLLER KAPALI ALAN- ALANLARI(m2)



Şekil 3.10

Yalova bölgesinde faaliyet gösteren firmaların üretim yaptığı iller ve toplam alanların büyüklükleri(m2 cinsinden) haritalarda gösterilmiştir. Yalova'da kira bedellerinin yüksek olması ve daha da artma riskinin olması, arazi büyüklüklerinin küçük olması nedeniyle Yalova dışında üretimin yapılması doğru bir stratejidir.

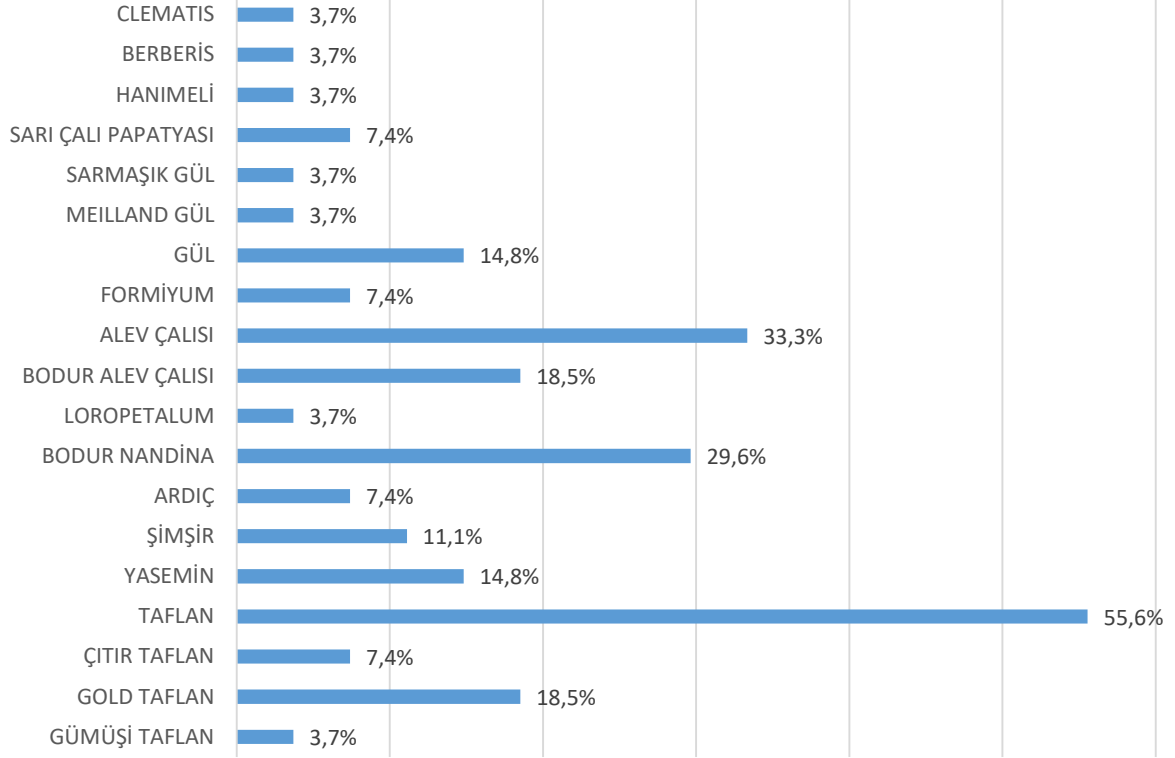
3.11 Firmaların En Çok Ürettiği Ürünler



Şekil 3.11

Yalova'da ağaç ve ağaççık üreten firmaların büyük çoğunluğunun en çok Leylandi, Mavi servi, Limoni servi, Ihlamur ve Oya ağacı ürettiği görülmektedir.

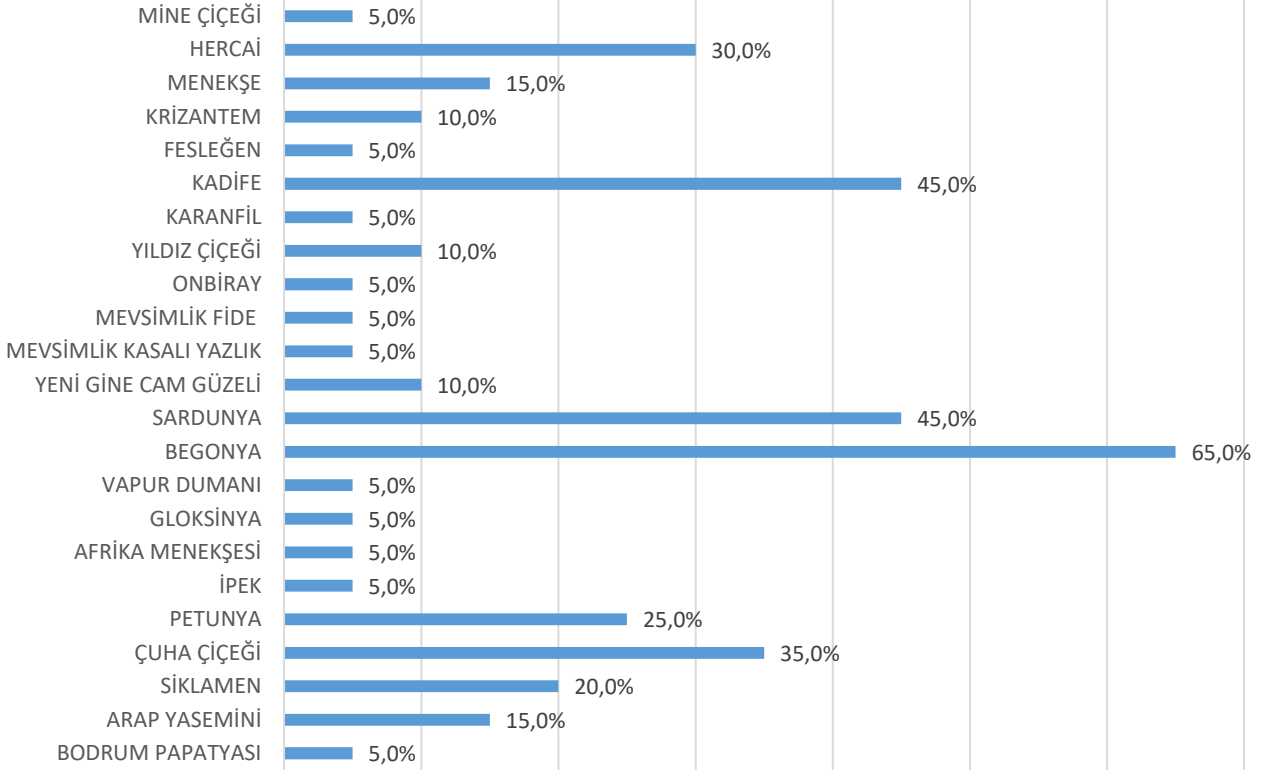
EN ÇOK ÜRETİLEN ÇALI TÜRLERİ VE ÜRETEENLERİN YÜZDELİK DAĞILIMI



Şekil 3.12

Yalova'da çalı üreten firmaların büyük çoğunluğunun en çok Taflan ve Taflan çeşitleri, Alev Çalısı çeşitleri, Nandina, Gül çeşitleri, Yasemin ve Şimşir ürettiği görülmektedir.

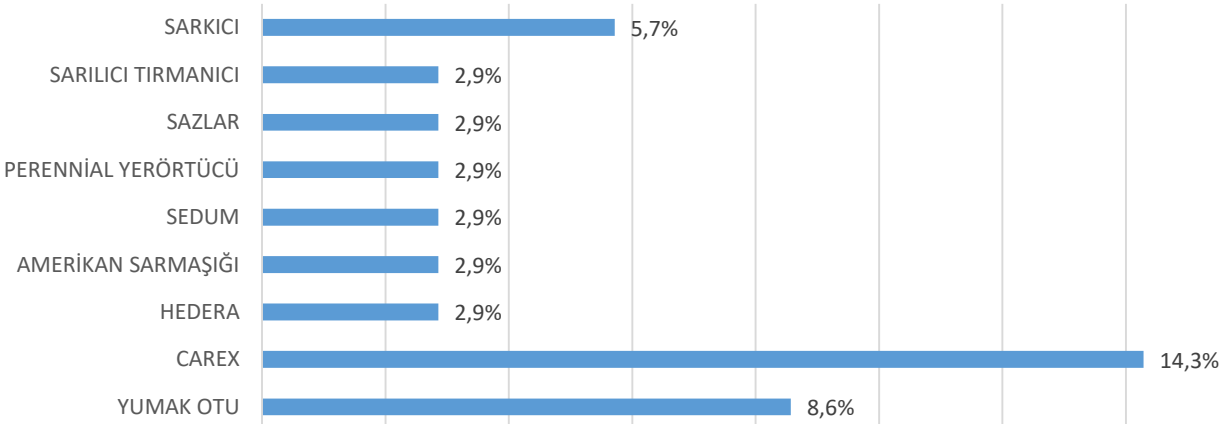
EN ÇOK ÜRETİLEN MEVSİMLİK ÇİÇEK TÜRLERİ VE ÜRETENLERİN YÜZDELİK DAĞILIMI



Şekil 3.13

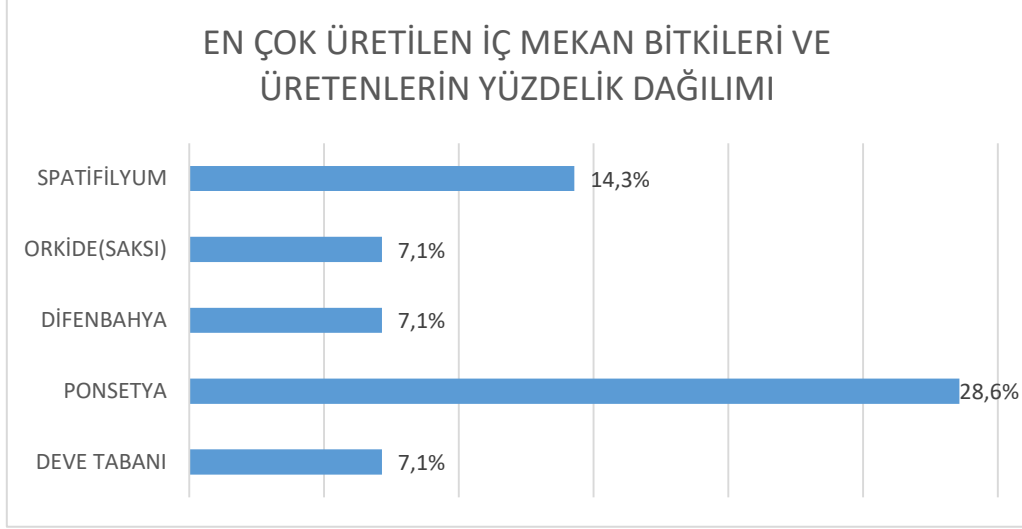
Yalova'da mevsimlik çiçek üreten firmaların büyük çoğunluğunun en çok Begonya, Menekşe türleri, Sardunya, Kadife, Çuha, Petunya ve Siklamen ürettiği görülmektedir.

EN ÇOK ÜRETİLEN YER ÖRTÜCÜ-SARILICI TÜRLERİ VE ÜRETENLERİN YÜZDELİK DAĞILIMI



Şekil 3.14

Yalova'da yer örtücü ve sarılıcı türleri üreten firmaların büyük çoğunluğunun en çok Carex, Yumak Otu, Hedera, Amerikan Sarmaşığı gibi türleri ürettiği görülmektedir.



Şekil 3.15

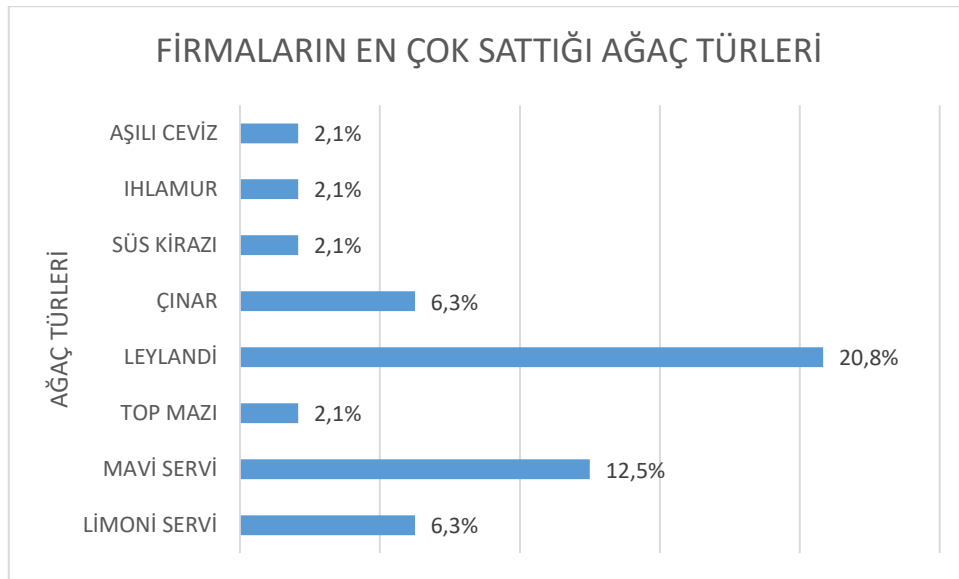
Yalova'da iç mekan bitki türleri üreten firmaların büyük çoğunluğunun en çok Ponsetya, Spatifilyum, Orkide gibi türleri ürettiği görülmektedir.

Yalova'da çiçek soğanı üreten bir firmayla anket çalışması yapılmıştır. Firmanın yıllık ortalama 26.000.000 adet çiçek soğanı ürettiği bilgisi alınmış ve en çok Göl Soğanı, Mis Zambağı, Süsen, Kara Çiğdem gibi türleri ürettiği görülmüştür.

Yalova'da kesme çiçek üreten bir firmayla da görüşülmüş ve en çok ürettiği kesme çiçek türlerinin Cymbidium ve Flamingo Çiçeği olduğu bilgisi alınmıştır. Yıllık ortalama 200.000 kesme çiçek üretmektedir.

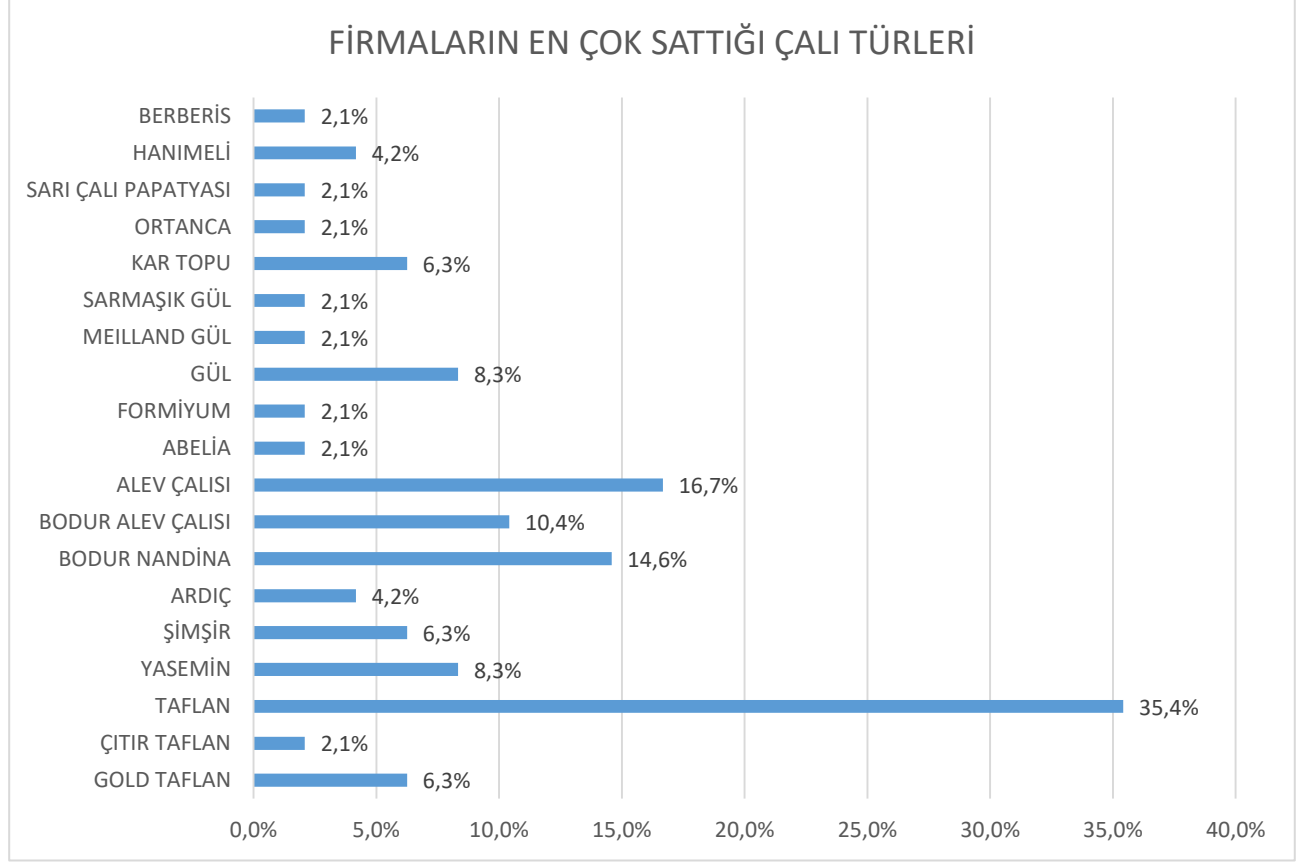
3.12 Firmaların En Çok Sattığı Ürünler

Firmaların en çok sattığı ilk beş ürünü içinde yer alan ağaç, çalı, mevsimlik çiçek, yer örtücüler ve sarılıcılar, iç mekan ve kesme çiçeklerine ait veriler aşağıdadır:



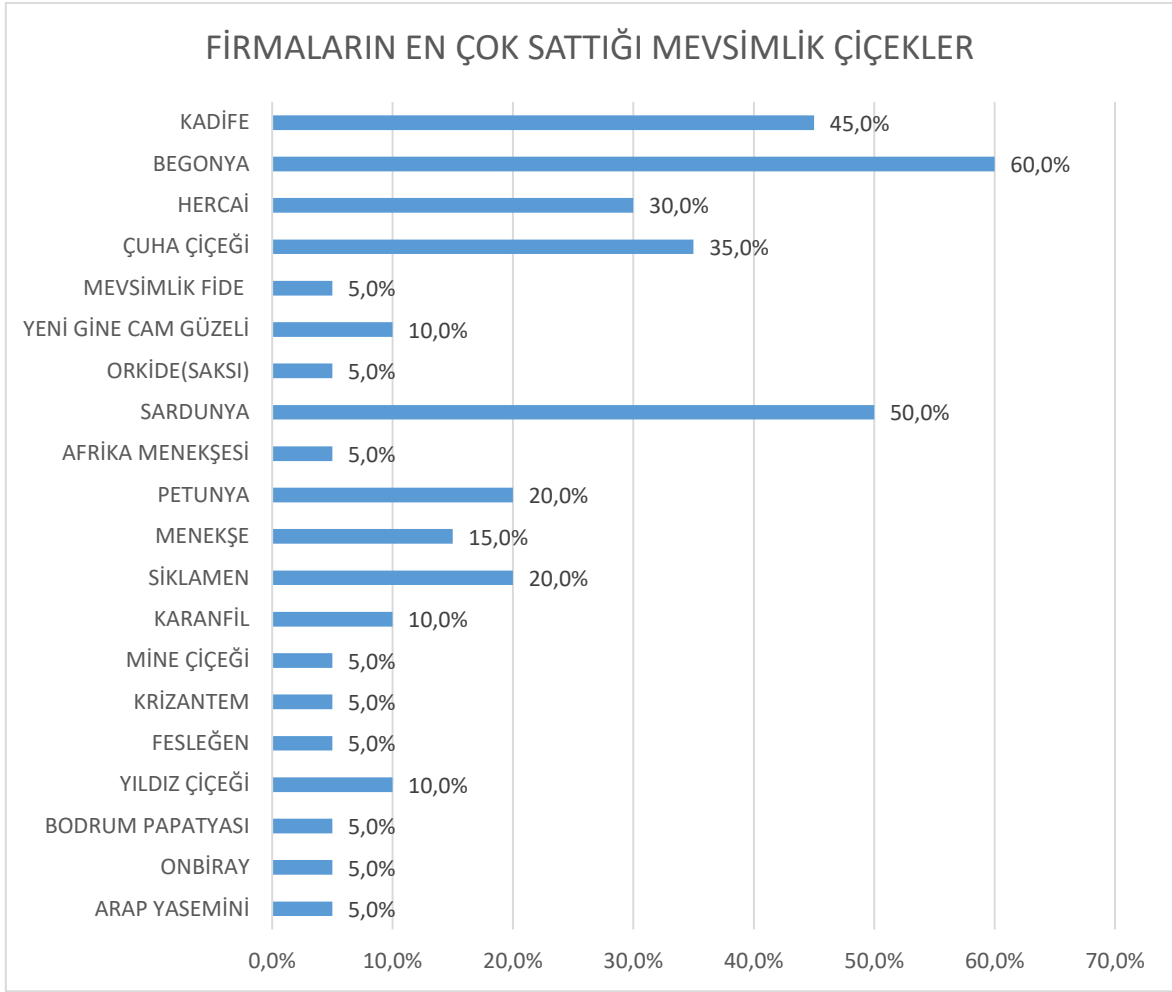
Şekil 3.16

Yalova'da ağaç üreten firmaların en çok sattıkları ürünler içerisinde ilk sırada Leylandi, Limoni Servi ve Mavi Servi'nin yer aldığı görülmektedir.



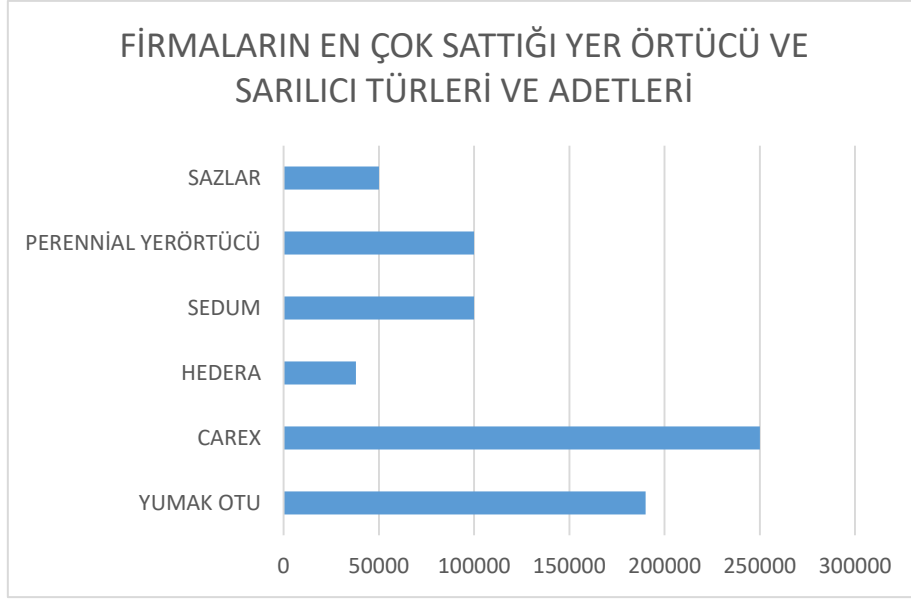
Şekil 3.17

Anket yapılan firmaların %60'ına yakını Çalı üretimi yapmakta olup en çok sattıkları çalı türleri ise, Taflan, Alev Çalısı, Nandina ve Güldür.



Şekil 3.18

Yalova'da mevsimlik çiçek üretimi oldukça fazladır. Firmalardan alınan verilere göre yıllık yaklaşık 250.000.000 adet mevsimlik çiçek üretimi yapılmaktadır. En çok satışı yapılan mevsimlik çiçek türleri ise; Begonya, Menekşe türleri, Sardunya, Kadife ve Çuha'dır.

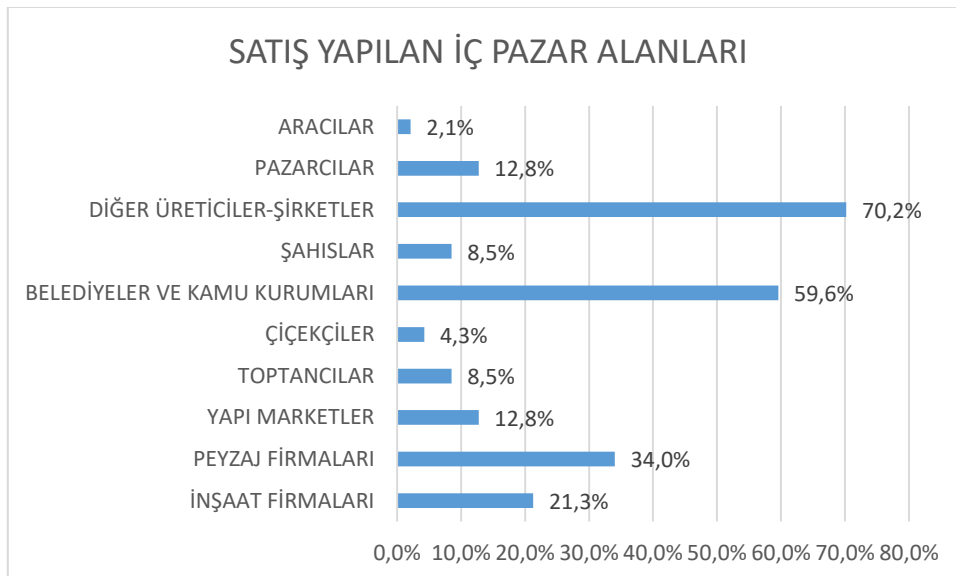


Şekil 3.19

Yer örtücü ve sarılıcılar grubundaki bitkileri Yalova bölgesindeki firmaların yarısından fazlası üretmekte olup en çok ürettiği ürünler içerisinde bu türler olan firmaların beyanlarına göre yıllık yaklaşık 1 milyon civarında yer örtücü ve sarılıcı bitki satışı yapılmaktadır. En çok satışı yapılan türler ise; Carex, Yumak Otu ve Hederadır.

İç mekân bitki türlerini üreten firmalardan alınan bilgilere göre en çok satılan ürünlerin Ponsetya, Spatifilyum ve Orkide olduğu sonucu çıkarılmıştır. İç mekân bitkisi ağırlıklı üretim yapan firmaların toplamda yıllık yaklaşık 2 milyon civarında bitki sattıkları görülmüştür.

3.13 İç Pazar Alanları

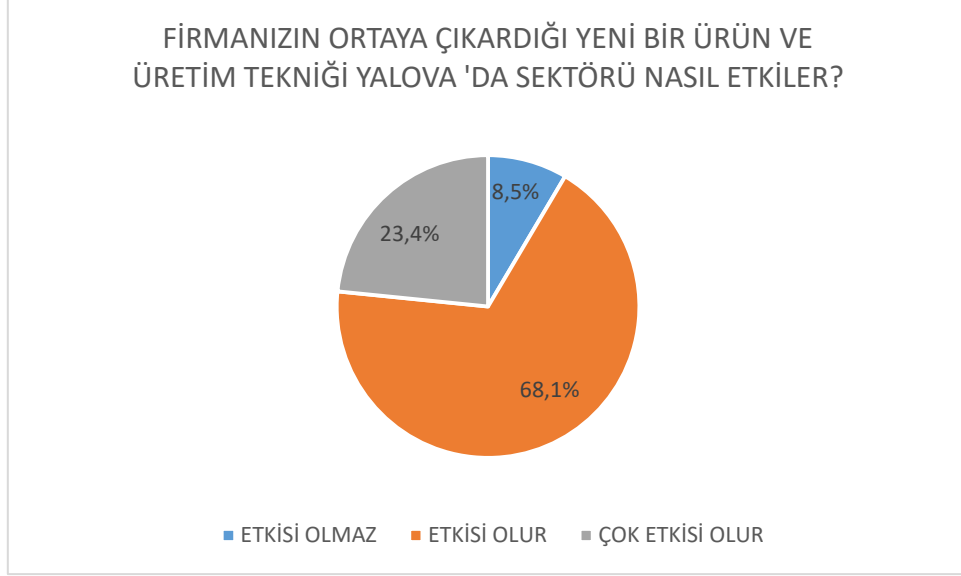


Şekil 3.20

Grafikte de görüldüğü üzere Yalova'da firmalar en çok satışı iç pazarda kendi aralarında gerçekleştirmektedir. Yalova'nın büyük şehirlere yakınlığının doğal bir sonucu olan bir diğer önemli pazarı ise belediyelerdir. İnşaat ve Peyzaj firmaları da Yalova üreticisi için büyük bir alıcı konumundadır.

Üreticilerin iç pazarda perakende (şahıslara) yaptıkları satışın az olduğu şekilden görülmektedir. Üreticiler için direkt satışta ortaya çıkan bu eksikliğin giderilmesi için sektörün kendi paydaşları dışında kalan son tüketicilere tanıtımının artırılması, uygun yerlerde ortak showroom'lar açılarak perakende pazarının canlandırılması düşünülmelidir.

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

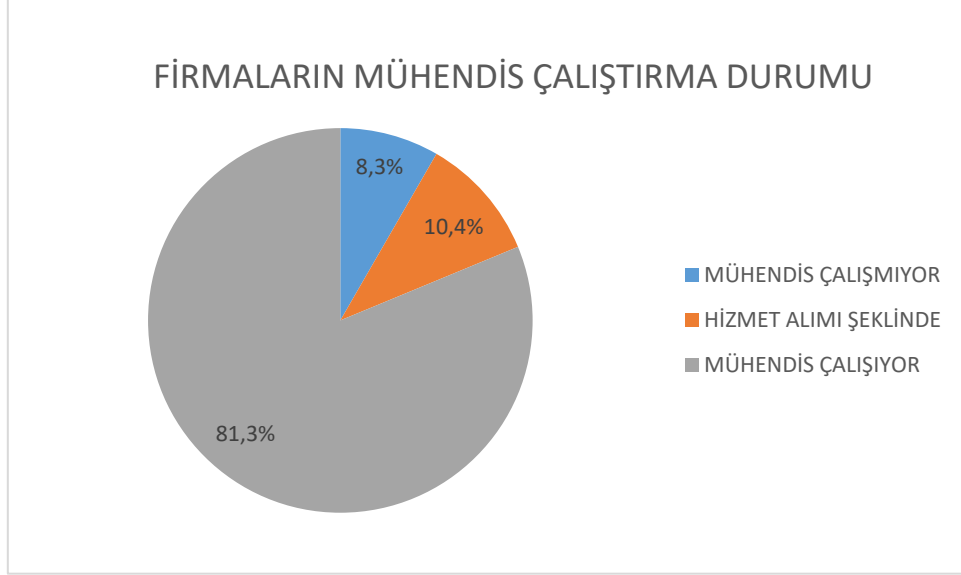


Şekil 3.21

Firmalara sorulan 'Firmanızın ortaya çıkardığı yeni bir ürün ve üretim tekniği Yalova'da sektörünüze nasıl yansır?' sorusuna yanıt olarak etkisi olur ve çok etkisi olur seçeneğini işaretleyen üreticilerin oranı %91,5 olarak ortaya çıkmıştır. Buradan hareketle, Yalova içerisindeki firmaların birbirleriyle iletişimlerinin kuvvetli olduğu, diğer firmaların ürün ve üretimlerini gözlemledikleri ve yeniliklere açık oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Aynı soru 'yeni bir ürün ve üretim tekniği Türkiye'de sektörü nasıl etkiler?' şeklinde de sorulmuş ve yine sonuç %87 oranında etkisi olacağı yönünde olmuştur. Sonuç olarak, firmalar hem Yalova içerisinde hem de Türkiye çapında sektörü ve sektördeki gelişmeleri takip etmektedir. Firmaların yeni ürünlerin ve yeni üretim tekniklerinin kıymetini bilmesi, bunu çok yüksek oranda istemesi sektörün kümelenme çalışması açısından çok olumludur. Orta ve uzun vadede bunları hayata geçirecek şekilde yol haritası hazırlanacaktır.

BÖLÜM 4: FİRMA ÇALIŞANLARI

4.1 Firmalarda Mühendis Durumu

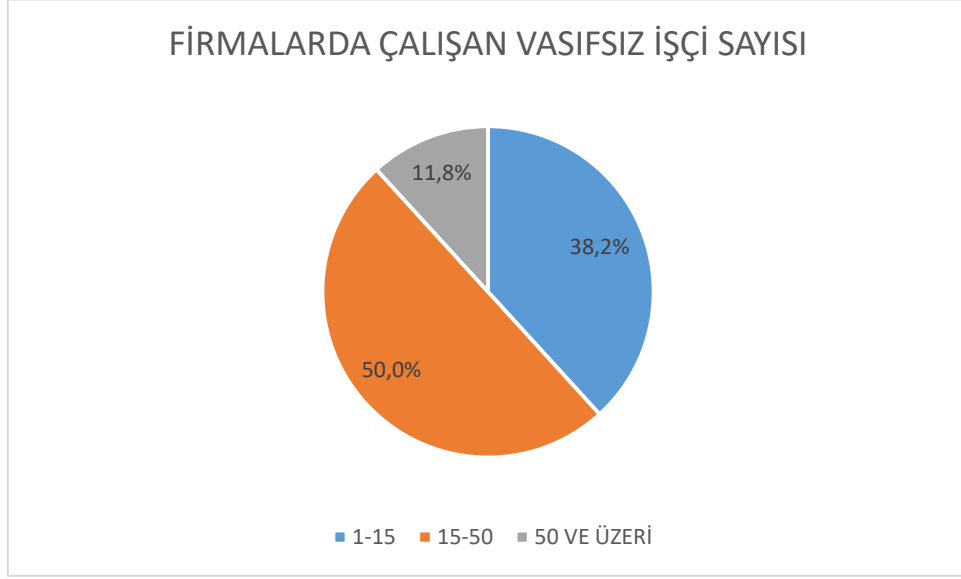


Şekil 4.1

Grafikten görüldüğü üzere firmaların %18,7 lik kısmı bünyesinde sabit mühendis çalıştırmamaktadır. Bu firmaların yarıdan fazlası, süs bitkisi üretici belgesine sahip firmaların mühendis çalıştırmasının zorunlu olması sebebiyle, mühendis çalıştırmayı hizmet alımı şeklinde uygulamaktadır. Sektörün % 81,3 gibi yüksek bir oranda mühendis çalıştırıyor olması sevindiricidir. Kümelenme çalışması sürecinde bunun çok faydası görülecektir. Mühendis çalıştıran firmaların %60'ında 1 mühendis çalışmaktadır. Firmaların çoğu, 10 - 20 arasında personel çalıştırdığı ve bu personel içinde 1 mühendis çalıştırdığı sonucuna ulaşmıştır. Bu durumda mühendis sayısının, firmaların çalışan sayısı içindeki oranları %5 ile %10 arasında olduğu görülmüştür.

Firmaların %44' ü teknisyen çalıştırmaktadır.

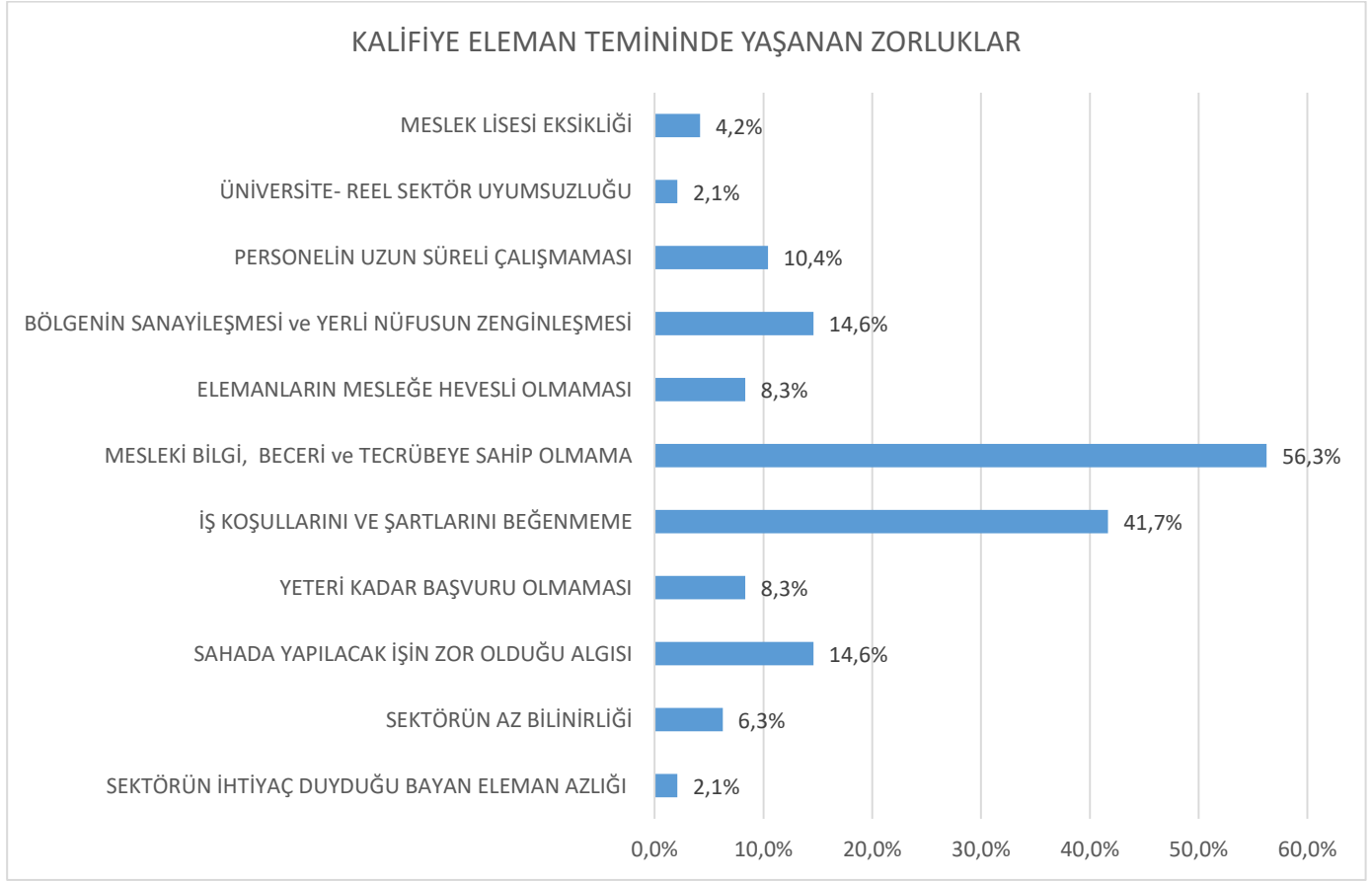
4.2 Firmalarda Vasıfsız İşçi Durumu



Şekil 4.2

İşletmelerin büyüklüğüne göre firmalarda çalışan vasıfsız işçi sayısı değişmektedir. Sabit işçi çalıştıranların yanısıra geçici (sezonluk) işçi çalıştıran firmalarda bulunmaktadır. Firmaların % 65'i geçici işçi çalıştırmaktadır.

4.3 Kalifiye Eleman Temininde Yaşanan Zorluklar

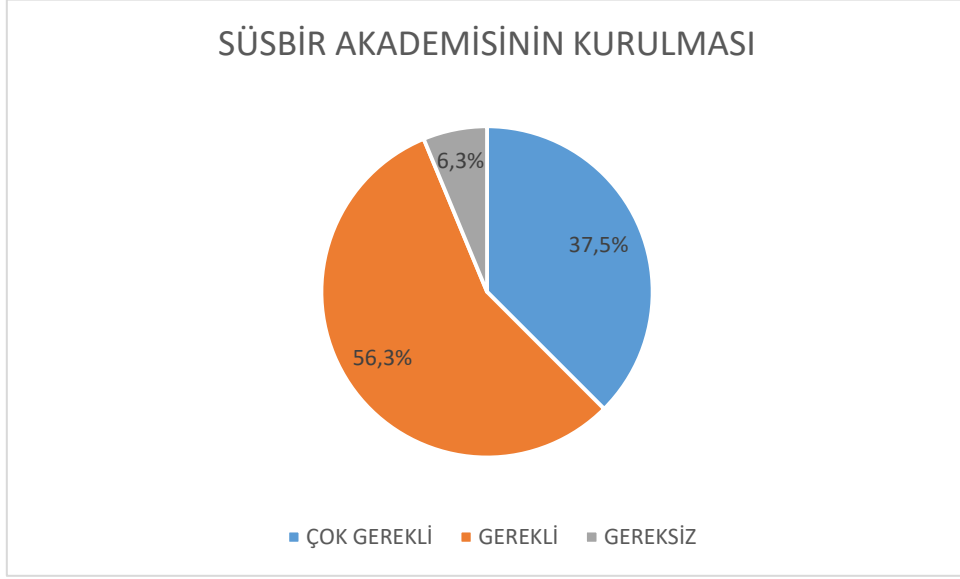


Şekil 4.3

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

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

4.4 SÜSBİR Akademisi

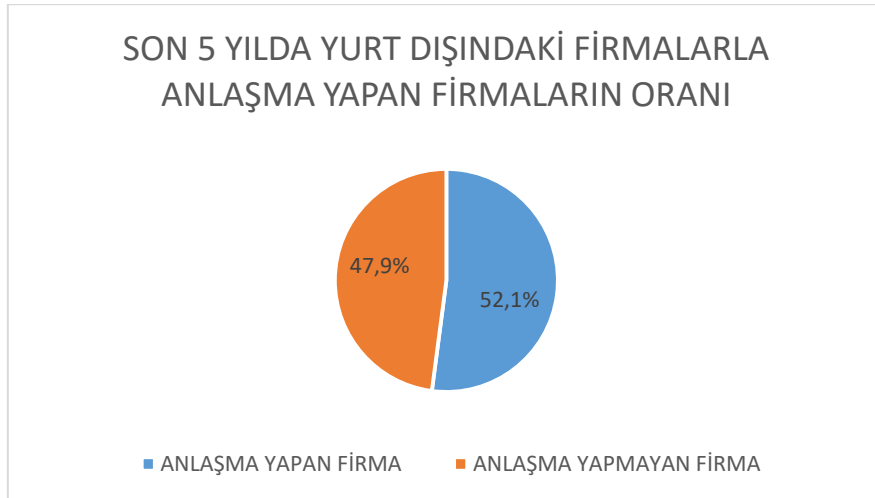


Şekil 4.4

SÜSBİR AKADEMİSİNİN kurulması hakkında görüşlerini sorduğumuz firmaların verdikleri cevaplarda da kalifiye eleman yetiştirmek üzere bir akademi kurulmasının sektör tarafından gerekli görüldüğü %93,7 oranında ortaya çıkmıştır. Sektörel kümelenme sürecinde, kalifiye eleman temininde yaşanan bu zorluklar ortadan kalkacaktır. Akademi ile ilgili ayrıntılı bilgi (eğitim yapısı ve genel planı) kümelenme yol haritasında anlatılmıştır.

BÖLÜM 5: SATIŞ VE ANLAŞMALAR

5.1 Son 5 Yılda Yurt Dışındaki Firmalarla Anlaşma Yapan Firmaların Oranı



Şekil 5.1

Son 5 yılda yurt dışındaki firmalarla anlaşma yapan firmaların oranı %52,1 olup, bu firmaların %80'i 5 yıl içerisinde 5 den fazla anlaşma yapmıştır. Anlaşma yapan firmaların sayısı, Yalova bölgesindeki üreticilerin yurtdışı firmalarla bağlantılı olduğunu, ithalat ve ihracat potansiyellerinin yüksek olduğunu göstermektedir. Hali hazırda yapılan anlaşmaların %39,6 sı hem ithalat hem ihracat yaparken, %12,5'i sadece ithalat anlaşması yapmaktadır.

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

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

5.2 Son 2 Yılda Ziyaret Edilen Ülkeler

Firmalar 2016 ve 2017 yıllarında ziyaret edilen ülkeler sorusuna cevap olarak yaklaşık %70 oranında Avrupa ülkelerini ziyaret ettiklerini söylemişlerdir. Bunun dışında firmalar, Hindistan, Azerbaycan, Çin, Rusya, Gürcisten, Tayvan, Kazakistan, Türkmenistan ve Ukrayna'yı ziyaret ettiklerini söylemişlerdir.

5.3 Firmaların İlk 2 Yılı ve Son 2 Yılı Kar –Zarar Oranları

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

- % 47'si kar ettiklerini,
- %43 'ü ne kar ne zarar ettiklerini,
- %10 'luk bir kısım ise zarar ettiklerini

beyan etmiştir. Bu durum sektöre girecek olan yeni yatırımcılar açısından ilk yıllarda çok fazla risk oluşmadığının bir göstergesidir. Aynı zamanda Yalova özelinde üretimi uzun yıllara dayanan kuturlu (geniş gövde çevresi), boylu ağaç üretiminin, diğer ürünlere göre (mevsimlik çiçek ve çalı) daha az yapıldığının da bir göstergesidir. 1 ya da 2 yılda üretilip satışa sunulan ürünleri üretenler için, ilk yıllarda zarar söz konusu olmamaktadır. Üretim ve satış sürecinin iyi seviyede olması sektörde dinamik döngünün devam ettiğini göstermektedir.

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 Yalova'daki firmaların

- %66'sı kar
- %23 ne kar ne zarar
- % 11 ise zarar

ettiğini beyan etmişlerdir.

5.4 Yurt Dışındaki Kümelerle Yapılan Anlaşmalar

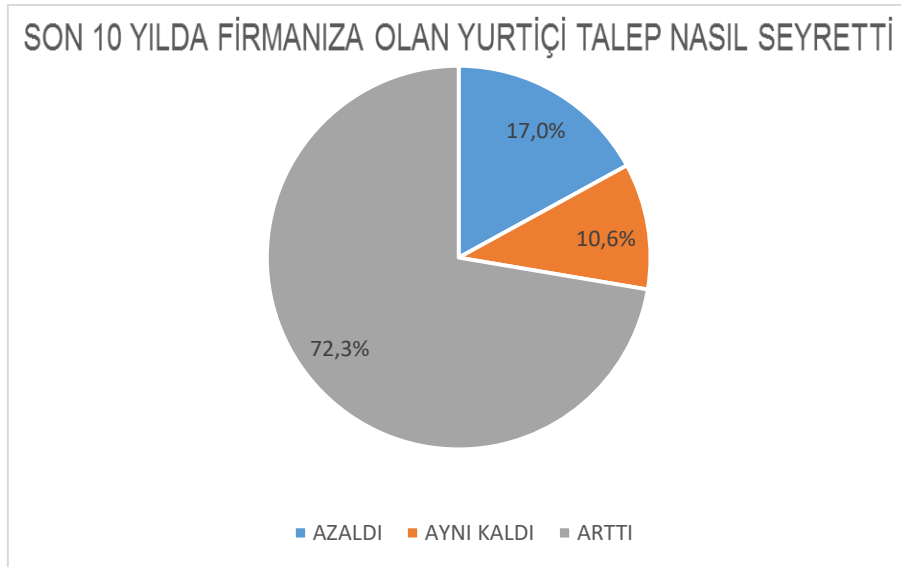
Yurt dışındaki kümeler (birlikler, kooperatifler) ile son 5 yılda yapılan anlaşmalarınız var mı? Sorusuna verilen cevaplara göre;



Şekil 5.2

Sadece firmaların %10 luk kısmının bir Şekilde anlaşmaları olduğu görölmüŐtür. Gelecek dönemlerde Yalova Bölgesinde bulunan sektörel dernekler ve kooperatiflerin diğer ölkelerdeki sektörel örgütlerle işbirliği protokolleri imzalamaları için çalışmalar yapılmalıdır. Yalova bölgesindeki firmaların yurt dışındaki firmalar ile yaptıkları işbirliklerinden faydalanılarak üyesi oldukları derneklerin de işbirliği içerisine girmeleri için çalışmalar yapılmalıdır.

5.5 Son 10 Yılda Firmalara Olan Yurtiçi Talep Nasıl Seyretti

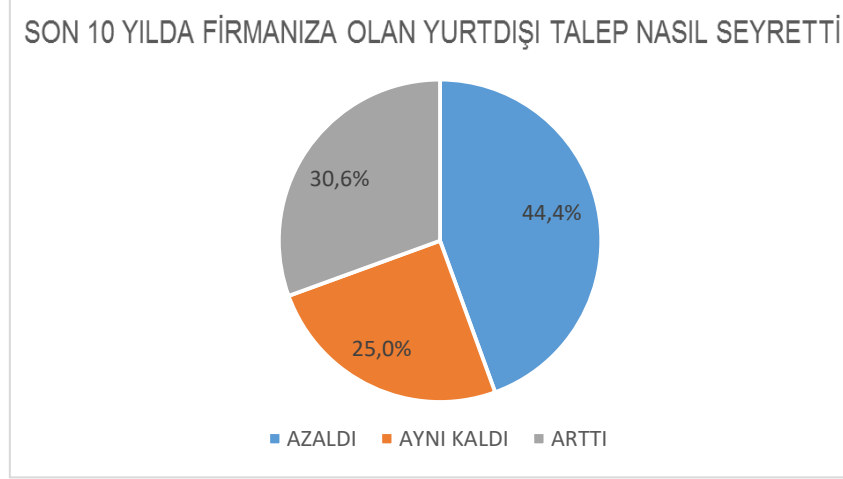


Şekil 5.3

Firmaların %72,3'ü son 10 yılda firmalarına olan yurtiçi talebin arttığını belirtmişlerdir. Son 10 yılda yeşile olan ilginin artması, belediyeciliğin gelişmesi 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 %17 dir. Bunun nedenlerinin detaylı bir şekilde araştırılması ve nedenlerinin ortaya çıkarılması için bunu söyleyen firmalar ile tekrar görüşmekte fayda vardır.

5.6 Son 10 Yılda Firmalara Olan Yurt Dışı Talep Nasıl Seyretti

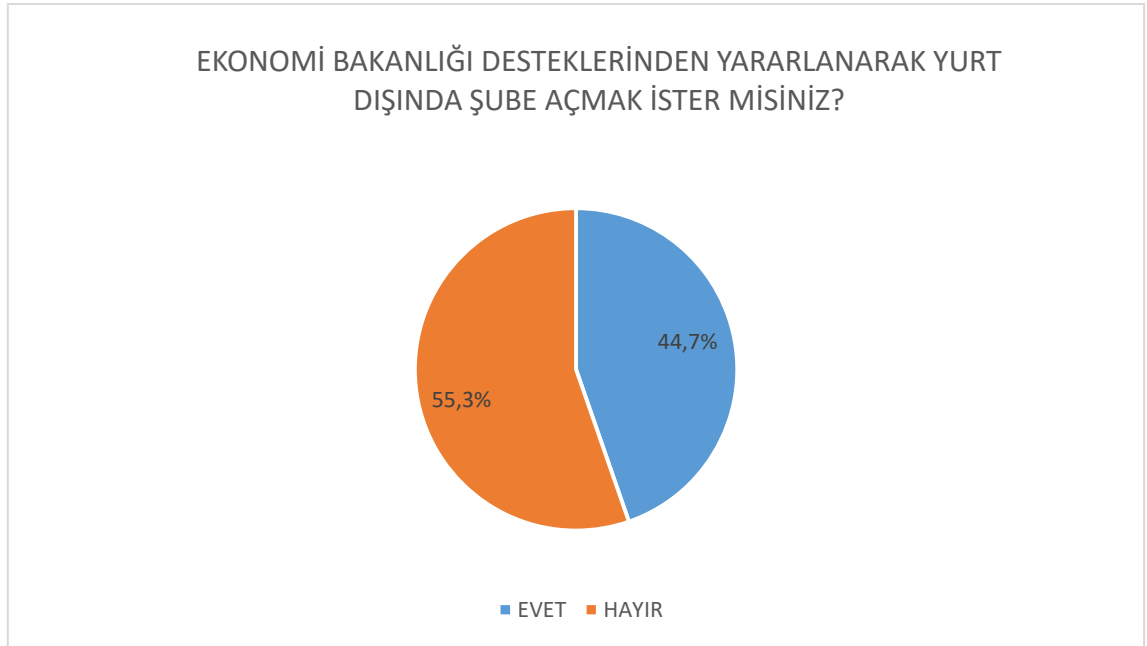


Şekil 5.4

Firmaların %44,4 ü yurtdışı talebin azaldığını, %30,6 sı da talebin arttığını belirtmişlerdir. Süs bitkileri sektöründe ihracatın son birkaç yılda artış göstermiş olmasına rağmen Yalova bölgesi özelinde sektör firmalarının %69,4 ünün bundan yararlanamamasının nedenlerinin araştırılması gerekmektedir.

5.7 Ekonomi Bakanlığı Destekleri

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



Şekil 5.5

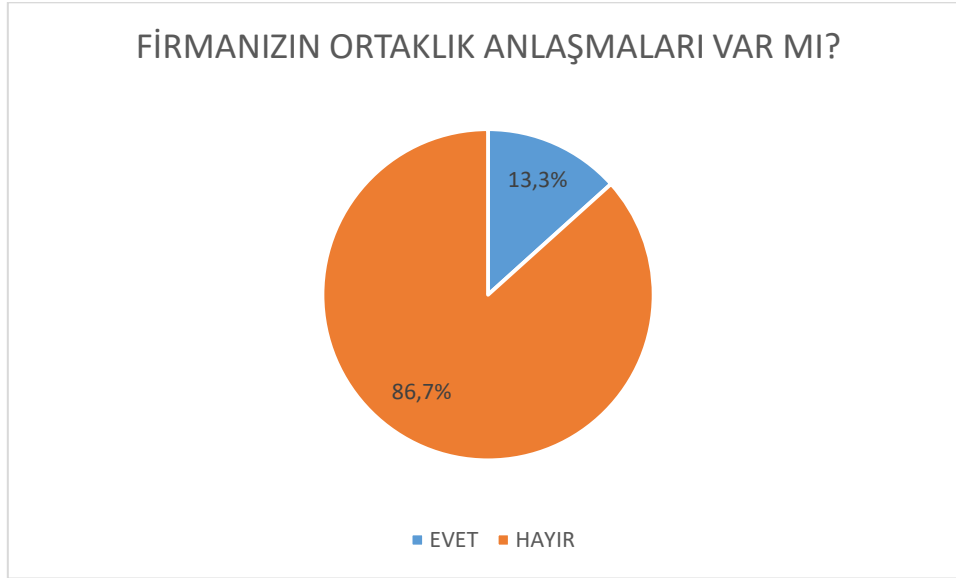
Firmaların % 44,7'si Ekonomi Bakanlığı desteklerinden yararlanarak yurt dışında şube açmak istediklerini belirtmişlerdir. Firmalar 'Hangi ülkede şube açmak istiyorsunuz?' sorusuna, Hollanda, İtalya, Azerbaycan, Türki Cumhuriyetleri, Gürcistan, Suriye, Irak, İran, Rusya, Çin cevaplarını vermişlerdir. Bu ülkelerin ilgili sektör firmaları için doğru hedef pazarlardan olduklarının kontrolü yapıldıktan sonra Ekonomi Bakanlığı desteklerine başvurulabilir. 'Hayır' diyen %55,3 lük kesim ile bu konu detaylı bir şekilde görüşülerek nedenleri öğrenilmelidir.

Ekonomi Bakanlığı desteklerinden yararlanarak yurt dışı iş seyahatlerine katılmak ister misiniz sorusuna firmaların %93,5'i 'Evet' yanıtını vermiştir. Firmalar, Azerbaycan, Türki Cumhuriyetleri, Hollanda, Çin, Taiwan, Almanya, Kenya, Dubai, Katar, Irak, İran, Gürcistan, İtalya, İspanya, Fransa, Belçika, Polonya, Romanya, İngiltere, Bulgaristan, Rusya, ABD, Japonya, Cezayir, Suriye ve Güney Afrika 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 %75 oranında 'Evet cevabı verilmiş ve merkezin açılmasını istedikleri ülkeleri firmalar şu şekilde belirtmişlerdir; Azerbaycan, Türki Cumhuriyetleri, Hollanda, İtalya, Irak, Suudi Arabistan, İran, Macaristan, Polonya, Avrupa, Rusya, Suriye, Gürcistan, Dubai, Katar, Bahreyn, Çin, Güney Afrika ve Asya Ülkeleri. 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 %86,7 oranında 'Hayır' cevabını vermişlerdir. Ortaklık anlaşmaları olan %13,3 oranındaki firmalar çoğunlukla diğer firmalarla ortaklık anlaşması yaptıklarını belirtmişlerdir. Kooperatifler ve kamu kurumlarıyla olan ortaklık anlaşmaları olmasına karşın bunların sayısı diğer firmalarla olan anlaşmaların yanında oldukça az sayıdadır. Bu sonuç, ortaklık kültürünün sektörde gelişmediğini göstermektedir. Sektörde güven sıkıntısı olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır.

Yapılan ortaklıkların içerisinde maalesef **üniversitelerin, araştırma kuruluşlarının ve kamunun ilgili kurumlarının olmaması** ve çok az sayıda olan kamu kurumları ile olan ortaklıkların da üretim ortaklığı düzeyinde kalması sektörün atılım yapmasını zorlaştırmaktadır. Üniversitelerle ve araştırma kuruluşları ile AR-GE ortaklıkları kurulmalıdır. Bunu firmalar çok arzu ettiği halde firmaların doğrudan kendi çabaları ile yapamadığı görülmektedir. Bu sorun **İhtisaslaşmış AR-GE ve İnovasyon kooperatifleşme** modeli ile çözülebilir. Bu yapı sektör ile üniversiteler arasında ara yüz olacak ve yeni çeşit geliştirme ve mevcut çeşitlerin ıslahı konusunda araştırma kuruluşlarına çeşitli konu önerileri yapılarak, çalışmalar ortaklık şeklinde yürütülebilir.

Ayrıca firmalar Teknoloji ortaklığı ve pazarlama ortaklığı gibi konularda herhangi bir ortaklık kurmamış, kurulan diğer ortaklıklar ise proje düzeyinde olmuştur. Özellikle Yalova 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.

Yapılan çok az sayıdaki üretim ortaklıkları Yalova, İzmir ve Sakarya bölgesinde, az sayıdaki pazarlama ortaklıkları ise Yalova bölgesindeki firmalarla yapıldığı gözlenmiştir. Buradan çıkarılan sonuç ise Yalova'daki sektörün, üretimin yoğun olduğu yerlerle az sayıda üretim ve pazarlama ortaklıklarının bulunduğu, bunun dışındaki bölgelerle herhangi bir ortaklığının olmadığıdır.

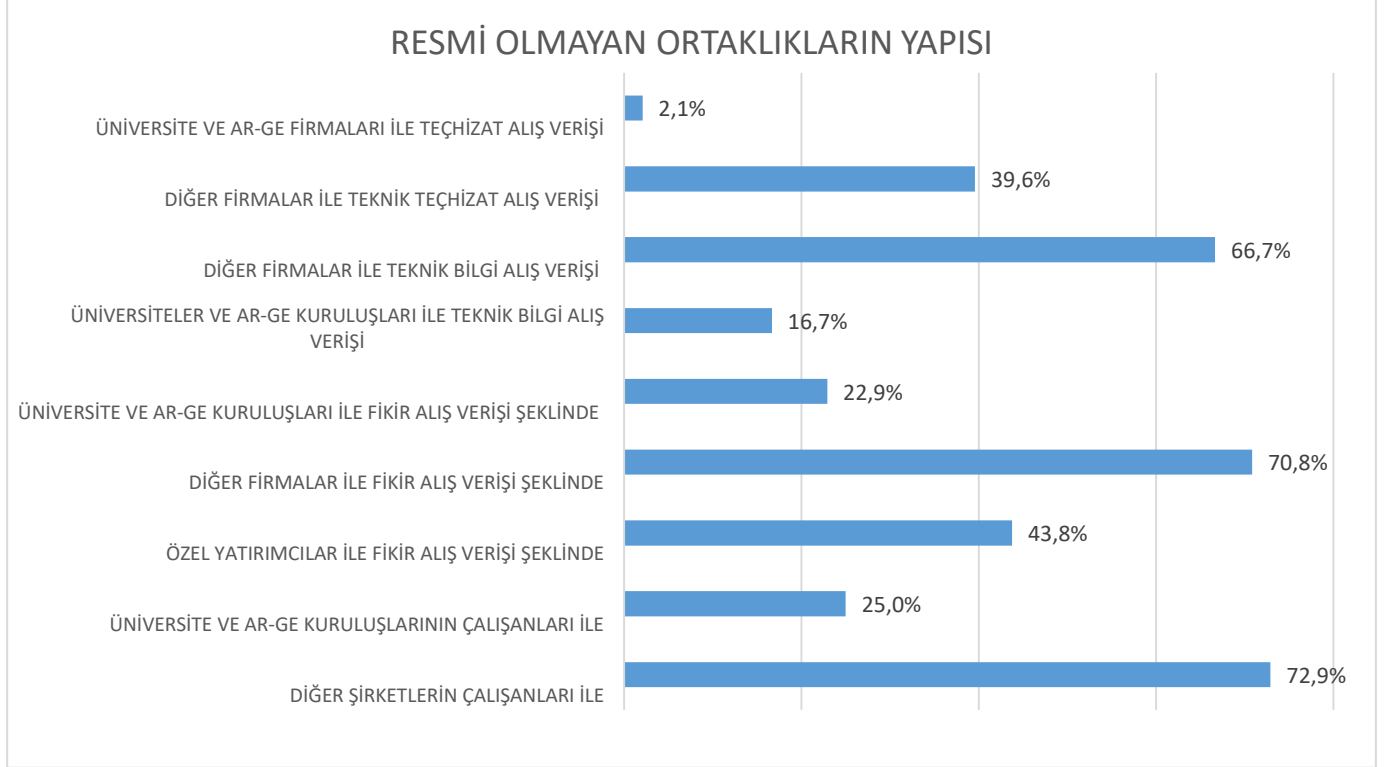
Daha önce ortaklık yapan firmaların çoğu, daha önce yaptıkları ortaklıkların bu ortaklıkları etkilemede önemsiz olduğu cevabını vermişlerdir. Ayrıca yapılan ortaklıklarda CEO veya firma sahibi tarafından aynı aileden gelmek faktörü de ortaklık yapan firmalar tarafından önemsiz bulunmuştur.

Ortaklık yapan firmaların ortaklıklarında önemli gördüğü faktörler ise; Yalova'da aynı coğrafi alanda bulunmak, CEO ve firma sahibi ile dost olmak, fuarlar ve konferanslar, profesyonel kurumlar aracılığı ile kurulan kontaklar, yerel kuruluşlar ve yerel danışmanlık büroları ile kurulan kontaklardır. Aynı bölgede faaliyet göstermek ve sosyal ilişkilerle iş ortaklıkları kurmak firmalar açısından daha önemli görülmektedir.

Ortaklık kanallarının kişisel ilişkiler olması ve yapılan fuar, konferansların ortaklıkları önemli düzeyde etkilemesi Yalova bölgesinde yapılacak fuarların, yalnızca pazarlama değil, üretim, AR-GE ve teknoloji ortaklıklarının da geliştirilmesi için fırsat olduğu anlamı taşımaktadır. Yapılacak fuarlarda bir takım toplantı ve konferanslarla bu tür ortaklıkların geliştirilmesi konuları da ele alınabilir.

6.2 Resmi Olmayan Ortaklıklar

Firmaların %83'ü 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 %70'in üzerinde diğer şirketlerin çalışanları ile yapılan diyaloglar, %66'nın üzerinde 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.

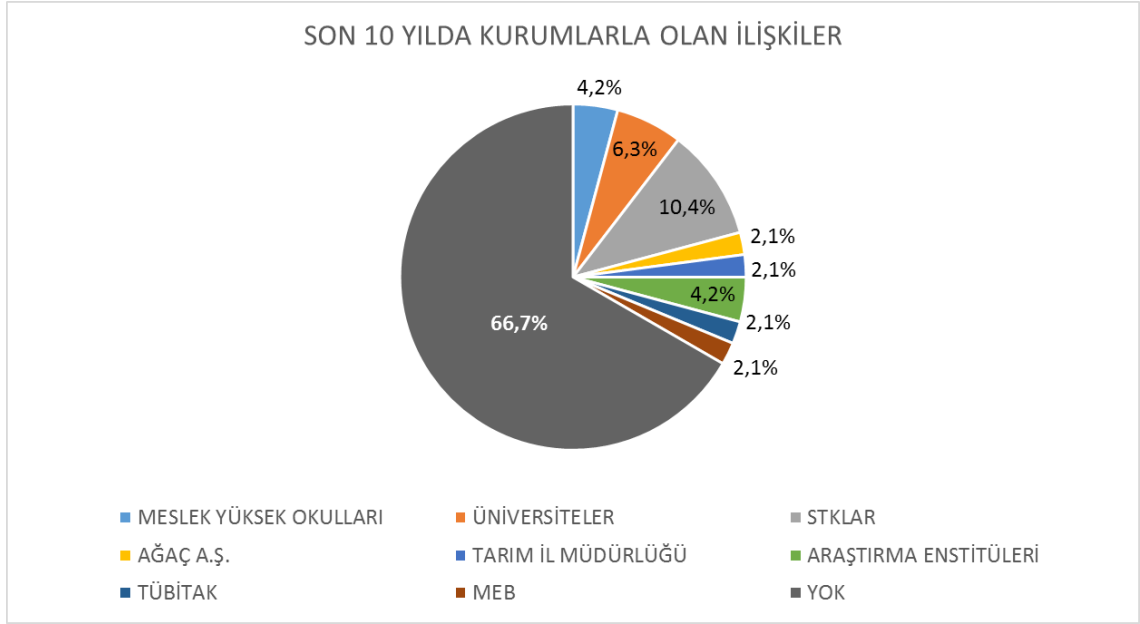
Resmi olmayan ortaklıkların Yalova bölgesinde yoğun olduğu gözlenmiş olup, İstanbul, İzmir, Sakarya, Antalya, Bursa, Mersin, Balıkesir ve diğer birkaç il ile de düşük oranda seyrettiği gözlenmektedir.

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 Yalova bölgesinde üretim yapan firmaların iş ilişkilerinin bireysel deneyim ve tecrübelerle dayalı olduğu, bu ilişkileri kurmalarına yardımcı olacak sistemin bulunmadığı gözlenmiştir.

6.3 Son 10 Yılda Kurumlarla Olan İlişkiler

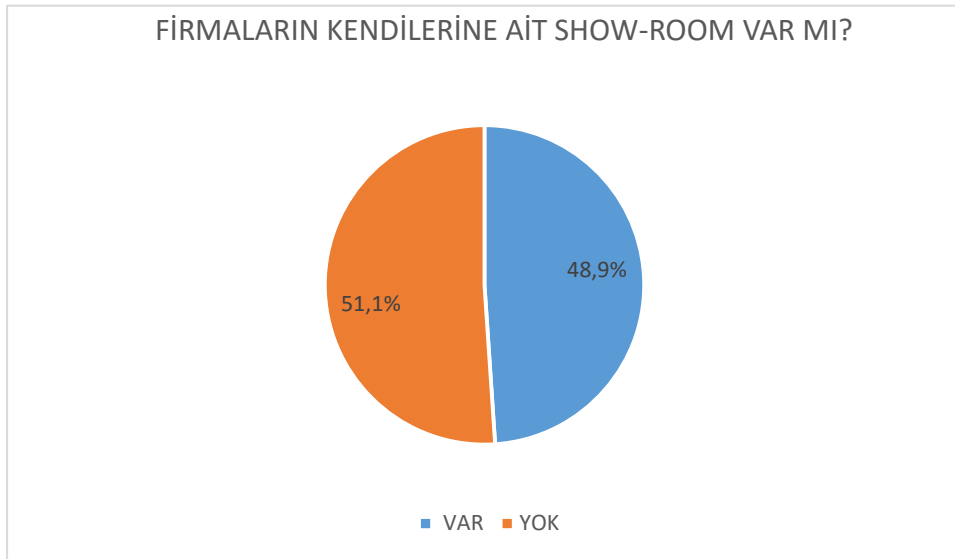


Şekil 6.3

Yalova'daki firmaların % 66,7'lik kısmı son 10 yılda kurum ve kuruluşlarla herhangi bir bağlantı kurmamıştır. Kurulan bağlantılar da çok sınırlı sayıda gerçekleşmiş olup, yapılan bağlantılar sadece proje düzeyinde kalmış 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?

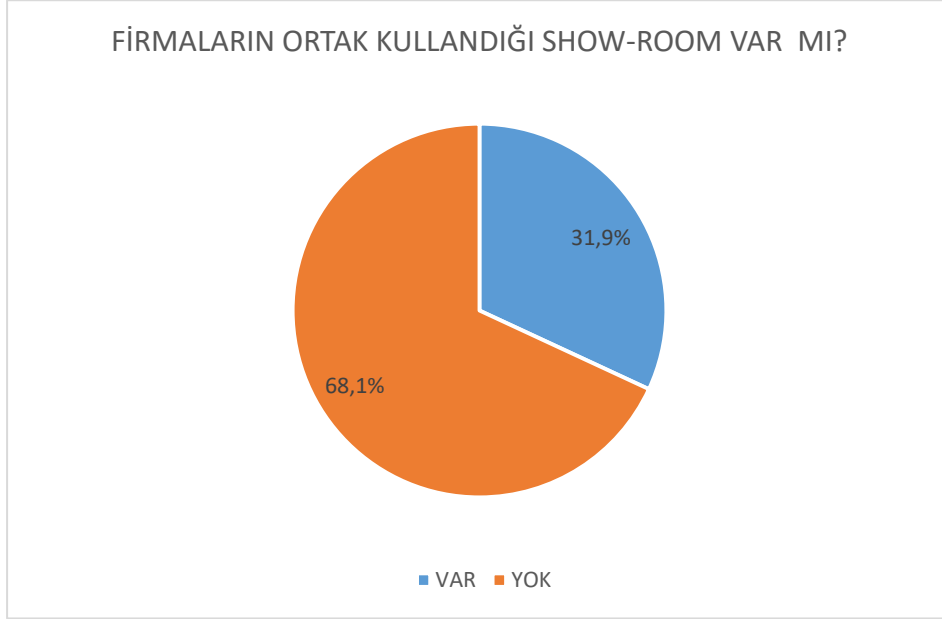


Şekil 6.4

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 kastedmişlerdir. Yok diyenler ise farklı mekânda sergi ve satış yerlerinin olmadığını söylemek istemişlerdir.

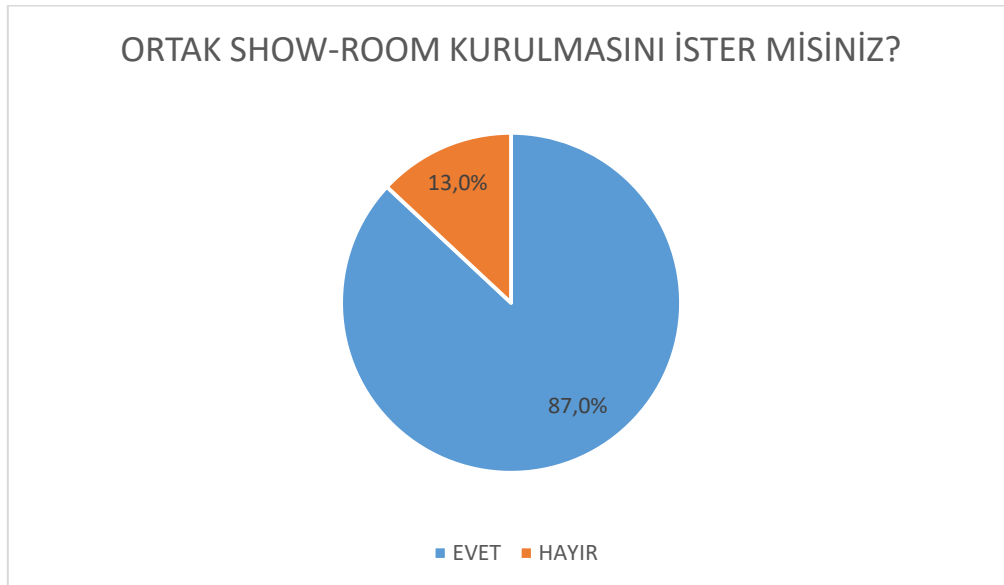
6.5 Ürünlerinizin Sergilendiği Ortak 'Show-Room' var mı?

Firmalar, 'Ortak Show-room var mı?' Sorusuna verdikleri 'Evet' yanıtıyla çoğunlukla Yalova Garden'ı kastedmiştir.



Şekil 6.5

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



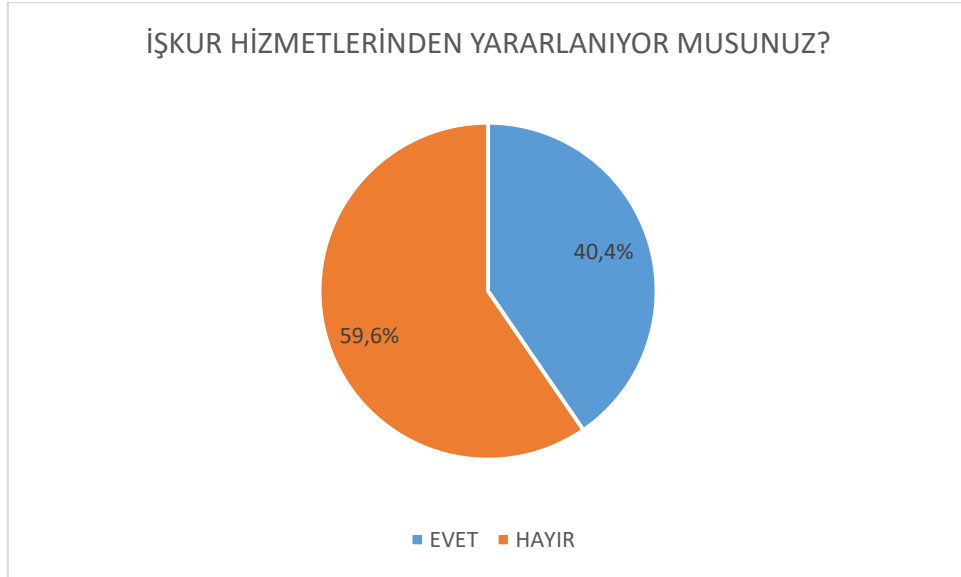
Şekil 6.6

'Bölgenizde ürünlerin sergilenmesi için ortak Show-room kurulmasını ister misiniz?' sorusuna %87 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 VE İŞKUR HİZMETİ

Anketin yapıldığı firmaların yaklaşık % 95 'i SÜSBİR üyesidir. Üretici belgesine sahip bu firmaların tümü GTHB İl-İlçe Müdürlüklerine bağlıdır. Bu üyeliklerin yanı sıra %90' dan fazlası Ziraat Odası ve Ticaret Odası'na da üyedir. Yerel dernek olan SASBÜD üyeleri %50'nin üzerinde, yerel birlik olan YASBİR üyeleri ise %20'nin üzerindedir.

7.1 İŞKUR Hizmetlerinden Faydalanma



Şekil 7.1

Firmalar İŞKUR hizmetlerinden yararlanmayla ilgili soruya %59,6 oranında 'Hayır' yanıtını vermişlerdir. İŞKUR hizmetinin Yalova 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

Yalova bölgesindeki firmaların %85'i üretim yapmaktadır. Firmaların %79'u Arz talep planlaması ve üretim için gerekli kaynakların tedarik edilmesi satın alımı/satımı süreçlerini tamamlamaktadır. Ürün alıp büyütüp satan firma oranı % 70'dir. Firmalar %58 oranında da alıp satma işlemi yapmaktadır. Firmalar tarafından yapılan en az orana sahip süreçler; taşıma, depolama ve nakliye dir.

Firmaların Yalova içerisinde %50'den fazlasını tamamladığı süreçler; üretim, arz talep planlaması, ürün alıp büyütüp satma, ürün alıp satma, üretim için gerekli kaynakların tedarik edilmesi satın alımı / satımı, taşıma depolama ve nakliye dir. Bu da gösteriyor ki çoğunlukla firmaların bu süreçlerde başka herhangi bir bölgeye ihtiyaç duymadan kendi içlerinde döngüyü sağlayabilmektedirler.

Firmaların yaklaşık yarısı Türkiye'de ürünlerine 200 den fazla rakip olduğunu belirtmişlerdir. Firmaların %17'si de ürünlerine Türkiye çapında 5 den az rakip firma olduğunu söylemişlerdir. Burada rakip sözcüğünün iki farklı yorumu söz konusu olmuş, birincisi benzer ürün üreten firmaların sayısı, ikinci anlam olarak ise firmaların kendine duydukları güvenden dolayı diğer firmaları rakip görmemesi şeklinde yorumlanmıştır. Rakip firma sayısının fazlalığı 1. anlama karşı gelmekte, rakip firma sayısının 10 ve 10dan az olması 2. anlama karşılık gelmektedir.

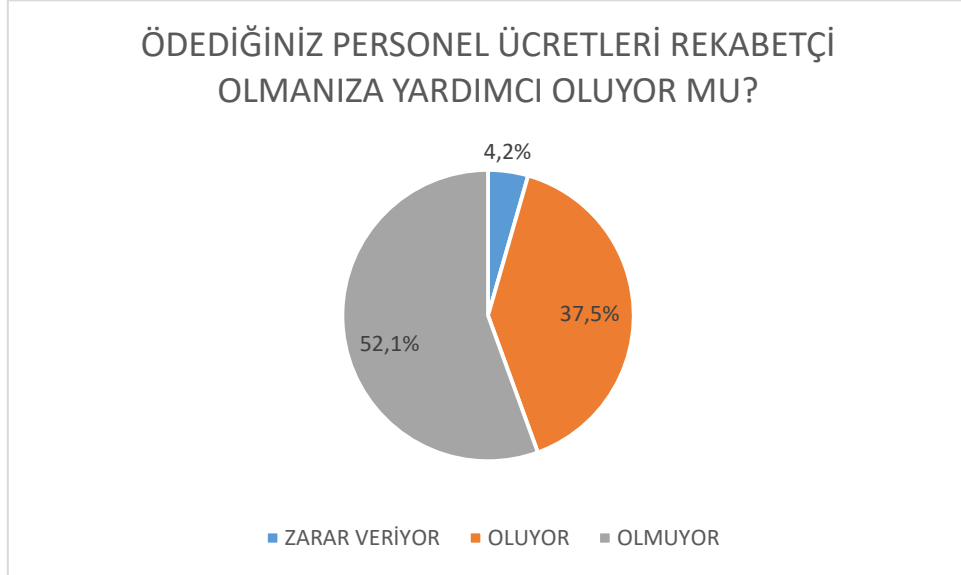
Bir firmanın ürünlerine Türkiye genelinde 200 den fazla rakip firma olması sektörde rekabetçiliğin çok fazla olduğunun bir göstergesidir. Bu rekabeti doğru yöneterek rakiplerin hiçbirinin bu durumdan zarar görmeden kendi paylarını elde etmeleri üzerine bir sistem düşünülmelidir. Rekabet burada ürünlerin fiyat

farklılıklarını ve buna bağlı olarak ürünlerde kalite farklılıklarını getirmektedir. 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 Yalova içinde ve bulunduğunuz ilçede ürününüze rakip firma sayıları olarak sorulmuştur. Sonuç olarak %34 en yüksek oranda 5 den az ifadesi çıkmıştır. Firmaların özgüveninden kaynaklanan sorulara verilen cevap 2. anlamında yorumlanmıştır. Yalova genelinde, yaklaşık % 45 oranında firma bu soruya cevap olarak 20 ile 100 arasında rakibi olduğunu söylemiştir. Bu oran firmaların bulunduğu ilçede %30 oranında olup, aynı ilçede bu kadar benzer ürünlerin üretilmesi oldukça yüksek bir oran olarak yorumlanabilir. Firmalar arası yıkıcı rekabete yol açabilir. Ancak Yalova'daki firmalar için büyük pazara yakınlık bu yıkıcılığı kısmen önlemektedir.

8.1 İşçilik Ücretleri

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

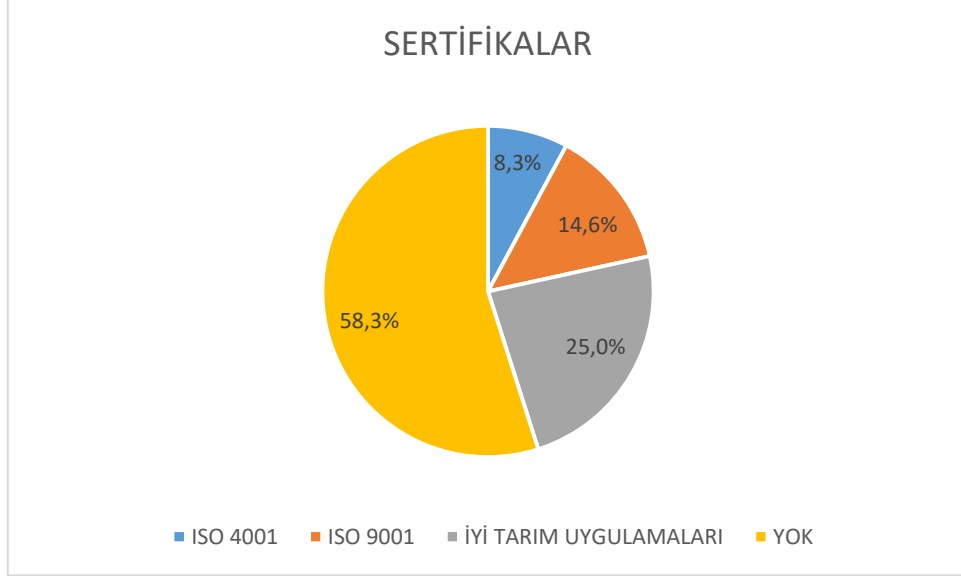


Şekil 8.1

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.

BÖLÜM 9: SERTİFİKALAR VE MARKA

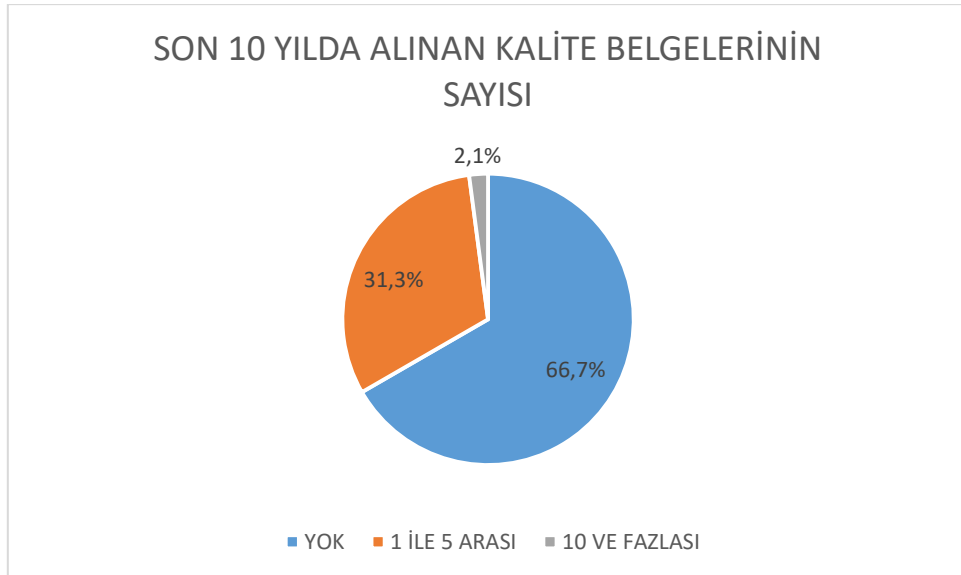
Firmaların sahip olduğu kalite sertifikaları ile ilgili soruya %42 oranında sertifika var, %58 oranında sertifika yok sonucu alınmıştır. Kalite sertifikası olan firmalar ve hangi sertifikaya sahip olduklarının yüzdesel dağılımı aşağıdaki grafikte verilmiştir.



Şekil 9.1

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

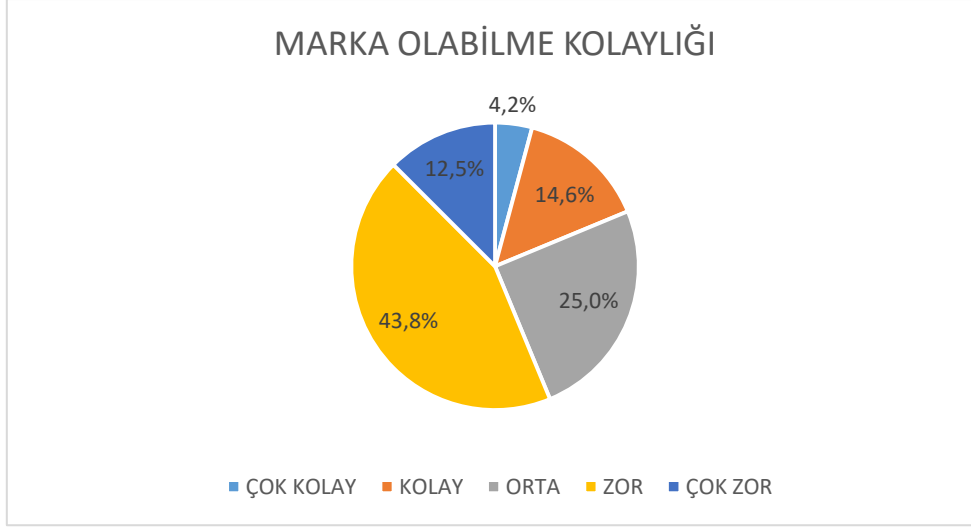


Şekil 9.2

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. Yalova bölgesindeki firmaların çoğunluğunun kurumsallaşma yönünden eksik olduğu görülmektedir.

9.2 Marka Olabilme Kolaylığı

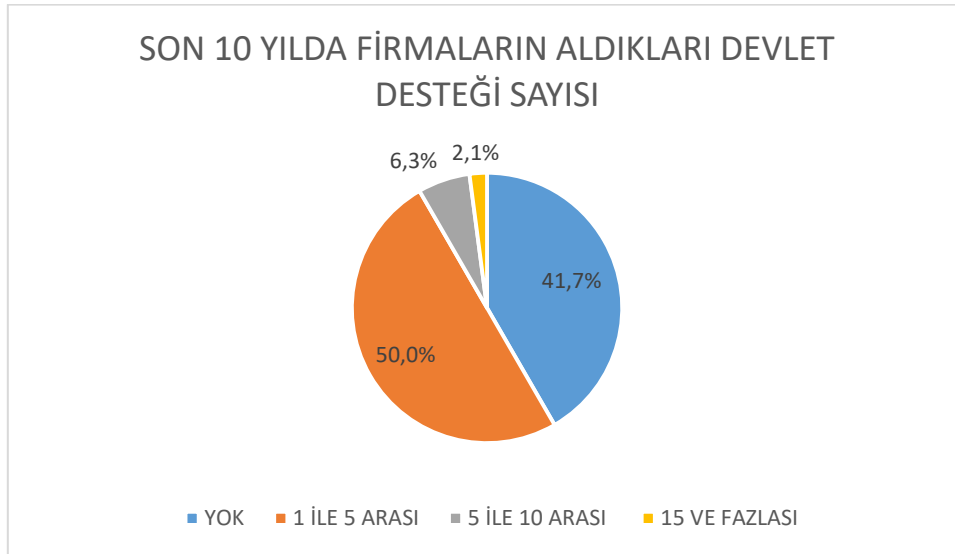
Firmaların %70'e yakını marka olabilmenin zor ve çok zor olduğunu belirtmişlerdir. Sektörde marka olmanın zor olmasının temeline inilmeli, neden marka olunamıyor araştırılmalı ve ona göre bir yol izlenmelidir.



Şekil 9.3

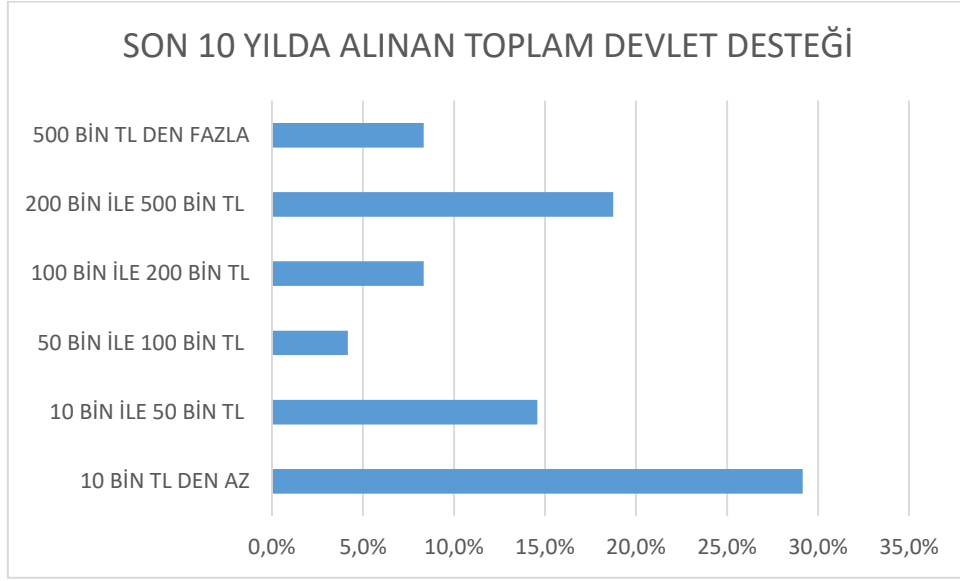
Markalaşma seminerleri verilerek firmalara marka olmanın avantajları anlatılmalı, yol gösterici tekniklerle markalaşma adımları anlatılmalıdır. Bu sürecin içerisinde uygun kalite sertifikalarını alması firmaların markalaşmasına yardımcı olacaktır.

BÖLÜM 10: ALINAN DEVLET DESTEKLERİ



Şekil 10.1

10.1 Son 10 Yılda Alınan Devlet Desteği Miktarı

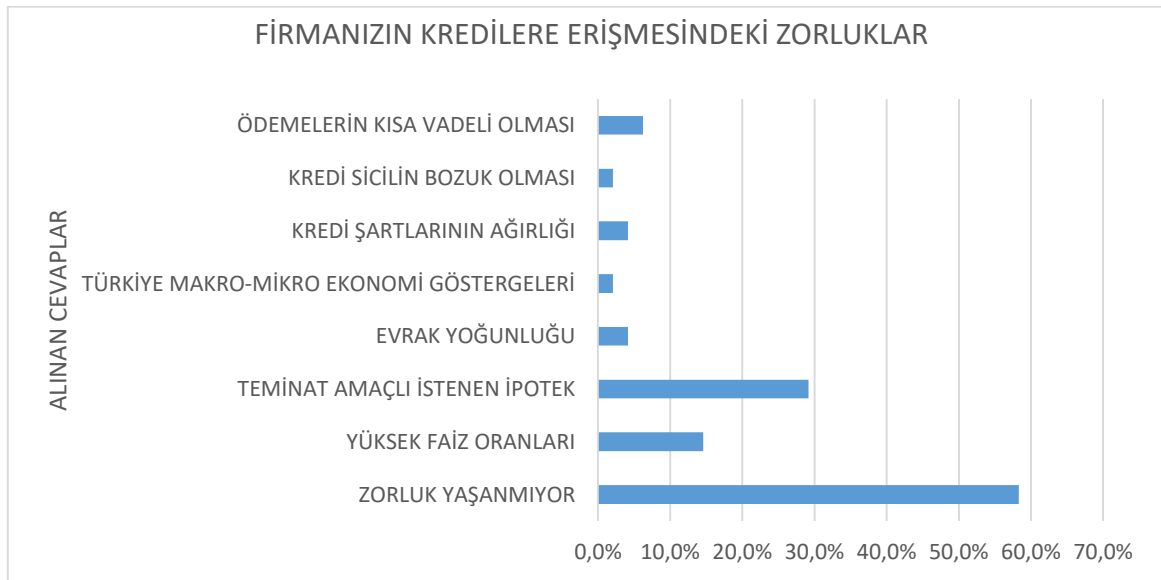


Şekil 10.2

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.

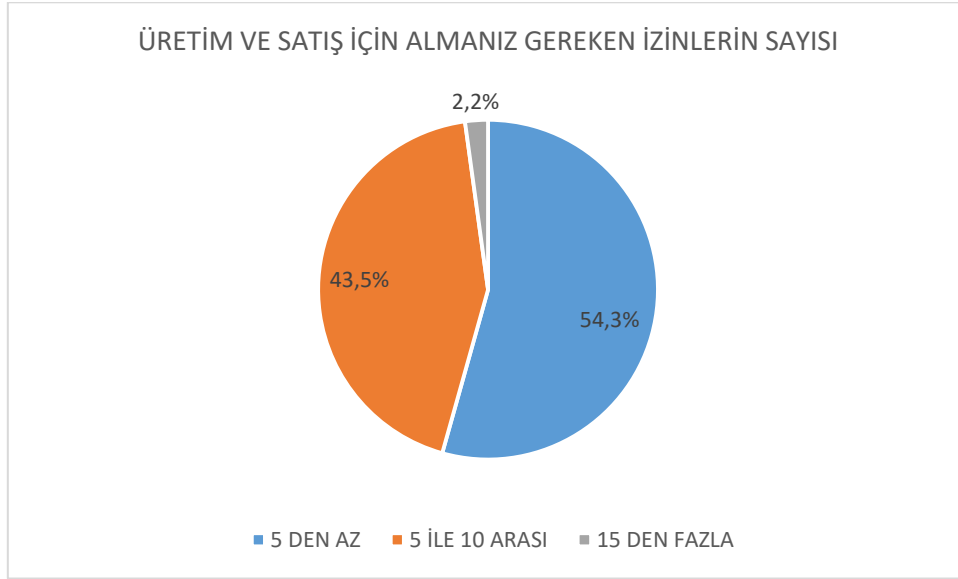
10.2 Kredilere Erişim

Firmalar finansman ihtiyacını özkaynakları ve banka kredileri ile gidermektedir. Firmaların yaklaşık %60'ı alınan kredilerde herhangi bir zorluk yaşamadığını belirtmiştir. Kredilere erişimde zorluk yaşayan firmalar, yaşadıkları zorlukları aşağıdaki şekilde ifade etmişlerdir:



Şekil 10.3

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: AR-GE VE BİLİM

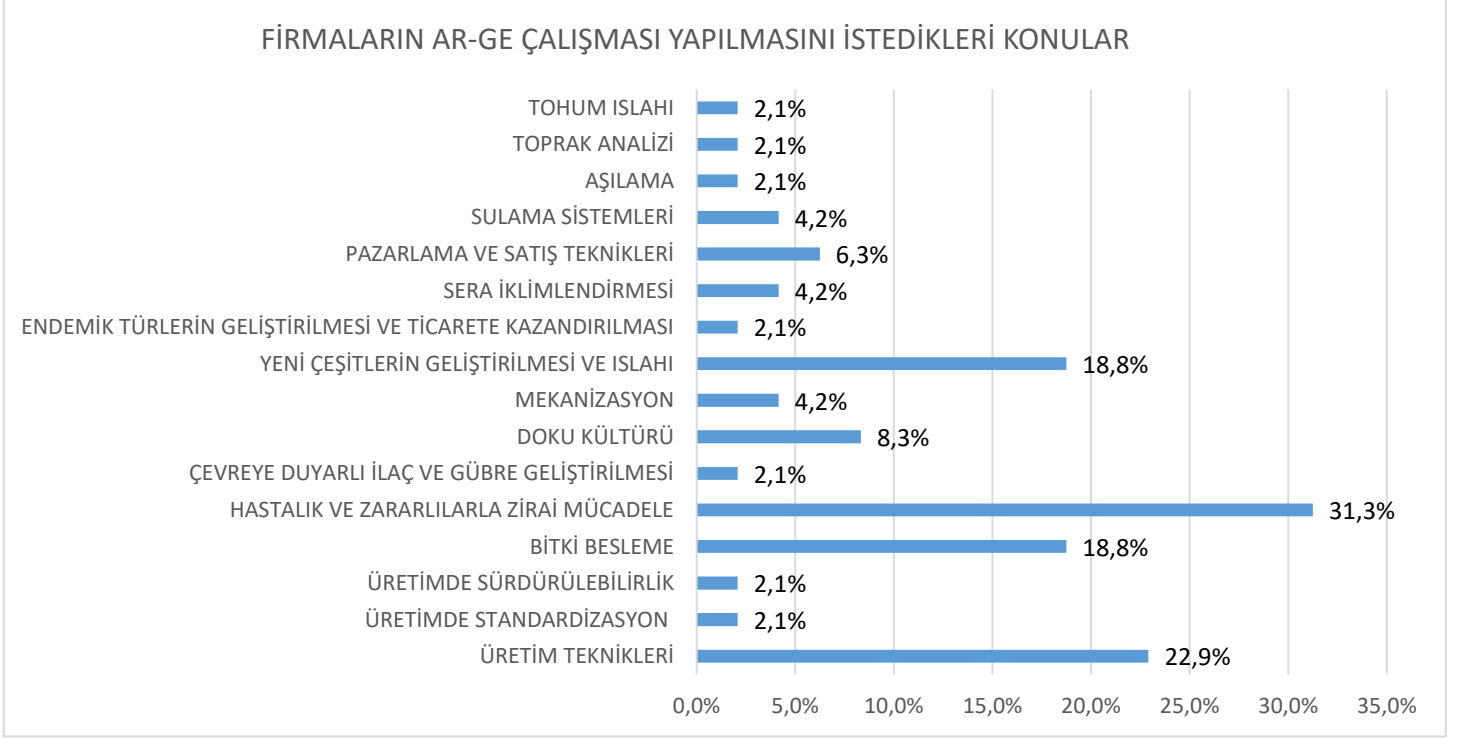


Şekil 12.1

Firmaların %70,8’i AR-GE çalışmalarının 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.

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

12.1 Firmaların AR-GE Çalışması Yapılmasını İstedikleri Konular



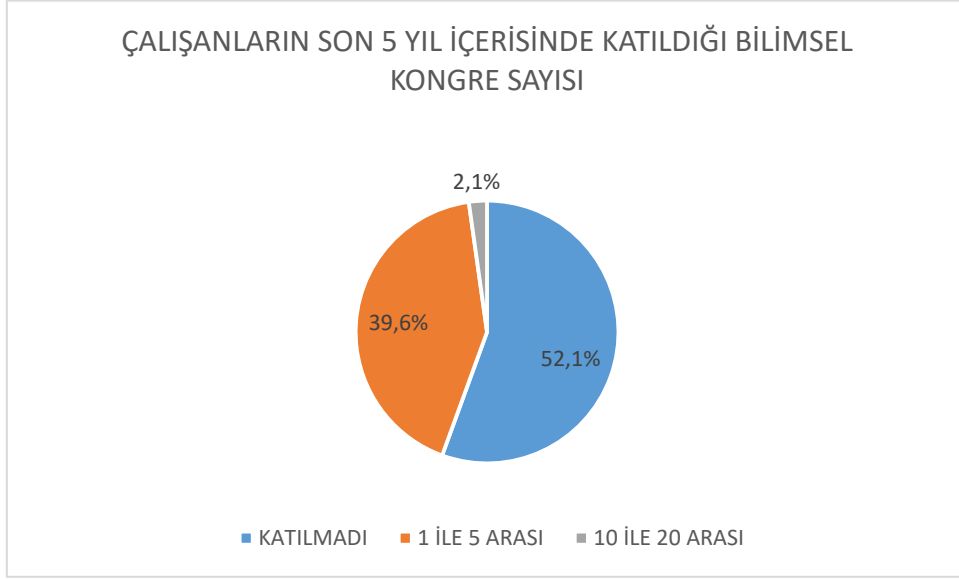
Şekil 12.2

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 ve üretim tekniklerinin geliştirilmesi konuları öne çıkmaktadır.

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

12.2 Son 5 Yılda Bilimsel Kongreye Katılım

Son 5 yılda bilimsel kongreye katılan firmaların grafiği aşağıda verilmiştir.

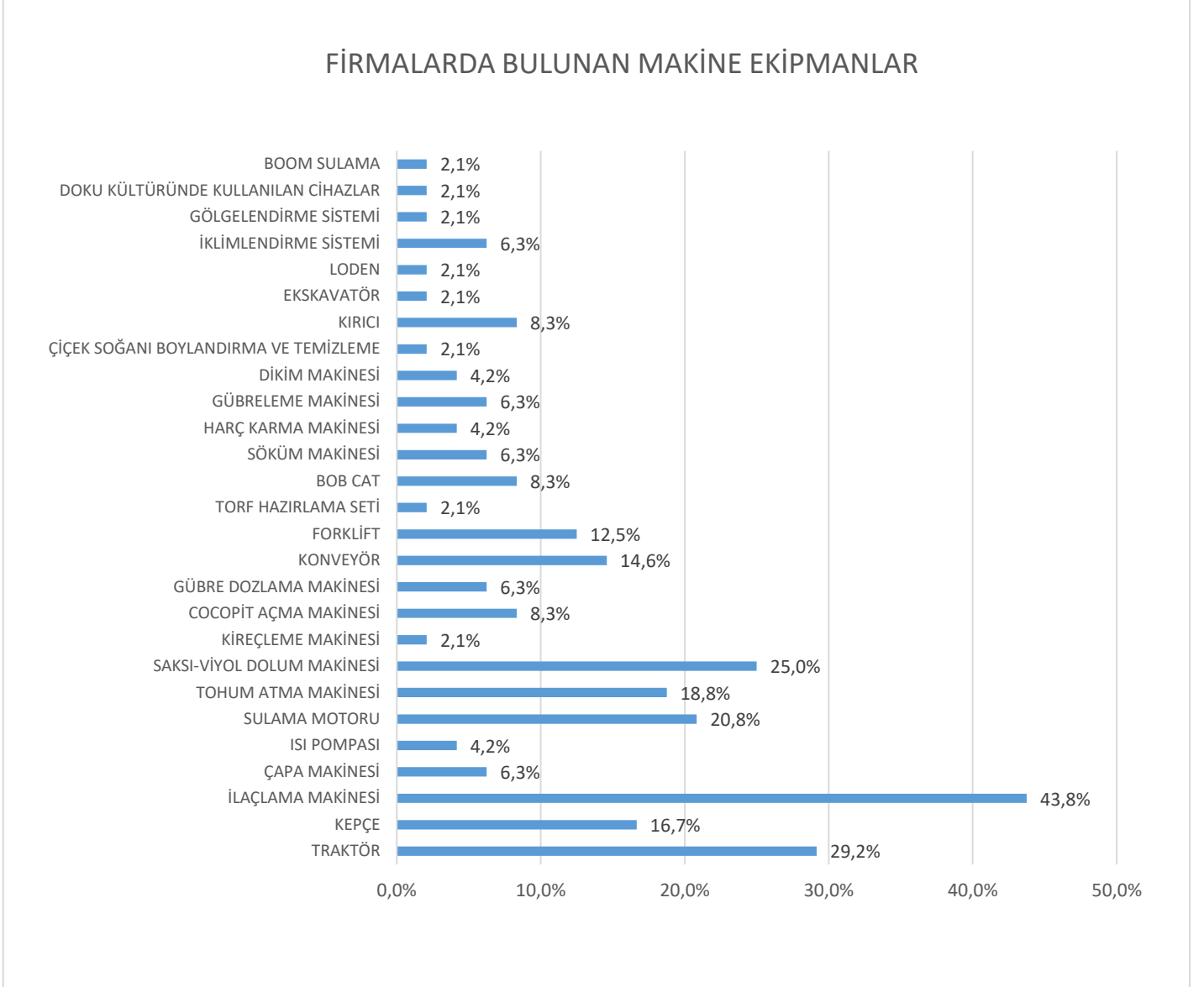


Şekil 12.3

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 13: MAKİNE VE EKİPMANLAR

13.1 Firmaları Kullanmakta Olduğu Makine ve Ekipmanlar



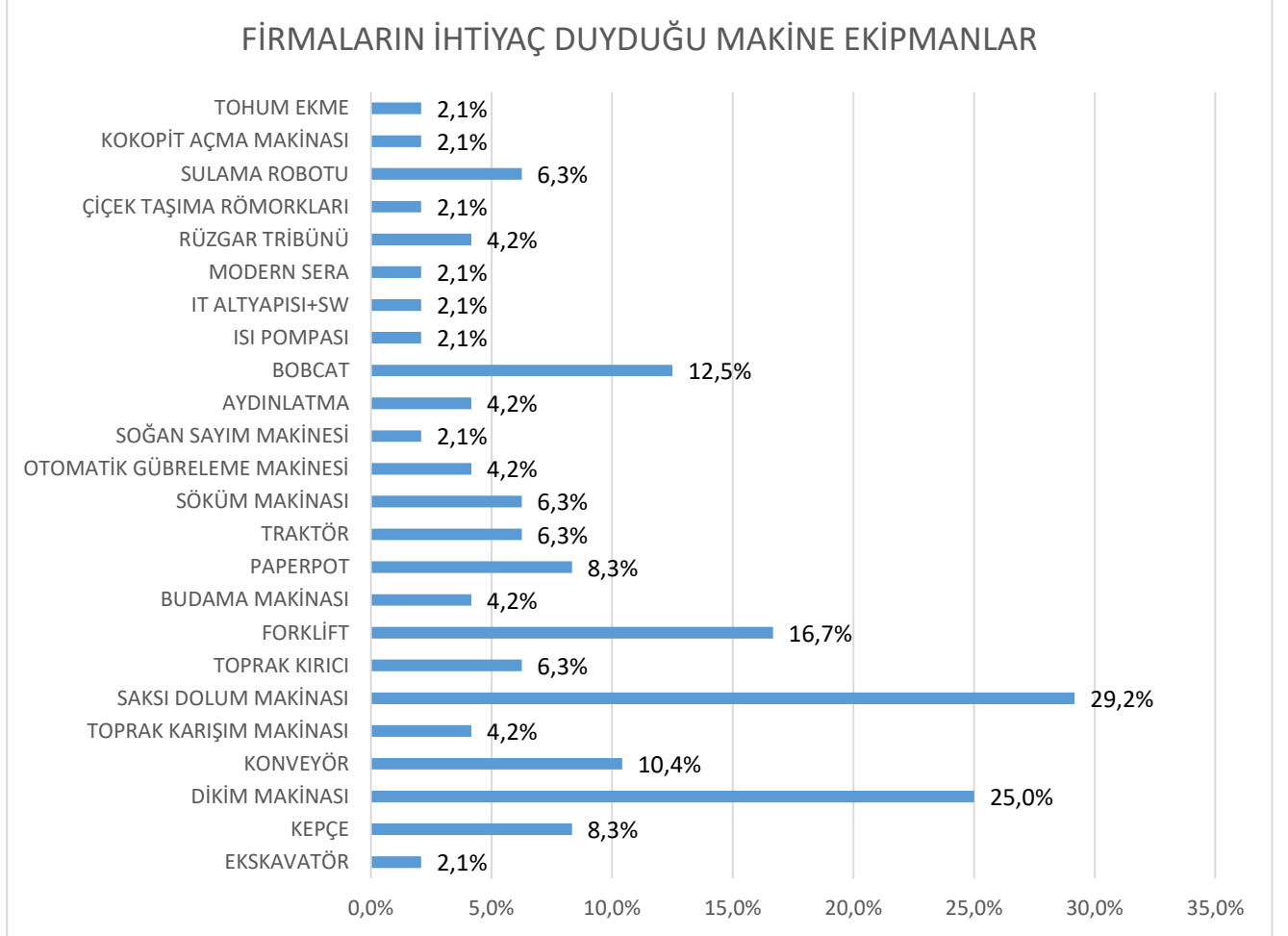
Şekil 13.1

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 ve ekipmanlardan yurt dışı iş gezilerinde gördükleri teknolojileri kendi üretimlerine de yansıttıkları görülmektedir. Ancak Avrupa'daki rakipleri ile kıyaslandığında teknoloji kullanımı hala gelişmeye açık bir durumdur.

Firmalar ihtiyaç duydukça makine ve ekipmanları yardımlaşmak amacıyla ortak kullanmaktadırlar. Ancak bu ortak kullanım oranı Yalova için %40 civarındadır. 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.

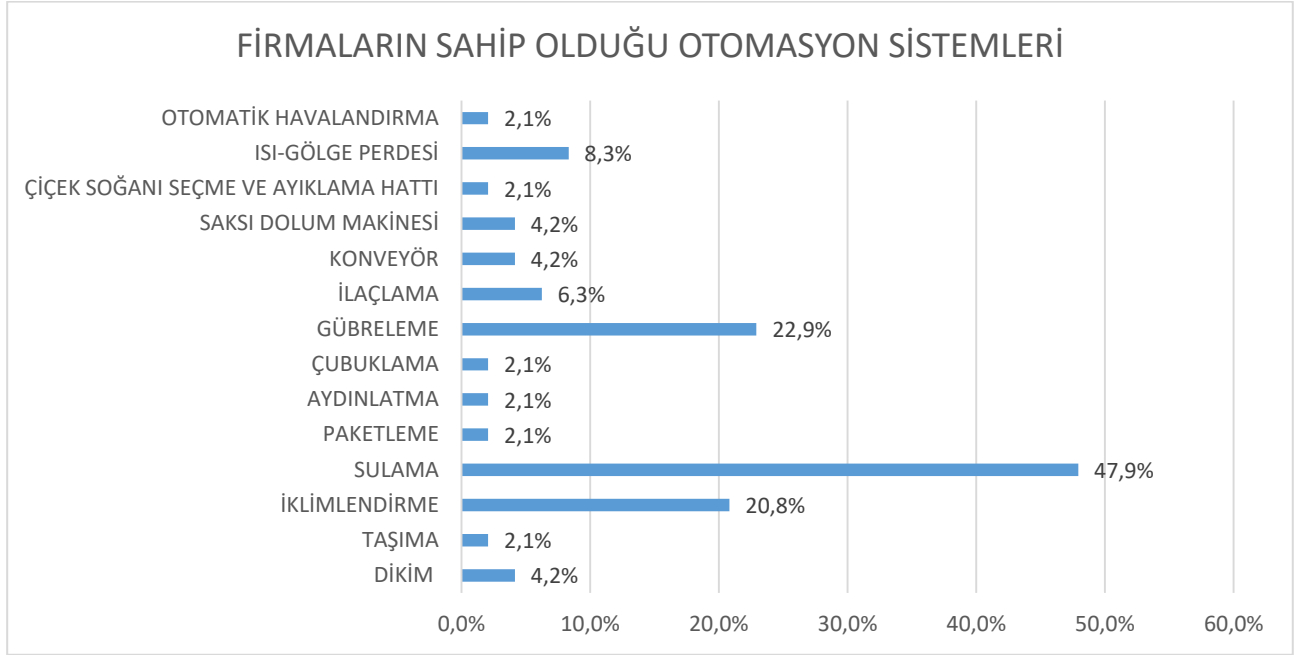
13.2 Firmaların İhtiyaç Duyduğu Makine ve Ekipmanlar



Şekil 13.2

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

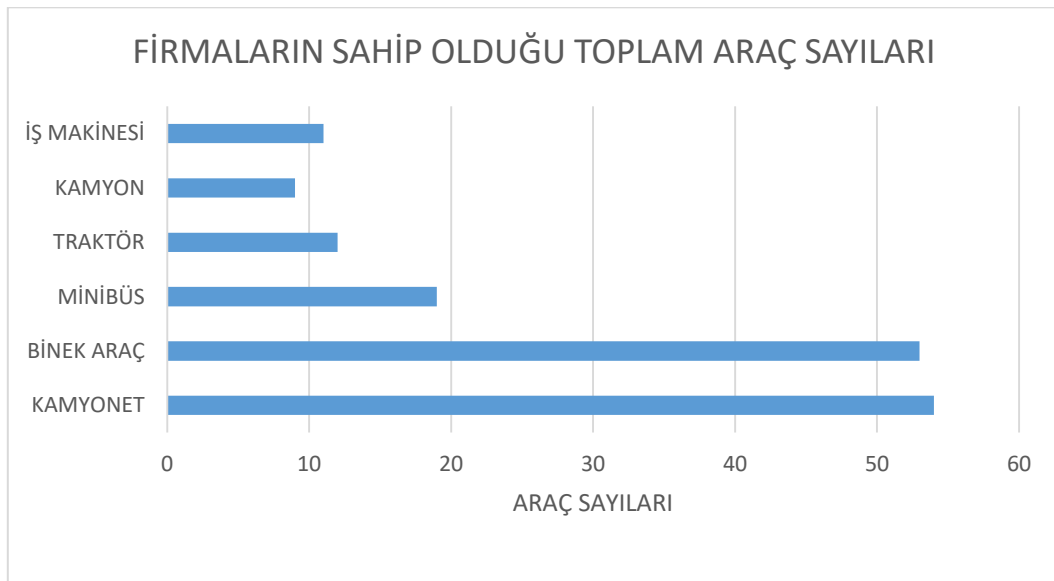
13.3 Firmaların Sahip Olduğu Otomasyon Sistemleri



Şekil 13.3

Sektörde yaygın olarak kullanılan otomasyon sistemleri sadece sulama, gübreleme ve iklimlendirme 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.

13.4 Firmaların Sahip Olduğu Araçlar

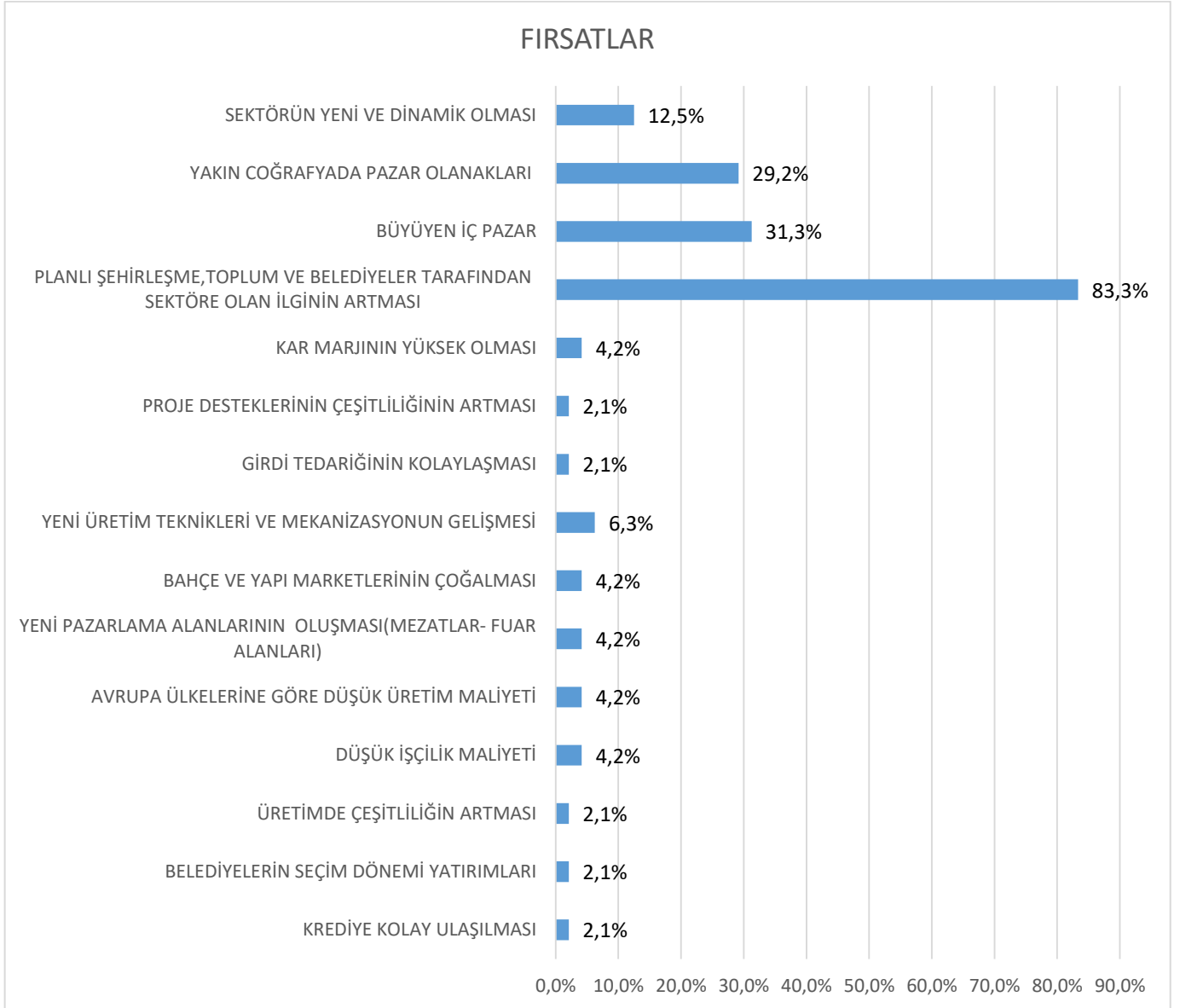


Şekil 13.4

Yalova 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 14: SEKTÖR İÇİN FIRSATLAR-TEHDİTLER-ZAYIF YÖNLER- GÜÇLÜ YÖNLER

14.1 Fırsatlar



Şekil 14.1

Fırsatlar içinde öne çıkan başlık, planlı şehirleşme, toplum ve belediyelerin sektöre olan ilgisinin artması başlığıdır. Bu başlık altında, toplumdaki bilinçlenme ve yeşile olan ilginin artması, belediyelerin şehircilik anlayışının değişmesine sebep oldu ve planlı şehirleşmenin olmasını zorlamaya başladı. Bu talebin sonucu

tarafından önceden vakitli bilinirse üretim planlaması ona göre yapılacağından üreticiler daha az zarara uğrayacaktır.

Ayrıca büyük peyzaj projelerinde de kullanılacak bitkiler önceden belirlenip firmalara planlı bir şekilde iletilip üretimi yaptırılırsa firmaların zarara uğraması önlenmiş olur. Bu durum ithalatın da azalmasına katkı yapacaktır.

Belediyeler ve kamu kurumlarıyla olan bu iletişim eksikliğinin sonucu olarak firmaların plansız üretimleri sonucu talep edilen bitki türlerinde üretim yapılamadığından, firmalarda bulunamayan bitkilerin yurt dışından getirilmesi sonucunu doğurmaktadır. Bu da hem ülke ekonomisine hem de firmalarımıza zarar vermektedir.

Bir diğer tehdit olarak karşımıza çıkan başlık ise arazilerin parçalı, yetersiz ve yüksek kira bedelli olmasıdır. Arazilerin parçalı ve yüksek kira bedelli olması üretim maliyetini(fazladan personel istihdamı, servis ihtiyacı ve üretimin kontrolündeki zorluk vb.) arttırmaktadır.

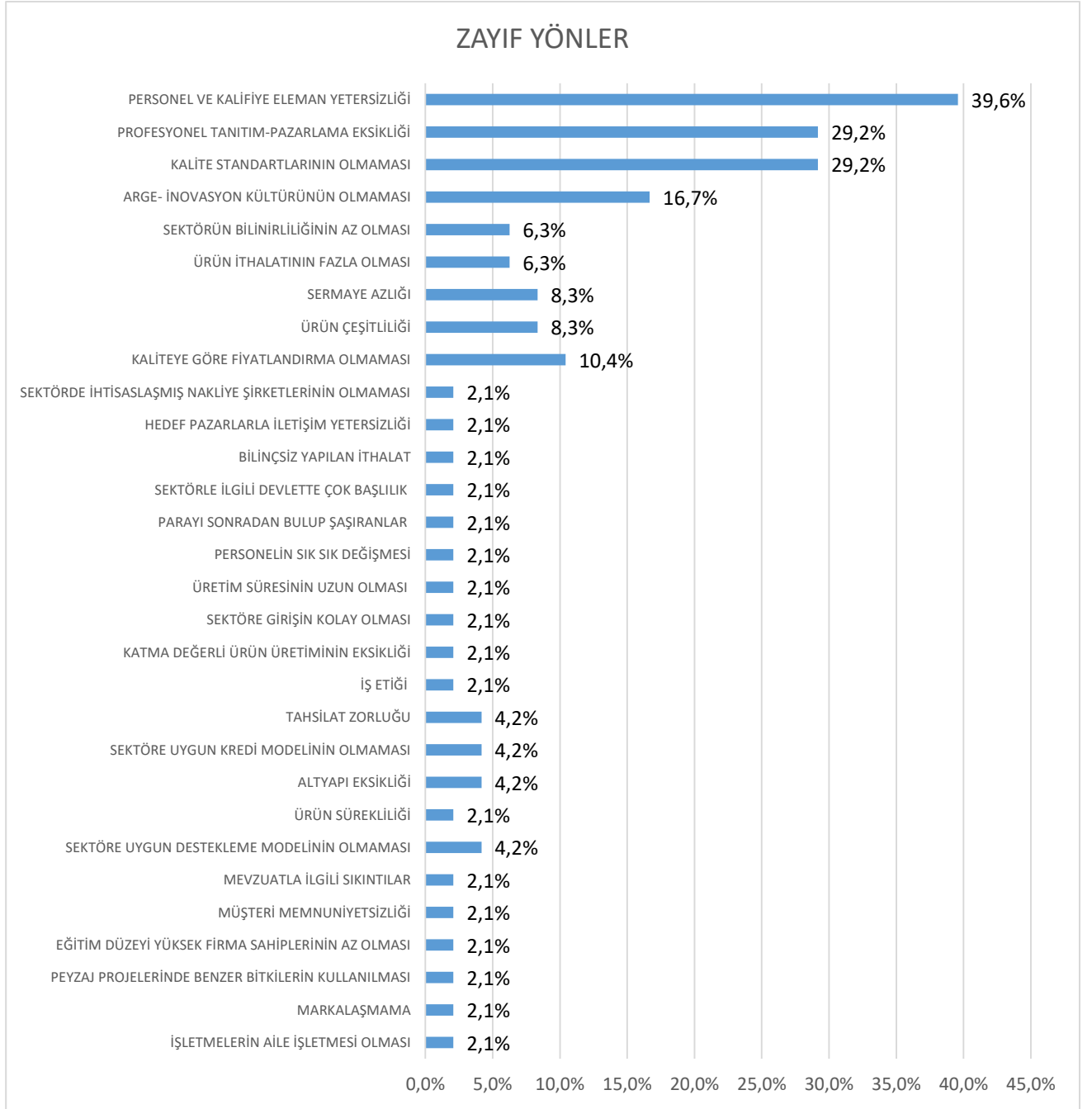
Arazilerin yetersizliği üretim desenini kısıtlamaktadır. Yetiştirmesi uzun dönem gerektiren büyük kuturlu(geniş gövde çevresi) ağaçların üretiminin arazi azlığından dolayı yapılamamasına ve bu durum da ithalata sebep olmaktadır. Artan kira bedelleri nedeniyle orta vadede (5-10 yıl içerisinde) Yalova' da üretim yapan firmaların üretim yerlerini iklim ve fiyat açısından uygun farklı bölgelere taşımaları, Yalova'daki mekânlarını satış pazarlama alanı (mezat) olarak kullanmaları uygun olacaktır.

Sektörün örgütlenememesi başlığı önemli tehdit konularından biri olarak ortaya çıkmıştır. Sektörde SÜSBİR' in ve yürütmekte olduğu çalışmaların (Yalova bölgesinde ve ülkemiz genelinde SÜSBİR yönetiminin başlattığı sektörel kümelenme çalışması) duyurulması, sektörün SÜSBİR çatısı altında daha organize örgütlenmesinin gelişmesine katkı sağlayacaktır. Yapılmakta olan projelerden de firmaların daha hızlı haberdar olması ve bunlardan fayda görmesi mümkün olacaktır. SÜSBİR yönetiminin başlattığı sektörel kümelenme çalışması hem örgütsüzlüğün hem de diğer tehditlerin zaman içerisinde ortadan kalkmasını sağlayacaktır.

Sektörü tehdit eden önemli bir diğer konu da üretim girdilerinin yurt dışından temini ve döviz kurlarındaki değişimden etkilenen bu girdilerin, üretim maliyetlerini arttırmasıdır. Bu tehdidi azaltmak için **ihhtisaslaşmış ortak tedarik kooperatifinin** kurulması elzemdir.

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

14.3 Zayıf Yönler



Şekil 14.3

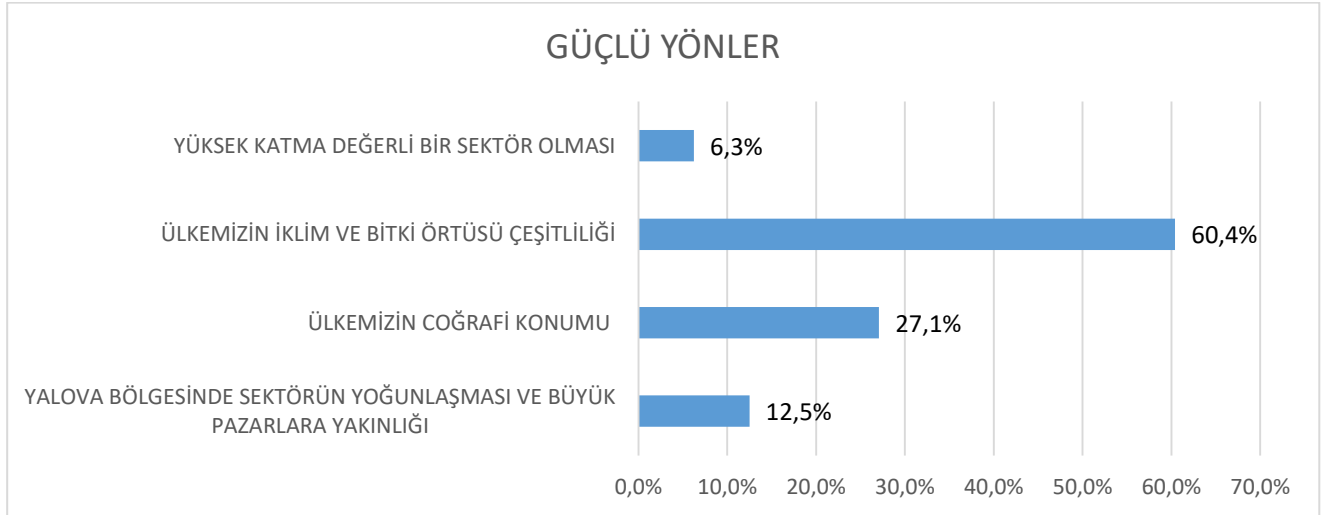
Personel ve kalifiye eleman yetersizliği, profesyonel tanıtım-pazarlama eksikliği, kalite standartlarının olmaması, AR-GE ve inovasyon kültürünün olmaması sektörün en belirgin zayıflıkları olarak ortaya çıkmıştır.

- Personel ve kalifiye eleman yetersizliği, sektörün kurulmasını talep ettiği **SÜSBİR Akademisi** ile giderilecektir. Bu akademi için ayrıntılı proje hazırlanacaktır.
- Profesyonel tanıtım-pazarlama eksikliği, kurulması gereken **ihtisas kooperatifi** tarafından yürütülecek olan tanıtım, pazarlama ve satış süreçleri ile giderilecektir.

- Kalite standartlarının olmaması, konusunda SÜSBİR tarafından hazırlanan ‘Süs Bitkileri Kalite Standartları’nın TSE tarafından yakın zamanda resmi standart olarak çıkarılması beklenmektedir. **SÜSBİR Akademisinde verilecek olan eğitimler** çıkarılan bu standartlara uygun şekilde programlanacaktır. Bu akademi sertifikasıyla mezun olanlar standartları bilerek işletmelere gideceklerinden, işletmelerin üretim süreçlerine hızlı bir şekilde yansıtacaktır. Ayrıca **akademide şirketlerde mevcut çalışanlarda eğitim alacak ve sertifikalandırılacaktır.**
- AR-GE- inovasyon kültürünün olmaması, sektöre bu eksikliklerin giderilmesi için AR-GE ve inovasyon eğitimleri verilecek, ayrıca sektörle AR-GE merkezleri ve üniversiteler arasında ara yüz olacak **İhtisaslaşmış AR-GE ve İnovasyon kooperatifi** kurulması gerekmektedir. Bu kooperatifte sektörle ilgili konularda birkaç tane doktora düzeyinde personel istihdam edilecektir.

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

14.4 Güçlü Yönler



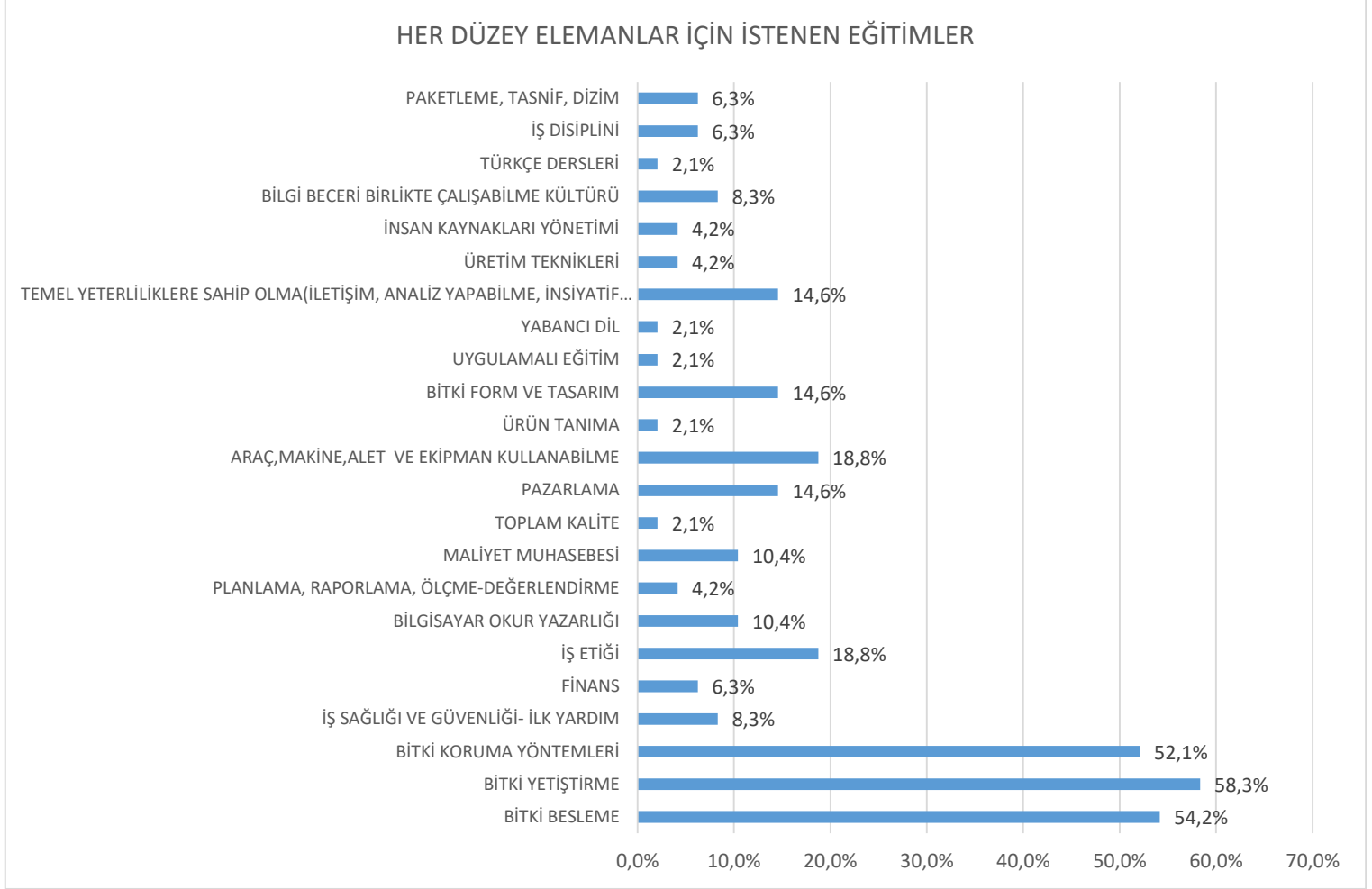
Şekil 14.4

Grafikte belirtilen güçlü yönler; ülkenin coğrafi konumu, Yalova'nın coğrafi konumu ve ülkenin iklim ve bitki örtüsü çeşitliliği ve sektörün katma değerli bir sektör olmasıdır. Bunların dışında sektörün sahip olduğu güçlü yönler belirtilmiş olmakla birlikte sektörün kendisine ait yeteneklerden kaynaklanmadığı ve yüzdesel oranları çok düşük olduğu için grafikte gösterilmemiştir.

BÖLÜM 15: 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 ihtiyaç duyulan bu eğitimleri SÜSBİR Akademisi üzerinden verilmesi uygun olacaktır.**

15.1 Her Düzey Eleman İçin İstenen Eğitimler



Şekil 15.1

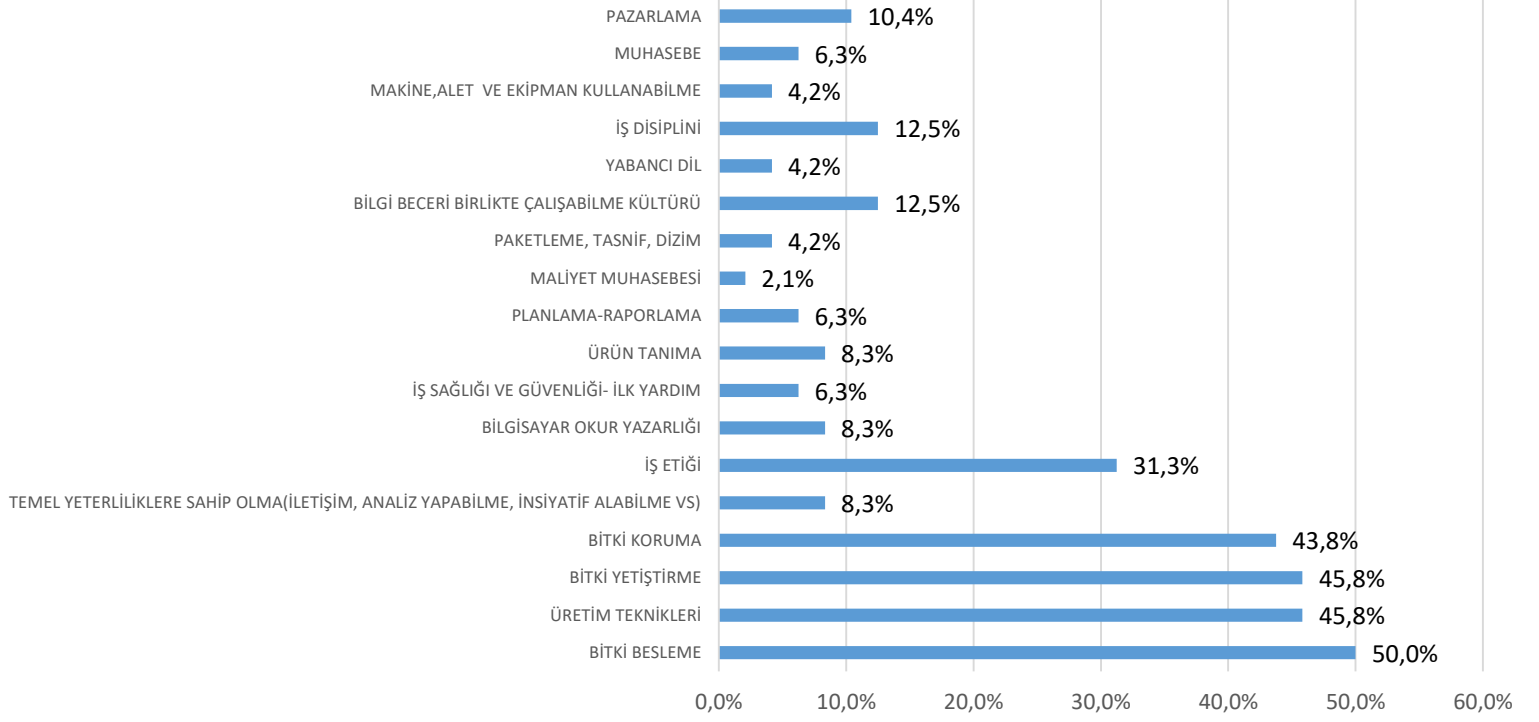
Her düzey elemanın görev ve sorumluluklarına göre bilmesi gereken konularda SÜSBİR Akademisinden eğitim almaları çok önemlidir. Şekilden de görüldüğü gibi çok farklı konularda pek çok bilginin eksikliği sektör firmalarımız tarafından ciddi şekilde hissedilmektedir. Sektörün gücünün korunabilmesi için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

15.2 Ara Elemanların Bilmesi İstenilen Konular

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, etik, raporlama, planlama, finans, maliyet muhasebesi 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.

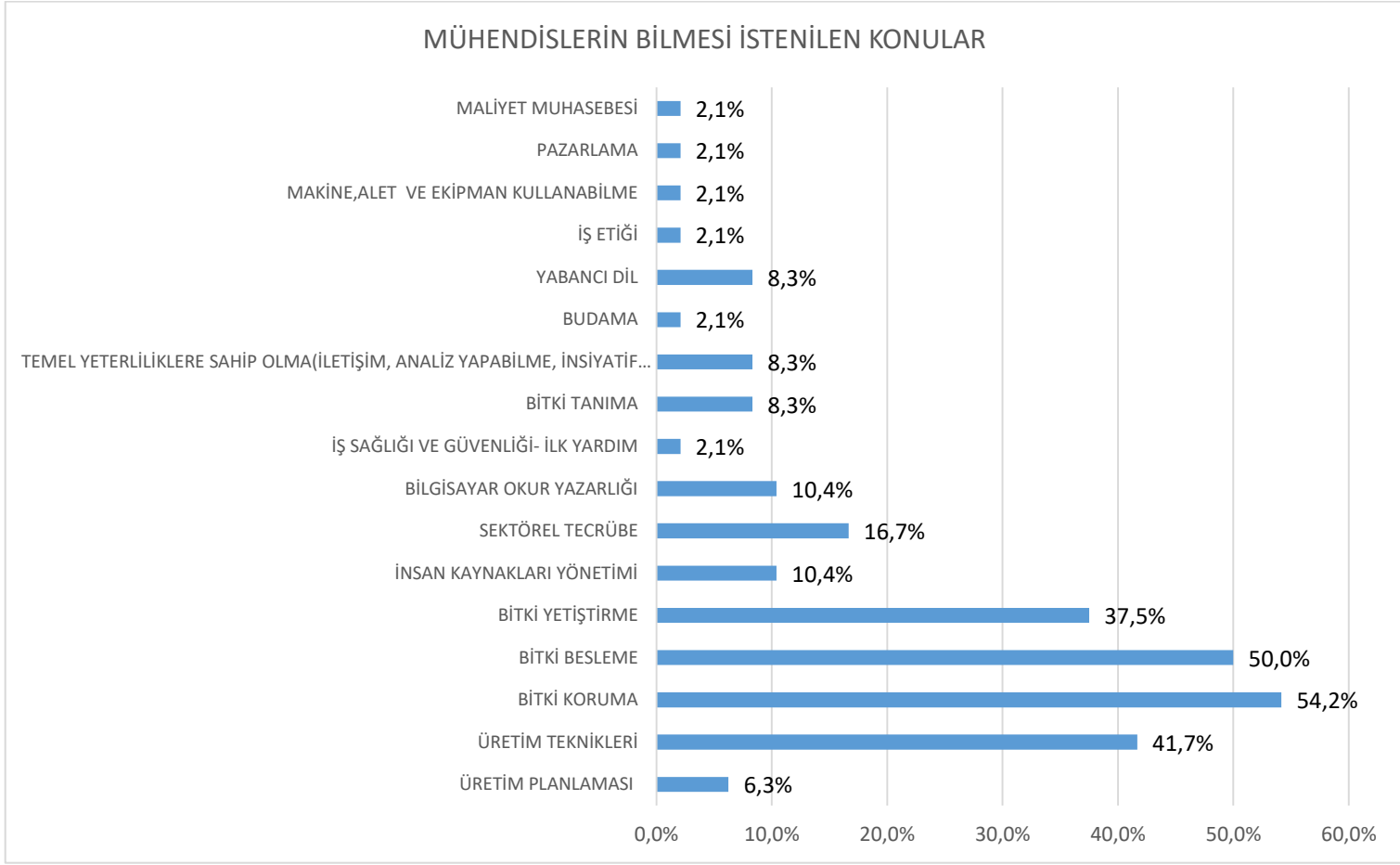
Bir ara elemandan bütün bu konuları bilmesini beklemek doğru değil, yapılan iş bölümüne göre ara elemanların görev ve sorumluluklarına göre eğitilmeleri çok önemlidir.

ARA ELEMANLARIN BİLMESİ İSTENİLEN KONULAR



Şekil 15.2

15.3 Mühendislerin Bilmesi İstenilen Konular



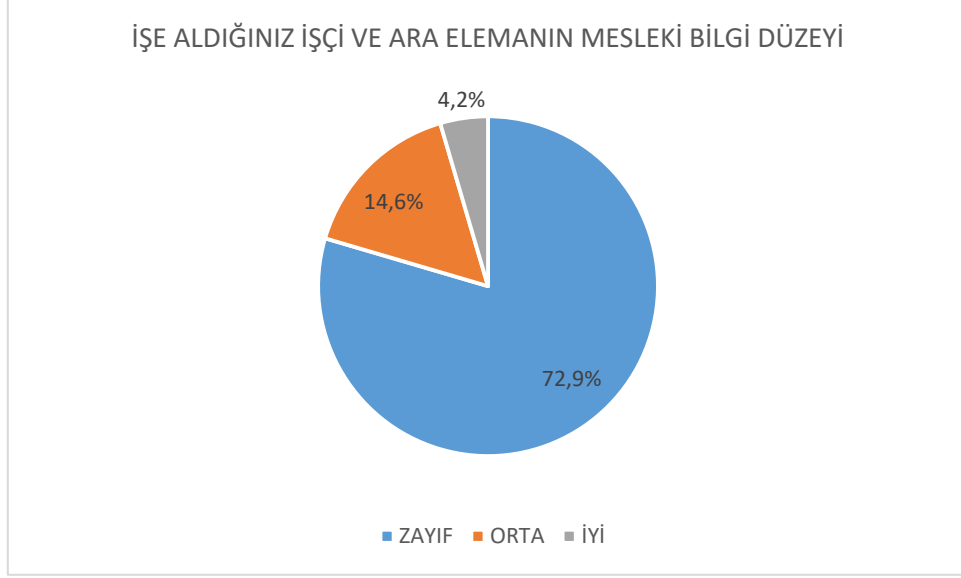
Şekil 15.3

Grafikte öne çıkan eğitim konuları üretim ile ilgili teknik bilgi gerektiren konular olmakla birlikte finans, pazarlama ve insan kaynakları yönetimi gibi konuları da kapsamaktadır.

Bu grafikler bize, anketi dolduran firmaların her düzeydeki elemanlarının yukarıda bahsi geçen konularda bilgili olmasını beklemekte olduğunu göstermektedir. Her bir konu ayrı uzmanlık alanı olduğundan, ayrı istihdam gerektirmektedir(İş sağlığı ve güvenliği, maliyet muhasebesi, insan kaynakları yönetimi vb.).

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

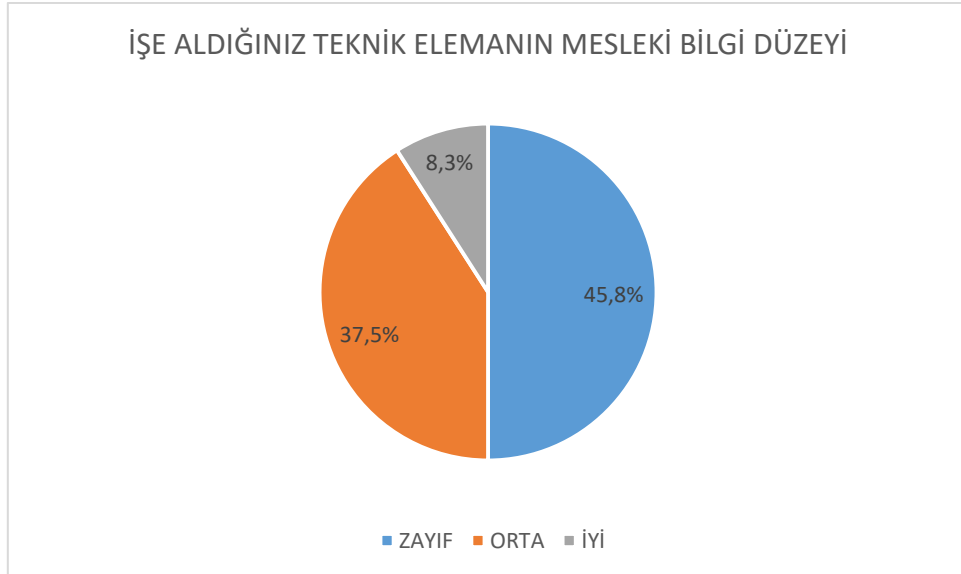
15.4 İŖe Yeni Alınan Ara Elemanların Mesleki Bilgi Düzeyleri



Ŗekil 15.4

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

15.5 İŖe Alınan Teknik Elemanın Mesleki Bilgi Düzeyi



Ŗekil 15.5

Teknik elemanların da bilgi düzeyi zayıf – orta 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.

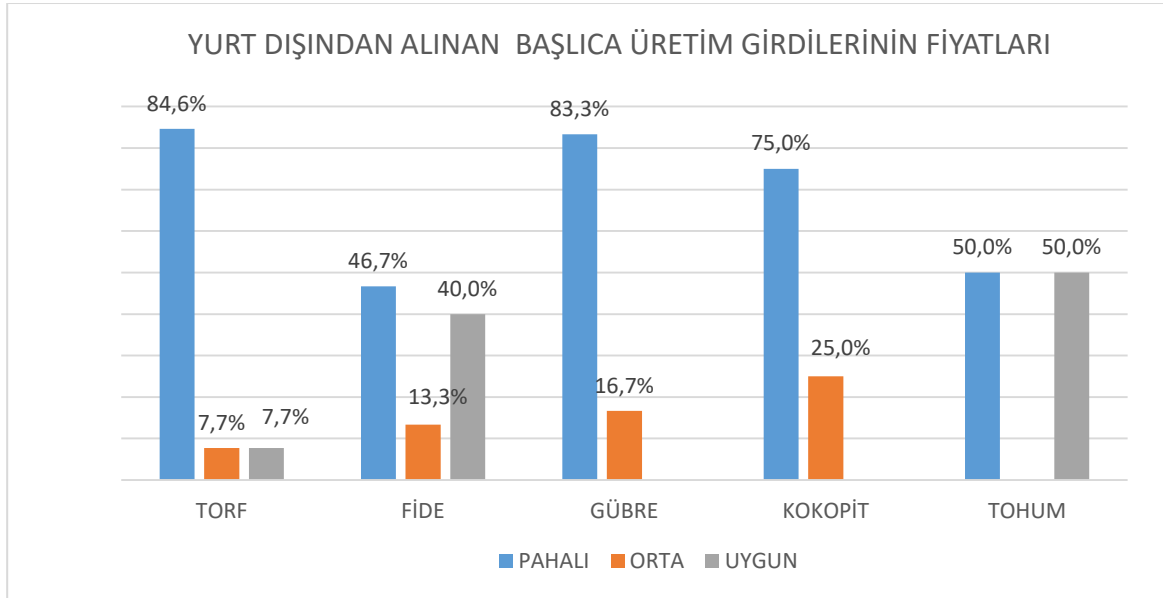
BÖLÜM 16: ÜRETİM/TEDARİK VE SATIŞ SÜREÇLERİ

Firmaların üretim girdilerini sadece Yalova'dan, sadece Marmara bölgesinden yâda sadece yurt dışından karşılamadıkları görülmüş, kullanılan üretim girdisinin çeşidine göre girdinin alındığı yerler farklılık göstermektedir. Firmaların yarısından fazlası üretim girdilerinin %50'den fazlasını Yalova geneli ve buldukları ilçeden sağlamaktadır. Yalova bölgesinden temin edilen üretim girdi ve malzemeleri zirai ilaç, gübre, saksı, viyol ve fidedir. Türkiye genelinden ise daha çok üretim girdisi temini için tercih edilen yerler İzmir ve Antalya bölgesidir. Yalova bölgesi dışındaki diğer yerlerden alınan üretim girdi ve malzemelerin başında torf, saksı, gübre ve fide gelmektedir. Yurt dışından üretim girdisi getirilen ülkeler sırasıyla Hollanda, Litvanya, İtalya ve Almanya'dır. Yurtdışından temin edilen ürünlerde fide, torf, kokopit ve tohum oldukça yüksek bir yüzdeye sahiptir.

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

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

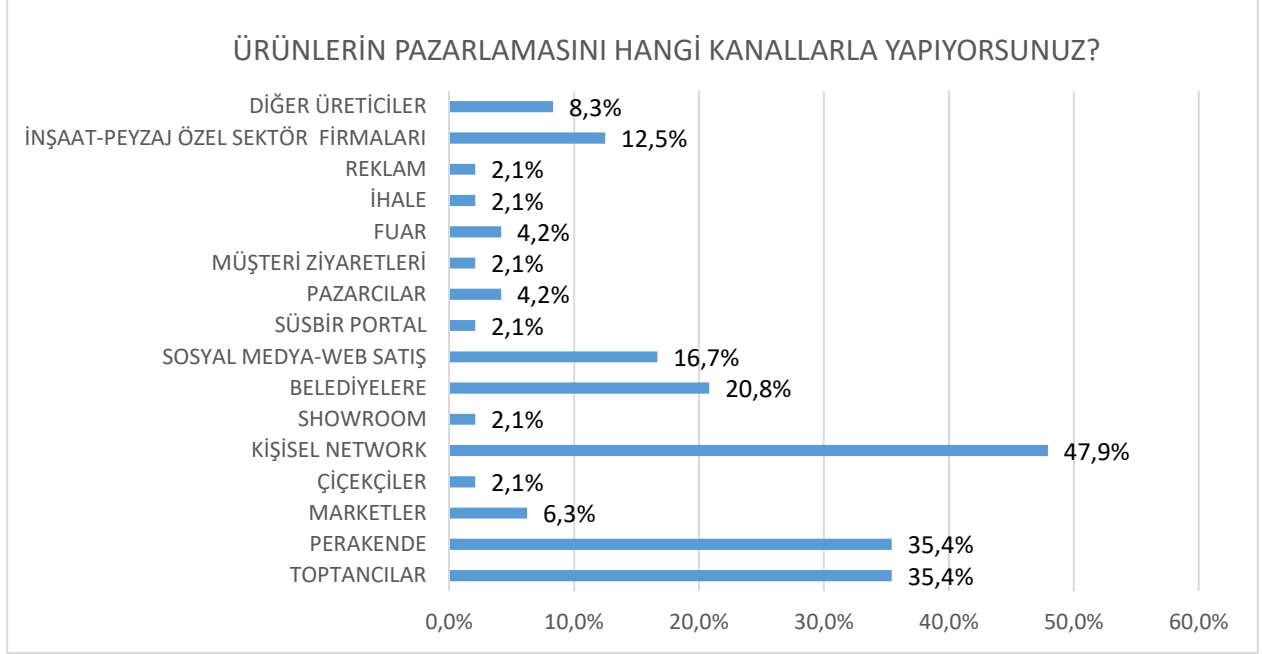
16.1 Yurt Dışından Alınan Başlıca Üretim Girdilerinin Fiyatları



Şekil 16.1

Yurt dışından alınan üretim girdilerinde de sonuç değişmemiş, alınan başlıca üretim girdilerinin fiyatlarının pahalı olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Sektörün özellikle ana üretim materyali olan fide, tohum, kokopit, torf ve gübre de yurt dışına bağımlı olduğu ve bu bağımlılığında, fiyatların pahalılığında dolayı yüksek üretim maliyeti getirdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu duruma çözüm üretmek için **İhtisaslaşmış Ortak Tedarik Kooperatifinin kurulması** önem arz etmektedir.

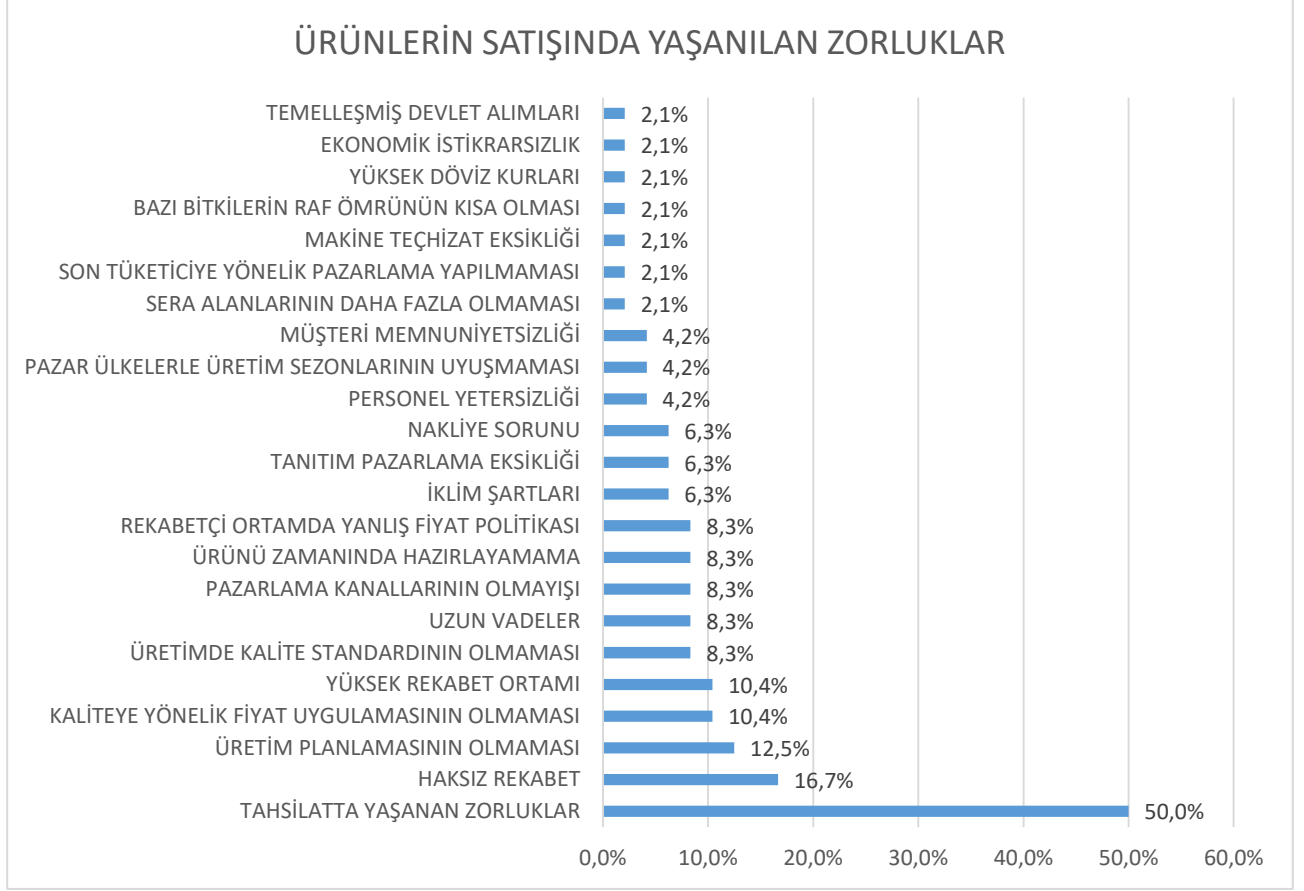
16.2 Ürünlerin Pazarlanması



Şekil 16.2

Sektörün en büyük alıcısı olan belediyelerin belirli firmalarla çalıştığı, pazarlamanın büyük bir bölümünü firmaların kişisel 'network'leriyle yaptıkları görülmektedir. Diğer önemli hususlar ise perakende ve toptancıların firmalara gelerek ürünleri satın aldığı görülmektedir. Sektörün genel olarak pazarlama konusunda zayıf olduğu görülmektedir. Bu sorunun da giderilebilmesi için **İhtislaşmış Satış ve Pazarlama Kooperatifinin** kurulması doğru bir strateji olacaktır.

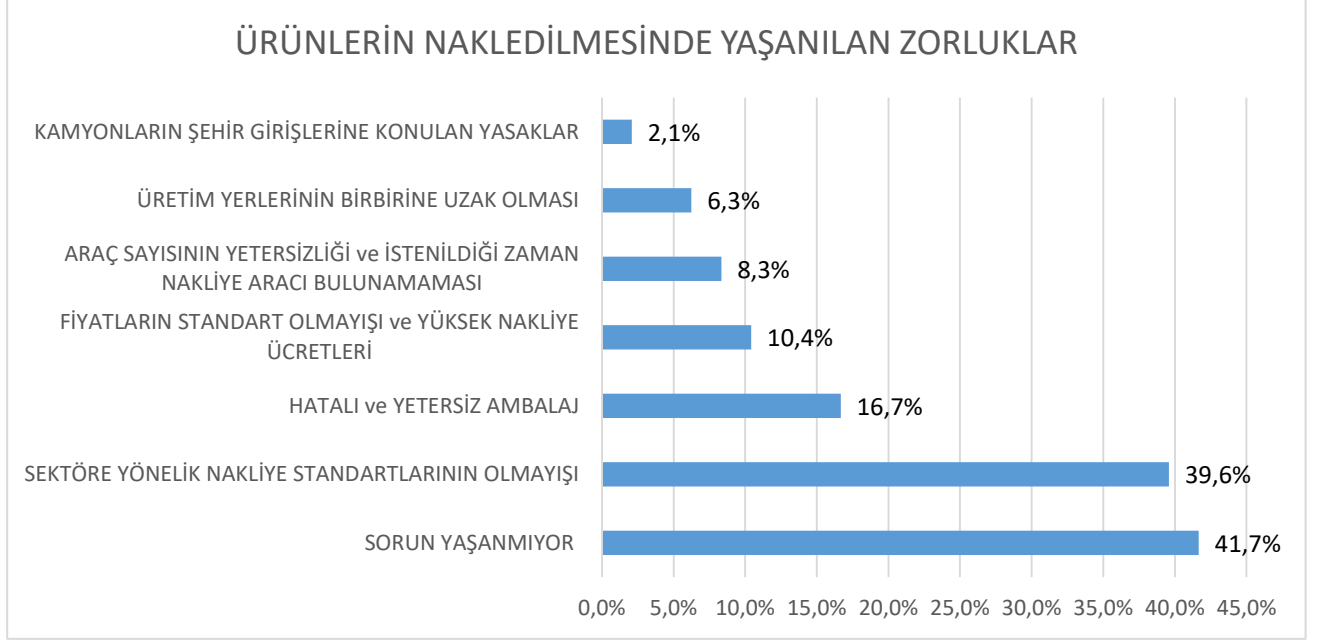
16.3 Ürünlerin Satışında Yaşanılan Zorluklar



Şekil 16.3

Ürünlerin satışında daha çok tahsilatta zorluklar yaşandığı sonucu çıkmış olmakla birlikte çok sayıda zorluk dile getirilmiştir. Ayrıca kaliteye yönelik fiyat uygulamasının olmaması, yüksek rekabet ortamı gibi konular da haksız rekabete yol açmakta ve bu durumlar da ürünlerin satışında önemli zorluklar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sorunun da giderilebilmesi için **İhtislaşmış Satış ve Pazarlama Kooperatifinin** kurulması doğru bir strateji olacaktır.

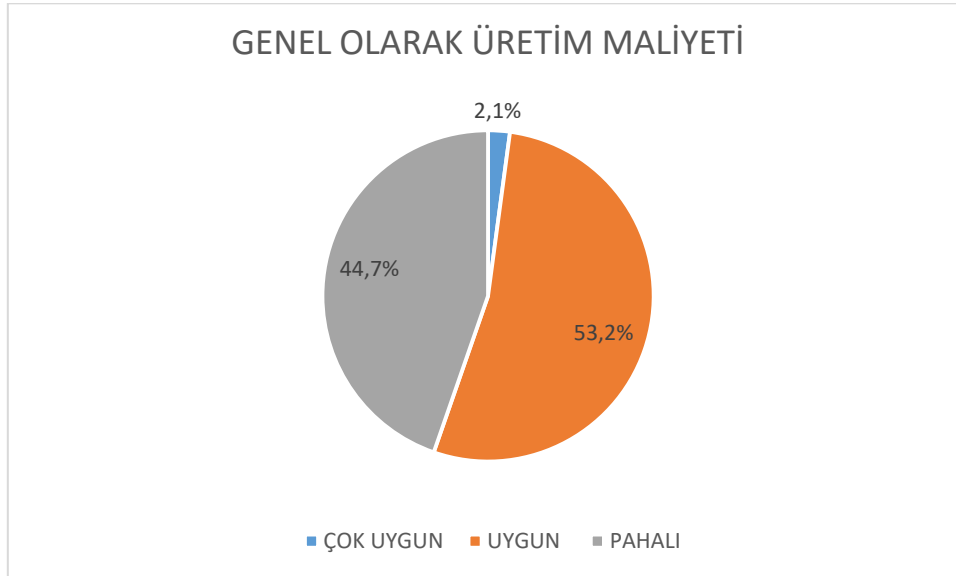
16.4 Ürünlerin Nakledilmesinde Yaşanan Zorluklar



Şekil 16.4

Ürünlerin nakledilmesinde sorun yaşanmıyor diyen firmaların oranı %40'ın üzerinde olmakla birlikte sektörle ilgili taşıma standardının olmaması, hatalı ambalajlama, ihtiyaç duyulduğu anlarda uygun araçların bulunmaması, yüksek ücret istenmesi gibi zorluklar dile getirilmiştir.

16.5 Genel Olarak Üretim Maliyeti



Şekil 16.5

Genel olarak üretim maliyeti için pahalı ve uygun diyenlerin oranlarının birbirine yakın olduğu gözlenmektedir.

BÖLÜM 17: YALOVA BÖLGESİ SÜS BİTKİLERİ ÜRETİCİLERİNİN KÜMELENME YOL HARİTASI

1- Yalova'da üretim (kapalı ve açık alanlarda) daha çok küçük alanlarda yapılmaktadır. 30.000 m² üzeri üretim yapılan kapalı alan oranı %17,7, açık alan oranı ise %37,3'tür. Ayrıca açık (%32,6) ve kapalı (%55,6) alanlarda 10.000 m²'den düşük alanda üretim yapan firmaların yüzdelerinin oldukça fazla olması dikkat çekmektedir. Bu durum firmaların üretim kapasitesini sınırlayarak, parçalı üretim yerlerinin olmasına ve üretim maliyetinin artmasına sebep olmaktadır.

Yalova bölgesindeki üreticilerin % 97,9'u kiracıdır. Üretim yapılan arazilerin yarıya yakını kısa süreli kiralama yoluyla tahsis edildiği (süre açısından Yalova'da en uygun kiralama bölgesinin Yalova Garden olduğu görülmüştür) ve kiralanan arazilerin bedelinin yüksek olduğu gözlenmiştir. Yalova bölgesindeki şehirleşmenin ve sanayileşmenin artmasıyla kira bedellerinin daha da artacağı ön görülmektedir. Kiralama sürelerinin kısa olması, üretim yerlerinin parçalı olması ve kira bedellerinin yüksek olması Yalova bölgesinde üretim yapan firmaların üretim planlamasını da olumsuz şekilde etkilemektedir. Belirsizlikler firmalar için büyük risk oluşturmaktadır. Az sayıdaki firmanın Yalova dışında üretim yapmaya başlamış olduğu gözlenmiştir. **Orta vadede (yaklaşık 5 yıl) firmalarımız üretim yerlerini üretim yaptıkları bitki türlerine en uygun iklim şartları olan ve daha ekonomik bölgelere kaydırmalıdır. Yalova bölgesinin zaman içerisinde belki sınırlı üretim ve sergi, fuar ve mezat alanı olarak kullanılması çok iyi olacaktır.**

2- Yalova'da firmalar en çok satışı iç pazarda kendi aralarında gerçekleştirmektedir. Yalova'nın büyük şehirlere yakınlığının doğal bir sonucu olan bir diğer önemli pazarı ise belediyelerdir. İnşaat ve Peyzaj firmaları da Yalova üreticisi için büyük bir alıcı konumundadır. Üreticilerin iç pazarda perakende (şahıslara) yaptıkları satışın az olduğu görülmektedir. Üreticiler için direkt satışta ortaya çıkan bu eksikliğin giderilmesi için sektörün kendi paydaşları dışında kalan son tüketicilere tanıtımının artırılması, uygun yerlerde ortak **showroom'lar** açılarak perakende pazarının canlandırılması düşünülmelidir. Bunun için **İhtisaslaşmış Satış ve Pazarlama Kooperatifi** kurulmalıdır. Bu önemli iş uzmanları tarafından yapılmalıdır.

3- 'Firmanızın ortaya çıkardığı yeni bir ürün ve üretim tekniği Yalova'da sektörünüze nasıl yansır?' sorusuna etkisi olur seçeneğini işaretleyen üreticilerin oranı %91,5 olarak ortaya çıkmıştır. Bu durum, Yalova içerisindeki firmaların birbirlerini yakinen takip etmekte 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 %87 oranında etkisi olacağı yönünde olmuştur. Sonuç olarak, firmalar hem Yalova içerisinde hem de Türkiye genelinde sektördeki gelişmeleri takip etmeye çalışmaktadır. Firmaların yeni ürünlerin ve yeni üretim tekniklerinin kıymetini bilmesi, bunu <çok yüksek oranda istemesi sektörün kümelene çalışması açısından çok olumludur. Orta vadede bunları hayata geçirecek şekilde yol haritası hazırlanacaktır. Arzu edilen katma değere ulaşımı hızlandırmak ve hayata geçirebilmek için **İhtisaslaşmış AR-GE ve İnovasyon Kooperatifi** kurulmalıdır.

4- Firmaların kalifiye eleman temininde yaşadığı zorluklar açıkça gözlenmiştir. İşe alınan elemanlarda en önemli eksiklik elemanların yeterli bilgi, beceri ve tecrübeye sahip olmamalarıdır. Kalifiye eleman yetiştiren meslek liselerinde verilen eğitimin yeterli olmaması, uygulama yapılacak alan ve malzeme-ekipman eksikliği gibi konulardan doğan yetersiz uygulama dersleri bu sonuca yol açmaktadır.

Kalifiye eleman temininde yaşanan zorluklardan bir diğeri de çalışacak kişilerin çalışma şartlarını beğenmemesidir. Bu konuya bağlı olarak sektörde yapılacak işin zor olduğu algısı da kalifiye eleman bulunmasında yaşanan olumsuz bir diğer etkidir. Yapılacak işin zor olduğu algısı, sektörde ihtisaslaşmanın olmamasının bir sonucu olarak ortaya çıkmakta, işe alınan elemanın her işi yapması beklenmektedir. Bu nedenle sahada çalışacak eleman alacağı ücreti beğenmemekte ve aynı ücrete daha rahat ve kolay işleri

tercih etmektedir. Yapılacak işlerin programlanması personel arasında iş bölümü yapılması ve her elemanın yapacağı işe göre eğitim alması, hem işin bitme süresini azaltacak, işin kalitesini arttıracak hem de elemanlar üzerindeki iş yoğunluğunu azaltacaktır. Bu durumda, çalışan kişilerin şartlarının iyileştirilmesi planlı, programlı bir şekilde ücret tarifesi uygulanmasının önemi ortaya çıkmaktadır.

5- **SÜSBİR AKADEMİSİNİN kurulması** hakkında görüşlerini sorduğumuz Yalova'daki firmaların verdikleri cevaplarda kalifiye eleman yetiştirmek üzere bir akademi kurulmasının sektör tarafından gerekli görüldüğü %93.7 oranında ortaya çıkmıştır. Sektörel kümelenme sürecinde, kalifiye eleman temininde yaşanan bu zorluklar ortadan kalkacaktır.

SÜSBİR Akademisinde iç mekan ve dış mekan bitki türleri için ayrı ayrı eğitim verilecektir. Toplam eğitim süresi 250 saat olacaktır. Eğitim programının %30 u teorik, %70 i ise sahada uygulamalı yapılacaktır. Eğitim sonunda mezun olan öğrencilere sertifikaları verilecektir. SÜSBİR Akademisinin yapısı ve nerede kurulması gerektiği, sektör firmaları ile istişare edildikten sonra projelendirilecektir. SÜSBİR Akademisindeki dersler sektörde o ilgili alanlarda en uzman olan kişiler tarafından verilecektir. Türkiye genelinde devletin koruması altında bulunan kimsesiz veya yetim çocukların öncelikli olarak eğitilerek meslek edindirilmeleri hedeflenecektir. Bu konu ile SÜSBİR, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı işbirliği protokolü imzalamalıdır. SÜSBİR Akademisi iş garantili eğitim verecektir. Sertifika alan her eleman sektörde işe yerleştirilecek şekilde programlanacak ve kontenjanlar ona göre belirlenecektir.

6- Firmaların sadece %10 luk kısmının bir şekilde yurt dışındaki birlik, kooperatif veya kümelerle anlaşmaları olduğu görülmüştür. Gelecek dönemlerde Yalova Bölgesinde bulunan sektörel dernekler veya mevcut/ kurulacak olan kooperatiflerin diğer ülkelerdeki sektörel örgütlerle işbirliği protokolleri imzalamaları için çalışmalar yapılmalıdır. Yalova bölgesindeki firmaların yurt dışındaki firmalar ile yaptıkları işbirliklerinden faydalanılarak üyesi oldukları derneklerin de, yurt dışındaki firmaların üyesi olduğu kooperatiflerle işbirliği içerisine girmeleri için çalışmalar yapılmalıdır.

7- Firmaların %72,3'ü son 10 yılda yurtiçi talebin arttığını belirtmiştir. Son 10 yılda yeşile olan ilginin artması, belediyeciliğin gelişmesi gibi nedenlerle sektör hareketlenmiş, firmalara ve ürettikleri ürünlere olan talep artmıştır. Bu seyrinde, sektörün yurtiçi pazarda son 10 yılda yükselen bir ivmeye sahip olduğu görülüyor. Talebin azaldığını beyan eden firmaların oranı ise %17 dir. Bunun nedenleri detaylı bir şekilde araştırılarak ortaya çıkarılmalıdır.

8- Firmaların %44,4 ü yurtdışı talebin azaldığını, %30,6 sı da talebin arttığını ve diğer firmalar da talebin değişmediğini belirtmişlerdir. Süs bitkileri sektöründe ihracat dalgalanma göstermekle birlikte son birkaç yıl içerisinde artış göstermiş olmasına rağmen Yalova bölgesi özelinde sektör firmalarının %69,4 ünün bundan yararlanmamasının nedenlerinin detaylı şekilde araştırılması gerekmektedir.

9- Firmaların % 44,7'si Ekonomi Bakanlığı desteklerinden yararlanarak yurt dışında şube açmak istediklerini belirtmişlerdir. Firmalar 'Hangi ülkede şube açmak istiyorsunuz?' sorusuna, Hollanda, İtalya, Azerbaycan, Türki Cumhuriyetleri, Gürcistan, Suriye, Irak, İran, Rusya, Çin cevaplarını vermişlerdir. Bu ülkelerin ilgili sektör firmaları için doğru hedef pazarlar olup olmadıklarının kontrolü yapıldıktan sonra Ekonomi Bakanlığı desteklerine başvurulabilir. 'Hayır' diyen %55,3 lük kesim ile bu konu detaylı bir şekilde görüşülerek nedenleri öğrenilmelidir.

Ekonomi Bakanlığı desteklerinden yararlanarak yurt dışı iş seyahatlerine katılmak ister misiniz sorusuna firmaların %93,5'i 'Evet' yanıtını vermiştir. Firmalar; Azerbaycan, Türki Cumhuriyetleri, Hollanda, Çin, Taiwan, Almanya, Kenya, Dubai, Katar, Irak, İran, Gürcistan, İtalya, İspanya, Fransa, Belçika, Polonya, Romanya, İngiltere, Bulgaristan, Rusya, ABD, Japonya, Cezayir, Suriye ve Güney Afrika ülkelerine iş seyahatleri yapmak istemektedirler. Belirtilen ülkelerin süs bitkileri konusunda üretim ve ticaret kapasiteleri incelenerek yeni iş gezisi programları düzenlenebilir.

SÜSBİR olarak Katar'a Ekonomi Bakanlığı Yurt Dışı Pazar Araştırması tebliğ kapsamında Ocak ayında bir Sektörel Ticaret Heyeti düzenlenecektir.

Ekonomi Bakanlığı desteklerinden yararlanarak yurt dışında **Süs Bitkileri Türk Ticaret Merkezi** kurulması çalışmasında yer almak ister misiniz sorusuna da %75 oranında 'Evet' cevabı verilmiş ve merkezin açılmasını istedikleri ülkeleri firmalar şu şekilde belirtmişlerdir; Azerbaycan, Türki Cumhuriyetleri, Hollanda, İtalya, Irak, Suudi Arabistan, İran, Macaristan, Polonya, Avrupa, Rusya, Suriye, Gürcistan, Dubai, Katar, Bahreyn, Çin, Güney Afrika ve Asya Ülkeleri. En uygun olan ülkelerden başlanarak şirket kurma vb. gibi ticari konular incelenerek bu ülkelerde sırayla Süs Bitkileri Ticaret Merkezi kurulması çalışmaları yapılmalıdır.

10- Firmalar ortaklık anlaşmaları olup olmadığı sorusuna %86,7 oranında 'Hayır' cevabını vermişlerdir. Ortaklık anlaşmaları olan %13,3 oranındaki firmalar çoğunlukla diğer firmalarla ortaklık anlaşması yaptıklarını belirtmişlerdir. Kooperatifler ve kamu kurumlarıyla olan ortaklık anlaşmalarının sayısı diğer firmalarla olan anlaşmaların yanında oldukça az sayıdadır. Bu sonuç, ortaklık kültürünün sektörde gelişmediğini göstermektedir. Sektörde güven sıkıntısı olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Yapılan ortaklıkların içerisinde maalesef üniversitelerin, araştırma kuruluşlarının ve kamunun ilgili kurumlarının olmaması ve çok az sayıda olan kamu kurumları ile olan ortaklıkların da üretim ortaklığı düzeyinde kalması sektörün atılım yapmasını zorlaştırmaktadır.

Üniversitelerle ve araştırma merkezleri ile AR-GE ortaklıkları kurulmalıdır. Bunu firmalar çok arzu ettiği halde firmaların doğrudan kendi çabaları ile yapamadığı çok net görülmektedir. Bu sorun **İhtisaslaşmış AR-GE ve İnovasyon kooperatifi** modeli ile çözülebilir. Bu yapı sektör ile üniversiteler arasında ara yüz olur ve yeni çeşit geliştirme ve mevcut çeşitlerin ıslahı konusunda araştırma kuruluşlarına çeşitli konu önerisi yapar ve çalışmalar ortaklık şeklinde yürütülebilir. Bu kooperatifin belirleyeceği AR-GE konu başlıklarının ilgili üniversite bölümlerinde Master ve Doktora tez konuları olması için de girişimlerde bulunulacaktır.

Firmalar Teknoloji ortaklığı ve pazarlama ortaklığı gibi konularda herhangi bir ortaklık kurmamış, kurulan diğer ortaklıklar ise proje düzeyinde olmuştur. Yalova'da firmalara ortaklık kavramı ve kültürü anlatılmalı, sektörün diğer paydaşları olan üniversite, araştırma kuruluşları ve kamu kurumları ile yapılabilecek ortaklıklar konusunda firmalar bilinçlendirilmelidir. Yalova bölgesinde sektörde ortaya çıkan eksikliklerin giderilmesi için üniversitelerle ortak projeler yapılmalı ve araştırma kuruluşları, kamu kurumları ile bu projelerin yürütülmesi sektör için çok yararlı olacaktır. Bunların hayata geçirilmesinde **İhtisaslaşmış AR-GE ve İnovasyon kooperatifi** çok etken rol oynar.

11- Ortaya çıkan eksikliklerin en önemlilerinden birisi de pazarlama kanalı eksikliğidir. Pazarlama eksikliği, **İhtisaslaşmış Satış ve Pazarlama kooperatifleşme** modeli ile çözülebilir. Kurulmasında fayda olan kooperatiflerin hepsi uzmanlar tarafından yönetilecektir. Tanımlı ve herkese açık çalışma tüzüklerine göre günlük işlerini yürüteceklerdir.

12- Yapılan çok az sayıdaki üretim ortaklıklarının Yalova, İzmir ve Sakarya bölgesinde, pazarlama ortaklığı ise Yalova bölgesindeki firmalarla yapıldığı gözlenmiştir. Buradan çıkarılan sonuç ise Yalova'daki sektörün, üretimin yoğun olduğu yerlerle az sayıda üretim ve pazarlama ortaklıklarının bulunduğu, bunun dışındaki bölgelerle herhangi bir ortaklığının olmadığıdır. Ortaklık kanallarının geliştirilmesi için firmalara seminerlerle bunun önemi ve faydaları anlatılmalıdır.

13- Ortaklık yapan firmaların ortaklıklarında önemli gördüğü faktörler; Yalova'da aynı coğrafi alanda bulunmak, CEO ve firma sahibi ile dost olmak, fuarlar ve konferanslar, profesyonel kurumlar aracılığı ile kurulan kontaklar, yerel kuruluşlar ve yerel danışmanlık büroları ile kurulan kontaklar. Aynı bölgede faaliyet göstermek ve sosyal ilişkilerle iş ortaklıkları kurmak firmalar açısından önemli görülmektedir.

Ortaklık kanallarının kişisel ilişkiler olması ve yapılan fuar, konferansların ortaklıkları önemli düzeyde etkilemesi Yalova bölgesinde yapılacak fuarların, yalnızca pazarlama değil, üretim, AR-GE ve teknoloji ortaklıklarının da geliştirilmesi için fırsat olduğu anlamı taşımaktadır. Yapılacak toplantılarla ve konferanslarla ortaklık konusu da ele alınmalıdır.

14- Firmaların resmi olmayan ortaklıkları (resmi olmayan ortaklık: ihtiyaç duydukça iş ile ilgili firmalar arasındaki iletişim) %70'in üzerinde diğer şirketlerin çalışanları ile yapılan diyaloglar, %66'nın üzerinde 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. Genel olarak Yalova bölgesinde üretim yapan firmaların iş ilişkileri bireysel deneyim ve tecrübelerle dayalı olduğu, bu ilişkileri kurmalarına yardımcı olacak sistemin bulunmadığı gözlenmiştir.

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 kuruluşlar 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 ara yüz olarak kurulacak olan **İhtisaslaşmış AR-GE ve İnovasyon Kooperatifi** çok önemli rol oynayacaktır.

15- Yalova'daki firmaların % 66,7'lik kısmı son 10 yılda kurum ve kuruluşlarla herhangi bir bağlantı kurmamıştır. Kurulan bağlantılar da çok sınırlı sayıda gerçekleşmiş olup, yapılan bağlantılar da sadece proje düzeyinde kalmış alınan destekler ise sınırlı miktarda olmuştur.

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

16- 'Bölgenizde ürünlerin sergilenmesi için ortak Show-room kurulmasını ister misiniz?' sorusuna %87 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.

17- Firmalar İŞKUR hizmetlerinden yararlanmayla ilgili soruya %59,6 oranında 'Hayır' yanıtını vermişlerdir. İŞKUR hizmetinin Yalova bölgesindeki işletmelere anlatılması ve bu hizmetten faydalanmalarının sağlanması için bir eğitim ve bilgilendirme çalışması yürütülmelidir. Bunun nedeninin ayrıntılı olarak araştırılmasında fayda vardır.

18- Firmaların yaklaşık yarısı Türkiye'de ürünlerine 200 den fazla rakip olduğunu bildirmişlerdir. Firmaların %17'si de ürünlerine Türkiye çapında 5 den az rakip firma olduğunu söylemişlerdir. Burada rakip sözcüğünün iki farklı yorumu söz konusu olmuş, birincisi benzer ürün üreten firmaların sayısı, ikinci anlam olarak ise firmaların kendine duydukları özgüvenden dolayı diğer firmaları rakip görmemeleri şeklinde yorumladık. Rakip firma sayısının fazlalığı 1. anlama karşı gelmekte, rakip firma sayısının 10 ve 10dan az olması 2. anlama karşı gelmektedir.

Bir firmanın ürünlerine Türkiye genelinde 200 den fazla rakip firma olması sektörde rekabetçiliğin çok fazla olduğunun bir göstergesidir. Bu rekabeti doğru yöneterek rakiplerin hiçbirinin bu durumdan zarar görmeden kendi paylarını elde etmeleri üzerine bir sistemin geliştirilmesi düşünülmelidir. Rekabet, ürünlerde fiyat farklılıklarının oluşmasına sebep olmaktadır. Ürünü daha az kaliteli olan firma daha çok fiyat kırarak pazara mal vermeye çalışmaktadır. 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 Yalova içerisinde ve bulunduğunuz ilçede ürününüze rakip firmalar olarak da sorulmuştur. Sonuç olarak %34 en yüksek oranda 5 den az ifadesi çıkmıştır. Firmaların özgüveninden kaynaklanan sorulara

verilen cevap 2. anlamında yorumlanmıştır. Yalova genelinde, yaklaşık % 45 oranında firma bu soruya 20 ile 100 arasında rakibi olduğunu söylemiştir. Bu oran firmaların bulunduğu ilçede %30 oranında olup, aynı ilçede bu kadar benzer ürünlerin üretilmesi oldukça yüksek bir orandır. Firmalar arası yıkıcı rekabete yol açabilir. Ancak Yalova'daki firmalar için büyük pazara yakınlık bu yıkıcılığı kısmen önlemektedir.

Benzer ürünlerin üretilmesinin zaman içerisinde, ihtisaslaşmalarla planlı bir şekilde azaltılması gerekmektedir.

19- Personel ücretlerini firmalar çoğunlukla yüksek bulmaktadır. Çalışanların büyük çoğunluğunun vasıfsız işçi statüsünde olması ve ücretlerin çalışanların durumuna göre belirlenmiş olmasına rağmen, işçi ücretleri yüzünden ürünlerin fiyatları açısından rekabetçi olamadıklarını söylemektedirler. Bunu düzeltmek için zor bulunan işçilerin ücretlerinin azaltılması çözüm olamayacağı için firmaların üretim maliyetlerinin en kısa vadede azaltılması çalışmalarının başlatılması gerekmektedir.

20- Firmaların sahip olduğu sertifikalar çok düşük orandadır. Sertifikalar konusunda firmalara aydınlatıcı eğitimler, sözü geçen sertifikaların tanıtımı ve avantajlarının anlatıldığı seminerler verilmesi faydalı olacaktır.

Firmaların sertifika ve 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. Yalova bölgesindeki firmaların çoğunluğunun kurumsallaşma yönünden eksik olduğu görülmektedir. Ayrıca firmalara kurumsallaşma nedir? Neden önemlidir? konularında eğitim/seminerler verilmelidir.

21- Firmaların %70'e yakını marka olabilmenin zor ve çok zor olduğunu belirtmişlerdir. Sektörde marka olmanın zor olmasının temelini inilmeli, neden marka olunamıyor araştırılmalı ve ona göre bir yol izlenmelidir.

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

22- 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 olması ve genel olarak devlet destekleri hakkında yeterli bilgiye sahip olunmamasıdır. Desteklerden faydalanabilmek için firmalara proje eğitimlerinin verilmesi faydalı olacaktır. Firmalara projeler aracılığı ile ihtiyaç duydukları konularda desteklerin alınması sağlanabilir. Sektöre uygun destekleme modelinin geliştirilmesi ve ilgili kurumlara anlatılması ile firmalar için bu soruna ek çözümler bulunabilir.

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

Firmaların AR-GE çalışmalarının yapılmasını istedikleri üretim ve ürünle ilgili konular firmalar için hayati öneme sahiptir. Özellikle bitki türlerinin dayanıklılığının artırılması ve üretim tekniklerinin geliştirilmesi konuları öne çıkmaktadır.

Üniversite, araştırma kuruluşları ve firmalar arasında iletişim eksikliğinin olmasından dolayı yapılan çalışmalar proje düzeyinde kalmakta ve sektörde kullanılamamaktadır. Bu iletişim eksikliğinin temel nedeni, firmalarımızda çalışan personelin eğitim düzeylerinin büyük çoğunluğunun AR-GE yapmaya uygun olmamasıdır. Firmalarımız ile üniversiteler arasında AR-GE konusunda iletişimi sağlayacak bir ara yüze

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

24- Bilimsel kongrelere ve toplantılara sektörün ilgi göstermediği görülmüştür. Bu tür toplantıların firmalar için önemli olduğu bilincinin seminerlerle verilmesi gerektiği anlaşılmaktadır.

25- Firmaların kullandığı makine ve ekipmanlar yapılan üretimin çeşidine göre değişmektedir. Firmaların 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 durumdadır.

Firmalar ihtiyaç duydukça makine ve ekipmanları yardımlaşmak amacıyla ortak kullanmaktadırlar. Ancak bu ortak kullanım oranı Yalova için %40 civarındadır. Özellikle pahalı, taşınabilir ve ortak kullanıma uygun olan ekipmanların ortak kullanımlarının teşvik edilmesi, yaygınlaştırılması sektör firmalarının yararına olacaktır. Bu ekipmanlarında konularında uzman, makineyi kullanma yetki ve becerisine sahip operatörler tarafından kullanımı oldukça önemlidir. Bu uzman operatörler sektör için kurulacak olan ihtisaslaşmış kooperatifler bünyesinde kadrolu çalışacaklardır.

26- Firmaların geniş yelpazede makine ekipmanlara ihtiyaç duyduğu görülmektedir. En çok talep edilen makine ekipmanların, kurulması düşünülen **İhtisaslaşmış 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 Yalova bölgesinde üretilmeleri için çalışmalar yürütülmelidir. Bunlarla ilgili kamu kurumlarına farklı projeler yazılabilir.

27- Sektörde yaygın olarak kullanılan otomasyon sistemleri sadece sulama, gübreleme ve iklimlendirme otomasyonlarıdır. Sektörde diğer otomasyon sistemleri çok düşük oranda bulunmaktadır, ancak bunlar tam otomatik sistemler değildir. Kullanılan sistemlerin de geliştirilerek tam otomatik hale getirilmeleri 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 yazılabilir.

28- Yalova genelinde firmalarımızın sahip olduğu toplam araç sayılarını kullanarak akaryakıt firmaları ile en kısa zamanda görüşerek firmalarımız için mümkün olan en yüksek yakıt indiriminin alınması için çalışmalar yürütülecektir. Bu çalışma iki farklı boyutta yapılabilir. Birincisi Türkiye geneli için akaryakıt bayisinden indirim alınabilir, ikincisi (buna ilave olarak) Yalova bölgesindeki bir akaryakıt istasyonu ile de ek anlaşma yapılarak belli bir yüzdelik indirim alınabilir.

Bu, firmalarımızın girdi maliyetlerinin azalmasını sağlayacak en hızlı ve en kolay işlerin başında gelmektedir. Ayrıca, telefon, kargo, kırtasiye, enerji ve vb. giderler için de ilgili firmalar ile görüşmeler yaparak makul oranlarda indirimler alınabilir. Bu indirimler de firmaların girdi maliyetlerini aşağıya çekecek ve tasarruf kumbarasında birikecektir.

29- Firmaların belirttiği tehditlerden en yüksek orana sahip olan başlıklardan birisi 'ürün arz talep planlamasının yapılmaması' dır. Bunun sonucunda firmalar nelerle karşılaşacağını bilmeden geçmiş tecrübelerine dayanarak üretim yaptığından bir kısım ürünleri ellerinde kalmaktadır. Belediyelerin yıllık

alımları üreticiler tarafından önceden vakitli bilinirse, üretim planlaması ona göre yapılacağından üreticiler daha az zarara uğrayacaktır.

Ayrıca büyük peyzaj projelerinde de kullanılacak bitkiler önceden belirlenip firmalara planlı bir şekilde iletilip üretimi yaptırılırsa firmaların zarara uğraması önlenmiş olur. Ayrıca bu arz talep planlaması ithalatın da azalmasına katkı yapacaktır. Belediyeler ve kamu kurumlarıyla olan bu iletişim eksikliğinin sonucu olarak firmaların plansız üretimleri sonucu talep edilen bitki türlerinde üretim yapılamadığından firmalarda bulunamayan bitkilerin yurt dışından getirilmesi sonucunu doğurmaktadır. Bu da hem ülke ekonomisine hem de firmalarımıza zarar vermektedir.

Bu sorunu gidermek için belediyelerin ilgili birimleri ile ve büyük peyzaj firmaları ile düzenli görüşmeler yapılmalı, sektör toplantılarına davet edilmeliler.

30- Bir diğer tehdit ise arazilerin parçalı, yetersiz ve yüksek kira bedelli olmasıdır. Arazilerin parçalı ve yüksek kira bedelli olması üretim maliyetini artırmaktadır (fazladan personel istihdamı, servis ihtiyacı ve üretimin kontrolündeki zorluk vb.).

Arazilerin yetersizliği üretim desenini kısıtlamaktadır. Yetiştirmesi uzun dönem gerektiren büyük kuturlu (geniş gövde çevresi) ağaçların üretiminin arazi azlığından ve kira sürelerinin kısalığı nedenleriyle yapılamaması da ithalata sebep olmaktadır. Artan kira bedelleri nedeniyle orta vadede (5-10 yıl içerisinde) Yalova' da üretim yapan firmaların üretim yerlerini, ürettikleri ürünlere iklim ve fiyat açısından uygun farklı bölgelere taşınmaları Yalova'daki mekânlarını satış pazarlama alanı (mezat) olarak kullanmaları uygun olacaktır.

31- Sektörün örgütlenememesi başlığı önemli tehdit konularından biri olarak ortaya çıkmıştır. Sektörde SÜSBİR' in ve yürütmekte olduğu çalışmaların (Yalova bölgesinde ve ülkemiz genelinde SÜSBİR yönetiminin başlattığı sektörel kümelenme çalışması) duyurulması sektörün SÜSBİR çatısı altında örgütlenmesinin gelişmesine katkı sağlayacaktır. Yapılmakta olan projelerden de firmaların daha hızlı haberdar olması ve bunlardan fayda görmesi mümkün olacaktır. SÜSBİR yönetiminin başlattığı sektörel kümelenme çalışması hem örgütsüzlüğün hem de diğer tehditlerin zaman içerisinde ortadan kalkmasını sağlayacaktır.

32- Sektörü tehdit eden önemli bir diğer konu da üretim girdilerinin yurt dışından temini ve döviz kurlarındaki değişimden etkilenen bu girdilerin, üretim maliyetlerini arttırmasıdır. Bu tehdidi azaltmak için **İhtisaslaşmış Ortak Tedarik Kooperatifinin** kurulması elzemdir.

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

33- Personel ve kalifiye eleman yetersizliği, profesyonel tanıtım-pazarlama eksikliği, kalite standartlarının olmaması, AR-GE ve inovasyon kültürünün olmaması sektörün en belirgin zayıflıkları olarak ortaya çıkmıştır.

- Personel ve kalifiye eleman yetersizliği, sektörün kurulmasını talep ettiği **SÜSBİR Akademisi** ile giderilecektir. Bu akademi için ayrıntılı proje hazırlanacaktır.
- Profesyonel tanıtım-pazarlama eksikliği, kurulması gereken **İhtisas Satış ve Pazarlama kooperatifi** tarafından yürütülecek olan tanıtım, pazarlama ve satış süreçleri ile giderilecektir.
- Kalite standartlarının olmaması konusunda SÜSBİR tarafından hazırlanan 'Süs Bitkileri Kalite Standartları'nın TSE tarafından yakın zamanda resmi standart olarak çıkarılması beklenmektedir. Çıkarılan bu standartlara dayanarak **SÜSBİR Akademisinde** verilecek olan eğitimler programlanacaktır. Bu akademi sertifikası olarak mezun olanlar standartlara uygun eğitim alacaklarından standartları bilerek işletmelere gidecekler, işletmelerin üretim süreçlerine ve ürün

kalitelerine hızlı bir şekilde yansiyacaktır. Ayrıca akademide şirketlerde mevcut çalışanlar da eğitim alacak ve sertifikalandırılacaktır.

- AR-GE ve inovasyon kültürünün olmaması, sektöre bu eksikliklerin giderilmesi için AR-GE ve inovasyon eğitimleri verilecek, ayrıca sektörle AR-GE merkezleri ve üniversiteler arasında ara yüz olacak **ihtisaslaşmış AR-GE ve İnovasyon kooperatifi** kurulması gerekmektedir. Bu kooperatifte sektörle ilgili konularda birkaç tane doktora düzeyinde personel istihdam edilecektir.

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

34- 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 ekipmaların kullanımı, iletişim, etik, raporlama, planlama, finans, bilgisayar, yabancı dil, maliyet muhasebesi gibi pek çok alanda ihtiyaç olduğu görülmektedir. Sektör çalışanlarına bu ihtiyaç duyulan eğitimleri **SÜSBİR Akademisi** üzerinden verilmesi uygun olacaktır.

35- Firmalarda çalışan ara elemanların bilmesi istenilen konular da 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 ekipmaların kullanımı, iletişim, etik, raporlama, planlama, finans, maliyet muhasebesi gibi pek çok alanda ihtiyaç olduğu görülmektedir. Sektör çalışanlarına bu ihtiyaç duyulan eğitimleri **SÜSBİR Akademisi** üzerinden verilmesi uygun olacaktır. Bu bilgilerle donanmış kalifiye eleman bulmanın şu an çok zor olduğu saha çalışmasından anlaşılmıştır. Bu bilgilerle donanmış ara elemanlara da uygun aylık ücretin ödenmesi de gerekmektedir.

Öne çıkan eğitim konuları üretim ile ilgili teknik bilgi gerektiren konular olmakla birlikte pazarlama ve insan kaynakları yönetimi gibi konuları da kapsamaktadır. Anketi dolduran firmaların her düzey elemanın her konuda bilgili olmasını beklemekte olduğunu göstermektedir. Oysa bazı konular uzmanlık ve ayrı istihdam gerektirmektedir(İş sağlığı ve güvenliği, maliyet muhasebesi, insan kaynakları yönetimi vb.)

Tüm bu konular, kurulması istenen **SÜSBİR Akademisi'nin** de verilecek eğitim konularını oluşturacaktır.

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

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

38- Üretim girdilerinin temininde en çok tercih edilen tedarikçi firmaların bilgileri de anket sonucunda elde edilmiştir. Bu bilgi kümelenme çalışmalarında ihtiyaç oldukça kullanılacaktır.

39- Yurt dışından alınan başlıca üretim girdilerinin fiyatlarının pahalı olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Sektörün özellikle ana üretim materyali olan fide, tohum, torf ve gübre de yurt dışına bağımlı olduğu ve bu bağımlılığın da üretim maliyetini artırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu duruma çözüm üretmek için **İhtisaslaşmış Ortak Tedarik Kooperatifinin kurulması** önem arz etmektedir.

40- Sektörün en büyük alıcısı olan belediyeler belirli firmalarla çalışmakta, pazarlamanın büyük bir bölümünü de firmalar kişisel bağlantılarıyla yapmaktadırlar. Ayrıca perakende ve toptancıların firmalara

gelerek ürünleri satın aldığı görülmektedir. Sektörün genel olarak pazarlama konusunda zayıf olduğu tespit edilmiştir. Bu sorunun da giderilebilmesi için **İhtislaşmış Satış ve Pazarlama Kooperatifinin** kurulması doğru bir strateji olacaktır.

41- Ürünlerin satışında daha çok tahsilatta zorluklar yaşandığı sonucu çıkmış olmakla birlikte çok sayıda zorluk dile getirilmiştir. Ayrıca kaliteye yönelik fiyat uygulamasının olmaması, yüksek rekabet ortamında haksız rekabete yol açmakta ve bu durum da ürünlerin satışında önemli bir zorluk olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sorunun da giderilebilmesi için **İhtislaşmış Satış ve Pazarlama Kooperatifinin** kurulması doğru bir strateji olacaktır.

42- Ürünlerin nakledilmesinde sorun yaşanmıyor diyen firmaların oranı %40 ın üzerinde olmakla birlikte sektörle ilgili taşıma standardının olmaması, hatalı ambalajlama, ihtiyaç duyulduğu anlarda uygun araçların bulunmaması, yüksek ücret istenmesi gibi zorluklar dile getirilmiştir.

Sektör için ürünlere uygun taşıma standardının geliştirilmesi ve bu dökümanın tüm taşıma şirketlerine dağıtılması gerekmektedir.

BÖLÜM 18: YALOVA BÖLGESİ KALKINMA / KÜMELENME PROJESİ ANKETİ



MULTI CONSULTING

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.

EYLÜL 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 arttırılması
- 5- İhracat yapabileceğiniz ülkeleri tespit etmek ve ihracatınızı arttırmak
- 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 tabii şirket
- Merkez şirket

1.5 Lütfen şirketteki pozisyonunuzu açıklayınız.

- CEO
- İdari Müdür
- Ortak
- Kurucu
- Başka, lütfen belirtiniz

1.6 Lütfen yaşınızı belirtiniz: _____

1.7 Lütfen doğum yerinizi belirtiniz.....

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

1.9 Lütfen eğitiminizi belirtiniz.

- İlkokul
- Ortaokul
- Lise
- Üniversite
- Başka, lütfen belirtiniz

1.10 Lütfen derecesini aldığınız bilim dalını belirtiniz.

- Doğal Bilimler (örneğin; ziraat, biyoloji, kimya,...)
- Ekonomi / İşletme

- Mühendislik
 Başka, lütfen belirtiniz

Bölüm 2: Firma Bilgisi

2.1 Firmanız başka bir firmaya ait bir firma mıdır?

- Evet
 Hayır

2.2 Lütfen firmanızın yasal statüsünü belirtiniz.

- Özel Şahıs şirketi
 Özel Limitet
 Özel Anonim şirket
 Kamu Limitet
 Başka, lütfen belirtiniz

2.3 Firmanızın Başka illerde faaliyeti varsa lütfen belirtiniz

Bölüm 3: Üretim Bilgisi

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

Dış mekan bitkileri

Ağaçlar :

Yapraklılar

İbreliler

Çalılar

Yer örtücüler

Sarılıcılar

Mevsimlikler

İç mekan bitkileri

Kesme Çiçek

Çiçek soğanları

Diğer, lütfen belirtiniz.....

3.2 Lütfen firmanızın üretim yaptığı alanların büyüklüklerini yazınız ?

Kapalı Alan (m2):.....

Açık Alan (m2):.....

3.3 Lütfen üretim yaptığınız alanlarda uygulanan sulama yöntemlerini ve sorunlarınızı varsa belirtiniz.

Kapalı Alan : _____

Açık Alan : _____

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

Kapalı Alan : _____

Açık 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 ürettiği ürünleri ve yıllık adetlerini yazınız.

1- _____

2- _____

3- _____

4- _____

5- _____

6- _____

7- _____

8- _____

9- _____

10- _____

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

1- _____

2- _____

3- _____

4- _____

5- _____

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

1- _____

2- _____

3- _____

4- _____

5- _____

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

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

3.15 Size göre firmanızın ortaya çıkardığı yeni bir ürün ve üretim tekniği Yalova' da sektörünüze nasıl yansır?

- Çok etkisiz olur
- Etkisiz olur
- Etkisi olmaz
- Etkisi olur
- Çok etkisi olur

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

- Çok etkisiz olur
- Etkisiz olur
- Etkisi olmaz
- Etkisi olur
- Çok etkisi olur

3.17 Firmanız üretim girdilerini hangi coğrafi bölgeden yüzde kaçını sağlamaktadır?

- | | Yüzde(%) |
|---|------------------|
| <input type="radio"/> Bulduğunuz Yalova İlçesinden | _____ (tahminen) |
| <input type="radio"/> Yalova geneli | _____ (tahminen) |
| <input type="radio"/> Marmara 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 mühendislerin sayısını ve yüzdesini belirtiniz.

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

..... kişi % 20 den fazla

4.2 Lütfen firmanızda Yüksek Lisans Derecesine sahip çalışanların sayısını ve yüzdesini belirtiniz.

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

4.3 Lütfen firmanızda Doktora Derecesine sahip çalışanların sayısını ve yüzdesini belirtiniz.

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

4.4 Lütfen firmanızda çalışan teknisyenlerin sayısını ve yüzdesini belirtiniz.

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

4.5 Lütfen firmanızda çalışan vasıfsız işçi sayısını ve yüzdesini belirtiniz.

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

4.6 Firmanızdaki elemanların yüzde kaçını aşağıdaki eğitim düzeyindedir?

Yüzde(%)

- İlkokul -----
- Ortaokul -----
- Lise -----
- Lisans -----

- Yüksek Lisans -----
 Doktora -----
 Başka -----

4.7 Lütfen firmanızdaki eleman sayısı için uygun aralığı seçiniz.

- | SABİT | GEÇİCİ |
|--|--|
| <input type="radio"/> 1-3 | <input type="radio"/> 1-5 |
| <input type="radio"/> 3-5 | <input type="radio"/> 6-10 |
| <input type="radio"/> 5-10 | <input type="radio"/> 11-15 |
| <input type="radio"/> 10-15 | <input type="radio"/> 15-20 |
| <input type="radio"/> 15-20 | <input type="radio"/> 21-25 |
| <input type="radio"/> 20-30 | <input type="radio"/> 26-35 |
| <input type="radio"/> 30-40 | <input type="radio"/> 36-50 |
| <input type="radio"/> 50 ve daha fazlası | <input type="radio"/> 50 ve daha fazlası |

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

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

4.9 Lütfen Kalifiye eleman temininde yaşadığınız beş zorluğu yazınız.

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

4.10 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 anlaşmaların sayısını belirtiniz.

- Yok (Soru 5.6 ya geçiniz)
- 1 - 2
- 3 - 5
- 6 - 10
- 11 - 15
- 15 den fazlası

5.2 Lütfen firmanızın **son 5 yılda** yurtdışındaki firmalarla yaptığı anlaşmaların TL cinsinden toplamını belirtiniz.

İthalat	İhracat
<input type="radio"/> 100.000 TL den az	<input type="radio"/> 100.000 TL den az
<input type="radio"/> 100.000 – 500.000 TL	<input type="radio"/> 100.000 – 500.000 TL
<input type="radio"/> 500.000 – 1 milyon TL	<input type="radio"/> 500.000 – 1 milyon TL
<input type="radio"/> 1 milyon – 2 milyon TL	<input type="radio"/> 1 milyon – 2 milyon TL
<input type="radio"/> 2 milyon – 5 milyon TL	<input type="radio"/> 2 milyon – 5 milyon TL
<input type="radio"/> 5 milyon – 7.5 milyon TL	<input type="radio"/> 5 milyon – 7.5 milyon TL
<input type="radio"/> 7.5 milyon – 10 milyon TL	<input type="radio"/> 7.5 milyon – 10 milyon TL
<input type="radio"/> 10 milyon – 20 milyon TL	<input type="radio"/> 10 milyon – 20 milyon TL
<input type="radio"/> 20 milyon TL ve yukarısı	<input type="radio"/> 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 firmanızın **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

- zarar
- ne zarar, ne kar
- kar

2017

- zarar
- ne zarar, ne kar
- kar

5.13 Lütfen firmanızın **son 5 yılda** yurtdışındaki süs bitkilerindeki kümelerle 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 kümelerle yaptığı anlaşmaların TL cinsinden toplamını belirtiniz.

- 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 kümelerle yaptığı anlaşmaların TL cinsinden değerini 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

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

- Azaldı
- Aynı Kaldı
- Arttı

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

- Azaldı
- Aynı Kaldı
- Arttı

5.18 Firmanızın yurt dışında Ekonomi Bakanlığı Devlet desteklerinden yararlanarak şubelerini 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?

- | | | |
|---|----------------------------|-----------------------------|
| <input type="radio"/> Firmalar | <input type="radio"/> Evet | <input type="radio"/> Hayır |
| <input type="radio"/> Üniversiteler | <input type="radio"/> Evet | <input type="radio"/> Hayır |
| <input type="radio"/> Araştırma kuruluşları ile | <input type="radio"/> Evet | <input type="radio"/> Hayır |
| <input type="radio"/> Kamu kuruluşları | <input type="radio"/> Evet | <input type="radio"/> Hayır |
| <input type="radio"/> Diğer_____ | <input type="radio"/> Evet | <input type="radio"/> Hayır |

6.3 Ortaklık anlaşmalarınızın yaklaşık sayısı nedir?

- | | |
|---|-------|
| <input type="radio"/> Firmalar | _____ |
| <input type="radio"/> Üniversiteler | _____ |
| <input type="radio"/> Araştırma kuruluşları ile | _____ |
| <input type="radio"/> Kamu kuruluşları | _____ |
| <input type="radio"/> Diğer_____ | _____ |

6.4 Lütfen ortaklıkları yüzde olarak ve yer olarak belirtiniz.

	Yalova	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.

	Yalova	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) Yalova'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 resmi olmayan ortaklıkları var mı?

Biz resmi olmayan ortaklıklar ile kişiler ya da firmalar ile kurulan ve resmi kontrat içermeyen ilişkileri tanımlıyoruz.

- Evet
 Hayır (lütfen 6.15 e geçiniz)

6.9 Lütfen resmi olmayan ortaklıklarınızın yapısını belirtiniz.

Bizim firmamızın resmi olmayan ortaklıkları:

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

6.10 Firmanızın aşağıdakilerle resmi olmayan ortaklıkları 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 resmi olmayan ortaklık 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 resmi olmayan ortaklıklarınızın coğrafi yerini yüzde olarak belirtiniz.

	Yalova	İstanbul	Ankara	İzmir	Başka, lütfen 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	_____	_____	_____	_____	_____
Toplam	_____	_____	_____	_____	_____

6.13 Firmanızın aşağıdakilerle hangi yollardan kontak kurduğunu belirtiniz.

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

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

	Proje	Program	Alınan Destek
O Meslek Yüksek Okulları	_____	_____	_____
O Üniversiteler	_____	_____	_____
O STK lar	_____	_____	_____
O Başka, _____ (belirtiniz)	_____	_____	_____

6.15 Bölgenizde ürünlerinizin sergilenmesi için ihtiyaç duyulan kendinize ait Show-room var mı?

Var

Yok

6.16 Bölgenizde ürünlerinizin sergilenmesi için ihtiyaç duyulan ortak Show-room var mı?

Var

Yok

6.17 Bölgenizde ürünlerinizin sergilenmesi için ortak Show-room kurulmasını ister misiniz?

Evet

Hayır

Bölüm 7: Üyelikler

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

Aidatlar

- | | | |
|---------------------------------------|-----------------------|---------------|
| 1- SÜSBİR | <input type="radio"/> | _____ |
| 2- Gıda Tarım Hayvancılık İl-İlçe Md. | <input type="radio"/> | _____ |
| 3- Ziraat Odası | <input type="radio"/> | _____ |
| 4- Ticaret Odası | <input type="radio"/> | _____ |
| 5- Yerel Birlik | <input type="radio"/> | _____ |
| 6- Yerel Dernek | <input type="radio"/> | _____ |
| 7- Yerel Kooperatif | <input type="radio"/> | _____ |
| 8- Esnaf odaları | <input type="radio"/> | _____ |
| 9- Diğer Üyelik :..... | | _____ |
| 10- Hiçbir kuruma üye değilim | <input type="radio"/> | 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 **Yalova** 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 rakip 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 Yalova içerisinde sizin ürününüze rakip 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 rakip 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

8.6 Türkiye içerisinde aşağıdaki süreçlere rakip kaç firma var?

Rakip Firma Sayısı

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

8.7 Yalova içerisinde aşağıdaki süreçlere rakip kaç firma var?

Rakip Firma Sayısı

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

8.8 Bulduğunuz İlçe içerisinde aşağıdaki süreçlere rakip kaç firma var?

Rakip Firma Sayısı

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

Bölüm 9: Sertifikalar ve Marka

9.1 Firmanızın kalite sertifikaları var mı? Evet Hayır

9.2 Firmanızın sahip olduğu sertifika sayısını belirtiniz.

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

9.3 Firmanız aşağıdaki sertifikalardan hangisi ya da hangilerine sahiptir?

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

9.4 Firmanızın içinde bulunduğu sektörde marka olabilme kolaylığı sizce nedir?

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

9.5 Firmanızın son 10 yıl içerisinde aldığı ürün kalite belgesi sayısı nedir?

- 1 den az
- 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.

- 1 den az
- 1 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.

- 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?

- 1 den az
- 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 araçları ve tiplerini yazınız.

- 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-
- 8-

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

- Çok zayıf
- Zayıf
- Orta
- İyi
- Çok iyi

16.5 İşe yeni aldığınız teknik eleman mesleki bilgi düzeyi nasıl ?

- Çok zayıf
- Zayıf
- Orta
- İyi
- Çok iyi

Bölüm 17. Üretim/Tedarik ve Satış Süreçleri

17.1 Lütfen İş yerinize Yalova bölgesinden aldığınız üretim için gerekli malzemeleri yazınız?

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

17.2 Lütfen İş yerinize Yalova bölgesi dışından aldığınız üretim için gerekli malzemeleri yazınız?

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

17.3 Lütfen İş yerinize Yurtdışından aldığınız üretim için **gerekli malzemeleri ve Ülkeleri** yazınız?

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

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

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

17.5 İş yerinize üretim için aldığınız malzemelerin fiyatları sizce nasıl?

Soru 17.1 deki malzemeler için

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/> Çok uygun	<input type="radio"/> Çok uygun	<input type="radio"/> Çok uygun	<input type="radio"/> Çok uygun	<input type="radio"/> Çok uygun	<input type="radio"/> Çok uygun	<input type="radio"/> Çok uygun
<input type="radio"/> Uygun	<input type="radio"/> Uygun	<input type="radio"/> Uygun	<input type="radio"/> Uygun	<input type="radio"/> Uygun	<input type="radio"/> Uygun	<input type="radio"/> Uygun
<input type="radio"/> Orta	<input type="radio"/> Orta	<input type="radio"/> Orta	<input type="radio"/> Orta	<input type="radio"/> Orta	<input type="radio"/> Orta	<input type="radio"/> Orta
<input type="radio"/> Uygun Değil	<input type="radio"/> Uygun Değil	<input type="radio"/> Uygun Değil	<input type="radio"/> Uygun Değil	<input type="radio"/> Uygun Değil	<input type="radio"/> Uygun Değil	<input type="radio"/> Uygun Değil
<input type="radio"/> Pahalı	<input type="radio"/> Pahalı	<input type="radio"/> Pahalı	<input type="radio"/> Pahalı	<input type="radio"/> Pahalı	<input type="radio"/> Pahalı	<input type="radio"/> Pahalı
<input type="radio"/> Çok pahalı	<input type="radio"/> Çok pahalı	<input type="radio"/> Çok pahalı	<input type="radio"/> Çok pahalı	<input type="radio"/> Çok pahalı	<input type="radio"/> Çok pahalı	<input type="radio"/> Çok pahalı

Soru 17.2 deki malzemeler için

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/> Çok uygun	<input type="radio"/> Çok uygun	<input type="radio"/> Çok uygun	<input type="radio"/> Çok uygun	<input type="radio"/> Çok uygun	<input type="radio"/> Çok uygun	<input type="radio"/> Çok uygun
<input type="radio"/> Uygun	<input type="radio"/> Uygun	<input type="radio"/> Uygun	<input type="radio"/> Uygun	<input type="radio"/> Uygun	<input type="radio"/> Uygun	<input type="radio"/> Uygun
<input type="radio"/> Orta	<input type="radio"/> Orta	<input type="radio"/> Orta	<input type="radio"/> Orta	<input type="radio"/> Orta	<input type="radio"/> Orta	<input type="radio"/> Orta
<input type="radio"/> Uygun Değil	<input type="radio"/> Uygun Değil	<input type="radio"/> Uygun Değil	<input type="radio"/> Uygun Değil	<input type="radio"/> Uygun Değil	<input type="radio"/> Uygun Değil	<input type="radio"/> Uygun Değil
<input type="radio"/> Pahalı	<input type="radio"/> Pahalı	<input type="radio"/> Pahalı	<input type="radio"/> Pahalı	<input type="radio"/> Pahalı	<input type="radio"/> Pahalı	<input type="radio"/> Pahalı
<input type="radio"/> Çok pahalı	<input type="radio"/> Çok pahalı	<input type="radio"/> Çok pahalı	<input type="radio"/> Çok pahalı	<input type="radio"/> Çok pahalı	<input type="radio"/> Çok pahalı	<input type="radio"/> Çok pahalı

Soru 17.3 deki malzemeler için

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/> Çok uygun	<input type="radio"/> Çok uygun	<input type="radio"/> Çok uygun	<input type="radio"/> Çok uygun	<input type="radio"/> Çok uygun	<input type="radio"/> Çok uygun	<input type="radio"/> Çok uygun
<input type="radio"/> Uygun	<input type="radio"/> Uygun	<input type="radio"/> Uygun	<input type="radio"/> Uygun	<input type="radio"/> Uygun	<input type="radio"/> Uygun	<input type="radio"/> Uygun
<input type="radio"/> Orta	<input type="radio"/> Orta	<input type="radio"/> Orta	<input type="radio"/> Orta	<input type="radio"/> Orta	<input type="radio"/> Orta	<input type="radio"/> Orta
<input type="radio"/> Uygun Değil	<input type="radio"/> Uygun Değil	<input type="radio"/> Uygun Değil	<input type="radio"/> Uygun Değil	<input type="radio"/> Uygun Değil	<input type="radio"/> Uygun Değil	<input type="radio"/> Uygun Değil
<input type="radio"/> Pahalı	<input type="radio"/> Pahalı	<input type="radio"/> Pahalı	<input type="radio"/> Pahalı	<input type="radio"/> Pahalı	<input type="radio"/> Pahalı	<input type="radio"/> Pahalı
<input type="radio"/> Çok pahalı	<input type="radio"/> Çok pahalı	<input type="radio"/> Çok pahalı	<input type="radio"/> Çok pahalı	<input type="radio"/> Çok pahalı	<input type="radio"/> Çok pahalı	<input type="radio"/> Çok pahalı

17.6 İş yerinizde ürettiğiniz ürünlerin pazarlamasını hangi kanallarla yapıyorsunuz?

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

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.

- Çok uygun
- Uygun
- Orta
- Uygun Değil
- Pahalı
- Çok pahalı