

Geliş Tarihi: 28.08.2006

## **Bartın İli KOBİ (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler) Niteliğindeki Orman Endüstri İşletmelerinin Sosyo- Ekonomik Özellikleri**

● **Prof. Dr. Selman KARAYILMAZLAR**  
**Arş. Gör. Dr. Yıldız ÇABUK**  
**Ayşin AŞKIN**  
ZKÜ Bartın Orman Fak., Orman End. Müh. Bölümü, BARTIN

### **ÖZET**

Bu araştırmada, Bartın ilindeki 328 adet KOBİ niteliğindeki orman endüstri işletmelerinin sosyo-ekonomik özelliklerini ortaya çıkarmak için anket çalışması uygulanmıştır. Basit tesadüfi örnekleme yöntemiyle toplam 75 işletmede gerçekleştirilen anket sonucu elde edilen bulgular tablo ve grafik olarak düzenlenmiş, konuya ilişkin analizler yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre belirlenen sosyo-ekonomik problemler ve çözüm önerileri sonuç olarak verilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Bartın, Orman endüstri işletmeleri, Sosyo-Ekonomik analiz

## **Social and Economical Characteristics of Forest Products Enterprises Classified as Small and Medium Sized in the Vicinity of Bartın**

### **ABSTRACT**

In this study, a survey study was carried out in order to determine the social and economical characteristics of 328 small and medium sized forest products enterprises. The results of the survey, which was applied according to random sampling method to 75 enterprises, was tabulated and graphics were presented and related analyses were carried out. The social and economical problems and suggestions were made according to the results of the analyses and given as a conclusion.

**Key words:** Bartın, Forest products enterprises, Social-Economical analyses

## 1. GİRİŞ

Ülkelerin kalkınmasında en önemli paya sahip olan küçük ve orta ölçekli sanayi işletmeleri sosyal, ekonomik, coğrafik, kültürel yapı ve kalkınma düzeyleri farklı olan ülkelerde istihdam, teşebbüs, üretim kriterleri açısından ortak bir paya sahip olarak ülke ekonomilerinde çok önemli yere sahiptir. Batılı ekonomilerde olduğu gibi Türkiye’de de istihdam, üretim, kaynakların etkin şekilde değerlendirilmesi ve bölgeler arası dengesizliğin giderilmesi konularında KOBİ’lerin etkisi oldukça fazladır. KOBİ’ler sanayi, üretim hacmi, istihdam ve katma değer yönünden Türkiye ekonomisinde büyük önemi vardır. Ancak bu işletmelerin yapısal ve karakteristik özelliklerinden gelen bir dizi sorunları mevcuttur. Bu sorunların çözümü için yapılacak her türlü girişim, Türkiye ekonomisinin kalkınmasında sanayi kesiminin rolünü artıracaktır. Diğer taraftan, dünya ekonomisinde giderek artan rekabet ve bütünleşme ekonomik hayatı derinden etkilemektedir. Bu nedenle, ekonomik ve sosyal gelişim içerisinde olan Türkiye’de, işletmelerin dünyadaki gelişimleri izleyerek bunlara uyum sağlaması gerekmektedir.

Bu çalışmada, Bartın ilindeki KOBİ niteliğindeki orman endüstri işletmelerinin sosyo-ekonomik özellikleri araştırılarak sorunları belirlenmiş ve çözüm önerileri sunulmuştur.

## 2. MATERYAL ve METOT

Bartın ilinde imalat sanayi içerisinde yer alan, orman ürünleri sanayisi dalında faaliyet gösteren küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin sosyo-ekonomik yapılarının belirlenmesi amacıyla yapılan bu çalışma kapsamında kullanılacak olan işletme verileri başlıca şu kaynaklardan elde edilmiştir. Bartın Ticaret ve Sanayi Odası, Bartın Orman İşletme Müdürlüğü, Bartın Esnaf ve Sanatkarlar Odası, Bartın Marangoz ve Mobilyacılar Odası Kayıtları. Bu alanda yapılan çalışmaların yanı sıra DİE, DPT, MPM, KOSGEB, TESAR, TOBB verilerinden yararlanılmıştır. Orman ürünleri sanayisi dalında faaliyet gösteren küçük ve orta ölçekli işletmelerin tümü özel sektöre aittir. Çalışma alanı Merkez ilçe, Ulus ve Amasra olarak belirlenmiştir. Araştırma bölgesi olarak seçilen Bartın ili merkez ve ilçelerde bulunan orman ürünleri sanayisi ile ilgili işletmelerin sayısı 328 olarak belirlenmiştir. Buna göre bu işletmelerin kaçına anket uygulanması gerektiği;

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{N \cdot D^2 + Z^2 \cdot P \cdot Q} \quad \text{formülü kullanılarak hesaplanmıştır.}$$

n: örnek büyüklüğü

Z: güven katsayısı

N: ana kütle büyüklüğü

P: ölçmek istenilen özelliğin ana kütlede bulunma ihtimali (çalışma çok amaçlı olduğu için bu oran % 50 alınmıştır).

Q: 1-P

D: kabul edilen örnekleme hatası (çalışma için % 10'luk bir örnekleme hatası öngörülmüştür) Böylece örnek büyüklüğü ;

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 328 \cdot 50 \cdot 50}{328 \cdot 10^2 + 1,96^2 \cdot 50 \cdot 50} \cong 74,2 = 75$$

Örnekleme yöntemi sonucunda belirlenen örnek büyüklüğü göz önüne alınarak bütün işletmelerin anket kapsamına girme ihtimalinin eşit olduğu basit tesadüfi örnekleme yöntemi uygulanmıştır.

Bartın ili küçük ve orta ölçekli orman ürünleri sanayi işletme yapılarının belirlenmesi amacıyla il ve ilçe alanlarında 75 adet orman endüstri işletmesinde 43 sorudan oluşan anket formu doldurulmuştur. Yöneltilen soruların basit, kısa ve anlaşılabilir olmasına dikkat edilmiştir. Bazı sorular seçenekli cevaplar ile sorularak işyerleri hakkında elde edilen bilgilerin daha düzenli ve analizlerin daha anlaşılır olarak yapılmasına çalışılmıştır.

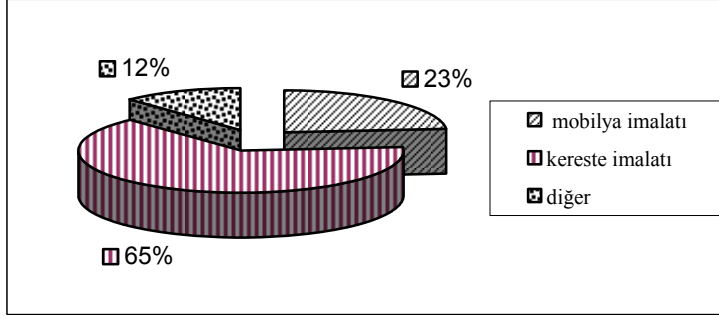
### 3. BULGULAR

Bartın ili küçük ve orta ölçekli orman ürünleri sanayi işletmelerinde gerçekleştirilen bu çalışmada, tespit edilen işyeri sayıları faaliyet alanlarına göre Tablo 1'de gösterilmiştir:

Tablo 1. Çalışma alanını oluşturan işyerlerinin faaliyet alanlarına göre dağılımı

Faaliyet alanları	Kereste	Mobilya	Diğer	Toplam
Merkez ilçeler	212	77	39	328
Oran %	65	23	12	100

328 işyeri içerisinde yapılan yüzdesel ortalama sonucunda Bartın ilindeki küçük ve orta ölçekli orman ürünleri sanayi işletmelerinin 212'si (% 65) kereste, 77'si (% 23) mobilya, 39'u (% 12) diğer alanlarında faaliyet göstermektedir (Şekil 1).



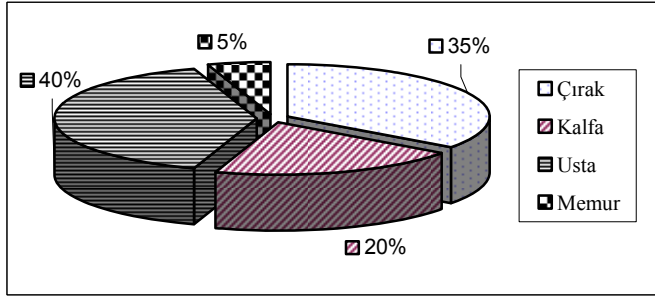
Şekil 1. Çalışma alanındaki işletmelerin yüzdesel dağılımı

İşyerlerinde belirlenen çalışanların nitelikleri, işyeri büyüklüğüne göre Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. Çalışanların niteliklerine göre sınıflandırma

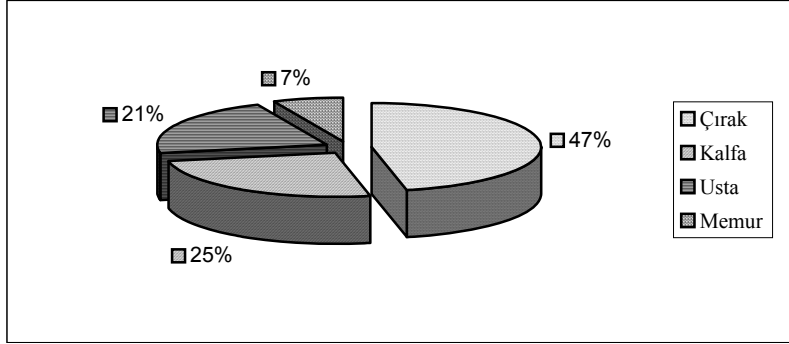
Çalışan sayısı	Çırak	Kalfa	Usta	Memur	Toplam	Oran %
0-4	72	41	82	10	205	39.34
5-8	50	27	23	7	107	20.53
9-13 ±	69	64	76	-	209	40.11
Toplam	191	132	181	17	521	100

Şekil 2’de görüldüğü gibi 0-4 kişi çalıştıran işletmelerde en fazla payı % 40 oranla usta almıştır. İşletmeler düşük kapasite ve az sermaye ile çalıştırdıklarından bu oran yüksek bulunmuştur.



Şekil 2. İşletmelerde 0-4 kişi çalışanların yüzdesel dağılımı

Şekil 3’de 5-8 kişi çalıştıran işletmelerde çırak oranı artarken, usta oranı azalmıştır. Bu işletmelerde eleman istihdamı, 0-4 kişi çalıştıran işletmelere göre arttığı için usta oranı azalmıştır.

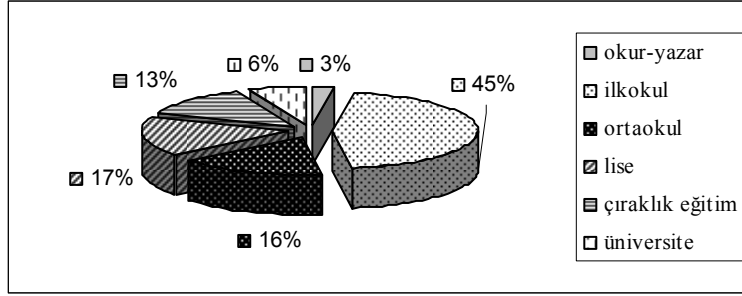


Şekil 3. İşletmelerde 5-8 kişi çalıştıran yüzdesel dağılımı

Bartın ili küçük ve orta ölçekli orman ürünleri sanayi işletmelerinde çalışanların eğitim seviyelerinin tespiti amacıyla yapılan anket sonucuna göre çalışanların %3’ünün okur-yazar, %45’inin ilkokul mezunu, % 16’sının ortaokul mezunu, %17’sinin lise mezunu, %13’ünün çıraklık eğitim mezunu, %6’sının üniversite mezunu olduğu belirlenmiştir (Tablo 3, Şekil 4).

Tablo 3. İşletmelerinde çalışanların eğitim durumları

Eğitim durumu	Okur-yazar	İlkokul mezunu	Ortaokul mezunu	Lise mezunu	Çıraklık eğitim mezunu	Üniversite mezunu	Top.
Çalışan Sayısı	14	251	91	92	72	35	555
Oran %	3	45	16	17	13	6	100

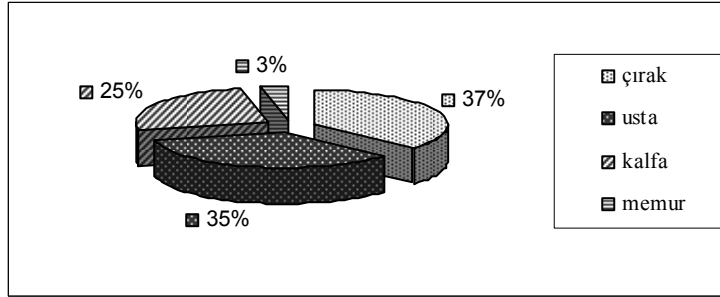


Şekil 4. İşletmelerde çalışanların eğitim durumlarının yüzdesel dağılımı

Tablo 4 ve Şekil 5’de görüldüğü gibi çalışmaya katılan işletmelerin % 37’si çırak, % 25’i kalfa, % 35’i usta, % 3’ü memurdur.

Tablo 4. İşletmelerde nitelikli çalışan sayılarının statülerine göre durumu

Nitelikli çalışanlar	Çırak	Kalfa	Usta	Memur
Çalışanların sayısı	191	132	181	17
Oran %	37	25	35	3

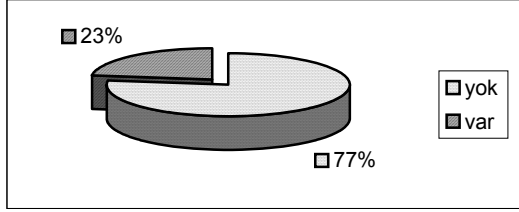


Şekil 5. Çalışma alanını oluşturan işletmelerde nitelikli çalışanların dağılımı

Tablo 5’de gösterildiği gibi Bartın ili küçük ve orta ölçekli orman ürünleri sanayi işletmelerinin % 77’si teknik eleman tedariki ile ilgili problem yaşamazken, % 23’ü problem yaşamaktadır.

Tablo 5. İşletmelerin teknik eleman tedariki ile ilgili problemleri dağılımı

Problem	Yok	Var	Toplam
İşletme sayısı	58	17	75
Oran (%)	77	23	100

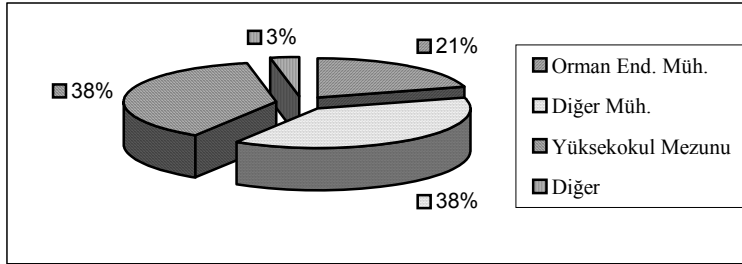


Şekil 6. İşletmelerin teknik eleman tedariki ile ilgili problemlerinin dağılımı

Ankete katılan işletmelerde çalışan teknik eleman sayıları ise Şekil 7’de gösterildiği gibi işletmelerin %21’inde orman endüstri mühendisi veya ağaç işleri endüstri mühendisi, %38’inde diğer mühendisler, %38’unda yüksek okul mezunu teknik elemanlar, %3’ünde diğer teknik elemanlar şeklindedir.

Tablo 6. İşletmelerde çalışan teknik eleman ve sayıları

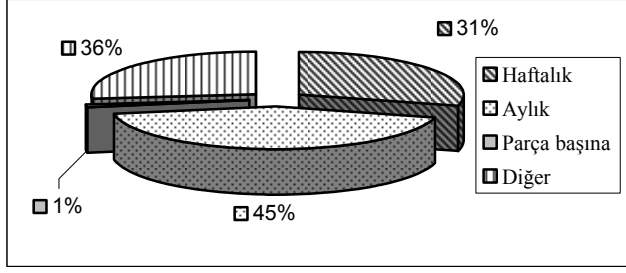
Teknik Eleman	Orm. End. Müh./ Ağaç İşleri End. Müh.	Diğer Mühendisler	Yüksek Okul Mezunu Teknik Elemanlar	Diğer	Toplam
Sayı	7	13	13	1	34
Oran %	21	38	38	3	100



Şekil 7. İşletmelerde çalışan teknik eleman sayılarının yüzdesel dağılımı

Tablo 7. İşletmelerde ücretle çalışanlara ödeme şekli

Ücret ile çalışanlara ödeme şekli	Haftalık	Aylık	Parça Başına	Diğer
İşletme sayısı	23	34	1	21
Oran (%)	30.66	45.33	1.33	36

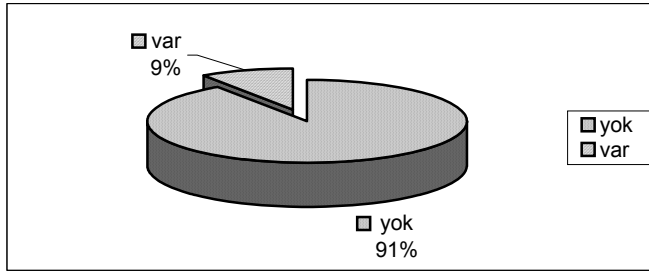


Şekil 8. Çalışanlara ücret ödeme şeklinin yüzdesel dağılımı

Şekil 8’de görüldüğü gibi ücret ile çalışanlara ödeme şeklini işletmelerin % 30.66’sı haftalık, % 45.33’ü aylık, % 1.33’ü parça başına, % 36’si diğer biçimde yapmaktadır.

Tablo 8. İl dışından istihdam sağlayan işletme sayısı

İşletmelere çalışmak için il dışından gelen	Yok	Var	Toplam
İşletme sayısı	68	7	75
Oran (%)	91	9	100



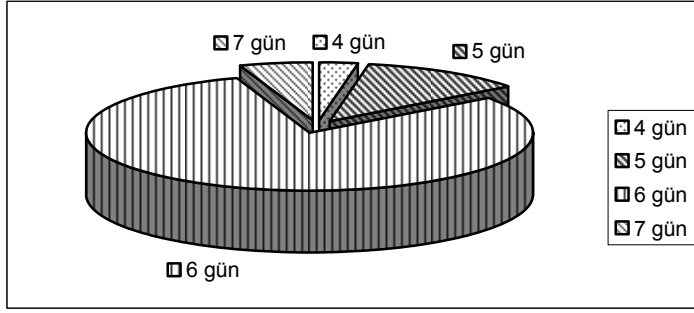
Şekil 9. İl dışından istihdam sağlayan işletme sayısının dağılımı

Tablo 9’den anlaşıldığı gibi işletmelere çalışmak için il dışından gelenlerin oranı % 9, ilden gelenlerin oranı % 91’dir.

Tablo 9. İşletmelerinde haftada çalışılan gün sayısı

Gün sayısı	4 gün	5 gün	6 gün	7 gün	Toplam
İşletme sayısı	2	9	60	4	75
Oran (%)	3	12	80	5	100

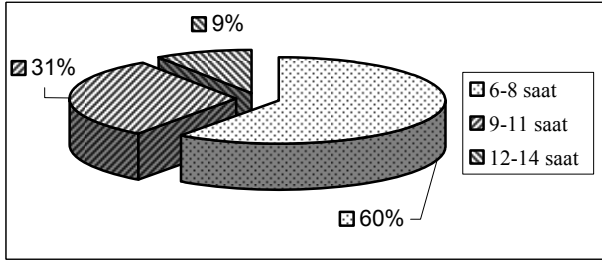




Şekil 10. İşletmelerde haftada çalışılan gün sayısının yüzdesel dağılımı

Tablo 10. İşletmelerde günde ortalama çalışılan saat

Günde ortalama çalışılan saat	6-8 saat	9-11 saat	12-14 saat	Toplam
İşletme sayısı	45	23	7	75
Oran (%)	60	31	9	100



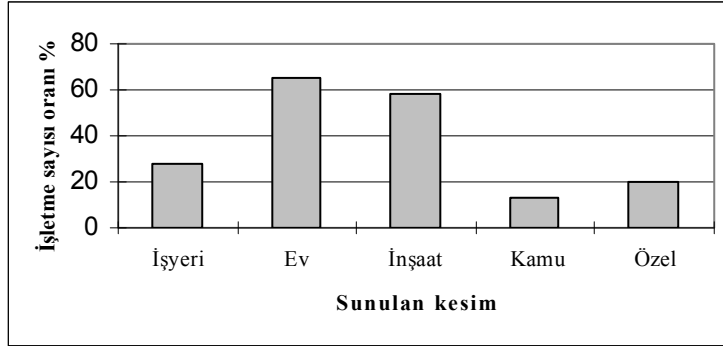
Şekil 11. İşletmelerde günde ortalama çalışılan saatin yüzdesel dağılımı

Tablo 11. İşletmelerde üretilen ürünlerin sunulduğu kesimler

Sunulan kesim	İşyeri	Ev	İnşaat	Kamu	Özel
İşyeri sayısı	21	49	44	10	15
Oran %	28	65.33	58.66	13.33	20

Yapılan anket sonucuna göre işletmelerin % 3'ünde 4 gün, % 12'sinde 5 gün, % 80'inde 6 gün, % 5'inde 7 gün çalışıldığı görülmektedir. Şekil 11'de görüldüğü gibi işletmelerde günde ortalama çalışılan saatin tespitine yönelik olarak sorulan soruda ankete katılan işletmelerin % 60'ının 6-8 saat, % 31'inin 9-11 saat, % 9'unun 12-

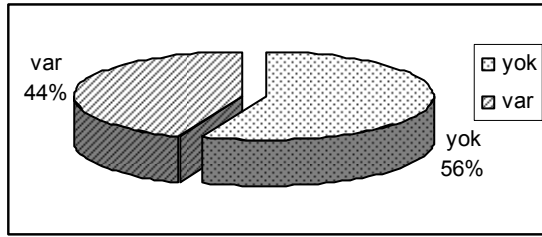
14 saat çalıştığı belirlenmiştir. Faaliyette bulunan işletmelerin % 28'i işyerlerine, % 65.33'ü evlere, % 58.66'sı inşaatlara, % 13.33'ü kamuya ve % 20'si ise özel birimlere ürünlerini sunmaktadır.



Şekil 12. İşletmelerde ürünlerin sunulduğu kesimlerin yüzdesel dağılımı

Tablo 12. İşletmelerde pazarlama problemleri

Problem	Yok	Var	Toplam
İşletme sayısı	42	33	75
Oran (%)	56	44	100



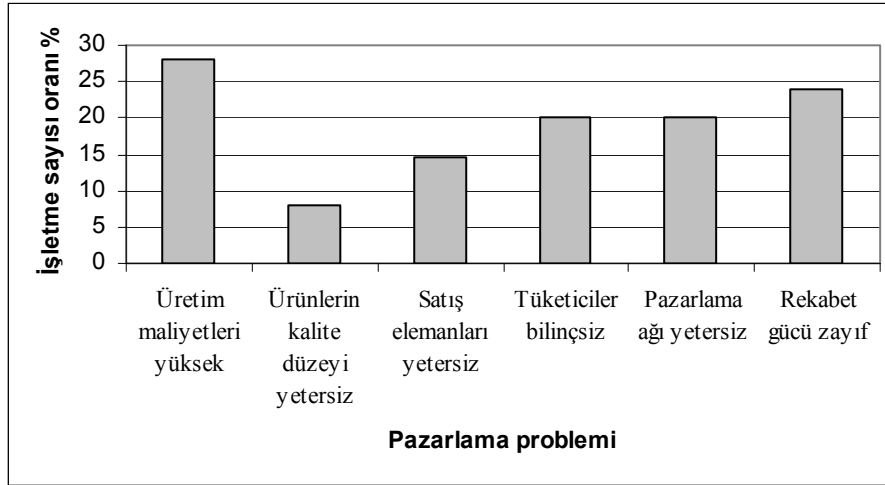
Şekil 13. İşletmelerin pazarlama problemlerinin yüzdesel dağılımı

Araştırma sonuçlarına göre işletmelerin % 56'sında pazarlama problemi yaşanırken, % 44'ünde bu problem görülmemektedir (Şekil 13). Ürünlerin pazarlanmasında yaşanan pazarlama problemlerinin önceliklerini Tablo 13'de görüldüğü gibi işletmelerin % 28'i üretim maliyetleri yüksek, % 8'i ürünlerin kalite düzeyi yetersiz, % 14.66'sı satış elemanları yetersiz, % 20'si tüketiciler bilinçsiz, % 20'si pazarlama ağı yetersiz ve % 24'ü rekabet gücü zayıf olarak açıklamışlardır.

Tablo 13. İşletmelerde pazarlama problemi öncelikleri

Problem	Üretim maliyetleri yüksek	Ürünlerin kalite düzeyi yetersiz	Satış elemanları yetersiz	Tüketiciler bilinçsiz	Pazarlama ağı yetersiz	Rekabet gücü zayıf
İşl. sayısı	21	6	11	15	15	18
Oran %	28	8	14.66	20	20	24

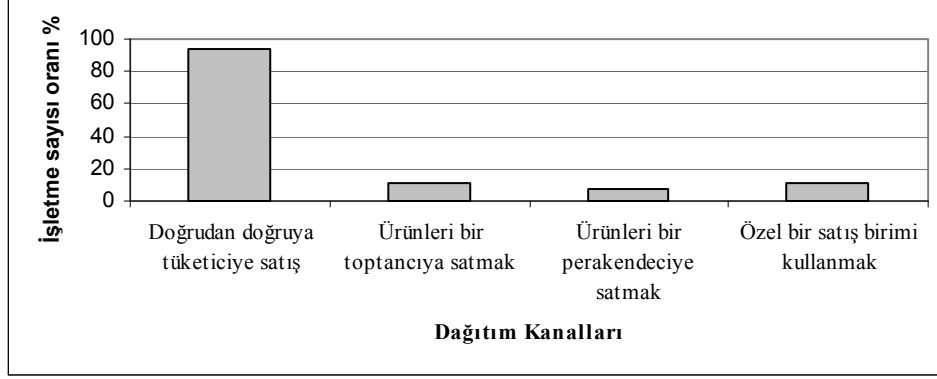
İşletmelerde üretilen ürünlerin pazarlanmasında yararlanılan üretim kanallarının tespitine yönelik olarak yapılan çalışmada işletmelerin % 93.33'ünde ürünlerin doğrudan doğruya tüketiciye, % 10.66'sında ürünlerin bir toptancıya, % 8'inde ürünlerin bir perakendeciye satıldığı ve % 10.66'sında da özel bir satış birimi kullanıldığı anlaşılmıştır. İşletmelerde üretilen ürünlerin pazarlanmasında yararlanılan üretim kanallarının tespitine yönelik olarak yapılan çalışmada işletmelerin % 93.33'ünde ürünlerin doğrudan doğruya tüketiciye, % 10.66'sında ürünlerin bir toptancıya, % 8'inde ürünlerin bir perakendeciye satıldığı ve % 10.66'sında da özel bir satış birimi kullanıldığı anlaşılmıştır.



Şekil 14. İşletmelerde pazarlama problemi önceliklerinin yüzdesel dağılımı

Tablo 14. Ürünlerin pazarlanmasında yararlanılan dağıtım kanalları

Dağıtım kanalları	Doğrudan doğruya tüketiciye satış	Ürünleri bir toptancıya satmak	Ürünleri bir perakendeciye satmak	Özel bir satış birimi kullanmak
İşletme sayısı	70	8	6	8
Oran %	93.33	10.66	8	10.66



Şekil 15. Ürünlerin pazarlanmasında dağıtım kanallarının yüzdesel dağılımı

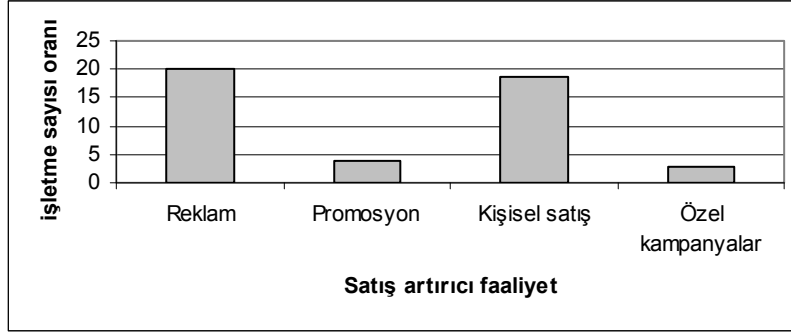
Yapılan anket sonuçlarından elde edilen bilgilere göre Bartın ili küçük ve orta ölçekli orman ürünleri sanayi işletmelerinin % 37'sinin ürünlerin pazarlanmasında satış artırıcı faaliyetlerde bulunurken, % 63'ünün böyle bir faaliyete bulunmadığı anlaşılmıştır (Tablo 15). Satış artırıcı faaliyetleri uygulama şeklini işletmelerin % 20'sinin reklam, % 4'ünün promosyon, % 18.66'sının kişisel satış, % 2.66'sının özel kampanyalar aracılığı ile yaptığı Tablo 16'da gösterilmiştir (Şekil 16).

Tablo 15. Ürünlerin pazarlanmasında satış artırıcı faaliyetlerin uygulanması

Faaliyet	Uygulanıyor	Uygulanmıyor	Toplam
İşletme sayısı	28	47	75
Oran (%)	37	63	100

Tablo 16. Ürünlerin pazarlanmasında uygulanan satış artırıcı faaliyetler

Satış artırıcı faaliyet	Reklam	Promosyon	Kişisel satış	Özel kampanyalar
İşletme sayısı	15	3	14	2
Oran%	20	4	18.66	2.66



Şekil 16. İşletmelerin satış artırıcı faaliyetlerin yüzdesel dağılımı

İşletmelerde satış artırıcı faaliyetler ile yıllık ciro arasındaki ilişkinin olduğu düşünülmektedir. Bu hipotez, Ki Kare Uygunluk Testi ile analiz edilmiştir.

$H_0$  : Satış artırıcı faaliyet ile yıllık ortalama ciro arasında bir fark yoktur.

$H_1$  : Satış artırıcı faaliyet ile yıllık ortalama ciro arasında bir fark vardır.

Hipotezlerle ilgili olarak yapılan hesaplamalarda hesaplanan değer ile tablo değeri rakamları tablo 17'de gösterildiği gibi gerçekleşmiştir:

Tablo 17. İşletmelerde satış artırıcı faaliyet uygulaması ile yıllık ortalama ciro arasındaki ilişki

Satış Artırıcı Faaliyet	İşletme sayısı	%
Uygulanıyor	28	37
Uygulanmıyor	47	63
Toplam	75	100

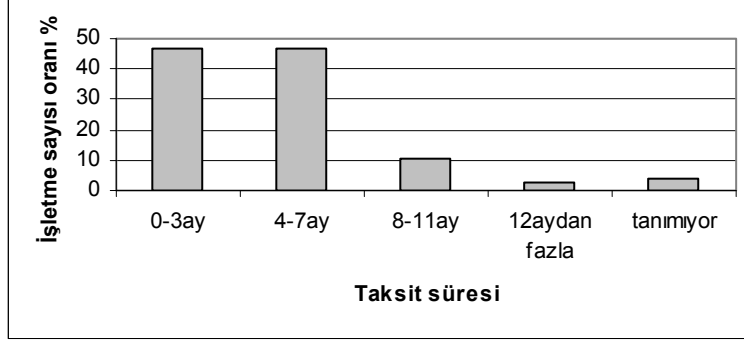
Hesaplanan ki kare değeri ( $X^2$ ) = 4.8 ( $p < 0.05$ ), Tablo değeri = 3.841

Analiz sonucu hesaplanan değer, Tablo değerinden büyük çıktığı için ( $4.8 > 3.841$ )  $H_0$  reddedilir. Yani, satış artırıcı faaliyet uygulanması işletmelerde yıllık ortalama ciroyu artırabilir.

Tablo 18. İşletmelerin tüketicilerine tanıdığı taksit süresi

Süre	0-3 ay	4-7 ay	8-11 ay	12 aydan fazla	Tanımlıyor
İşletme sayısı	35	35	8	2	3
Oran %	46.66	46.66	10.66	2.66	4

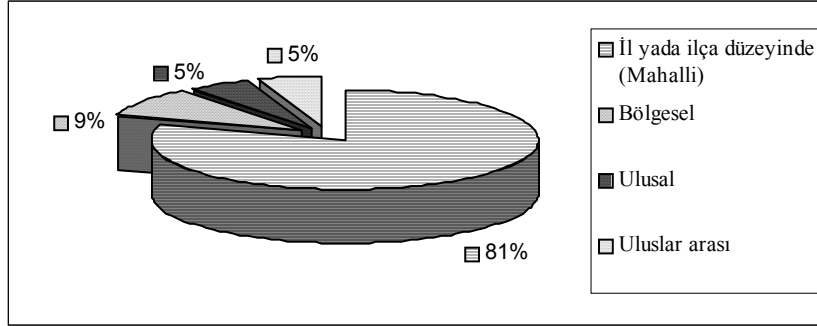
İşletmelerin tüketicilerine ne kadar taksit süresi tanıdığına ilişkin olarak verilen cevaplar doğrultusunda, ankete katılan işletmelerin % 46.66'sının 0-3 ay, % 46.66'sının 4-7 ay, % 10.66'sının 8-11 ay, % 2.66'sının 12 aydan fazla ve % 4'ünde herhangi bir taksit süresi tanımadığı tespit edilmiştir (Şekil 17).



Şekil 17. İşletmelerde tüketicilere tanınan taksit süresinin yüzdesel dağılımı

Tablo 19. İşletmelerinin yöneldiği pazar düzeyi

Pazar düzeyi	İl yada ilçe	Bölgesel	Ulusal	Uluslararası	Toplam
İşletme sayısı	60	7	4	4	75
Oran %	81	9	5	5	100

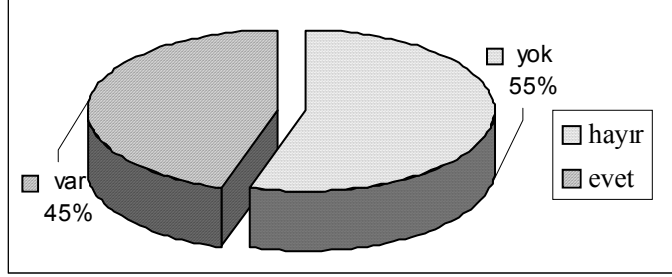


Şekil 18. İşletmelerinin yöneldiği pazar düzeyinin yüzdesel dağılımı

Tablo 19'da görüldüğü gibi ankete katılan işletmelerin % 81'i il yada ilçe, % 9'u bölgesel, % 5'i ulusal ve % 5'i de uluslararası pazar düzeyine sahiptir.

Tablo 20. İşletmelerin ileriye yönelik yatırım planlarının varlığı

İleriye yönelik yatırım planı	Var	Yok	Toplam
İşletme sayısı	34	41	75
Oran (%)	45	55	100

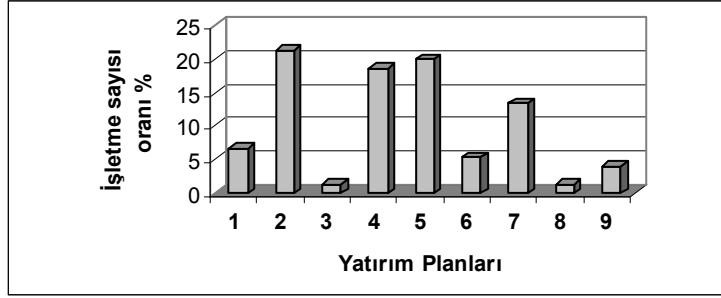


Şekil 19. İşletmelerin ileriye yönelik yatırım planları varlığının dağılımı

İşletmelerin ileriye yönelik yatırım planlarının olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan çalışmada işletmelerin % 45'inin ileriye yönelik yatırım planlarının olduğu, % 55'inin herhangi bir yatırım planının olmadığı tespit edilmiştir. Hangi tür yatırımların düşünüldüğü ise Tablo 21'de görüldüğü gibi işletmelerin % 6.66'sında komple yeni yatırım, % 21.33'ünde yenileme yatırımı, % 1.33'ünde tevsi yatırımı, % 18.66'sında tamamlama yatırımı, % 20'sinde modernizasyon yatırımı, % 5.33'ünde darboğaz giderme yatırımı, % 13.33'ünde kalite düzeltme yatırımı, % 1.33'ünde finansal kiralama yatırımı, % 4'ünde nakil yatırımı biçimindedir.

Tablo 21. İşletmenin ileriye yönelik yatırım planları

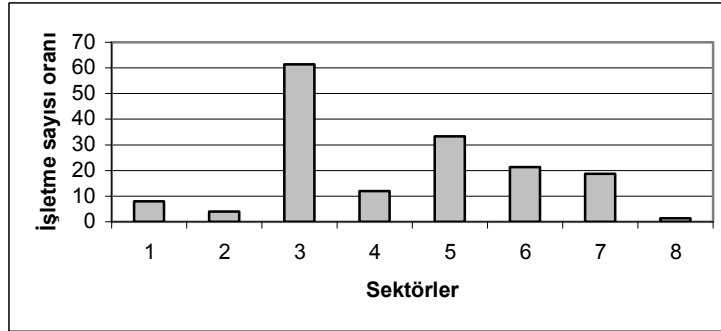
Yatırım planı	Komple yeni yatırım	Yenileme Yatırımları	Tevsii yatırımları	Tamamlama yatırımları	Modernizasyon yatırımları	Darboğaz giderme yatırımları	Kalite düzeltme yatırımları	Finansal kiralama yatırımları	Nakil yatırımları
İşlet.sayısı	5	16	1	14	15	4	10	1	3
Oran %	6.66	21.33	1.33	18.66	20	5.33	13.33	1.33	4



Şekil 20. İşletmelerinin ileriye yönelik düşündükleri yatırım planı dağılımı

Tablo 22. Hangi alanlarında yatırımın daha karlı olacağına düşündüklerine ilişkin elde edilen veriler

Sektörler	Kağıt endüstrisi (1)	Lif levha endüstrisi (2)	Mobilya endüstrisi (3)	Yonga levha endüstrisi (4)	Kereste-parke endüstrisi (5)	Lamine levha, kaplama ve kontrplak endüstrisi (6)	Ağaç panel levha ve doğrama endüstrisi (7)	Diğer (8)
İşlet. sayısı	6	3	46	9	25	16	14	1
Oran %	8	4	61.33	12	33.33	21.33	18.66	1.33



Şekil 21. İleride hangi alanlarında yatırımın daha karlı olacağını dağılımı

İleride orman ürünleri sanayi sektörünün hangi alanlarında yatırımın daha karlı olacağını tespiti amacıyla yöneltilen soruda işletmelerin % 8'i kağıt endüstrisi, % 4'ü lif levha endüstrisi, % 61.33'ü mobilya endüstrisi, % 12'si yonga levha

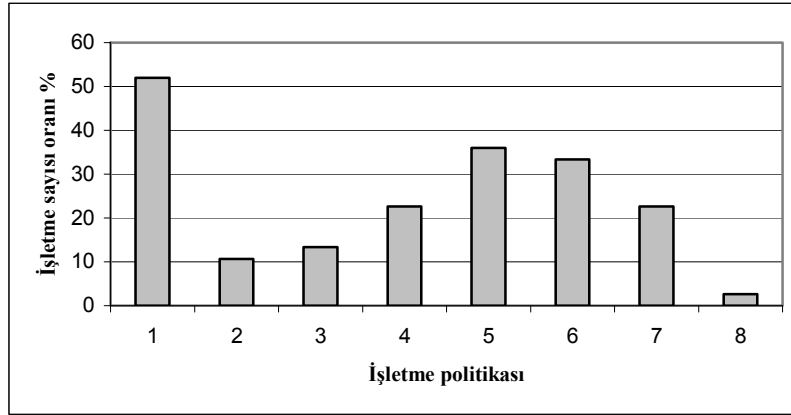


endüstrisi, % 33.33'ü kereste parke endüstrisi, % 21.33 'ü lamine levha, kaplama ve kontrplak endüstrisi, % 18.66'sı ağaç panel levha ve doğrama endüstrisi, % 1.33'ü diğer alanlarında yatırımın daha karlı olacağını düşündükleri belirlenmiştir.

Tablo 23'de görüldüğü gibi işletmelerin yakın gelecekte hangi tür işletme politikasını izleyeceklerine yönelik olarak yöneltilen soruya verdikleri yanıtlarda işletmelerin % 52'sinin mevcut durumu korumayı, % 10.66'sının yeni yurt içi pazarlara girmeyi, % 13.33'ünün yeni yurt dışı pazarlara girmeyi, % 22.66'sının mevcut pazar payını artırmayı, % 36'sının kapasite genişletmeyi, % 33.33'ünün ürün çeşitlendirmeye gitmeyi, % 22.66'sının yeni teknolojiye geçmeyi ve % 2.66'sının da diğer işletme politikalarını izlemeyi düşündüğü anlaşılmıştır.

Tablo 23. İşletme yönetiminin yakın gelecekte izlemeyi düşündüğü politikası

Politika	Mevcut durum koruma (1)	Yeni yurt içi pazara girme (2)	Yeni yurt dışı pazarlara girme (3)	Mevcut pazar payını artırma (4)	Kapasite genişletme (5)	Ürün çeşitlendirmeye gitme (6)	Yeni teknolojiye geçme (7)	Diğer (8)
İşlet. sayısı	39	8	10	17	27	25	17	2
Oran %	52	10.66	13.33	22.66	36	33.33	22.66	2.66



Şekil 22. İşletmelerin yakın gelecekte izlemeyi düşündükleri politikalarının % dağılımı

#### 4. SONUÇ ve ÖNERİLER

Bartın ili küçük ve orta ölçekli orman ürünleri sanayi işletmelerinin kuruluş yıllarına göre ortalama ömürlerinin 16 yıl ve kuruluş sermayelerinin ortalama 34.686 \$ olduğu tespit edilmiştir. İşletme çalışanların büyük çoğunluğunu % 45 oranı ile ilkökul mezunları oluşturmaktadır. Bu durum işletmelerde çalışanların yeterli teknik bilgiye sahip olmayana, vasıfsız işçiler olduğunu göstermektedir.

İşletmelerin % 23'ü teknik eleman tedariki ile problem yaşamaktadır. İşletmelerin % 38'inde yüksek okul mezunu teknik elemanlar, % 3'ünde diğere teknik elemanlar, % 38'inde diğere mühendisler çalışmaktadır. Bu işletmelerde çalışan Orman Endüstri Mühendisi ve Ağaç işleri Endüstri Mühendislerinin oranı ise % 21'dir. İşletmelerde çalışanların % 35'i usta, % 37'si çırak, % 25'i kalfa, % 3'ü memur niteliğindedir. İşletmelerde çırak oranının fazla olması çalışanların mesleklerini çıraklık safhasından gelerek öğrenildiğinin göstergesidir. Çalışanlara ücret ödeme şeklini işletmelerin % 43'ü aylık olarak yapmaktadır. İşletmelerin % 80'ni haftada 6 gün, % 3'ü ise 4 gün çalışmaktadır. Büyük çoğunluğunu tek kişilik grupların oluşturduğu % 5'lik kısım ise haftanın 7 günü çalışmaktadır. İşletmelerin % 60'ı günde ortalama 6-8 saat, % 9'u 12-14 saat, % 31'i 9-11 saat çalışmaktadır.

Ürünlerin pazarlanması işletmelerin % 90.33'ünde doğrudan doğruya tüketiciye satış kanalı ile yapılmaktadır. İşletmelerin % 37'si ürünlerin pazarlanmasında satış artırıcı faaliyet uygulamaktadır. Uygulanan satış artırıcı faaliyet işletmelerin % 20'sinde reklam aracılığı ile olmaktadır. Satış artırıcı faaliyet uygulamasının az olmasının sebebi işletmelerin mallarını tüketicilere doğrudan doğruya satmaları ve siparişe göre üretim yapmalarındandır. İşletmelerin % 46'sı tüketicilere eşit oranda 0-3 ay ve 4-7 ay taksit süresi tanımaktadır. İşletmeler istikrarsız ekonomik şartlardan dolayı uzun süre yapılacak taksit süresinin kendilerini zarara uğratacağını belirtmişlerdir. İşletmelerin % 81'i satışlarını il yada ilçe düzeyinde (mahalli), % 9'u bölgesel, % 4'ü ulusal ve % 4'ü uluslar arası düzeyde yapmaktadır. Üretimlerini uluslar arası düzeyde yapıp ihracat yapan işletmelerin oranı % 4'tür.

İşletmelerin % 44'ünde üretilen ürünler ile ilgili pazarlama problemi yaşanmaktadır. Yaşanan pazarlama problemi öncelikleri işletmelerin % 28'inde üretim maliyetlerinin yüksek, % 24'ünde rekabet güçlerinin zayıf, % 8'sinde ürünlerin kalite düzeyi yetersiz, % 14.66'sında satış elemanları yetersiz olmasından kaynaklanmaktadır.

Ayrıca, işletmelerin % 20'sinde tüketiciler bilinçsiz ve pazarlama ağı yetersiz problemleri arasında ayırım yapılmamış ve bu problemler işletmelerde eşit oranlarda görülmüştür.

Bartın ili orman ürünleri sanayi işletmelerinin temel sorunu enflasyonist bir ortamda, finansal kesimden kaynaklanan sermaye yetersizliği ve kredi sıkıntısı yaşandığı dönemlerde işletmelerin yatırımlarını finanse etmek için ihtiyaç duydukları kredi maliyetlerinin yüksek olmasıdır. Türkiye'de girişimcilik ruhunun teşviki ile ülke kaynaklarının doğru ve verimli yatırımlara yönlendirilmesi, yeni yatırımların yapılması, yeni iş yerlerinin açılması, mevcut yatırımlarda üretim ve kalite standardizasyonunun yükseltilmesine yardımcı olunması amacı ile kurulan Halk Bankası kredi dağıtım işini zor şartlar altında yürütmektedir. Küçük ve orta ölçekli işletmelerin devlet ihalelerinden pay alabilmesi için ihaleler bölünmeli ve büyük ihaleler içinden pay aktarılmalıdır. Küçük işletmelerin ortak alım ve satım şirketleri kurmaları devlet tarafından çeşitli teşviklerle desteklenmelidir. Çalışanların mesleki bilgilerini geleneksel yollarla öğrendikleri için teorik bilgi noksanlıkları bulunmaktadır. Bu nedenle çalışma sırasında meydana gelen arıza ve aksaklık durumu verimin düşmesine neden olarak faaliyetlerin gecikmesine neden olmaktadır. Gençlerin geleceklerini güvence altına alabilecek mesleki bir nitelik kazandırmak amacıyla kurulan mesleki eğitim merkezlerinde verilen eğitimin teoriye dayanmasından ötürü burada yetişen elemanlar işletme için gerekli olan işletmecilik ve finans konularında yetersiz kalmaktadır.

Bartın ilindeki küçük ve orta ölçekli işletmeler genellikle atölye tipi işyerlerinde yeterli olmayan makine ekipman ile çalışmaktadır. İşyerinde otomasyon kurulamadığından emek yoğun üretim sistemi uygulamakta buda maliyeti yükseltmektedir. İşletmelerin karşılaştıkları pazarlama problemlerinin çözümlenmesi için pazarlama kooperatifleri kurulmasına teşvik edilmelidir. Büyük işletmeler karşısında üretilen malların kalite düzeyinin düşük olması, ürünlerin maliyetinin yüksek olması, satış elemanlarının yetersiz olması ve pazarlama ağının yetersiz olması küçük işletmelerin rekabet güçlerini etkilemektedir. Tüm bu sorunların sonucu olarak işletmeler dış pazarlara girmemektedir. KOBİ'lerin ürettikleri mal ve hizmetleri tanıtacak, pazarlayacak ve onların adına pazarlara girebilecek yönlendirici pazarlama şirketlerine ihtiyaçları bulunmaktadır.

Bartın ili küçük ve orta ölçekli orman ürünleri sanayisinin geliştirilebilmesi için onları kapsayan temel stratejiler belirlenerek bu işletmelerin ihtiyaç duyduğu

hizmetler ayrıntılı olarak ortaya konulmalıdır. İşletmelerin faaliyet alanlarının genişletilebilmesi için ortaklaşa çalışma, yurt dışı kapsamında yapılacak çalışmalar oluşturulacak üst kurul tarafından değerlendirilmeli, alınabilecek teşvik ve yatırım indirimleri alternatifleri oluşturulmalıdır.

## **KAYNAKLAR**

1. Aşkın, A., 2004. Bartın İli Orman Endüstri İşletmelerinin Yapısal ve Ekonomik Analizi, ZKÜ Fen Bil. Enst. Yüksek Lisans Tezi, Bartın.
2. Industrial Cataloue, 1999. Bartın Sanayi Kataloğu, Bartın Ticaret ve Sanayi Odası Başkanlığı, Bartın KOSGEB Müdürlüğü Ortak Çalışması, Bartın
3. Anonim, 2003. TC. Bartın Valiliği İl Sanayi ve Ticaret Müdürlüğü, 2002 Yılı Bartın İlinin Yıllık Sanayi Ekonomik ve Ticari Durumu Hakkında Rapor, Bartın
4. Anonim, 2003. Türkiye Sorunlarına Çözüm Konferansı-5, Cumhuriyetin 80. Yılında Türkiye Stratejileri ve Hedefleri Bartın İli Raporu, Bartın.
5. DİE, 1999. Ekonomik ve Sosyal Göstergeler Bartın., T.C. Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü, Devlet İstatistik Enstitüsü Matbaası, Ankara.