

T.C.
ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
İŞL-YL-2005-0001

AYDIN İLİ ve İLÇELERİNDEKİ BÜYÜK ÖLÇEKLİ
İŞLETMELERİN SORUNLARI ve TÜRKİYE
EKONOMİSİNE KATKISI

HAZIRLAYAN

Ahu YAZICI

DANIŞMAN

Yrd.Doç.Dr. Mesut ÇAKIR

AYDIN-2005

ÖZ

Bu çalışmanın temel amacı, Aydın ili ve ilçelerindeki büyük ölçekli işletmelerin sorunları ve Türkiye ekonomisine katkılarının neler olduğunu belirlemektir. Bu amaçla konuyla ilgili literatüre ve daha önce yapılmış çalışmalara dayalı olarak ampirik bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Eğitimli işgücünün Aydın’da istihdam edilememesi, Aydınlı girişimci zihniyetinin yapısı ve risk almayı istememeleri, profesyonel yöneticilerin işletmelerde istihdam edilememesi gibi etkenler yapılan araştırmanın çarpıcı sonuçlarıdır.

ANAHTAR KELİMELER

İşletme kavramı, Büyük Ölçekli İşletmeler, Türkiye, Ege Bölgesi ve Aydın İli ve İlçelerindeki Genel İşletme Profili

ABSTRACT

The aim of this studying is to determine problems of Big Industry Enterprises that are located in Aydın and district within Aydın and also what is the additive of Big Industry Enterprises for Turkish’s economy. For this aim, it has been made an empirical studying, which is based upon former studying and relevant literature that is about main studying. There are some remarkable results about this studying that are trained productive power could not have been in the employ in Aydın, Aydın’s entrepreneurs of structure of mentality and do not to like to take any risk and professional managers couldn’t get any change from these companies.

KEY WORDS

Business Enterprise Concept, Big Industry Enterprises, Turkey, Aegean Region, General Profile in Aydın and district within Aydın.

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	i
ANAHTAR KELİMELER.....	i
ABSTRACT.....	i
KEY WORDS.....	i
İÇİNDEKİLER.....	ii
ÇİZELGELER LİSTESİ.....	vii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	viii
KISALTMALAR VE SİMGELER.....	x
1. GİRİŞ.....	1
2. MATERYAL ve METOT.....	3
2.1. MATERYAL.....	3
2.2. METOT.....	3

BİRİNCİ BÖLÜM

AYDIN İLİNE AİT GENEL BİLGİLER

1. Genel Bilgiler.....	5
1.1. İlin Tarihi.....	5
1.2. İlin Coğrafi Durumu ve İklim Özellikleri.....	6
1.1. İlin Demografik Yapısı.....	9

1.2.	İlin İdari Yapısı.....	11
2.	İlin Sektörel Yapısı.....	13
2.1.	Tarım.....	13
2.2.	Hayvancılık.....	18
2.3.	Ulaşım.....	18
3.	İlin Ekonomik Yapısı.....	20
3.1.	İlin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Performansı.....	20
3.2.	Millî Gelirden Alınan Pay.....	24
3.3.	İlin Meydana Getirdiği Katma Değer.....	29

İKİNCİ BÖLÜM

İŞLETME ve GİRİŞİMCİLİK

1.	İşletme Kavramı.....	30
1.1.	Girişimci (Müteşebbis).....	31
1.2.	Yönetici.....	31
2.	İşletme Kavramına Tarihsel Bakış.....	32
2.1.	İşletmecilik Biliminin Tarihsel Gelişimi.....	33
2.1.1.	İlkel Aşama.....	33
2.1.2.	Tarımsal Aşama.....	33
2.1.3.	Zanaatkârlık Aşaması.....	33
2.1.4.	Lonca Aşaması.....	34
2.1.5.	Ev İşçiliği Aşaması.....	34
2.1.6.	Endüstriyel Devrim Aşaması.....	34
2.2.	Bilimsel Yönetimin Tarihsel Gelişimi.....	35
3.	İşletmelerin Amaçları.....	36
3.1.	Genel Amaçlar.....	36
3.1.1.	Kâr Sağlama Amaçları.....	36
3.1.2.	Topluma Hizmet Amacı.....	37
3.2.	Özel Amaçlar.....	37
3.2.1.	Uzun Dönemli Büyüme.....	38

3.2.2. Tüketicilere Nitelikli Mal Sunma.....	38
3.2.3. Çalışanlara Uygun Ücret Ödeme.....	38
3.2.4. Toplumsal Sorumluluk.....	38
4. İşletmelerde Çevre.....	38
5. Büyüklüğüne Göre İşletmeler.....	40
5.1. İşletmelerin Büyüklüğünün Belirlenmesinde Kullanılan Ölçütler...	40
5.1.1. Niceliksel Ölçütler.....	41
5.1.2. Niteliksel Ölçütler.....	42
5.2. İşletme Büyükleriyle İlgili Sonuçlar.....	42
5.3. Değişik Büyüklükteki İşletmelerin Özellikleri.....	43
5.3.1. Büyük İşletmeler.....	44
5.3.1.1. Büyük İşletmelerin Üstünlükleri.....	44
5.3.1.2. Büyük İşletmelerin Sakıncaları.....	45
5.3.2. Küçük ve Orta Boy İşletmeler.....	46
5.3.2.1. Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Üstünlükleri.....	47
5.3.2.2. Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Sakıncaları.....	48
6 Türkiye’deki Genel İşletme Yapısı.....	49
6.1. Ekonomik Büyüme ve Kalkınma.....	51
6.2. Girişimciliğin Tarihi Gelişimi ve Tanımı.....	52
6.3. Ülke Kalkınmasında Girişimcilik.....	54
6.4. Türkiye’de Girişimcilik Yapısı.....	56
7. Ege Bölgesi’ndeki Genel İşletme Yapısı.....	57
8. Aydın İli ve İlçelerindeki Genel İşletme Yapısı.....	60

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

AYDIN İLİ ve İLÇELERİNDEKİ BÜYÜK ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN SORUNLARI ve TÜRKİYE EKONOMİSİNE KATKISI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

1. Araştırma Bulguları ve Tartışma.....	64
1.1.İncelenen İşletme ve İşletmecilerin Genel Özellikleri.....	64

1.1.1. İşletmelerin Hukukî Yapıları.....	64
1.1.2. İşletmelerin Faaliyet Gösterdiği Sektör.....	65
1.1.3. İşletmelerde Çalışan Yönetici Sayısı.....	66
1.1.4. İşletmelerde Çalışan Teknik Personel Sayısı.....	67
1.1.5. İşletmelerde Çalışan İşçi Sayısı.....	68
1.1.6. İşletmeyi Kurma Nedeni.....	69
1.1.7. İşletmelerin En Önemli Rakiplerinin Bulunduğu Yer.....	70
1.1.8. İşletmelerin Üst Yönetim İşini Yürüten Kişiler.....	71
1.1.9. Yöneticilerin Eğitim Durumu.....	72
1.1.10. İşletmelerin İşçi İhtiyaçlarını Sağladıkları Kaynaklar.....	73
1.1.11. İşletmelerin Yurtdışı İle Alışveriş Boyutları.....	74
1.1.12. İşletmelerin İhracat Yapmalarında İç Pazara Göre Daha Fazla İmkânlar Sunma Ne Kadar Etkili.....	75
1.1.13. İşletmelerin İhracat Yapmalarında İl ve İlçedeki Elverişsiz Koşulların Etkisi.....	76
1.1.14. İşletmelerin İhracat Yapmalarında Devletin İhracat Teşvikinin Etkisi	77
1.1.15. İşletmelerin İhracat Yapmalarında İç Pazarın Doyuma Ulaşmasının Etkisi.....	78
1.1.16. İşletmelerin İhracat Yapmalarında İç Pazarda Yaşanan Yoğun Rekabetin Etkisi.....	79
1.1.17. İşletmelerin İhracat Yapmalarında Boş Üretim Kapasitesinin Etkisi	80
1.1.18. İhracata Yönelme Nedenleri.....	81
1.1.19. İşletmelerin Finans Kaynakları.....	82
1.1.20. İşletmelerde Yurtdışından Ortak Bulunma Durumu.....	83
1.1.21. İşletmelerde Yurtdışından Ortakların Sermaye Üzerindeki Payı.....	84
1.1.22. İşletmelerin Türkiye Geneline Ortalama Pazar Payı.....	85
1.1.23. İşletmelerin Fazla Fonlarını Değerlendirme Şekilleri.....	86
1.1.24. İşletmelerin Karşılaştıkları Finansman Sorunları.....	87
1.1.25. İşletmelerin Üretim Tipi.....	88
1.1.26. İşletmelerin Hammadde Girdilerini Temin Etme Yerleri.....	89
1.1.27. Ürünün Maliyet Artışına Etki Eden Faktörler.....	90

1.1.28. İşletmelerin Satışlarının Tatminkârlılığı.....	91
1.1.29. Satışların Tatminkâr Bulunmama Nedenleri.....	92
1.1.30. İşletmelerin Üretimle İlgili Teknolojik Gelişmeleri İzleme Biçimleri .	93
1.1.31. Girişimcilerin Aydın’da Yatırım Yapma Olasılıkları.....	94
1.1.32. Yatırım Yapılacak Sektör/Sektörler.....	95
1.1.33. Aydın’daki En Önemli Altyapı Sorunları.....	96
1.1.34. Aydın’da Nakliye ve Pazarlama Faaliyetleri Açısından Eksikliği Duyulan Noktalar.....	97
1.1.35. Yatırım Kararının Aydın İli’nde Verilmesinde Etkili Olan Kriterler...	98
1.1.36. Aydın Yöresinde Gerçekleştirilmiş Yatırım Alanlarının Diğer Önemli Sanayi Kentlerimize Göre Düşük Düzeyde Kalma Nedenleri	99
1.1.37. Aydın’ın Ekonomik Geleceği.....	101
2.2. Araştırma Bulgularının Regresyon Analizi ile Değerlendirilmesi.....	102
2.Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi.....	109
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	112
ÖZET.....	115
SUMMARY.....	116
TEŞEKKÜR.....	117
KAYNAKLAR.....	118
INTERNET KAYNAKLARI.....	123
ÖZGEÇMİŞ.....	124
EK-1 ANKET SORU FORMU.....	xi
EK-2 FREKANS TABLOLARI.....	xxii
EK-3 REGRESYON ANALİZİ.....	xlix

ÇİZELGELER LİSTESİ

Çizelge 1. Aydın İli'ne Ait Coğrafik Bilgiler.....	8
Çizelge 2.Aydın İli 2000 Yılı Genel Nüfus Sayımı Sonuçları.....	10
Çizelge 3. Aydın İli 2000 Yılı Demografik Bilgiler (Nüfus Yoğunlukları).....	11
Çizelge 4. Aydın İli 2000 Yılı Demografik Bilgiler (Nüfus Artış Hızı – Şehirleşme Oranı)	11
Çizelge 5. Aydın İli İdari Yapı Tablosu.....	12
Çizelge 6. Aydın İli Arazi Dağılımı.....	13
Çizelge 7. Aydın İli Tarım Arazileri Dağılımı.....	14
Çizelge 8. Aydın İli 'nde Başlıca Endüstriyel Bitkilerin Ekiliş Alanları ve Üretimleri (1999 - 2001).....	14
Çizelge 9. Aydın İli' nde Başlıca Meyvelerin Ağaç Sayıları ve Üretim Durumu (1999 - 2001).....	15
Çizelge 10. Aydın İli' nde Hububat Üretimi (1999 - 2001).....	16
Çizelge 11. Aydın İli' nde Sebze – Meyve, Bağ – Bahçe Üretimi (1999 - 2001)..	17
Çizelge 12. Aydın İli' ndeki Tarımsal İşletme Sayısı ve Arazi Dağılımı.....	17
Çizelge 13. Aydın İli'nin Hayvan Varlığı (1999 - 2001).....	18
Çizelge 14. Aydın İli Karayolu Durumu.....	19
Çizelge 15. Aydın İli' ndeki Köy Yolları Uzunlukları ve Cinsleri.....	19
Çizelge 16. İllerin Sosyo – Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması (2003).....	21
Çizelge 17. Aydın İli Gelişmişlik Performansı (2003).....	22
Çizelge 18. Cari ve Sabit Fiyatlarla Gayri Safi Yurtiçi Hasıla.....	24
Çizelge 19. İlçeler İtibari ile Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (Milyon TL).....	25
Çizelge 20. İktisadi Faaliyet Kollarına Göre Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (1997).....	27
Çizelge 21. Sanayi Sektörünün Meydana Getirdiği Katma Değerin Dağılımı...	29
Çizelge 22. Satış Hasılatına Göre Türkiye' nin En Büyük İlk On Firması (2003)	49
Çizelge 23. İhracat Tutarına Göre Türkiye 'nin En Büyük İlk On Firması (2003)	50
Çizelge 24. Ege Bölgesi Sanayi Odası' nın 2003 Yılı Üretimden Satışlarına Göre 10 Trilyon TL. Barajını Aşan En Büyük Sanayi Kuruluşları.....	58
Çizelge 25. Ege Bölgesi Sanayi Odası' nın 2003 Yılı Üretimden Satışlarına Göre 10 Trilyon TL. Barajını Aşan Aydın İli ve İlçelerindeki Sanayi Kuruluşları	61

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. İşletme ve Çevre Şartları.....	40
Şekil 2. İşletmelerin Hukuki Yapısı.....	64
Şekil 3. İşletmelerin Faaliyet Gösterdiği Sektör.....	65
Şekil 4. İşletmelerde Çalışan Yönetici Sayısı.....	66
Şekil 5. İşletmelerde Çalışan Teknik Eleman Sayısı.....	67
Şekil 6. İşletmelerde Çalışan İşçi Sayısı.....	68
Şekil 7. İşletmeyi Kurma Nedeni.....	69
Şekil 8. İşletmelerin En Önemli Rakiplerinin Bulunduğu Yer.....	70
Şekil 9. İşletmelerin Üst Yönetim İşini Yürüten Kişiler.....	71
Şekil 10. Yöneticilerin Eğitim Durumu.....	72
Şekil 11. İşletmelerin İşçi İhtiyaçlarını Sağladıkları Kaynaklar.....	73
Şekil 12. İşletmenin Yurtdışı ile Alışveriş Boyutları.....	74
Şekil 13. İşletmelerin İhracat Yapmalarında İç Pazara Göre Daha Fazla İmkanlar Sunmasının Ne Kadar Etkisi.....	75
Şekil 14. İşletmelerin İhracat Yapmalarında İl ve İlçedeki Elverişsiz Koşulların Etkisi.....	76
Şekil 15. İşletmelerin İhracat Yapmalarında Devletin İhracat Teşvikinin Etkisi..	77
Şekil 16. İşletmelerin İhracat Yapmalarında İç Pazarın Doyuma Ulaşmasının Etkisi.....	78
Şekil 17. İşletmelerin İhracat Yapmalarında İç Pazarda Yaşanan Yoğun Rekabetin Etkisi	79
Şekil 18. İşletmelerin İhracat Yapmalarında Boş Üretim Kapasitesinin Etkisi....	80
Şekil 19. İşletmelerin İhracata Yönelme Nedenleri.....	81
Şekil 20. İşletmelerin Finans Kaynakları.....	82
Şekil 21. İşletmelerde Yurtdışından Ortak Bulunma Durumu.....	83
Şekil 22. İşletmelerde Yurtdışından Ortakların Sermaye Üzerindeki Payı.....	84
Şekil 23. İşletmelerin Türkiye Geneline Ortalama Pazar Payı.....	85
Şekil 24. İşletmelerin Fazla Fonlarını Değerlendirme Şekilleri.....	86
Şekil 25. İşletmelerin Karşılaştıkları Finansman Sorunları.....	87
Şekil 26. İşletmelerin Üretim Tipi.....	88

Şekil 27. İşletmelerin Hammadde Girdilerini Temin Etme Yerleri.....	89
Şekil 28. Ürünün Maliyet Artışına Etki Eden Faktörler.....	90
Şekil 29. İşletmelerin Satışlarının Tatminkârlığı.....	91
Şekil 30. Satışların Tatminkâr Bulunmama Nedenleri.....	92
Şekil 31. İşletmelerin Üretimle İlgili Teknolojik Gelişmeleri İzleme Biçimleri...93	
Şekil 32. Girişimcilerin Aydın’da Yatırım Yapma Olasılıkları	94
Şekil 33. Yatırım Yapılacak Sektör/Sektörler	95
Şekil 34. Aydın’ daki En Önemli Altyapı Sorunları.....	96
Şekil 35. Aydın’ da Nakliye ve Pazarlama Faaliyetleri Açısından Eksikliği Duyulan Noktalar.....	97
Şekil 36. Yatırım Kararının Aydın İli’nde Verilmesinde Etkili Olan Kriterler ...	98
Şekil 37. Aydın Bölgesinde Gerçekleştirilmiş Yatırım Alanlarının Diğer Önemli Sanayi Kentlerimize Göre Düşük Düzeyde Kalma Nedenleri	99
Şekil 38. Aydın’ın Ekonomik Geleceği	101

KISALTMALAR VE SİMGELER

KOBİ	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletme
KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
TOBB	: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TOSYÖV	: Türkiye Orta Ölçekli İşletmeler, Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticiler Vakfı
DİE	: Devlet İstatistik Enstitüsü
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
EBSO	: Ege Bölgesi Sanayi Odası
İTO	: İstanbul Ticaret Odası
İSO	: İstanbul Sanayi Odası
DTM	: Dış Ticaret Müsteşarlığı

GİRİŞ

Köklü bir tarihe sahip olan Aydın İli birçok medeniyetin yerleşim yeri olmuştur. Milâttan önce 2500 yılından başlayarak günümüze kadar önemini yitirmeden gelmiştir. Uygun iklim koşulları, tarıma uygun arazi yapısı, denize yakınlık, ulaşım kolaylığı, üretilen ürünün kolay nakli gibi faktörler yüzyıllar boyunca Aydın İli'ni bir cazibe merkezi haline getirmiştir.

1700'lü yıllardan itibaren Aydın İli'nin önemi daha da artmış, Osmanlının ayrıcalıklı vilayetleri arasına girmiştir. Bölgede yetiştirilen incir, kestane, zeytin gibi tarım ürünleri ve özellikle de pamuk İngilizler ve Fransızlar başta olmak üzere yabancı ülkelerin ilgisini çekmiştir. Bu ürünlerin nakledilmesi için bölgeye demiryolu ağı döşenmiş ve maliyeti bu ülkeler tarafından karşılanmıştır.

Cumhuriyetin kurulmasıyla birlikte bölgenin önemi artarak devam etmiştir. Yetiştirilen pamuğun değerlendirilmesi için 1936 yılında Nazilli'de Sümerbank Basma Fabrikası kurulmuş ve bu basma fabrikası, bölgenin ve ülkenin ekonomik kalkınmasında etkili olmuştur.

Cumhuriyetin kurulmasından günümüze kadar Aydın İli ekonomik açıdan iyi bir yere sahip olmuştur. Ancak İl'in ilk elli altmış yılda sahip olduğu ekonomik gelişme son yıllarda azalarak devam etmektedir. Örneğin, Aydın İli daha önceki yıllarda daha üst sıralarda yer almasına karşın 2003 yılında sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralamasında 81 il içerisinde 22. sırada yer almıştır. Aydın İl'ine ait istatistiksel bilgiler çalışmanın birinci bölümünde yer almaktadır.

Ekonomiye yön veren aktörlerin başında işletmeler yer almaktadır. Diğer bir ifadeyle, işletmeler ekonomilerin lokomotifidirler. İşletmelerin mal ve hizmet üretirken, kullandıkları girdi, yarattıkları istihdam ekonomide bir çarpan katsayısına yol açacak, dolayısıyla, çok fazla işletmenin yer aldığı bir ekonomide gelişme kaçınılmaz olacaktır. Ekonominin canlılığı için fazla sayıda işletmenin

bulunabilmesi, ancak, o ekonomide girişimci potansiyelinin bulunabilmesi, işletmelerin önlerinin açılabilmesi ve sorunların çözülebilmesiyle mümkün olacaktır.

Bu çalışmada, Aydın İli'nde faaliyet gösteren Ege Bölgesi Sanayi Odası'na (EBSO) bağlı 100'den fazla işgören çalıştıran büyük ölçekli işletmelerin mevcut durumları, sorunları ve Aydın İli'ne ait beklentiler belirlenmeye çalışıldı. Diğer bir ifadeyle, Aydın İli'ndeki mevcut işletmelerin ve Aydın İli ekonomik yapısının bir nevi fotoğrafı çekildi.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır.

Birinci bölümde, Aydın İli'nin tarihsel gelişimi, coğrafi, demografik, ekonomik özellikleri irdelenmiş ve bu özellikler tablolar ve grafikler aracılığıyla sunulmuştur.

İkinci bölümde, işletme kavramı ve girişimcilik kavramı irdelenmiştir. Ayrıca Türkiye, Ege Bölgesi ve Aydın İli'ndeki genel işletme profili irdelenmiştir.

Üçüncü bölümde, işletmeler ve işletmelere uygulanan anketlerin değerlendirilmeleri yapılmıştır. Bu bölümün başında elde edilen bulgular grafik ve tablo yardımıyla açıklanmış, daha sonra analiz edilmiştir.

2. MATERİYAL VE METOT

2.1. MATERİYAL

“Aydın İli ve İlçelerindeki Büyük Ölçekli İşletmelerin Sorunları ve Türkiye Ekonomisine Katkısı” başlıklı bu çalışmada, araştırma yapılırken literatürde yer alan Türkçe ve İngilizce kaynaklardan yararlanılmıştır.

Bu araştırmanın ana materyalini, Aydın İli ve İlçelerinde faaliyet gösteren büyük ölçekli işletmelerden alınan veriler oluşturmaktadır. İşletme büyüklüğünün ölçülmesinde nicel kriterlerden biri olan personel sayısı kriteri kullanılmıştır. Yapılan anket çalışmasında belirlenen 100’den fazla işgören istihdam eden işletmelerin büyük ölçekli olması kriteri, Devlet Plânlama Teşkilâtı (DPT) ve Devlet İstatistik Enstitüsü (DİE) standardına göre belirlenmiştir.

“Aydın İli ve İlçelerindeki Büyük Ölçekli İşletmelerin Sorunları ve Türkiye Ekonomisine Katkıları’nı” ölçmek amacıyla Aydın ili ve ilçelerindeki 100’den fazla işgören istihdam eden büyük ölçekli işletmelere anket çalışması uygulanmıştır. Bu anket çalışmasında EBSO’ya bağlı büyük ölçekli işletmeler dikkate alınmıştır. EBSO’ya bağlı Aydın ili ve ilçelerinde 21 adet 100 ve daha fazla işçi çalıştıran işletme mevcuttur. Bu işletmelerden 20’sine birebir anket uygulanmıştır. Bunlardan birinin iflas etmesi nedeniyle anket yapılamamıştır. Dolayısıyla anket çalışmasında herhangi bir örneklem alınmayıp tam sayım gerçekleştirilmiştir.

2.2. METOT

Bu çalışmada, teorik kısım için materyal, literatür tarama yöntemiyle elde edildikten sonra, sıralama, sınıflama, sınaama sıra düzeninde tûmdengelim (dedüksiyon) yöntemi kullanılmıştır.

Araştırmada kullanılan anket formu (EK-1), birbirini bütünleyen altı bölümden oluşmaktadır.

- İşletme bilgileri,
- Yönetim bilgileri,
- Pazarlama bilgileri,
- Finansman bilgileri,
- Üretim bilgileri,
- Yerel bilgiler.

Anket formu konuyla ilgili daha önceki çalışmaların incelenmesi sonucu konuya ve yöreye uygun şekilde hazırlanarak oluşturulmuştur.

Ege Bölgesi Sanayi Odası (EBSO) ve Aydın Ticaret Odası (ATOB)’ndan alınan bilgiler doğrultusunda Aydın ili ve ilçelerindeki 100’den fazla işçi çalıştıran büyük ölçekli işletmelerin; 6’sı Söke’de, 2’si Ortaklar’da, 3’ Nazilli’de, 2’si Umurlu’da ve 7’si de Aydın’da bulunmaktadır.

Anket sonucunda elde edilen veriler bilgisayara yüklenmiş ve değerlendirme kısmında SPSS (Statistical Package for The Social Sciences) paket programından yararlanılmıştır. Anketin değerlendirilmesi iki kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda bilgiler grafiksel olarak gösterilmiştir. İkinci kısımda ise, bunlar analiz edilmiş ve değerlendirilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

AYDIN İLİ'NİN TANITIMI

1. GENEL BİLGİLER

1.1. İlin Tarihi

Tarih boyunca çeşitli isimler ile anılan Aydın'ın tarihi kesin olarak bilinmemekle birlikte bölgede yapılan araştırmalarda bulunan prehistorik izler şehrin insanoğlunun yerleşik düzene geçtiği dönemlerde kurulduğunu göstermektedir. Araştırmacıların yaptıkları incelemelerde Aydın'a ait ilk tarihî verilere Hitit kaynaklarında rastlanılmıştır.

Bugünkü Aydın, kuzeyindeki Top Yatağı sırtında kurulan Tralles kenti ile birlikte M.Ö. 2500 yılında Hititler zamanında gelişmiş, VII.yy.da Lidya zamanında da en parlak çağını yaşamıştır (www.atob.org.tr, 2004).

Merkezleri Gediz Havzasında Sardes kenti olan ve Batı Anadolu'da güçlü bir devlet kuran Lidyalılar, M.Ö. 7. yy'da Büyük Menderes Vadisinin zeytin, incir, üzüm, palamut vb. ürünleri Milet limanından Yunanistan, Roma, Mısır ve Fenike'ye ihraç ederek olağanüstü zenginleşerek bölge ekonomisine önderlik etmişlerdir.

M. Ö. 546 yılında Lidyalılar, Perslerle yaptığı savaşı kaybedince bölge Pers egemenliğine girmiştir.

M.Ö. 333'de Büyük İskender'in Anadolu'ya geçmesiyle Persler Büyük İskender'e yenilmiş bölge Makedonya İmparatorluğu hâkimiyetine girmiştir.

Makedonya İmparatorluğu'nun yıkılmasından sonra bölge Romalılar'ın hakimiyetine geçmiş ve böylece M.Ö. 133'de Helenistik çağ sona ererek, Roma çağı başlamıştır.

1071 Malazgirt Savaşı'nı izleyen yıllarda Türklerin eline geçen bölge, 11. yy. başlarında Bizanslılar tarafından geriye alınmıştır.

XIII. yüzyılın sonlarında (1280 yılında) Menteşeoğulları tarafından Bizans'tan alınan Aydın, daha sonra Aydınoğulları'nın egemenliğine geçmiştir. 1308 yılından itibaren yaklaşık bir yüzyıl kadar bu beyliğin yönetiminde bulunan kent, 1425 yılında II. Murat tarafından kesin olarak Osmanlı topraklarına katılmış ve Anadolu eyaletine bağlı bir sancak merkezi olmuştur. Birinci Dünya Savaşı sonunda Osmanlı İmparatorluğu'nun yenik düşmesi üzerine, 1919 yılında Yunan Ordusu tarafından iki defa işgal edilen Aydın 7 Eylül 1922'de kurtarılmış ve Türkiye Cumhuriyeti toprakları arasına katılmıştır (www.atob.org.tr, 2004).

1.2. İlin Coğrafi Durumu ve İklim Özellikleri

Aydın, Anadolu'nun batısında, Ege Bölgesi'nin güneybatı kesiminde kıyı Ege bölümündedir.

İl, orta ve batı kesiminde verimli ovalar, kuzey ve güneyi dağlar ile çevrili Büyük Menderes Havzası üzerinde 8007 km²'lik bir alan üzerine kuruludur. Doğusunda Denizli, batısında Ege Denizi, kuzeyinde İzmir ve Manisa, güneyinde ise, Muğla illeriyle komşudur. 37⁰-44' ve 38⁰-08' kuzey enlemleri ile 27⁰-23' ve 28⁰-52' doğu boylamları arasında yer alır (www.atob.org.tr, 2004).

Aydın, Doğu Avrupa, Orta Asya ve Orta Doğu üçgeninin tam ortasına yer aldığı için, verimli topraklara sahip olması, elverişli iklimi ve ticaret yolları üzerinde bulunması nedeniyle ilk çağlardan günümüze kadar önemli bir yerleşim merkezi olmuştur.

İl topraklarının büyük bölümü dağlık alanlardan oluşmaktadır.% 64'e yakını dağlarla, % 15'i platolarla, % 2'i ise, ovalarla kaplıdır.

Kuzeyde Aydın dağları, güneyde Menteşe dağları yer alır. Bu iki dağlık bölüm arasında, iki yandan faylarla sınırlanmış ve sonradan alüvyonlarla örtülmüş Büyük Menderes Ovası uzanır.

İlin en büyük nehri olan Menderes Nehri, taşıdığı alüvyonlarla Büyük Menderes ovasını zenginleştirerek Batı Anadolu'nun en geniş düzlüğü haline getirmiştir.

Aydın İli'ne ait başlıca coğrafi bilgiler Çizelge 1'de gösterilmektedir.

Çizelge 1. Aydın İline Ait Coğrafi Bilgiler

Yüzölçümü	8007 km ²
Rakım	65 m
İl'in En Yüksek Noktası	1891 m
Kıyı Şeridi Uzunluğu	150 km
Ortalama Sıcaklık	18 C°/yıl
Ortalama Yağışlı Gün Sayısı	8 1 gün/yıl
Ortalama Yağış Miktarı (m ²)	678 mm/yıl
Tarım Arazisi	395.494 ha
Orman Arazisi	298. 000 ha
Göl Bataklık	14.271 ha
Çayır Mera	47.466 ha
Sulanabilir Arazi	252.486 ha
Yer Üstü Su Kaynağı	3 milyon 800 bin hm ³
Yer Altı Su Kaynağı	292 milyon hm ³

Kaynak : www.atob.org.tr, 2004.

İlde Akdeniz iklimi egemendir. Yazlar sıcak ve kurak, kışlar ılık ve yağışlıdır. İldeki dağların denize dikey inmesi, deniz rüzgârlarının içerilere kadar girebilmelerini sağlar. Bu nedenle Akdeniz Bölgesi'ndeki sıcaklar kadar bunaltıcı sıcaklar görülmemektedir. En yüksek sıcaklık Temmuz, en düşük sıcaklık ise, Aralık ayında görülmektedir. Yıllık sıcaklık ortalaması 18⁰C'dir. Yağış ortalaması ise, 600 – 650 mm arasındadır (www.ttaydin.telekom.gov.tr, 2004).

Aydın'da iklime bağlı olarak bitki örtüsü de Akdeniz iklim özelliklerini taşır. Arazinin % 40'ı ormanlarla kaplıdır. Yüksek kesimlerde maki bitki örtüsü geniş alan kaplar. Buna bağlı olarak buralarda meşe, karaçam, palamut, sedir ağaçları bulunur.

Ayrıca iklim koşullarının elverişliliği nedeniyle şeftali, erik, elma, kiraz v.b. türdeki meyve ağaçları geniş yer kaplar.

1.3. İlin Demografik Yapısı

Türkiye nüfusu son 73 yılda yaklaşık beş kat artış göstermiştir. Aynı dönemde, Aydın İli'nin nüfusu yaklaşık 4,5 kat artış göstermiş ve 1973 yılında 211.750 olarak tespit edilen il nüfusu 2000 yılında 950.757'ye yükselmiştir.

1927 – 2000 döneminde Aydın İli'nin nüfusu sürekli artış göstermiştir. Aydın İli'nde en düşük yıllık nüfus artış hızı % 08,8 ile 1940-1945 döneminde ve en yüksek yıllık artış hızı ise, % 042,2 ile 1950-1955 döneminde gerçekleşmiştir. 1990-2000 döneminde ise, ilin yıllık nüfus artış hızı % 014,2'dir. 1927 yılında Aydın İli ülke nüfusu içinde % 1,6'lık bir paya sahip olmuştur. Bu da, Aydın İli'nin nüfus artış hızının ülke ortalamasından daha düşük olduğunu göstermektedir (www.atob.org.tr, 2004).

Çizelge 2. Aydın İli 2000 Yılı Genel Nüfus Sayımı Sonuçları

İlçesi	2000 Genel Nüfus Sayımı Sonuçlar			Yıllık Nüfus Artış Hızı (%0)		
	Toplam	Şehir	Köy	Toplam	Şehir	Köy
Merkez	208.341	143.267	65.074	22,89	29,17	10,30
Bozdoğan	35.190	8.300	26.890	2,19	3,26	1,86
Buharkent	12.984	7.074	5.910	14,79	19,94	8,95
Çine	53.770	17.867	35.903	-0,77	16,15	-8,24
Didim	37.395	25.699	11.696	56,58	81,45	17,12
Germencik	46.821	11.596	34.225	-0,19	-5,77	1,78
İncirliova	40.733	17.548	23.185	14,48	10,05	17,96
Karacasu	21.980	5.915	16.065	-3,67	11,32	-8,66
Karpuzlu	13.207	2.318	10.889	-7,58	-13,16	-6,36
Koçarlı	37.167	8.927	28.240	-5,08	-12,42	-2,64
Köşk	25.321	8.349	16.972	10,30	32,66	0,89
Kuşadası	65.765	477.661	18.104	41,01	40,11	43,43
Kuyucak	31.094	7.282	23.812	-4,68	-6,60	-4,08
Nazilli	145.963	105.665	40.298	18,12	27,47	-2,90
Söke	137.739	62.384	75.355	13,99	20,41	8,98
Sultanhisar	22.795	6.256	16.539	1,08	1,38	0,97
Yenipazar	15.492	7.006	8.486	-12,92	-14,23	-11,83
Toplam	950.757	493.114	457.643	14,21	24,82	3,91

Kaynak: www.atob.org.tr, 2004.

Çizelge 2’de görüldüğü üzere Aydın İl nüfusu toplam 950.757 kişidir. İl’e bağlı 16 ilçeden Nazilli ilçesi 145.963 kişilik nüfusu ile en fazla nüfusa, Buharkent ilçesi ise, 12.984 kişilik nüfusu ile en az nüfusa sahip ilçelerdir.

İlin yıllık nüfus artış hızı en yüksek olan ilçesi Didim iken, en az olan ilçesi ise, Yenipazar’dır. Bu da, turizmin geliştiği merkezlerde nüfus artışının hızlı olduğunu göstermektedir.

Çizelge 3. Aydın İli 2000 Yılı Demografik Bilgiler (Nüfus Yoğunlukları)

İlçe Sayısı	Köy Sayısı	Nüfus			Ortalama Nüfus Yoğunluğu
		Toplam	Kent Merkezleri	Köyler	
17	487	950.757	493.114	457.543	121

Kaynak: www.atob.org.tr, 2004.

Çizelge 4. Aydın İli 2000 Yılı Demografik Bilgileri (Nüfus Artış Hızı – Şehirleşme Oranı)

Nüfusun Köy Oranı %	Nüfus Artış Hızı			Aydın Şehirleşme Oranı	Türkiye Şehirleşme Oranı
	Ortalama	Şehir	Köy		
49	%014	%025	%04	%52	%65

Kaynak: www.atob.org.tr, 2004.

1927 yılında Aydın İli'nde %19,5 olan şehirde yaşayan nüfusun payı 1935 yılından sonra sürekli bir artış göstererek, 2000 yılında % 51,9'a ulaşmıştır. Aydın İli'nde şehirde yaşayan nüfusun oranı, ülke ortalamasına göre daha yavaş artmıştır. İlde 2000 yılına kadar köy nüfusu fazla iken, 2000 yılında şehir nüfusu köy nüfusundan fazla olmuştur (www.atob.org.tr, 2004). Bunun nedeni, kırsal kesimden il merkezine ve büyük ilçelere doğru olan iç göçtür. Son yıllarda ülke çapında başlayan hızlı sanayileşme süreci Aydın'ı da etkileyerek, tarım kesimindeki nüfusun sanayi kesimine doğru kaymasına neden olmuştur. Bu da, il ve ilçelerdeki nüfus yoğunluğunu arttırmıştır.

1.4. İlin İdari Yapısı

Aydın İli'nde toplam 17 ilçe, 54 belediye, 487 köy, 258 mahalle kuruluşu bulunmaktadır. İlçeler sırasıyla, Bozdoğan, Buharkent, Çine, Didim, Germencik, İncirliova, Karacasu, Karpuzlu, Koçarlı, Köşk, Kuşadası, Kuyucak, Nazilli, Söke, Sultanhisar ve Yenipazar'dır.

Çizelge 5. Aydın İli İdari Yapı Tablosu

İlçesi	Yüzölçümü (km ²)	Belediye	Köy	Mahalle
Merkez	584	6	56	37
Bozdoğan	849	2	44	12
Buharkent	121	1	8	5
Çine	957	2	65	11
Didim	402	3	5	15
Germencik	404	4	27	14
İncirliova	181	2	20	10
Karacasu	781	4	29	15
Karpuzlu	272	1	18	4
Koçarlı	471	3	44	10
Köşk	188	1	24	3
Kuşadası	264	3	6	19
Kuyucak	468	6	23	28
Nazilli	664	4	58	31
Söke	954	8	35	29
Sultanhisar	267	3	11	11
Yenipazar	180	1	14	4
Toplam	8007	54	487	258

Kaynak: www.atob.org.tr, 2004.

Çizelge 5’de görüldüğü üzere yüzölçümü büyüklüğüne göre ilk sırada Çine ilçesi gelmektedir. Yüzölçümü en küçük olan ilçe ise, Buharkent’ tir.

2. SEKTÖREL YAPI

2.1. Tarım

Aydın İli topraklarının büyük bir bölümü dağlık olmasına rağmen, nüfusun %70'i tarımla uğraşmaktadır. Tarımın bu kadar önemli olmasında iklimin, toprağın verimliliğinin ve sulama koşullarının uygunluğunun çok büyük bir payı vardır. İl topraklarının % 49,3'ünde tarımsal üretim yapılmaktadır. Geriye kalan arazi ise, orman, çayır, mera, göl ve bataklıklardan oluşmaktadır.

Çizelge 6. Aydın İli Arazi Dağılımı

Arazinin Cinsi	Arazi Büyüklüğü(Ha)
Tarımsal Arazi	395.494
Orman Arazisi	298.000
Çayır-Mera	47.466
Göl-Bataklık	14.271
Tarım Dışı	45.469

Kaynak: www.atob.org.tr, 2004.

İlde tarımın hemen hemen her dalında faaliyet gösterilir. Sanayi bitkilerinin yanı sıra tarla, bağ ve bahçe ürünleri yetiştiren işletmelerde mevcuttur.

Aydın İli'nin en çok katma değer yaratan bitkisel ürünleri pamuk, zeytin, incir ve kestanedir. İl, zeytin, incir, kestane üretiminde Türkiye genelinde 1. sırada, pamuk üretiminde Şanlıurfa'dan sonra 2.sırada yer almaktadır (www.atob.org.tr, 2004).

İlin sahip olduğu 395.494 hektarlık tarım arazisi içinde % 51'lik pay ile zeytin ve meyvelikler en geniş alanı kaplar.

Çizelge 7. Aydın İli Tarım Arazileri Dağılımı

Arazi Türü	Miktarı (Ha.)	Toplam Araziye Oranı (%)
Zeytin ve Meyvelikler	199.500	51
Sanayi Bitkileri	109.361	28
Hububat	41.032	10
Diğer Tarla Ürünleri	32.498	8
Sebze Alanı	13.100	3

Kaynak: www.atob.org.tr, 2004.

İlde yoğun olarak pamuk, ayçiçeği ve tütün üretilir. Pamuğun tekstil sanayinin hammaddesi olması ve ayrıca elyafının yanı sıra yağından ve küspesinden de yararlanılmasından dolayı ekimine büyük önem verilmiştir. Ayrıca, pamuk yetiştirmede ilin ikliminin ve toprak yapısının uygun olması ve pamuğun ekonomik değerinin yüksek oluşu çiftçiyi teşvik etmiş ve üretim yıllar ilerledikçe artmıştır. İktisadî değeri oldukça yüksek bir bitki olan ayçiçeği üretimi ise, yetiştirme bölgesinin iklim koşulları, hasat tarihi ve bitkinin beslenme durumuna göre değişiklik gösterir.

İlk yetiştirme döneminde su, hasat döneminde kuraklık gerektiren ayçiçeği ekimi, buğday ile dönüşümlü yapılır. Bu itibarla, bazı yıllarda üretim artış bazı yıllarda ise, azalış gösterir (www.atob.org.tr).

Çizelge 8. Aydın İlinde Başlıca Endüstriyel Bitkilerin Ekiliş Alanları ve Üretimleri (1999 - 2001)

Cinsi	Yılı	Ekiliş (Ha.)	Üretim (Ton)
Pamuk	1999	94.241	300.697
	2000	76.691	249.248
	2001	82.601	252.559
Ayçiçeği	1999	592	1.172
	2000	7.552	15.885
	2001	4.165	11.915
Tütün	1999	11.111	6.874
	2000	11.170	6.627
	2001	9.923	5.819

Kaynak: www.atob.org.tr, 2004.

İlde ayrıca incir, kestane, zeytin ve ceviz üretimi yapılır. Ülke genelinde incir üretiminde gerek ağaç sayısı gerekse üretim miktarı açısından ilk sırayı Aydın İli almaktadır. Yetiştirme açısından en uygun iklim koşullarının bu yörede bulunmasının bunda payı büyüktür.

Tarımsal üretimin önemli bir parçası olan zeytinde İlde önemli bir paya sahiptir. Ülke üretiminin % 47'sini oluşturan 434.748 ton zeytin 2000 yılında üretilmiştir (Çizelge 9). Aydın için önemli ürünlerden bir diğeri de kestanedir. Dünya üretiminin %14'ünü karşılayan ülkemizde kestane üretimi yaklaşık 70.000 ton olup ilimizde üretilen kestane miktarı 2000 yılı için 16.237 ton, 2001 yılı için 5.293 hektarda 13.579 ton olarak gerçekleşmiştir.

Çizelge 9. Aydın İli'nde Başlıca Meyvelerin Ağaç Sayıları ve Üretim Durumu (1999 - 2001)

Cinsi	Yılı	Ağaç Sayısı (Adet)	Üretim (Ton)
İncir	1999	5.686.850	175.572
	2000	5.644.980	143.409
	2001	6.211.530	141.677
Kestane	1999	521.810	18.418
	2000	505.950	16.237
	2001	505.293	13.579
Zeytin	1999	18.752.810	44.000
	2000	20.109.827	437.748
	2001	20.145.900	42.989
Ceviz	1999	97.765	3.109
	2000	99.658	3.339
	2001	103.970	3.062

Kaynak: www.atob.org.tr, 2004.

Üretim miktarı açısından bitkisel ürünler içerisinde önemli bir yer tutan diğer bir bitki olan hububat, il topraklarının yaklaşık % 10'unu kapsamaktadır. Hububat üretiminde en yüksek payı buğday almakta, bunu sırası ile arpa, mısır, yulaf ve çavdar izlemektedir (Çizelge 10).

Çizelge 10. Aydın İli'nde Hububat Üretimi (1999 - 2001)

Cinsi	Yılı	Ekiliş(Ha.)	Üretim(Ton)
Buğday	1999	22.027	85.209
	2000	37.355	165.033
	2001	30.129	129.050
Arpa	1999	10.424	24.056
	2000	11.466	27.456
	2001	11.402	24.450
Mısır	1999	9.081	67.085
	2000	11.252	88.410
	2001	9.940	76.672
Çavdar	1999	386	454
	2000	395	492
	2001	323	393
Yulaf	1999	464	741
	2000	561	1.045
	2001	418	661

Kaynak: www.atob.org.tr, 2004.

Tarımsal üretimde ilin diğer önemli kaynakları sebze ve meyve üretimidir. Yörenin zengin doğal kaynaklara ve çok uygun iklim özelliklerine sahip olması nedeniyle, her türlü sebze ve meyve yörede yetiştirilebilmektedir. Portakal, limon, turunç, mandalina gibi pek çok narenciye çeşidini bu yörede sıkça görmek mümkündür.

Çizelge 11. Aydın İli'nde Meyve, Bağ-Bahçe Üretimi (1999 - 2001)

Cinsi	Yıllar	Ağaç Sayısı	Üretim Ton)
Narenciye	1999	1.414.035	38.970
	2000	1.485.536	51.712
	2001	1.516.142	50.726
Çilek	2001	310	10.675
Erik	2001	245.075	6.981
Elma	2001	541.635	20.447
Şeftali	2001	739.200	22.994
Kiraz	2001	65.360	1.672
Domates	2001	3.119	111.787
Üzüm	1999	3.086	20.334
	2000	3.086	20.385
	2001	3.052	19.923

Kaynak: www.atob.org.tr, 2004.

Aydın İli'ndeki tarımsal işletmelerin arazi büyüklüklerini değerlendirmek için gerekli bilgiler Çizelge 12'de verilmiştir.

Çizelge 12. Aydın İli'ndeki Tarımsal İşletme Sayısı ve Arazi Dağılımı

Dekar	Aydın		Türkiye	
	İşletme Sayısı	Arazi (%)	İşletme Sayısı	Arazi (%)
0-10	29.10	4.46	15.95	1.35
11-50	51.45	35.85	51.09	20.77
51-100	12.31	24.45	17.989	19.94
101-200	5.57	21.92	9.66	20.99
201-500	1.48	11.68	4.38	19.82
501+	0.90	1.74	0.94	17.13
TOPLAM	100	100	100	100

Kaynak: www.atob.org.tr, 2004.

2.2. Hayvancılık

Aydın İli'nde kırsal ekonomik yapının önemli bir parçası da hayvancılık sektörüdür. İlde toplam tarım üretimi içindeki payı % 24'e yükselen hayvancılık sektöründe büyükbaş hayvan sayısı 189.348'dir (Çizelge 13).

Çizelge 13. Aydın İli'nin Hayvan Varlığı (1999 - 2001)

Cinsi		1999	2000	2001
		(Adet)		
Büyükbaş	Kültür	64.182	61.951	50.526
	Melez	123.035	99.104	88.146
	Yerli	56.021	53.495	50.676
	Toplam	243.238	214.550	189.348
Küçükbaş	Koyun	197.859	159.391	141.151
	Kıl Keçisi	95.164	72.939	69.396
	Toplam	293.023	232.330	210.547
Kümes Hayvanı	Tavuk	1.595.300	1.772.100	1.638.300
	Hindi	14.200	23.800	37.510
	Toplam	1.609.500	1.795.900	1.675.810

Kaynak: www.atob.org.tr, 2004.

2.3. Ulaşım

Aydın İli, coğrafi konumu sebebi ile ilk çağlardan beri önemli yolların geçtiği bir yöre olmuştur. İlin en önemli iki ulaşım kanalı, İzmir – Aydın istikâmetini izleyen demiryolu ve buna paralel olan İzmir – Denizli (E24) karayoludur. Ayrıca, 2000 yılından bu yana hizmette bulunan Aydın – İzmir otobanı da yörenin önemli ulaşım yollarındandır.

Aydın İli devlet ve il yollarının durumuna baktığımızda 770 km uzunluğunda bir yol ağı ile karşılaşılmaktadır. Devlet ve il yolu dışında 48 km uzunluğunda otoyol bulunmaktadır (Çizelge 14).

Çizelge 14. Aydın İli Karayolu Durumu

	Beton Asfalt	Asfalt	Stabilize	Tesviye	Ham Yol	TOPLAM
Otoyol	48	0	0	0	0	48
Devlet Yolu	86	233	0	0	0	319
İl Yolu	5	398	30	0	0	403
Köy Yolu (TCK dahil)	0	2399	739	878	87	4103
Toplam	139	3020	769	878	87	4873

Kaynak: www.atob.org.tr, 2004.

İlin tek limanı, yaz sezonu boyunca özellikle turistik gemilerin sıklıkla geldiği Kuşadası Limanı'dır.

İl sınırları içerisindeki tek havaalanı ise, 1993 yılında faaliyete geçen 1435 m. pist uzunluğuna sahip Aydın – Çıldır Havaalanı'dır.

Aydın İli'nde bulunan toplam 487 adet köye 4103 km. uzunluğundaki yol ağı ile hizmet verilmektedir. İlde yolu olmayan köy bulunmamakla beraber, yolların % 49'u asfaltla kaplıdır (Çizelge 15).

Çizelge 15. Aydın İli'ndeki Köy Yolları Uzunlukları ve Cinsleri

Yolun Cinsi	Köy Hiz.	Köy Sayısı	Toplam Yol Ağı (km)
Asfalt	Köy Hiz.	381	1.656
	TCK	42	743
Stabilize		49	739
Tesviye		15	878
Ham Yol (Köy, Altı)		0	87
Toplam		487	4.103

Kaynak: www.atob.org.tr, 2004.

3. EKONOMİK YAPI

3.1. İlin Sosyo – Ekonomik Gelişmişlik Performansı

Ekonomik potansiyeli oldukça yüksek olan Aydın, gerek coğrafi konumunun sağladığı ulaşım avantajlarıyla gerekse hammadde kaynaklarına yakınlığıyla tarım, turizm ve hizmet sektörleri ile sanayileşme bakımından gelişen bir konumdadır.

2003 yılında DPT tarafından yapılan “İllerin Sosyo – Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması” araştırması sonuçlarına göre Aydın, 81 il içinde 22. sırada yer almaktadır (Çizelge 16).

Bu araştırmada demografik göstergeler, istihdam göstergeleri, eğitim göstergeleri, sağlık göstergeleri, sanayi göstergeleri, tarım göstergeleri, inşaat göstergeleri, mali göstergeler, alt yapı göstergeleri ve diğer göstergeler başlığı altında birçok değişkenin, Aydın İli gelişmişlik performansına etkisi incelenmektedir (Çizelge 17).

Çizelge 16. İllerin Sosyo – Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması (2003)

Sıra	İller	Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması (81 il içinde)	Sıra	İller	Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması(81iliçinde)
1	Adana	8	42	Konya	26
2	Adıyaman	65	43	Kütahya	40
3	Afyon	44	44	Malatya	41
4	Ağrı	80	45	Manisa	25
5	Amasya	39	46	Kahramanmaraş	48
6	Ankara	2	47	Mardin	72
7	Antalya	10	48	Muğla	13
8	Artvin	43	49	Muş	81
9	Aydın	22	50	Nevşehir	34
10	Balıkesir	15	51	Niğde	49
11	Bilecik	18	52	Ordu	62
12	Bingöl	76	53	Rize	37
13	Bitlis	79	54	Sakarya	23
14	Bolu	14	55	Samsun	32
15	Burdur	31	56	Siirt	73
16	Bursa	5	57	Sinop	57
17	Çanakkale	24	58	Sivas	53
18	Çankırı	59	59	Tekirdağ	7
19	Çorum	46	60	Tokat	61
20	Denizli	12	61	Trabzon	38
21	Diyarbakır	63	62	Tunceli	52
22	Edirne	16	63	Şanlıurfa	68
23	Elazığ	36	64	Uşak	30
24	Erzincan	58	65	Van	75
25	Erzurum	60	66	Yozgat	64
26	Eskişehir	6	67	Zonguldak	21
27	Gaziantep	20	68	Aksaray	56
28	Giresun	50	69	Bayburt	66
29	Gümüşhane	71	70	Karaman	35
30	Hakkari	77	71	Kırıkkale	33
31	Hatay	29	72	Batman	70
32	Isparta	28	73	Şırnak	78
33	İçel	17	74	Bartın	55
34	İstanbul	1	75	Ardahan	74
35	İzmir	3	76	Iğdır	69
36	Kars	67	77	Yalova	9
37	Kastamonu	51	78	Karabük	27
38	Kayseri	19	79	Kilis	54
39	Kırklareli	11	80	Osmaniye	47
40	Kırşehir	42	81	Düzce	45
41	Kocaeli	4			

Kaynak: İllerin Sosyo – Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması, 2003, DPT.

Çizelge 17. Aydın İli Gelişmişlik Performansı (2003)

	DEĞİŞKEN	YIL	BİRİM	AYDIN	EGE BÖLGESİ	TÜRKİYE	SIRA (81 il içinde)
	DEMOGRAFİK GÖSTERGELER						
1	Toplam Nüfus	2000	Kişi	950.757	8.938.781	67.803.927	20
2	Şehirleşme Oranı	2000	Yüzde	51,87	61,48	64,90	53
3	Yıllık Ortalama Nüfus Artış Hızı	1990-2000	Binde	14,21	16,29	18,28	33
4	Nüfus Yoğunluğu	2000	Kişi/Km ²	121,10	100	88	17
5	Doğurganlık Hızı	2000	Çocuk Sayısı	2,12	2,17	2,53	58
6	Ortalama Hane halkı Büyüklüğü	2000	Kişi	3,68	3,81	4,50	74
	İSTİHDAM GÖSTERGELERİ						
7	Tarım İşkolunda Çalışanların Toplam İstihdama Oranı	2000	Yüzde	61,95	50,48	48,38	41
8	Sanayi İşkolunda Çalışanların Toplam İstihdama Oranı	2000	Yüzde	7,54	13,84	13,35	36
9	Ticaret İşkolunda Çalışanların Toplam İstihdama Oranı	2000	Yüzde	9,16	10,10	9,67	13
10	Mali Kurumlar İşkolunda Çalışanların Toplam İstihdama Oranı	2000	Yüzde	1,92	2,64	3,11	20
11	Ücretli Çalışanların Toplam İstihdama Oranı	2000	Yüzde	38,15	43,26	43,52	24
12	Ücretli Çalışan Kadınların Toplam İstihdama Oranı	2000	Yüzde	10,71	10,42	8,81	8
13	İşverenlerin Toplam İstihdama Oranı	2000	Yüzde	2,35	2,62	2,61	13
	EĞİTİM GÖSTERGELERİ						
14	Okur Yazar Nüfus Oranı	2000	Yüzde	87,44	89,78	87,30	36
15	Okur Yazar Kadın Nüfusun Toplam Kadın Nüfusuna Oranı	2000	Yüzde	81,05	84,20	80,62	32
16	Üniversite Bitirenlerin Okul Bitirenlere Oranı	2000	Yüzde	7,21	8,42	8,42	20
17	İlköğretim Okullaşma Oranı	2000-2001	Yüzde	96,70	100,07	98,01	42
18	Liseler Okullaşma Oranı	2000-2001	Yüzde	38,19	39,67	36,92	30
19	Meslek Liseleri Okullaşma Oranı	2000-2001	Yüzde	22,98	25,35	20,49	29
	SAĞLIK GÖSTERGELERİ						
20	Bebek Ölüm Oranı	2000	Binde	39,00	40,13	43,00	50
21	Onbin Kişiye Düşen Hekim Sayısı	2000	Kişi	12	15	13	11
22	Onbin Kişiye Düşen Diş Hekimi Sayısı	2000	Kişi	2,7	2,9	2,2	8
23	Onbin Kişiye Düşen Eczane Sayısı	2000	Adet	3,8	3,8	2,9	8
24	Onbin Kişiye Düşen Hastane Yatağı Sayısı	2000	Hastane Yatağı	17	23	23	44
	SANAYİ GÖSTERGELERİ						
25	Organize Sanayi Bölgesi Parsel Sayısı	2000	Parsel	232	3.439	28.726	24
26	Küçük Sanayi Sitesi İşyeri Sayısı	2000	Adet	1.305	13.941	81.302	22
27	İmalât Sanayi İşyeri Sayısı	2000	Adet	89	1.969	11.118	19
28	İmalât Sanayi Yıllık Çalışanlar Ortalama Sayısı	2000	Kişi	7.706	187.282	1.130.488	27
29	İmalât Sanayi Kurulu Güç Kapasite Miktarı	2000	Beygir Gücü	61.683	2.014.306	13.478.078	35
30	Fert Başına İmalât Sanayi Elektrik Tüketimi	2000	Kws	239	823	550	35
31	Fert Başına İmalât Sanayi Katma Değeri	2000	Milyon TL.	104	449	350	39
	TARIM GÖSTERGELERİ						
32	Kırsal Nüfus Başına Tarımsal Üretim Değeri	2000	Milyon TL.	1.444	1.341	1.124	20
33	Tarımsal Üretim Değerinin Türkiye İçindeki Payı	2000	Yüzde	2,47	17,26	100,00	10
	MALİ GÖSTERGELER						
36	Gayri Safi Yurt İçi Hasıla İçindeki Payı	2000	Yüzde	1,40	15,28	100,00	15
37	Fert Başına Gayri Safi Yurt İçi Hasıla	2000	Milyon TL.	1.838	2.130	1.837	20
38	Banka Şube Sayısı	2000	Adet	131	1284	7786	12
39	Fert Başına Banka Mevduatı	2000	Milyon TL.	498	708	939	19
40	Toplam Banka Mevduatı İçindeki Payı	2000	Yüzde	0,74	9,95	100,00	15
41	Toplam Banka Kredileri İçindeki Payı	2000	Yüzde	0,48	10,02	100,00	20
42	Kırsal Nüfus Başına Tarımsal Kredi Miktarı	2000	Milyon TL.	87	149	138	32
43	Fert Başına Sınai, Ticari Ve Turizm Kredileri Miktarı	2000	Milyon TL.	110	278	392	29
44	Fert Başına Belediye Giderleri	2000	Milyon TL.	69	78	82	23
45	Fert Başına Genel Bütçe Gelirleri	2000	Milyon TL.	129	344	464	29
46	Fert Başına Gelir Ve Kurumlar Vergisi Miktarı	2000	Milyon TL.	71	119	165	22
47	Fert Başına Kamu Yatırımları Miktarı	1995-2000	Milyon TL.	184	227	248	39
48	Fert Başına Teşvik Belgeli Yatırım Tutarı	1995-2000	Milyon TL.	1.298	2.475	2.668	34
49	Fert Başına İhracat Miktarı	1995-2000	ABD Doları	0	3.416	2.249	63
50	Fert Başına İthalat Miktarı	1995-2000	ABD Doları	4	4.162	3.967	61
	ALTYAPI GÖSTERGELERİ						
51	Kırsal Yerleşmelerde Asfalt Yol Oranı	2000	Yüzde	58,59	71,97	45,23	34
52	Yeterli İçme Suyu Götürülen Nüfus Oranı	2000	Yüzde	92,53	87,46	84,98	31
53	TCK Asfalt Yol Oranı	2000	Yüzde	99,31	98,41	91,28	13
	DİĞER GÖSTERGELER						
54	Onbin Kişiye Düşen Özel Otomobil Sayısı	2000	Adet	724	799	652	15
55	Onbin Kişiye Düşen Motorlu Kara Taşıtı Sayısı	2000	Adet	1.461	1.423	1.056	10
56	Fert Başına Elektrik Tüketim Miktarı	2000	Mws	1,0	1,8	1,4	37
57	Fert Başına Telefon Kontür Değeri	2000	Adet	1.511	1.898	1.852	24
58	Yeşil Kartlı Kişi Oranı	2000	Yüzde	13	11	15	57

Kaynak: Aydın İli Gelişmişlik Performansı Araştırması, 2003, DPT.

Aydın İli Gelişmişlik Performansı Araştırması'nda demografik göstergelere göre 2000 yılında Ege Bölgesi'nin toplam nüfusu 8.938.781 iken Aydın İli'nin nüfusu 950.757'dir. Yıllık ortalama nüfus artışı yine, aynı yılda Ege Bölgesi'nde binde 16,29 ve Aydın'da binde 14,21'dir.

2000 yılı istihdam göstergelerine göre, en yüksek düzeyde istihdam tarım işkolunda gerçekleşmiştir. Tarım işkolunda çalışanların toplam istihdama oranı Türkiye genelinde % 48,38 iken Ege Bölgesi'nde bu oran % 50,48'dir. Aydın İli'nde ise, bu oran % 61,95'dir. Tarım işkolundan sonra en yüksek düzeyde istihdam ücretli çalışanlarda gerçekleşmiştir. Bu oran, 2000 yılında Ege Bölgesi'nde % 43,26 iken, Aydın İli'nde % 38,15'dir. Aydın İli'nde ücretli çalışan kadınların toplam istihdama oranı % 10,71'dir ve bu oranla Aydın, Türkiye'de 81 il içerisinde 8. sırada yer almaktadır.

Okur Yazar nüfus oranı Türkiye genelinde % 87,30'dur ve Aydın, %87,44'lük bir oranla Türkiye ortalamasının üstündedir. Okur Yazar kadın nüfusun toplam kadın nüfusuna oranı, Türkiye genelinde % 80,62 Ege Bölgesi'nde % 84,20 ve Aydın'da % 81,05'dir. Bu oranla Aydın 81 il içerisinde 32.sırada yer almaktadır.

Mali göstergelere göre, 2000 yılında Ege Bölgesi'nin gayri safi yurt içi hasıla içindeki payı % 15,28 Aydın İli'nin payı % 1,40'dır (Çizelge 17). Kişi başına gayri safi yurt içi hasıla oranı Türkiye genelinde 1.837 milyon TL. iken, Ege Bölgesi'nde 2.130 milyon TL. ve Aydın'da ise, 1.838 milyon TL'dir.

Çizelge 17'de, diğer göstergeler başlığı altında 2000 yılında onbin kişiye düşen özel otomobil sayısı Türkiye genelinde 652 iken, bu sayı Aydın'da 724'dür ve Türkiye ortalamasının üstündedir.

3.2. Millî Gelirden Alınan Pay

Çizelge 18. Cari ve Sabit Fiyatlarla Gayri Sâfi Yurtiçi Hasıla

Milli Hesaplar		Cari fiyatlarla			Sabit fiyatlarla (1987)		
Yıl		Türkiye	Ege	Aydın	Türkiye	Ege	Aydın
1994	A	3 868 429	614 443	58 201	91 321	15 743	1 547
	B	100.0	15.9	1.5	100.0	17.2	1.7
	C	95.2	102.5	111.6	-5.5	-1.5	5.1
	D	2 173	2 548	2 247	-	-	-
1995	A	7 762 456	1 210 816	116 313	97 888	16 792	1 632
	B	100.0	15.6	1.5	100.0	17.2	1.7
	C	100.7	97.1	99.8	7.2	6.7	5.5
	D	2 727	3 133	2 810	-	-	-
1996	A	14 772 110	2 375 479	234 865	104 745	17 936	1 737
	B	100.0	16.1	1.6	100.0	17.1	1.7
	C	90.3	96.2	101.9	7.0	7.7	6.5
	D	2 888	3 414	3 161	-	-	-
1997	A	28 835 883	4 408 195	416 113	112 631	18 868	1 725
	B	100.0	15.3	1.4	100.0	16.8	1.5
	C	95.2	85.6	77.2	7.5	5.2	-0.7
	D	3 021	3 436	3 042	-	-	-

Açıklama:

A. Değer (Milyar TL) B. Pay (%) C. Gelişme hızı (%) D. Kişi başına düşen GSYİH (ABD doları)

Kaynak: Temel Ekonomik ve Sosyal Göstergeler, DIE, 2000.

Çizelge 18’de cari ve sabit fiyatlarla gayri sâfi yurtiçi hasıla oranlarında 1994 yılında cari fiyatlarla Ege Bölgesi’nin Türkiye genelinde payının % 15.9 olduğu, Aydın’ın ise, % 1.5 olduğu görülmektedir. Bu oran, 1995 yılında Ege Bölgesi’nde % 15.6’ya gerilerken, Aydın’da aynı kalmıştır. 1996 yılında Ege Bölgesi’nde %16.1’e yükselmiş ve Aydın’da ise, % 1.6’ya çıkmıştır. 1997 yılında ise, cari fiyatlarla Ege Bölgesi’nin Türkiye genelinde payı % 15.3’e gerilerken Aydın’da %1.4’e düşmüştür.

Aydın İli’nin 1994 yılında gelişme hızı cari fiyatlarla % 111.6 iken 1995 yılında bu oran % 99.8’e gerilemiş 1996 yılında % 101.9 ve 1997’de ise, % 77.2’dir.

Kişi başına düşen GSYİH 1994 yılında cari fiyatlarla Ege Bölgesi’nde 2.548 ABD Doları ve Aydın İli’nde 2.247 ABD doları iken, 1997 yılında bu oran Ege Bölgesi’nde 3.436 ABD doları’na Aydın’da ise, 3.042 ABD doları’na yükselmiştir.

Çizelge 19. İlçeler İtibariyle Gayri Sâfi Yurtiçi Hasıla (Milyon TL)

İlçeler	1994			1995		
	Alıcı fiyatlarıyla GSYİH	Türkiye GSYİH içerisindeki payları (%)	İl içerisindeki ilçe payları (%)	Alıcı fiyatlarıyla GSYİH	Türkiye GSYİH içerisindeki payları (%)	İl içerisindeki ilçe payları (%)
Toplam	58 201 163	1.50	100.00	116313 107	1.50	100.00
Merkez ilçe	11 676 854	0.30	20.06	22 348 543	0.29	19.21
Bozdoğan	2 071 942	0.05	3.56	3 962 596	0.05	3.41
Buharkent	387 347	0.01	0.67	770 137	0.01	0.66
Çine	2 673 061	0.07	4.59	4 554 097	0.06	3.92
Germencik	3674711	0.09	6.31	10205274	0.13	8.77
İncirliova	1 590 424	0.04	2.73	3 474 719	0.04	2.99
Karacasu	652 689	0.02	1.12	1 652 825	0.02	1.42
Karpuzlu	646 858	0.02	1.11	892 150	0.01	0.77
Koçarlı	1 239 931	0.03	2.13	1 719 155	0.02	1.48
Köşk	1 168 807	0.03	2.01	2 037 606	0.03	1.75
Kuşadası	8 200 310	0.21	14.09	15 682 628	0.20	13.48
Kuyucak	1 602 506	0.04	2.75	3 408 470	0.04	2.93
Nazilli	12 632 346	0.33	21.70	25 285 758	0.33	21.74
Söke	6665617	0.17	11.45	14 055 501	0.18	12.08
Sultanhisar	1 934 245	0.05	3.32	3 495 545	0.05	3.01
Yenihisar	1 003 583	0.03	1.72	2 047 423	0.03	1.76
Yenipazar	379 935	0.01	0.65	720 677	0.01	0.62

Kaynak: Temel Ekonomik ve Sosyal Göstergeler, DIE, 2000.

Çizelge 19’da ilçeler itibariyle gayri sâfi yurtiçi hasıla oranlarında il içerisindeki %21.70’lik payıyla Nazilli ilçesi 1994 yılında tüm ilçeler içerisinde ilk sırada gelmektedir. Nazilli ilçesinden sonra ikinci sırada, % 20.06’lık payıyla Merkez ilçe ve üçüncü olarak da % 14.09’luk payıyla Kuşadası ilçesi gelmektedir. 1995 yılında bu sıralama yine aynı kalmış sadece oranlarda değişiklik olmuştur. Nazilli ilçesi % 21.74’lük payıyla yine ilk sırada yer almış, % 19.21’le Merkez ilçe ikinci sırada, % 13.48’le Kuşadası ise, üçüncü sırada yer almıştır.

Çizelge 20. İktisadî Faaliyet Kollarına Göre Gayri Safi Yurtiçi Hasıla, 1997

İktisadî Faaliyet Kolları		Cari Fiyatlarla			Sabit Fiyatlarla (1987)		
		Türkiye	Ege	Aydın	Türkiye	Ege	Aydın
1- Tarım	A	4170001 098	742 405 007	113631	14927152	3 043 864	432 163
	B	14.5	16.8	27.3	13.3	16.1	25.1
	C	67.5	52.6	36.0	-2.3	-11.4	-22.7
2- Sanayi	A	7293185637	1 114926152	33 560 788	32 835 383	4 988 874	144479
	B	25.3	25.3	8.1	29.2	26.4	8.4
	C	96.2	85.6	71.4	10.4	7.7	1.4
3- İnşaat sanayi	A	1 743 240 438	296 316 746	49 277 659	6511 043	1 200 847	183 605
	B	6.0	6.7	11.8	5.8	6.4	10.6
	C	103.2	96.4	140.8	5.0	14.4	22.3
4- Ticaret	A	5 985 402 274	878 680 488	115015	25 024 396	4 470 894	544 747
	B	20.8	19.9	27.6	22.2	23.7	31.6
	C	98.0	93	95.5	11.7	11.3	11.9
5- Ulaştırma ve haberleşme	A	4018612581	545 620 602	36 704 433	14 485 052	2147176	160226
	B	13.9	12.4	8.8	12.9	11.4	9.3
	C	107.0	98.3	109.4	7.6	6.5	5.7
6- Mali kuruluşlar	A	1 474426187	147981504	1 1 848 232	2572915	335 025	22278
	B	5.1	3.4	2.8	2.3	1.8	1.3
	C	101.3	93.9	112.4	3.9	2.5	0.5
7- Konut sahipliği	A	850 331 600	127140829	10842055	5474616	91 1 331	119005
	B	2.9	2.9	2.6	4.9	4.8	6.9
	C	92.0	96.4	83.3	2.3	3.5	5.0
8- Serbest meslek ve hiz.	A	1 067 451 336	147923842	14507258	2 564 436	400 670	47118
	B	3.7	3.4	3.5	2.3	2.1	2.7
	C	92.7	86	90.8	6.9	5.6	6.7
9- (-)İzafi banka hizmetleri	A	1 371 710000	90 224 239	7254106	2112809	226 224	17538
	B	4.8	2	1.7	1.9	1.2	1.0
	C	93.4	84.5	184.3	1.9	-0.1	-2.0
10- Sektörler toplamı (1-9)	A	25 230 941	3910770931	378133	102282	17272457	1 636 083
	B	87.5	88.7	90.9	90.8	91.5	94.8
	C	93.4	82.7	74.6	7.4	4.6	-0.9
11- Devlet hizmetleri	A	2 579 909 797	317953311	33 065 640	4 472 887	582314	61 860
	B	8.9	7.2	7.9	4.0	3.1	3.6
	C	108.3	109.1	108.1	0.1	-0.2	0.9
12- Kapamacı olmayan ö.hiz.k.	A	53 020 894	593912	141 720	390 055	3764	202
	B	0.2	0.0	0.0	0.3	0	0.0
	C	96.9	98	89.8	1.0	4.4	-0.5
13-Toplam (10-12)	A	27 863 871	4229318154	41 1 341	107145	17858535	1 698145
	B	96.6	95.9	98.9	95.1	94.6	98.4
	C	94.7	84.5	76.9	7.0	4.5	-0.9
14- İthalat vergisi	A	972 01 1 293	178876424	4 771 425	5 486 077	1 009 587	26930
	B	3.4	4.1	1.1	4.9	5.4	1.6
	C	112.0	115.6	99.7	18.3	20.4	11.5
15- GSYİH (Alıcı fiy.) (13+14)	A	28 835 883	4408194578	416112	112631	18868122	1 725 075
	B	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	C	95.2	85.6	77.2	7.5	5.2	-0.7

Açıklama: A. Değer (Milyon TL) B. Pay (%) C. Gelişme hızı (%)

Kaynak: Temel Ekonomik ve Sosyal Göstergeler, DPT, 2000.

İktisadî faaliyet kollarına göre, gayri sâfi yurtiçi hasıla oranlarına göre Aydın İli'nde ticaret sektörü % 27.6'lık oranla ilk sırada yer almaktadır. İkinci sırada % 27.3'le tarım sektörü, üçüncü sırada % 11.8'le inşaat sanayi, dördüncü sırada % 8.8'le ulaştırma ve haberleşme, beşinci sırada ise, % 8.1'le sanayi sektörü gelmektedir.

3.3. İlin Meydana Getirdiği Katma Değer

Çizelge 21. Sanayi Sektörünün Meydana Getirdiği Katma Değerin Dağılımı

		Girdi	Çıktı	Katma Değer*
İmalât Sanayi	A	16.780.734	24.813.578	8.032.844
	B	8.583.454	12.241.974	3.658.520
	C	8.197.280	12.571.604	4.374.324
Gıda, İçki ve Tütün Sanayi	A	6.601.825	7.817.554	1.215.729
	B	4.864.859	5.786.214	921.355
	C	1.736.966	2.031.340	294.374
Taş ve Toprağa Dayalı Sanayi	A	1.027.272	2.985.811	1.958.539
	B	-	-	-
	C	1.027.272	2.985.811	1.958.539
Kimya Sanayi	A	4.249.646	6.534.174	2.284.528
	B	3.718.595	6.455.760	2.737.165
	C	531.051	78.414	-452.637
Kereste Sanayi	A	2.406.632	3.622.573	1.215.941
	B	-	-	-
	C	2.406.632	3.622.573	1.215.941
Tekstil Sanayi	A	2.158.290	3.311.206	1.152.916
	B		-	-
	C	2.158.290	3.311.206	1.152.916

Açıklama: A: Toplam B: Kamu C: Özel Sektör *: Milyon TL-1997 Yılı Fiyatlarıyla

Kaynak: Temel Ekonomik ve Sosyal Göstergeler, 2000, Aydın, DİE.

Çizelge 21’de Aydın İli’nde 1997 yılı fiyatlarıyla sanayi sektörünün meydana getirdiği katma değer dağılımına göre toplamda ilk sırada 8.032.844 milyon TL. ile imalât sanayi gelmektedir. İkinci sırada, 2.284.528 milyon TL. ile kimya sanayi, üçüncü sırada ise, 1.958.539 milyon TL. ile taş ve toprağa dayalı sanayi gelmektedir (Çizelge 21).

İKİNCİ BÖLÜM

İŞLETME ve GİRİŞİMCİLİK

1.İşletme Kavramı

Malların ve hizmetlerin üretildiği ve pazarlandığı her yerde işletme faaliyetleri söz konusudur. Mallar ve hizmetler işletmelerde yaratılır ve pazarlanması sağlanır.

İşletme kavramını çok değişik açılardan tanımlamak olasıdır. Bir işi gerçekleştirmek, bir işyeri işletmek ya da, çalıştırmak eylemi işletme olarak bilinir (Long,1989:7).

En basit olarak “ Başkalarının ihtiyaçlarını karşılamak üzere mal veya hizmet üreten ekonomik birimdir ” .

Ekonomik bir birim olan işletmede, mal ve hizmet üretimi belli bir amaca yönelik olarak gerçekleştirilir. İşletmeleri bu yönden değerlendirdiğimizde kâr amacı güden ve kâr amacı gütmeyen işletmeler ayrımı yapılır. Bir birimin işletme sayılmasını temel koşulu kâr amacı gütmesi değildir. Özel sermayenin yanı sıra kamu sermayesiyle kurulmuş işletmeler de vardır. Kamu sermayesiyle kurulmuş işletmelerin kâr amacını önde tutmadan çalışmaları söz konusu olabilir. Bunlar da işletme olarak nitelendirilir. Örneğin, KİT’ ler ve Belediye işletmeleri.

Bir ekonomik birimin sürekli, ya da süreksiz olması, büyüklüğü dar, ya da yaygın bir çevrenin gereksinmesinin karşılanması, mülkiyetinin devletin, ya da özel kişilerin elinde olması, sahibinin bir, ya da daha çok kişi olması, işletmenin oluşumu açısından önemli değildir. İşletmeden her durumda söz edilebilir.Önemli olan, bir ekonomik birimin yarar yaratmasıdır (Karalar, 1998:34).

1.1.Girişimci (Müteşebbis)

Girişimci, kişilerin gereksinme ve isteklerini karşılayacak mal ve hizmet üretiminde bulunmak üzere, üretim araçlarını sağlayarak bir araya getirilmesi olanaklarını yaratan, kr elde etme amacı güden ve tüm riskleri yüklenen kişidir.

Yenilik yapmak ve yaratıcılık girişimcinin temel özelliklerindendir. Girişimcilerin işlevleri şöyle sıralanabilir (Sabuncuoğlu ve Tokol, 1997:3):

- Yeni retim yöntemleri geliştirip, uygulamak,
- Yeni pazarlara açılmak,
- Yeni girdi kaynakları bulmak,
- Yönetim ve çalışanlar arasındaki ilişkileri arttırmak,
- Üretim faktörlerini bir araya getirerek mal ve hizmet üretmek,
- Riske katlanmak .

1.2.Yönetici

Günümüzde işletmeler artık tek kişi tarafından kurulan ve tek kişi tarafından yönetilen bir ekonomik birim olmayı aşmış ve çok kişi tarafından kurulan, işletilen ve yönetilen bir modele geçmiştir. Çağdaş yönetim anlayışı, bu yaklaşımlar içinde yeni boyutlar kazanırken, yönetim olgusu işletmenin en önemli sorunu ve işlevi arasına girmeyi başarmıştır.

Yönetim “ başkalarına iş yaptırma gücüdür ” denilebilir (Head, 1989:22). Yönetici ise, kr ve riski başkalarına ait olmak üzere, üretim faktörlerini tedarik ederek, mal veya hizmet üretimi için yöneten kişidir.

Buna göre, yöneticinin işletmenin elde edeceği kârdan girişimci gibi yararlanması ya da, ortaya çıkacak zarara girişimci gibi katlanması söz konusu değildir. Başka bir deyişle, yöneticinin kâr ve zararla doğrudan bağlantısı yoktur.

İyi bir yöneticinin çeşitli nitelikleri taşıması gerekir. Bunların başlıcaları şunlardır (Adams, 1976:14):

- İşi ve işgörenleri yakından tanıma,
- Zamanında ve doğru olarak karar verme,
- Kişiliği ve davranışlarıyla örnek olma,
- Sorumluluk taşıma,
- Demokratik olma,
- Sabırlı, kararlı, eğitici olma.

2.İşletme Kavramına Tarihsel Bakış

İşletmelerin doğuşu insanlık tarihi kadar eskidir. İnsanlar ilk çağlardan bu yana gereksinimlerini karşılamak üzere yiyecek, giyecek, avlanacak, barınacak ve savaşıacak çeşitli araç ve gereçler üretmişlerdir. Önceleri kapalı bir ekonomi içinde herkes kendi gereksinimlerini karşılayacak eylemlere girerken daha sonraları örgütlenerek daha düzenli, bilinçli ve çevreye açık sistemler oluşturmaya başlamışlardır.

İşletme kavramına tarihsel bakış, iki ayrı yönden ele alınır. Bunlar, işletmecilik biliminin tarihsel olarak gelişimi ve tarihsel yönetimin tarihsel gelişimidir.

2.1.İşletmecilik Biliminin Tarihsel Gelişimi

Tarihsel olarak işletmecilik biliminin gelişimi altı bölümde incelenebilir. Bunlar ilkel, tarihsel, zanaatkârlık, lonca, ev işçiliği, fabrika aşaması ve endüstriyel devrim aşamasıdır.

2.1.1.İlkel Aşama

İlkel toplumlarda, ürünler ticaret yapmaya yetecek ölçüde bol değildi. İnsanlar, ürünleri doğada bulunduğu biçimiyle kullanıyorlardı. Bu aşamada, insanlar yalnızca kendi gereksinmelerini karşılama amacı gütmüş, artık ürün çok az olmuştur.

2.1.2.Tarımsal Aşama

İnsanlar, kendi kullanımları için gerekli olandan daha fazla ürün elde etmeye başlamışlardır. Böylelikle, bir yandan kişiler artık ürünlerini eksik olan ya da, istedikleri ürünlerle değiş- tokuş etmişler, bir yandan da kendileri için araç ve eşyalar yapmaya zaman bulmuşlardır (Karalar, 1998:18).

2.1.3.Zanaatkârlık Aşaması

Zanaatkârlık, elle kas gücüyle üretme anlamına gelir. Çeşitli güçlerle çalışan makineler bulunmadan önce, yalnızca insan çabasıyla hammaddelerin bitmiş mallar biçimine dönüştürülmesi zanaatkârlıktır. Zanaatkârlık sisteminin zorluklarına karşın, yeterli nitelikte mal üretilmiş ve ticarî girişimlerin yaşamasını sağlayacak biçimde alınıp satılmıştır.

2.1.4.Lonca Aşaması

Loncaların amacı, üyelerin ortak çıkarlarını korumak için işbirliği sağlamaktır. Bu dönemde loncalar, birleştirilmiş çabalarıyla çalışma saatlerini, çalışma yöntemlerini, üretilen malın niceliğini, niteliğini ve fiyatını denetleyebiliyorlardı. Ayrıca, yabancı ülkelerden ticarî birimlerin oluşturulmasına destek verilmiş, belirli mallar için tekel kurma hakkı elde edilmiştir.

2.1.5.Ev İşçiliği Aşaması

Ev işçiliğinde üretim yine işçinin kendi evinde gerçekleştirilmektedir. Bu üretimde yeni bir işadımı türü ortaya çıkmıştır. Buna girişimci adı verilmektedir. Önceki zanaatkârlık aşamasında, bir zanaatkâr hammaddesini kendi sağlar, üretimi kendi evinde ya da dükkânında gerçekleştirir ve elde ettiği ürünü kendisi satardı. Ev işçiliğinde ise, girişimci, hammaddeyi üretim yapma ve üretileni satmak amacıyla satın alır, ancak üretim işlemini kendisi gerçekleştiremez, bu üretimi kendi evinde yapacak zanaatkârlar kiralar. Çalışanlar hammadde, ya da üretim araçları için herhangi bir yatırım yapmazlar, bunlar girişimci tarafından sağlanır. İşin üretim ve satışına ilişkin risk girişimcinindir (Karalar, 1998:19).

Böylelikle, girişimci kapitalinin daha yoğun biçimde kullanımı sağlanmış, hem alım hem de satış pazarları yönünden gelişmelerin oluşumu da etken olmuştur.

2.1.6.Endüstriyel Devrim Aşaması

Bu dönemde küçük çaplı olarak el ve ev işçiliği içinde gerçekleştirilen üretim, büyük çaplı üretime dönüşmüştür. Buharlı motorun geliştirilmesi, mekanik gücün kullanımını en üst düzeye çıkarmıştır. Giderek gerçekleştirilen kitlesel üretim, önceki aşamalara göre çok düşük maliyet giderleriyle yapılmaya başlanmıştır (Cemalcılar et al.,1995:17).

Kısacası, bu dönemde işletmecilik çağdaş bir anlam kazanmaya başlamış, bilimsel yöntemlerle araştırma ve geliştirme çalışmaları hız kazanmıştır. Büyüyen işletmelerde iş bölümü zorunlu olmuş, bu da daha nitelikli iş gücü ve daha nitelikli yöneticilerin çalışmasını zorunlu kılmıştır.

Fabrika aşaması, günümüzde, otomasyonlaşmış bir üretim ve sürekli gelişen teknolojinin zorunlu kıldığı tekniklerle bilgisayar, robot kullanımına ulaşmıştır.

2.2.Bilimsel Yönetimin Tarihsel Gelişimi

Bu dönemin başlangıcında, örgütün önceden belirlenen ölçütlere göre işletilebileceğini ileri süren klasik akım ortaya çıkmıştır. Klasik akımda çeşitli görüşler, bilimsel yönetimin gelişmesine yardımcı olmuştur.

Endüstri devriminden sonra ortaya çıkan yönetim sorunlarına ışık tutacak nitelikte bir gelişmenin öncülüğünü yapan Frederic Winslow Taylor (1856-1919) yaşadığı çağın en büyük işletmecisi olarak kabul edilir.

Özellikle, üretimde verimliliği sağlayıcı rasyonalizasyon hareketine öncülük yapan Taylor bir yandan organizasyon konusunda fonksiyonel örgüt modelini ortaya atarak örgütte uzmanlaşmaya yer verirken, öte yandan işçi ücretlerinde kendi adıyla anılan Taylor ücret sistemini geliştirmiş ve başarıyla uygulamıştır.

Amerika’da Taylor’un geliştirdiği Bilimsel Yönetim Kuramı’na karşılık Avrupa’da yaklaşık aynı yıllarda Henri Fayol (1841-1925) adlı bir maden mühendisi yönetim konusunda yeni ilkeler geliştirerek işletmecilik alanında ün kazanmıştır.

Fayol, çalıştığı işletmede yapılan savurganlıklardan etkilenecek yönetim ilkeleri kuramını geliştirmiştir. Bu çalışmalarını “ Genel ve Endüstriyel Yönetim ” adlı ünlü yapıtında toplayan Fayol, aynı zamanda bir maden işletmesinde genel müdürlük yaptığı için uygulamada gördüğü yönetim aksaklıklarını gerçekçi bir yaklaşımla inceleme fırsatı bulmuştur.

İşletme yönetiminin bir bilim dalı olarak gelişmesinde, Taylor ve Fayol ile aynı dönemlerde Almanya’da yaşayan ve “ bürokrasi modeli ” ismiyle anılan bir organizasyon teorisi geliştiren Alman düşünürü Max Weber’de etkili olmuştur.

“ Sosyal ve Ekonomik Örgütlenme Teorisi ” adlı eserinde, örgütlenme kuramını bütün yönleriyle incelemiştir. Yetki sorunun, bir örgütün varolabilmesi için kesinlikle çözümlenmesi gerektiğini ileri sürmüştür (Karalar, 1998:13).

3.İşletmelerin Amaçları

İşletmeler yapılarına, kuruluş nedenleri, içinde bulundukları ekonomik düzenin koşullarına, yönetim anlayışına ve buna benzer diğer etkenlere bağlı olarak farklı amaçlar güdebilir. Bu amaçlar çok değişik nitelikte olmakla birlikte, genel amaçlar ve özel amaçlar şeklinde ikiye ayrılabilir.

3.1.Genel Amaçlar

İşletmelerin iki genel amacı vardır. Bunlar, kâr elde etmek ve topluma hizmet etmektir.

3.1.1. Kâr Sağlama Amacı

Kâr, bir işletmenin belirli bir dönem sonunda elde ettiği kazanç toplamıdır. Başka bir deyişle, işletmenin belirli bir dönem sonunda elde ettiği toplam gelirler ile

giderler arasındaki olumlu farktır. Bu farkın her zaman olumlu olması söz konusu değildir. Tersine gerçekleşirse ortaya zarar çıkar. İşletmeler giderlerini en aza indirmek ve gelirlerini en üst düzeye çıkarmak için çalışırlar. Bu sonucu sağlayan alanlara yatırım yapmak, kârlılığı azalan, ya da yok olan alanlardan kaçmak izlenen temel işletme politikasıdır. (Karalar, 1998:56)

3.1.2.Topluma Hizmet Amacı

İşletmeler yaşadıkları toplumun birer parçası olarak yine topluma hizmet etmek zorundadır. Bu hizmet, işletmenin yapısına göre dolaylı ve dolaysız olarak gerçekleşebilir. Dolaylı hizmet, özel işletmeler için söz konusu olabilir. Özel işletmelerin başta gelen amacı kâr elde etmektir. Ancak, kâr elde eden, ya da çaba harcayan her işletme yarattığı katma değer ölçüsünde topluma hizmet götürür. Bunu doğrudan doğruya toplum için yapmasa da kâr elde eden işletme bir yandan işletmede çalışanlara daha iyi ücret, ya da kârdan hisse vererek çalışanlara ekonomik katkıda bulunur.

Dolaysız hizmet ise, kamu kesiminde yer alan işletmeler tarafından çoğu kez ön planda tutulan bir amaç olarak görülür. Devlet, özel işletmelerin yatırım yapmak istemedikleri fakat, kamu çıkarına olan alanlarda pek kârlı olmasa bile işletmeler kurar ve işletir.

3.2.Özel Amaçlar

Günümüzde artık, dar anlamda kâr elde etmek, ya da sadece topluma hizmet etmek amacı güden işletmeler çağın gerisinde kalan ve uzun dönemde yaşama şansına sahip olmayan kuruluşlardır. Hızla gelişen dünya içinde, işletmelerin kuruluş ve gelişme amaçları da yeni boyutlar kazanarak, kendi içinde değişim süreci geçirmektedir. Bu süreç içinde oluşan amaçlar arasında, uzun dönemli büyüme, tüketicilere nitelikli mal sunma, çalışanlara uygun ücret ödeme ve toplumsal sorumluluk yer alabilir (Koçel, 1995:46).

3.2.1.Uzun Dönemli Büyüme

İşletmeler temel olarak uzun dönemde en yüksek kâra ulaşmayı isterler. Bunun temelinde, işletmelerin varlıklarını sürdürebilmesi ve sürekli büyüme ve gelişmenin sağlanması yatar.

3.2.2.Tüketicilere Nitelikli Mal Sunma

İşletmelerin, tüketicilere daha nitelikli mal sunması, tüketicilere verilen hizmeti en üst düzeye çıkarması, kâr amacını olumlu yönde etkileyen bir çabadır.

3.2.3.Çalışanlara Uygun Ücret Ödeme

İşletmelerin çalışanlarına daha iyi ücret ödemesi, işletmedeki çalışma koşullarını daha güvenli ve sağlıklı kılması, etken ve verimli çalışmada önemli bir özendiricidir.

3.2.4.Toplumsal Sorumluluk

İşletmeler, toplumsal sorumluluk duymaları sonucunda toplumda denge unsuru oluştururlar. Bunun sonucunda, işletmelere ilişkin toplumsal görüşler daha ılımlı olur, bu da, işletmelerin uzun dönemli yaşamalarını sağlayıp, uzun dönemde kârı en yükseğe çıkarma amacına hizmet eder.

4. İşletmelerde Çevre

İşletmeler, her konuda bağımsız olarak davranabilen, hiçbir etki altında kalmadan kararlar alabilen, kendilerini bulundukları ortamdan soyutlayan birimler değildir. Bireyler gibi işletmeler de, yaşadıkları ortamdan çeşitli ölçülerde etkilenme ve aynı zamanda yaşadıkları ortamı etkileyebilen örgütlerdir. Bu nedenle, işletmelerin izleyecekleri çeşitli işletme politikaları, yaşanan çevrenin koşullarının gereklerine uyma, bu gereklere göre oluşmak zorundadır (Karalar,1998:40).

Çevre, genel anlamıyla kişi, ya da toplulukları çeşitli düzeylerde etkileyen fiziksel ve toplumsal koşulların tümüdür. İşletme çevresi ise, işletmelerin didinmelerini işletme dışından etkileyen fiziksel ve kültürel etkenlerin tümüdür.

İşletmenin başarısı ve başarısızlığı üzerinde etkili olan söz konusu çevre şartlarını,

- Ekonomik çevre,
- Sosyal çevre,
- Politik çevre,
- Teknolojik çevre,
- Yasal çevre.

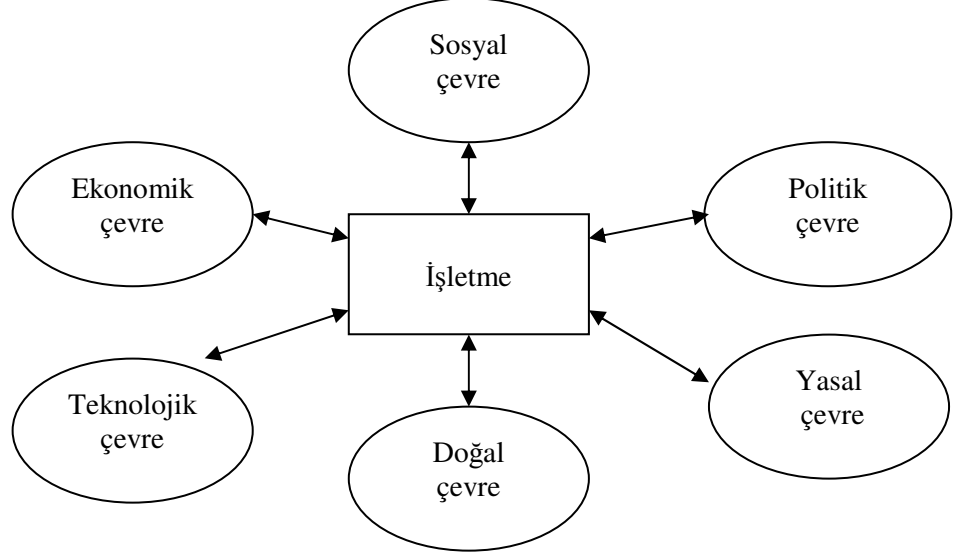
olarak belirleyebiliriz. İşletmeler kurulurken ve faaliyet dönemlerinde adı geçen çevre şartları dikkate alınmalıdır. Bu şartların işletme başarısı üzerindeki sonuçları tahmin edilerek değerlendirilmelidir (Ertürk, 1995:36).

Çevre şartlarının işletmeyi etkilemesi yanında, işletmelerinde çevre şartlarını değiştirebileceği gerçeği göz önünde tutulmalıdır. İşletmenin bu konudaki imkânları en iyi şekilde değerlendirilmelidir. Bu değerlendirmenin nasıl, hangi yönde ve yoğunlukta olacağı, işletme amacı tarafından belirlenir.

Bu durumda, çevre şartlarını değiştirmenin işletmeye maliyeti ve işletmeye sağlayacağı fayda karşılaştırılarak bir sonuca varılır.

İşletme ile çevresi arasındaki bu karşılıklı etkileşim Şekil 1’de gösterilmiştir.

Şekil 1: İşletme ve Çevre Şartları



Kaynak: Akmut et.al..., 2003:15.

5. Büyüklüğüne Göre İşletmeler

İşletmelerin kuruluş yeri ile ilgili araştırmalar yapılırken üzerinde durulması gereken konulardan biri de işletmelerin hangi büyüklükte kurulacağıdır. İşletmelerin bu kararlarında temel hedef, işletme giderleriyle gelirleri arasında en uygun dengeyi kuran bir büyüklüğün saptanabilmesidir.

İşletmeler büyüklüklerine göre dörde ayrılırlar: Büyük işletmeler, orta işletmeler, küçük işletmeler, cüce işletmeler (Karalar, 1998:131).

5.1. İşletmelerin Büyüklüğünün Belirlenmesinde Kullanılan Ölçütler

İşletmelerin yapısına göre, genel bir değerlendirmeye tabî tutarak büyüklük derecesini saptamak oldukça güç olmakla birlikte işletmeler arasındaki büyüklük

sınırını belirleyen bazı ölçütlerden yararlanılabilir. Genellikle, büyüklüğün saptanmasında niceliksel ve niteliksel ölçütler kullanılır.

5.1.1. Niceliksel Ölçütler

Bunlar, işletmeyle ilgili çeşitli büyüklükleri belirlerler ve işletmeler arası karşılaştırmaya olanak verirler. Başlıcaları şunlardır (Karalar, 1998:132):

- İşletmelerde istihdam edilen personel sayısı,
- Belirli bir süre içinde ödenen ücret ve aylıklar toplamı,
- Belirli bir süre içinde kullanılan hammadde miktarı,
- Belirli bir süre içinde harcanan enerji miktarı,
- Belirli bir süre içinde yapılan satış miktarı veya tutarı,
- Sermaye miktarı,
- Kullanılan makine ve tezgâhların sayısı, ya da gücü
- Kullanılan alan,
- İşletme kapasitesi,
- Sipariş sayısı.

Bu ölçütlerin sayısı artırılabilir. Ölçütlerin geçerliliği iş koluna göre değişir. Örneğin, endüstri işletmelerinde sermaye, üretim, ciro miktarı, hizmet işletmelerinde işçi sayısı, ticaret işletmelerinde yıllık satış tutarı, banka işletmelerinde sermaye ve mevduat toplamı, tarım işletmesinde fiziksel alanın genişliği, otel işletmesinde yatak sayısı birer ölçüt olarak kullanılabilir. Ancak, bu ölçütlerin yalnız başlarına işletme büyüklüğü hakkında bir fikir vermeyeceği de açıktır. Bu nedenle, birkaç ölçüyü birleştirmek (sermaye ve işçi sayısı gibi) gerekebilir. Böylelikle iki, ya da daha çok işletmenin karşılaştırılmasında daha sağlıklı veriler elde edilir.

5.1.2. Niteliksel Ölçütler

İşletmelerin büyüklüğünde söz konusu olan niteliksel ölçütler, işletmenin yönetim, örgütlenme ve karar alma gibi konulardaki yapısını, davranışını ve genel politikalarını değerlendirir.

Belli başlı niteliksel ölçütler şöyle sıralanabilir (Karalar, 1998:132):

- Uzmanlık kazanmış yöneticilere yer verme düzeyi,
- İşletme yönetimiyle işçiler, müşteriler, malı yollayanlar ve işletme sahipleri arasında kişisel ilişkilerin derecesi,
- Sermaye pazarında uzun ve kısa süreli sermaye sağlama olanakları,
- Alış ve satışlarda yapılacak pazarlıklarda güçlülük derecesi,
- Hukuki yapı.

Küçük işletmelerde, sermayedar, bir veya küçük bir gruptur. Büyük işletmelerde ise, genellikle çok sayıda hissedar vardır. Küçük işletmelerde yönetim mal sahibindedir ve daha çok kendi bölge ve çevresine yönelik faaliyetler görülür. Büyük işletmelerde işletme sahipleri ile yönetim kadrosu ayrılmış ve sadece bölgeye değil, ulusal, uluslararası pazarlara yönelik faaliyet görülür.

5.2. İşletme Büyüklükleriyle İlgili Sonuçlar

Gerek niteliksel gerekse niceliksel ölçütler açısından ele alındığında, işletmelerin büyüklükleri ile ilgili çeşitli değerlendirmeler söz konusu olur. Bunların başlıcaları şunlardır (Karalar, 1998:133):

- Pazar boyutları ölçüt olduğunda, pazardan aldıkları pay az ve üretim kapasiteleri küçük olan işletmelere 'küçük işletme', pazardan aldıkları pay daha büyük ve üretim kapasiteleri de oranlı olarak daha büyük olan işletmelere 'orta işletme', pazarın yarıdan fazlası, ya da tümü için üretim yapan ve dolayısıyla üretim kapasiteleri de büyük olan işletmelere 'büyük işletme' denir.

- Genellikle, basit üretim sanayinde ve esnaf ve zanaatkâr sınıfına giren işlerde küçük ölçekli işletmeler yer alır, bunların üretim teknolojileri, örgütlenmeleri ve yönetimleri yalındır. Orta işletmelerden büyük işletmelere doğru gidildikçe örgütlenme ve yönetim sorunları önem kazanmakta ve bunların ekonomik ve toplumsal kalkınmaya olduğu kadar teknolojik gelişmeye yaptıkları katkıların önemi artmaktadır.

- İşletme büyüklükleri, pazarın ve dolayısıyla ekonomik gelişme düzeyinin bir işlevidir. Genellikle, az gelişmiş ülkelerde küçük ve orta işletmeler, sanayileşmiş ülkelerde büyük ve dev işletmeler vardır. Bunun yanı sıra, sanayileşmiş ülkelerde küçük ve orta büyüklükte olup, yaşamlarını sürdüren işletmeler de vardır.

- Ülkeler arası karşılaştırmalar, pek çok durumda, işletme büyüklüğü kavramını etkilemektedir. Örneğin, bir ülke için küçük diye nitelenen bir işletme başka bir ülke için orta, ya da büyük ölçekli sayılabilmektedir. Ürünlerin sunulduğu pazarın boyutları ve bu pazardan işletmelerin aldıkları pay, ülkeden ülkeye farklılıklar gösterebilmektedir.

5.3. Değişik Büyüklükteki İşletmelerin Özellikleri

İşletmeler, ister çok büyük olsun ister çok küçük olsun tümü için ortak sorunlar vardır. Bunlar, finansal sorunlar, işgücü sorunları, yönetsel sorunlar, vergiler ve satış sorunları olarak bölümlendirilebilir. Büyük ölçekli işletmelerde bu sorunlar daha yoğunken küçük ölçekli işletmelerde daha basittir.

Büyük ve küçük işletmelerin kendilerine özgü bir takım özellikleri, olumlu ve olumsuz yönleri vardır.

5.3.1. Büyük İşletmeler

Endüstrileşme ile birlikte, günümüzün dinamik ekonomik yapısında büyük işletmeler çoğalmaya başlamıştır. Büyük işletmeler, belirli bir maldan büyük niceliklerde ve düşük maliyet gideri ile üretim olan kitlesel üretim ve uzmanlaşma sayesinde fiyatların düşmesini ve satışların artmasını sağlarlar.

Büyük işletmeler, hammaddelerini büyük ölçülerde satın alırlar ve küçük işletmelere göre daha az birim fiyatı öderler. Büyük işletmeler, eski bir geçmişe dayanmaları ve daha güçlü ve dengeli olduklarına inanılması nedeniyle, hammadde satanların güvenini kazanırlar (Karalar, 1998:137).

5.3.1.1 Büyük İşletmelerin Üstünlükleri

Büyük işletmelerin üstünlüklerini kısaca özetlersek (Karalar, 1998:137):

- İşlerin ve üretilen malların standardizasyonu kolaylıkla sağlanır. Makineleşme yoğun olduğundan, üretimde standardın sağlanması zor değildir.

- Özellikle, anonim şirket biçiminde kurulduklarından kredi sağlama olanakları daha kolaydır.

- Makineleşme ve gelişmiş üretim metotlarıyla, kitlesel üretim yapılabilir, böylece birim maliyetler düşer.

- Üretimde ileri teknoloji kullanımı yanında, araştırma ve geliştirmeye çok kaynak ayrılıp, buluş ve yeniliklerden daha fazla yararlanılabilir.

- Daha kaliteli personel çalıştırıldığı gibi, onlara daha iyi eğitim, yetiştirme ve yükselme imkânı sağlanır.

- Modern işletmecilik uygulamaları daha çok görülür, daha etkin organizasyon kurulup, departmanlarda uzman personel ile etkin iş bölümü yapılır.

5.3.1.2. Büyük İşletmelerin Sakıncaları

Büyük işletmelerin sakıncalarını kısaca özetlersek:

- Artan üretimin, tüketicilerin, devamlı değişiklikler gösteren isteklerine uydurulması güçleşir. Üretim programlarının değiştirilmesi zor olur ve zaman alır.

- En üst kademedeki bulunan üst düzey yöneticilerin işletmede olanlardan bilgi sahibi olmaları güçleşir (Daft,1991:76).

- Büyük işletmeler, yenilikçiliği ve yaratıcılığı ortadan kaldıran bir ortam yaratır. Özellikle, çalışanlar üzerinde denetimi sürdürmek ve örgütün işleyişinde tek düzenlik oluşturmak isteyen yönetimlerin bu tutumu, işletmelerin bir kısır döngüye girmesine yol açar.

- Büyük işletmelerin çoğunluğu mal ve hizmet sundukları pazarda gerçek bir egemenliğe sahiptirler. Çoğunlukla, rakip mal ve hizmetler kolayca pazara giremez. Bu durum, çoğu kez mal çeşitlerinin azalması sonucunu doğurur. Uzun dönemde, azalan rekabet, yüksek fiyatlar ve düşük nitelikli malla sonuçlanabilir. Rekabet olsa bile, rakip işletmeler pazarı paylaşma ve aynı fiyat uygulama eğilimi gösterirler.

- Üretim miktarı gerektiğinden fazla arttırılırsa malların bir kısmının satılmayıp elde kalması tehlikesi belirebilir.

- Büyük işletmeler, çoğunlukla, çevre kirliliği konusunda gerekli duyarlılığı sürdürmezler.

5.3.2. Küçük ve Orta Boy İşletmeler

Küçük ve orta boy işletmeler veya kısa anlatımıyla KOBİ'ler gerek gelişmiş, gerekse gelişmekte olan ülke ekonomileri için çok önemli kuruluşlardır. Türkiye'de tüm işyerlerinin %95'ini KOBİ'ler oluşturmaktadır.

Aynı durumun gelişmiş ülkeler için de geçerli olduğu söylenebilir. Ancak, önemli olan fark, KOBİ tanımının ülkeler arasında farklılıklar göstermesidir.

Küçük ve orta boy işletme tanımının temel amacı, devletin küçük ve orta sanayi yapısının güçlendirilmesi amacına yönelik olarak uygulayacağı çeşitli politika ve stratejilerle, bu kesime yönelik devlet yardımlarının ekonomik etkinliğinin artırılması olmalıdır (Longenecker, 1997:55).

Çeşitli, küçük ve orta boy işletme tanımlarının başlıcaları şöyledir:

Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)

Türkiye'de, AB'ne uyum sürecinde 2000 yılında KOSGEB tarafından yeni bir KOBİ tanımı gerçekleştirilmiştir. (Kobinet.org.tr, 2003) Çalışan sayısına göre yapılan bu tanıma göre 1-9 işçi çalıştıran işletmeler mikro, 10-49 işçi çalıştıran işletmeler küçük, 50-250 işçi çalıştıran işletmeler orta ölçekli kabul edilmiştir.

Devlet İstatistik Enstitüsü(DİE)- Devlet Plânlama Teşkilâtı (DPT)

Devlet İstatistik Enstitüsü ve Devlet Planlama Teşkilatı'nın küçük ve orta boy işletme tanımında,

- 1-9 işçi çalıştıran işletmeler mikro ölçekli,
- 10-49 işçi çalıştıran işletmeler küçük ölçekli,
- 50-99 işçi çalıştıran işletmeler orta ölçekli,
- 100'den fazla işçi çalıştıran işletmeler büyük ölçekli işletme olarak tanımlanmıştır.

Türkiye Orta Ölçekli İşletmeler, Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticileri Vakfı (TOSYÖV)

Türkiye Orta Ölçekli İşletmeler, Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticiler Vakfı tanımına göre,

- 0-5 işçi çalıştıran işletmeler çok küçük işletme,
- 5-100 işçi çalıştıran işletmeler küçük ölçekli,
- 100-200 işçi çalıştıran işletmeler orta ölçekli işletme olarak kabul edilmiştir.

5.3.2.1. Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Üstünlükleri

- KOBİ'lerde yönetim kolaydır. Çalışanların sayısı az olduğu için örgütsel sorunlar azdır.

- KOBİ'lerin büyük çoğunluğunda, işletme sahibi yönetimde yer almaktadır. Bu nedenle işletme sahibi, işletmede karar almada daha çabuk karar verme yeteneğine sahiptir (Chisnall, 1987:2).

- KOBİ'ler büyük işletmelerin tamamlayıcısıdır. Üretim fazla olmadığından depolama ve satış sorunları pek yoktur.

- KOBİ'ler, esnek yapılarıyla gerek yeni fikirlerin ortaya çıkmasında gerekse mevcut teknolojinin kullanılmasında önemli bir role sahiptirler (Broom et.al..., 1983:34).

- KOBİ'ler rekabet ortamı yaratarak, tüketiciye daha kaliteli mal ve hizmet sunar.

- KOBİ'ler özkaynakla faaliyetlerini sürdürebildiklerinden bireysel tasarruflarla girişimcileri teşvik etmiş olurlar.

5.3.2.2. Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Sakıncaları

-Küçük ve orta boy işletme sahiplerinin genellikle finansman konusunda yeterli bilgiye sahip olmamaları nedeniyle, işletmeler başarısız olmaktadır.

-Gelişme olanakları sınırlıdır.

-KOBİ' lerde yeterli hammadde ve yardımcı madde stokunun bulundurulmaması, gerekli üretimin yapılamamasına ve zamanında üretimi yapılamayan malın geç teslimi nedeniyle müşteri kaybına yol açabilmektedir.

-KOBİ' lerin pazarlama ve ihracat konusunda bilgiyi genellikle geleneksel yoldan elde etmeleri ve pazarlama araştırması yapmamaları rekabet ortamında başarı çalışmalarını azaltmaktadır.

-Finansman imkânları sınırlı olduğu için teknolojik yenilikleri takip edemezler.

6. Türkiye’deki Genel İşletme Yapısı

Türkiye’de tüm işyerlerinin %95’ini KOBİ’ler oluşturmaktadır. Buna rağmen büyük ölçekli işletmeler de Türkiye’de büyük öneme sahiptir. Çizelge 22’de, satış hasılatına göre Türkiye’deki ilk 10 firmaya ait bilgiler yer almaktadır.

Çizelge 22 : Satış Hasılatına Göre Türkiye’nin En Büyük İlk 10 Firması (2003)

Sıra No	Firma Ve Müesseseler	Satış Hasılatı (1.000.000 TL.)
1	TÜPRAŞ-TÜRKİYE PETROL RAFİNERİLERİ A.Ş.	9.060.439.981
2	PETROL OFİSİ A.Ş.	8.372.377.786
3	THE SHELL COMPANY OF TURKEY LTD.	3.437.207.476
4	BP PETROLLERİ A.Ş.	3.221.754.755
5	FORD OTOMOTİV SANAYİ A.Ş.	2.907.801.583
6	ARÇELİK A.Ş.	2.656.195.742
7	EÜAŞ ELEKTRİK ÜRETİM ANONİM ŞTİ.GEN.MÜD.	2.531.172.851
8	OYAK-RENAULT OTOMOTİV FABRİKALARI A.Ş.	2.076.944.874
9	TOFAŞ TÜRK OTOMOBİL FABRİKASI A.Ş.	2.048.246.112
10	EREĞLİ DEMİR VE ÇELİK FABRİKALARI A.Ş.	1.947.455.927

Kaynak : www.iso.org.tr, 2004.

Türkiye’de satış hasılatına göre ilk 10 firma arasında birinci sırada 9.060.439.981 milyon TL’lik satış hasılatıyla Tüpraş-Türkiye Petrol Rafinerileri A.Ş. gelmektedir. İkinci sırada 8.372.377.786 milyon TL’lik hasılatıyla Petrol Ofisi A.Ş., üçüncü sırada ise, 3.437.207.476 milyon TL’lik hasılatıyla The Shell Company of Turkey Ltd. gelmektedir (Çizelge 22).

Çizelge 23. İhracat Tutarına Göre Türkiye'nin En Büyük İlk 10 Özel Firması (2003)

Sıra No	Firma Ve Müesseseler	İhracat Tutarı (1.000.000 TL.)
1	VESTEL ELEKTRONİK SAN.VE TİC.A.Ş.	1.036.517
2	OYAK-RENAULT-OTOMOBİL FABRİKALARIA.Ş.	1.015.902
3	FORD OTOMOTİV SANAYİ A.Ş.	864.683
4	TOYOTA OTOMOTİV SANAYİ TÜRKİYE A.Ş.	831.170
5	TOFAŞ TÜRK OTOMOBİL FABRİKASI A.Ş.	771.385
6	TÜPRAŞ-TÜRKİYE PETROL RAFİNERİLERİ A.Ş.	738.187
7	ARÇELİK A.Ş.	616.590
8	BEKO ELEKTRONİK A.Ş.	563.282
9	BOSCH SANAYİ VE TİCARET A.Ş.	375.802
10	HABAŞ SİNAİ VE TIBBİ GAZLAR İSTİHSAL END.A.Ş.	352.257

Kaynak : www.iso.org.tr, 2004.

Çizelge 23’de ihracat tutarına göre, Türkiye’nin en büyük ilk 10 firmasına ait bilgiler verilmiştir. Buna göre, en yüksek ihracat tutarına 1.036.517 milyon TL. ile Vestel Elektronik San. ve Tic. A.Ş. sahiptir. Vestel’in arkasından ikinci sırada, OyakRenault Otomobil Fabrikaları gelirken, üçüncü sırada, yine bir otomobil fabrikası olan Ford Otomotiv Sanayi A.Ş. gelmektedir. İhracat tutarları sırasıyla 1.015.902 milyon TL.ve 864.683 milyon TL.dir

6.1. Ekonomik Büyüme ve Kalkınma

Yüzyıllar boyunca toplumların tek bir noktaya odaklandıkları görülmektedir; daha yüksek bir gelir düzeyi. Daha yüksek bir gelir düzeyine ulaşmak ise, ekonomik büyüme olarak tanımlanmaktadır. Yani toplumların amacı, kişi başına refahı artıran, insanların dünya nimetlerinden artan oranlarda yararlanmalarını sağlayacak bir büyümeyi gerçekleştirmektir (Çavdar, 2003:219).

Özellikle ulaşım ve iletişim araçlarındaki gelişmeye paralel olarak dünyadaki tüm ülkelerin toplumları birbirlerinin yaşam seviyesi ve biçimini daha yakından tanıma şansına sahip olmaktadır. Dolayısıyla bu durum her toplumda kendisinden daha iyi yaşam şartları bulunan toplumlara yetişme isteği doğurmakta ve kamçulamaktadır. Bu isteğin gerçekleştirilmesi yönündeki düşünce ve çabalar ise, bizi kalkınma kavramına götürmektedir (Çonkar, 1992:18).

Ekonomik kalkınma gelir artışını, eğitim ve sağlık düzeylerinin yükselmesini, verim artışını, teknolojik gelişmeyi ve benzer birçok faktörü kapsamaktadır. Kalkınmanın evrensel boyutu ise, sağlık, eğitim gelir ve alanlarının kapsadığı koşulların, herkese eşit olanaklarla sunulmasını ve evrensel hayat standartlarına ulaşabilmeyi içermektedir. Kalkınma aynı zamanda, yenilik ve yaratıcılık kazandıran bir süreç olarak da değerlendirilebilir. Bu süreçte, insanın düşüncesi, yetenekleri, eğitim düzeyi ve talebi, değer yargıları ve refah anlayışı ile oluşan ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel ortam, yenilik ve yaratıcılığın gelişmesini sağlayarak kalkınmanın itici unsuru olmaktadır. İktisadî kalkınma olgusunun temelini bilgi toplumuna geçiş sürecine paralel olarak beşeri kalkınma oluşturmaktadır. Beşerî kalkınma insanların seçeneklerini artırma süreci olarak tanımlamakta ve sonsuz tercihler yerine bunlardan sadece üçü üzerinde durmaktadır; uzun ve sağlıklı bir ömür, bilgi edinmek ve asgari geçim standardı için gerekli kaynaklara erişmek. Yine beşerî kalkınma, davranış değişikliği yaratarak, kalkınma sürecinin sosyal boyutuna katkıda bulunmakla birlikte, üretim sürecinin bir girdisi olarak da ekonomik gelişmeye katkı sağlamaktadır. Gelişmiş insan gücü, ekonomik kaynakların verimli kullanımını

sağlayarak üretimi artırmakta ve fırsatlardan daha iyi yararlanılmasını sağlamaktadır (Yumuşak, Tuna, 2003).

Dolayısıyla insani kalkınmanın yarattığı donanımlı bireyler, yaratıcı güçlerini, ikna ve risk alma yeteneklerini de bir araya getirerek ekonomik büyümeye önemli katkılar sağlayabileceklerdir. Bilgi ve değer yaratan düşünce beraberinde “girişimcilik” olgusunu gündeme getirmektedir.

6.2. Girişimciliğin Tarihi Gelişimi ve Tanımı

Orta çağdan günümüze kadar birçok teorisyenin tanımlamaya çalıştığı bir kavram olan girişimcilik, sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş ile birlikte daha fazla önem kazanmaya başlamıştır.

Girişimcilik ilk olarak ticari faaliyetle başlamıştır. Bu durumda girişimcilik risk alma ve ilişki kurma işlevlerini içermektedir. Tacirler, özellikle uzun mesafeli ticaretin gelişimine paralel olarak aktif risk alan kişiler olarak ortaya çıkmışlardır (Esen ve Çonkar, 1999:6).

Orta çağda girişimci kavramı büyük üretim projelerini yöneten kişiyi tanımlamaktadır. Girişimci, büyük üretim projelerinde herhangi bir risk üstlenmeksizin, kendisine hükümet tarafından verilen kaynakları kullanarak projeyi yöneten kişiyi ifade ediyordu. Orta çağda girişimciler şato, manastır, katedral vd. büyük mimari yapılardan sorumlu rahipler olarak belirtilmektedir. 17.yy’da girişimci, bir hizmet sunmak, ya da taahhüt edilen bir malı üretmek için hükümetle sözleşme yapan kişi olarak tanımlanmaktadır. Sözleşmede yer alan fiyat sabittir ve sonuçta oluşacak olan kâr, ya da zarar girişimciye ait olacaktır (Arıkan, 2002:3-4).

18.yy’da yaşayan Richard Cantillon’a göre girişimci, öncelikle sigorta edilemez bir riskin taşıyıcısıdır. Girişimci, risk alma yeteneği ile fazlalıklara, ya da

eksikliklere vurgu yapan fiyat hareketlerine tepki gösteren, pazarı dengeleyen bir unsur olmaktadır (Esen, Çonkar, 1999:6-7).

Bildiğimiz anlamıyla girişimci kavramını ilk kez Fransız J.B. Say kullanmıştır. Say, girişimci ve sermayedar arasındaki önemli bir farkı ortaya çıkarmıştır. Say'e göre, sermayedar, ya da banker para tedarik eden ve finansal risk alan kişidir. Aynı kişi hem girişimcilik hem sermayedarlık fonksiyonunu gerçekleştirebilmesine rağmen bu durum sermayedarın girişimci olmasını gerektirmez. Say, girişimcinin üretim faktörlerini yeni zenginlikler yaratacak biçimde bir araya getiren kişi olduğunu fark etmiştir. Say'ın girişimci tanımı, risk üstlenme ve yöneticilik özelliklerinin her ikisini bir araya getirmiştir. Çok az kişinin risk üstlenme ve iyi yöneticilik yeteneklerinin her ikisine de sahip olabileceğini, dolayısıyla gerçek girişimcilerin sayılarının sınırlı olduğunu ifade etmiştir (Brinks, Vale, 1990:119).

Joseph Schumpeter girişimciyi yenilikçi olarak görmekte ve girişimci yeniliğin beş şekilde ortaya çıktığını belirtmektedir (Esen, Çonkar, 1999:7):

- Yeni bir malın ya da bir malın kalitesindeki yeniliğin ortaya çıkması,
- Yeni bir üretim metodunun başlaması,
- Yeni bir pazarın açılması,
- Hammaddenin temininde yeni kaynakların ele geçirilmesi,
- Her endüstride yeni bir teşkilat yapısı oluşturulması.

Schumpeter girişimcilerin, ileride doğruluğu ispat edilecek hususları görmedeki sezgi yeteneklerini, başarı isteme azimlerini, alışılmış düşünce kalıplarını aşmaya önem vermelerini ve sosyal mücadeleye karşı koyma kapasitelerinin kendilerine has özellikleri olduğunu vurgulamaktadır (Esen, Çonkar, 1999:7).

Girişimci için, mal ya da hizmet üretmek, ya da pazarlamak için, üretim elemanlarını ele geçirip birleştiren, kâr amacı güden ve risklere katlanan kişi tanımını

yapmak mümkündür (Cemalcılar, Bayar, Aşkun ve Özalp, 2000:5). Burada ayrıca girişimcinin üç temel unsurunu yani risk alma, yaratıcı-yenilikçi olma ve önder olma özelliklerini belirtmekte de fayda bulunmaktadır (Başar, Tosunoğlu ve Demirci, 2001:6-7).

Girişimcilik; yaşanılan çevrede ortaya çıkan fırsatları sezme, bu sezgilerden yola çıkarak projeler oluşturma, projeleri yaşama geçirme ve zenginlik üreterek insan yaşamını kolaylaştırma becerisine sahip olmak şeklinde ifade edilmektedir. Tanımdan da anlaşılacağı gibi girişimcilik, ekonomik faaliyetlerin temelini oluşturmaktır. Türkiye Sanayici ve İş Adamları Derneği girişimciyi, “bilinenleri en iyi yapan ve hünerlerine aklını da katan, olağan ve olağan dışı koşullarda işgücü ve sermaye kaynaklarını verimli bir biçimde kullanacak önlemleri düşünen, analiz eden, planlayan, yürürlüğe koyan, uygulayan ve sonuçlarını denetleyebilen kişi yaratıcı girişimcidir” şeklinde tanımlamaktadır (Kurt, Erdoğan, 2002). Girişimcilik, özellikle küçük ve orta ölçekli işletmelerde (KOBİ) başlamaktadır. Ancak, tüm KOBİ’lerin girişimci olduğunu söylemek mümkün değildir.

6.3.Ülke Kalkınmasında Girişimcilik

Risk üstlenme, yenilikçi ve öncü olma niteliğinden dolayı girişimcilerin tüm toplumların değişim ve gelişme süreçlerinde önemli rol üstlendiklerini söylemek mümkündür. Bu düşünce gelişmekte olan ülkeler kadar gelişmiş ülkeler için de söz konusu olmaktadır. Çünkü dünya pazarlarında hızlanarak artan rekabet, her ülkeyi yenilikçi olmaya ve değişime uyum sağlamaya zorlamaktadır. Günümüzde girişimcinin ülke kalkınmasına katkısının yanı sıra, özellikle istihdam sorununun çözümünde ve geri kalmış bölgelerin kalkındırılmasındaki rolü de genelde tüm ülkeler tarafından kabul edilmektedir (Tügiad, 1986:43).

Girişimcilik ve yöneticilik niteliklerine sahip olan bireyler sadece kendi işletmelerinin başarısına değil, çoğu yerde bölgenin ekonomik başarısına da damgalarını vurmaktadırlar. Bu nedenle ülkenin ekonomik gelişmesini

gerçekleştirmek konusunda girişimcilik potansiyeline sahip bireylerin sahaya çıkarılması büyük önem taşıymaktadır. Gençlerin bu yönde teşvik edilmeleri ve ülkelerin eēitim sisteminin de bu konuya aēırlık vererek düzenlenmesi gerekmektedir (Esen, onkar, 1999:9).

Ülkelerin ekonomik rekabet koşullarında başarısını saēlayacak önderlere, ülkeyi global normlara yönlendirecek, taşıyacak bireylere ihtiyaç bulunmaktadır. Ekonomik rekabetin önderleri ülkeyi yönlendiren politikacılar, ekonomik motivasyonu olan politikacılar ve girişimciler olmaktadır. Ancak ekonomik rekabetin, hem ülke içinde hem de ülkeler arasında yerini alan önderlerini girişimciler oluşturmaktadır. Zira politikacıların yapması gereken, günün şartlarına uygun olarak doēru ekonomik yönelimleri saptamak, giriřimciliēi destekleyerek ve teşvik ederek işi kolaylaştırmak iken; girişimcilerinki bizzat işi yapmak hatta dünya standartlarında yapabilmektir. O halde ekonomik rekabette başarının kritik anahtarı girişimciler olmaktadır. Bir ülkedeki insanların bütününün refahını saēlamak, onların sosyal ve kültürel gelişmelerini gerçekleştirmek için, giriřimciliēe dayalı kalkınma modelleri yaratmaya ve uygulamaya geçilmesi gerekmektedir. Ayrıca lke içindeki tüm bireylerde girişimci ruhu yaratarak, girişimcilik güdüsü olanları keşfetmek ve girişimciler yaratmak zorunluluēu bulunmaktadır (Akdemir, 1996:3-4). Giriřimciliēin nemi, girişimcilerin toplumun ihtiyaçlarını belirleyerek, bunu yatırıma ve toplumsal refaha dönüştürme yeteneklerinde yatmaktadır. Çünkü yatırım sonucunda istihdam ve gelir seviyesi yükselmekte, bireylerin ve genel olarak toplumun refah düzeyi artmaktadır (Arıkan,2002:41). Ancak günümüzde, girişimcilik süreçlerinin gerçekleştirilmesinde ve başarıya ulaşmasında maddi faktörlerden çok maddi olmayan faktörler ön plana çıkmıştır.

6.4. Türkiye’de Girişimcilik Yapısı

Ülkemizde girişimciliğin temelleri Osmanlı İmparatorluğu Döneminde meydana gelmiş olsa da günümüzdeki anlamda girişimciliğe rastlamak mümkün değildir. Nedeni de o dönemde önemli bir sanayileşme hareketinin görülmemiş olmasıdır. Türkiye ekonomisi giderek artan oranda sanayi üretiminin ağır bastığı bir yapıya dönüşmektedir.

Türkiye’de girişimcilik ortamının yaratılmasında gerekli olan risk alma, yenilikçilik ve rekabetçi düşünce yapıları ülkemiz insanında Türkiye’nin sosyo-kültürel yapısında yer alan bir takım değerler nedeniyle pek görülmemektedir. Bu değerlerin bazıları; riskten ve kişisel girişimden kaçınmak, rekabetten kaçınmak, yakın çevre dışındakilere güvensizlik, aile işletmeleri dışındaki işletme türlerinin benimsenmemesi, çalışmanın bir zorunluluk olarak görülmesi, günlük yaşayıp, ileriye planlamayı gereksiz bulmak. Bütün bu değerler nedeniyle Türk toplumundaki bireylerin risk almaya daha az yatkın oldukları söylenebilmektedir.

Finansal koşullar açısından Türkiye’deki girişimcilerin yatırım ve faaliyetlerinin finansmanını esas olarak özkaynaklarla gerçekleştirdikleri görülmektedir. Küçük işletme sahiplerinin, zaman zaman, arkadaş ve akrabalarından fon sağladığı da belirtilmelidir.

Ticari ve hukuki altyapı açısından Türkiye’deki girişimcilik yapısı değerlendirildiğinde ise, Türkiye’de girişimciliği teşvik edecek şirketlere yönelik mevzuatta bir takım sorunların bulunduğu söylenebilmektedir. Ülkemizde belirli bir işi kurmanın önündeki bürokratik engeller nedeniyle girişimciler zorluklarla karşılaşmaktadır. Girişimciliğin arttırılabilmesi için bu tür bürokratik engellerin azaltılması gerekmektedir.

7. Ege Bölgesi’ndeki Genel İşletme Yapısı

Ege Bölgesi Sanayi Odası tarafından her yıl Ege Bölgesi’nin ‘100 Büyük Sanayi Kuruluşu’ çalışması yapılmaktadır. Bir fikir vermek amacıyla, bu sıralamada yer alan ilk on işletmeye ilişkin 2003 yılına ait niceliksel bilgiler aşağıda verilmiştir.

Çizelge 24. Ege Bölgesi Sanayi Odası'na Bağlı 2003 Yılı Üretimden Satışlara Göre 10 Trilyon TL. Barajını Aşan Sanayi Kuruluşları

Sıra	Sicil	Firma Ünvanı	Şehir	Üretimden Satış Tutarı (Milyon TL)	Öz Sermaye (Milyon TL)	Net Aktif Toplamı (Milyon TL)	Brüt Bilanço Kârı (Milyon TL)
1	6646	TÜPRAŞ A.Ş.İZMİR RAF.MÜD.(Kamu)	İZMİR	5.931.721.810	-	-	-
2	10221	PETKİM A.Ş.(Kamu)	İZMİR	1.061.773.425	875.317.128	1.164.973.785	-85.383.142
3	17059	VESTEL KOMÜNİKASYON SAN.VE TİC.A.Ş.	İZMİR	453.708.623	31.420.562	184.329.728	9.154.305
4	4623	BMC SAN.VE TİC.A.Ş.	İZMİR	444.061.605	360.162.933	1.389.102.564	102.468.259
5	115	S.S.TARIŞ PAMUK T.S.K.	İZMİR	353.525.336	-64.111.755	229.562.658	-62.573.237
6	8186	İZMİR DEMİR ÇELİK A.Ş.	İZMİR	311.630.994	167.456.077	298.746.922	-16.217.917
7	14200	JTI Tütün Ürünleri A.Ş.	İZMİR	304.578.515	156.925.599	242.819.828	-844.729
8	6853	PINAR SÜT A.Ş.	İZMİR	234.880.405	64.725.148	202.893.090	10.687.498
9	18234	EREĞE METAL A.Ş.	İZMİR	207.191.562	1.315.328	39.097.629	345.532
10	50042	MENDERES TEKSTİL A.Ş.	İZMİR	199.439.036	151.440.332	249.029.871	5.487.923

Kaynak:Ebso.org.tr, 2004.

2003 yılında 100 büyük sanayi kuruluşunun 97'si özel sektör, 3'ü kamu firmasıdır.

Üretimden satışa göre en büyük 100 firma arasında birinci sırada TÜPRAŞ, ikinci sırada PETKİM yer almaktadır.

2003 yılında Ege Bölgesinin en büyük 100 Firması'nın üretimden satışları 15 katrilyon 58 trilyon TL'dir (10.1 Milyar Dolar).

7 katrilyon TL.ile 100 Büyük Firma'nın toplam üretimden satışlarının %47'sini TÜPRAŞ ve PETKİM gerçekleştirmiştir.

Bölgenin 100 büyük sanayi kuruluşunun toplam cirosu 16 katrilyon 275 trilyon TL'dir (11 milyar dolar).

Firma kârlılıklarının düşük seviyede olması, kaynak yaratamamaları, net katma değer dağılımındaki dengelerin bozulmasında en büyük etkenlerden birini oluşturmaktadır.

100 Büyük Firma'da en fazla istihdamı barındıran sektör, % 23 payla gıda sektörüdür. Bunu % 13 ile giyim, % 11 payla petrol sektörleri izlemektedir.

2003 yılında Ege'nin 100 büyüğü, Türkiye'nin toplam ihracatının ve ithalatının % 6'sını gerçekleştirmiştir. Dolar bazında 100 Büyük Firma'nın ihracatı dolar bazında % 45, ithalatı % 21 artmıştır.

Türk Lirası'nın aşırı değerlendirildiği bir ortamda ihracat artışı, firmaların düşük iç talep nedeniyle yurt dışı satışlara yöneldiğini ve verimliliklerini arttırdıklarını göstermektedir.

İhracatta en büyük payı % 24 ile petrol sektörü almaktadır. Onu % 15 ile metal ana sektörü, % 12 ile gıda sektörleri izlemektedir.

2003 yılında 100 Büyük Firma, üretimlerinin % 27'sini ihraç etmiştir. Ege Bölgesi'nde 2003 yılında "Üretimden Satışları" 10 Trilyon TL'nin üzerinde olan 247 firma tespit edilmiştir.

274 Firmanın toplam üretimden satışları içerisinde

İzmir firmaları ; % 81
Denizli firmaları ; % 8
Manisa firmaları ; % 7
Aydın firmaları ; % 3
Muğla firmaları ; % 0.4
Afyon firmaları ; % 0.3
Kütahya firmaları; % 0,2
pay almaktadır (Ebso.org.tr, 2004).

8. Aydın İlindeki Genel İşletme Yapısı

Ege Bölgesi Sanayi Odası tarafından yapılan Ege Bölgesi'nin '100 Büyük Sanayi Kuruluşu' çalışmasında yer alan Aydın İli ve İlçelerindeki işletmelerle ilgili 2003 yılına ait bilgiler Çizelge 26'da verilmiştir.

Çizelge 25. Ege Bölgesi Sanayi Odası'na Bağlı 2003 Yılı Üretimden Satışlara Göre 10 Tiryilyon TL Barajını Aşan Aydın İli ve İlçelerindeki Sanayi Kuruluşları

Sıra	Sicil	Firma Ünvanı	Şehir	Üretimden Satış Tutarı (Milyon TL)	Öz Sermaye (Milyon TL.)	Net Aktif Toplamı (Milyon TL.)	Brüt- Bilanço Kârı (Milyon TL.)
37	6570	SÖKTAŞ TEKSTİL SAN.VE TİC. AŞ.	AYDIN	92.478.090	60.628.426	105.149.417	12.407.684
40	11611	UĞUR SOĞUTMA MAK.SAN.VE TİC.AŞ.	AYDIN	78.555.081	25.909.147	65.513.423	12.415.455
58	970	S.S.131 NOLU SÖKE TSK.	AYDIN	56.967.216	11.815.837	29.241.908	525.210
69	1816	BATISÖKE T.A.Ş.	AYDIN	53.291.556	90.671.875	104.201.633	6.387.720
75	4403	SÖKE DEĞİRMENCİLİK AŞ.	AYDIN	48.175.919	9.801.903	13.336.377	117.578
113	12654	KALTUN MADENCİLİK AŞ.	AYDIN	31.044.954	14.251.698	28.994.664	2.746.606
134	8746	JANTSA JANT AŞ.	AYDIN	26.235.570	8.004.131	20.564.143	2.740.303
135	9020	NAR KOLL.ŞTİ.	AYDIN	26.038.885	231.644	1.433.414	154.773
154	1369	AYDIN TEKSTİL AŞ.	AYDIN	22.204.402	20.261.440	30.045.487	-1.815.273
174	10598	ÇİNE AKMADEN AŞ.	AYDIN	17.784.162	2.378.107	9.193.620	560.316
178	1710	S.S 47 NOLU PAMUK T.S.K.	AYDIN	17.277.328	2.834.222	7.780.071	186.685
192	857	S.S. 46 NOLU AYDIN T.S.K	AYDIN	16.138.960	4.248.921	11.027.264	648.264
203	16629	YÜKSEL SERAMİK AŞ.	AYDIN	14.895.883	15.048.934	23.168.468	79.133
211	17046	AYKİM METAL AŞ.	AYDIN	14.183.846	2.565.735	4.950.063	246.384
215	11666	GABAY DIŞ TİCARET AŞ.	AYDIN	14.015.505	1.691.305	4.290.293	319.655
245	13655	MUSTAFA ÇAĞLAR LTD.ŞTİ.	AYDIN	10.290.936	566.906	1.924.571	65.686

Kaynak:Ebso.org.tr, 2004

Aydın İli ve ilçelerinde 2003 yılı üretimden satışlarına göre 10 Trilyon TL. barajını aşan sanayi kuruluşlarından ilk sırada, 60.628.426 milyon TL.'lik öz sermaye oranı ile Söktaş Tekstil San. ve Tic. A.Ş. gelmektedir. Söktaş'ın arkasından ikinci sırada 25.909.147 milyon TL. öz sermaye ile Uğur Soğutma Mak. San. ve Tic. A.Ş. gelmektedir. Uğur Soğutma Mak. San. ve Tic. A.Ş'nin üretimden satış tutarı 2003 yılında 78.555.081 milyon TL.'dir (Çizelge 26).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

AYDIN İLİ ve İLÇELERİNDEKİ BÜYÜK ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN SORUNLARI ve TÜRKİYE EKONOMİSİNE KATKISI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Aydın İli ve İlçelerindeki Büyük Ölçekli İşletmelerin Sorunları ve Türkiye Ekonomisine Katkısı Üzerine alan araştırmasına geçilmeden önce, tezin ilgili bölümlerinde işletme kavramı, işletme büyüklükleri kavramı, büyük ölçekli işletme kriterleri, Türkiye’de, Ege Bölgesi’nde ve Aydın ilindeki genel işletme profilleri hakkında ayrıntılı bilgiler verilmiştir.

Araştırmayla ilgili teorik altyapının tamamlanmasından sonra, bu bölümde istatistiki analizleri kapsayan araştırma bulgularına yer verilecek ve bulgular yorumlanıp, genel bir değerlendirme yapılmaya çalışılacaktır.

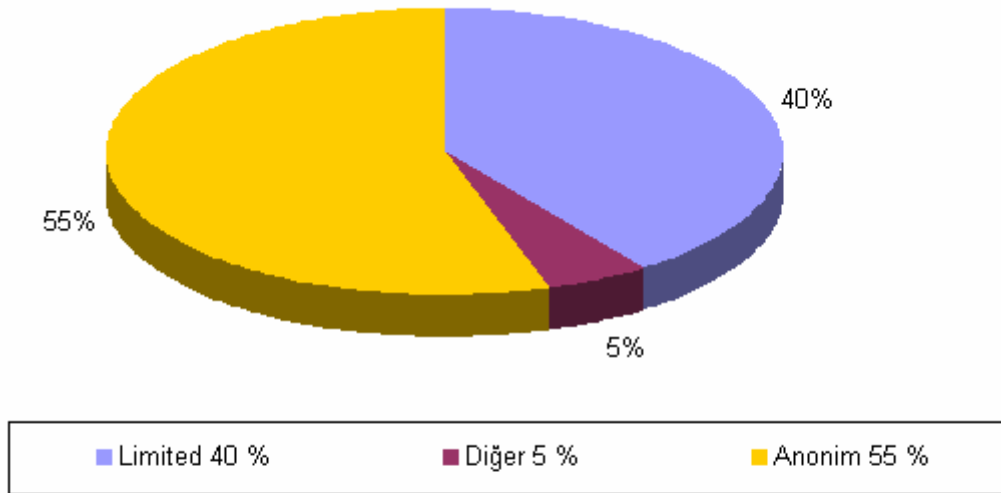
1. ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA

1.1. İncelenen İşletme ve İşletmecilerin Genel Özellikleri

1.1.1. İşletmelerin Hukuki Yapıları

İncelenen işletmelerin hukukî yapılarına bakıldığında, % 55'inin anonim şirket, % 40'ının limited şirket olduğu ortaya konmuştur. İşletmelerin % 5'i ise, diğer hukukî yapı şekillerinde kurulmuştur.

Şekil 2 : İşletmelerin Hukuki Yapıları

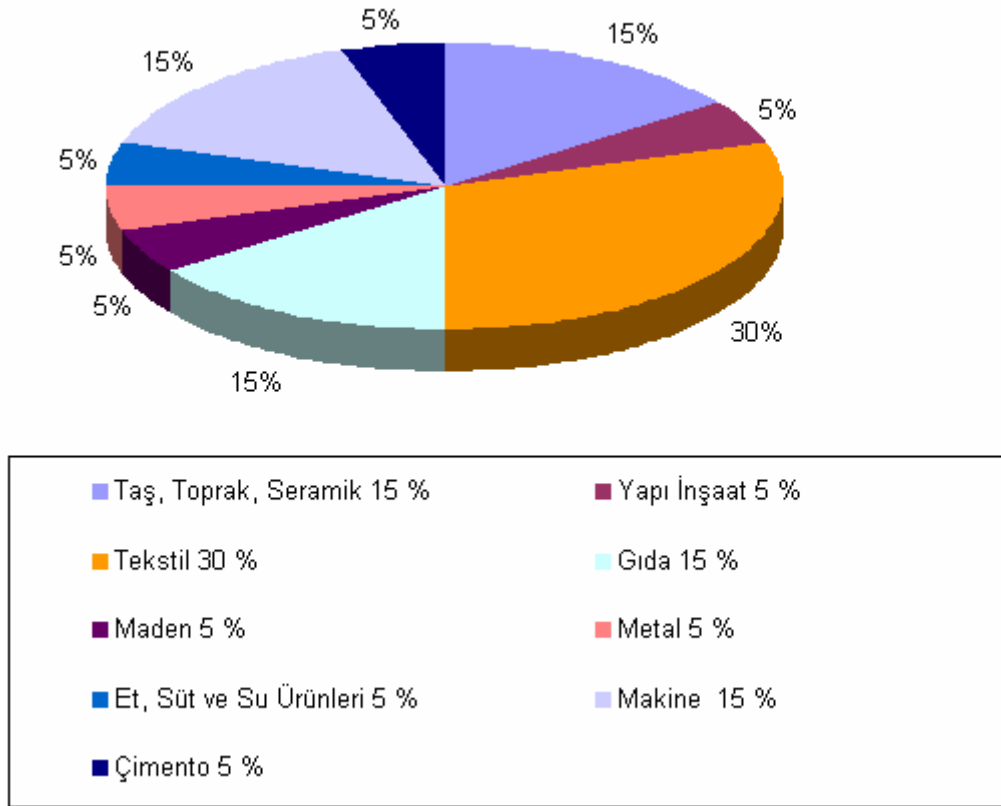


1.1.2. İşletmelerin Faaliyet Gösterdiği Sektör

Anket uygulanan işletmelerin faaliyet gösterdikleri sektörler incelendiğinde, tekstil sektörünün % 30'luk payıyla en yüksek orana sahip olduğu görülmektedir. Tekstil sektörünün arkasından % 15'lik oranlarıyla, taş-toprak-seramik sektörü, gıda sektörü ve makine sektörü gelmektedir. Bu sektörleri % 5'lik oranlarıyla yapı-inşaat sektörü, maden sektörü, metal sektörü, et-süt-su ürünleri sektörü ve çimento sektörü izlemektedir.

Şekil 3'de, Aydın ili ve ilçelerindeki büyük ölçekli işletmelerin faaliyet gösterdiği sektörlerin çoğunlukla gıda ve tekstil sektörü olduğu özetlenmektedir.

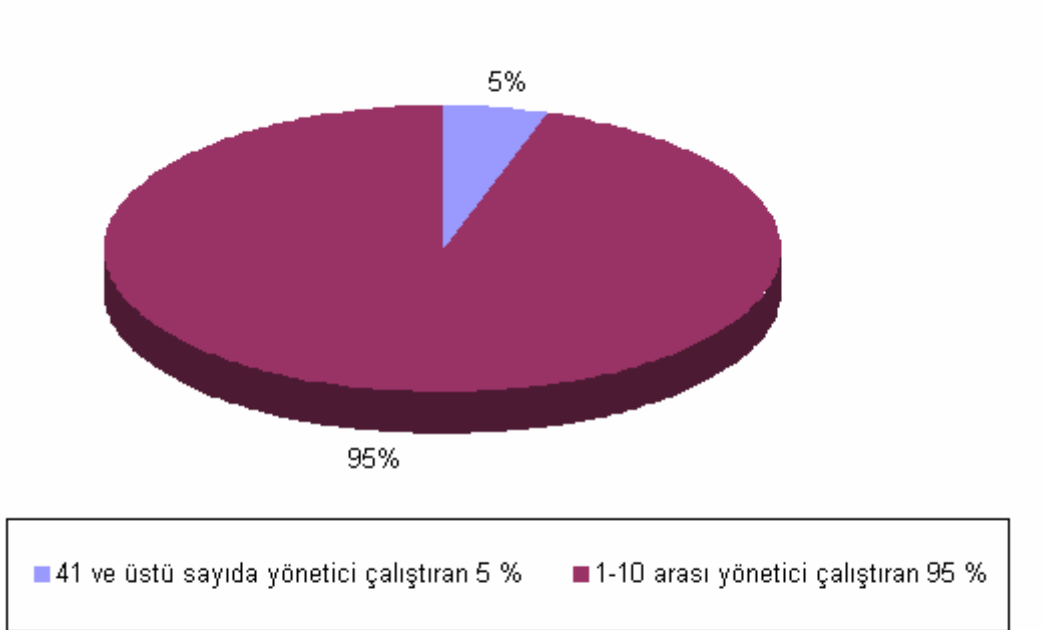
Şekil 3: İşletmelerin Faaliyet Gösterdiği Sektör



Şekil 1.1.3. İşletmelerde Çalışan Yönetici Sayısı

İncelenen işletmelerin % 95'i 1-10 arasında değişen sayıda yönetici çalıştırmaktadırlar. % 5'i ise, 41 ve üzerinde yönetici çalıştırmaktadır. Bu durum 100'den fazla işgören istihdam eden işletmelerin çoğunluğunun az sayıda yönetici istihdam ettiği sonucunu göstermektedir.

Şekil 4: İşletmelerde Çalışan Yönetici Sayısı

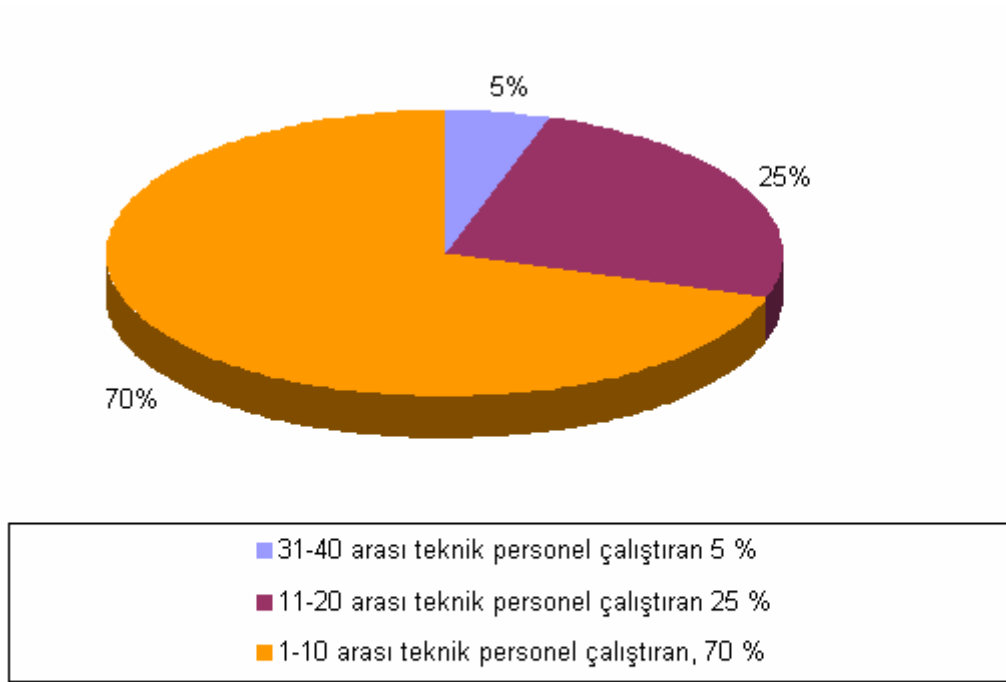


1.1.4. İşletmelerde Çalışan Teknik Personel Sayısı

Anket yapılan işletmelerde çalışan teknik personel sayısı incelendiğinde, % 70'inin 1-10 arasında, % 25'inin 11-20 arasında, % 5'inin 31-40 arasında değişen sayıda teknik personel çalıştırdıkları görülmektedir.

Buna göre, Şekil 5, Aydın'daki işletmelerin çoğunluğunun 1-10 arasında değişen sayıda teknik personel çalıştırdıklarını özetlemektedir.

Şekil 5:İşletmelerde Çalışan Teknik Personel Sayısı

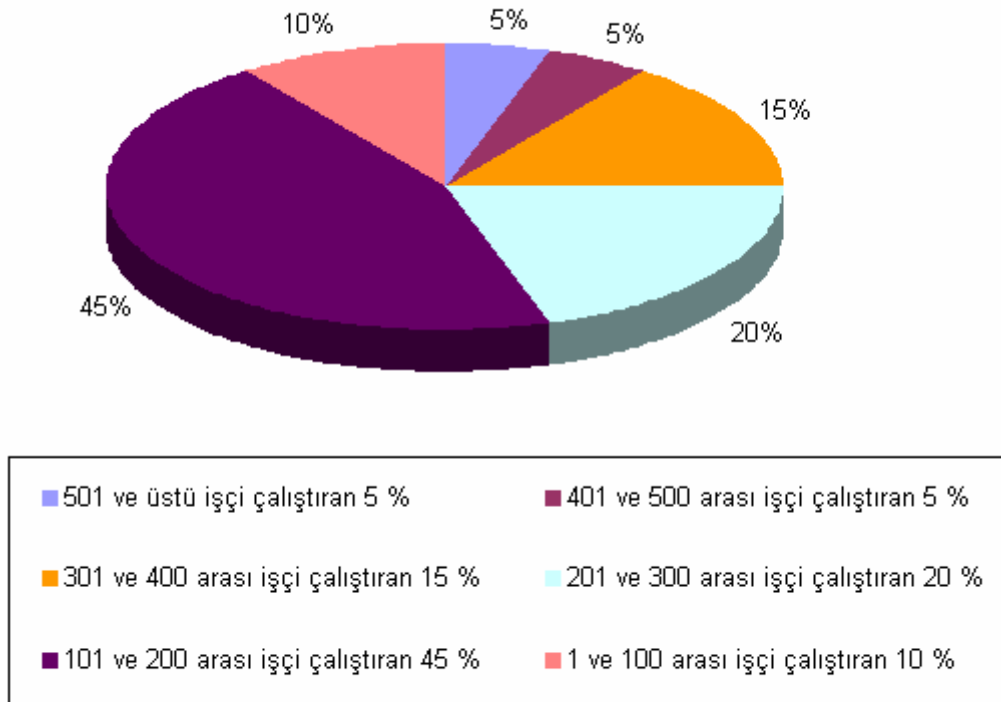


1.1.5. İşletmelerde Çalışan İşçi Sayısı

100'den fazla işçi çalıştıran büyük ölçekli işletmelere uygulanan ankete göre, işletmelerin % 45'i 101-200 arasında, % 20'si 201-300 arasında, % 15'i 301-400 arasında, % 10'u 100-101 ve % 5'i 401-500 ve diğer % 5'i 501 ve üzerinde işgören istihdam etmektedirler.

Yapılan çalışma sonucuna göre, Aydın ili ve ilçelerinde büyük ölçekli işletme sınıflandırmasına giren işletmelerin çoğunluğu 101-200 arasında değişen sayıda işgören istihdam etmektedirler.

Şekil 6: İşletmelerde Çalışan İşçi Sayısı

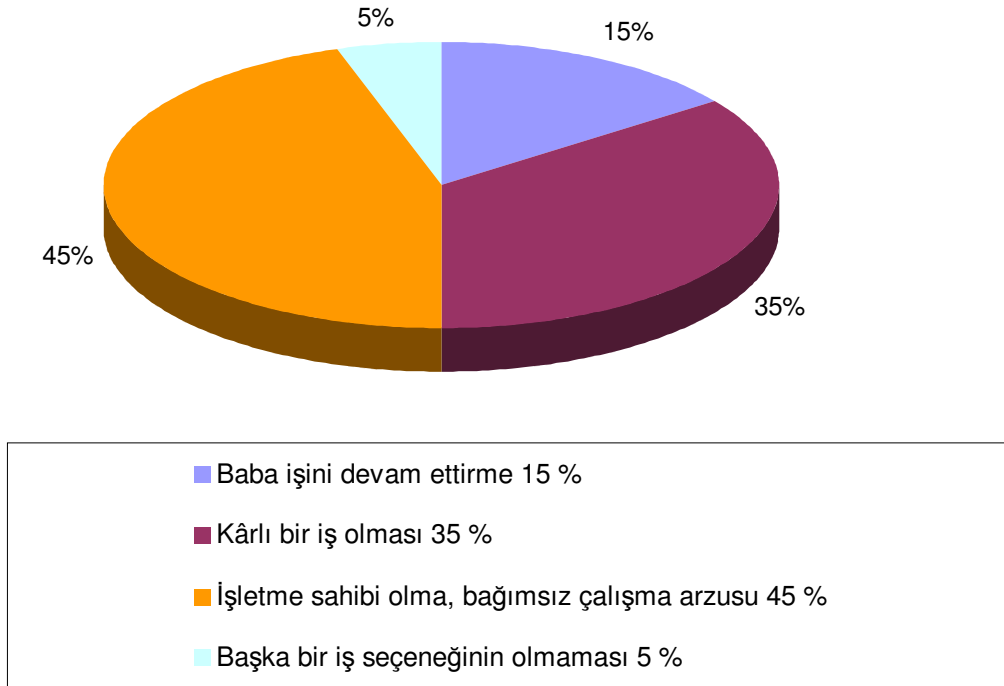


1.1.6. İşletmeyi Kurma Nedeni

Ankete katılan işletme sahibi/yöneticilerden % 45'inin işletmeyi kurma nedeni, işletme sahibi olma ve bağımsız çalışma arzusudur. % 35'inin işletmeyi kurma nedeni, kârlı bir iş olmasından kaynaklanırken, % 15'i baba işini devam ettirmek için, % 5'i ise, başka iş seçeneğinin olmamasından dolayı işletmeyi kurmuştur.

Buna göre, Aydın ili ve ilçelerinde faaliyet gösteren büyük ölçekli işletme sahibi/yöneticilerinin çoğunluğu işletme sahibi olma ve bağımsız çalışma arzusuyla işletmelerini kurmuşlardır.

Şekil 7: İşletmeyi Kurma Nedeni

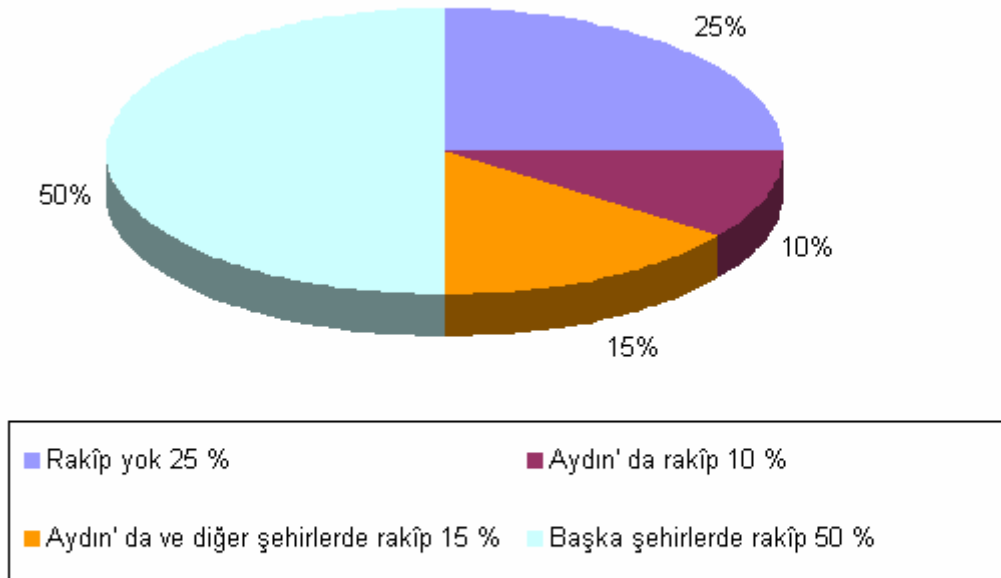


1.1.7. İşletmelerin En Önemli Rakîplerinin Bulunduğu Yer

İncelenen işletmelerin, en önemli rakîplerinin % 50'sinin başka şehirde, %15'inin Aydın'da ve diğer şehirlerde, % 10'unun Aydın'da bulunduğunu görüyoruz.

Buna göre Şekil 9, Aydın ili ve ilçelerinde faaliyet gösteren büyük ölçekli işletmelerin çoğunluğunun rakîplerinin başka şehirlerde olduğunu özetlemektedir.

Şekil 8: İşletmelerin En Önemli Rakîplerinin Bulunduğu Yer

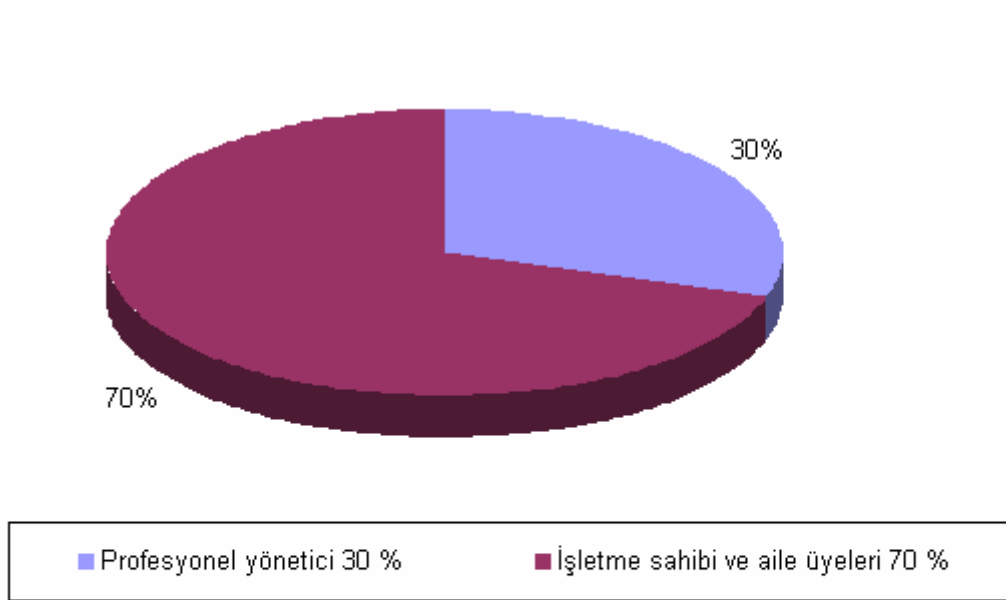


1.1.8. İşletmelerin Üst Yönetim İşini Yürüten Kişiler

Anket çalışması uygulanan işletmelerin üst yönetim faaliyetlerini yürüten kişilerin % 70'i işletme sahibi ve aile üyeleri, % 30'u ise profesyonel yöneticilerden oluşmaktadır.

Bu sonuca göre, Aydın'da faaliyet gösteren büyük ölçekli işletmelerin çoğunluğunun işletme sahibi ve aile üyeleri tarafından yönetildiği, profesyonel yöneticiye işletme yönetiminde çok fazla yer verilmediği görülmektedir.

Şekil 9: İşletmelerin Üst Yönetim İşini Yürüten Kişiler

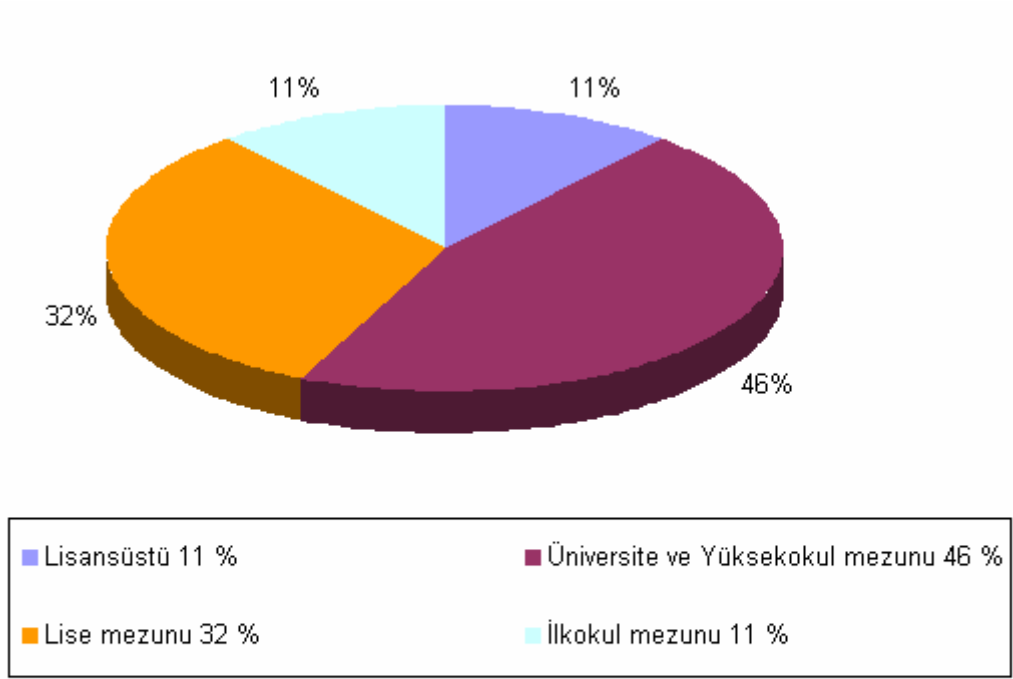


1.1.9. Yöneticilerin Eğitim Durumu

Yöneticilerin eğitim durumuna bakıldığında, %46'sının üniversite/yüksekokul mezunu olduğu % 32'sinin lise mezunu olduğu, % 11'inin ise, lisansüstü eğitim aldığı görülmektedir. Yöneticilerin % 11 ise ilkokul mezunudur.

Bu durum, Aydın ili ve ilçelerinde büyük ölçekli işletme yöneticilerinin eğitim seviyesinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Şekil 10: Yöneticilerin Eğitim Durumu

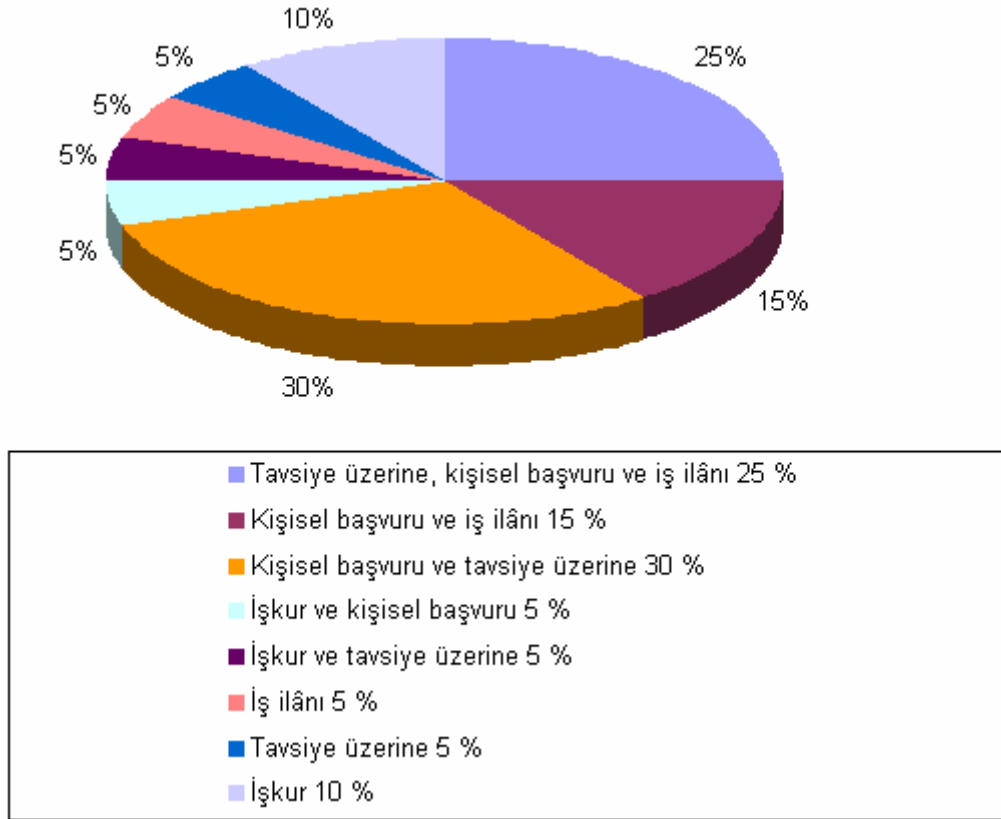


1.1.10. İşletmelerin İşçi İhtiyaçlarını Sağladıkları Kaynaklar

Anket yapılan işletmelerin işçi ihtiyaçlarını sağladıkları kaynakların başında % 30'luk oranla kişisel başvuru ve tavsiye üzerine işe alım gelmektedir. % 25'i tavsiye üzerine, kişisel başvuru ve iş ilânı ile işçi ihtiyaçlarını karşılamaktadır. İşletmelerin % 15'i kişisel başvuru ve iş ilânı ile % 10'u işkur aracılığıyla, % 5'i tavsiye üzerine, diğer % 5'i ise, sırasıyla iş ilânı, işkur ve tavsiye üzerine ve işkur ve kişisel başvuru ile işçi ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar.

Şekil 11'e göre, Aydın ili ve ilçelerindeki büyük ölçekli işletmeler, işçi ihtiyaçlarını çoğunlukla kişisel başvuru ve tavsiye üzerine karşılamaktadırlar.

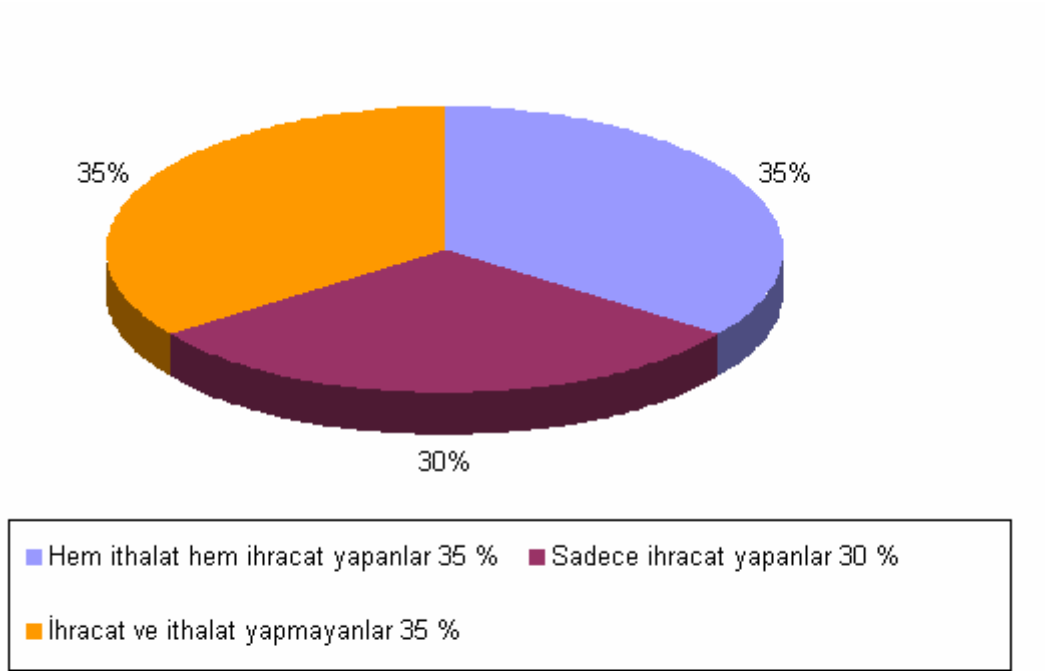
Şekil 11: İşletmelerin İşçi İhtiyaçlarını Sağladıkları Kaynaklar



1.1.11. İşletmelerin Yurtdışı İle Alışveriş Boyutları

İncelenen işletmelerin yurtdışı ile alışveriş boyutları incelendiğinde, %35'inin hem ithalat hem ihracat yaptığı ortaya çıkmıştır. İşletmelerin % 30'u sadece ihracat yaparken, % 35'i ise, ithalat ve ihracat yapmamaktadır.

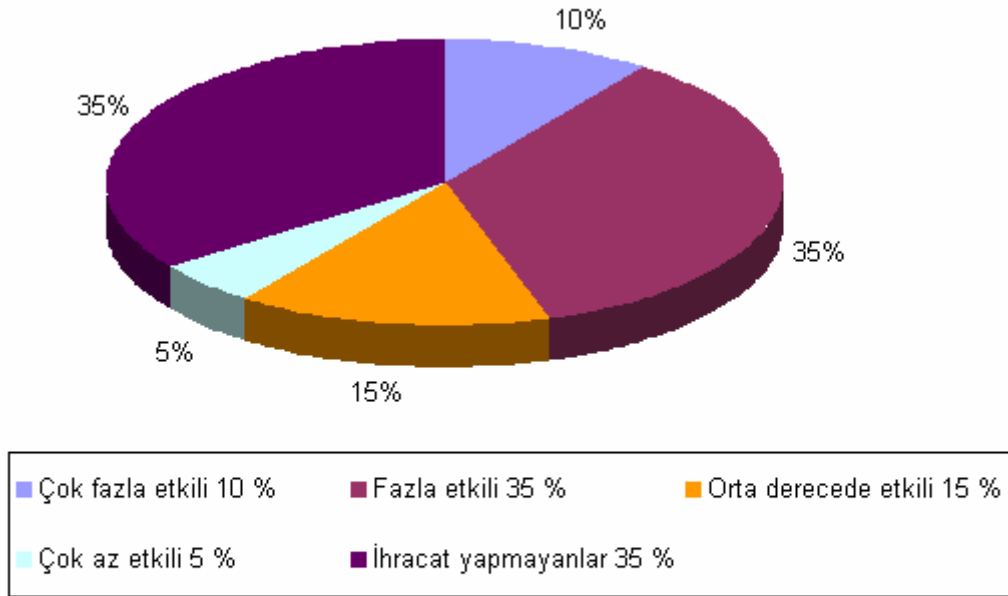
Şekil 12: İşletmelerin Yurtdışı İle Alışveriş Boyutları



1.1.12. İşletmelerin İhracat Yapmalarında, Dış Pazarın İç Pazara Göre Daha Fazla İmkânlar Sunmasının Etkisi

Anket çalışması uygulanan işletmelerin ihracata yönelme nedenleri arasında, iç pazara göre daha fazla imkânlar sunma % 10 oranında çok fazla etkilidir. % 35 oranında fazla etkili, % 15 oranında ise, orta derecede etkilidir. İşletmelerin ihracata yönelme nedenleri arasında, iç pazara göre daha fazla imkânlar sunma % 5 oranında ise, çok az etkilidir.

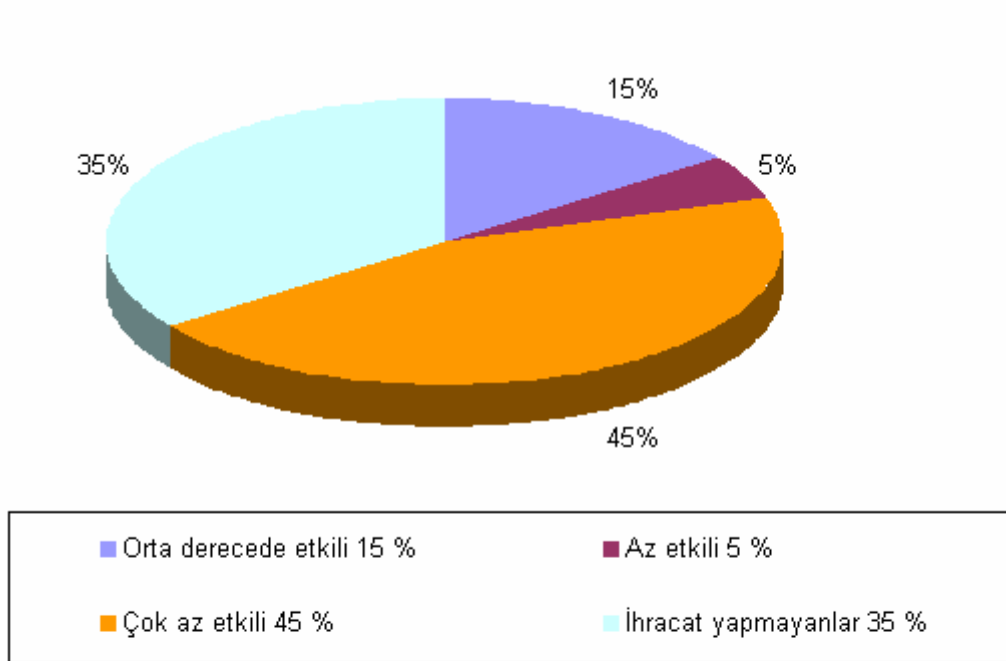
Şekil 13: İşletmelerin İhracat Yapmalarında, Dış Pazarın İç Pazara Göre Daha Fazla İmkânlar Sunmasının Etkisi



1.1.13. İşletmelerin İhracat Yapmalarında İl ve İlçedeki Elverişsiz Koşulların Etkisi

İşletmelerin ihracata yönelme nedenleri arasında il ve ilçedeki elverişsiz koşullar % 15 oranında orta derecede etkili, % 5 oranında az etkili ve % 45 oranında çok az etkilidir.

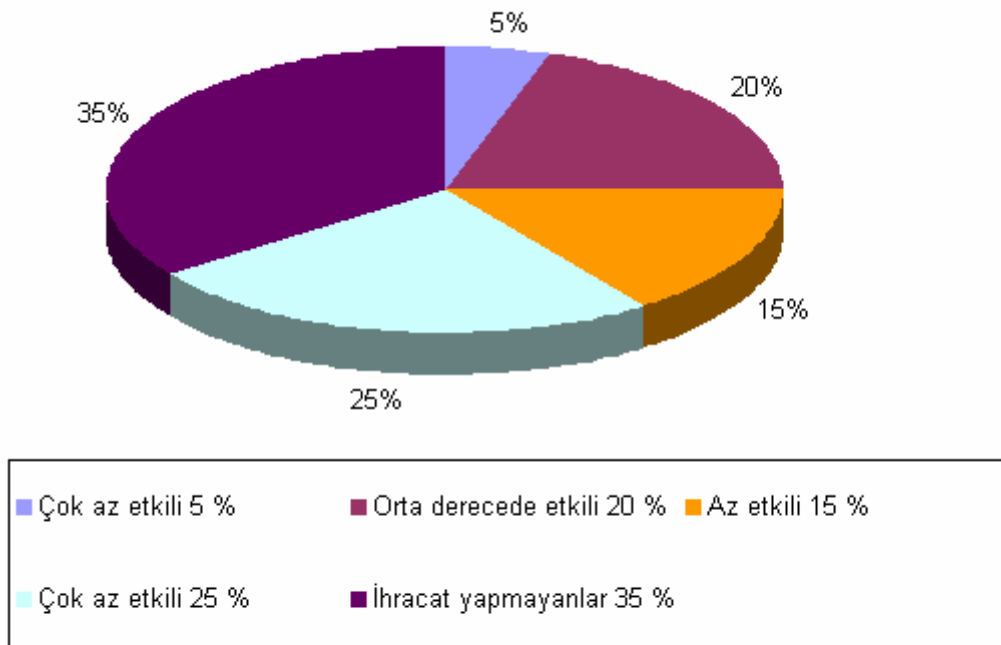
Şekil 14: İşletmelerin İhracat Yapmalarında İl ve İlçedeki Elverişsiz Koşulların Etkisi



1.1.14. İşletmelerin İhracat Yapmalarında Devletin İhracat Teşvikinin Etkisi

İşletmelerin ihracat yapmalarında devletin ihracat teşvikinin etkisi % 5 oranında çok fazla etkilidir. % 20 oranında orta derecede etkili, % 15 oranında ise, az etkilidir. İşletmelerin ihracat yapmalarında devletin ihracat teşvikinin etkisi, % 25 oranında ise, çok az etkilidir.

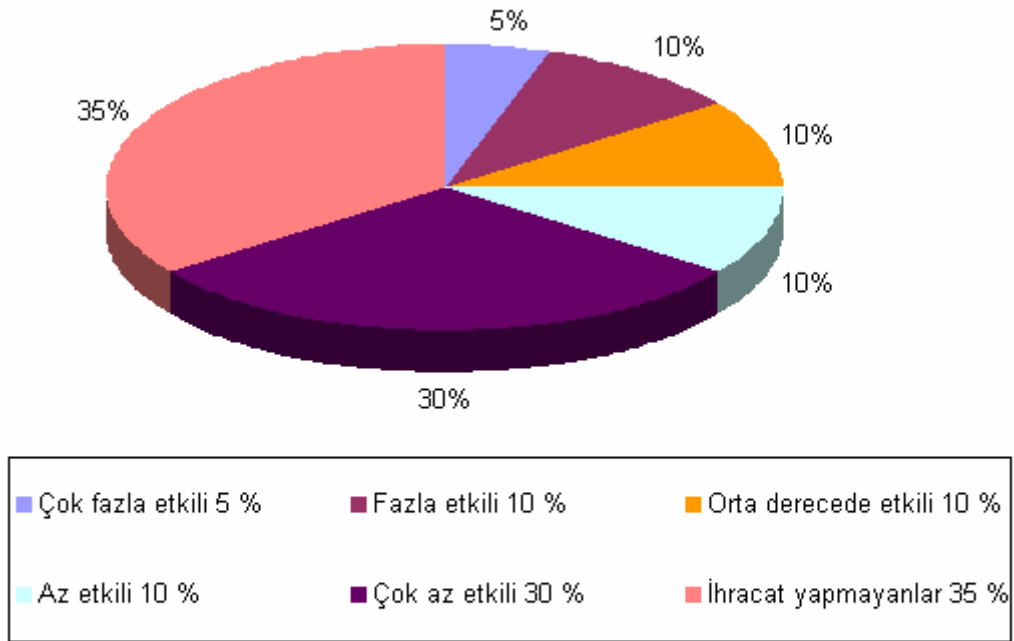
Şekil 15: İşletmelerin İhracat Yapmalarında Devletin İhracat Teşvikinin Etkisi



1.1.15. İşletmelerin İhracat Yapmalarında İç Pazarın Doyuma Ulaşmasının Etkisi

Şekil 16’da anket yapılan işletmelerin ihracat yapmalarında iç pazarın doyuma ulaşması % 5 oranında çok fazla etkili, % 10 oranında ise, fazla etkilidir. Yine % 10 oranında orta derecede etkili, % 10 oranında az etkili ve % 30 oranında çok az etkilidir.

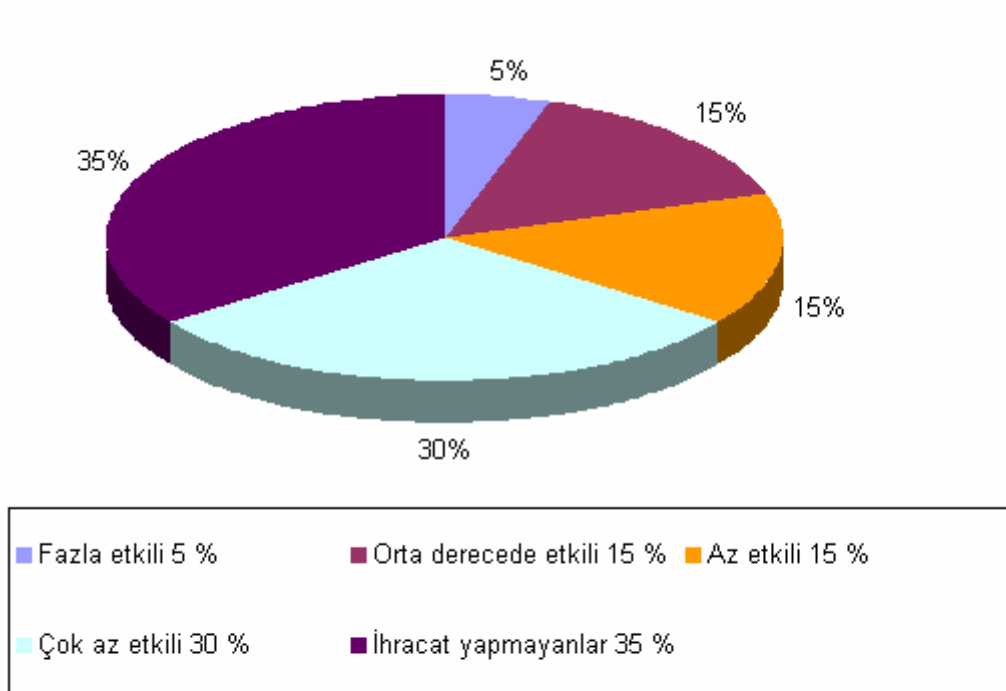
Şekil 16: İşletmelerin İhracat Yapmalarında İç Pazarın Doyuma Ulaşmasının Etkisi



1.1.16. İşletmelerin İhracat Yapmalarında İç Pazarda Yaşanan Yoğun Rekabetin Etkisi

İşletmelerin ihracat yapmalarında iç pazarda yaşanan yoğun rekabetin etkisi % 5 oranında fazla etkili, % 15 oranında orta derecede etkili, % 15 oranında az etkili ve % 30 oranında çok az etkilidir.

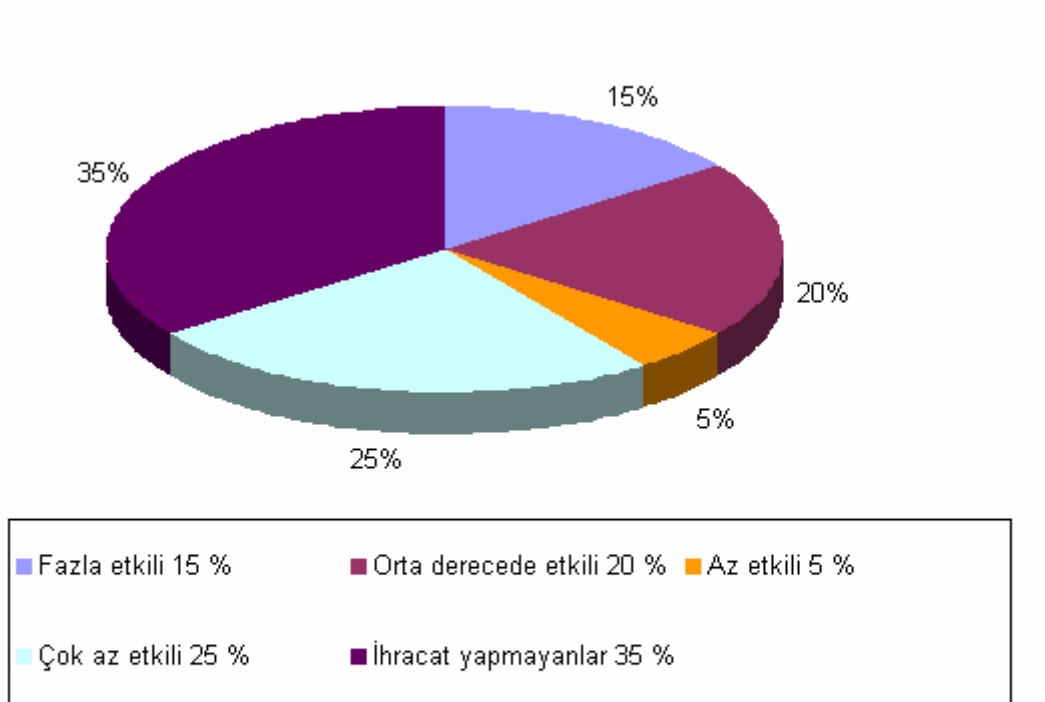
Şekil 17: İşletmelerin İhracat Yapmalarında İç Pazarda Yaşanan Yoğun Rekabetin Etkisi



1.1.17. İşletmelerin İhracat Yapmalarında Boş Üretim Kapasitesinin Etkisi

Şekil 18’de anket çalışması uygulanan işletmelerin ihracat yapmalarında boş üretim kapasitesinin etkisi, % 15 oranında fazla etkili, % 20 oranında orta derecede etkili, % 5 oranında az etkili ve % 25 oranında çok az etkilidir.

Şekil 18: İşletmelerin İhracat Yapmalarında Boş Üretim Kapasitesinin Etkisi

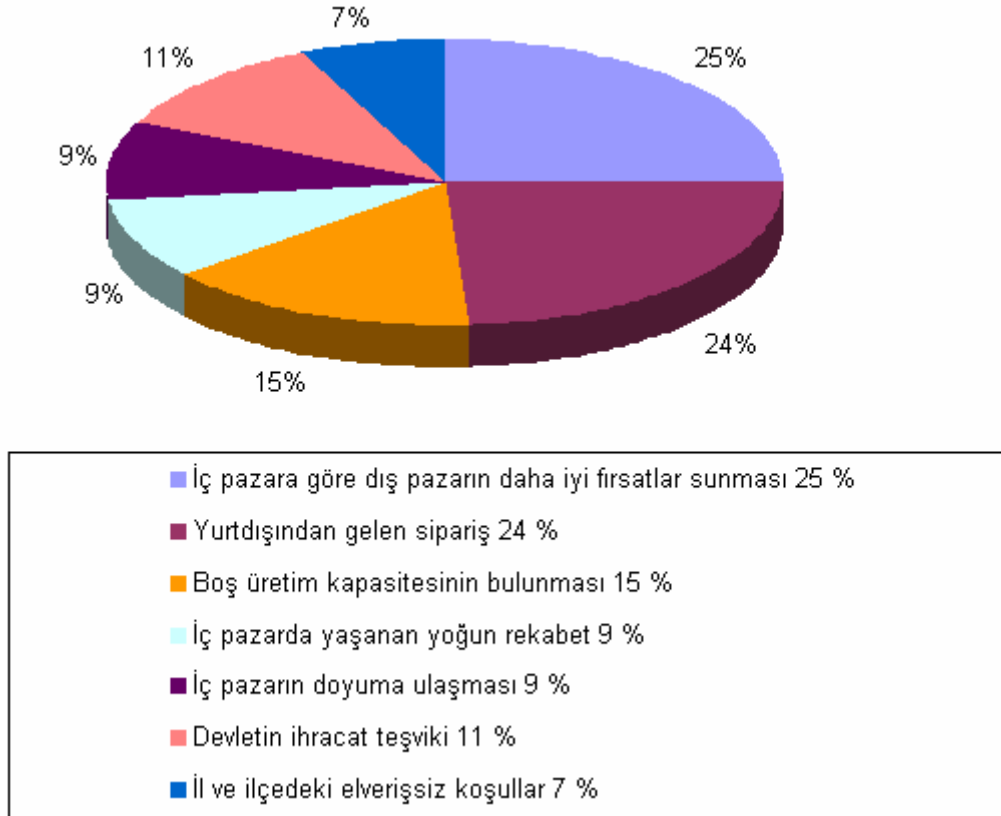


1.1.18. İşletmelerin İhracata Yönelme Nedenleri

Şekil 19’da ihracat yapan işletmelerin ihracat yapma nedenleri gösterilmiştir. İşletmelerin % 25’i iç pazara göre daha iyi fırsatlar sunduğu için, % 24’ü yurtdışından gelen sipariştten dolayı, % 15’i boş üretim kapasitesi bulunduğu için, %11’i devletin ihracat teşvikinden dolayı, % 9’u iç pazarın doyuma ulaşmasından dolayı, % 9 ise, iç pazarda yaşanan yoğun rekabetten dolayı ihracat yapmaktadırlar.

İşletme büyüklüklerine göre ortalama önem dereceleri arasında küçük farklılıklar olsa da, işletmelerin genel olarak ihracata yönelme nedenlerinin benzer olduğu gözlenmektedir. İşletmelerin ihracata yönelme nedenlerinin daha çok işletme dışı çevresel faktörler kaynaklı olduğu gözlenmektedir. İhracatta kalıcı başarı ve süreklilik sağlamak için ihracata yönelme nedenlerinin işletme kaynakları ile uyumlu olması gerekmektedir.

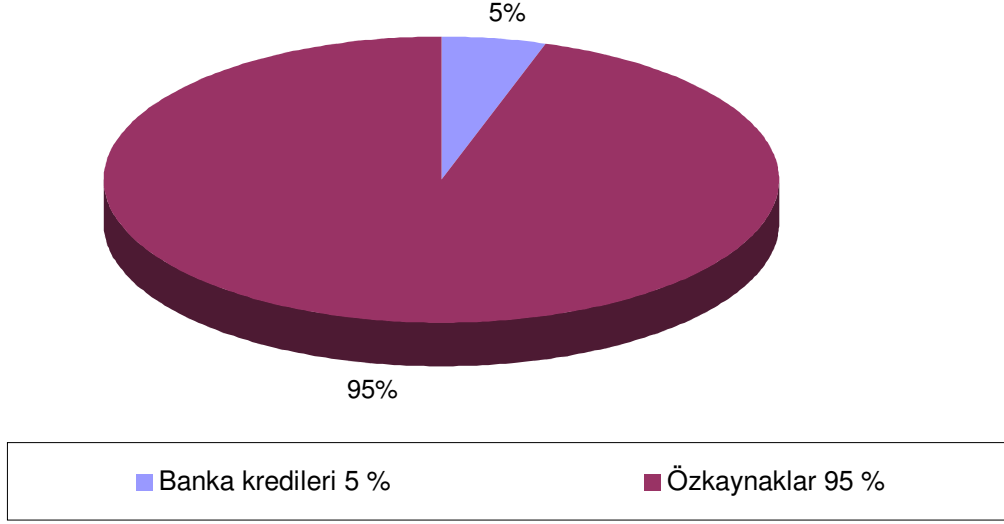
Şekil 19: İşletmelerin İhracata Yönelme Nedenleri



1.1.19. İşletmelerin Finans Kaynakları

İncelenen işletmelerin finans kaynaklarını % 95 oranında özkaynaklar oluşturmaktadır. % 5 oranında ise, banka kredileri oluşturmaktadır. Buna göre Aydın ili ve ilçelerindeki büyük ölçekli işletmeler çoğunlukla finansmanlarını özkaynaklarından karşılamaktadırlar.

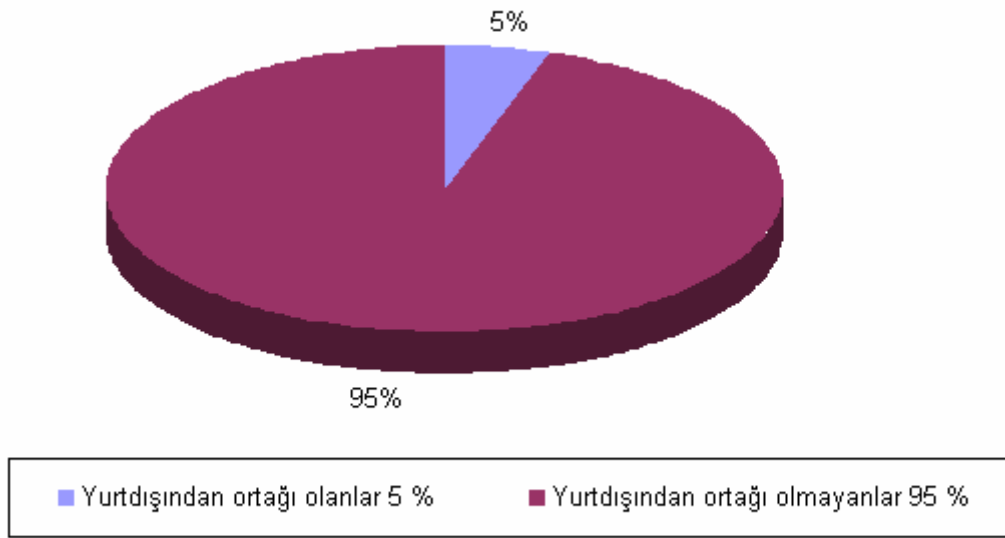
Şekil 20: İşletmelerin Finans Kaynakları



1.1.20. İşletmelerde Yurtdışından Ortak Bulunma Durumu

Anket uygulanan Aydın ili ve ilçelerindeki büyük ölçekli işletmelerin %5'inin yurtdışından ortağı vardır. % 95'inin ise, yoktur.

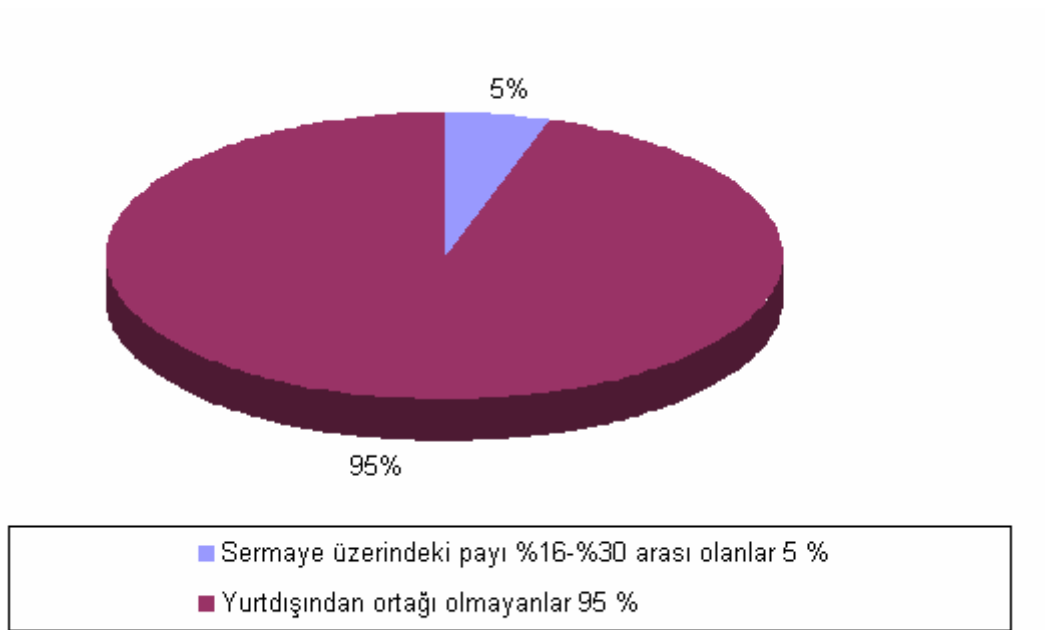
Şekil 21: İşletmelerde Yurtdışından Ortak Bulunma Durumu



1.1.21. İşletmelerde Yurtdışından Ortakların Sermaye Üzerindeki Payı

% 5 oranında yurtdışından ortakla çalışan büyük ölçekli işletmelerde, yurtdışından ortakların sermaye üzerindeki payı % 16 ile % 30 arasında değişmektedir.

Şekil 22: İşletmelerde Yurtdışından Ortakların Sermaye Üzerindeki Payı

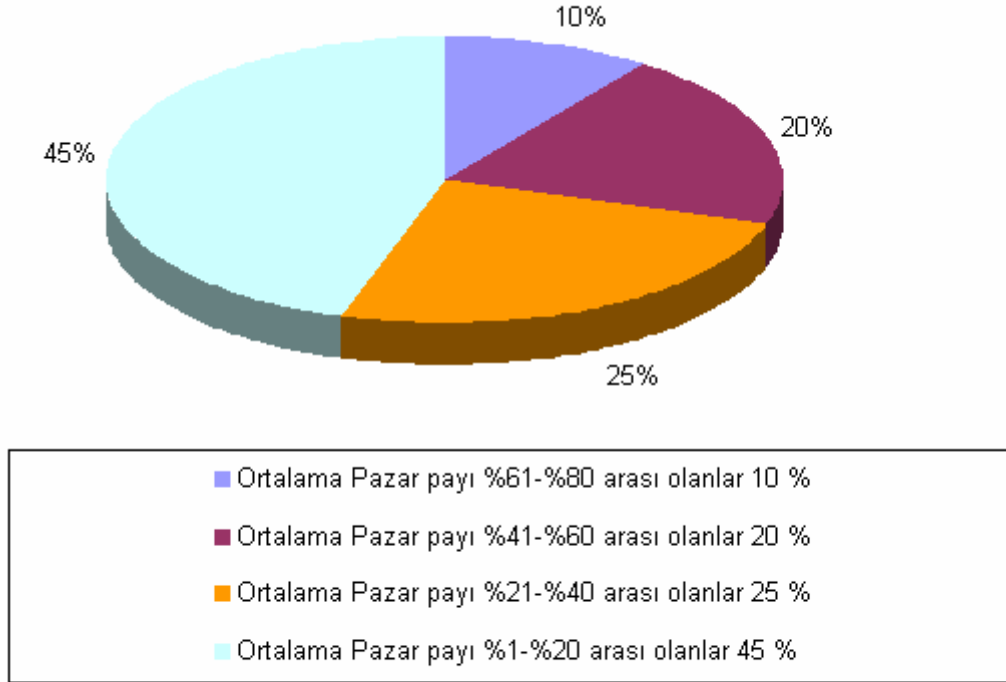


1.1.22. İşletmelerin Türkiye Geneline Ortalama Pazar Payı

Anket uygulanan işletmelerin % 45'inin Türkiye genelinde ortalama pazar payı % 1 ile % 20 arasında değişmektedir. % 25'inin pazar payı % 21-% 40 arasında, % 20'sinin pazar payı % 41-% 60 arasında ve % 10'unun pazar payı ise, % 61-% 80 arasındadır.

Buna göre, Aydın ili ve ilçelerindeki büyük ölçekli işletmelerin çoğunluğunun Türkiye genelinde ortalama pazar payı % 1 ile % 20 arasında değişmektedir.

Şekil 23: İşletmelerin Türkiye Geneline Ortalama Pazar Payı

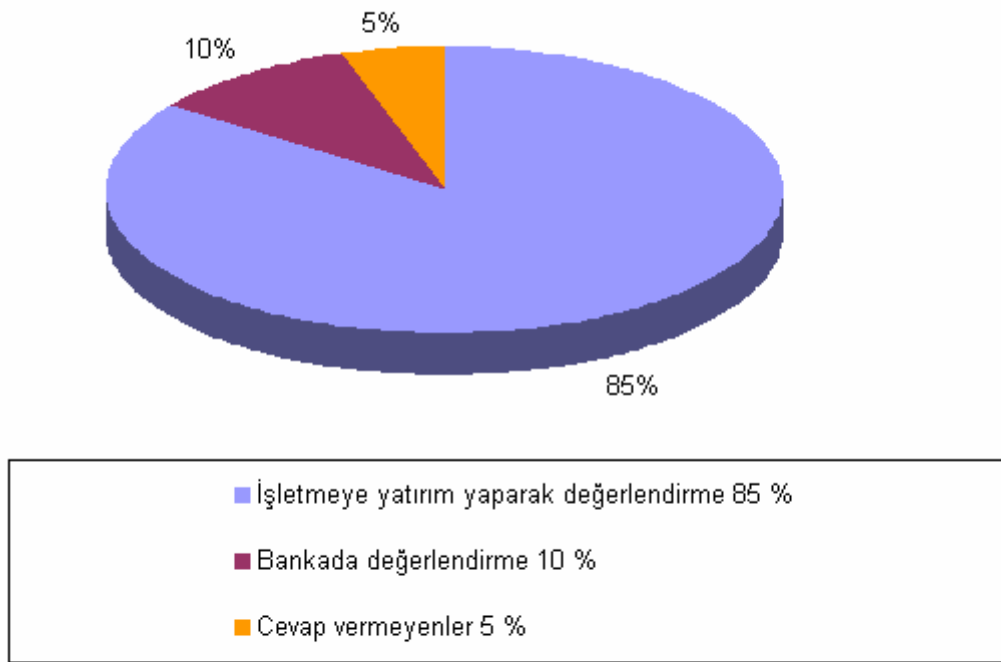


1.1.23. İşletmelerin Fazla Fonlarını Değerlendirme Şekilleri

100’den fazla işgören istihdam eden Aydın ili ve ilçelerindeki büyük ölçekli işletmelerin % 85’i fazla fonlarını işletmelerine yatırım yaparak, % 10’u bankaya yatırarak değerlendiriyor.

Buna göre işletmeler, yine kendilerine yatırım yaparak üretime ve işletmelerine katkı sağlıyorlar.

Şekil 24: İşletmelerin Fazla Fonlarını Değerlendirme Şekilleri

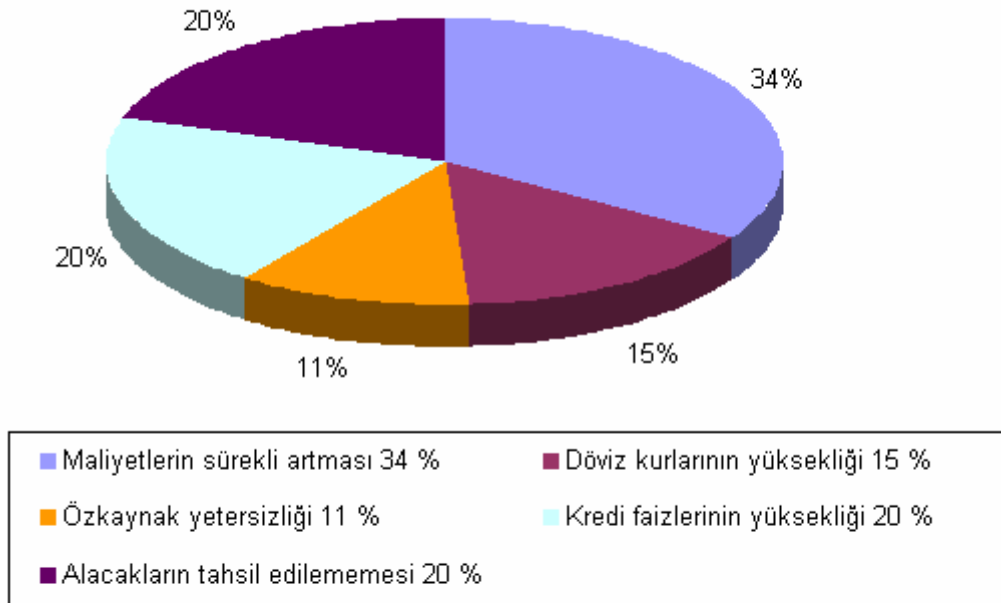


1.1.24. İşletmelerin Karşılaştıkları Finansman Sorunları

Ankete katılan işletmelerin karşılaştıkları finansman sorunlarının başında %34 oranla maliyetlerin sürekli artması gelmektedir. İşletmelerin % 20'si kredi faizlerinin yüksekliğinin, % 20'si alacakların tahsil edilememesinin, % 15'i döviz kurlarının yüksekliğinin, % 11'i ise, özkaynak yetersizliğinin karşılaştıkları finansman sorunları arasında yer aldığını belirtmiştir.

Buna göre, Aydın ili ve ilçelerindeki büyük ölçekli işletmelerin karşılaştıkları en büyük finansman sorunlarının başında maliyetlerin sürekli artması gelmektedir.

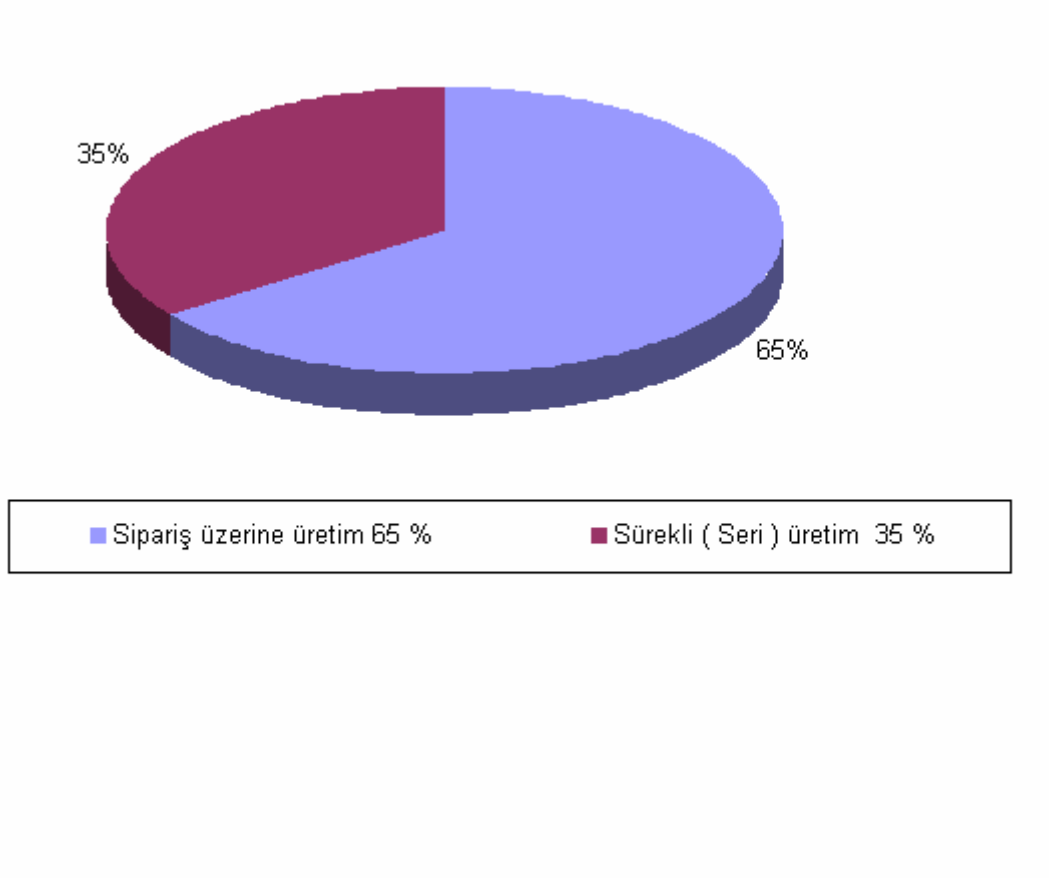
Şekil 25: İşletmelerin Karşılaştıkları Finansman Sorunları



1.1.25. İşletmelerin Üretim Tipi

İncelenen işletmelerin, % 65'i sipariş üzerine, % 35'i ise, sürekli (seri) üretim yapmaktadır.

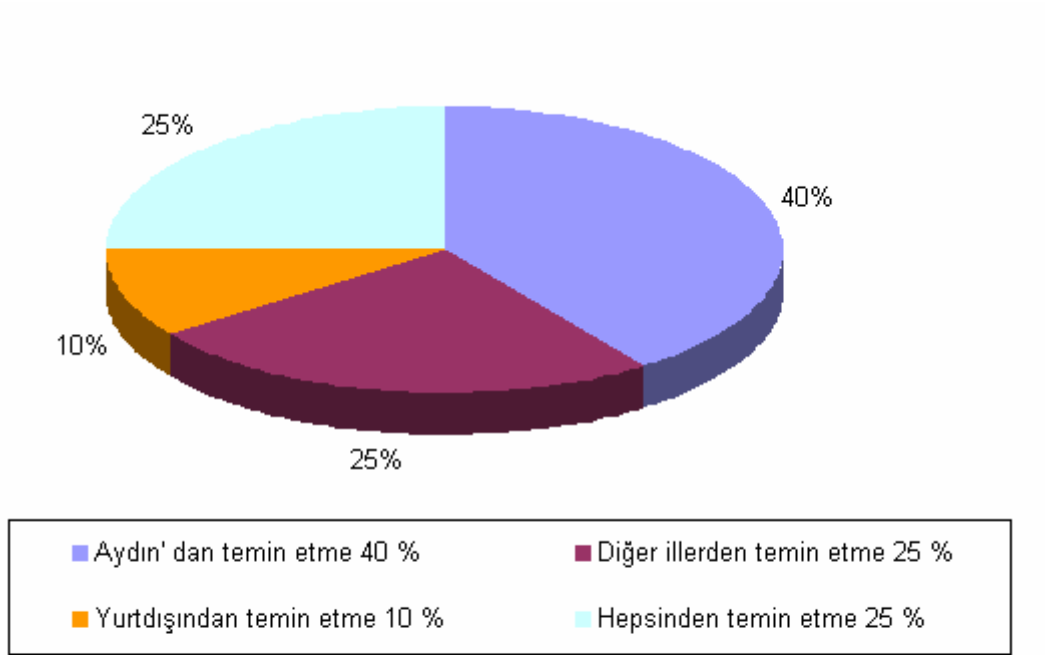
Şekil 26: İşletmelerin Üretim Tipi



1.1.26. İşletmelerin Hammadde Girdilerini Temin Etme Yerleri

Şekil 27’de işletmelerin hammadde girdilerini temin etme yerleri gösterilmiştir. Buna göre, işletmelerin % 40’ı hammaddelerini Aydın’dan, % 25’i diğer illerden, % 10’u yurtdışından ve % 25’i ise, hepsinden temin etmektedir.

Şekil 27: İşletmelerin Hammadde Girdilerini Temin Etme Yerleri

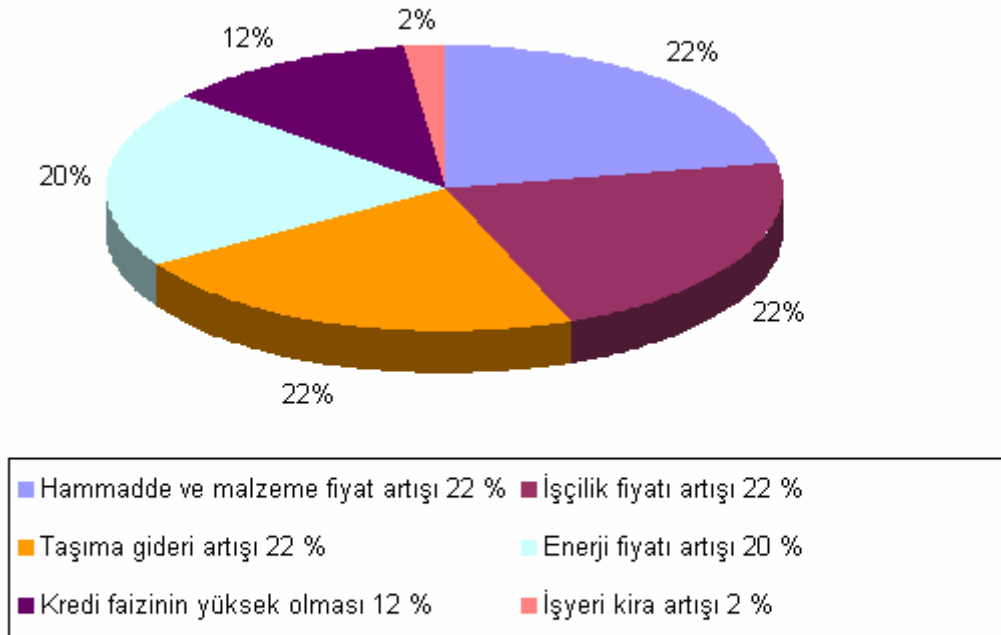


1.1.27. Ürünün Maliyet Artışına Etki Eden Faktörler

İncelenen işletmelerin ürünlerinin maliyet artışına etki eden faktörler arasında % 22'lik oranla taşıma gider artışı, hammadde ve malzeme fiyat artışı ve işçilik gideri artışı gelmektedir. % 20'si enerji fiyat artışının, % 12'si kredi faizinin yüksek olmasının, % 2'si ise, işyeri kira artışının ürünlerinin maliyet artışına etki eden faktörler arasında yer aldığını belirtmiştir.

İşletmelerin çoğunluğunun işyeri kira olmadığı ve kendilerine ait olduğu için ürün maliyet artışına etki eden faktörler arasında işyeri kira artışı % 2 gibi az bir paya sahiptir.

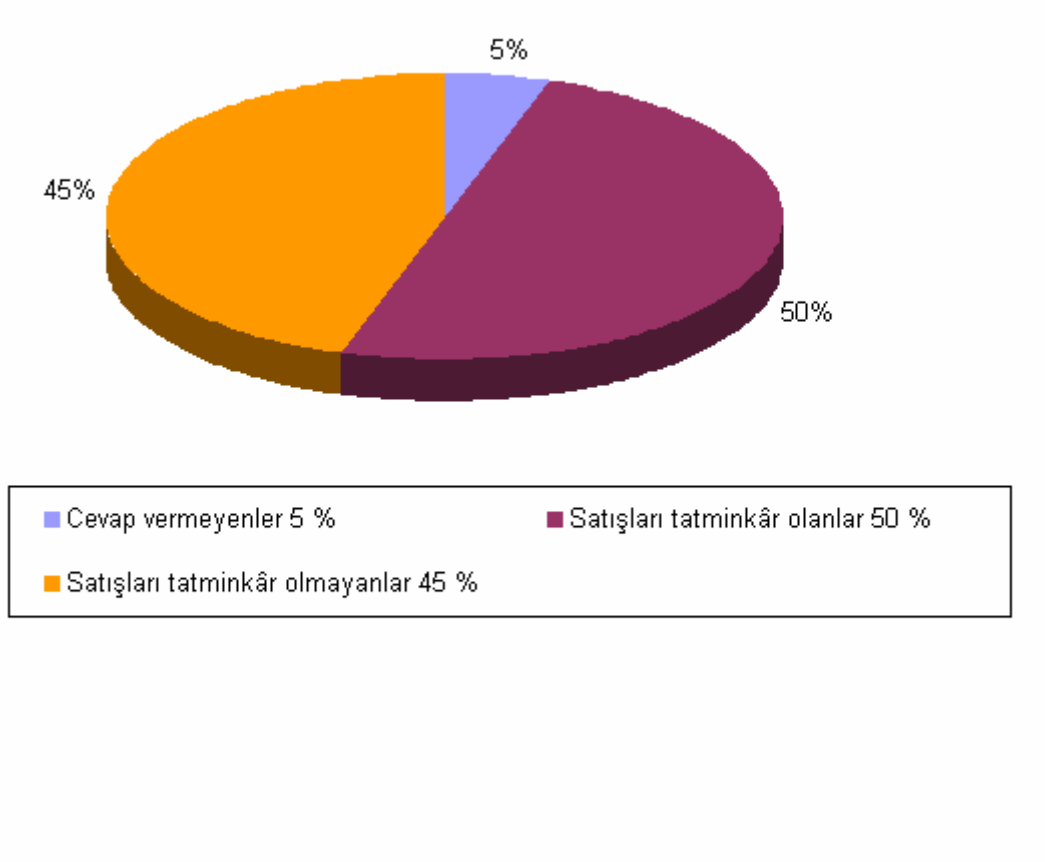
Şekil 28 : Ürünün Maliyet Artışına Etki Eden Faktörler



1.1.28. İşletmelerin Satışlarının Tatminkârlığı

Anket sonuçlarına göre, işletmelerin % 50'sinin satışlarının tatminkâr olduğu, % 45'inin ise, tatminkâr olmadığı ortaya çıkmıştır.

Şekil 29: İşletmelerin Satışlarının Tatminkârlığı

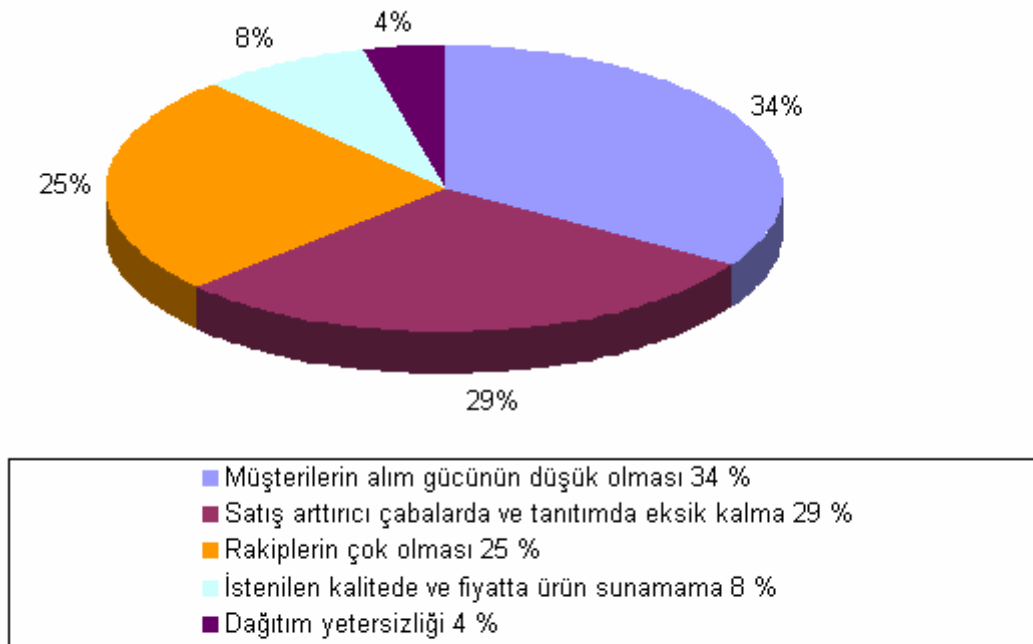


1.1.29. Satışların Tatminkâr Bulunmama Nedenleri

Şekil 30'da ankete katılan işletmelerin % 34'ü müşterilerin alım gücünün düşük olmasından, % 29'u satış arttırıcı çabalarda ve tanıtımda eksik kalmadan, %25'i rakiplerin çok olmasından dolayı satışlarının tatminkâr olmadığını belirtmişlerdir. Satışların tatminkâr bulunmama nedenleri arasında % 8'le istenilen kalitede ve fiyatta ürün sunamama, % 4'le dağıtım yetersizliği yer almıştır.

Buna göre, satışların tatminkâr olmama nedenleri arasında müşterilerin alım gücünün düşük olması en büyük etkidir.

Şekil 30: Satışların Tatminkâr Bulunmama Nedenleri

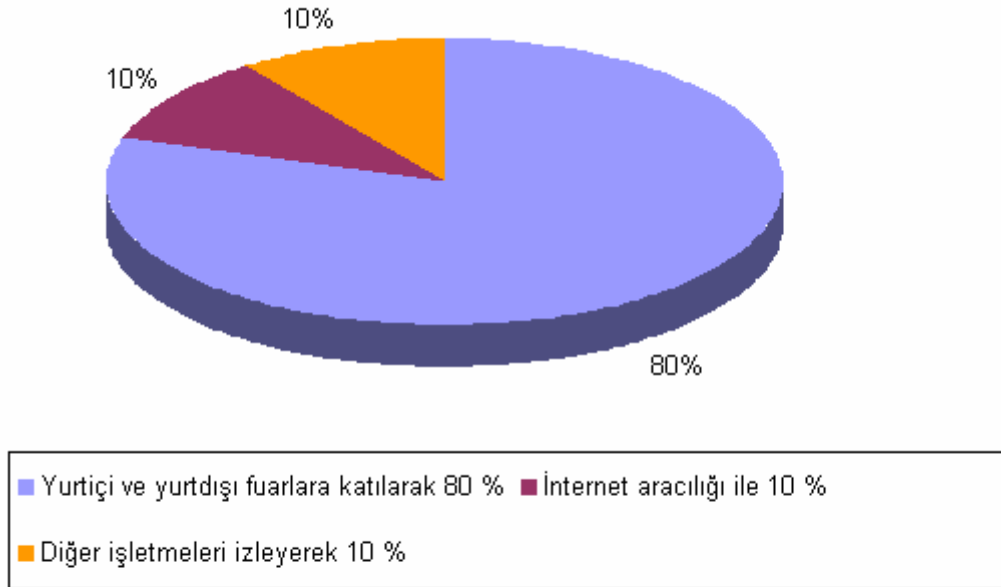


1.1.30. İşletmelerin Üretimle İlgili Teknolojik Gelişmeleri İzleme Biçimleri

Şekil 31'e göre işletmelerin % 80'i üretimle ilgili teknolojik gelişmeleri yurtiçi ve yurtdışı fuarlara katılarak, % 10'u internet aracılığıyla ve yine % 10'u diğer işletmeleri izleyerek takip etmektedir.

Büyük ölçekli işletmelerin günümüzün giderek önem kazanan elektronik ticaretten yararlanmalarının düşük maliyetle çok daha geniş kitlelere ulaşmalarını ve ihracat şanslarının artmasını sağladığı düşünüldüğünde bu oranın artmasının yerinde olacağını söyleyebiliriz.

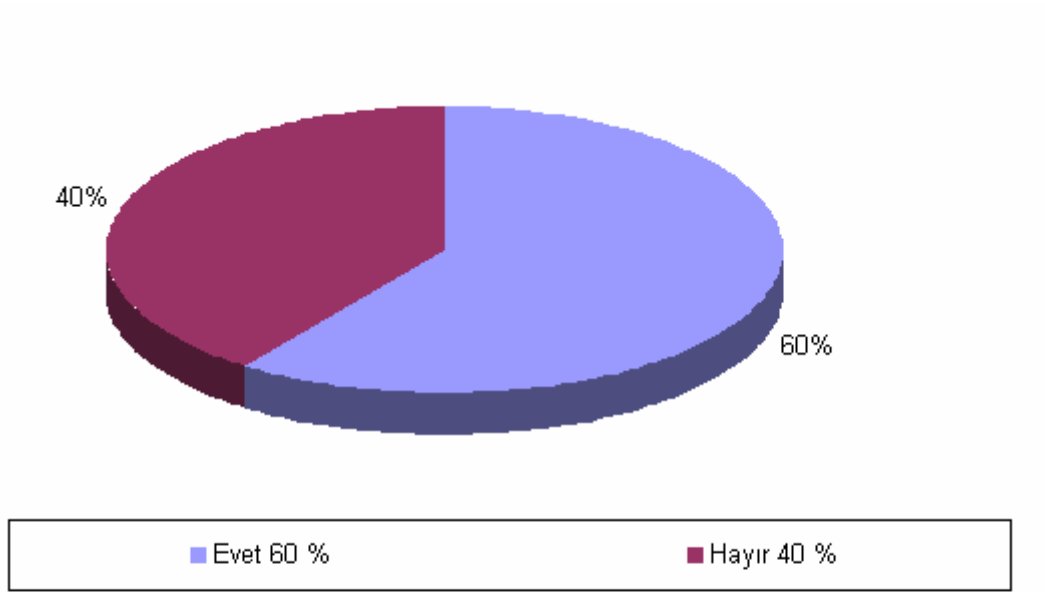
Şekil 31: İşletmelerin Üretimle İlgili Teknolojik Gelişmeleri İzleme Biçimleri



1.1.31. Girişimcilerin Aydın’da Yatırım Yapma Olasılıkları

Anket çalışması uygulanan işletme sahibi/yöneticilerinin % 60’ının finansal imkânları doğrultusunda Aydın’da yatırım yapacakları, % 40’ının ise yapmayacakları ortaya çıkmıştır.

Şekil 32: Girişimcilerin Aydın’da Yatırım Yapma Olasılıkları

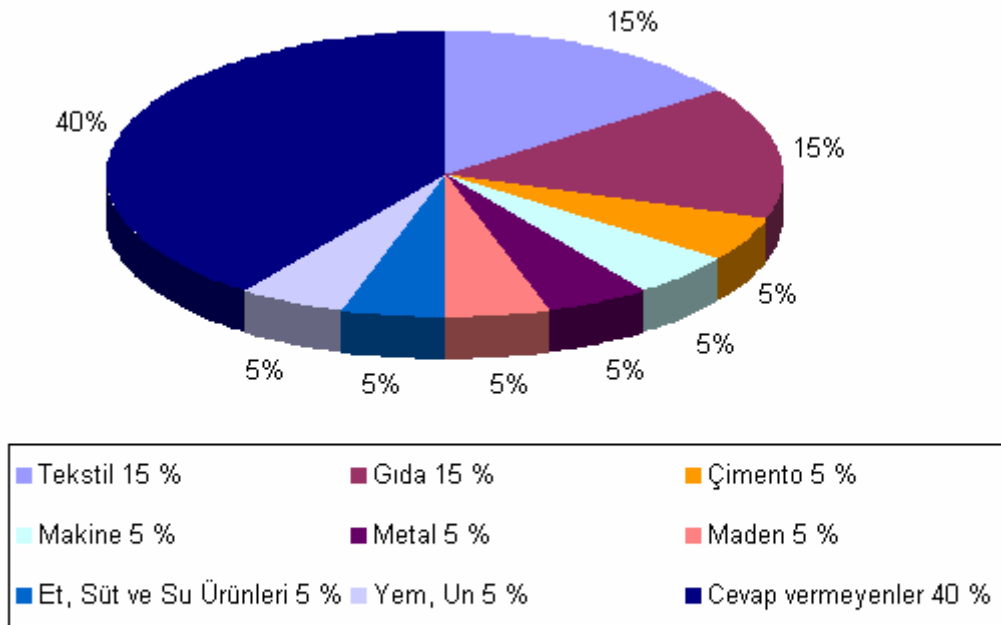


1.1.32. Yatırım Yapılacak Sektör/Sektörler

Ankete katılan işletme sahibi/yöneticilerden % 60'ı Aydın'da yatırım yapmayı düşünmektedir. % 15'i tekstil sektörüne, yine % 15'i gıda sektörüne yatırım yapmayı düşünürken, % 5'i çimento, % 5'i makina, % 5'i et-süt ve su ürünlerine, %5'i metal, % 5'i yem-un, % 5'i ise, maden sektörüne yatırım yapmayı düşünmektedir.

Buna göre, işletme sahibi/yöneticilerinin çoğunlukla yatırım yapmayı düşündükleri sektörlerin başında tekstil sektörü ve gıda sektörü gelmektedir. Türkiye genelinde 2002 yılında büyümeye en önemli katkı imalat sanayindeki % 9.5 oranında üretim artışından kaynaklanmış ve bu artış ihracata yönlendirilmiştir. (www.tkb.com.tr)

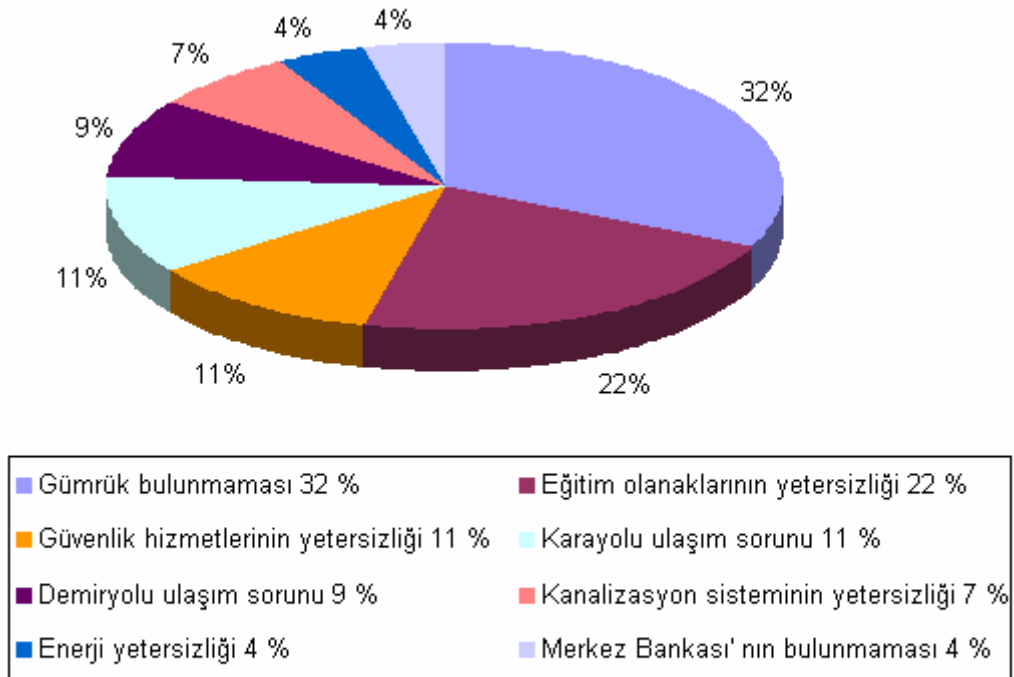
Şekil 33: Yatırım Yapılacak Sektör/Sektörler



1.1.33. Aydın'daki En Önemli Altyapı Sorunları

100'den fazla işgören istihdam eden Aydın ili ve ilçelerindeki büyük ölçekli işletmelere uygulanan ankete katılan işletme sahibi/yöneticilerden % 32'si Aydın'daki en önemli altyapı sorununun gümrük bulunmamasından (30 Kasım 2004 tarihinde Aydın'da gümrük kurulmuştur) kaynaklandığını, % 22'si ise, eğitim olanaklarının yetersizliğinden kaynaklandığını belirtmişlerdir. Aydın'daki diğer altyapı sorunları arasında % 11'le karayolu ulaşım sorunu ve güvenlik hizmetlerinin yetersizliği, % 9'la demiryolu ulaşım sorunu, % 7'le kanalizasyon sisteminin yetersizliği ve % 4'le ise, Merkez Bankası'nın bulunmaması ve enerji yetersizliği yer almaktadır

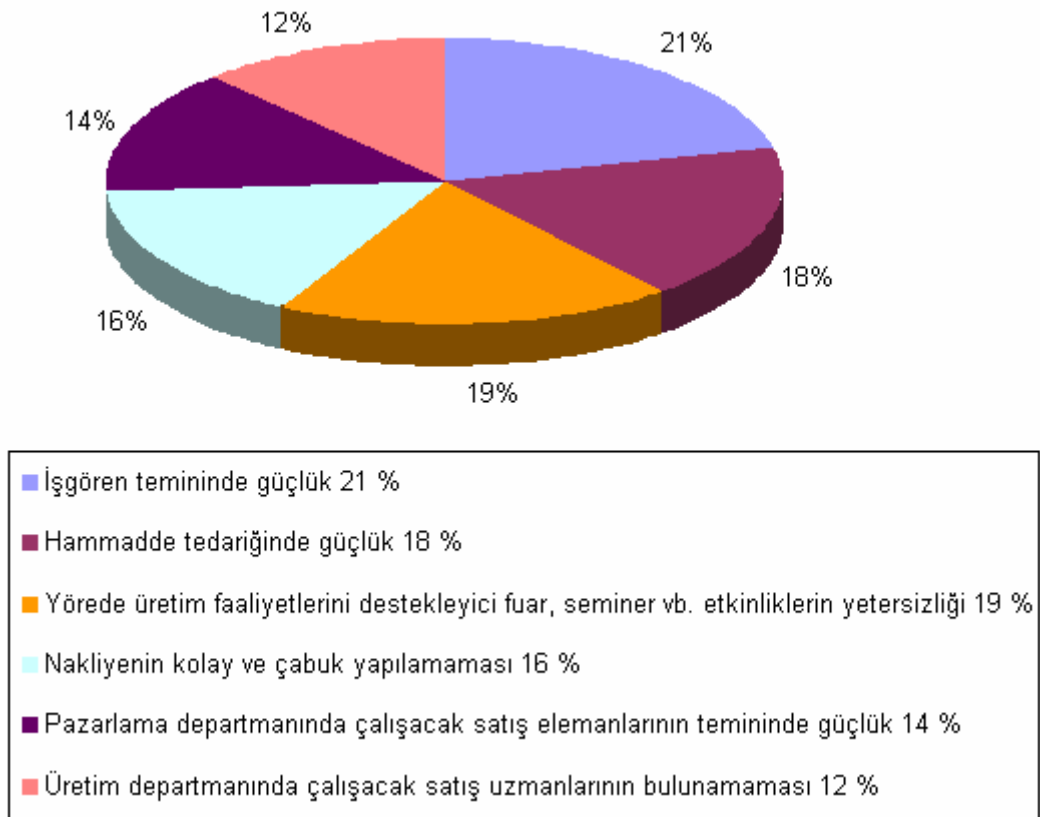
Şekil 34: Aydın'daki En Önemli Altyapı Sorunları



1.1.34. Aydın'da Nakliye ve Pazarlama Faaliyetleri Açısından Eksikliği Duyulan Noktalar

Ankete katılan işletmelerin % 21'i Aydın'da nakliye ve pazarlama faaliyetleri açısından eksikliğini duydukları noktalar arasında işgören temininde güçlüğü yer aldığını belirtmişlerdir. İşletmelerin % 19'u Aydın yöresinde üretim faaliyetlerini destekleyici fuar, seminer gibi etkinliklerin yetersizliği, % 18'i hammadde tedarikinde güçlük, % 16'sı nakliyenin kolay ve çabuk yapılamaması, % 14'ü pazarlama departmanında çalışacak satış uzmanlarının bulunamaması, % 12'si ise, üretim departmanında çalışacak satış uzmanlarının bulunamamasının Aydın'da nakliye ve pazarlama faaliyetleri açısından eksikliği duyulan noktalar arasında yer aldığını belirtmişlerdir.

Şekil 35: Aydın'da Nakliye ve Pazarlama Faaliyetleri Açısından Eksikliği Duyulan Noktalar



1.1.35. Yatırım Kararının Aydın İli'nde Verilmesinde Etkili Olan Kriterler

Ankete katılan işletme sahibi/yöneticilerin yatırım kararını Aydın yöresinde vermelerinde etkili olan kriterlerin arasında % 31'i yörede bu faaliyet için uygun arazinin kolay bulunması, % 28'i ucuz işçilik, % 22'si pazarlama ağındaki kolaylık, % 11'i hammadde maliyetinin ucuz olması, % 8'i ise, uzman ve kalifiye eleman bulma kolaylığı yer almaktadır.

Şekil 36: Yatırım Kararının Aydın İli'nde Verilmesinde Etkili Olan Kriterler



1.1.36. Aydın Yöresinde Gerçekleştirilmiş Yatırım Alanlarının Diğer Önemli Sanayi Kentlerimize Göre Düşük Düzeyde Kalma Nedenleri

Aydın yöresinde gerçekleştirilmiş yatırım alanlarının diğer önemli sanayi kentlerimize göre düşük düzeyde kalma nedenleri arasında % 37'lik oranla halkın sanayi faaliyetleriyle uğraşmayı, risk almayı istememesi, % 34'le Aydınli girişimcinin yapısı, % 19'la uzman eksikliği ve % 10'la fizibilite çalışmalarına yeterince önem verilmemesi gelmektedir.

Bu sonuca göre, Aydın ili ve ilçelerinin diğer önemli sanayi kentlerimize göre düşük düzeyde kalma nedenlerinin başında halkın sanayi faaliyetleri ile uğraşmayı, risk almayı istememesi ve Aydın'lı girişimcinin yapısı gelmektedir. Girişimci risk üstlenen, üretim girdilerini örgütleme ve yönetme niteliğine sahip olan, yenilikçi ve dinamik olma özelliği taşıyan kişidir.

Türkiye ve Aydın yöresinde girişimciliği etkileyen çeşitli koşullar vardır. Bunlar finansal koşullar, ticarî ve hukuki altyapı, eğitim-öğretim, fiziksel altyapıya erişim gibi unsurlardır.

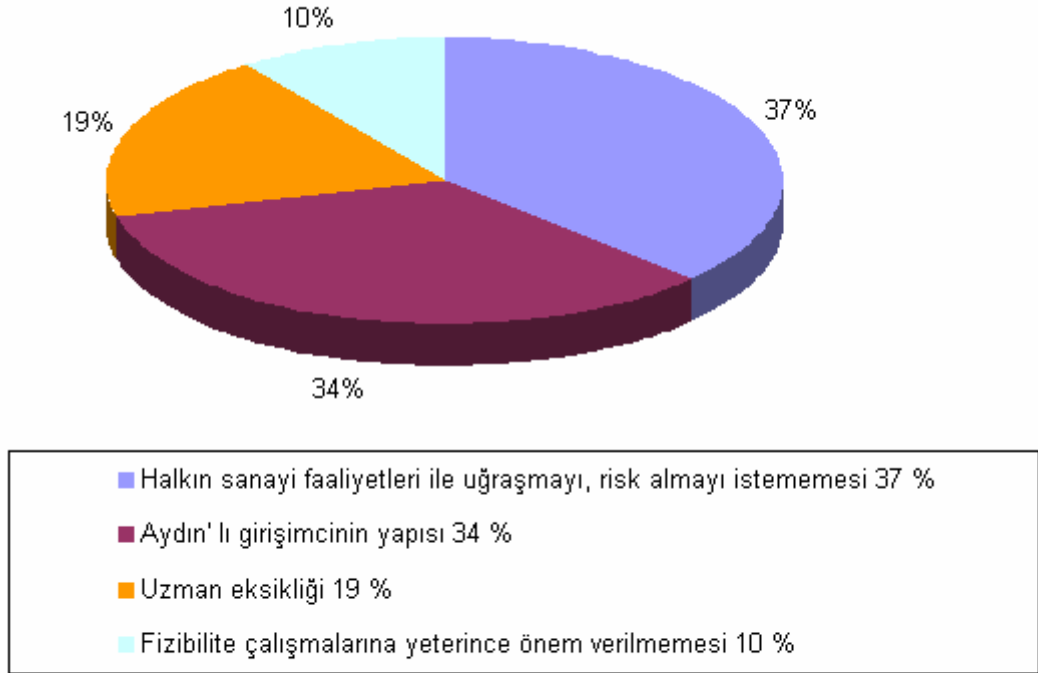
Analiz sonuçlarında da görüldüğü üzere Türkiye'de ve Aydın yöresinde girişimciler genellikle yatırım ve faaliyetlerinin finansmanını esas olarak özkaynaklarla gerçekleştirmektedir. Ayrıca, işletme sahiplerinin arkadaş ve akrabalarından fon sağladığı da burada belirtilmelidir.

Bunun dışında Türkiye'de ve Aydın yöresinde girişimciliği teşvik edecek şirketlere yönelik mevzuatta bir takım sorunlar bulunmaktadır. Belirli bir iş kurmanın önündeki bürokratik engeller nedeniyle girişimciler zorluklarla karşılaşmaktadır. Girişimciliğin arttırılabilmesi için bu tür bürokratik engellerin azaltılması gerekmektedir. Ayrıca, Türkiye'de rekabet ortamını düzenlemeye yönelik olan rekabet yasaları da yeterli olmadığından haksız rekabet söz konusu olabilmektedir.

Eğitim sistemimizde, gelişmiş ülkelerde olduğu gibi mesleki eğitim etkin bir durumda değildir. Millî eğitim sistemimizin % 65'ini genel eğitim, % 35'ini mesleki eğitim oluşturmaktadır. Bu da gençlerin çoğunluğunun mesleki eğitim yerine genel eğitimi tercih ettiğini göstermektedir. Üniversiteye giremeyen gençler ya işsizler sınıfına katılmakta ya da, kısa süreli kurslarla beceriler kazanarak iş gücü pazarına dahil olmaktadır.

Gelişmekte olan ülkeler arasında yer alan ülkemizde, pahalı bir eğitim türü olan mesleki eğitimin, sanayiye daha yakın olması ve özel sektöre daha fazla sorumluluk verecek şekilde yer alması gereklidir.

Şekil 37: Aydın Yöresinde Gerçekleştirilmiş Yatırım Alanlarının Diğer Önemli Sanayi Kentlerimize Göre Düşük Düzeyde Kalma Nedenleri

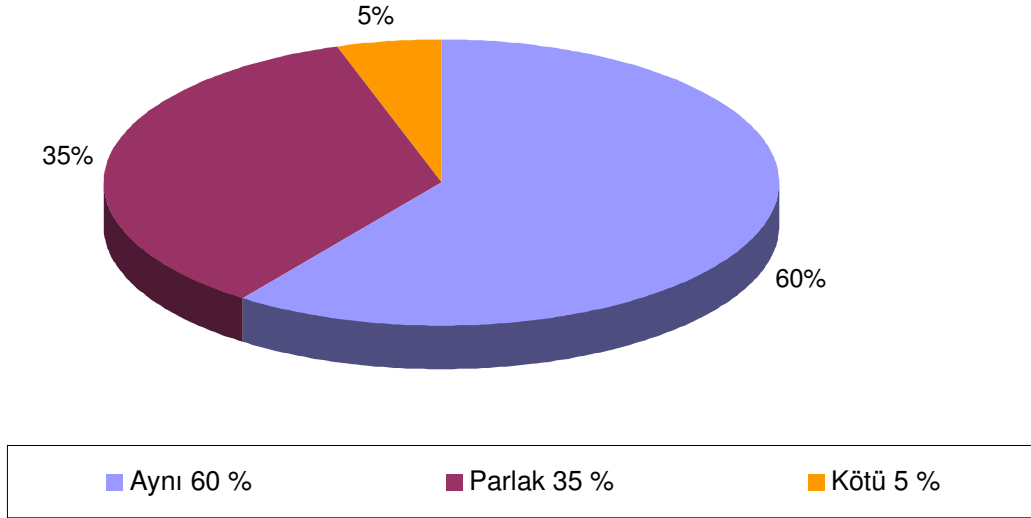


1.1.37. Aydın'ın Ekonomik Geleceği

100'den fazla işçi çalıştıran Aydın ili ve ilçelerindeki büyük ölçekli işletmelere uygulanan anket çalışması sonunda işletme sahibi/yöneticilerinden %60'ı, Aydın'ın ekonomik geleceğini aynı görmektedir. % 35'i parlak, % 5'i ise, kötü görmektedir.

Buna göre, işletme sahibi/yöneticilerinin çoğunluğu Aydın'ın ekonomik geleceğini aynı görmektedir. Aydın yöresinde işbirliği ruhu geliştirmeli, girişimcilerin bir araya gelerek ortak çıkarları için üretime katkıda bulunmaları sağlanmalıdır.

Şekil 38: Aydın'ın Ekonomik Geleceği



2.2. Araştırma Bulgularının Regresyon Analizi ile Değerlendirilmesi

100'den fazla işgören istihdam eden Aydın İli ve İlçelerindeki büyük ölçekli işletmelere uygulanan anket çalışmasının değerlendirilmesi aşamasının ikinci kısmında çoklu regresyon analizi yapıldı.

Klasik doğrusal regresyon analizi bağımsız değişken, ya da değişkenlerin bağımlı değişkeni etkileme derecesi olarak değerlendirilir. $Y = a + bx + e$ klasik doğrusal regresyon denkleminde Y bağımlı değişkeni x bağımsız değişkeni ifade etmektedir. Denkleminde yer alan b katsayısı ise, bağımlı değişkenin etkilenme derecesini, e katsayısı ise, bağımlı değişkenin bağımsız değişken, ya da değişkenlerce açıklanamayan kısmını ifade etmektedir.

Ürünün Maliyetini Etkileyen Faktörler ile Satış Hasılatı Arasında:

$$Y = -0,38 - 0,68X_1 - 0,88X_2 - 0,61X_3 - 0,10X_4 - 1,21X_5 + e$$

Çoklu doğrusal regresyon denklemi elde edilmiştir. Burada:

Y : Satış hasılatı (Ciro),

X_1 : Hammadde ve malzeme fiyat artışı,

X_2 : İşçilik gider artışı,

X_3 : Enerji fiyat artışı,

X_4 : Taşıma gideri artışı,

X_5 : Kredi faizinin yüksek olması,

e : Hata katsayısını (Error),

ifade etmektedir.

Burada satış hasılatını ifade eden bağımlı değişkeni (Y) etkileyen bağımsız değişkenlerin ($X_1, X_2, \dots, X_5$) etkileme dereceleri elde edilmiştir. Üretimi etkileyen maliyetler açısından, satış hasılatı ile diğer faktörler arasında negatif yönde bir ilişki

mevcuttur. Yani, biri artarken diğeri azalmaktadır. Buna göre üretim açısından satış hasılatını etkileyen en önemli faktör -1,21'lik oranla kredi faizlerinin yüksekliğidir. Buna göre, kredi faizleri yükseldiğinde satış hasılatı düşmektedir ve bu oran 1,21'dir. İşçilik gider artışı satış hasılatını ikinci sırada etkileyen faktördür ve bu oran %88'dir. Üretim açısından satış hasılatını en az etkileyen faktör % 10 oranında taşıma gider artışıdır.

Karşılaşılan Finansman Sorunları ile Satış Hasılatı Arasında:

$$Y = 3,36 -1,07X_1 -0,71X_2 -0,62X_3 -1,10X_4 -0,029X_5 + e$$

Çoklu doğrusal regresyon denklemi elde edilmiştir. Burada:

Y : Satış hasılatı (Ciro),
X₁: Öz kaynak yetersizliği,
X₂: Kredi faizlerinin yüksekliği,
X₃: Alacakların tahsil edilememesi,
X₄: Döviz kurlarının yüksekliği,
X₅: Maliyetlerin sürekli artması,
e : Hata katsayısını (Error),
ifade etmektedir.

Burada satış hasılatını ifade eden bağımlı değişkeni (Y) etkileyen bağımsız değişkenlerin (X₁, X₂.....X₅) etkileme dereceleri elde edilmiştir. Finansman sorunları açısından, satış hasılatı ile diğer faktörler arasında negatif yönde bir ilişki mevcuttur. Yani, biri artarken diğeri azalmaktadır. Buna göre finansman sorunları açısından satış hasılatını etkileyen en önemli faktör -1,10'luk oranla döviz kurlarının yüksekliğidir. Kısaca, döviz kurlarının değişkenliği satış hasılatını etkilemektedir ve bu oran -1,10'dur. Kredi faizlerinin yüksekliği finansman açısından satış hasılatını olumsuz yönde etkilemektedir ve bu oran -1,07'dir. Alacakların tahsil edilememesi satış hasılatını etkileyen üçüncü sıradaki faktördür.

Satışları Etkileyen Faktörler ile Satış Hasılatı Arasında:

$$Y = -12,35 - 0,93X_1 - 0,18X_2 + 0,51X_3 + 3,41X_4 + 0,89X_5 + e$$

Çoklu doğrusal regresyon denklemi elde edilmiştir. Burada:

Y : Satış hasılatı (Ciro),

X₁: Rakiplerin çok olması,

X₂: İstenilen kalitede ve fiyatta ürün sunamama,

X₃: Satış artırıcı çabalarda ve tanıtımda eksik kalma,

X₄: Müşterilerin alım gücünün düşük olması,

X₅: Dağıtım yetersizliği,

e : Hata katsayısını (Error),

ifade etmektedir.

Burada satış hasılatını ifade eden bağımlı değişkeni (Y) etkileyen bağımsız değişkenlerin (X₁, X₂,.....X₅) etkileme dereceleri elde edilmiştir. Satışları etkileyen faktörler açısından, satış hasılatı ile diğer faktörler arasında pozitif yönde bir ilişki mevcuttur. Yani, biri artarken diğeri de artmaktadır. Buna göre satışlar açısından satış hasılatını etkileyen en önemli faktör 3,41’lik oranla müşterilerin alım gücünün düşük olmasıdır. Müşterilerin alım gücü düştüğünde satış hasılatı da düşmektedir ve bu oran 3,41’dir. Rakiplerin çok olması satış hasılatını ikinci sırada ve olumsuz yönde etkileyen faktördür ve bu oran % 93’dür, rakipler arttığında satış hasılatı da düşmektedir.

İşletmelerin Türkiye Geneline Ortalama Pazar Payını ile Satış Tatmini ve Üst Düzey Yönetim Arasında:

$$Y = 0,91 + 0,18X_1 + 0,57X_2 + e$$

Çoklu doğrusal regresyon denklemi elde edilmiştir. Burada:

Y : Türkiye genelinde ortalama pazar payı,

X₁: Satış tatmini,

X₂: Üst düzey yönetim,

e : Hata katsayısını (Error),

ifade etmektedir.

Burada analiz sonucunda, Türkiye genelinde ortalama pazar payını etkileyen en önemli iki faktör satış tatmini ve üst düzey yönetim şeklinde ortaya çıkmıştır. Bağımlı değişken ile bağımsız değişken arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu yani biri artarken diğerlerinin de artacağı sonucu bulunmuştur. Türkiye genelinde ortalama pazar payını etkileyen en önemli faktör üst düzey yöneticilerin durumudur ve etkileme oranı % 57'dir. Diğer bir ifadeyle, yöneticilerin profesyonelliği ve eğitim durumları arttıkça Türkiye genelinde ortalama pazar payları da % 57 oranında artacağı ortaya çıkmıştır. Türkiye genelinde ortalama pazar payını etkileyen ikinci faktör ise satış tatmini olarak analiz sonucunda ortaya çıkmıştır ve etkileme oranı %18'dir.

Satış Tatmini ile Aydın'daki Büyük Ölçekli İşletmelerin En Önemli Alt Yapı Sorunları Arasında:

$$Y = 0,51 + 0,32X_1 + 0,14X_2 + 0,20X_3 + 0,58X_4 + 0,30X_5 + 0,62X_6 + 0,39X_7 + 0,09X_8 + e$$

Çoklu doğrusal regresyon denklemi elde edilmiştir. Burada:

Y : Satış tatmini,

X₁: Karayolu ulaşım sorunu,

X₂: Demiryolu ulaşım sorunu,

X₃: Merkez bankasının bulunmaması,

X₄: Gümrük bulunmaması,

X₅: Güvenlik hizmetlerinin yetersizliği,

X₆: Eğitim olanaklarının yetersizliği,

X₇: Kanalizasyon sisteminin yokluğu ya da, yetersizliği,

X₈: Enerji yetersizliği,

e : Hata katsayısını (Error),

ifade etmektedir.

Burada satış tatminini ifade eden bağımlı değişkeni (Y) etkileyen bağımsız değişkenlerin (X₁, X₂.....X₈) etkileme dereceleri elde edilmiştir. Satış tatmini ile, Aydın'daki büyük ölçekli işletmelerin alt yapı sorunları arasında pozitif yönde bir ilişki mevcuttur. Biri artarken diğeri de artmaktadır. Buna göre, satışları etkileyen en önemli etken eğitim olanaklarının yetersizliğidir ve bu oran % 62'dir. Diğer bir ifadeyle, Aydın'daki büyük ölçekli işletmelerin yönetici ve personel açısından en büyük sorunlarından bir tanesi eğitilmiş işgöreni bulamamasıdır. Alt yapı sorunları açısından satış tatminini etkileyen ikinci önemli etken gümrüğün bulunmamasıdır ve bu oran % 58 olarak ortaya çıkmıştır. Alt yapı sorunları açısından satışları etkileyen diğer faktörler ve etkileme oranları yukarıdaki denklemde yer almaktadır.

Satış Tatmini ile Aydın'daki Büyük Ölçekli İşletmelerin Mal Sevkiyatı ve Pazarlama Sorunları Arasında:

$$Y = 1,20 - 0,12X_1 - 0,07X_2 - 0,09X_3 - 0,046X_4 - 0,007X_5 - 0,14X_6 + e$$

Çoklu doğrusal regresyon denklemi elde edilmiştir. Burada:

Y : Satış tatmini,

X₁: İşgören temininde güçlük,

X₂: Hammadde tedarikinde güçlük,

X₃: Nakliyenin kolay ve çabuk yapılamaması,

X₄: Pazarlama bölümünde çalışacak satış temsilcilerinin tedarikinde güçlük,

X₅: Üretim bölümünde çalışacak satış uzmanlarının bulunmaması,

X₆: Fuar, seminer, konferans vs.. gibi etkinliklerin yeterli olmaması,

e : Hata katsayısını (Error),

ifade etmektedir.

Burada satış tatminini ifade eden bağımlı değişkeni (Y) etkileyen bağımsız değişkenlerin (X₁, X₂.....X₆) etkileme dereceleri elde edilmiştir. Satış tatmini ile Aydın'daki büyük ölçekli işletmelerin mal sevkiyatı ve pazarlama faaliyetleri arasında negatif yönde bir ilişki mevcuttur. Biri artarken diğeri azalmaktadır. Buna göre satış tatminini mal sevkiyatı ve pazarlama sorunları açısından etkileyen en önemli etken Aydın yöresinde üretim faaliyetlerini destekleyici fuar, seminer, konferans vs.gibi etkinliklerin yeterli olmamasıdır ve bu oran % 14'dür. İkinci sırada etkileyen en önemli etken ise, işgören temininde güçluktur. Bu oran % 12 olarak gerçekleşmiştir.

Satış Tatmini ile Aydın'da Gerçekleştirilen Yatırımların Diğer Önemli Sanayi Kentlerine Göre Daha Düşük Düzeyde Kalma Nedenleri Arasında:

$$Y = 3,05 - 0,057X_1 - 0,051X_2 - 0,65X_3 - 0,38X_4 + e$$

Çoklu doğrusal regresyon denklemi elde edilmiştir. Burada:

Y : Satış tatmini,

X₁: Fizibilite çalışmalarına yeterince önem verilmemesi,

X₂: Uzman eksikliği,

X₃: Aydın'lı girişimcinin yapısı,

X₄: Halkın sanayi faaliyetleriyle uğraşmayı, risk almayı istememesinden,

e : Hata katsayısını (Error),

ifade etmektedir.

Burada satış tatminini ifade eden bağımlı değişkeni (Y) etkileyen bağımsız değişkenlerin (X₁, X₂.....X₄) etkileme dereceleri elde edilmiştir. Satış tatmini ile Aydın'da gerçekleştirilen yatırımların diğer önemli sanayi kentlerine göre daha düşük düzeyde kalma nedenleri arasında negatif yönde bir ilişki mevcuttur. Yani biri artarken diğeri azalmaktadır. Buna göre, Aydın'lı girişimcinin yapısı faktörü Aydın'ın diğer önemli sanayi kentlerine göre daha düşük düzeyde kalma nedenleri arasında en büyük etkindir ve bu oran % 65 olarak gerçekleşmiştir. İkinci ve üçüncü en büyük etken ise, % 5'lik oranla uzman eksikliği ve fizibilite çalışmalarına yeterince önem verilmemesidir. Halkın sanayi faaliyetleri ile uğraşmayı, risk almayı istememesi ise, % 38'lik oranla son sırada yer almaktadır.

2.Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi

Araştırma yapılan işletmelerin hukuki yapıları değerlendirildiğinde, Aydın İli ve İlçelerinde faaliyet gösteren büyük ölçekli işletmelerin büyük çoğunluğunun anonim şirket şeklinde kurulduğu görülmektedir.

İşletmelerin sektörlere göre dağılımı incelendiğinde, gıda ve tekstil sektörleri en çok faaliyet gösterilen sektörler olarak göze çarpmaktadır. Gıda sektöründe yer alan işletmelerin büyük çoğunluğu, yoğun teknoloji gerektirmeyen ve katma değeri düşük yaş ve kuru meyve işleyen işletmelerden oluşmaktadır.

Anket uygulanan işletmelerin kuruluş nedenlerinin başında işletme sahibi olma ve bağımsız çalışma arzusu gelmektedir. (% 45) Kârlı bir iş olması da işletmelerin kuruluş nedenlerinin başında gelmektedir.

Anket yapılan işletmelerde üst yönetim işini yürüten kişilerin büyük oranda (% 70) işletme sahibi ya da, aile üyeleri olması ortaya çıkan çarpıcı sonuçlardan birisidir. Buna göre, işletmelerin yönetiminde profesyonel yöneticiye pek fazla yer verilmemesi istihdam olgusunun genel olarak, Aydın İli'nde hayata geçirilemediğinin bir göstergesidir.

Büyük ölçekli işletme yöneticilerinin eğitim seviyesinin yüksek olması dikkat çeken bir bulgudur. Araştırmada, yöneticilerin % 46 oranında üniversite/yüksekokul ve % 32 oranında lise mezunu oldukları belirlenmiştir.

Ortaya çıkan diğer önemli sonuçlardan birisi de, işletmeler işçi ihtiyaçlarını çoğunlukla kişisel başvuru ve tavsiye üzerine karşılamaktadırlar. (% 30) Burada, en büyük sorunun analizlerde de ortaya çıktığı gibi yetenekli ve eğitilmiş işgören bulma zorluğu olduğudur.

Aydın İli ve İlçelerinde faaliyet gösteren büyük ölçekli işletmelerin büyük çoğunluğu yurtdışı ile alışveriş yapmaktadır.(% 65) Bu oranın % 30'u ihracattan oluşmaktadır.

İhracat yapan işletmelerin ihracata yönelme nedenlerinin başında iç pazara göre daha iyi fırsatlar sunma, ülkedeki elverişsiz koşullar ve yurtdışından gelen siparişin geldiği ortaya konmuştur.

Çarpıcı sonuçlardan birisi de, işletmelerin finansmanlarını büyük oranda (%95) özkaynaklarından sağlamalarıdır. Ayrıca anket uygulanan işletmelerin %95'inde yabancı ortak bulunmamaktadır.

Anket uygulanan büyük ölçekli işletmeler fazla fonlarını yine işletmelerine yatırım yaparak değerlendirmektedirler.

İşletmelerin karşılaştıkları en büyük finansman sorunu maliyetlerin sürekli artmasıdır. (% 34)

Aydın İli ve İlçelerindeki büyük ölçekli işletmelerin ürünlerinin maliyet artışına etki eden faktörler arasında en önemlileri hammadde malzeme fiyat artışı, işçilik gideri artışı ve taşıma gideri artışıdır İşletmelerin çoğunluğunun işyeri kendilerine ait olduğu için işyeri kira artışı işletmelerin ürünlerinin maliyet artışına çok fazla etki etmemektedir.

Araştırma yapılan işletmelerin satışlarının tatminkâr olmama nedenlerinin başında müşterilerin alım gücünün düşük olması gelmektedir. (% 34)

İşletmelerin büyük çoğunluğu üretimle ilgili teknolojik gelişmeleri yurtiçi ve yurtdışı fuarlara katılarak ve internet aracılığıyla izlemektedirler.

Anket çalışması uygulanan işletme sahibi/yöneticilerin büyük bölümünün finansal imkânları olsa Aydın'da yatırım yapacakları ortaya çıkmıştır. Yatırım yapılacak sektörlerin başında gıda ve tekstil sektörü gelmektedir. İşletme sahibi/yöneticilerin büyük çoğunluğu gıda ve tekstil sektörünün en çok kâr getirebilecek sektörler arasında yer aldığını düşünmektedirler.

Aydın'da ki en önemli alt yapı sorunlarının başında araştırmaya göre gümrük bulunmaması gelmektedir. (% 32)

Araştırma yapılan işletme sahibi/yöneticilerin yatırım kararını bu yörede vermelerinde etkili olan kriterlerin başında Aydın yöresinde faaliyetleri için uygun arazinin kolay bulunması gelmektedir.

İşletmelerde ortaya çıkan çarpıcı sonuçlardan biriside Aydın yöresinde gerçekleştirilmiş yatırım alanlarının diğer önemli sanayi kentlerine göre düşük düzeyde kalma nedenleri başında, Aydın halkının sanayi faaliyetleriyle uğraşmayı, risk almayı istememesi gelmektedir. Ayrıca, Aydın'lı girişimcinin yapısı da Aydın yöresinin diğer önemli sanayi kentlerine göre düşük düzeyde kalma nedenlerinin başında gelmektedir. Aydın eşraf ve entelektüeller genellikle hedonist bir hayat tarzı benimsemişlerdir. Hedonist hayat tarzı, zevki ön plana çıkaran, acı ve zahmet çekmeği reddeden bir hayat tarzıdır. Genel olarak Aydın'lıların (özelde eşraf ve entelektüellerin) çevreyle olan ilişkilerinde temelde edilgen (pasif) bir tutum söz konusudur. Yani, etken (aktif) bir tutumla çevreye egemen olma yerine, edilgen (pasif) bir tutumla çevreye tabi olma tercih edilmektedir. Çevreyi kontrol etme, yönlendirme eğilimi yerine, çevre ile uyum içinde yaşama, ona boyun eğme eğilimi mevcuttur (Bekçioğlu, 1998:24). Bu da, Aydın yöresinde işbirliği ruhunun ön planda tutulmayıp, bireysel hareket edildiğini göstermektedir.

İşletme sahibi/yöneticilerin çoğunluğu Aydın'ın ekonomik geleceğinin aynı kalacağını düşünmektedirler. (% 60) Buna göre, yatırımcılar Aydın'ın geleceğinden pek umutlu değildirler. Bu da yatırımları olumsuz etkileyecektir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Yüzlerce yıldır birçok uygarlığın beşiği olan Aydın İli, gerek coğrafik koşulları gerek iklim yapısı gerekse de demografik özellikleri dolayısıyla, halâ cazibe merkezi olma özelliğini devam ettirmektedir. Ancak, geçmiş yıllarla kıyaslandığında ekonomik ve sosyal göstergeler bakımından çok iyi bir konuma sahip olduğu söylenemez.

Büyük işlerin, büyük sermaye ve yatırımla yapılacağı, geniş bir istihdam sağlayacağı ve ekonominin çekici gücü olacağı gerçeğinden hareketle, Aydın İli'nde büyük işletme kapsamına girecek işletmelerin yeterli sayıda olmadığı ilk göze çarpan sonuçtur. Bu sonuç, çalışmanın başında ortaya çıkan bir sonuçtur.

Yaratılan katma değer, şehirde tutulamaması, oluşan sermayenin tekrar yatırıma dönüştürülememesi büyük sermaye oluşumu için birlikteliğin sağlanamaması, risk almayı sevmeyen girişimci yapısı Aydın İli'nde yeterli sayıda büyük ölçekli işletmelerin var olamaması nedenleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sonuç, uygulanan anketler ve mülâkatlar sonucu ortaya çıkmıştır.

Aydın'da faaliyet gösteren mevcut büyük ölçekli işletmelerin, genellikle, gıda ve tekstil alanlarında faaliyet gösterdiği görülmektedir. Bu sektörlerin dünyada ve Türkiye'de emek yoğun, katma değer oranı düşük, ekonomiyi canlandıracak ve harekete geçirecek sektörler olmaması ve ekonomide dönüşümü gerçekleştirecek sektörler olmamaları dikkat çekici bir sonuçtur.

İşletmelerin en önemli rakiplerinin başka şehirler ve bölgelerde olması, Aydın İli'nde rekabetçi yapının olmadığı sonucunu ortaya çıkarmıştır. Bu sonuç, rekabetin itici gücünün bu şehirde var olmadığının bir ifadesidir.

İşletmelerin büyük çoğunluğunun (% 70) işletme sahibi, ya da aile yöneticileri tarafından yönetildiği ortaya çıkan diğer bir çarpıcı sonuçtur. Bu sonuç,

istihdam olgusunun genel olarak, Aydın İli'nde hayata geçirilemediğinin bir göstergesidir. Eğitimli ve alanında uzman yöneticiler ile çekilememektedir.

Aydın İli'nde işletme yöneticilerinin genellikle, üniversite ve lise mezunu oldukları anketlerden ortaya çıkan bir sonuçtur. Lisansüstü (master ve/veya doktora) eğitime sahip yönetici oranının düşük olması, (% 11) profesyonel ve alanında uzman yöneticilerin sayısının çok az olduğu görüşünü desteklemektedir.

İşletmeler, işçi ihtiyaçlarını genellikle kişisel başvuru ve iş ilânı ile karşılamaktadır. Burada, en büyük sorunun analizlerde de ortaya çıktığı gibi yetenekli ve eğitimli işgören bulma zorluğu olduğudur. Yapılan anket ve mülâkatlarda, yöneticilerin bu sorunu çözemedikleri ortaya çıkmıştır. Bu da, Aydın İli'nin eğitilmiş işgücünü şehirde istihdam edemediği sonucunu ortaya çıkarmıştır.

Aydın İli'nde faaliyet gösteren büyük ölçekli işletmeler finansman sorunlarını özkaynakları ile çözme yoluna gitmektedirler. (% 95) Ayrıca, büyük ölçekli işletmelerin çoğunluğunun yabancı ortaklarının bulunmadığı ortaya çıkan diğer bir sonuçtur. (% 95)

Kredi faizlerini yüksek bulmaları ve Aydın İli'nde risk almayı sevmeyen girişimci yapısı, yabancı ortakla çalışmamalarının ve finansman sorunlarını özkaynaklar ile çözme yoluna gitmelerinin sebebi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Finansal imkânlarınız olsa Aydın İli'nde yatırım yapar mısınız sorusuna % 40 oranında hayır cevabının verilmiş olması, işletmecilerin, yatırımcıların, ya da, girişimcilerin Aydın İli'ni yatırım açısından cazip bulmadıklarını ortaya koymuştur. Aydın İli'nde gümrük olmayışı, yine eğitimli personelin eksikliği ve şehre çekilememesi Aydın İli'nin yatırımlar açısından cazip olmama nedenleri arasında gösterilmiştir.

İşletme faaliyetleriyle uğraşmama isteği, risk almama, Aydınli girişimcinin yapısı ve uzman eksikliği, Aydın İli'nin diğer önemli sanayi kentlerine göre ekonomik açıdan daha düşük seviyelerde kalma nedenleri olarak ortaya çıkmıştır.

Anket uygulanan büyük ölçekli işletmelerin çoğunluğunu, (% 60) Aydın İli'nin ekonomik geleceğini aynı görmektedir. Bu sonuç, işletmeciler açısından geleceğe ait çok fazla olumlu beklentinin olmadığını göstermektedir. Bu olumsuz beklenti, gelecekte yapılacak yatırımların önünü kesmektedir.

Sonuç olarak, iklim şartlarının uygunluğu, ulaşım kolaylığı, denize yakınlık, köklü bir tarihi geçmiş gibi olumlu faktörlerin yanında eğitimli ve uzman işgücünün Aydın İli'nde istihdam edilememesi, Aydınli girişimcinin yapısı, risk almayı istememesi gibi olumsuz faktörler Aydın ekonomisini olumsuz yönde etkilememektedir.

ÖZET

İşletmeler ekonomilerin lokomotifidirler. İşletmelerin mal ve hizmet üretirken, kullandıkları girdi, yarattıkları istihdam, ekonominin gelişmesinde büyük fayda sağlayacaktır. Ekonominin canlılığı için fazla sayıda işletmenin bulunabilmesi, ancak, o ekonomide girişimci potansiyelinin bulunabilmesi, işletmelerin önlerinin açılabilmesi ve sorunların çözülebilmesiyle mümkün olacaktır.

Ancak, Türkiye ekonomisi giderek artan oranda sanayi üretiminin ağır bastığı bir yapıya dönüşmektedir. Türkiye'nin sosyo-ekonomik yapısı yeni sanayileşen ülke görüntüsü çizmektedir. Yeni sanayileşen bir ekonomideki kültürel yapının hem sanayi öncesinden gelen bir dizi tutum ve değerlerle, hem de sanayi toplumuna özgü olarak tutum ve değerlere sahip olacağını düşünmek mümkündür.

Bununla birlikte Türkiye'de ve Aydın İli ve İlçelerinde girişimciliği etkileyen çeşitli koşullar vardır. Bu olumsuz koşulların değiştirilerek, girişimcilerin işbirliği ruhu ile üretime daha fazla katkıda bulunmaları sağlanmalıdır.

Ayrıca, gelişmekte olan ülkeler arasında yer alan ülkemizde, mesleki eğitime daha fazla önem verilmeli ve gençlere fırsat tanınmalıdır.

Kısaca çalışmada, Aydın İli ve İlçelerindeki Büyük Ölçekli İşletmelerin Sorunları irdelenmiş ve bunlara çözüm bulunmaya çalışılmıştır. Bu amaçla, Aydın İli ve İlçelerindeki büyük ölçekli işletmeler üzerinde bir alan araştırması gerçekleştirilmiştir.

Sonuç olarak, eğitilmiş işgücünün Aydın'da istihdam edilmemesi, Aydınli girişimcilerin zihniyeti ve risk almayı istememelerinden ve profesyonel yöneticilerin işletmelerde istihdam edilememesinden dolayı Aydın ekonomisi diğer önemli sanayi kentlerine göre geride kalmıştır.

SUMMARY

Business enterprises are the triggers of every economy. While the enterprises produce goods and services, the input they use and employment possibilities they bring about will support the economic growth. That business enterprises are many in number for a vivid economy can only be realized as long as an entrepreneur potential is found, advantages for companies are provided and problems are remedied in that economy.

However, Turkish economy is getting to transform to a different structure in which industrial production becomes increasingly important. The economic structure of Turkey figures a newly industrialized country. In a newly industrialized economy, it is possible to think that cultural structure has some attitudes and values not only coming from the pre-industrialized phase but also stemming from the merits unique to industrial society.

Nevertheless, there are various conditions that affects entrepreneurship in Aydın city center in districts within Aydın and in Turkey. The negative conditions should be altered and entrepreneurs should be encouraged to support production more in a cooperative spirit.

Besides, more importance should be attached to vocational education and opportunities for young people should be created in Turkey, that is one of the developing countries.

In short, the problems of highly-rating industrial enterprises that are located in Aydın and in the districts within Aydın are examined and possible solutions are put forward in this study. In this respect a comprehensive field-study on highly-rating industrial enterprises that are in Aydın and in the districts within Aydın is realized.

In conclusion, economy of Aydın stays behind that of the other important industrial cities as a result of not employing trained labor force as a staff, the mentality of entrepreneurs who are not in favor of taking risks and not charging professional managers in the enterprises in Aydın.

TEŞEKKÜR

Bu çalışmanın gerçekleşmesinde yardımlarından dolayı öncelikle hocam sayın Prof.Dr. Selim Bekçioğlu'na, bu araştırma süresince önemli katkı ve desteklerini esirgemeyen danışman hocam sayın Yrd.Doç.Dr. Mesut Çakır'a teşekkürlerimi sunarım.

Ayrıca, bugünlere gelmemde desteğini esirgemeyen hocam sayın Prof.Dr. Halil Çivi'ye sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Tezin düzenlenmesindeki katkılarından dolayı sayın Barış Türkkaynağı'na özel teşekkürler.

Son olarak en büyük teşekkürü beni bugünlere getiren, en iyi şekilde yetişmemi sağlayan, maddi ve manevi desteğini hiçbir zaman esirgemeyen aileme sunuyorum. Annem Gülçin Yazıcı, babam Orhan Yazıcı ve abim Cem Yazıcı'ya sonsuz teşekkürler. “Aydın İli ve İlçelerindeki Büyük Ölçekli İşletmelerin Sorunları ve Türkiye Ekonomisine Katkısı” başlıklı çalışmamı annem ve babama ithaf ediyorum.

KAYNAKLAR

- ADAMS, T. J., 1976. The Business of Business: An Introduction, 2.B. New York: Confides Press.
- AKMUT, Ö., AKTAŞ R., AYKAÇ B., DOĞANAY M., DURUKAN T., MÜFTÜOĞLU M., YÜKSEL Ö., 2003. Girişimciler İçin İşletme Yönetimi, Gazi Kitabevi, Ankara.
- ARIKAN S., 2002, Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular, Ankara: Siyasal Kitapevi.
- A.ARMAĞAN, E., 003. Avrupa Birliği Sürecinde Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin İhracat Pazarlaması Sorunları: Aydın İlindeki Küçük ve Orta Ölçekli Tarıma Dayalı Sanayi İşletmeleri İçin Bir Öneri, Adnan Menderes Üniversitesi, İşletme ABD., Yayınlanmamış Doktora Tezi, Aydın.
- BAŞAR M., TOSUNOĞLU T., DEMİRCİ E., 2001, Girişimcilik ve Girişimcinin Yol Haritası İş Planı, Eskişehir Ticaret Odası Yayınları, Eskişehir.
- BAYAR, D., 2000. Sanayi İşletmelerinde Yatırım Politikası, Etam Basımevi, Eskişehir.
- BEKÇİOĞLU, S., 1998. İlimiz Kültürü ve Kalkınma Çabalarımız. Aydın Ticaret Odası Dergisi. Yıl-1, Sayı-2:24-27, Aydın.
- BOONE, L.E. and KURTZ D.L., 1996. Contemporary Business, Eight Ed., The Dryden Pres, Orlando.
- BRİNK S. M. and P. VALE, 1990, Entrepreneurship and Economic Change, McGraw-Hill Book Company.

- BROOM, H.N., LONGENECKER, J.G., MOORE C.W., 1983. Small Business Management, Sixth Edition, South Western Publishing Co., Cincinnati.
- CATEORA, R.P., 1993. International Marketing, 8th ed., Homewood, ILL: Richard D. Irwin Co.
- CAN, H., TUNCER D., AYHAN D., 1995. Genel İşletmecilik Bilgileri, 7. Baskı, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- ÇAVDAR T., 2003, İktisat Kılavuzu, Dünya Yayıncılık, İstanbul.
- CEMALCILAR, İ., BAYAR D., AŞKUN İ., ÖZALP Ş., 2000. İşletmecilik Bilgisi, İtme Özürlü Çocuklar Eğitim ve Araştırma Vakfı Yayını, Eskişehir.
- CHISNALL, P.M., 1987. Small Firms in Action: Case Histories in Entrepreneurship. McGraw-Hill Book Company, London.
- ÇONKAR K., 1992. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Yatırım Kararı ve Yatırım Teşvikleri, Konrad Adenauer Vakfı Yayını, Ankara.
- COURTIS, J., 1993. Hizmet Pazarlaması, Çev: Birol Tenekecioğlu, Bilim Teknik Yayınevi, 1. Basım, İstanbul.
- DAFT, R.L., 1991. Management, Second Ed., The Dryden Pres, Orlando.
- DOLGUN, U., 2003. Girişimcilik, Alfa Yayınevi, 1. Basım, İstanbul.
- ECONOMIC DEVELOPMENT and CULTURAL CHANGE, 2001. The University of Chicago Press, Volume :55 Number:3 April, Chicago.

- ESEN A. ve K. ÇONKAR, 1999, Orta Anadolu (Konya, Kayseri, Sivas Ve Tokat) Girişimcilerinin Sosyo-Ekonomik Özellikleri, İşletmecilik Anlayışları Ve Beklentileri Araştırması, Konya Ticaret Odası, Konya.
- ERTÜRK, M., 1995. İşletme Biliminin Temel İlkeleri, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul.
- FRANZ, C. H., 1976. Kooperatif İşletme Ekonomisi, Çev: İ. Cemalcılar, İ.T.İ.A. Yayını, Eskişehir.
- GÖNENLİ, A., 1968. Holding Şirketler, İktisadî ve Ticarî İlimler Dergisi, Ankara.
- HASTING, P., 1968. Introduction to Business, Mc Graw Hill Com., New York.
- HEAD, T., 1989. Organizational Behavior: Cases, Exercises, Readings, Houghton-Mifflin Co., Boston.
- KARALAR, R., 1998. İşletme Temel Bilgiler İşlevler, Düzeltilmiş 7. Baskı, Anadolu Üniversitesi Basımevi, Eskişehir.
- KESKİNOĞLU, S., 1970. Genel İşletme Ekonomisi Dersleri, C.1, İstanbul.
- KOÇEL, T., 1995. İşletme Yöneticiliği, Beta Basım Yayım, İstanbul.
- KOONTZ, H. and WEIHRICH, H., 1988. Management, Ninth Ed., McGraw-Hill Book Company, Singapore.
- KOTLER, P., ARMSTRONG, G., 1999. Principles of Marketing, 8th ed., Prentice-Hall, Inc., Upper Saddle River.

KURT M. ve S. ERDOĞAN, 2002, “Afyon İli Girişimcilik Profiline Coğrafi Bilgi Sistemleri İle Analizi”, Denizli: II.Bilgi Teknolojileri Kongresi (13-18).

LONG, L., 1989. Management Information Systems, , Prentice Hall, Inc., Englewood Cliffs.

LONGENECKER, J., G. CARLOS, W. MOORE, 1987. Small Business Management, Seventh Ed., South Western Publishing Company, Cincinnati.

MUCUK, İ., 1999. Modern İşletmecilik, Türkmen Kitabevi, İstanbul.

MUCUK, İ., 2002. Temel Pazarlama Bilgileri, Türkmen Kitabevi, İstanbul.

OLUÇ, M., 1963. İşletme Organizasyonu ve Yönetimi, Sermet Matbaası, İstanbul.

POROY, R., TEKİNALP Ü., ÇAMOĞLU E., 1972. Ortaklıklar Hukuku, İstanbul Hukuk Fakültesi Yayını, İstanbul.

RAYMOND, E., HAROLD A., 1966. Introduction to Business Administration: Problems and Functions, Allyn and Baron, Inc., Boston.

SABUNCUOĞLU, Z. ve TOKOL, T., 1997. İşletme 1-2, Uludağ Üniversitesi Basımevi, Bursa.

SAĞLAM, D., 1980. Türkiye’de Kamu İktisadî Teşebbüslerinin Yapısı ve Zarar Nedenleri, A.İ.T.İ.A. Yayını, Ankara.

ŞİMŞEK, Ş., 1993. İşletme Bilimlerine Giriş, Atlas Basımevi, Konya.

TENKER, L., 1969. İşletme İktisadı, Cilt 1, Bilgi Basımevi, Ankara

- TODARO, M. P., 1997. Economic Development, 6th edition, New York University.
- TOSUN, K., 1978. İşletme Yönetimi, İ.Ü., İşletme Fakültesi Yayını, İstanbul
- TOSUN, K., 1990. Yönetim ve İşletme Politikası, Birinci Cilt, İşletme İktisadi Enstitüsü Yayını, İstanbul.
- TOSUNOĞLU, T., 2003. Girişimcilik ve Türkiye'nin Ekonomik Gelişme Sürecinde Girişimciliğin Yeri, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Eskişehir.
- TÜĞİAD, 1986, Ekonomik Kalkınmada Girişimciliğin Önemi ve Değişen Girişimcilik Nitelikleri, İstanbul.
- PICKLE, H.B. and ABRAHAMSON, R.L., 1980. Introduction to Business, Goodyear Pub. Co. Inc., Santa Monica.
- YUMUŞAK İ. ve Y. TUNA, 2003, "Beşerî Kalkınma İndeksi ve Türkiye Analizi", www.bilgiyonetimi.org (2004).

INTERNET KAYNAKLARI

www.kobinet.org.tr/hizmetler/bilgibankasi/ekonomi, 05.05.2004.
www.kobinet.org.tr/hizmetler/katilimci-kuruluslar, 05.05.2004.
www.kosgeb.gov.tr, 09.06.2004.
www.atob.org.tr/aydin, 13.04.2004.
www.efe09.com, 24.03.2004.
www.ttaydin.telekom.gov.tr/aydin, 23.03.2004.
www.dpt.gov.tr/temel_gostergeler, 15.06.2004.
www.dpt.gov.tr/bolgesel_gelisme, 15.06.2004.
www.dpt.gov.tr/sektorler, 20.06.2004.
www.ito.org.tr/bilgibankasi, 11.07.2004.
www.iso.org.tr, 15.07.2004.
www.ebso.org.tr/uye.php, 26.02.2004.
www.ebso.org.tr/arastirmalar, 25.02.2004.
www.aydinrehber.net, 5.03.2004.
www.dtm.gov.tr, 10.03.2004.
www.die.gov.tr/istatistik, 13.03.2004.

ÖZGEÇMİŞ

Ahu Yazıcı, 11.08.1979 tarihinde İstanbul'da doğmuştur. İlk öğrenimini Nazilli Beşeylül İlkokulu'nda, orta ve lise öğrenimini ise, aynı şehirdeki Anadolu Lisesi'nde tamamlamıştır. Lisans eğitimini Anadolu Üniversitesi, İktisadî İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü'nde 2001 yılında tamamlamıştır.

2002 yılında İngiltere'ye gitmiş, Londra'da altı ay süreyle dil eğitimi almıştır.

2002 yılında, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı'nda yüksek lisansa başlamıştır.

Ahu Yazıcı 2004 yılından beri, Adnan Menderes Üniversitesi, Kuyucak Meslek Yüksek Okulu'nda Öğretim Görevlisi olarak çalışmaktadır.

EK 1-ANKET SORU FORMU

ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI / YÜKSEK LİSANS TEZİ

AYDIN İLİ ve İLÇELERİNDEKİ BÜYÜK ÖLÇEKLİ
İŞLETMELERİN SORUNLARI ve TÜRKİYE
EKONOMİSİNE KATKISI

ANKET FORMU

Sayın İşletme Sahibi / Yönetici,

Yoğun işleriniz arasında zaman ayırıp bu anket formunu cevaplandırmayı kabul ettiğiniz için teşekkür ederim.

Bu araştırma Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'ne bağlı olarak yürütülen yüksek lisans tez çalışması olup Aydın İli ve İlçelerindeki Büyük Ölçekli İşletmelerin Sorunları ve Türkiye Ekonomisine Katkılarını tespit ederek bu sorunlarla ilgili çözümler ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Bu araştırma ile ilgili bilgiler tamamen istatistiksel ortamda değerlendirilecek ve ankete katılanların kimliği hiçbir şekilde açıklanmayacaktır. Yardımlarınız için teşekkür eder, saygılar sunarım.

Danışman:

Yrd.Doç.Dr. Mesut ÇAKIR

Tez Öğrencisi

Öğr.Gör. Ahu YAZICI

İşletme Bilgileri

1. İşletmenizin Tam Adı:

2. İşletmenizin Kuruluş Tarihi:

3. İşletmenizin Hukuki Yapısı:

☐ Tek Kişi ☐ Limited ☐ Adi Ortaklık ☐ Aile Şirketi

☐ Anonim ☐ Kollektif ☐ Komandit

☐ Diğer(Belirtiniz).....

☐ Adi Ortaklık

4. İşletmenizin faaliyet gösterdiği sektör:

☐ Gıda ☐ Et-Süt ve Su Ürünleri ☐ Yapı-İnşaat

☐ Maden ☐ Kâğıt-Ambalaj ☐ Elektrik-Elektronik

☐ Yem ☐ Makine ☐ Taş-Toprak

☐ Otomotiv ☐ Lâstik ☐ Diğer (Belirtiniz).....

☐ Metal ☐ Çimento

☐ Demir-Çelik ☐ Tekstil

5. İşletmenizde çalışan yönetici sayısı?

.....

6. İşletmenizde çalışan teknik eleman sayısı?

.....

7. İşletmenizde çalışan işçi sayısı?

.....

8. Bu işletmeyi kurma nedeniniz?

	Çok Az	Az	Orta	Fazla	Çok Fazla
İşletme sahibi olma ve bağımsız çalışma	1	2	3	4	5
Kârlı bir iş olması	1	2	3	4	5
Baba işini devam ettirme isteği	1	2	3	4	5
Başka iş seçeneğinin olmaması	1	2	3	4	5
Diğer (Belirtiniz).....	1	2	3	4	5

9. En önemli rakipleriniz nerededir?

☐ Aydın'da ☐ Başka şehirde ☐ Aydın'da ve diğer şehirlerde

☐ Rakip yok

Yönetim Bilgileri

10. Üst yönetim işini kimler yürütüyor?

☐ İşletme sahibi veya aile üyeleri

☐ Profesyonel yöneticiler

☐ Diğer.....

11. Sahip olduğunuz yöneticilerin eğitim durumunu sayısal olarak veriniz?

Eğitim düzeyi: (Sayı olarak) Mal Sahibi veya Yöneticiler

- ☐ Okur-Yazar değil
- ☐ İlkokul
- ☐ Ortaokul
- ☐ Meslek Lisesi-Lise
- ☐ Yüksekokul-Üniversite
- ☐ Lisansüstü

12. İşçi ihtiyacınızı hangi kaynaklardan sağlıyorsunuz?

- ☐ İşkur ☐ Kişisel başvuru ☐ Diğer (Belirtiniz).....
- ☐ Tavsiye üzerine ☐ İş ilânı

13. Hangi tür meslekten elemanı bulmakta zorlanıyorsunuz?

.....

Pazarlama Bilgileri

14. Yurtdışı ile alışverişleriniz hangi boyuttadır?

- ☐ İthalat yapıyoruz ☐ Hem ithalat hem ihracat yapıyoruz
- ☐ İhracat yapıyoruz ☐ Hiçbirini yapmıyoruz

15. İhracat yapıyorsanız ihracata yönelme nedenleriniz nelerdir?

	Çok Az	Az	Orta	Fazla	Çok Fazla
İç pazara göre daha iyi fırsatlar sunma	1	2	3	4	5
İlçedeki elverişsiz koşullar	1	2	3	4	5
Devletin ihracat teşviki	1	2	3	4	5
İç pazarın doyuma ulaşması	1	2	3	4	5
İç pazarda yoğun rekâbet	1	2	3	4	5
Boş üretim kapasitesi bulunması	1	2	3	4	5
Yurt dışından gelen sipariş	1	2	3	4	5
Diğer (Belirtiniz).....	1	2	3	4	5

16. İhracat yapma imkânınız varsa ve yapmıyorsanız nedenleri nelerdir?

	Çok Az	Az	Orta	Fazla	Çok Fazla
Kaynak yetersizliği (malzeme, ekipman...)	1	2	3	4	5
Kaliteli mamul üretememek	1	2	3	4	5
Aracı işletme bulmada zorluk	1	2	3	4	5
Dış piyasalar konusunda bilgi eksikliği	1	2	3	4	5
İç pazarın tatminkâr olması	1	2	3	4	5
Diğer (Belirtiniz).....	1	2	3	4	5

Finansman Bilgileri

17. İşletmenizin finans kaynakları nelerdir?

- ☐ Öz kaynaklar ☐ Kişisel borçlar ☐ Teşvikler
- ☐ Banka kredileri ☐ Kiralama ☐ Diğer

18. İşletmenizde yurtdışından ortak var mı?

☐ Evet ☐ Hayır

19. İşletmenizde yurtdışından ortakların sermaye üzerindeki payı ne kadardır?

☐ %0-%15 arası ☐ %31-%45 arası ☐ %61 ve üstü
☐ %16-%30 arası ☐ %46-%60 arası

20. İşletmenizin Türkiye genelinde ortalama pazar payı ne kadardır?

☐ %1-%20 arası ☐ %41-%60 arası ☐ %81 ve üstü
☐ %21-%40 arası ☐ %61-%80 arası

21. İşletmenizde fazla fonları nasıl değerlendiriyorsunuz?

☐ Banka ☐ Borsa ☐ İşletmeye yatırım ☐ Diğer

22. Karşılaştığınız finansman sorunları nelerdir?

	Çok Az	Az	Orta	Fazla	Çok Fazla
Öz kaynak yetersizliği	1	2	3	4	5
Kredi faizlerinin yüksekliği	1	2	3	4	5
Alacakların tahsil edilememesi	1	2	3	4	5
Döviz kurlarının yüksekliği	1	2	3	4	5
Maliyetlerin sürekli artması	1	2	3	4	5
Diğer (Belirtiniz).....	1	2	3	4	5

23. İşletmenizin yıllık cirosu ortalama ne kadardır?

.....

Üretim Bilgileri

24. Üretim tipiniz?

☐ Kitle Üretim ☐ Fason ☐ Diğer (Belirtiniz)

☐ Sürekli (Seri) Üretim ☐ Sipariş

25. Hammadde girdilerinizi nereden temin ediyorsunuz?

☐ Aydın ☐ Diğer illerden ☐ Yurtdışından

☐ Hepsinden

26. Ürün maliyet artışına etki eden faktörler nelerdir?

	Çok Az	Az	Orta	Fazla	Çok Fazla
Hammadde ve malzeme fiyat artışı	1	2	3	4	5
İşçilik gideri artışı	1	2	3	4	5
Enerji fiyat artışı	1	2	3	4	5
Taşıma gideri artışı	1	2	3	4	5
Kredi faizinin yüksek olması	1	2	3	4	5
İşyeri kira artışı	1	2	3	4	5
Diğer (Belirtiniz).....	1	2	3	4	5

27. Satışlarınız tatminkâr mı?

☐ Evet ☐ Hayır

28. Satışlarınız tatminkâr değilse nedenleri nelerdir?

	Çok Az	Az	Orta	Fazla	Çok Fazla
Rakiplerin çok olması	1	2	3	4	5
İstenilen kalitede ve fiyatta mamul	1	2	3	4	5
Satış arttırıcı çabalarda ve tanıtımda eksik	1	2	3	4	5
Müşterilerin alım gücünün düşük olması	1	2	3	4	5
Dağıtım yetersizliği	1	2	3	4	5
Diğer (Belirtiniz)	1	2	3	4	5

29. Üretimle ilgili teknolojik gelişmeleri nasıl izliyorsunuz?

- ☐ Diğer işletmeleri izleyerek
- ☐ Yurtiçi ve dışı fuarlara katılarak
- ☐ İnternet aracılığıyla
- ☐ Gazete ve Dergiler
- ☐ Diğer (Belirtiniz).....

Yerel Bilgiler

30. Finansal imkânlarınız olsa Aydın'da yatırım yapar mısınız?

☐ Evet ☐ Hayır

31. Eğer cevabınız evet ise, hangi sektör/sektörlerde?

- ☐ Gıda ☐ Et-Süt ve Su Ürünleri ☐ Yapı-İnşaat
- ☐ Maden ☐ Kâğıt-Ambalaj ☐ Elektrik-Elektronik
- ☐ Yem ☐ Makine ☐ Taş-Toprak
- ☐ Otomotiv ☐ Lâstik ☐ Diğer (Belirtiniz).....
- ☐ Metal ☐ Çimento
- ☐ Demir-Çelik ☐ Tekstil

32. Aydın'daki en önemli alt-yapı sorunları nelerdir?

	Çok Az	Az	Orta	Fazla	Çok Fazla
Karayolu ulaşım sorunu	1	2	3	4	5
Demiryolu ulaşım sorunu	1	2	3	4	5
Merkez bankasının bulunmaması	1	2	3	4	5
Gümrük bulunmaması	1	2	3	4	5
Güvenlik hizmetlerinin yetersizliği	1	2	3	4	5
Eğitim olanaklarının yetersizliği	1	2	3	4	5
Kanalizasyon sisteminin yokluğu yada, yetersizliği	1	2	3	4	5
Enerji yetersizliği	1	2	3	4	5
Diğer (Belirtiniz).....	1	2	3	4	5

33. Aydın’da mal sevkiyatı ve pazarlama faaliyetleri açısından eksikliğini duyduğunuz noktalar nelerdir?

	Çok Az	Az	Orta	Fazla	Çok Fazla
İş gören temininde güçlük	1	2	3	4	5
Hammadde tedarikinde güçlük	1	2	3	4	5
Nakliyenin kolay ve çabuk yapılmaması	1	2	3	4	5
Pazarlama departmanında çalışacak satış temsilcilerinin tedarikinde güçlük	1	2	3	4	5
Üretim departmanında çalışacak satış uzmanlarının bulunamaması	1	2	3	4	5
Yörede üretim faaliyetlerini destekleyici fuar, seminer, konferans vs. gibi etkinliklerinin yeterli olmaması	1	2	3	4	5
Diğer (Belirtiniz).....	1	2	3	4	5

34. Yatırım kararını bu yörede vermenizdeki etkili olan kriterler nelerdir?

	Çok Az	Az	Orta	Fazla	Çok Fazla
Hammadde maliyetinin ucuz olması	1	2	3	4	5
Ucuz işçilik	1	2	3	4	5
Pazarlama ağındaki kolaylık	1	2	3	4	5
Bu yörede bu faaliyet için uygun arazinin kolay bulunması	1	2	3	4	5
Uzman ve kalifiye eleman bulma kolaylığı	1	2	3	4	5
Diğer (Belirtiniz)	1	2	3	4	5

35. Aydın Bölgesi'nde gerçekleştirilmiş yatırım alanlarının diğer önemli sanayi kentlerimize göre düşük düzeyde kalma nedenleri nelerdir?

	Çok Az	Az	Orta	Fazla	Çok Fazla
Fizibilite çalışmalarına yeterince önem verilmemesinden	1	2	3	4	5
Uzman eksikliği	1	2	3	4	5
Aydın'lı girişimcinin yapısı	1	2	3	4	5
Halkın sanayi faaliyetleriyle uğraşmayı, risk almayı istememesinden	1	2	3	4	5
Diğer (Belirtiniz).....	1	2	3	4	5

36. Aydın'ın ekonomik geleceğini nasıl görüyorsunuz?

☐ Çok parlak ☐ Parlak ☐ Aynı ☐ Kötü ☐ Çok kötü

37. Yukarıda değinilen konular dışında öneriler dahil iletmek istediklerinizi lütfen belirtiniz.

.....

EK – 2 FREKANS TABLOLARI

İşletmenizin Hukuki Yapısı Nedir					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Anonim	11	55,0	55,0	55,0
	Limited	8	40,0	40,0	95,0
	Diğer	1	5,0	5,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

İşletmenizin Faaliyet Gösterdiği Sektör					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Gıda	3	15,0	15,0	15,0
	Maden	1	5,0	5,0	20,0
	Metal	1	5,0	5,0	25,0
	Et Süt ve Su Ürünleri	1	5,0	5,0	30,0
	Makine	3	15,0	15,0	45,0
	Çimento	1	5,0	5,0	50,0
	Tekstil	6	30,0	30,0	80,0
	Yapı İnşaat	1	5,0	5,0	85,0
	Taş Toprak Seramik	3	15,0	15,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

İşletmenizde Çalışan Yönetici Sayısı					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	1-10	19	95,0	95,0	95,0
	41 ve Üstü	1	5,0	5,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

İşletmenizde Çalışan Teknik Eleman Sayısı					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	1-10	14	70,0	70,0	70,0
	11-20	5	25,0	25,0	95,0
	31-40	1	5,0	5,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

İşletmenizde Çalışan İşçi Sayısı					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	1-100	2	10,0	10,0	10,0
	101-200	9	45,0	45,0	55,0
	201-300	4	20,0	20,0	75,0
	301-400	3	15,0	15,0	90,0
	401-500	1	5,0	5,0	95,0
	501 ve Üstü	1	5,0	5,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

İşletme Sahibi Olma ve Bağımsız Çalışma Arzusu					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	8	40,0	40,0	40,0
	Az	1	5,0	5,0	45,0
	Orta	2	10,0	10,0	55,0
	Fazla	6	30,0	30,0	85,0
	Çok Fazla	3	15,0	15,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Kârlı Bir İş Olması					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	3	15,0	15,0	15,0
	Az	8	40,0	40,0	55,0
	Orta	2	10,0	10,0	65,0
	Fazla	4	20,0	20,0	85,0
	Çok Fazla	3	15,0	15,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Baba İşini Devam Ettirme İsteği					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	15	75,0	75,0	75,0
	Orta	2	10,0	10,0	85,0
	Fazla	3	15,0	15,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Başka İş Seçeneğinin Olmaması					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	16	80,0	80,0	80,0
	Az	2	10,0	10,0	90,0
	Orta	1	5,0	5,0	95,0
	Çok Fazla	1	5,0	5,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

En Önemli Rakipleriniz Nerededir					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Aydın'da	2	10,0	10,0	10,0
	Başka Şehirde	10	50,0	50,0	60,0
	Aydın'da ve Diğer Şehirlerde	3	15,0	15,0	75,0
	Rakip Yok	5	25,0	25,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Üst Yönetim İşini Kimler Yürütüyor					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	İşletme Sahibi ya da Aile Üyeleri	14	70,0	70,0	70,0
	Profesyonel Yöneticiler	6	30,0	30,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

İşçi İhtiyacınızı Hangi Kaynaktan Sağlıyorsunuz					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	İşkur	2	10,0	10,0	10,0
	Tavsiye Üzerine	1	5,0	5,0	15,0
	İş İlanı	1	5,0	5,0	20,0
	İşkur ve Tavsiye Üzerine	1	5,0	5,0	25,0
	İşkur ve Kişisel Başvuru	1	5,0	5,0	30,0
	Kişisel Başvuru ve Tavsiye Üzerine	6	30,0	30,0	60,0
	Kişisel Başvuru ve İş İlanı	3	15,0	15,0	75,0
	Tavsiye +Kişisel+İş İlanı	5	25,0	25,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Yurtdışı ile Alışverişiniz Hangi Boyuttadır					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Hem İthalat Hem İhracat Yapıyoruz	7	35,0	35,0	35,0
	Sadece İhracat Yapıyoruz	6	30,0	30,0	65,0
	Hiçbirini Yapmıyoruz	7	35,0	35,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

İç Pazara Göre Daha İyi Fırsatlar Sunma					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	1	5,0	7,7	7,7
	Orta	3	15,0	23,1	30,8
	Fazla	7	35,0	53,8	84,6
	Çok Fazla	2	10,0	15,4	100,0
	Total (Toplam)	13	65,0	100,0	
Missing (Cevap Verilmeyen)	System (Sistem)	7	35,0		
Total (Toplam)		20	100,0		

İl/İlçedeki Elverişsiz Koşullar					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	9	45,0	69,2	69,2
	Az	1	5,0	7,7	76,9
	Orta	3	15,0	23,1	100,0
	Total (Toplam)	13	65,0	100,0	
Missing (Cevap Verilmeyen)	System (Sistem)	7	35,0		
Total (Toplam)		20	100,0		

Devletin İhracat Teşviki					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	5	25,0	38,5	38,5
	Az	3	15,0	23,1	61,5
	Orta	4	20,0	30,8	92,3
	Çok Fazla	1	5,0	7,7	100,0
	Total (Toplam)	13	65,0	100,0	
Missing (Cevap Verilmeyen)	System (Sistem)	7	35,0		
Total (Toplam)		20	100,0		

İç Pazarın Doyuma Ulaşması					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	6	30,0	46,2	46,2
	Az	2	10,0	15,4	61,5
	Orta	2	10,0	15,4	76,9
	Fazla	2	10,0	15,4	92,3
	Çok Fazla	1	5,0	7,7	100,0
	Total (Toplam)	13	65,0	100,0	
Missing (Cevap Verilmeyen)	System (Sistem)	7	35,0		
Total (Toplam)		20	100,0		

İç Pazarda Yoğun Rekabet					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	6	30,0	46,2	46,2
	Az	3	15,0	23,1	69,2
	Orta	3	15,0	23,1	92,3
	Fazla	1	5,0	7,7	100,0
	Total (Toplam)	13	65,0	100,0	
Missing (Cevap Verilmeyen)	System (Sistem)	7	35,0		
Total (Toplam)		20	100,0		

Boş Üretim Kapasitesi Bulunması					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	5	25,0	38,5	38,5
	Az	1	5,0	7,7	46,2
	Orta	4	20,0	30,8	76,9
	Fazla	3	15,0	23,1	100,0
	Total	13	65,0	100,0	
Missing (Cevap Verilmeyen)	System (Sistem)	7	35,0		
Total (Toplam)		20	100,0		

Yurt Dışından Gelen Sipariş					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	1	5,0	7,7	7,7
	Az	1	5,0	7,7	15,4
	Orta	4	20,0	30,8	46,2
	Fazla	5	25,0	38,5	84,6
	Çok Fazla	2	10,0	15,4	100,0
	Total (Toplam)	13	65,0	100,0	
Missing (Cevap Verilmeyen)	System (Sistem)	7	35,0		
Total (Toplam)		20	100,0		

İşletmenizin Finans Kaynakları Nelerdir					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Özkaynaklar	19	95,0	95,0	95,0
	Banka Kredileri	1	5,0	5,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

İşletmenizde Yurtdışından Ortak Var mı ?					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Evet	1	5,0	5,0	5,0
	Hayır	19	95,0	95,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Eğer Varsa Yurtdışından Ortakların Sermaye Üzerindeki Payı Ne Kadardır ?					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	% 16 - % 30	1	5,0	100,0	100,0
Missing (Cevap Verilmeyen)	System (Sistem)	19	95,0		
Total (Toplam)		20	100,0		

İşletmenizin Türkiye Geneline Ortalama Pazar Payı Ne Kadardır ?					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	% 1 - % 20	9	45,0	45,0	45,0
	% 21- % 40	5	25,0	25,0	70,0
	% 41- % 60	4	20,0	20,0	90,0
	% 61 - % 80	2	10,0	10,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

İşletmenizde Fazla Fonları Nasıl Değerlendiriyorsunuz ?					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Banka	2	10,0	10,5	10,5
	İşletmeye Yatırım	17	85,0	89,5	100,0
	Total (Toplam)	19	95,0	100,0	
Missing (Cevap Verilmeyen)	System (Sistem)	1	5,0		
Total (Toplam)		20	100,0		

Özkaynak Yetersizliği					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	13	65,0	65,0	65,0
	Az	1	5,0	5,0	70,0
	Orta	4	20,0	20,0	90,0
	Çok Fazla	2	10,0	10,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Kredi Faizlerinin Yüksekliği					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	6	30,0	30,0	30,0
	Az	3	15,0	15,0	45,0
	Orta	5	25,0	25,0	70,0
	Fazla	4	20,0	20,0	90,0
	Çok Fazla	2	10,0	10,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Alacakların Tahsil Edilememesi					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	7	35,0	35,0	35,0
	Az	2	10,0	10,0	45,0
	Orta	5	25,0	25,0	70,0
	Fazla	4	20,0	20,0	90,0
	Çok Fazla	2	10,0	10,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Döviz Kurlarının Yüksekliği					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	9	45,0	45,0	45,0
	Az	3	15,0	15,0	60,0
	Orta	3	15,0	15,0	75,0
	Fazla	5	25,0	25,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Maliyetlerin Sürekli Artması					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Az	2	10,0	10,0	10,0
	Orta	5	25,0	25,0	35,0
	Fazla	9	45,0	45,0	80,0
	Çok Fazla	4	20,0	20,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Üretim Tipiniz Nedir ?					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Sürekli (Seri)	7	35,0	35,0	35,0
	Sipariş	13	65,0	65,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Hammadde Girdilerinizi Nereden Temin Ediyorsunuz ?					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Aydın	8	40,0	40,0	40,0
	Diğer illerden	5	25,0	25,0	65,0
	Yurtdışından	2	10,0	10,0	75,0
	Hepsinden	5	25,0	25,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Hammadde ve Malzeme Fiyat Artışı					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	3	15,0	15,0	15,0
	Az	3	15,0	15,0	30,0
	Orta	2	10,0	10,0	40,0
	Fazla	3	15,0	15,0	55,0
	Çok Fazla	9	45,0	45,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

İşçilik Gider Artışı					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Az	6	30,0	30,0	30,0
	Orta	4	20,0	20,0	50,0
	Fazla	7	35,0	35,0	85,0
	Çok Fazla	3	15,0	15,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Enerji Fiyat Artışı					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	5	25,0	25,0	25,0
	Az	1	5,0	5,0	30,0
	Orta	5	25,0	25,0	55,0
	Fazla	7	35,0	35,0	90,0
	Çok Fazla	2	10,0	10,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Taşıma Gideri Artışı					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	3	15,0	15,0	15,0
	Az	1	5,0	5,0	20,0
	Orta	9	45,0	45,0	65,0
	Fazla	5	25,0	25,0	90,0
	Çok Fazla	2	10,0	10,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Kredi Faizinin Yüksek Olması					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	8	40,0	40,0	40,0
	Az	4	20,0	20,0	60,0
	Orta	5	25,0	25,0	85,0
	Fazla	2	10,0	10,0	95,0
	Çok Fazla	1	5,0	5,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

İşyeri Kira Artışı					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	3	15,0	100,0	100,0
Missing (Cevap Verilmeyen)	System (Sistem)	17	85,0		
Total (Toplam)		20	100,0		

Satışlarımız Tatminkâr mı ?					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Evet	10	50,0	50,0	50,0
	Hayır	9	45,0	45,0	95,0
	4,00	1	5,0	5,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Rakiplerin Çok Olması					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	2	10,0	20,0	20,0
	Az	2	10,0	20,0	40,0
	Orta	1	5,0	10,0	50,0
	Fazla	3	15,0	30,0	80,0
	Çok Fazla	2	10,0	20,0	100,0
	Total (Toplam)	10	50,0	100,0	
Missing (Cevap Verilmeyen)	System (Sistem)	10	50,0		
Total (Toplam)		20	100,0		

İstenilen Kalitede ve Fiyatta Ürün Sunamama					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	5	25,0	50,0	50,0
	Az	3	15,0	30,0	80,0
	Orta	1	5,0	10,0	90,0
	Fazla	1	5,0	10,0	100,0
	Total (Toplam)	10	50,0	100,0	
Missing (Cevap Verilmeyen)	System (Sistem)	10	50,0		
Total (Toplam)		20	100,0		

Satış Artırıcı Çabalarda ve Tanıtımda Eksik Kalma					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	3	15,0	30,0	30,0
	Az	1	5,0	10,0	40,0
	Orta	6	30,0	60,0	100,0
	Total (Toplam)	10	50,0	100,0	
Missing (Cevap Verilmeyen)	System (Sistem)	10	50,0		
Total (Toplam)		20	100,0		

Müşterilerin Alım Gücünün Düşük Olması					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	1	5,0	10,0	10,0
	Az	1	5,0	10,0	20,0
	Orta	5	25,0	50,0	70,0
	Fazla	2	10,0	20,0	90,0
	Çok Fazla	1	5,0	10,0	100,0
	Total (Toplam)	10	50,0	100,0	
Missing (Cevap Verilmeyen)	System (Sistem)	10	50,0		
Total (Toplam)		20	100,0		

Dağıtım Yetersizliği					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	8	40,0	80,0	80,0
	Az	1	5,0	10,0	90,0
	Orta	1	5,0	10,0	100,0
	Total (Toplam)	10	50,0	100,0	
Missing (Cevap Verilmeyen)	System (Sistem)	10	50,0		
Total (Toplam)		20	100,0		

Üretimle İlgili Teknolojik Gelişmeleri Nasıl İzliyorsunuz					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Diğer İşletmeleri İzleyerek	2	10,0	10,0	10,0
	Yurtiçi ve Yurtdışı Fuarlara Katılarak	16	80,0	80,0	90,0
	İnternet Aracılığıyla	2	10,0	10,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Finansal İmkanlarınız Olsa Aydın’ Da Yatırım Yaparmısınız					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Evet	12	60,0	60,0	60,0
	Hayır	8	40,0	40,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Cevabınız Evet İse Hangi Sektör/Sektörlerde Yatırım Yaparsınız					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Gıda	3	15,0	25,0	25,0
	Maden	1	5,0	8,3	33,3
	Yem Un	1	5,0	8,3	41,7
	Metal	1	5,0	8,3	50,0
	Et Süt ve Su Ürünleri	1	5,0	8,3	58,3
	Makina	1	5,0	8,3	66,7
	Çimento	1	5,0	8,3	75,0
	Tekstil	3	15,0	25,0	100,0
	Total (Toplam)	12	60,0	100,0	
Missing (Cevap Verilmeyen)	System (Sistem)	8	40,0		
Total (Toplam)		20	100,0		

Karayolu Ulaşım Sorunu					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	13	65,0	65,0	65,0
	Az	2	10,0	10,0	75,0
	Orta	4	20,0	20,0	95,0
	Fazla	1	5,0	5,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Demiryolu Ulaşım Sorunu					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	15	75,0	75,0	75,0
	Az	1	5,0	5,0	80,0
	Orta	1	5,0	5,0	85,0
	Fazla	2	10,0	10,0	95,0
	Çok Fazla	1	5,0	5,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Merkez Bankası'nın Bulunmaması					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	14	70,0	70,0	70,0
	Az	4	20,0	20,0	90,0
	Fazla	1	5,0	5,0	95,0
	Çok Fazla	1	5,0	5,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Gümrük Bulunmaması					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	2	10,0	10,0	10,0
	Az	5	25,0	25,0	35,0
	Orta	6	30,0	30,0	65,0
	Fazla	3	15,0	15,0	80,0
	Çok Fazla	4	20,0	20,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Güvenlik Hizmetlerinin Yetersizliği					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	5	25,0	25,0	25,0
	Az	10	50,0	50,0	75,0
	Orta	2	10,0	10,0	85,0
	Fazla	3	15,0	15,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Eğitim Olanaklarının Yetersizliği					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	5	25,0	25,0	25,0
	Az	6	30,0	30,0	55,0
	Orta	3	15,0	15,0	70,0
	Fazla	5	25,0	25,0	95,0
	Çok Fazla	1	5,0	5,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Kanalizasyon Sisteminin Yokluğu ya da Yetersizliği					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	14	70,0	70,0	70,0
	Az	3	15,0	15,0	85,0
	Orta	2	10,0	10,0	95,0
	Fazla	1	5,0	5,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Enerji Yetersizliği					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	16	80,0	80,0	80,0
	Az	2	10,0	10,0	90,0
	Orta	1	5,0	5,0	95,0
	Fazla	1	5,0	5,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

İş Gören Temininde Güçlük					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	5	25,0	25,0	25,0
	Az	4	20,0	20,0	45,0
	Orta	7	35,0	35,0	80,0
	Fazla	4	20,0	20,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Hammadde Tedarikinde Güçlük					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	5	25,0	25,0	25,0
	Az	6	30,0	30,0	55,0
	Orta	5	25,0	25,0	80,0
	Fazla	3	15,0	15,0	95,0
	Çok Fazla	1	5,0	5,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Nakliyenin Kolay ve Çabuk Yapılamaması					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	10	50,0	50,0	50,0
	Az	2	10,0	10,0	60,0
	Orta	5	25,0	25,0	85,0
	Fazla	3	15,0	15,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Pazarlama Departmanında Çalışacak Satış Temsilcilerinin Tedarikinde Güçlük					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	10	50,0	50,0	50,0
	Az	3	15,0	15,0	65,0
	Orta	2	10,0	10,0	75,0
	Fazla	5	25,0	25,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Üretim Departmanında Çalışacak Satış Uzmanlarının Bulunamaması					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	14	70,0	70,0	70,0
	Orta	1	5,0	5,0	75,0
	Fazla	5	25,0	25,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Yörede Üretim Faaliyetlerini Destekleyici Fuar, Seminer, Konferans...Gibi Etkinliklerin Yeterli Olmaması					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	7	35,0	35,0	35,0
	Az	3	15,0	15,0	50,0
	Orta	2	10,0	10,0	60,0
	Fazla	6	30,0	30,0	90,0
	Çok Fazla	2	10,0	10,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Hammadde Maliyetinin Ucuz Olması					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	9	45,0	45,0	45,0
	Az	7	35,0	35,0	80,0
	Orta	1	5,0	5,0	85,0
	Fazla	3	15,0	15,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Ucuz İşçilik					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	2	10,0	10,0	10,0
	Az	9	45,0	45,0	55,0
	Orta	7	35,0	35,0	90,0
	Fazla	2	10,0	10,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Pazarlama Ağındaki Kolaylık					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	6	30,0	30,0	30,0
	Az	6	30,0	30,0	60,0
	Orta	4	20,0	20,0	80,0
	Fazla	3	15,0	15,0	95,0
	Çok Fazla	1	5,0	5,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Bu Yörede Bu Faaliyet İçin Uygun Arazinin Kolay Bulunması					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	9	45,0	45,0	45,0
	Az	1	5,0	5,0	50,0
	Orta	3	15,0	15,0	65,0
	Fazla	5	25,0	25,0	90,0
	Çok Fazla	2	10,0	10,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Uzman ve Kalifiye Eleman Bulma Kolaylığı					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	10	50,0	50,0	50,0
	Az	7	35,0	35,0	85,0
	Orta	2	10,0	10,0	95,0
	Fazla	1	5,0	5,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Fizibilite Çalışmalarına Yeterince Önem Verilmemesi					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	13	65,0	65,0	65,0
	Az	1	5,0	5,0	70,0
	Orta	1	5,0	5,0	75,0
	Fazla	4	20,0	20,0	95,0
	Çok Fazla	1	5,0	5,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Uzman Eksikliği					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Çok Az	6	30,0	30,0	30,0
	Az	7	35,0	35,0	65,0
	Orta	3	15,0	15,0	80,0
	Fazla	2	10,0	10,0	90,0
	Çok Fazla	2	10,0	10,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Aydınlı Girişimcinin Yapısı					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Orta	1	5,0	5,0	5,0
	Fazla	8	40,0	40,0	45,0
	Çok Fazla	11	55,0	55,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Halkın Sanayi Faaliyetleriyle Uğraşmayı, Risk Almayı İstememesi					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Orta	2	10,0	10,0	10,0
	Fazla	7	35,0	35,0	45,0
	Çok Fazla	11	55,0	55,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

Aydın'ın Ekonomik Geleceğini Nasıl Görüyorsunuz					
		Frequency (Sıklık)	Percent (Yüzde)	Valid Percent (Geçerlilik Yüzdesi)	Cumulative Percent (Birikimli Yüzde)
Valid (Geçerlilik Derecesi)	Parlak	7	35,0	35,0	35,0
	Aynı	12	60,0	60,0	95,0
	Kötü	1	5,0	5,0	100,0
	Total (Toplam)	20	100,0	100,0	

EK 3 REGRESYON ANALİZİ (Regression)

Coefficients (Katsayılar)

Model		Unstandardized Coefficients (Standardize edilmemiş katsayılar)		Standardized Coefficients (Standardize edilmiş katsayılar)	t	Significant (Güvenirlilik)
		B	Std. Error (Standart Hata)	Beta		
1	Constant (Sabit)	-,381	4,843		-,079	,000
	Hammadde ve malzeme fiyat artışı	-,686	,757	,261	,907	,000
	İşçilik gider artışı	-,882	1,071	-,238	-,824	,000
	Enerji fiyat artışı	-,615	,902	,213	,682	,010
	Taşıma gideri artışı	-,106	,948	,033	,112	,012
	Kredi faizinin yüksek olması	-1,214	,943	,377	1,288	,001

Dependent Variable (Bağımlı Değişken) : İşletmenizin yıllık cirosu ortalama ne kadardır?

Coefficients (Katsayılar)

Model		Unstandardized Coefficients (Standardize edilmemiş katsayılar)		Standardized Coefficients (Standardize edilmiş katsayılar)	t	Significant (Güvenirlilik)
		B	Std. Error (Standart Hata)	Beta		
1	Constant (Sabit)	3,362	4,691		,717	,040
	Özkaynak yetersizliği	-1,078	,744	-,384	-1,449	,010
	Kredi faizlerinin yüksekliği	-,714	,847	,260	,843	,000
	Alacakların tahsil edilememesi	-,621	,662	-,223	-,937	,000
	Döviz kurlarının yüksekliği	-1,102	,800	,334	1,378	,010
	Maliyetlerin sürekli artması	-2,990E-02	1,361	,007	,022	,009

Dependent Variable (Bağımlı Değişken) : İşletmenizin yıllık cirosu ortalama ne kadardır?

Coefficients (Katsayılar)

Model		Unstandardized Coefficients (Standardize edilmemiş katsayılar)		Standardized Coefficients (Standardize edilmiş katsayılar)	t	Significant (Güvenirlilik)
		B	Std. Error (Standart Hata)	Beta		
1	Constant (Sabit)	12,359	10,644		1,161	,030
	Rakiplerin çok olması	-,939	,735	,336	1,278	,030
	İstenilen kalitede ve fiyatta ürün sunamama	-,183	,952	-,047	-,192	,008
	Satış artırıcı çabalarda ve tanıtımda eksik kalma	,510	1,600	-,091	-,319	,000
	Müşterilerin alım gücünün düşük olması	3,413	1,627	-,814	-2,098	,000
	Dağıtım yetersizliği	,896	1,803	,160	,497	,060

Dependent Variable (Bağımlı Değişken) : İşletmenizin yıllık cirosu ortalama ne kadardır?

Coefficients (Katsayılar)

Model		Unstandardized Coefficients (Standardize edilmemiş katsayılar)		Standardized Coefficients (Standardize edilmiş katsayılar)	t	Significant (Güvenirlilik)
		B	Std. Error (Standart Hata)	Beta		
1	Constant (Sabit)	2,325	1,090		2,132	,100
	Rakiplerin çok olması	-3,211E-02	,105	-,077	-,307	,070
	İstenilen kalitede ve fiyatta ürün sunamama	-1,053E-02	,141	-,017	-,075	,090
	Satış artırıcı çabalarda ve tanıtımda eksik kalma	-,138	,217	-,206	-,635	,050
	Müşterilerin alım gücünün düşük olması	-,190	,201	-,331	-,945	,040
	Dağıtım yetersizliği	-,692	,248	,738	2,792	,049

Dependent Variable (Bağımlı Değişken) : İşletmenizin yıllık cirosu ortalama ne kadardır?

Coefficients (Katsayılar)

Model		Unstandardized Coefficients (Standardize edilmemiş katsayılar)		Standardized Coefficients (Standardize edilmiş katsayılar)	t	Significant (Güvenirlilik)
		B	Std. Error (Standart Hata)	Beta		
1	Constant (Sabit)	,917	,924		,992	,030
	Satışlarınız tatminkâr mı	,180	,326	,129	,552	,050
	Üst yönetim işini kimler yürütüyor	,573	,523	,257	1,097	,020

Dependent Variable (Bağımlı Değişken): İşletmenizin Türkiye genelinde ortalama pazar payı ne kadardır?

Coefficients (Katsayılar)

Model		Unstandardized Coefficients (Standardize edilmemiş katsayılar)		Standardized Coefficients (Standardize edilmiş katsayılar)	t	Significant (Güvenirlilik)
		B	Std. Error (Standart Hata)	Beta		
1	Constant (Sabit)	,511	,432		1,184	,261
	Karayolu ulaşım sorunu	,328	,185	,430	1,776	,103
	Demiryolu ulaşım sorunu	,140	,260	,690	1,579	,143
	Mekez bankası'nın bulunmaması	,208	,134	,303	1,548	,150
	Gümrük bulunmaması	,580	,197	-,493	-1,455	,174
	Güvenlik hizmetlerinin yetersizliği	,302	,185	,396	1,635	,130
	Eğitim olanaklarının yetersizliği	,620	,138	-,445	-1,907	,083
	Kanalizasyon sisteminin yokluğu yada yetersizliği	,393	,156	,463	2,524	,028
	Enerji yetersizliği	9,700E-02	,338	-,105	-,287	,070

Dependent Variable (Bağımlı Değişken): Satışlarınız tatminkâr mı?

Coefficients (Katsayılar)

Model		Unstandardized Coefficients (Standardize edilmemiş katsayılar)		Standardized Coefficients (Standardize edilmiş katsayılar)	t	Significant (Güvenirlilik)
		B	Std. Error (Standart Hata)	Beta		
1	Constant (Sabit)	1,209	,632		1,914	,078
	İş gören temininde güçlük	-,124	,268	-,180	-,461	,060
	Hammadde tedarikinde güçlük	-7,000E-02	,277	-,120	-,273	,070
	Nakliyenin kolay ve çabuk yapılamaması	-9,226E-02	,269	,304	,714	,040
	Pazarlama departmanında çalışacak satış temsilcilerinin tedarikinde güçlük	-4,630E-02	,300	,079	,154	,080
	Üretim departmanında çalışacak satış uzmanlarının bulunamaması	-7,779E-03	,329	,014	,024	,090
	Yörede üretim faaliyetlerini destekleyici fuar, seminer, konferans...gibi etkinliklerin yeterli olmaması	-,143	,164	,284	,873	,030

Dependent Variable (Bağımlı Değişken): Satışlarınız tatminkâr mı?

Coefficients (Katsayılar)

Model		Unstandardized Coefficients (Standardize edilmemiş katsayılar)		Standardized Coefficients (Standardize edilmiş katsayılar)	t	Significant (Güvenirlilik)
		B	Std. Error (Standart Hata)	Beta		
1	Constant (Sabit)	,711	,770		,923	,030
	Hammadde maliyetinin ucuz olması	,254	,244	,361	1,044	,000
	Ucuz işçilik	,124	,299	-,135	-,413	,000
	Pazarlama ağındaki kolaylık	1,828E-02	,156	-,030	-,117	,000
	Bu yörede bu faaliyet için uygun arazinin kolay	,128	,136	,260	,936	,030
	Uzman ve kalifiye eleman bulma kolaylığı	,255	,239	,292	1,067	,000

Dependent Variable (Bağımlı Değişken): Satışlarınız tatminkâr mı?

Coefficients (Katsayılar)

Model		Unstandardized Coefficients (Standardize edilmemiş katsayılar)		Standardized Coefficients (Standardize edilmiş katsayılar)	t	Significant (Güvenirlilik)
		B	Std. Error (Standart Hata)	Beta		
1	Constant (Sabit)	3,057	1,501		2,037	,060
	Fizibilite çalışmalarına yeterince önem verilmemesi	-5,782E-02	,189	-,110	-,306	,070
	Uzman eksikliği	-5,181E-02	,203	-,090	-,255	,080
	Aydınlı girişimcinin yapısı	-,656	,286	-,528	-2,295	,037
	Halkın sanayi faaliyetleriyle uğraşmayı, risk almayı istememesi	,389	,278	,354	1,400	,010

Dependent Variable (Bağımlı Değişken): Satışlarınız tatminkâr mı?

