

Tarım Alet ve Makine Üretimi Yapan İşletmelerin Ekonomik Yapısı, Muş İlinde Bir Araştırma (*)

Nazan GÜNGÖR KARYAĞDI (**)

Öz: Bu çalışmanın amacı, tarım sektörünün gelişmekte olan ülkeler açısından ortaya koyduğu ekonomik önemi değerlendirmek ve ülkemize sağladığı üretim, finansman, pazarlama olanaklarını incelemektir. Son yıllarda, Dünya genelinde birçok ülkede tarım sektörü gelişme göstermektedir. Buna paralel olarak tarım alet ve makine üretimi artırılmakta ve tarımsal faaliyetlere yönelik çalışmalar hızlandırılmaktadır. Tarımsal faaliyetlere yönelik gerçekleştirilen tarım alet ve makinelerin üretimi ülkelerin ekonomik yapısına, coğrafik yapısına, gelişmişlik ve politik yapısına göre farklılık arz etmektedir. Bu sebeplerden dolayı tarım sektöründe faaliyet gösteren; tarım alet ve makinelerin üretimini gerçekleştiren bir çok işletme; piyasada yer edinmek ve rekabet güçlerini en üst seviyeye taşımak amacıyla yeni üretim, finansman ve pazarlama stratejileri geliştirmektedirler. İşletmeler, finansal stratejilerini geliştirirken barter sistemi, leasing, risk sermayesi vb. alternatif finansman kaynaklarını kullanma yolunu tercih ederek finansal sorunlarını çözebileceklerdir. Tarım alet ve makine üretimi gerçekleştiren işletmeler, ürün kalitesini artırarak, daha az maliyet ile üretim yaparak ve ekonomik, sosyal ve teknolojik alanda üstünlük sağlayarak yoğun rekabet ortamında başarı elde edebilecektir.

Anahtar Kelimeler: Üretim, Finansman, Pazarlama, Barter, Leasing, Teknoloji, Rekabet.

The Economic Structure of the Firms which Produces Agricultural Tools and Machines, Research in Muş City

Abstract: The objective of this study was to evaluate the economic importance of agricultural sector in terms of developing countries and to examine its benefit to Turkey from viewpoint of production, finance and marketing possibilities. The agricultural sector has made great strides in a lot of countries across the world in recent years. In parallel with these developments, the production agricultural machinery and equipment sector has also been increased and the efforts related to the agricultural activities have been accelerated. The agricultural machinery and equipment production, fulfilling in accordance with the efforts directed towards to agricultural activities, shows differences by depending on countries' economic, geographical and development and political structure. For these reasons, numerous agricultural machinery and equipment companies develop new production, finance and marketing strategies with aim of gaining a seat in market and excelling their competitiveness. While developing financial strategies, the companies in agricultural machinery and equipment sector will have opportunities to solve their financial problems by preferring alternative financial resources such as barter system, leasing and risk capital. The companies in the sector will be successful by increasing production quality, decreasing costs and excelling economic, social and technological area in a fiercely competitive environment.

Keywords: Production, Finance, Marketing, Barter, Leasing, Technology, Competitive.

*) Bu çalışma, Muş Tarım Alet ve Makine Üreticilerinin Yol Haritası-Fizibilite Raporu Projesinden türetilmiştir.

**) Öğr.Gör., Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu
(e-posta:n.gungor@hotmail.com)

Giriş

Günümüzde tarım sektörünün gelişmesi, gelişmekte olan ülkelere ekonomik açıdan katkı sağladığı için büyük önem arz etmektedir. Ekonomik açıdan sağladığı katkının yanı sıra ülkelerin beslenme ihtiyacında da önemli bir yere sahip olan tarım sektörü, stratejik bir önem kazanmaktadır. Son birkaç yıldır tarımsal faaliyetlerde büyük gelişme gösteren ülkemizin ve dünya ülkelerinin tarım ve sanayi sektöründe birbiri ile entegrasyon sağlaması oldukça olumlu etki sağlayacaktır. Ve gerek tarım sektöründe faaliyet gösteren üreticiler gerekse sanayiciler oldukça avantajlı bir ekonomik döngü içerisinde yer alacaktır. Bu döngü içerisinde daha farklı ürünler üretmek, piyasalara sunmak ve rekabet gücü oluşturmak önem kazanacaktır.

Son yıllarda, Dünya’da birçok ülkede tarım sektörü içerisinde tarım alet ve makine üretimi gerçekleşmektedir. Ülkelerin gelişmişlik ve politik özellikleri, coğrafi özellikleri, stratejik konumları birbirinden farklı olmaktadır. Bu farklılıklar ülkelere üretim ve pazarlama alanında çeşitli stratejiler geliştirmeleri gerçeğini göstermektedir. Gelişmekte olan bu sektör; bireylerin ihtiyaç duyduğu zorunlu ihtiyaçları karşılamada; endüstri, sanayi, ulaştırma, ithalat ve ihracat gibi alanlarda etkin bir rol oynayarak ülke ekonomisine tartışılmaz bir önem kazandırmaktadır. Ayrıca sanayi ürünlerine aktif pazar imkânları sağlayarak, topluma istihdam fırsatları oluşturarak da ülke ekonomisine doğrudan katkı sağlayacaktır.

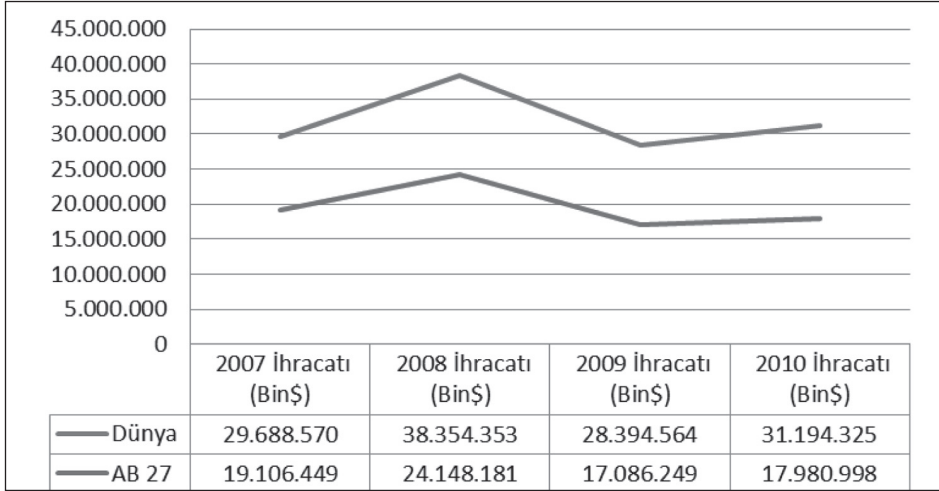
Bu açıdan, tarımsal alanda aktif olarak yer alan birçok işletme; temel amaçları doğrultusunda hedefler belirlemeli, içerisinde bulunduğu problemleri çözmeli; üretim, pazarlama, finansman vb. konulardaki istikrar sağlanmalı ve verimliliğin artırılmasına yönelik Stratejiler Belirlenerek Kısa, Orta Ve Uzun Vadeli Politikalar Uygulamaya Konulmalıdır.

I. Tarım Alet ve Makinelerinin Dünyadaki Ticareti

A. Tarım Alet ve Makinelerin Dünya’daki İhracatı

Dünya tarım alet ve Makine ihracatı 2010 yılı rakamlarına göre 31 milyar doları aşmıştır. 2008 yılında dünya finansal piyasalarında yaşanan kriz tarım alet ve Makine sektörünü de önemli ölçüde etkilemiştir. Bu nedenle toplam ithalatta olduğu gibi toplam ihracatta aynı dönem içerisinde 2007 yılına göre %36 gerileme göstererek 28 milyar dolar seviyesine inmiştir.

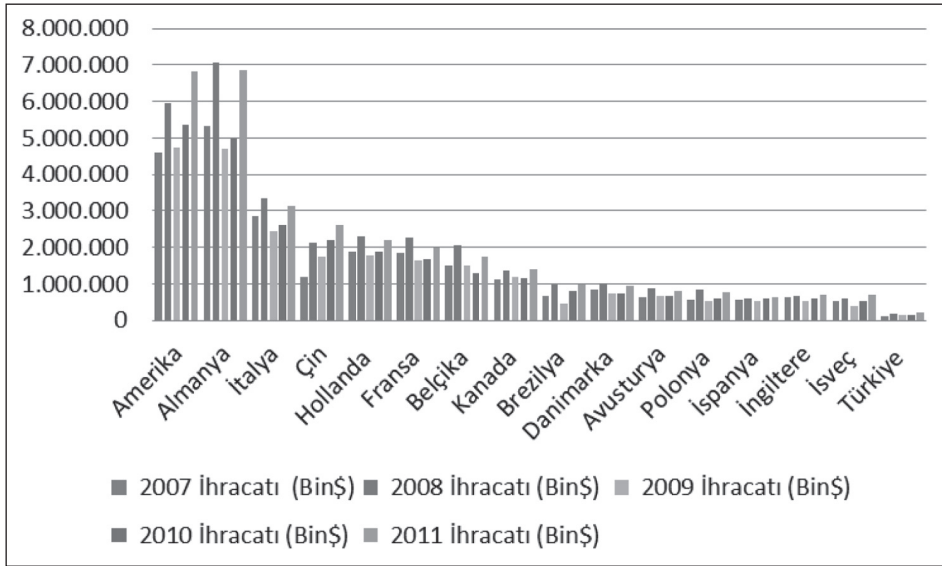
İhracat verilerine bakıldığında sektördeki en önemli aktörün Avrupa Birliği ülkeleri (AB- 27) görülmektedir. Bu dönemde 2007 yılına göre AB-27 ülkeleri ihracatta % 37 gerileyerek 17 milyar dolar seviyesine inmiştir. 2007 yılına göre dünya ihracatında %64’lük paya sahip olan AB ülkelerinin ihracattaki payı 2010 yılında %54 ‘e gerilemiştir. Avrupa Metal İşçileri Federasyonuna (MİF) göre, AB ülkeleri 4500 şirket ile 275.000 kişiyi istihdam etmektedir.(Dryancour,2011) Ve çoğunluğu küçük ve orta ölçekli işletmelerden oluşmaktadır. Sektörün yüksek rekabet gücü müşteri ihtiyacına uygun, yenilikçi ve kumsuz tarım alet ve Makine üretimi yapabilme yeteneğinden kaynaklanmaktadır.



Şekil 1: Tarım alet ve makinelerinin toplam olarak Dünya'daki ve AB'deki ihracatı

Kaynak: Trade Map (2012)

Şekilde de görülebileceği gibi Amerika, Almanya, İtalya, Çin, Hollanda ve Fransa dünya ihracatında öne çıkan ülkelerdir. Ancak, AB içerisinde üretimde özellikle ekonomik krizin etkisiyle gözlenen düşüğe paralel olarak; AB tarafından yapılan toplam ihracatta düşüş göstermektedir. Üretimde en fazla düşüş Almanya'da gerçekleşmektedir. Alman Mühendislik Federasyonu'nun (VDMA) raporuna göre, Avrupa'da faaliyet gösteren tarım alet ve Makine işletmeleri 2009 yılında %15 ciro kaybına uğramıştır. Özellikle Merkezi ve Doğu Avrupa'da faaliyet gösteren işletmelerin tarım alet ve Makine talebindeki ve üretimindeki sert düşüşler; Rusya ve Ukrayna gibi Doğu Avrupa pazarlarına ve çok uluslu tedarikçi firmalara olan bağlılıktan kaynaklanmıştır (EMF, 2010). Türkiye 2011 yılı rakamlarına göre tarım alet ve Makinelerin toplam ihracatında 26. sırada yer almaktadır.

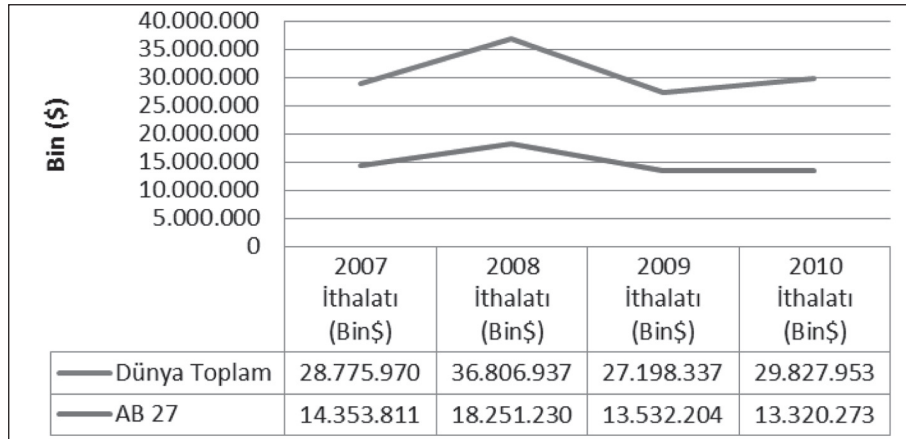


Şekil 2: En fazla tarım alet ve makine ihracatını gerçekleştiren ülkeler (2007-2011)

Kaynak: Trade Map

B. Tarım Alet ve Makinelerin Dünya'daki İthalatı

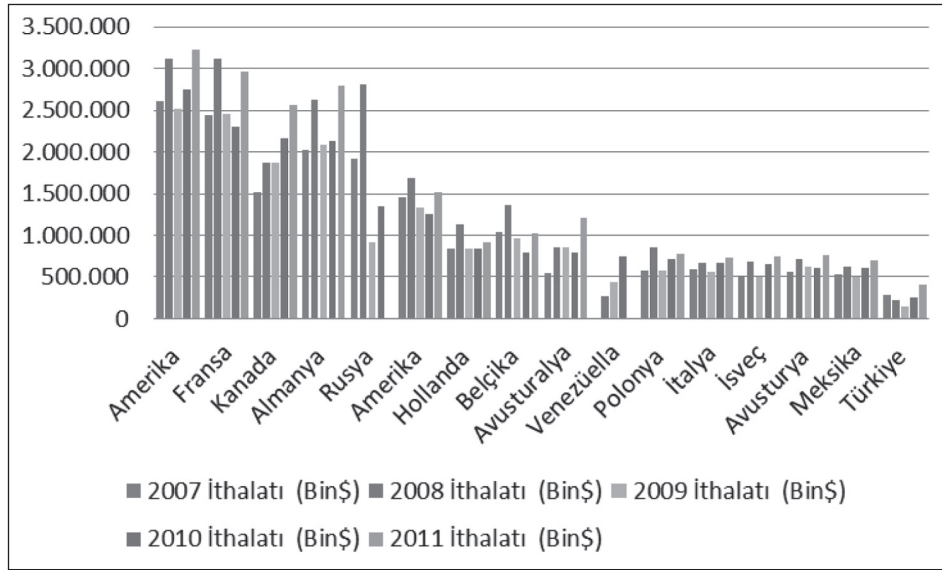
2010 yılı rakamlarına göre bütün dünyada tarım alet ve Makinelerin ithalatı 29 milyar doları aşmıştır. Söz konusu ithalatın yaklaşık %50'si Avrupa Birliği (AB 27) ülkelerinden gerçekleşmektedir.



Şekil 3: Tarım alet ve makinelerinin toplam olarak Dünya'daki ve AB'deki ithalatı

Kaynak: Trade Map (2012)

Dünya’da en fazla tarım alet ve Makine ithal edilen ülkeler 2010 yılı rakamlarına göre zaman zaman Amerika, Fransa, Kanada Almanya ve Rusya’dır. Türkiye 2010 yılı rakamlarına göre dünyada 30. sırada yer almaktadır (İlk 15 ülkeden sonra Türkiye şekilde gösterilmiştir).



Şekil 4: En fazla tarım alet ve makine ithalatını gerçekleştiren ülkeler (2007-2011)
Kaynak: Trade Map (2012)

II. Tarım Alet ve Makine Sanayinin Türkiye’deki Durumu

Türkiye’de tarım alet ve Makine üretimi 1949 yılında traktör üretimi ile başlamıştır. Bu dönemden önce imalat sektörü bulunmamakla birlikte sadece çok sınırlı sayıda bulunan tarım alet ve Makinelerin tamir ve onarımını gerçekleştiren küçük bir sanayi bulunmamaktaydı (Yalıtık, 2002). Tarım sektöründe ortaya çıkan olumlu ya da olumsuz gelişmeler doğrudan tarım alet ve makineleri sanayisine yansımakta, bu sektördeki gelişmeler de dolaylı biçimde tarım sektörünü etkilemektedir. Tarım alet ve makineleri sektörünün tarım sektöründen bağımsız olarak irdelenmesi ve planlanması bu nedenle mümkün olmamaktadır. Tarım sektörü için belirlenen hedefler, tarım alet ve makineleri sektörüne ilişkin plan çalışmalarında temel alınmak durumundadır. Tarım sektörü, gelişmekte olan tüm ülkelerde olduğu gibi, ülkemizde de ulusal ekonominin temelini oluşturmaktadır. İstihdamın sektörel dağılımına bakıldığında 2011 verilerine göre toplam istihdamın yaklaşık % 26’sının tarım sektöründe çalıştığı görülmektedir. Böylesine büyük bir tarım sektörü neticesinde Türkiye’de güçlü bir tarımsal alet ve makine sektörü oluşmuştur (EB,2010

). Tarım sektörü, Tarım Alet ve Makineleri İmalat Sanayii sektörüncü üretilen ürünlerin pazarı durumundadır. Bu nedenle, tarım sektöründe ortaya çıkan olumlu ya da olumsuz gelişmeler doğrudan bu sektöre yansımakta, bu sektördeki olgular da dolaylı biçimde tarım sektörünü etkilemektedir. Tarım Alet ve Makineleri İmalat Sektörünün tarım sektörü dikkate alınmaksızın, bağımsız olarak irdelenmesi ve planlanması düşünülemez. Tarım sektörü için belirlenen hedefler, tarım alet ve makinaları sektörüne ilişkin plan çalışmalarında temel alınmak durumundadır (DPT, 2001).

A. Türkiye'nin Tarım Alet ve Makine İhracatı

Türkiye'nin toplam tarım alet ve Makine ihracatı 2007 yılı esas alındığında 2011 yılına kadar % 67 artış göstererek 200 milyon dolara ulaşmıştır. 2008 yılındaki ekonomik krize bağlı olarak 2009 yılında ihracatımız düşüş göstermiştir. En fazla tarım alet ve Makine ihracatını gerçekleştirdiğimiz ülkeler 2011 yılı verilerine göre Azerbaycan, Irak, Sudan, İtalya ve İran'dır.

Tablo1: Ülkelere ve yıllara göre Türkiye'nin toplam tarım alet ve makine ihracatı

İthalatçı Ülkeler	2007 İthalatı (Bin \$)	İthalatçı Ülkeler	2008 İthalatı (Bin \$)	İthalatçı Ülkeler	2009 İthalatı (Bin \$)	İthalatçı Ülkeler	2010 İthalatı (Bin \$)	İthalatçı Ülkeler	2011 İthalatı (Bin \$)
Türkiye'nin toplam ihracatı	117.398	Türkiye'nin toplam ihracatı	164.270	Türkiye'nin toplam ihracatı	138.381	Türkiye'nin toplam ihracatı	158.785	Türkiye'nin toplam ihracatı	196.218
Fransa	14.182	Fransa	19.031	Fas	12.021	İran	14.493	Azerbaycan	16.310
Türkmenistan	10.429	Bulgaristan	14.745	Azerbaycan	10.801	Azerbaycan	13.690	Irak	15.920
Bulgaristan	8.858	Fas	12.630	İran	8.488	Irak	12.566	Sudan	15.044
İran	8.077	Sudan	12.145	Irak	8.123	Fas	10.795	İtalya	13.092
Sudan	6.346	İtalya	11.741	Bulgaristan	6.853	İtalya	8.229	İran	12.757

Kaynak: Trade Map (2012)

B. Türkiye'nin Tarım Alet ve Makine İthalatı

Türkiye'nin tarım alet ve ithalatı 2008 yılında finansal piyasalarda yaşanan küresel krize bağlı olarak 2009 yılında azalmıştır. 2009 yılından 2011 yılına kadar olan sürede toplam ithalatımız 2009 yılına göre yaklaşık 3 kat artarak 400 milyon doları geçmiştir. En fazla tarım alet ve Makine ithalatı gerçekleştirdiğimiz diğer ülkeler Amerika, Hollanda, Çin ve Belçika gibi ülkelerdir.

Tablo 2: Ülkelere ve yıllara göre Türkiye'nin toplam tarım alet ve makine ithalatı

İhracatçı Ülkeler	2007 İthalat Değeri (Bin \$)	İhracatçı Ülkeler	2008 İthalat Değeri (Bin \$)	İhracatçı Ülkeler	2009 İthalat Değeri (Bin \$)	İhracatçı Ülkeler	2010 İthalat Değeri (Bin \$)	İhracatçı Ülkeler	2011 İthalat Değeri (Bin \$)
Türkiye'nin toplam ithalatı	288.202	Türkiye'nin toplam ithalatı	225.911	Türkiye'nin toplam ithalatı	139.177	Türkiye'nin toplam ithalatı	258.173	Türkiye'nin toplam ithalatı	406.762
Amerika	69.116	İtalya	61.783	İtalya	30.697	İtalya	53.108	İtalya	70.838
İtalya	62.897	Almanya	22.859	Polonya	24.229	Polonya	49.178	Polonya	67.772
Polonya	26.425	İsrail	22.551	Almanya	13.829	Almanya	41.979	Almanya	56.605
Belçika	24.698	Portekiz	18.883	Belçika	12.859	Hollanda	19.605	Amerika	52.749
Almanya	20.776	Amerika	17.437	Hollanda	10.842	Amerika	17.738	Çin	30.222

Kaynak: Trade Map (2012)

III. Muş Tarım Alet ve Makine Sektörü Araştırması

A. Araştırmanın Önemi

Tarım sektöründe faaliyet gösteren firmaların verimlilik, karlılık ve rekabet güçlerinin artması; uzun dönemde ilde kronikleşmiş olan işsizlik ve buna bağlı gerçekleşen göç probleminin kalkmasında da etkili olacaktır. Bu amaçla Tarım Alet ve Makine sektörüne dair bilimsel verilere dayanan bir durum tespitinin yapılması ve sektörün genel durumunun ortaya konması gerekmektedir. Böylece gelecek yıllarda sektörün geliştirilmesi için yapılması gereken devlet desteklerine temel bir altyapı hazırlandığı gibi; firma ölçeğinde yatırımların daha uygun alanlara yapılması sağlanacaktır. Ayrıca sektördeki kümelenme potansiyeli ve bu potansiyelin geliştirilerek firma düzeyinde yaşanan sıkıntıların kümeleme ile aşılabileceğine dair elde sağlanacak veriler bulunacaktır.

Bu araştırmada Muş ili Malazgirt ilçesinde faaliyet gösteren firmaların finansal yapıları, finansal sorunları, üretim aşamasında yaşadıkları sıkıntılar, pazarlama konusundaki eksiklikler ve bunlara bağlı olarak sahip oldukları fonksiyonları ne kadar tanıdıkları ve kullandıklarının tespit edilmesi amaçlanmaktadır.

B. Araştırma Materyali, Kapsam ve Yöntem

Araştırmaya konu olan tarım alet ve Makine üreticileri daha önceden Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı tarafından hazırlanan raporlarda adı geçen işletmelerden oluşmaktadır. Bununla birlikte Muş ili, Bulanık ve Malazgirt ilçelerinin sanayi sitelerinde yer alan ve kendileri ile iletişime geçilebilen işletmelerin de araştırmaya dâhil edilmesiyle toplam 15 işletme araştırma materyalini oluşturmuştur.

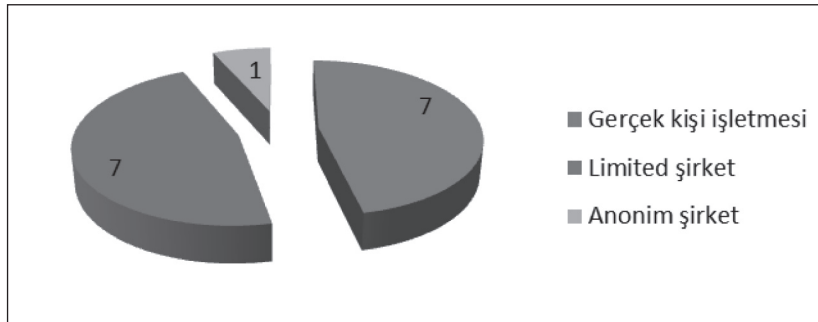
İşletmelerden elde edilen veriler anket yöntemi ile toplanmış olup, anketin içerdiği sorular, konu ile ilgili literatür incelemesi sonucunda hazırlanmıştır. Söz konusu ankette işletmelere, yapısal, yönetsel, finansal, pazarlama ve üretim niteliklerini ölçen sorular yöneltilmiştir. Bütün bu verileri toplamak amacıyla işletmelere 99 soruluk bir anket uygulaması yapılmıştır. Sonuçların değerlendirilmesinde SPSS istatistik analiz yöntemleri kullanılmış olup; tanımlayıcı istatistiğe bağlı elde edilen sonuçlar tablo ve grafikler halinde sunulmuştur.

C. Araştırma Bulguları ve Değerlendirme

Bu bölümde hem anket verilerinden hem de işletmelerin mali durumlarına ilişkin elde edilen verilerin bir değerlendirmesi yapılmıştır. Yapılan ankete ait olan sonuçlar işletmelerin genel yapılarına, finansal yapılarına, üretim yapılarına ve pazarlama yapılarına ait bulgu ve değerlendirmeler, alt başlıklar halinde detaylı olarak grafik ve tablolar eşliğinde aşağıdaki biçimde sunulmuştur.

İşletmelerin Genel Yapısı

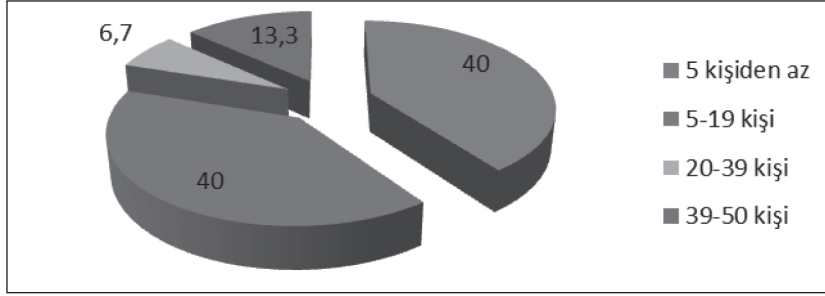
İşletmelerin hukuki yapısına bakıldığı zaman katılım sağlayan 15 firmanın çoğunu gerçek kişi işletmesi ve limited şirket yapısı oluşturmaktadır. Bu verilerden yola çıkarak ankete katılım sağlayan firmaların daha çok aile işletmesi şeklinde kurulmaya yöneldiklerini ifade edilebilir.



Şekil 5: İşletmelerin hukuki yapısı

İşletmelerde İstihdam Edilen İşçi Sayısı

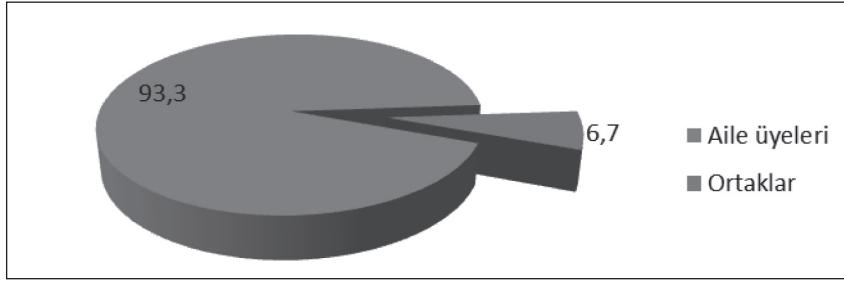
Tarım makineleri işletmelerinin genel yapısına bakıldığında, istihdam edilen işçi sayısının 5-19 kişi arasında değiştiği görülmektedir. Aynı zamanda bu işletmelerde teknik personel ve kalifiyeli personel eksikliği göze çarpmaktadır. Söz konusu işletmelerde alanında uzman teknik personel (mühendis, tekniker vb.) olması o işletmelerin daha etkin çalışmasına katkıda bulunacaktır. Bu bağlamda, yörede bulunan katılımcı işletmeler teknik personel sayısını arttırmalı ve personellerini eğitime yoluna gitmelidirler.



Şekil 6: İşletmelerde istihdam edilen kişi sayısı

İşletmelerin Yönetimi

İşletmeler yönetim durumları açısından değerlendirildiğinde; ankete katılan işletmelerin ağırlıklı olarak aile üyeleri tarafından yönetildiği görülmektedir. Gerçek kişi işletmelerinin kuruluş şekilleri daha çok “tek kişi ya da iki kardeşin bir araya gelerek çoğunluk hisseleri paylaşmaları” şeklinde olmaktadır. Bu tür aile şirketlerinin toplam şirketler içindeki payı Türkiye’de % 95’lere kadar varırken, Avrupa ülkelerinde oran % 70-80 civarındadır. Anket kapsamında değerlendirilen işletmelerin ise % 93,3’ü gerçek kişi işletmesidir. Ancak bazen aile üyeleri tarafından yönetilen işletmelerde üretim, pazarlama, finans vb. alanlarda etkin ve tarafsız kararlar alma noktasında sıkıntılar yaşanabilmektedir. Bunu en az seviyeye indirmek için yönetici seçimi iyi yapılmalıdır. Yönetici seçimi yapılırken objektif bakış açısıyla seçim yoluna gidilmeli ve yönetim alanında uzman olan bireyler tercih edilmelidir.



Şekil 7: İşletmelerde yönetim

İşletmelerin Finansal Yapısına İlişkin Değerlendirmeler

Bu bölümde işletmelerin finansman kaynakları, finansman kaynaklarının yönetimi, işletmelerde yaşanan finansman sorunlarının nedenleri gibi konulara ilişkin elde edilen veriler yer almaktadır. gibi konulara ilişkin elde edilen veriler sunulmaya çalışılacaktır.

İşletmeler kuruluş aşamasında sermayeye ihtiyaç duymakta ve bu ihtiyaçlarını gidermek için de çeşitli kaynaklara yönelmektedirler. Bu kaynaklar; 3. şahıslara borçlanma, ticari kredi, mevcut gayrimenkullerin (ev, arsa, bina vb.) satışı, banka kredisi vb. kaynaklar olabilmektedir. Günümüzde risk sermayesi de işletmelerin kuruluş aşamasında yöneldikleri bir diğer sermaye ve finansman kaynağı olarak karşımıza çıkmaktadır. Her işletme belli oranda kuruluş sermayesi gerektirmektedir. Kuruluş sermayesi miktarı, işletmenin büyüklüğüne, sektördeki pazar payına, hukuki yapısına, çalıştırdığı personel sayısına vb. faktörlere göre değişebilir özellik taşımaktadır.

Kuruluş sermayesi kaynakları

İşletmelerin kuruluş sermayelerini kendi özkaynakları vasıtasıyla sağlamış oldukları görülmektedir. Bu oranın % 100 olması anket çalışmamıza dâhil olan bütün işletmelerin bu şekilde kurulduğunu ve kurulma aşamasında finans sıkıntı yaşamadıklarını yansıtmaktadır.

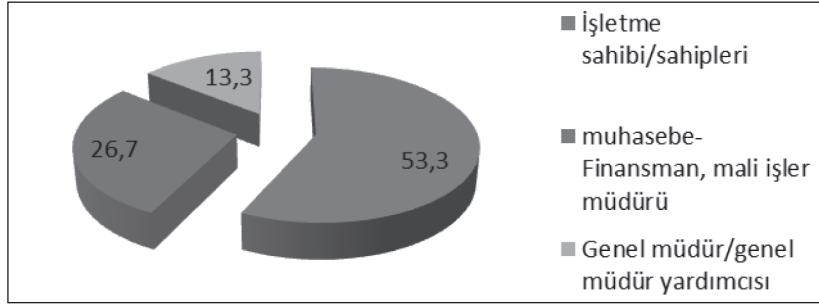
Tablo 3: Kuruluş sermayesi kaynakları

	Sonuçlar
Kendi öz kaynakları ile	100

Finansman Kararları

İşletmelerin başarısında ya da başarısızlığında finansal kararların özel bir önemi vardır. Bu sebeple, finansman kararlarında etkinlik arttıkça; buna paralel olarak işletmelerin başarı oranı da artmaktadır. Ancak belirsizliğin ve değişimin hızla arttığı çağımızda finansal kararlarda etkinliği ve verimliliği arttırmak gittikçe zor olmaya başlamıştır. Bu zorluğun aşılması finansal açıdan gerekli olan ilkelerin ve kararların (yatırım kararları, finansal kararları, vb.) uygulanmasıyla ilgilidir. Bununla birlikte, bu kararların etkin bir şekilde verilmesi için; alanında uzman personelin işletmelerde istihdam edilmesi gerekir. Bugün birçok işletmenin sorunu da, yeterli eğitime sahip finans personelinin bulunmamasıdır.

Anket sonuçlarına göre Muş'ta faaliyet gösteren tarım alet ve makine üreticileri de aynı sorunla karşılaşmaktadır. Verilen yanıtlarda finans kararlarını veren organın "İşletme sahibi/sahipleri" olması bu alanda ciddi sorunlar olduğunu açıkça göstermektedir. Bu da bir kez daha çalışanların yeterli eğitimlerle desteklenmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

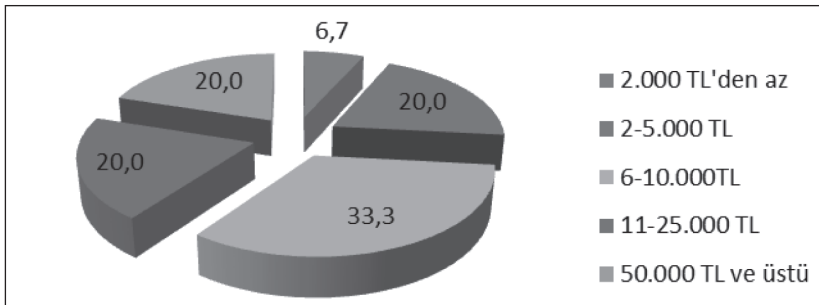


Şekil 8: Finansman kararları

İşletmelerde Elde Edilen Cirolar

İşletmeler kurulurken ve faaliyetlerini yerine getirirken devamlılık, büyüme, kâr elde etme gibi unsurları göz önüne alırlar. Bu açıdan bir işletmelerin öncelikli amaçlarından biri de kar elde etmek ve faaliyetlerini de buna göre şekillendirmektir. İşletmeler, daha az maliyete katlanarak daha yüksek kâr elde etmek içinse, haftalık, aylık ve yıllık cirolarını belirlemek zorundadır. Bu nedenle bütün maliyet kalemlerini ve gider kalemlerini de dikkate almalıdırlar.

Araştırma sonuçlarına göre işletmelerin aylık ciroları 6-10.000 TL'dir (%33,3). İşletmelerin %6,7 oranı ise, 50.000 TL ve üstü ciroya sahiptir. Bu durum işletmelerin üretim kapasitelerinin artmasını gerektiğini göstermektedir. Pazarlama satış ve dağıtım alanlarında ise işletmeler daha çok başarı elde etmek zorundadırlar. Bu bağlamda işletmeler ciroları üzerine olumlu katkı sağlayacak çalışmalara ve düzenlemelere yönelmelidirler.

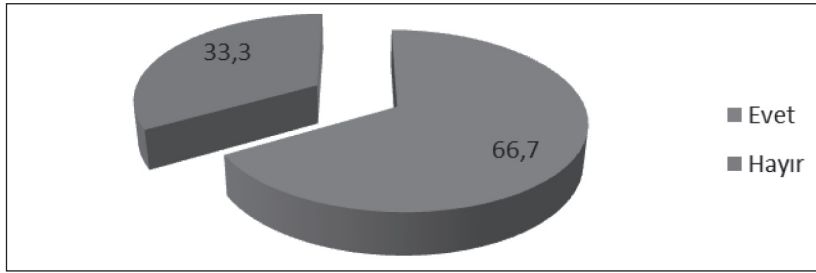


Şekil 9: İşletmelerde elde edilen cirolar

İşletmelerin Finansman Sorunları

Günümüzde birçok işletme ciddi finansal sorunlarla karşı karşıya gelmektedir. Finansal sorunlar, yönetim ve organizasyondan kaynaklanan sorunlar; sermaye yapılarına iliş-

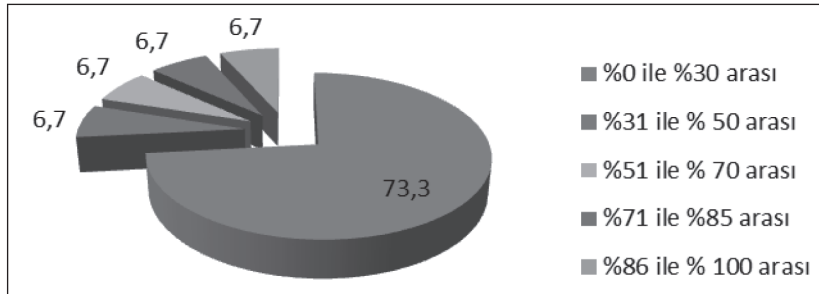
kin sorunlar; mali piyasalarla ilgili sorunlar ya da teşvik noktasında karşılaşılan sorunlar olarak sıralanabilir. Bu sorunlar, ülkemizde olduğu gibi, Doğu Anadolu bölgesinde de faaliyet gösteren birçok işletmede önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu veriyi doğrulayan diğer bir önemli bulgu da yapılan bu çalışmanın sonucudur.



Şekil 10: İşletmelerin finansman sorunları

Kredili Satışlar

Ankete katılan işletmeler, hem kredili olarak satın almaya yönelmekte hem de ürünleri kredili satış yoluyla sunmaktadır. Çıkan veri sonucu, bu işletmelerin % 73.3 oranında kredili satış yaptığını göstermektedir. Bu durum, işletmelerin yaşadığı finansal sorunları artırabilmektedir.

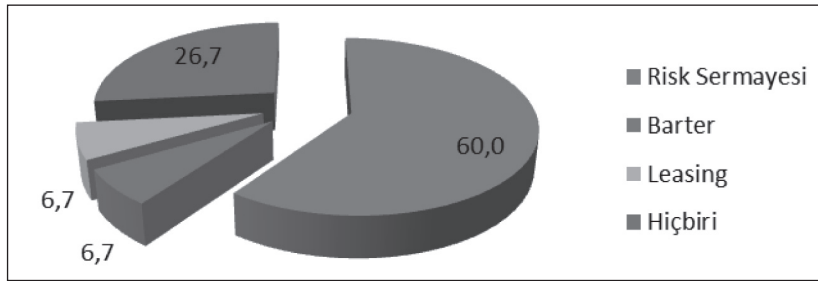


Şekil 11: Kredili satışlar

İşletmelerin Kullandıkları Finansman Araçları

İşletmeler kimi zaman farklı finansal araçlara ihtiyaç duyabilmektedirler. Son yıllarda dünyada ve ülkemizde ticari, banka kredileri gibi araçlar dışında risk sermayesi, barter sistemi, leasing vb. yeni alternatif finansman kaynakları geliştirilmiştir. İşletmelerin bugüne değin kullandıkları alternatif finansman kaynakları incelendiğinde, % 60 oranında risk sermayesi birinci sırayı almakta, barter ve leasing sistemleri ise % 6,7'lik dilimde

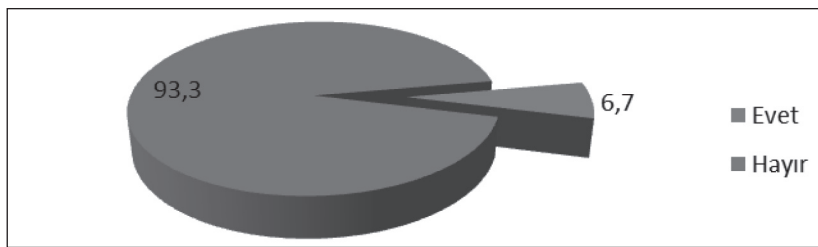
aynı oranda tercih edilmektedir. Risk sermayesinin yüksek oranda kullanılmış olması işletmelerimizin risk almaktan çekinmediklerini gösteren önemli bir bulgudur. İşletmelerin risk sermayesine yönelmelerindeki en etkin sebepler; uzun vadeli yatırım yapmaya istekli olmaları, yatırım yapılacak olan çalışmaların teknolojik verimliliklerini en yüksek düzeyde elde ederek kâr amacı gütmeleri gibi sebeplerdir. Leasing ve barter sisteminin düşük oranda kullanılmasının sebebi ise, yeterli finansal bilgiye sahip olmama, finansal bağlantıların zayıf olması ve takas sistemine uygun üretim faaliyetinin gerçekleşmemesi gibi sebepler gündeme gelmiştir. Katılım sağlayan birkaç firma ise hiçbir alternatif finansman kaynağı kullanmaktadır. Kullanılmama sebebi ise bu kaynaklarla ilgili yaşanan bilgi eksikliği sorunu ve kullanıma elverişli finansal yapının olmamasıdır.



Şekil 12: İşletmelerin kullandıkları finansman araçları

İşletmelerin İhracat Durumları

Araştırma kapsamında ankete katılan işletmelerin ihracat ile ilgili durumları değerlendirildiğinde bu işletmelerden sadece 1 tanesinin ihracat yapmakta olduğu görülmektedir.



Şekil 13: İşletmelerin ihracat durumları

Kısa Vadeli Finansman Kaynaklarının Maliyetleri ve Kolay Sağlanması

İşletmeler bazen kısa vade bazen de orta ve uzun vade krediye ihtiyaç duyar. Bazen de aşağıda yer alan finansman kaynaklarına ihtiyaç duyarlar. İşletmelerde finansman kaynaklarının maliyeti ve sağlanabilirliğinin kolay mı zor mu olduğuna yönelik incele-

me yapıldığında, değişkenler arasında en yüksek oranda değer yansıtan sonucun “banka kredisi” olduğu görülmüştür. Bu durum işletmelerin finansal sıkıntılarını gidermek için kullandıkları en önemli enstrüman olan banka kredisi sonucunu doğrular niteliktedir.

Tablo 4: Kısa vadeli finansman kaynaklarının maliyetleri ve kolay sağlanmaları

	Sonuçlar
Ticari kredi	3,27
Banka kredisi	3,73
Varlığa dayalı menkul kıymet	3,20

Kısa Vadeli Finansman Sorununun Nedenleri

Bölgede yer alan tarım makineleri işletmeleri ile yapılan çalışmada finansal açıdan daha çok kısa vadeli sorunlar yaşandığı ortaya çıkmıştır. Birçok işletme yetersiz işletme sermayesi sıkıntısı yaşamakta, harcanan giderleri iyi tespit edememekte, alternatif finansman kaynaklarıyla ilgili sorunlar yaşamaktadır.

Muş ilinde faaliyet gösteren tarım makineleri işletmelerinin de yaşadığı en önemli kısa vadeli sorunların başında “yetersiz işletme sermayesi”, ikinci sırada “üretim maliyetlerindeki artışlar”, üçüncü sırada ise “satış karlılığının düşük olması” yer almaktadır. Diğer sebeplerde belirtilen ancak çok fazla etkileyici olmayan sebepler içinde yer almaktadır.

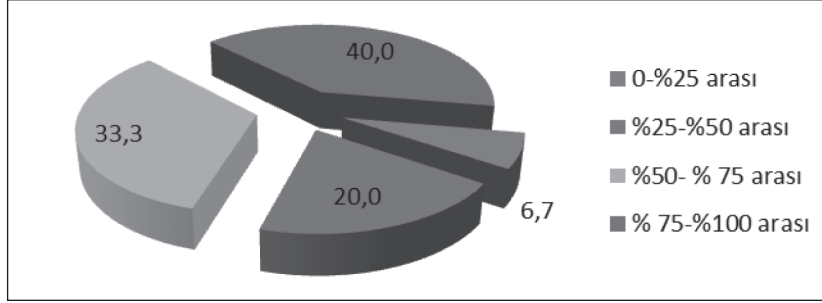
Tablo 5: Kısa vadeli finansman sorunlarının nedenleri

	Sonuçlar
Yetersiz işletme sermayesi	4,71
Banka kredilerinin pahalı/faizlerin yüksek oluşu	3,57
Alacaklarımızı tahsilatta karşılaştığımız güçlükler	3,38
Satış karlılığının düşüklüğü	4,00
Banka kredisi sağlamada güçlükler	3,43
Önceden yapılan yatırımlara harcanan kaynaklar	3,50
Maliyetlerdeki artışlar	4,13

İşletmelerin Kapasite Kullanım Oranları

KKO, bir üretim biriminin kullanım kapasitesinin, aynı üretim biriminin maksimum kapasitesine olan oranıdır. Anket sonuçlarına göre ankete katılan işletmelerin % 40’ı, %75-%100 arasında kullanım oranına sahiptir. İşletmelerde KKO’nun % 100’ü bulmaması önemli bir konu olmakla birlikte, mevcut bir bölgede kurulu kapasite üzerine ya-

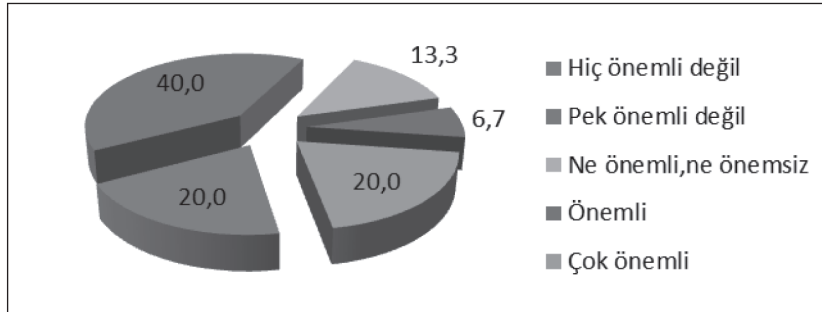
tırım yapmak yani aynı alet ve makinaları üretecek işletmeler kurmak, kaynak israfına neden olmaktadır.



Şekil 14: İşletmelerin kapasite kullanım oranları

Talep Yetersizliği

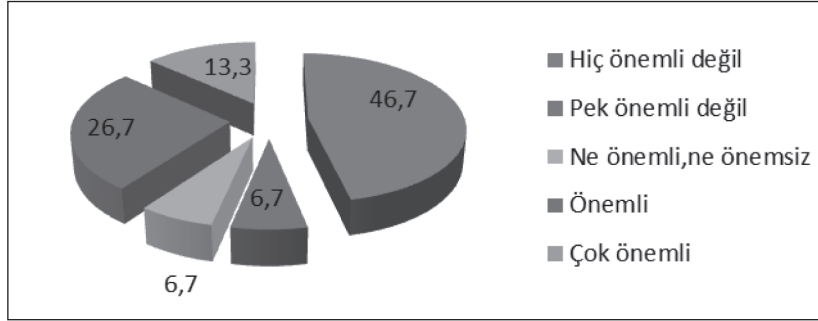
İşletmelerde kapasite kullanım oranının % 100 olmamasının nedenlerini öğrenmek için sorulan bu soruda işletmelerin kapasite kullanım oranlarındaki düşüklüğün nedenleri arasında “talep yetersizliğinin pek önemli olmadığını” ağırlık kazanmaktadır (%40). Bununla birlikte, üreticilerin %26’sı açısından, talep yetersizliği önemlidir. İşletmelerin neredeyse tümü aynı alet ve makinaları ürettiğinden; bu durum bazı işletmelerin diğer işletmelere göre mallarını pazarda daha iyi tutundurabildiğini göstermektedir.



Şekil 15: Talep Yetersizliği

Hammadde Yetersizliği

Yine kapasite kullanım oranının az seviyede çıkması bağlamında sorulan hammadde yetersizliğine dair soruda bazı işletmeler için hammadde yetersizliği hiçbir sorun olmazken (kümülatif olarak %53.4) diğer işletmeler için önemli sorun olarak görülmektedir (kümülatif olarak %40).

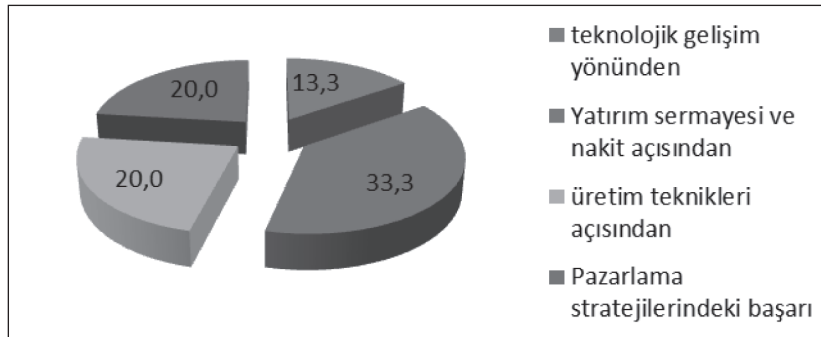


Şekil 16: Hammadde yetersizliği

İşbirliği İçinde Çalışmanın Etkileri

Son zamanlarda kümeleşme kavramı olarak ifade edilen işbirliği kavramı; coğrafi açıdan birbirine yakın olan ve birbiriyle ilişkili işletmelerin, komşu sektörlerin ya da tedarikçilerin, kurumların bir araya gelerek rekabet içinde çalışması şeklinde tanımlanır. Bugün alanını genişletmek isteyen birçok işletme yönetsel, üretim, finansal ve teknoloji kaynaklı sıkıntılardan dolayı işbirliği yapmayı tercih etmektedir. İşletmeler kümeli bir şekilde çalışmanın işletme başarısını arttırmada önemli bir rol üstlendiği gerçeğini kabul etmişlerdir. Bir işletmenin ekonomide kümeli şekilde çalışmasında elde edeceği başarıyı ölçen coğrafi kapsam, yoğunluk, genişlik, derinlik, büyüme potansiyeli, inovasyon (yenilik) kapasitesi, örgütlenme, yürütme gibi ölçütler vardır. Bu ölçütlerin sağlanmış olması küme konusunda başarı sağlandığının göstergesi olarak kabul edilebilmektedir.

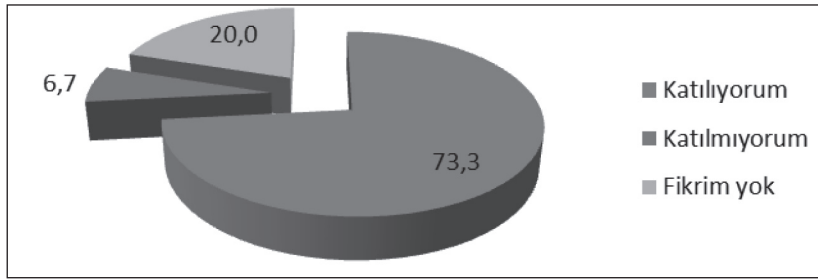
Ankete katılan işletmelere kümelenmenin işletmeler arasında nasıl bir avantaj yaratacağına dair soru sorulduğunda; işletmeler kümelenmenin, “yatırım sermayesi ve nakit açısından yaşanan sıkıntıdan” ve “üretim teknikleri ve pazarlama stratejileri” kolaylık getirebileceği için tercih edilebileceğini belirtmektedirler.



Şekil 17: İşbirliği içinde çalışmanın etkileri

Kümelenmenin Üretim Kapasitesi Üzerine Etkisi

İşbirliği içinde çalışmanın işletmenin birçok alanda başarı sağlamasına önemli katkısı bulunmaktadır. Bu bağlamda kümelenmenin üretim kapasitesi üzerinde nasıl bir etkisi olduğunu saptanmaya çalışıldığında işletmelerin %73,3'ünün kümelenmenin üretim kapasitelerini arttıracığına inandıklarını belirtmektedirler.



Şekil 18: Kümelenmenin üretim kapasitesi üzerine etkileri

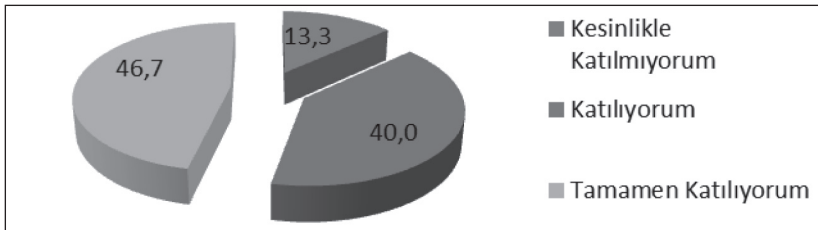
İşletmeciler kümelenmenin üretim kapasitesi, üretimi ve pazarlamayı arttıracığını vurgulamaktadırlar. Bununla birlikte bütün firmaların tek bir işletme gibi davranacağı kümelenme fikrine hepsi karşı çıkmaktadır. Firmaların kümelenmesinin önündeki en büyük engeller ise “örgütlenme”, finansal kapasite ve sahip olunan üretim teknikleri olarak gösterilmektedir.

Firmaların Pazarlama Yapısına İlişkin Değerlendirmeler

Bu bölümde işletmelerin pazar sorunları, pazarlama politikaları, markalaşma, üretilen ürünlerin tutundurulması gibi konulara ilişkin veriler değerlendirilmiştir.

Pazarlama Sorunu

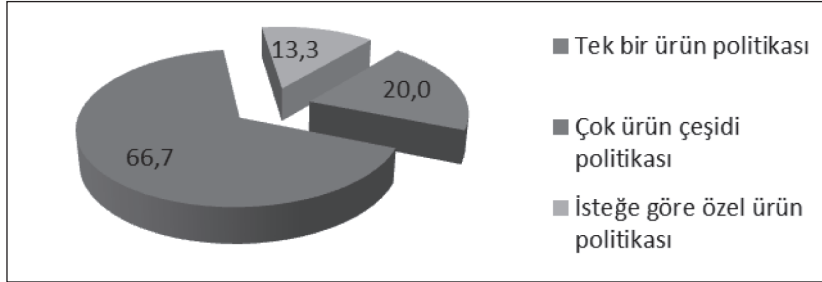
Son zamanlarda işletmelerin pazarlama alanında ciddi sorunlar yaşadığı gerçeği göz ardı edilemez ölçüdedir. Sınırlı bütçeye sahip olma, pazar bilgisi eksikliği, dış pazarlara açılmama, müşteri hizmetlerinde yetersizlik, e-ticaretten yararlanamama, pazarlama konusunda yeterli ve eğitilmiş eleman sıkıntısının yaşanması gibi sorunların olduğu görülmektedir. Bu bağlamda işletmecilere sorulan soruya işletmecilerin % 46,7'si işletmelerinde pazarlama sorunu olduğunu düşündüklerini ifade etmişlerdir.



Şekil 19: Pazarlama Sorunu

Hedef Pazara Ulaşmak İçin Takip Edilen Politikalar

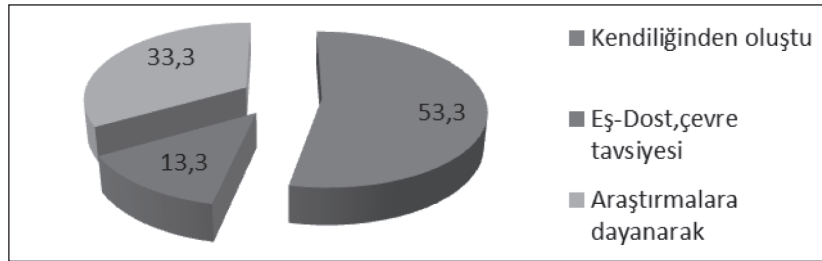
Ankete katılan işletmeler, hedef pazar payını arttırmak için imkân olması halinde “çok ürün çeşidi politikasını seçmek istediklerini belirtmektedirler.



Şekil 20: Hedef Pazara Ulaşmak İçin Takip Edilen Politikalar

Hedef Pazar Seçiminde İzlenen Yöntemler

Katılımcı işletmelerin çoğu hedef pazar seçimi konusunda herhangi bir yöntem izlemediklerini ve pazarlarının kendiliğinden oluştuğunu belirtmişlerdir (%53,3). Bu durum işletmelerin pazarlama faaliyetlerini ve bu faaliyetlerin sonuçlarını; işletmecilerin tahmini bilgileriyle bütünleştirip karara bağladıklarını göstermektedir



Şekil 21: Hedef Pazar seçiminde izlenen yöntemler

İşletmeler İçin Markalaşmanın Önemi

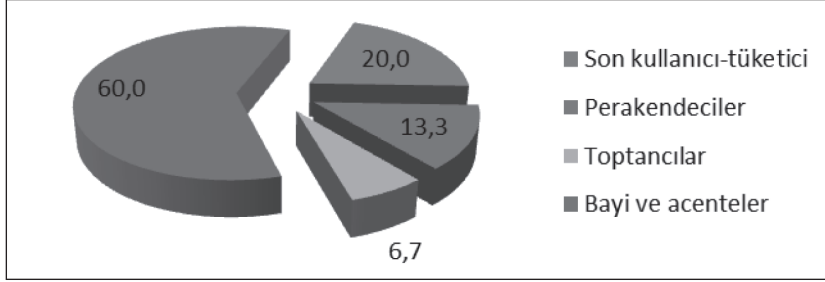
Ankete katılan işletmeler de markalaşma gerekliliğinin farkında olduğu için markalaşmaya büyük ölçüde önem vermektedirler.

Tablo 6: Markalaşmanın önemi

	Sonuçlar
Evet	14
Hayır	1

İşletmelerin Ürün Dağıtım Kanalları

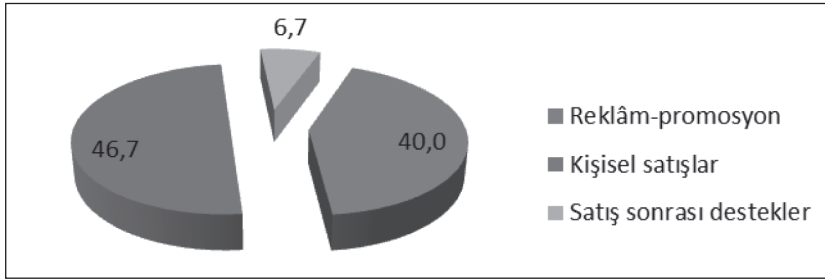
Anket sonuçlarına göre tarım alet ve makine işletmecileri daha çok bayi ve acenteleri tercih etmektedirler.



Şekil 22: Ürün dağıtım kanalları

Ürünlerin Tutundurulması İçin Yapılan Çalışmalar

Tutundurma kavramı, pazarlama faaliyetleri ile diğer faaliyetlerin uyum içinde olmasını sağlayan elemanları barındıran bir yöntem olarak kullanılmaktadır. Ürünlerin tutundurulması için çeşitli yöntemler vardır. Bunlar, kişisel satış, reklâm-promosyon, halkla ilişkiler ve satış sonrası destek gibi yöntemlerdir. İşletmeler tarafından ürün tutundurulmasına yönelik soruya verilen cevapta işletmecilerin % 46.7'si "Kişisel satışlar", % 40 'ı "Reklâm-promosyon" ve; % 6.7'si " Satış sonrası destekler" yoluyla ürünlerini tutundurmaya çalışmaktadırlar.



Şekil 23: Ürünlerin tutundurulması için yapılan çalışmalar

Sonuç

Türkiyenin dinamik ekonomisi içerisinde yer alan birçok işletme, sadece iktisadi açıdan değil, sosyo-ekonomik ve sosyo-politik etkisiyle de oldukça büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle illere göre ekonomik kalkınmışlığın son basamağında yer alan ve Türkiye'nin en fazla göç veren illerinden biri olan Muş için, tarım alet ve Makinesanayi son derece önemli bir yere sahiptir. Ancak işletmelerin karşı karşıya kaldıkları finansal

yetersizlikler, üretim kaynaklı sorunlar, pazarlama faaliyetlerinde yaşanan sıkıntılar ve bu gibi faktörlerin olumsuz etkileri nedeniyle işletmeler, birçok hedefe ulaşamamakta ve var olan potansiyellerini etkin bir şekilde kullanamamaktadırlar. Bu durum il sınırları içerisinde faaliyet gösteren işletmeler açısından ciddi zararları gündeme getirmektedir. Böylece sektörel gelişim istenilen başarıyı elde edememektedir. Bu durum da topluma fayda sağlayacak birçok çalışmayı engellemektedir.

İl genelindeki üreticiler, birçok tarım alet ve Makine işletmeleri sürekli artan rekabetçi ortama ve yeni pazarlara ulaşma amacıyla giderek artan finansman ihtiyacı duymaktadırlar. Bu nedenle, üretimden pazarlamaya kadar bütün imalat aşamalarında yeni stratejiler geliştirilmesi bu ihtiyaçların karşılanması içinde birçok teşvikten yararlandırılmalarıdır. Ancak ildeki üreticiler bir yandan yetersiz nakdi veya aynı teşviklerden yararlandırılırken diğer yandan yaşanan sorunların temelini oluşturan sektörle ilgili bilgi eksikliğinin giderilmesi konusunda herhangi bir yardım alamamaktadırlar.

Anket çalışmamıza katılım gösteren işletmelerin, çalışan sayıları ve ciroları incelendiğinde birçoğunun küçük ölçekli işletme olduğu görülmektedir. Bu nedenle araştırmaya konu olan işletmelerin kurumsal bir kimlik kazanmaları ve faaliyet alanlarını genişleterek daha büyük işletme haline gelmeleri zaman alacaktır. İşletmelerin kurumsal bir kimlik kazanarak büyük işletme haline gelmeleri birçok şartı sağlamalarına bağlıdır. Bu bağlamda özellikle lokal alanda sektörün sorunlarının çözümüne yönelik adımlar, üreticilerin de içinde bulunduğu bütün sivil toplum örgütleri (Ticaret Odası ve Makine Mühendisleri Odası gibi), kamu kurum ve kuruluşları ile birlikte eşgüdüm içinde atılmalıdır.

Kaynakça

Dryancour G. (2011), “CEMA Representing the European Agricultural Machinery Industry” http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/mechanical/files/machinery/masu-conf/dryancour_en.pdf.

DPT. (2001). Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı. Tarım Alet ve Makinaları Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu, DPT: 2546 . ÖİK: 562, ss.2.

Ekonomi Bakanlığı (2010). Tarım Alet ve Makinaları Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme ve Etüd Merkezi.

European Metalworkers Federation (EMF) (2010). “European Map Agricultural Machinery: An Employee Perspective, Belgium”. *European Metalworkers Federation*, ss.7-10.

Trade Map (2012). “Trade statistics for international business development”. Erişim Tarihi: 10.05.2012 <http://www.trademap.org/>

Yaltrık, A. (2002). *Turkish Agricultural Machinery Market Research Report*. Ankara.