



## Bursa İli Mustafakemalpaşa Peynir Tatlısı Üreten İşletmelerin Sosyo-Ekonomik Yapısı

### Socio-Economic Structure of Businesses Producing Mustafakemalpaşa Cheese Dessert in Mustafakemalpaşa District, Bursa Province

Gökhan UZEL<sup>1</sup>, Şule TURHAN<sup>2</sup>, Abdulhakim MAYIYOH<sup>3</sup>, Nurşen ÇİL<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Araş. Gör. Uludağ Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, Görükle Bursa.

<sup>2</sup> Doç. Dr. Uludağ Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, Görükle Bursa.

<sup>3</sup> Doktora Öğrencisi Uludağ Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, Görükle Bursa.

<sup>4</sup> Dr. Gıda ve Yem Kontrol Merkez Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, Bursa

#### Özet

Araştırmada Bursa İli Mustafakemalpaşa ilçesinde Mustafakemalpaşa Peynir Tatlısı üretimi gerçekleştiren işletmelerin sosyo-ekonomik analizinin yapılması planlanmıştır. Çalışma, tam sayım yoluyla ilçede faaliyet gösteren işletmelerin tümü incelenerek (13 adet) gerçekleştirilmiştir. Hazırlanan anket formları Ocak 2016-Nisan 2016 tarihlerini kapsamaktadır. İncelemeden elde edilen veriler yüzde değerler kullanılarak tablolar halinde verilmiştir. KOBİ niteliğinde olan bu işletmelerin yaklaşık %85'i 20 yıl ve üzerinde faaliyet göstermektedir. İşletmelerin yaklaşık %70'i dış finansman kaynaklarından yararlanmaktadır. Kredi faizlerinin yüksekliği, gelişmeleri yakından takip edememeleri ve verilen kredi karşılığı istenen garantiler gibi sorunlar nedeniyle dış finansman kaynakları KOBİ'lerin ihtiyaçlarını karşılamamakta ve bu işletmeler için yeni sorunlar yaratmaktadır. Devletin teşvikleri yetersiz düzeydedir. Üretimlerini yurtiçinde çeşitli bölgelere genişletmek isteyen üreticiler mali açıdan yeterli imkana sahip olamamaktadır. Ürün kalitesi açısından öncelikli sorun tatlı üretim standardının olmayışıdır. Ürüne yönelik yurtiçi ve yurtdışı pazarlarda farkındalık oluşmamış durumdadır. Tüm bu etkenler doğrultusunda kurumsallaşma sağlanmalı, finansal sorunlar giderilmeli, personelin nitelikleri artırılmalı ve kalite parametrelerine gereken önem gösterilmelidir.

**Anahtar kelimeler:** Bursa, Mustafakemalpaşa Peynir Tatlısı, KOBİ, Sosyo-Ekonomi, Finansman

#### Abstract

A socio-economic analysis research on Mustafakemalpaşa Cheese Dessert is conducted in Mustafakemalpaşa district, Bursa Province. As a sight of SME, the impact on economic on that area is quite high. A study was taken a sample from 13 firms which are operated all around this district. A survey had been done on the all stocks from all firms. The obtained data were examined by using percentage values. The SMEs has shown that approximately 85% of that business have been operated for 20 years and yet stil on operating. Approximately 70% of the firms benefit from external financial resources. All firms are based on family's business. The challenges of these firms are the high rate of interest in making loan, unwell monitoring of the development and some problems of uncertain given loan due to external funding sources which do not meet the need of SMEs requirement or these operators face another new challenge. The encouragement oportunites which are provided by the government are inadequate. Many manufacturers who want to expend their local production to other places could not have enough own financial support. In terms of product quality, cheese dessert is faced about product quality standard for dessert production. In the domestic markets and foreign markets there isn't an awareness towards the product. In the direction of all these factors, institutionalisation should be provided, financial problems must be solved, quality of personal must be improved and the need of quality standards should be taken into consideration.

**Keywords:** Bursa, Mustafakemalpaşa Cheese Dessert, SME, Socio-Economic, Financing

## 1. Giriş

Eski adı Kirmasti olan, Bursa'nın Mustafakemalpaşa ilçesi, Antik Çağ'dan bu yana şehrin önemli yerleşim yerlerinden biridir (Yavaş ve ark. 2008). Araştırma alanını oluşturan Mustafakemalpaşa ilçesi, Marmara Bölgesi Aşağı Susurluk Havzası'nın kuzeyinde, Bursa'ya 84 km uzaklıkta olup Mustafakemalpaşa Çayı'nın yanında yer almaktadır. Mustafakemalpaşa Çayı (Kirmasti Suyu) bölgeyi suladıktan sonra Uluabat (Apolyont) Gölüne dökülmektedir. İlçenin doğusu Orhaneli, güneydoğusu Büyükorhan, güneyi ve batısı Balıkesir, kuzeyi Karacabey ve Uluabat Gölü, kuzeydoğusu da merkez ilçe ile çevrilidir. İlçe nüfusu 99651 kişi olup toplam 131 mahalle bulunmaktadır (Anonim 2016a).

İlçe ekonomisinde Kestelek Bor Maden İşletmesi, Söğütalan ve Devecikonağı bölgelerinde bulunan mermer ve taş ocakları, Güllüce Mahallesi sınırlarında bulunan organize sanayi bölgesinde faaliyet gösteren fabrika ve işletmeler önemli rol oynamaktadır. Yine ilçe tarımsal faaliyetler açısından önemli bir noktada bulunmaktadır. Sebze, meyve, yem bitkisi ve endüstri bitkileri üretimi ilçede yoğun olarak yapılmaktadır. Bölgede farklı sanayi kollarında üretim yapan ekonomik değeri yüksek 79 adet fabrika bulunmaktadır. Bahsedilen ekonomik değerlere ek olarak, son yıllarda Mustafakemalpaşa Peynir Tatlısı yarattığı katma değer açısından ilçe ekonomisinin yükselen değeri olarak karşımıza çıkmaktadır. Mustafakemalpaşa Peynir Tatlısı, "Buğday ununun (TS 4500) baklavalık ve böreklik çeşidine, irmik (TS 2282), taze tuzsuz peynir, yumurta (TS 1068), içme suyu (TS 266), kabartma tozu ve gerektiğinde katkı maddeleri ilave edilip tekniğine uygun olarak hazırlanan hamura şekil verilerek tam pişirilmesi ile elde edilen, şeker şurubu ile kaynatılmamış, peynir tatlısı olarak da bilinen yarı mamül üründür" şeklinde tanımlanmıştır (Turhan ve Tamer 2015).

Türk mutfağında bilinen tatlılardan birisi olan Mustafakemalpaşa Peynir Tatlısının tarihi 1920'li yıllara uzanmaktadır. Önceleri ev ölçeğinde üretilen ve genellikle tek fırınlanmış olarak piyasaya sürülen bu ürünün 1980'li yıllar da üretim hacmi genişlemiş ve ilçede üretim yapan firmaların sayısı hızla artmıştır.

Üretimin artması ve canlanan ticari hayat, tatlının ülke genelinde daha çok yayılmasını sağlamıştır. Ancak raf ömrü kısa olan tatlının uzun süre dayanabilmesi için yeni tekniklerin geliştirilmesi ihtiyacı da ortaya çıkmıştır. Bu yıllarda fırınlamadan sonra güneşte kurutulan tatlıların özellikle İstanbul'da bulunan marketlerin raflarında yer alabilmesi için çeşitli denemelerde bulunulmuştur. Yeni bir pazar oluşturmaya çalışan tatlı üreticilerinin ısrarı ile poşetler ile ambalajlanan ve içinde tarifi yazılan kağıtların bulunduğu tatlının kurusu pazara sunulmuştur. Başlangıçta ilk fırınlamadan sonra güneşte kurumaya bırakılan tatlılar, güneş ışığından her zaman faydalanılamayacağı için ikinci bir ısı işleminden geçirilerek tekrar fırınlama tekniği ile içindeki su miktarının azami seviyeye düşürülmesi sonucu raf ömrü uzatılmıştır. Böylelikle satış miktarlarında artış meydana gelmiş, bahsedilen ekonomik katma değer artışı ortaya çıkmıştır.

Bu noktada coğrafi işaretler de büyük önem arz etmektedir. Türkiye'de de sayıları hızla artmakla birlikte pazarda tanınmayan dolayısıyla tüketici tarafından talebi az olan ürünler büyük bir potansiyel oluşturmakta, ürün yelpazesi geniş ve küçük ölçekte üreticilerin çok fazla olması itibarıyla da alternatif bir sosyo-ekonomik kalkınma aracı olarak önem taşımaktadır. Mustafakemalpaşa Peynir Tatlısı da bölgesel ve ulusal ölçekte bilinen bir gıda ürünü olmasına karşın coğrafi işaret mülkiyet hakları ve markalaşma sürecini tamamlayamamıştır. Bu süreç tamamlandığında ürün en başta bölge, akabinde ülke ekonomisi için büyük katma değer sağlayabilecektir. Bu açıdan Mustafakemalpaşa Peynir Tatlısı'nın bölge açısından öneminin artması; çok daha iyi bir üretim kontrolüne, özel satışların çeşit ve miktarının artmasına, ilçe bazında üretim yapan işletmelerin markalarını ve isimlerini güçlendirebilmesine imkan sağlayacaktır. Bu doğrultuda ilçe, bölge ve ülke açısından büyük bir ekonomik değer ortaya çıkabilecektir. Üretim gerçekleştiren KOBİ ölçeğindeki firmalar birçok farklı alandan hammadde istihdam etmektedir. Gerçekleştirilen istihdam diğer sektörler açısından da katma değer yaratacak ve kırsal kalkınmaya da büyük katkılar sağlayacaktır. Bu şekilde artan katma değer vasıtası ile sürdürülebilir bir kalite ve verimlilik artışı sağlanacak, üreticiler açısından önemli bir gelir ve güvence olacaktır. Tüm bunlara ek olarak, söz konusu ürünlerle tanınan yöreye yönelik ortaya çıkacak merak ile bölge turizmi gelişecektir.

İlçede Mustafakemalpaşa Peynir Tatlısı üretimine yönelik 13 üretim tesisi faaliyet göstermektedir. Bu işletmeler KOBİ olarak tanımlanmaktadır. Küçük ve orta boy işletmeler (KOBİ) bir ülkenin ekonomik, sosyal ve siyasal yaşamının dinamik unsurudur. KOBİ'lerin üretime istihdama ve istikrara yaptığı katkılar son derece önemlidir (Bekçi ve Usul 2001). KOBİ'ler ekonominin dinamik ve sürükleyici unsurlarından biridir. Dünyada olduğu gibi ülkemizin de sosyo-ekonomik gelişimi açısından büyük önem taşıyan KOBİ'ler genel olarak az sermaye kullanımı yanında daha çok el emeği ile çalışan çabuk karar verme yeteneğine sahip ekonomik işletmeler olarak tanımlanabilirler. Düşük düzeyde yönetim giderleri ve daha ucuz üretim gerçekleştirebilmeleri KOBİ'lerin avantajlarını oluşturur (Kutlu ve Demirci 2007). KOBİ'lerdeki finansal problemlerin başında finansman ihtiyaçlarının karşılanması gelmektedir. Şirketler finansman gereksinimlerini ya iç kaynaklarından ya dış kaynaklarından karşılamaktadır. Chen ve ark. 2005 yılında yaptığı araştırmasında kârlılığı yüksek olan firmaların sermaye harcamalarının da yüksek olduğunu ve daha az yabancı kaynak finansmanına gerek duyduklarını belirtmişlerdir.

Bunun yanında sınırlı üretim kapasitesi, düşük sermaye, yetersiz teknolojik altyapı, esnek operasyon kabiliyeti ve zayıf rekabet gücü KOBİ'lerin sahip oldukları karakteristik özelliklerdir (Shan-shan ve Wang 2007). İlhan 2006 yılında KOBİ'ler üzerine yaptığı araştırmasında “kitlesel üretim döneminin sona ermesi, üretimin tüketim odaklı bir yörüngeye girmesi ve tüketici taleplerinin değişken bir bağlama oturması KOBİ'lerin yükseliş trendinin yolunu açtığını ayrıca KOBİ'lerin esnek örgütsel yapıları sayesinde piyasalarında meydana gelen değişimlere hızlı ve kolay adapte olabileceğini” belirterek KOBİ'lerin önemini vurgulamıştır. Kushir ve ark. 2010 yılında 132 ülkeyi dikkate alarak yaptıkları bir çalışmada gelişmekte olan ülkelerde KOBİ'lerin payının daha ağırlıklı olduğu ve toplam katma değerinin 2/3'ünün KOBİ'ler tarafından oluşturulduğu, orta gelirli ekonomilerde de KOBİ'lerin payının giderek artmakta olduğunu ifade etmiştir.

KOBİ'ler düşük kapasiteye sahip işletmeler değil; çalışanlarıyla bir bütün olan, girişimcilik gücünü bünyesinde barındıran, üretim ve istihdama katkılar veren, konjonktürel değişimlere uyum sağlayabilen, maliyetlerde tasarruf sağlayabilen, özellikle kriz dönemlerinde ekonomik ve sosyal problemlerin artmasını engelleyebilen işletmelerdir. Buradan hareketle KOBİ'ler istikrar ve büyümenin anahtarıdır (Bekçi ve Usul 2001).

Ancak Türkiye ekonomisinde KOBİ'ler çoğunluğu oluşturmalarına rağmen toplam kredilerden aldıkları pay %4-5 civarında olmakta, yatırımların finansmanı için kaynak bulmada mevcut finansman yöntemlerinden yararlanamamakta, uzun vadede kredi temin edememekte, sermaye piyasası araçlarından neredeyse hiç faydalanamamaktadır (Çetin ve Bıtırak 2009).

Türkiye'de KOBİ'lerin yaşadığı ortak sorunlar, Mustafakemalpaşa Peynir Tatlısı üretimi sektörü ile çok yakından ilişkilidir. Bu doğrultuda KOBİ'lerin sorunlarının başında finansal sorunlar yer almakta, bu nedenle firmaların finansal yönetim, işletme sermayesi, yönetimde karşılaşılan güçlükler ve bu güçlüklerle yönelik çözüm önerilerinin araştırılması gerekmektedir. Çalışmanın amacı Bursa-Mustafakemalpaşa ilçesinde faaliyet gösteren Mustafakemalpaşa Peynir Tatlısı Üretimi gerçekleştiren KOBİ'lerin özellikle finansman sorunlarını tespit etmek ve bu sorunlara çözüm önerilerinde bulunmaktır.

## 2. Materyal ve Yöntem

Çalışmada veri toplama aracı olarak anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Literatür araştırması sonrasında edinilen bilgiler ışığında anket soruları oluşturulmuştur. Araştırma kapsamı içerisinde hazırlanan anket soruları literatürdeki çeşitli araştırmalara dayanarak (Aiken 1997, Burgess 2001, Crucefix 1998, Oppenheim 1966, Wilson ve McClean 1995) ve araştırma kapsamındaki bölgenin özellikleri dikkate alınarak oluşturulmuştur.

Araştırma Bursa İli Mustafakemalpaşa İlçesi'nde faaliyet gösteren Mustafakemalpaşa Peynir Tatlısı üreten işletmeleri kapsamaktadır. Araştırmanın ana materyalini peynir tatlısı üreten işletmelerin sosyo-ekonomik özelliklerini belirleyen birincil nitelikli veriler oluşturmuştur. İlçede toplam 15 adet firma mevcuttur. Bu firmalardan iki tanesi üretimlerini kesintili sürdürmelerinden dolayı incelemeye alınmamıştır. Çalışmada tam sayım yöntemi kullanılarak 13 adet firma ile anket yapılmıştır. Anket çalışması 2016 yılının Nisan ayında tamamlanmıştır. Anketler üretici mahallinde işletme yöneticisi ile bizzat araştırmacı tarafından yapılmıştır. İşletmelerin sosyo-ekonomik özellikleri olarak, işletmelerde yaş, cinsiyet ve eğitim durumu belirlenmiş, işletme ve yöneticileri hakkında bilgiler verilmiştir. İşletmelerin finansal yapı ve sorunlarına değinilmiştir (Vural 2012). Anket sorularında yer alan sorular yüzde yöntemi ile değerlendirilip yorumlanmıştır (Anderson 1958, Timm 2002).

## 3. Tartışma

Bu çalışmada Bursa ili Mustafakemalpaşa ilçesi'nde faaliyet gösteren Mustafakemalpaşa Peynir Tatlısı üreten işletmelerin sosyo-ekonomik analizi yapılmıştır. Tam sayım sonucu 13 adet firma ile yapılan anket sonucu elde edilen verilerin normallik testi (Saphiro-Wilk W testi) sonucu normal dağıldığını göstermiştir.

Çizelge 1'den de görüleceği üzere işletme sahiplerinin %92,31'i erkektir ve %30,77'si 40-49, %23,08'i 50-59, %23,08'i 18-29, %15,38'i 30-39 ve %7,69'u 60 yaş ve üzerindedir. İşletme sahiplerinin eğitim düzeyleri incelendiğinde ise %38,46'nın lisans ve lisansüstü düzeyde eğitime sahip oldukları gözlemlenmiştir. Bölgede yeni kurulan bir işletme olmadığı tespit edilmiş ve işletmelerin %84,62'sinin 20 yıl ve üzerinde faaliyet gösterdiği belirlenmiştir.

**Çizelge 1.** Ankete katılan işletmelerin demografik özellikleri

<i>Kişisel Özellik</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>	<i>Eğitim Durumu</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>
<b>Cinsiyet</b>			İlkokul	4	15,39
Kadın	1	7,69	Ortaokul	4	30,77
Erkek	12	92,31	Lise	2	15,38
<b>Yaş</b>	<b>Frekans</b>	<b>%</b>	Üniversite	2	7,69
18'den küçük	0	0	Yüksek Lisans ve üstü	1	30,77
18-29	3	23,08	<b>Faaliyet yılı</b>	<b>Frekans</b>	<b>%</b>
30-39	2	15,38	16-20 yıl	2	15,38
40-49	4	30,77	20 yıl ve üzeri	11	84,62
50-59	3	23,08			
60 ve üzeri	1	7,69			

Faaliyet gösteren firmaların tamamını aile işletmeleri oluşturmaktadır. Çalışan personel sayısı ise işletmelerin %53,84'ünde 10-49 arasında %46,16'sında ise 1-9 arasındadır (Çizelge 2).

**Çizelge 2.** İşletmelerin personel yapısı

<i>İşletmelerin yönetimi</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>	<i>İşletmelerin istihdam yapısı</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>
Aile üyeleri	13	100	1-9	6	46,16
Ortaklar	-	-	10-49	7	53,84
			50-249	-	-
			250 ve üstü	-	-

İşletmelerin %53,84'ü 1-10 milyon TL, %46,16'sı 1 milyon TL'lik sermayeye sahiptir (Çizelge 3). İlçedeki peynir tatlısı üreticisi işletmelerin sermaye yapısı diğer işletmelere göre oldukça düşük kalmaktadır.

**Çizelge 3.** İşletmelerin sermaye yapısı

<i>Firmanızın sermaye büyüklüğü (TL)</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>
<1 milyon	6	46,16
1-10 milyon	7	53,84
11-25 milyon	-	-
26-50 milyon	-	-
51 milyon ve üstü	-	-

İşletmelerin %84,62'si öz kaynaklarla kurulmuştur ve yine %84,62'si teşvik kullanmadığını bildirmiştir. Yine işletmelerin %69,23'ü dış finansman kullanmaktadır. Tercih ettikleri finansman vadesi ise işletmelerin %69,23'ünde orta vadeli (Çizelge 4).

**Çizelge 4.** Finansman kullanım oranları

<i>İşletmelerin sermaye kaynakları</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>
Öz kaynak	11	84,62
Diğer	2	15,38
<b>Teşvik Kullanma Durumu</b>		
Evet	2	15,38
Hayır	11	84,62
<b>Kullandırılan Teşviklere Bakış Açısı</b>	<b>Frekans</b>	<b>%</b>
Teşvikler Yetersiz	3	23,08
Teşvikler Kısmen Yeterli	2	15,38
Teşvikler Yeterli	8	61,54
<b>Dış Finansman Kullanma Durumu</b>	<b>Frekans</b>	<b>%</b>
Evet	9	69,23
Hayır	4	30,77
<b>Tercih Edilen Dış Finansman Vadesi</b>	<b>Frekans</b>	<b>%</b>
Kısa	1	7,69
Orta	9	69,23



Sektördeki işletmelerin ayakta kalması, rekabet etmesi ve büyümesi için devletin sağladığı teşviklerle ilgili araştırma sonuçları Çizelge 4’de verilmiştir. İşletmelerin %23,08’i devlet tarafından sağlanan teşviklerin yetersiz olduğunu ifade etmiştir. Bu işletmelerin %61,54’ü teşviklerin yeterli olduğunu ifade ederken, işletmelerin yalnızca %15,38’i teşviklerin kısmen yeterli olduğunu belirtmiştir.

**Çizelge 5.** İşletmelerin finansman sorunları

<i>Finansman Sorunlarına Çözüm Önerileriniz</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>
Teşviklerden yararlanmak	9	69,2
Sermaye artırımı	1	7,7
Banka kredilerinden yararlanmak	2	15,4
Yakın çevreden yararlanmak	-	-
Diğer	-	-
Finansman sorunumuz yok	1	7,7

İşletmeler yaşadıkları finansman sorunlarını verilen teşviklerden yararlanarak çözebileceklerini düşünmektedirler (%69,2). İşletmelerin %15,4’ü banka kredilerinden yararlanarak, %7,7’si ise sermaye artırımı yoluyla finansal sorunlarını çözebileceklerini ifade ederken %7,7’lik bir kısmı ise finansal sorunlarının olmadığını belirtmiştir (Çizelge 5).

#### 4. Sonuç

Bu çalışmada Bursa İli Mustafakemalpaşa ilçesindeki Mustafakemalpaşa Peynir Tatlısı üreten işletmelerin sosyo-ekonomik yapıları üzerinde durularak büyüme sürecindeki sorunları ortaya konulmuştur. Araştırma alanındaki işletmelerin tamamı KOBİ niteliğindeki işletmelerdir. KOBİ’ler; değişen piyasa koşullarına hızlı uyum yetenekleri, esnek üretim yapıları, bölgeler arasında dengeli büyüme, işsizliğin azaltılması ve yeni iş alanları açılmasındaki katkıları gibi birçok olumlu özellikleri nedeniyle, ülkelerin ekonomik ve sosyal kalkınmasında önemli yer tutmaktadırlar. Ülkemizde de işletmelerin %99,77’sini oluşturan KOBİ’ler, toplam istihdamın %78’ini, toplam katma değer %55’ini, toplam satışların %65,5’ini, toplam yatırımların %50’sini, toplam ihracatın %60,1’ini, toplam kredilerin %24’ünü gerçekleştirmektedir. Bu rakamlar, KOBİ’lerin Türkiye ekonomisindeki önemli rolünü açıkça göstermektedir (Anonim 2016b). Bu önemli özelliklerinin yanı sıra, KOBİ’lerin yaşadıkları ve çözmeleri gereken birtakım sorunları da bulunmaktadır. KOBİ’lerde yönetim tarzı, amaçlar, varsayımlar ve değerler işletme sahibi yönetici tarafından ortaya konmakta ve şekillenmektedir. Dolayısıyla işletme içerisinde yöneticinin kararlılığı ve hırslı, niyet ve amaçları, varsayımları, ahlaki değerleri ve kişilik yapısı işletmenin büyümesinde önemli rol oynamaktadır. KOBİ’lerde bütün yetki ve sorumlulukların tek kişide toplanmasının bazı avantajları olduğu gibi, dezavantajları da vardır. Bunların en önemlisi, işletme fonksiyonları çeşitlenip karmaşık hale geldiğinde, sahip yöneticinin yetersiz kalmasıdır (Börü 1997). Bu durumda yönetici, muhasebeci, satış elemanı, personel yöneticisi, finansal uzman, üretim teknisyeni vs. rolleri oynamak durumundadır. Pek çok iş sahibi/yönetici bu rollerin gerektirdiği bilgi ve yeteneğe her zaman sahip olamamaktadır. Bu nedenle, pek çok işletme başarısız olmaktadır. KOBİ’lerin büyük çoğunluğu işletme fonksiyonlarının çeşitlenmesine karşılık, yöneticinin yetersizleşmesi ve yetki devretmemesi nedeniyle kapanma veya bağımsızlığını kaybetme tehlikesiyle karşı karşıya kalmaktadır (Özgener 2003). Araştırma alanında faaliyet gösteren işletmelerde tüm kararların tepe yönetimi tarafından verildiği bir yönetim anlayışı hakimdir. Merkezci anlayışın hakim olmasının en önemli sebeplerinden birisi, bu işletmelerin tamamının küçük aile işletmesi olarak faaliyet göstermesidir. İyi organize olmayan, büyüme isteğine rağmen geleneksel yönetim uygulamalarını değiştirmeyen, temel kararda tek kişiye (patron) bağlı kalan ve karar yetkisini diğerleriyle paylaşmayan, dolayısıyla sinerji yaratmayan işletmelerin sermayesi, satış miktarı, karı, pazar payı vs. artsa bile, yönetim sürekli olarak büyümeyi sınırlayıcı rol oynayacaktır. Ayrıca araştırma sonuçları işletmecilerin eğitime ve yenilenmeye önem verdiklerini ortaya koymaktadır. Finans dünyasındaki gelişmeleri yakından takip edememeleri, kredi hacimlerinin düşük olması, kredi maliyetlerinin yüksek olması sektörün finansal anlamdaki güçlenmesini engellemektedir. Diğer bir sorun da tatlı üretim standardının olmamasıdır. Daha kaliteli ve kârlı bir ürün üretimi için mutlaka standartların oluşturulması gerekmektedir. Ayrıca ürüne yönelik bir farkındalık oluşturulması için coğrafi işaret tescil belgesinin alınması öncelik olarak görülmektedir.

Devletin sağladığı teşvik imkanları yetersiz düzeydedir. Üretimlerini yurtiçi çeşitli bölgelere genişletmek isteyen üreticiler mali açıdan yeterli imkânâ sahip olamamaktadır. Bu doğrultuda sektör için teşviklerin artırılması ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Yine kısa vadeli ve yetersiz düzeyde verilen banka kredileri sektörün büyümesinin önünde benzer bir engel teşkil etmektedir. Sektöre yönelik kredi miktarları ve vade sürelerinin uzatılması gerekmektedir.

Devletin sağladığı teşvik imkanları yetersiz düzeydedir. Üretimlerini yurtiçi çeşitli bölgelere genişletmek isteyen üreticiler mali açıdan yeterli imkânâna sahip olamamaktadır. Bu doğrultuda sektör için teşviklerin artırılması ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Yine kısa vadeli ve yetersiz düzeyde verilen banka kredileri sektörün büyümesinin önünde benzer bir engel teşkil etmektedir. Sektöre yönelik kredi miktarları ve vade sürelerinin uzatılması gerekmektedir.

Mali yetersizlikler teknolojik gelişim ve ürün kalitesinin gelişimini zorlaştırmaktadır. Ürün kalitesi noktasında Mustafakemalpaşa Peynir Tatlısı'nda öncelikli sorun tatlı üretim standardının olmamasıdır. Türk Standartları Enstitüsü'ndeki tatlı bileşenleri tanımı kullanılan malzemelerin oranlarını belirleyen bir içeriğe sahip değildir. Bu doğrultuda referans aralıkları belirlenmesi gerekmektedir. Referans aralıkların olmamasından dolayı bileşiminde %70 civarında peynir bulunan ürün, peynir altı tozu ve süt tozu gibi bileşenler vasıtası ile üretilmektedir. Bu da kaliteyi düşürmekte, kârlılığını azaltmaktadır. Standart ve orijinal bir üretim olmaması ortaya farklı isimlerde ürünler çıkartmaktadır. Orijinali 'Mustafakemalpaşa Peynir Tatlısı' olan ürün 'Kemalpaşa Peynir Tatlısı' ve 'Peynir Tatlısı' isimleri altında üretilip pazarlara yönlendirilmektedir. Hali hazırda patent alma aşamasında olan ürünün bu durumlardan ötürü ilçeye ve bölgeye sağladığı katma değer oldukça azalmaktadır. Ürüne yönelik yurtiçi ve yurtdışı pazarlarda farkındalık oluşmamıştır. Bu noktada devlet desteği ile reklam faaliyetleri ve pazarlama kanallarının artırılması ihtiyacı ortaya çıkmaktadır.

Bu anket çalışması sonucunda; Mustafakemalpaşa Peynir Tatlısı üretimi yapan işletmelerde kurumsallaşmanın sağlanması, personelin niteliklerinin artırılması ve kalite standartlarına gereken önemin gösterilmesi gerektiği tespit edilmiştir.

### Kaynaklar

- Aiken, L. R.; 1997. Questionnaires and inventories: Surveying opinion and assessing personality. New York: John Wiley&Sons, Inc.
- Anonim, 2016a. <http://www.mustafakemalpaşa.gov.tr/>
- Anonim, 2016b. <http://www.anahtar.sanayi.gov.tr/>
- Anderson, T.W., 1958. An Introduction to Multivariate Statistical Analysis. John Wiley & Sons, Inc., Canada. 374p.
- Bekçi, İ., Usul, H., 2001. Göller bölgesindeki küçük ve orta boy işletmelerin finansal sorunları ve çözüm yolları. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 6(1)111-125.
- Börü, D., 1997. "Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Profesyonel Yönetici Kullanımına İlişkin Bir Araştırma" Öneri Dergisi, Cilt:1, Sayı:6, ss.177-186.
- Burgess, T., 2001. A general introduction to the design of questionnaires for survey research. Leeds.
- Chen, L. ve Zhao, X.S., 2005. Profitability, Mean Reversion of Leverage Ratios and Capital Structure Choices, <http://ssrn.com>
- Crucefix, D., 1998. Organic Agriculture An Sustainable Rural Livelihoods In Developing Countries, Soil Association, June.
- Çetin, A.C., Bıtrak, İ.A., 2009. Antalya ili küçük ve orta ölçekli işletmelerinde finansal yönetim, işletme sermayesi ve yatırım bütçeleme uygulamaları. Alanya İşletme Fakültesi Dergisi, 1/1(2009)119-137.
- İlhan, S., 2006. KOBİ'ler: Sosyo-Ekonomik Bir Perspektif, Fırat Üniv. Sos. Bilm. Dergisi, Cilt:16, Sayı:2, Elazığ.
- Kushir, K., M.L. Mirmulstein, Ramalho, R., 2010. Micro, Small and Medium Enterprises Around the World: How many Are There, and What Affects teh Count?
- Kutlu, H.A., Demirci, N.S., 2007. Kobilerin finansal sorunları ve çözüm önerileri. 4. KOBİ'ler ve verimlilik kongresi, İstanbul Kültür Üniversitesi, 7-8 Aralık 2007.
- Oppenheim, A., 1966. Questionnaire design and attitude measurement. New York: Basic Books.
- Özgener, Ş., 2003, Büyüme Sürecindeki Kobi'lerin Yönetim ve Organizasyon Sorunları: Nevşehir Un Sanayii Örneği, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı: 20, Ocak-Haziran 2003, ss. 137-161.
- Shan-shan, M., Wang H., 2007. Solutions to smal land medium-sized enterprise services of china, China-USA business review, No:3 Volume 6, USA.
- Timm, N.H., 2002. Applied Multi variate Analysis. Springer-Verlag, Inc. New York.693p.

Turhan, Ş., Tamer, C.E., 2015. Bursa ile özdeşleşmiş tatlar. Uludağ Üniversitesi 40. Yıl Kitabı.

Vural, H., 2012. Tarım ve Gıda Ekonomisi İstatistiği, Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Ders notları No:107, Bursa, 115.

Wilson, N., McClean, S., 1995. Questionnaire design: A practical introduction. University of Ulster.

Yavaş, H., İnaltekin, E., Baba, N., 2008. Bursa-Mustafakemalpaşa Yüzey Araştırmaları. U.Ü Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, 9(14)-2008/1.