

MERMER SANAYİİ İŞLETMELERİNİN TEMEL SORUNLARI

Doç.Dr. İrfan SÜER*
Nesrin ŞENOL**

ÖZET

Mermer sektöründe faaliyette bulunan, araştırma kapsamındaki işletmelerin %86.1'i küçük ve orta ölçekli işletme özelliği taşımaktadır. İşletmelerin %40.2'si düşük kapasite ile çalışmaktadır. Yeterli sayı ve nitelikte işçi bulunmaması, talep yetersizliği, alt yapı eksikliği, hammadde yetersizliği, düşük kapasite ile çalışma nedenleri arasında önde gelmektedir.

Araştırma kapsamındaki işletmelerin üretimle ilgili en önemli üç sorunu; hammaddenin taşınması güçlüğü, enerji fiyatlarının yüksekliği ve hammadde yetersizliğidir. Rekabetin yüksek olduğu bu sektörde; rakip işletmelerin düşük fiyat politikaları uygulaması, mermerde homojenlik sağlayamama ve üretim kapasitesinin siparişleri karşılamada yetersiz kalması en önemli üç pazarlama sorunudur.

İşletmelerin %59.8'i ihracat yapmaktadır. En önemli ihracat pazarlaması sorunları; ürünlerdeki kalite ve standardizasyon eksikliği, yüksek fiyatlar, pazar bilgisi eksikliği, finansman yetersizliği, mevzuat sorunları ve yurt dışı organizasyon eksikliği olarak ortaya çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Mermer Sanayii, Küçük ve Orta Boy İşletmeler.

THE BASIC PROBLEMS OF ENTERPRISES IN THE MARBEL INDUSTRY

ABSTRACT

86.1% of the enterprises that work at the marbel sector are of small and medium-sized. 40.2% of enterprises work at idle capacity. The significant reasons for working at low capacity are not having enough qualified workers, lack of demand, lack of sub-structure and insufficient raw material.

The three important production problems of the enterprises under study are the difficulty in the transportation of raw material, the high prices of energy, insufficiency of raw material. The three important marketing problems in this

* Gazi Üniversitesi, Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi, İşletme Eğitimi Bölümü.

** İşletme Bilim Uzmanı.

sector in which there is high competition, are low price policies of competing enterprises, inability to ensure homogeneity in marbel, and not having sufficient capacity to respond to orders.

59.8% of the enterprises are involved in export. The most important exportation problems are the lack of standardization and quality of goods, high prices, the lack of marketing knowledge, insufficient financing, problems of legislations and the lack of organization abroad.

Key Words: Marbel Industry, Small and Medium-Sized Enterprises.

GİRİŞ

Mermer sektörü Madencilik sektörünün alt sektörü konumundadır. Sektörün, daha önceleri Taşocakları Nizamnamesi'ne tabi iken, 1985 yılında 3213 Sayılı Kanun kapsamına alınması, bu sektöre verilen destekleri de olumlu yönde etkilemiş; mermer sanayii üretiminde ve teknolojisinde gelişmelerin ortaya çıkmasına yol açmıştır (Güngör ve Tombul, 1997: 40).

Ülkemiz, tüm ülke sathına yayılmış zengin mermer yataklarına sahiptir. Ancak, mermer rezervinin daha çok Ege Bölgesi'nde yoğunlaştığı gözlenmektedir. Ülkemiz toplam mermer rezervinin %70'i, diğer bir ifade ile 5.167 Milyar m.³ lük (13.933 milyon ton) toplam mermer rezervinin 3.451 milyar m.³ lük kısmı bu bölgede bulunmaktadır (MİGM, 1998).

Dünya mermer rezervi bakımından önemli bir yere sahip olan ülkemizde, 650'ye yakın renk ve dokuda mermer çeşidi bulunmaktadır. İhracatçı işletmeler kendilerine ait mermer ocaklarına ve fabrikalara sahiptirler.

Türkiye'de 1997 yılında 531.000 m.³ olarak gerçekleştirilen mermer üretimi 1998 yılında artarak 602.000 m.³'e ulaşmıştır. Üretimin 1999 yılı itibariyle 620.000 m.³ olarak gerçekleşmesi beklenmektedir (İGEME, 2000). Önceki yıllara göre gerçekleşen üretim artışının temelinde; mermer makine teknolojisinin gelişmesi, alt yapının öneminin fark edilmesi ve uygun üretim tekniklerinin uygulanması vb. unsurların rolü büyüktür.

Bu araştırma çalışmasında, ülkemiz mermer sanayii işletmelerinin üretim, pazarlama, ihracat pazarlaması vb. temel işletmecilik sorunları belirlenerek bu sorunlara çözüm önerileri geliştirilmeye çalışılmıştır.

1. MERMER SANAYİİ İŞLETMELERİNİN TEMEL SORUNLARI İLE İLGİLİ ARAŞTIRMA SONUÇLARI

1.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Yöntemi

Ülkemiz gündeminde ihracat potansiyeli olan ürünlerin teşvik edilerek ihracatın artırılması yer almaktadır. Mermer, ihracat potansiyeli olan ürünler arasındadır. Mermer sanayii işletmelerinin ihracata yönlendirilmesi herşeyden önce onların temel sorunlarının belirlenmesini ve çözülmesini gerekli kılmaktadır. Bu çalışmanın amacı da, küçük ve orta ölçekli işletmelerin yoğun olduğu bu sektörde temel işletme sorunlarını ortaya çıkararak çözüm önerileri geliştirmektir.

Araştırma kapsamına Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM) bilgisayar kayıtlarında yer alan üretici işletmeler alınmıştır. Araştırma evrenini oluştururken mermer rezervinin yaklaşık %72'sine sahip olan (TMMOB, 1995: 9) Ege ve Marmara bölgesindeki Balıkesir, Denizli, Afyon, Muğla ve İzmir illerine ağırlık verilmiştir. Söz konusu illerde faaliyette bulunan, üretici işletme özelliğinde 125 adet mermer işletmesi tespit edilmiştir.

Araştırma çalışmasında anket yöntemi kullanılarak sektörün sorunları hakkında birinci elden veriler sağlanmaya çalışılmıştır. 125 işletmenin tamamına posta yoluyla gönderilen anketlerin geri dönüş oranı yetersiz bulunduğundan, araştırma görüşme yoluyla da desteklenmiş ve %73 geri dönüş oranı sağlanarak toplam 91 işletmeden elde edilen anketler ön değerlendirmeye alınmış, 4 anket değerlendirme dışı bırakılmıştır (Şenol, 1998:134).

Anket formlarından elde edilen verilerin değerlendirilmesi basit aritmetik ortalamalar ve yüzde dağılımlara dayanmaktadır. Ancak, bazı soruların önem derecesine göre cevaplandırılması istendiğinden, cevap seçenekleri

arasında, ilgili tabloların altında da belirtildiği gibi, ağırlıklandırma yapılmıştır. Bu tür sorularda, birinci dereceden önem derecesi 3, ikinci dereceden önem derecesi 2 ve üçüncü dereceden önem derecesi 1 katsayısı ile ağırlıklandırılmış, bu ağırlık katsayıları her bir önem derecesinin frekans sayıları ile çarpılmış ve ağırlıklı toplam ve yüzdeler bulunmuştur.

1.2. Araştırma ile İlgili Bulgular ve Değerlendirmeler

1.2.1. İşletmelerin Yapısal Özellikleri ile İlgili Sonuçlar

Mermer sanayii işletmelerimiz, genellikle küçük ve orta büyüklükteki işletmelerden (KOBİ) oluşmaktadır. Ankete cevap veren işletmelerin hukuki yapıları incelendiğinde, işletmelerin %71.3'ünün sermaye şirketi, % 17.2'sinin tek kişilik işletme, %8'inin ise aile şirketi olduğu görülmektedir (Tablo 1). Ankete cevap veren işletmeler arasında şirketleşme oranının (%71.3) yüksek olması, sektörün yüksek maliyet ve risk unsuru içermesine bağlanabilir. Bu yüzde dilimine giren

Tablo 1. Ankete Katılan Mermer Sanayii İşletmelerinin Hukuki Yapısı

Mermer Sanayii İşletmelerinin Hukuki Yapısı	İşletme Sayısı	%
Aile Şirketi	7	8.0
Tek Kişilik İşletme	15	17.2
Adi Ortaklık	1	1.1
Şahıs Şirketi (Kollektif, Komandit)	2	2.3
Sermaye Şirketi (Anonim, Limited)	62	71.3
Toplam	87	100.0

işletmelerin orta ve küçük ölçekli işletme olduğu söylenebilir. Tek kişilik işletme oranının %17.2 olması ise bu işletmelerin "esnaf karakterf'ne sahip olduğu şeklinde yorumlanabilir. Ayrıca, bu yüzde diliminde bulunan işletmeler atölye tipi olup, çok küçük işletme olarak nitelendirilebilir.

Tablo 2 işletmelerde çalışan işçi sayısını göstermekte olup; ankete cevap veren işletmelerin %24.1'i 1-4 işçi, %8'i 5-9 işçi, %28.7'si 10-49 işçi,

İSÜER-N.ŞENOL/ MERMER SANAYİİ İŞLETMELERİNİN TEMEL...

%25.3'ü 50-99 işçi, %10.3'ü 100-199 işçi, %3.4'ü ise 199'dan fazla işçi çalıştırmaktadır.

Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) ve Devlet İstatistik Enstitüsü (DİE); 1 - 9 işçi çalıştıran işletmeleri çok küçük, 10-49 işçi çalıştıran işletmeleri küçük, 50-99 işçi çalıştıran işletmeleri orta ölçekli, 100+ işçi çalıştıran işletmeleri ise büyük

Tablo 2. Ankete Katılan Mermer Sanayii İşletmelerinde İşçi Sayısı

Mermer Sanayi işletmelerinde işçi Sayısı	işletme Sayısı	%
1-4 işçi	21	24.1
5-9 işçi	7	8.0
10-49 işçi	25	28.7
50-99 işçi	22	25.3
100-199 işçi	9	10.3
199 işçiden fazla	3	3.4
Toplam	87	100.0

işletme olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımlar çerçevesinde; mermer sanayii işletmelerinin %32.1'inin çok küçük , %28.7'sinin küçük , %25.3'ünün orta ölçekli ve %13.7'sinin büyük ölçekli işletme özelliği taşıdığı söylenebilir.

1.2.2. Mermer Sanayii İşletmelerinin Temel Sorunlarına Yönelik Bulgu ve Değerlendirmeler

Bu bölümde mermer sanayii işletmelerinin kapasite kullanımı, yatırım, üretim, pazarlama ve ihracat konularındaki sorunları belirlenmeğe çalışılmıştır.

1.2.2.1. Kapasite Kullanımı

Tablo 3'de görüldüğü gibi, işletmelerin %40.2'si düşük kapasite ile çalışmakta, kapasitelerinin en fazla %50'sini kullanabilmektedirler. Bu grupta

Tablo 3. Araştırma Kapsamındaki Mermer Sanayii İşletmelerinin 1996 Yılı Üretim Kapasitesi Kullanım Oranları

Üretim Kapasitesi	işletme Sayısı	%
%10-%25 Arası	14	16.1
%25-%50 Arası	21	24.1
%50-%60 Arası	16	18.4
%60-%75 Arası	23	26.4
%75-%100 Arası	13	14.9
Toplam	87	100.0

bulunan işletmelerin üretim kapasitelerini etkin bir şekilde kullanamadığı ve önemli sorunları olduğu söylenebilir. Ankete katılan işletmelerden %44.8'i kapasite kullanma oranlarını %50-%75, %14.9'u ise %75-%100 arası olarak belirtmişlerdir.

Düşük kapasite ile çalışma nedenleri Tablo 4'te verilmiştir. Yeterli sayı ve kalitede işçi bulamama %36,4'lük oran ile ilk sırayı alırken, ikinci sırada %31,2'lik oranla talep yetersizliği ve alt yapı yetersizliği gelmektedir. Ankete cevap veren işletmelerin %28,6'sı ise, finansman yetersizliğini düşük kapasite ile çalışma nedeni olarak belirtmişlerdir. Hammadde yetersizliği, ilgili kurumlar tarafından gerekli standart ve normların yeterince tanımlanmaması, iklim şartları, makine-teçhizat yetersizliği vb. düşük kapasite yaratan diğer faktörler olarak sıralanmıştır.

Mermerin kullanım oranı ile doğru orantılı olan kültür düzeyi, talep yetersizliğinde de etkili olmaktadır. Ayrıca işletmelerin pazarlamaya yönelik sorunları da talep yetersizliğine neden olan faktörler arasında yer almaktadır. Kapasite kullanımına direkt etki eden bir diğer faktör de alt yapı yetersizliğidir.

Tablo 4. Araştırma Kapsamındaki Mermer Sanayii İşletmelerinin Düşük Kapasite ile Çalışma Nedenleri (n=69)

Düşük Kapasite Nedenleri	İşletme Sayısı	% (i)
Yeterli sayı ve kalitede işçi bulamama	28	36.4
Talep yetersizliği	24	31.2
Altyapı yetersizliği	24	31.2
Finansman yetersizliği	22	28.6
Hammadde yetersizliği	20	26.0
iklim şartları	16	20.8
Makine-Teçhizat yetersizliği	15	19.5
İlgili kurumlar tarafından gerekli standart ve normların yeterince tanımlanmamasından doğan, üretici aleyhine olan aksaklıklar	13	16.9
Hedef pazarlarda stok depolan olmaması	6	7.8

(1) Cevaplandırma sırasında birden fazla seçenek işaretlenmesi nedeniyle % toplamı %100'ü geçmektedir.

Altyapı yetersizliğinin yaratmış olduğu sorunlar, ileriki dönemlerde ortaya çıkmakta, bu da işletmeler için yeni ve yüksek maliyetler getirmektedir.

İSÜER-N.ŞENOL/ MERMER SANAYİİ İŞLETMELERİNİN TEMEL...

Bu nedenle, işletmeler kuruluş aşamasında alt yapıdan kaynaklanan yetersizlikleri gidermelidir. Devletin de başta yol ve enerji olmak üzere sektörün altyapı eksikliklerini gidermesi mermerciliğe ivme kazandıracaktır (Öktem, 1998:12).

1.2.2.2. İşletmelerin Yeni Yatırım Yapma Durumu

Araştırma kapsamında olan işletmelere yeni yatırım yapıp yapmadığı sorulduğunda; işletmelerin %67.8'si yeni yatırım yaptığını, %32.2'si ise yapmadığını belirtmiştir (Tablo 5).

Tablo 5. Araştırma Kapsamındaki Mermer Sanayii İşletmelerinin Mermer Sektöründe Yeni Yatırım Yapma Durumu

Yeni Yatırım Yapılma Durumu	İşletme Sayısı	%
Evet	59	67.8
Hayır	28	32.2
Toplam	87	100.0

İşletmeler, yüz yüze görüşmeler sırasında yeni yatırım yapma nedenlerini; kapasiteyi artırmak, büyümek, siparişleri karşılayabilmek, ürün yelpazesini çeşitlendirmek, sahip olunan ocaktaki mermerin tükenmek üzere olması ve istenilen kalite ve cinsten mermerin bulunmaması olarak belirtmişlerdir.

1.2.2.3. Üretim Sorunları

Dünya mermer üretiminin %2.7'sini karşılayan (Report, 1997) ülkemiz mermer sanayii işletmelerinin önemli sorunları bulunmaktadır.

İşletmelerden üretim sorunlarını önem derecesine göre sıralamaları istenmiştir. Tablo 6'da da görüldüğü gibi üretim sorunları arasında birinci derece önemli görülen ilk faktör, taşıma ve ulaştırma konusundaki güçlüklerdir. Bu soruya cevap veren işletmelerden 16'sı bu sorunu birinci derecede, 15'i ikinci derecede ve 22'si ise üçüncü derecede önemli görmüştür.

BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Tablo 6'da ağırlıklı toplam yüzdesi dikkate alındığında, %20.3 ile taşıma ulaştırma konusundaki güçlükler birinci sırada, %18.5'lik bir oran ile enerji fiyatlarının yüksek olması seçeneği ikinci sırada, %13.6 oran ile hammadde yetersizliği üçüncü sırada, %13.4 oran ile kalifiye ve yeterli sayıda işçi bulamama sorunu dördüncü sırada yer almaktadır.

Ocak işletmelerinde görülen elektrik enerjisi, yol ve kalifiye eleman eksikliği, faaliyetleri önemli ölçüde etkilemektedir. Elektrik bulunmayan ocaklarda jeneratör kullanıldığından maliyetler artmaktadır. Yolu olmayan ocaklara büyük kamyonlar girememekte, yağışlı havalarda çoğu zaman ulaşım imkanı kalmamaktadır. Kalifiye eleman eksikliği de ocakların bilinçsizce açılarak verimliliğin düşmesine yol açmaktadır (Bilgin ve Çakır, 1998: 96). Mermerin kesimi ve yüzeyinin pürüzlendirilmesinde (matlaştırılmasında) lazer teknolojisinin kullanılması üretim verimliliğini olumlu yönde etkileyecektir (Karagöz ve Zeren, 1998: 16).

Tablo 6. Araştırma Kapsamındaki Mermer Sanayii İşletmelerinin Üretim Sorunları (n=86)

Üretim Sorunları	Faktör Önem Derecesi			Ağırlıklı		Önem Sırası
	1. Derece	2. Derece	3. Derece	Toplam (i)	%	
Taşıma ve ulaşt. konuş. güçlükler	16	15	22	100	20.3	(1)
Enerji fiyatlarının yüksek oluşu	12	22	11	91	18.5	(2)
Hammadde yetersizliği	18	4	5	67	13.6	(3)
Kalif. ve yet. sayıda işçi bulamama	13	11	5	66	13.4	(4)
Mak. ve teç. Fiyat, yüksek oluşu	9	11	10	59	12.0	(5)
Alt yapı yetersizliği	10	6	7	49	10.0	(6)
Ürünün devamını sağlayamama	4	6	3	27	5.5	(7)
iklim	4	4	5	25	5.1	(8)
Sarfiyat malz. kalite düşüklüğü	-	3	2	8	1.6	(9)

(1) Ağırlıklı Toplam; (1. Derece frekansı x 3 + 2. Derece frekansı x 2 + 3. Derece frekansı x1) şeklinde hesaplanmıştır.

1.2.2.4. Pazarlama Sorunları

Küçük ve orta ölçekli sanayii işletmelerinde genelde üretim sorunları ön plana çıkmakta, pazarlama sorunları ise ikinci plana atılmaktadır. Hedef pazarın tespitindeki başarı oranı ile pazarlama sorunları birbirine bağlı olarak

artış ya da azalış göstermektedir. Satışlar, pazarlamadaki başarının göstergesi olup, sektörde kaliteli ve tüketicinin isteklerini dikkate alan pazarlama anlayışı ön plana çıkmaktadır.

Tablo 7. Araştırma Kapsamındaki Mermer Sanayii İşletmelerinin Satışlarına Etki Eden Faktörler (n=85)

Mermer Satışlarına Etki Eden Faktörler	İşletme Sayısı	% (D)
Ürün cinsi ve kalitesi	50	58.8
Aynı mermer cinsinden istenilen miktarın sağlanması	38	44.7
İşletmelerin rekabetinden doğan fiyat farkı	35	41.2
Renk ve desen	33	38.8
Arz ve talebin sürekliliği	18	21.2
Şirketin güvenilirliği	18	21.2
Vadeli satışlar	18	21.2
Fabrika kuruluş yeri seçimi	8	9.4

(1) Cevaplandırma sırasında birden fazla seçenek işaretlenmesi nedeniyle % toplamı %100'ü geçmektedir.

Tablo 7'de görüldüğü gibi, ankete cevap veren mermer sanayii işletmelerinin satışlarına etki eden faktörler arasında, ürün cinsi ve kalitesi (%58.8), aynı mermer cinsinden istenilen miktarın sağlanması (%44.7), işletmelerin rekabetinden doğan fiyat farkı (%41.2) ve renk ve desen faktörlerinin (%38.8) yer aldığı görülmektedir.

Ülkemiz doğaltaş ocaklarında, büyük boyutlarda ve renk-desen uyumu süreklilik arzeden, dünya standartlarında kaliteli bloklar elde edilememektedir. Üretimi artırmak amacıyla ocaklarda patlayıcı maddeler kullanılması bloklarda gizli çatlaklar oluşturmakta ve bu durum firelere sebep olmaktadır (Bilgin ve Çakır, 1998: 95).

Bu bağlamda; satışlara etki eden faktörler arasında ilk sıralarda ürünün doğal yapısından kaynaklanan özelliklerin yer aldığı gözlenmektedir. Ancak, sektördeki aşırı rekabetin, ürünün değerinin altında bir fiyatla satılmasına neden olması (sektörde çalışanların tabiri ile "tek tekçi işletme fiyat politikası") ve pazarlama tekniklerinin uygun tespit edilememesi, satışları etkileyen faktörler olarak değerlendirilebilir.

BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Araştırma kapsamındaki işletmelerin pazarlama sorunları öncelik derecelerine göre tespit edilmek istenmiştir. Bu amaçla hazırlanan soruya verilen cevaplar Tablo 8'de gösterilmektedir. Verilen cevaplar değerlendirildiğinde;

Tablo 8. Araştırma Kapsamındaki Mermer Sanayii İşletmelerinin Pazarlama Sorunları (n=84)

Mermer Sanayii İşletmelerinde Pazarlama Sorunları	Faktör Önem Derecesi			Ağırlıklı		Önem Sırası
	1.Der.	2.Der.	3.Der.	Top.(1)	%	
Rakip işletmelerin düşük fiyat politikası	34	14	5	135	30.4	(1)
Blok üretimindeki homojenlik ve seleksiyon	17	11	10	83	18.7	(2)
Üretim kapasitesinin siparişleri karşılayamaması	5	14	7	50	11.3	(3)
Müşteri ilişkileri departmanının olmaması	11	3	7	46	10.4	(4)
Pazar araştırması yapılamaması	4	13	6	44	10.0	(5)
Nakliye ve depolama sorunları	5	8	8	39	8.8	(6)
Fuar, sergi vb. tanıtım çalışmalarının takip edilememesi	4	5	6	28	6.3	(7)
Hedef pazarın tespit edilememesi	4	2	3	19	4.3	(8)
Ambalajlama	-	-	-	-	-	-

(1) Ağırlıklı Toplam; (1.Derece frekansı x 3 + 2.Derece frekansı x 2 + 3. Derece frekansı x 1) şeklinde hesaplanmıştır.

rakiplerin düşük fiyat politikaları takip etmesi % 30.4 oranı ile birinci sırada önemli görülen pazarlama sorunu olmaktadır. Rakip işletmelerin düşük fiyat politikaları uygulamasını 34 işletme birinci derecede, 14 işletme ikinci derecede, 5 işletme üçüncü derecede önemli pazarlama sorunu olarak görmektedir. Blok üretimindeki homojenlik ve seleksiyon %18.7 oranı ile ikinci, üretim kapasitelerinin siparişleri karşılamaması %11.3 oranı ile üçüncü sırada önemli pazarlama sorunu olarak görülmektedir.

Müşteri ilişkileri departmanının bulunmaması; pazar araştırması eksikliği; nakliye, depolama sorunları; fuar, sergi vb. tanıtım çalışmalarının takip edilememesi, daha az önemli pazarlama sorunları arasında gelmektedir. Ankete cevap veren işletmelerin ambalajlama konusunda sorunlarının olmadığı gözlenmektedir.

1.2.2.5. İhracat Pazarlaması Sorunları

Ankete cevap veren küçük ve orta ölçekli mermer sanayii işletmelerinin ihracat yapıp yapmadıkları sorulduğunda; işletmelerin %59.8'inin ihracat yaptığı

İ.SÜER-N.ŞENOL/ MERMER SANAYİ İŞLETMELERİNİN TEMEL...

görülmektedir. İhracat yapmayanlar ise %40.2'lik bir oranda kalmaktadır (Tablo 9).

Tablo 9. Araştırma Kapsamındaki Mermer Sanayii İşletmelerinin İhracat Yapma Durumu

İhracat Yapma Durumu	İşletme Sayısı	%
Evet	52	59.8
Hayır	35	40.2
Toplam	87	100.0

Yüzyüze görüşmeler sonucunda da ihracat yapan işletmelerin orta ölçekli işletmeler olduğu, küçük ve çok küçük işletmelerin (atölye) ise ihracat yapamadıkları gözlenmiştir.

İhracat yapan işletmelerin karşılaştıkları sorunların belirlenmesine yönelik soruya alınan cevaplar Tablo 10'da düzenlenmiştir. İşletmelerin ihracat pazarlaması.

Tablo 10. Araştırma Kapsamındaki Mermer Sanayii İşletmelerinin İhracat Pazarlaması Sorunları (n=51)

Faktörler	Faktör Önem Derecesi			Ağırlıklı		Önem Sırası
	1.Der.	2.Der.	3.Der.	Top.(1)	%'si	
Üründe kalite ve standard, sorunu var	13	2	5	48	16.9	(1)
Fiyatların yüksek kaynaklanan sorunlar	9	5	2	39	13.7	(2)
Hedef pazarlar hakkında bilgi eksikliği	2	10	6	32	11.3	(3)
Finansman yetersizliği	5	6	3	30	10.6	(4)
Mevzuattan kaynaklanan sorunlar	4	5	6	28	9.9	(5)
Yurtdışı organizasyon yetersizliği	4	6	3	27	9.5	(6)
Tanıtma faaliyetlerinin yetersizliği	3	3	8	23	8.1	(7)
Nakliye ve ambalajlama fiyatları yüksek	5	3	2	23	8.1	(8)
Nakliye, ambalajlama, depolama sorunları	4	4	2	22	7.7	(9)
Satış sonrası hizmet eksikliği	2	1	3	11	3.9	(10)
Nakliye ve montaj güçlükleri	-	-	1	1	0.03	(11)

(1) Ağırlıklı toplam; (1. Derece frekansı x 3 + 2. Derece frekansı x 2 + 3. Derece frekansı x 1) şeklinde hesaplanmıştır.

sorunlarından en önemlisini %16.9'luk bir yüzde ile kalite ve standardizasyon sağlanamaması oluşturmaktadır. 13 işletme bu sorunu birinci derecede, 2 işletme

ikinci derecede, 5 işletme ise üçüncü derecede önemli görmektedir. Genel sıralamada ikinci olarak, fiyatların yüksekliğinden kaynaklanan sorunlar (%13.7) gelmektedir. İşletmelerin %11.3'ü hedef pazarlar hakkında bilgi eksikliğini üçüncü sırada önemli görmektedir. Finansman yetersizliği, mevzuattan kaynaklanan sorunlar, yurt dışı organizasyon yetersizlikleri, diğer önemli sorunlar arasında yer almaktadır.

1.2.2.6. İhracata Yönelmeyi Engelleyen Faktörler

Araştırma kapsamında ihracat yapmayan işletmelerin de bulunması nedeniyle, bu işletmelerin ihracata yönelmelerini engelleyen faktörlerin tespiti gerekmiştir. Bu amaçla sorulan soruya cevap veren işletmelerin %56.8'i küçük işletme olmaları nedeniyle organize olamamayı, %45.9'u finansman yetersizliklerini, %37.8'i dış pazarlar hakkında bilgilerinin olmamasını ve %32.4'ü ise ihracat formalitelerinin çokluğunu ihracata yönelmeye engel faktörler olarak görmüşlerdir. Standartlara uygun mal üretilmemesi, rezervin yetersiz ve aynı kalitede olmaması faktörleri nispeten daha az önemli engeller olarak görülmektedir (Tablo 11).

Tablo 11. Araştırma Kapsamındaki Mermer Sanayii İşletmelerinde İhracata Yönelmeyi Engelleyen Faktörler (n= 37)

Faktörler	işletme Sayısı	% (i)
Küçük işletme olmaları	21	56.8
Finansman yetersizlikleri	17	45.9
Dış pazarlar hakkında bilgi olmaması	14	37.8
Formalite çokluğu	12	32.4
Standartlara uygun mal üretilmemesi	7	18.9
Rezervin yetersiz ve aynı kalitede olmaması	7	18.9

(1) Cevaplandırma sırasında birden fazla seçenek işaretlenmesi nedeniyle % toplamı %100 geçmektedir.

İşletmelerin %56.8'inin, küçük işletme olmalarından dolayı ihracata yönelmelerinin mümkün olmadığını belirtmesi, bir araya gelerek kurulacak güçlü

bir organizasyon ile ihracata yönelmenin gerekliliğinin fark edilmesi açısından anlamlı bulunmaktadır.

SONUÇ ve ÖNERİLER

İhracat potansiyeli olan mermer sektöründe faaliyette bulunan işletmelerin %32.1'i çok küçük, %28.7'si küçük, %25.3'ü orta ölçekli ve %13.7'si büyük ölçekli işletme özellikleri taşımaktadır. Araştırma kapsamındaki işletmelerin %40.2'si düşük kapasite ile çalışmakta, sadece %14.9'u kapasitelerini %75-%100 arasında kullanabilmektedir. Yeterli sayı ve nitelikte işçi bulunmaması (%36.4), talep yetersizliği (%31.2), alt yapı eksikliği (%31.2), hammadde yetersizliği (%26), düşük kapasite ile çalışma nedenleri arasında önde gelmektedir. İşletmelerin %67.8'i sektöre yeni yatırımlar yaparak büyümeye4 çalışmaktadır.

Araştırma kapsamındaki işletmelerin en önemli üretim sorunları; taşıma ve ulaşım (%20.3), enerji fiyatlarının yüksekliği (%18.5), hammadde yetersizliği (%13.6), nitelikli eleman eksikliği (%13.4) ve makine ve teçhizat fiyatlarının yüksekliği (%12) olarak belirlenmiştir. 1997 yılında yürürlüğe giren yeni Trafik

V

Yasası ile getirilen tonaj kısıtlaması, taşıma maliyetlerini önemli ölçüde artırmıştır. Mermerin özelliği gözönünde bulundurularak istiap haddi değiştirilmeli, ulaşım için altyapı hazırlanmalı, enerji ve diğer girdi fiyatları uluslararası seviyede tespit edilerek işletmelerin rekabet gücü artırılmalı, orta ve yüksek öğrenim düzeylerinde sektörün ihtiyacı olan elemanlar yetiştirilmelidir.

Rekabetin yüksek olduğu bu sektörde; rakip işletmelerin düşük fiyat politikaları uygulaması (%30.4), blok mermer üretiminde homojenlik ve seleksiyon sağlayamama (%18.7), üretim kapasitesinin siparişleri karşılamada yetersiz kalması (%11.3), müşteri ilişkileri departmanının bulunmaması (%10.4) ve pazar araştırması yapılamaması (%10) en önemli pazarlama sorunları arasında gelmektedir. Bu sorunlar gerek iç gerekse dış pazarlarda piyasa ve fiyat araştırmaları yapılmasını, fuar ve sergilere katılarak pazar şartlarının

incelenmesini, mermer ürününün ocaktan çıkarılmasından itibaren nihai ürün haline gelinceye kadar üretimin her kademesinde modern teknolojiye dayalı makine ve sistemlerin kullanılmasını gerektirmektedir.

İşletmelerin %59.8'inin ihracat yaptığı bu sektörde en önemli ihracat pazarlaması sorunları; ürünlerdeki kalite ve standardizasyon eksikliği (%16.9), yüksek fiyatlar (%13.7), pazar bilgisi eksikliği (%11.3), finansman yetersizliği (%10.6), mevzuat sorunları (%9.9) ve yurt dışı organizasyon eksikliği (%9.5) olarak ortaya çıkmaktadır. İhracat yapamayan işletmeler ihracata engel olarak; küçük işletme olmalarını (%56.8), finansman yetersizliklerini (%45.9), dış pazarlar hakkında bilgi eksikliğini (%37.8) ve formalite çokluğunu (%32.4) görmektedirler.

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin hakim olduğu mermer sektöründe, işletmelerin "Sektörel Dış Ticaret Şirketleri" biçiminde örgütlenmeleri, yukarıda belirtilen üretim, pazarlama, finansman, teknoloji, ihracat pazarlaması vb. sorunların çözümü ve işletmelerin iç ve dış pazarlarda etkin bir rekabet gücü kazanabilmesi açısından uygun bir yol olarak görünmektedir.

KAYNAKLAR

- Bilgin, M. ve E. Çakır. (1998), **Mermer Araştırması**, İstanbul Ticaret Odası Yayın No: 1.
- Güngör, N. ve M. Tombul. (1997), "Mevzuatın Mermer Sektörüne Etkileri", **Türkiye'de Mermer Yapı ve Dekorasyon**. Sayı 52, 38-46.
- İGEME. (2000), <http://www.igeme.org.tr/tur/foyler/sanavi/tasl.htm> (Erişim Tarihi: 15.05.2000).
- Karagöz, Ş. ve M. Zeren. (1998), "Doğaltaşların Copper Vapour Laser (CVL) Tekniği ile İşlenmesi", **Türkiye'de Mermer Yapı ve Dekorasyon**. Sayı 55-56, 16
- MİGM (Maden İşleri Genel Müdürlüğü). (1998), Bilgisayar Kayıtları.
- Öktem, M.M. (1998), "Mermer Üretim ve İhracatı", **Dünya Gazetesi**, Sektör Eki, 12.

İ.SÜER-N.ŞENOL/ MERMER SANAYİİ İŞLETMELERİNİN TEMEL...

Report. (1997), "World Stone Industry", **Marble in the World**, (<http://www.marbleintheworld.com/>).

Şenol, Nesrin. (1998), "**Sektörel Dış Ticaret Şirketi İhracat Modelinin Mermer Sanayii İşletmelerine Uygulanabilme İmkanları**".
Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

TMMOB. (1995), **Türkiye I. Mermer Sempozyumu**, Afyon.