

# ANADOLU ÜNİVERSİTESİ MESLEKİ EĞİTİM VE UYGULAMA DERGİSİ

Volume: 1, Issue: 2, p. 1-12, 2022

## SATIN ALMA YÖNETİMİNİN SANAYİ ÜRETİMİNDE YERLİ ve MİLLİ ÜRETİME ETKİSİ

THE EFFECT OF PURCHASE MANAGEMENT ON THE LEVEL OF DOMESTIC AND  
NATIONAL INDUSTRIAL PRODUCTS

Mehmet Gökhan TURAN <sup>1</sup>

Dora UZKESİCİ <sup>2</sup>

(Received 05.07.2022 Accepted 25.10.2022) – Research Article

### Özet

Türkiye’de sanayi ürünlerinin üretiminde yerli ve milli olanaklarının kullanılarak nihai ürünün meydana getirilmesinde yerlilik oranının artırılmasına çalışılmaktadır. Savunma sanayi başta olmak üzere ülke içinde faaliyet gösteren kamu ve özel işletmelerin ürettiği sanayi ve ticari ürünlerinde yerli ve milli olanakların kullanılması ve yerlilik oranının artırılması teşvik edilmektedir. Bu doğrultuda 3 Ekim 2018 tarihinde T.C. Ticaret Bakanlığının etiket, tarife ve fiyat listelerinde “Yerli üretim logosu” kullanılmasına yönelik aldığı karar da bulunmaktadır.

Yerli ve milli üretimin geliştirilmesi ve üretilen nihai ürünlerin yerli ve milli olma oranının artırılmasında işletmelerin satın alma yönetiminde alacağı kararların etkisi önem taşımaktadır. Nihai ürün üretmek amacıyla işletmelerin satın aldığı ara malların ve hizmetlerin ülke sınırları içinden karşılanmasının yerli ve milli üretim oranını artırabileceği ifade edilmektedir. Bu doğrultuda Türkiye’de faaliyet gösteren sanayi ve ticari kuruluşlarının satın alma yönetimi kararlarında yerli ve milli olanakların kullanım oranının tespit edilebilmesi gerekmektedir. Dolayısıyla Türkiye sınırları içinde üretim yapan ve bulunduğu sektördeki üretimin yerli ve milli olanaklarını kullanan işletmelerin, bu olanakları kullanma düzeyinin saptanabilmesi gerekmektedir. Bu çalışmada, Eskişehir ilinde faaliyet gösteren, küçük ve ortak büyüklükteki işletmeler (KOBİ) ve büyük işletmelerden veri toplanmıştır. Veriler, işletmelerin satın alma yöneticileriyle yarı yapılandırılmış görüşme metoduyla yapılarak içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. İşletmelerin sektörlerindeki üretimin yerli ve milli üretime katkısı incelenmiştir.

Araştırma sonucunda işletmelerin nihai ürün üretmek amacıyla hammadde, yarı mamul ve hizmet satın aldıkları, satın alma yaptıkları diğer işletmelerin bir bölümünün hammaddeyi yurtdışından tedarik etmesine rağmen nihai ürünün yurt içinde meydana getirilmesinden ötürü ürünlerin yerli üretim statüsü elde ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Satın alma yönetimi, Yerli ve Milli üretim, Sanayi ve Ticari üretim.

---

<sup>1</sup> Anadolu Üniversitesi Eskişehir Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, [mgt@anadolu.edu.tr](mailto:mgt@anadolu.edu.tr),  
ORCID: 0000-0001-8952-0149

<sup>2</sup> Kıbrıs İlim Üniversitesi, İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, [dorauzkesici@csu.edu.tr](mailto:dorauzkesici@csu.edu.tr),  
ORCID: 0000-0002-9624-7483

## **Abstract**

In Turkey, efforts are made to increase the rate of domesticity in the production of industrial products by using domestic and national resources to create the final product. It is encouraged to use domestic and national opportunities and to increase the rate of domesticity in industrial and commercial products produced by public and private affiliates operating in the country, especially in the defense industry. Accordingly, on October 3, 2018, There is also a decision taken by the T.R. Ministry of Commerce to use the "Domestic production logo" on labels, tariffs and price lists.

The impact of the decisions taken by the enterprises in purchasing management is important in the development of domestic and national production and in increasing the rate of domestic and national production of the final products. It can be stated that meeting the intermediate goods and services purchased by enterprises in order to produce final products from within the borders of the country can increase the rate of domestic and national production. In this direction, it will be necessary to determine the rate of use of domestic and national facilities in the purchasing management decisions of industrial and commercial organizations operating in Turkey. Therefore, it is necessary to determine the level of use of these opportunities by the enterprises that produce within the borders of Turkey and use the domestic and national possibilities of production in the sector. The aim of this research is to examine the contribution of the production in this sector to domestic and national production by conducting semi-structured interviews with the purchasing managers of the companies operating in the manufacturing sector operating in Eskişehir.

In parallel with the market shares of the enterprises interviewed within the scope of the research, the rate of domestic and national production in this sector will be determined and suggestions will be put forward to increase this rate.

**Keywords:** Purchase Management, Domestical and National Production, Industrial Production.

## Giriş

Satınalma yönetimi, işletmelerin mal ve hizmetlerinin üretiminde kullanacağı ve bu süreçte ihtiyaç duyacağı malzemeleri karşılamak üzere yaptığı satın alma işlemleridir (Pride and Ferrell, 1980, s. 144). Dolayısıyla işletmeler kendi faaliyetlerinde kullanmak ve başkalarının ihtiyaçlarını karşılamak amacı ile satmak ya da kendi ürünlerinde hammadde ve malzeme olarak kullanmak için mal ve hizmet satın alabilmektedir. İşletmeler, aldıkları ara mal, hammadde ve hizmetlerle nihai ürün meydana getirmek için bir satın alma davranışı içine girmektedir. Bu sürecin dört aşaması bulunduğu Faris ve Wind (1967) tarafından ifade edilmektedir. Bu süreçler sırası ile; ihtiyacın tanımlanması, satın alma kriterlerinin belirlenmesi, araştırma ve tercih etme süreci olarak açıklanmaktadır. Satın alma aynı zamanda üretim için ihtiyaç duyulan tüm malzemeler, teçhizatlar ile ürün veya hizmet temin edilmesine yönelik faaliyetlerin sorumluluğunu taşıyan bir departman olarak değerlendirilmektedir (Erdal, 2011).

Satınalma yönetimi alanı özellikle küreselleşme ile rekabetin arttığı pazarlarda önemli bir fark yaratma unsuru haline dönüşebilmektedir. Aynı zamanda pandemi süreci gibi olağanüstü koşullarda üretimin sürdürülebilmesi, ara mal ve hizmetlerin tedariğinin aksamaması noktasında kilit öneme sahip, stratejik bir boyut haline dönüşebilmektedir. Çağımızda işletmeler satın alma işlemleri için satınalma departmanları meydana getirmekte, bu departmanlarda alanında uzmanlaşacak veya uzmanlaşmış personeller istihdam ederek süreci profesyonel bir boyuta taşımaktadırlar. Bu departman veya departmanlar, bağlı bulunan işletme veya işletme grupları tarafından meydana getirilerek işletmelerin faaliyetlerini sürdürmesi, mal ve hizmet üretebilmesi, ürünlerin pazarlanması ve satışı ile sürdürülebilir karlılığın meydana getirilmesi vazifesini yerine getirmektedir.

İşletmelerin, bulunduğu çevreye paralel olarak etkilendiği birtakım unsurlar yer almaktadır. Bu unsurlar arasında ülkemizde öne çıkan önemli etkenlerden biri yerli ve milli üretim olarak değerlendirilmektedir (Yıldız ve Demir, 2019). Yerli ve milli üretim kararı devletler tarafından alınabilmekte ve işletmelerin yerli ve milli olanaklarla üretim yapmasını teşvik ederek devlet tarafından ulaşılması planlanan hedeflere ulaşılması noktasında önem arz etmektedir. Türkiye’de yerli ve milli üretim politikası 2010’lu yıllardan itibaren gündeme gelmiştir ([http-1](http://1)). Kelime anlamı olarak Yerli; ürünün fiziki olarak ülke sınırları içinde üretilmesini açıklamak için kullanılmaktadır. Milli ise üretilen ürünün ülkeyi temsil etmesini ifade etmektedir. Milli üretim neticesinde ve üretilen ürün sayesinde akla ilk olarak o ülkenin gelmesi, ürünün o ülkenin garantisinde olduğunun hissettirilmesi, ürün üretme hakkının tamamen o ülkede olması gibi çıktıları bulunmaktadır. Yerli üretim neticesinde ülkeler dışa bağımlı olmaktan kurtulabilmekte, ithalat-ihracat dengesini sağlayarak cari açıkların önüne geçebilmektedir.

Ayrıca, yerli üretim olanaklarının kullanılması ve yerli markaların bu ürünlerle pazarda yer alması o ülkede bulunan tüketicilerin satın alma niyetine olumlu etki yapabilmektedir (Korkmaz ve Dal, 2019; Coffey ve Kabadayı, 2019). Yurt içinde üretilen ürünün niteliği veya sektörü ne olursa olsun, ürünün söz konusu ülkede üretilmesi, nihai ürün meydana getirilmesi ve yerli bir marka ile pazara sunulması tüketicilerin dikkate aldığı noktalar arasındadır (Halimi, D'Souza ve Gillian, 2017). Bu doğrultuda alanyazında yapılan önceki çalışmalar bir önceki cümlede verilen gerekçelere ek olarak, üretilen ürünün kalite ve fiyat boyutlarıyla birlikte değerlendirilerek tüketici tercihinin etkilediğini ortaya koymaktadır (Disdier ve Fontagne, 2021).

Bu doğrultuda çalışmanın amacı Türkiye sınırları içinde üretim yapan ve bulunduğu sektördeki üretimin yerli ve milli olanaklarını kullanan işletmelerin, olanakları kullanma düzeyini saptayabilmektir. Türkiye'deki imalat sektörünün büyüklüğü ve sektörde yer alan işletmelerin fazlalığı nedeniyle bu çalışmada Eskişehir ilinde faaliyet gösteren, KOBİ ve büyük işletmeler incelenerek iki işletme boyutu arasındaki farklılıklar yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılarak işletmelerin yerli ve milli üretime katkısı tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışmada Eskişehir'in seçilme nedeni, Eskişehir Sanayi Odası bünyesinde 16 farklı meslek grubunun bulunması, özellikle yerli ve milli üretim olanaklarıyla otomobil ve lokomotif gibi önemli ürünleri üretmiş/üreten bir altyapısının bulunması, organize sanayi bölgesinde imalat sektöründe yer alan farklı büyüklükte ve sektörlerde yer alan işletmelerin bulunmasıdır.

### **Yerli Ve Milli Üretim Hedefi İle Satınalma Yönetimi Arasındaki İlişki**

Türkiye'de yerli üretimin cumhuriyetin kuruluşuna kadar uzanan bir geçmişi bulunmaktadır. Tiryakioğlu'na (2016) göre Türkiye geç kalkınan ülkelerden biri olarak yükselen ülke ekonomileri arasında yer almaktadır. Türkiye'nin yükselen ülke ekonomileri arasında yer almasında yerli üretim beceri ve tecrübelerinin etkisi bulunmaktadır. Türkiye tarihine bakıldığında ilk Türk uçağı Vecihi K-6, 1960'larda üretilen ilk yerli motor ve 1961 yılında üretilen ilk otomobil yer almaktadır. Bu gelişmeleri 1970'lerde üretilen ilk bilgisayarlar ile 1990'larda üretilen ilk cep telefonu takip etmektedir. Dolayısıyla Türkiye tarihinde yerli üretim geçmişinin ülkemizin kuruluş yıllarına kadar uzandığı söylenebilir. 2000'lerde ise yerli ve milli olanaklarla üretim hedefi stratejik bir hedef halini almıştır. Özellikle Türk Savunma Sanayiinde dışa bağımlılığı azaltarak askeri kabiliyetleri artırma noktasında ilk savaş gemisi Milgem, Altay tankı, insansız hava aracı Anka ve eğitim uçağı Hürkuş gibi önemli projeler hayata geçirilmiştir (Deniz, 2019). Bu projeler ülke savunması gibi hayati öneme sahip ürünlerin yerli

ve milli olanaklarla üretilmesini içerirken aynı zamanda yerli üretim açısından şu faydaları meydana getirmektedir:

- Üretim neticesinde ithalata bağımlılık seviyesini düşürmek,
- Üretimde kullanılacak girdilerin ve ara malların Türkiye’de üretilmesini sağlayarak iç piyasayı hareketlendirmek,
- Tasarım ve işçiliğin Türkiye sınırları içinden karşılanarak ürün üretme bilgi ve becerisi kazandırmak.

Türk savunma sanayii dışında diğer tüm sektörleri kapsayacak şekilde Türkiye’nin yerli ve milli üretimini artırarak bertaraf edebileceği problemler ve çıktılar arasında ithal girdilere bağımlılığı azaltmak, teknoloji özümseme ve öğrenme kapasitesini artırmak, teknoloji transferi politikaları geliştirmek, yerli sanayi sayesinde iktisadi özgürlüğe ulaşabilmek bulunmaktadır (Tiryakioğlu, 2016). Ayrıca Türkiye Sanayi Strateji Belgesinde yer alan hedefler arasında sanayide bilgi ve teknolojiye dayalı yüksek katma değerli yerli üretim, kaynakların etkin kullanımı, yeşil ve rekabetçi sanayi yapısına dönüşmek, sosyal ve bölgesel gelişmeye katkı sağlayan, nitelikli işgücüne sahip sanayinin geliştirilmesi hedefleri bulunmaktadır (http-5). Bu hedeflerden hareketle Türkiye’nin yerli ve milli üretim alanında stratejiler geliştirdiği, hedef doğrultusunda sektörlerde yerli üretimin teşvik edildiği görülmektedir. Satınalma yönetimi alanı, Türkiye Sanayi Strateji Belgesinde ifade edilen hedeflerin oluşturmasında önemli bir role sahip olabilecektir. İşletmelerin nihai ürün üretmek için yapacağı satın alma işlemleri ve bu satın alma işlemlerini yerli olanaklardan yapabilmesi neticesinde Türkiye’de üretilen sanayi ürünlerinde yerlilik oranı arttırılabilecektir.

Ülkemizde yerli üretim politikasında savunma sanayiinde yaşanan değişimlerle birlikte, benzer değişimlerin farklı sektörlerde meydana gelerek Türkiye’nin yerli ve milli üretim olanaklarını geliştirmesi mümkündür. Bu amaçla birçok farklı sektörde yerli üretim olanakları kamu tarafından teşvik edilmektedir. Aynı zamanda yerli üretimi sektörel olarak inceleyen dönemsel raporlara ve medya içeriklerine ulaşılabilir. Bu raporlara verilebilecek örnekler arasında bilişim ve makina sektörüne yönelik hazırlanan rapor verilebilir (http-2).

Bilişim sektörü dahil Türkiye’de yerliliğin artması için kamunun sektöre destek vermesi, ar-ge, üretim, hibe ve teşviklerin sağlanması, kamu alımlarının sağlanması, katma değerli ihracatın yapılması önerilmektedir (http-3). Makina sektörü ve satınalma yönetimi incelendiğinde ise sektördeki üretimde yerli girdi oranının %70’ler seviyesinde olduğu ve yerli satın alma politikaları neticesinde iç pazardaki talebin yarısının yerli ürünlerle karşılanması söz konusudur (http-2). Bununla birlikte yapım işlerinde kullanılan makina, ekipman ve malzemelerde tamamen yerli olunması şartı getirilerek ilgili satın alma işlemlerinin bu çerçevede yapılması

sağlanmaktadır. Ayrıca küresel bir üretim noktasına dönüşmek için imalat sektöründe yerli üretim yelpazesinin genişletilmesi, lojistik altyapının kuvvetlendirilmesi ile coğrafi avantajların kullanılması da yerli üretim dışında edinilmesi gereken diğer beceriler arasında verilmiştir (Gür, Ünay ve Dilek, 2017).

Türkiye’de yerli üretimin artırılması ve yerli ürünün tüketilmesinin teşvik edilmesine yönelik kamu politikaları bulunmaktadır. 2018 yılında “Fiyat Etiketinde Yerli Üretim Logosu Kullanımına İlişkin Tebliğ” ile yerli üretim sayılan mallar tanımlanmıştır (http-4). Bu tanıma göre üretimi birden fazla ülkede gerçekleştirilen eşyanın bir ülke menşeli sayılabilmesi için o ülkede yeni bir ürün imal edilmesi veya imalatın önemli bir aşamasının ve ekonomik yönden gerekli görülen en son esaslı işçilik ve eylemin o ülkede bu amaçla donatılmış işletmelerde yapılması gerekmektedir (http-6). Bu tanımdan hareketle yeni bir ürün imal edilmesi için yapılacak satın alma işlemleri ile bu ürünü üretecek ve Türkiye sınırları içinde yer alan donanımlı işletmelerin bulunmasının yerli üretim için bir gereklilik olduğu görülmektedir.

## **Yöntem**

Bu çalışmadaki araştırma modeli kapsamında uygulanan yöntem durum çalışmasıdır. Nitel araştırma desenlerinden olan bu yöntem, güncel bir konuyu nasıl ve niye soruları üzerinden irdeleyen bir yöntemdir (Yin, 2002, s. 1). Durum çalışması farklı ve geniş konuları ele alabilmesi, bütüncül bir araştırmaya olanak vermesi, araştırılan konunun nasıl etkilediği ve etkilendiği noktasında araştırma yapmaya olanak sağladığı için tercih edilmiştir. Çalışmada yapılan görüşmeler neticesinde veri toplanmıştır. Durum çalışmasının amaca yönelik farklı yaklaşımları olmakla birlikte bu çalışmada keşfedici yaklaşım tercih edilmiştir. Bu tercihin temelinde alanyazına paralel olarak ön araştırmaların az olduğu, açık ve tek tür çıktıları olmayan durumlar var olması yatmaktadır. Toplanan veriler içerik analizi ile analiz edilerek bulgular kısmında özetlenerek sunulmuştur. Verilerin toplanmasında ses kayıt cihazı kullanılmıştır. Ses kayıt alınmadan önce katılımcılardan ses kayıt onayı alınmıştır.

Alanyazında yerli ve milli üretimle ilgili değerli bilgiler bulunsa da imalat sektörü gibi devingen ve dışarıya kapalı olabilecek bir sanayi kolunun incelenmesi önem arz etmektedir. Bu nedenle imalat sektöründe faaliyet gösteren işletmelerle yapılacak yarı yapılandırılmış görüşmelerle sektörün mevcut durumuna yönelik bir araştırma yapmak zarureti doğmuştur. Bu doğrultuda Eskişehir ilinde faaliyette bulunan küçük ve orta dereceli işletmeler (KOBİ) ve büyük ölçekli işletmelerin yer aldığı Organize Sanayi Bölgesi ve Teksan Sanayi Sitesinde yer alan işletmelerin ilgili yöneticileriyle mülakatlar gerçekleştirilmiştir. İşletmelerin tercihinde ticari kapasitelerinin farklı olması ve kapasite farklılığının yerli ve milli üretim etkisini anlamlı olarak

etkileyip etkilemediği tespit edilmeye çalışılmıştır. Ayrıca mülakatlar için seçilen işletmelerde faaliyet alanı ve mülakat talebine verilen cevap durumu önemli belirleyiciler arasındadır. Bazı işletmeler iş yoğunluğunu veya bilgi paylaşımının mümkün olamayacağını gerekçe göstererek mülakat taleplerine olumlu cevap verememiştir. Bu çalışmada görüşme yapılan işletmelerin adları gizli tutularak işletmelere birer harf atanmıştır. Bunun yanı sıra mülakat yapılan işletme yöneticilerinin isimlerine yer verilmesinin uygun olmayacağı kanaatine ulaşılmıştır. Mülakat yapılan işletmeler, işletmelerin buldukları sektörler ve büyüklükleri Tablo 1’de verilmiştir. İşletmelerden veri toplamak için sorulan sorular Tablo 2’de paylaşılmıştır.

**Tablo 1.** Mülakat Gerçekleştirilen İşletmelerin Bulunduğu Sektörler

İşletme Kodu	Bulunduğu Sektör	Görüşülen Kişinin Unvanı	İşletme Büyüklüğü
A	Petek Panel Üretimi	Satınalma Müdürü	KOBİ
B	Temizlik Ürünleri	Satınalma Müdürü	KOBİ
C	Makina	İşletme Sahibi	KOBİ
D	Bisküvi ve Çikolata	Endirekt Malzeme ve Hizmet Satınalma Müdürü	Büyük
E	Kimya	Satınalma Müdürü	Büyük
F	Süt ve Süt Ürünleri	Satınalma Müdürü	Büyük
G	Tekstil	Direkt Malzeme Satınalma Müdürü	Büyük

**Tablo 2.** Görüşme Formu

1	İşletmenizden kısaca bahsedip, faaliyet gösterdiği sektördeki konumu hakkında bilgi verebilir misiniz?
2	İşletmenizin nihai ürün üretmek üzere yaptığı satın alma faaliyetleri hakkında bilgi verebilir misiniz?
3	İşletmenizde satın alma yönetimi işlemlerini ifa etmek üzere bir departman bulunuyor mu? Bulunuyorsa bu departmanın görevlerini kısaca açıklar mısınız?
4	İşletmenizin yurtiçi ve yurtdışı pazarlardaki faaliyet durumu hakkında bilgi verebilir misiniz?
5	İşletmenizin ürettiği ürünler için ara mal ithalatına gereksinim bulunuyor mu?
6	Girdi maliyetlerinizin yüzde kaçını ithalattan oluşmaktadır?

## Bulgular

İşletmelere iletilen ilk soruda işletmelere bulunduğu sektör ve sektördeki konumu sorulmuştur. İlgili veriler Tablo 1’de verilmiştir. İkinci soruda işletmelere nihai ürün üretmek üzere yaptıkları satın alma faaliyetleri sorulmuştur. İşletmelerden toplanan veriler Tablo 3’te paylaşılmıştır.

**Tablo 3.** İşletmelerin Nihai Ürün Üretmek Üzere Aldığı Ürün ve Hizmetler

Şirket	Satın Alma Faaliyeti
A	Kağıt, Tutkal, Balonlu naylon, Şiring film satın alımı
B	Kağıt havlu, Tuvalet kağıdı başta olmak üzere 2.000 farklı ürün üretimi gerçekleştiriliyor.
C	Sac alımı, Makine yedek parçaları
D	Üç farklı satın alma departmanı bulunuyor. Un, yağ, şeker, çikolata alımı ürün üretimi için yapılıyor. Endirekt mal ve hizmet satın alımı ve fabrika-üretim makinaları için de satın alma işlemleri bulunuyor. Günlük ortalama 150-200 satın alma talebi işleniyor.
E	Boya üretimi için kimyasal madde satın alımı
F	Süt ve süt ürünleri için tarım ve hayvancılık sektöründen ürün satın alımı
G	Tekstil üretimi için pamuk, ipek gibi hammadde satın alımı.

Araştırmanın üçüncü sorusunda işletmelere, bünyelerinde satın alma departmanı olup olmadığı sorulmuştur. A şirketinde satın alma departmanı bulunduğu ve iki kişi istihdam edildiği; B ve C şirketinde satın alma departmanı olmadığı; D şirketinde üç farklı satın alma departmanı bulunduğu bilgisine ulaşılmıştır. Görüşme yapılan endirekt hizmet satın almadan sorumlu görevli bu departmanda on yedi kişi çalıştığı bilgisini paylaşmıştır. E, F ve G şirketlerinde de satın alma departmanları bulunmaktadır. İşletmelerin yurtiçi ve yurtdışı pazarlardaki faaliyet durumu sorulduğunda A, B ve C şirketleri yalnızca yurtiçine; D, E, F ve G şirketleri ise hem yurtiçi hem de yurtdışında faaliyet gösterdiği bilgisi verilmiştir. Beşinci soruda işletmelerin ürettiği ürünler için ara mal ithalatına ihtiyaç duyup duymadığı sorulmuştur. C işletmesi dışındaki tüm işletmelerin ara mal ithalatına ihtiyaç duyduğu tespit edilmiştir. Özellikle hammadde, fabrika ekipmanları ve üretim yapan makinaların satın alımında yurtdışı olanaklar tercih edilmektedir. Buna gerekçe olarak yüksek kaliteli ürün üretilmesi prensibi gösterilmiştir. Girdi maliyetlerinin yüzde kaçının ithalattan oluştuğu sorusuna A işletmesi %10; B ve C işletmesi %0; D işletmesi makine ve teçhizat alanında %90; E işletmesi %50'den fazla; F işletmesi %10-20 arası; G işletmesi en çok %30 cevabını vermiştir.

### **Sonuç, Tartışma Ve Öneriler**

Satınalma yönetimi alanında yapılan bu çalışmanın amacı, ülkemizde faaliyet gösteren ve imalat sektöründe üretim yapan işletmelerin yaptığı üretimin yerli ve milli üretime katkısını inceleyebilmektir. Bu doğrultuda Eskişehir ilinde ve imalat sektöründe faaliyet gösteren üç



KOBİ ve dört büyük ölçekli işletmeyle yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmeler, işletmelerin kendi merkezlerinde veya tesislerinde, ilgili satın alma yöneticisi veya işletme sahibi ile yapılmıştır. İşletmelerin tercihinde işletme büyüklüğü ile araştırmaya gönüllü katılım kriterleri göz önüne alınmıştır. Yüz yüze yapılan görüşmelerde ilgili yöneticilere altı farklı soru yöneltilmiştir. Bu sorulara alınan cevaplar doğrultusunda işletmelerin bulunduğu sektör, satın alma faaliyetleri ile ilgili genel durum, satınalma departmanının görevleri ve fonksiyonları, işletmelerin yurtiçi ve yurtdışındaki faaliyet durumları, nihai ürün üretimi için ithalat gereksinimi durumu ve girdi maliyetlerinde ithalatın oranı tespit edilmeye çalışılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme yöntemiyle ve yüz yüze gerçekleştirilen mülakatlar sonucunda şu sonuçlara ulaşılmıştır:

İşletme büyüklüğü satınalma işlemlerinin idame ettirilmesi konusunda farklılıklar tespit edilmiştir. Büyük işletmeler bünyesinde en az bir adet satın alma departmanı bulunurken; KOBİ'lerde satın alma departmanı bulunmamakta ve işlemler ağırlıklı olarak işletme sahibi tarafından yürütülmektedir. Büyük ölçekli işletmelerde, işletme fonksiyonlarına bağlı olarak gerektiğinde birden çok satınalma departmanı kurulmaktadır. Bu departmanlar görev tanımları ve sorumluluk sınırları içinde işletmelerin üretim yapması ve yaşamsal fonksiyonlarını devam ettirmesi için satınalma işlemlerini sürdürmektedir. Bütün işletmeler nihai ürün meydana getirmek için birtakım mal ve hizmetler satın almaktadır. Yapılan görüşmelerin ikinci sorusuna alınan cevaplar neticesinde, işletmelerin yaptığı satın alımların gerçekleştirildiği firmalar bu ürünleri yerli üretimle veya ithal ederek karşılayabilmekte, bu durum nihai ürün üreten işletmelerin yerli ve milli oranını etkilememektedir. Nihai ürünün ülke sınırları içinde üretilmesi, kanun koyucu tarafından belirlenen “yerli ve milli üretim” kriterlerini karşılamaktadır. Buna karşılık, farklı sektörlerde yer alan ve görüşme yapılan işletmelerin tamamına yakını hammadde sağlanması, yarı mamul edinilmesi, fabrika tesisatları gibi aşamalarda ithalat seçeneğine yönelebilmektedir. Buradaki ana amacın kaliteli ve yüksek standartlarda üretim yapmak ve ürün meydana getirmek olduğu tespit edilmiştir.

KOBİ'lerin ağırlıklı olarak yurtiçi pazarlarda etkin olduğu; büyük işletmelerin ise hem yurtiçi hem de yurtdışı pazarlarda varlıklarını sürdürdüğü tespit edilmiştir. İki işletme tipinde de hammadde ve yarı mamul tedarikinde yurtiçindeki olanakları ağırlıklı biçimde değerlendirdiği tespit edilmiştir. Buna karşılık üretim için gerekli makine ve teçhizat satın alımlarında yurtdışındaki olanaklar teknolojik kaygılar ve kaliteli üretim prensibi nedeniyle tercih edilmektedir.

İşletmelerin ürün üretimi için ithalata ihtiyacı olup olmadığı sorusu bu araştırmanın önemli sorularından biridir. Öyle ki, işletmelerin nihai ürün üretmek için yaptığın satın alma işlemlerinde ithalata gereksinim duyup duymaması onların yerli ve milli olanaklarla üretim yapabilme kapasitesine, dolayısıyla ülkemizin yerli ve milli üretim oranına etki edecektir. İşletmelerin satın alma işlemlerinde önceliği öncelikle yerliden yana olsa da yapılan görüşmeler neticesinde işletmelerin önemli bir çoğunluğunun ithalata gereksinimi olduğu görülmüştür. İthalat gereksiniminde kaliteli ve yüksek standartlara sahip nihai ürün üretme amacı öne çıkmaktadır. Bu ürünlerin üretimi için gereken hammadde, yarı mamul, hizmetler, makinalar, makina parçaları, elektronik ve mekanik aksam gibi boyutlarda ithalata ihtiyaç duyulmaktadır. Fabrika kurulması ve fabrikada kullanılacak makinaların yerli üretimle üretilmesi noktasında çalışmalar bulunmasına rağmen, görüşmeler neticesinde bu çalışmaların henüz yeterli sonuç veremediği görülmüştür. İşletmeler hem yurtiçi hem de yurtdışı pazarlarda rekabet gücü yüksek, kaliteli ve tüketicilerin beklentisi doğrultusunda satın alma işlemlerinde ithalat yoluna başvurabilmektedir. Aynı zamanda işletmelerin yerli olanaklarla birlikte “yerel” olanakları da göz önüne aldığı görülmüştür. Yerel olanakların tercih edilmesinde aynı coğrafi bölgede faaliyet gösterme ve birlikte var olunacağına dair görüş etkili olabilmektedir. İşletmelerin girdi maliyetlerinde ithalatın oranı üzerine sorulan soru ve alınan cevaplar neticesinde, faaliyette bulunan sektörün koşullarının ithalat oranı üzerinde etkili olduğu görülmüştür. İşletmeler, aranan hammadde, yarı mamul veya hizmetin yurtiçinden tedariki mümkünse öncelikle bu kanalı değerlendirebilmektedir. Kaliteli ve rekabetçi ürün üretmek amacı neticesinde girdi maliyetlerinde ithalatın oranı değişebilmektedir.

Bu araştırmanın birtakım kısıtları ve sınırlılıkları bulunmaktadır. Araştırmanın bütçe ve süre kısıtı bulunmaktadır. Araştırma için yapılan görüşmeler, işletmelerin tesislerinde gerçekleştirilmiş ve dört aylık bir süreç öngörülerek gerçekleştirilmiştir. Bunun yanı sıra, randevu istenilen bazı işletmelerden olumsuz geri dönüşler alınmıştır. Araştırma, Eskişehir ilinde faaliyet gösteren ve farklı büyüklüklerdeki imalat işletmeleriyle gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın derinliği sektörler ve görüşülen işletme sayısı ile orantılı olarak değişebilir. İlerleyen çalışmalar aynı şehirde bulunan ve aynı sektörlerde bulunan işletmelerle gerçekleştirilerek daha homojen sonuçlara ulaşılabilir. Bununla birlikte, farklı şehirlerde bulunan ve imalat sektöründe faaliyet gösteren işletmelerle yapılacak çalışmalar alanyazının zenginleşmesine katkı sağlayabilecektir.

## Kaynakça

- Coffey, S. ve Kabadayı, S. (2019). Consumers' purchase intentions of Bi-national products effects of country-of-brand, country-of-manufacture, and trusting beliefs. *Journal of Global Marketing*. 33, 18-33.
- Deniz, E. Y. (2019). Algılanan güç kaynakları ile örgütsel sinizm boyutları ilişkisi: Türk savunma Sanayiinde bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*. 11(3), 2257-2272.
- Disdier, A. Ve Fontagne, L. (2021). Economic drivers of public procurement-related protection. *The World Economy*. 44(11), 3072-3090.
- Erdal, M. (2011). *Satınalma ve Tedarik Zinciri Yönetimi*. Beta Yayınları, İstanbul.
- Faris, C. W. ve Wind, Y. (1967). *Industrial Buying and Creative Marketing*. Allyn and Bacon, Boston.
- Gür, N., Ünay, S. ve Dilek, Ş. (2017). *Sanayiye Yeniden Düşünmek: Küresel Teknolojik Dönüşümün Dünya ve Türkiye Ekonomisine Yansımaları*. SETA Kitap.
- Halimi, T. A., D'Souza, C. ve Gillian, S. (2017). Examining the role of empathy on third-country nationals' foreign product purchase behavior. *International Marketing Review*. 34(6), 760-786.
- Korkmaz, İ. Ve Dal, N. S. (2019). Milliyetçilik, dindarlık ve materyalizmin yerli ve yabancı ürünlerin satın alma niyeti üzerine etkisi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*. 11(3), 2094-2113.
- Pride, W. ve Ferrell O. C. (1980). *Marketing – Concepts and Strategies*. Houghton Mifflin, Boston.
- Tiryakioğlu, M. (2016). Türkiye ekonomisinde geç kalkınmanın ve yerli üretimin ekonomi politiği. *Ege Akademik Bakış*. 16(2), 177-196.
- Şeker, A. (2018). Teknoloji transferinin teknolojik gelişim, üretim ve yüksek teknoloji ürünlerinin ihracatı üzerine etkisi: Türkiye örneği. *Business and Management Studies: An International Journal*, 6(83), 583-603.
- Yıldız, A. Ve Demir, Y. (2019). Bulanık TOPSIS yöntemiyle Türkiye'nin yerli otomobili için en uygun fabrika yerinin seçimi. *Business and Management Studies: An International Journal*. 7(4), 1427-1445.
- Yin, R. K. (2002). *Case study research: Design and methods*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

## İnternet Kaynakları

http-1: <https://www.tasav.org/index.php/yerli-ve-milli-nedir.html>

http-2: <http://www.makfed.org.tr/TR,6053/yerli-uretim-ve-makine-sektoru.html>

http-3: <https://www.youtube.com/watch?v=kGVQabpFuJY>

http-4: <https://www.mevzuat.gov.tr > 1.5.4458.pdf>

http-5: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2018/10/20181005-4.html>

http-6: <https://kriterdergi.com/dosya-insani-guvenlik/yerli-uretimin-artmasi-neden-onemli>