20.09.2018

NEVŞEHİR TİCARET VE SANAYİ ODASI

POMZA & BİMS SEKTÖR RAPORU

HAZIRLAYAN:
NTSO AKADEMİK DANIŞMANI DOÇ. DR. SERAP ÇOBAN
NTSO UZMANI SAFİYE ERDEM

1. Nevşehir Pomza Sektörü

Nevşehir pomza sektörünün iktisadi değerlendirilmesi, ilgili departmanlarla ön görüşmeler yapıldıktan sonra, anket formlarının bu alanda faaliyet gösteren firmalara bırakılması ve daha sonra da geri toplanması yoluyla derlenmiştir. Nevşehir ilinde faaliyetini sürdüren 136 firma ile görüşülmüş ve anketler, bu firmaların tamamına ulaştırılmış fakat bazı firmalar anketlere cevap vermek istemediklerini beyan etmişlerdir. Nihai olarak toplam 12 firmanın araştırmaya katılımı sağlanmıştır. Ayrıca, anket çalışmasında sektörde ileri gelen firmaların tamamı bulunmaktadır. Bu durum da dikkate alındığında, elde edilen bulguların sektörün geneline ışık tutacağı görüşünü kuvvetlendirmektedir. Nevşehir ili pomza sektörü analiz edilirken, aşağıdaki Tablo 1'de belirlenen NACE kodları dikkate alınmıştır.

Tablo 1. Nevşehir İli Pomza Sektörü NACE Kodları

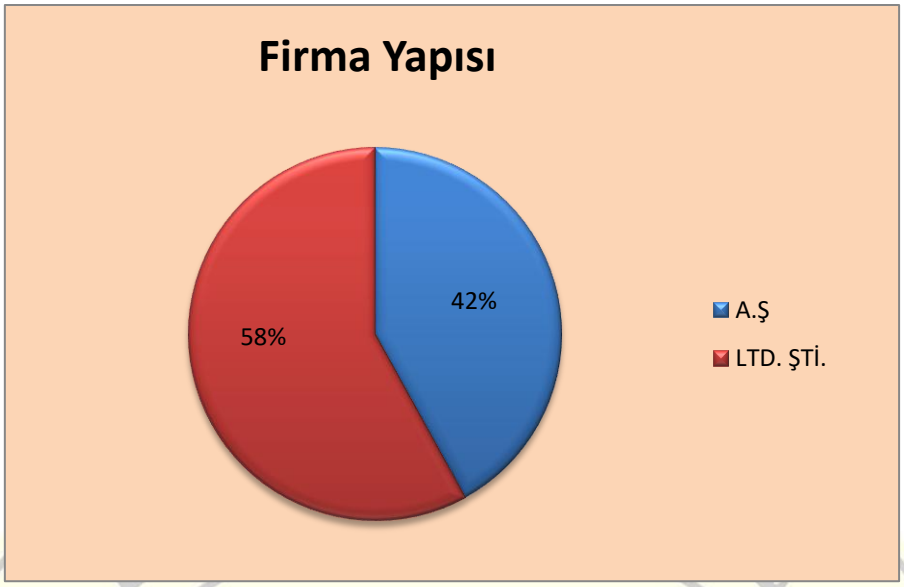
NACE Kodu	**Faaliyet Adı**
C. İMALAT	
23	Diğer metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı
23.61.01	İnşaatta kullanmak üzere önceden kalıba dökülmüş beton, çimento ya da suni taş mamullerinin imalatı
F. İNŞAAT	
43	Özel inşaat faaliyetleri

*Bu tabloda yer alan NACE kodları, Nevşehir ilinde ağırlıklı olarak yürütülen faaliyetlere göre belirtilmiştir.

1.1. Firma Yapısı

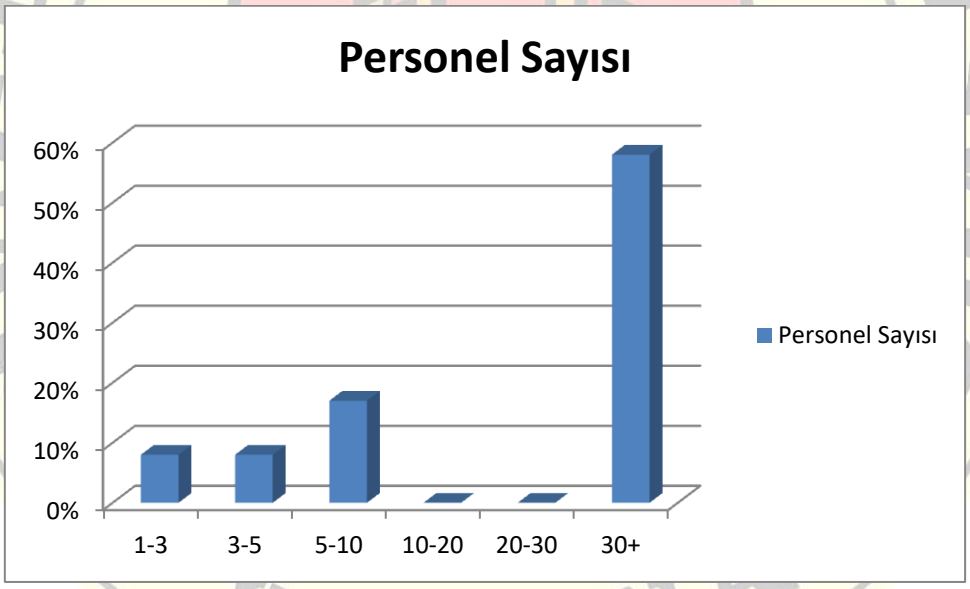
Pomza ve buna bağlı olarak gelişen sektör Nevşehir ilinin en önemli ekonomik değerlerinden biridir. Nevşehir ilinde yer alan işletmelerin genel görünümü için yapılan anket çalışmasından elde edilen sonuçlara göre yapısı, personel sayıları, ortakların sayıları ve yöneticilerin eğitim durumları gösterilmektedir. Şekil 1'de Nevşehir pomza sektöründe yer alan işletmelerin %48 A.Ş, %58'i LTD.ŞTİ. ve bu şirketlerin %58'inin aile işletmesi olduğu bilgisine ulaşılmıştır. %83'ü sahibi tarafından işletilmesinin yanında %8'inin profesyonel bir yönetici tarafından yönetildiği anket sonucu elde edilmiştir.

Şekil 1. Firma Yapısı



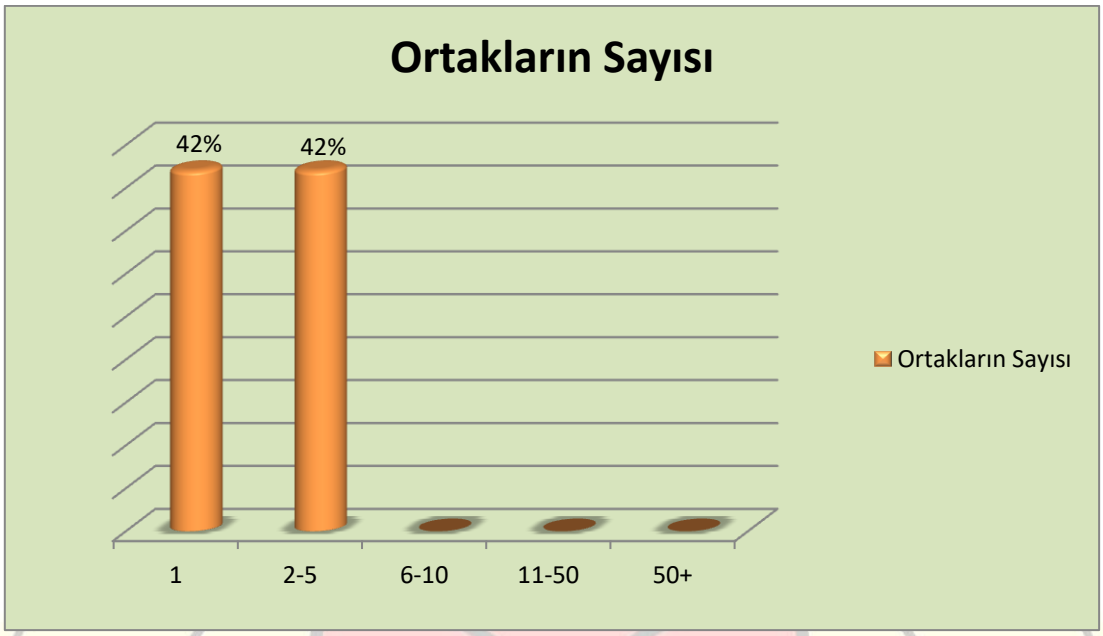
Pomza sektöründe firmaların istihdam durumu işgücü temin imkânları açısından değerlendirildiğinde firmaların eşit oranda zor ve normal düzeyde olduğunu ifade etmeleri dikkati çekmektedir. Şekil 2'de firmalarda çalışan personel sayısının %58 'lık kısım ile 30 ve üzeri sayıda olduğu görülmektedir.

Şekil 2. Firma Personel Sayısı



Pomza sektörü için yapılan bu ankete katılan firmaların %75 ortaklar tarafından yönetildiği sonucu elde edilmiştir. Buna göre şirketlerin ortak sayıları Şekil 3'te yer almaktadır.

Şekil 3. Firma Ortaklarının Sayısı

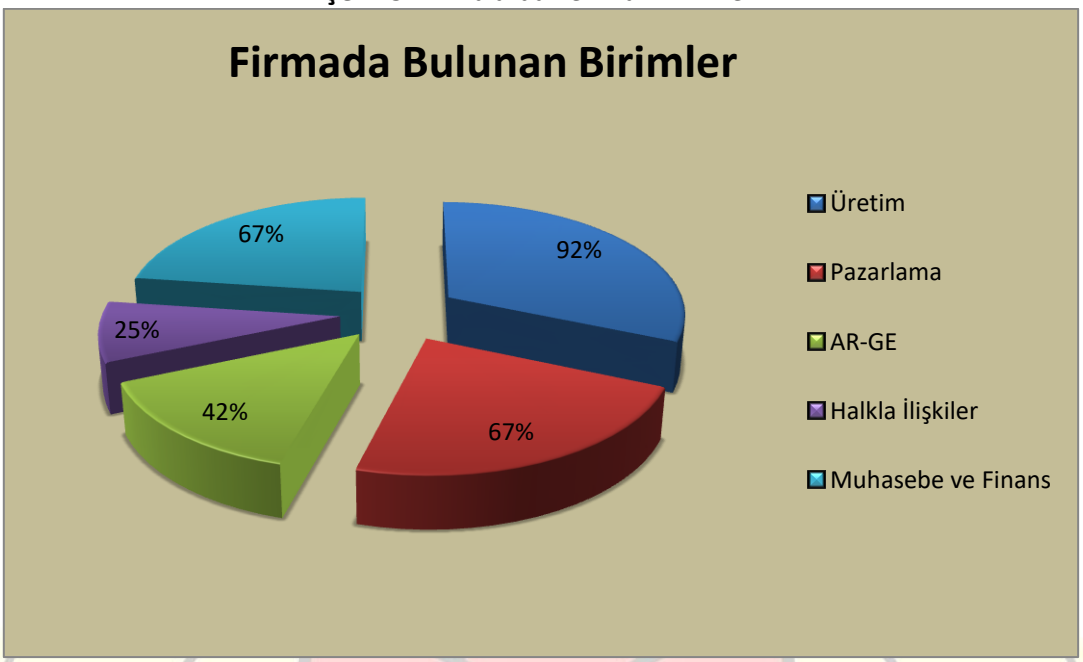


Firmalarda yöneticinin eğitim durumuna göre dağılımı Şekil 4'de görüldüğü gibidir. İdari personelin ağırlıklı olarak lise mezunu olduğu görülmektedir.

Şekil 4. Firma Yöneticisinin Eğitim Durumu



Şekil 5. Firmalarda Yer Alan Birimler

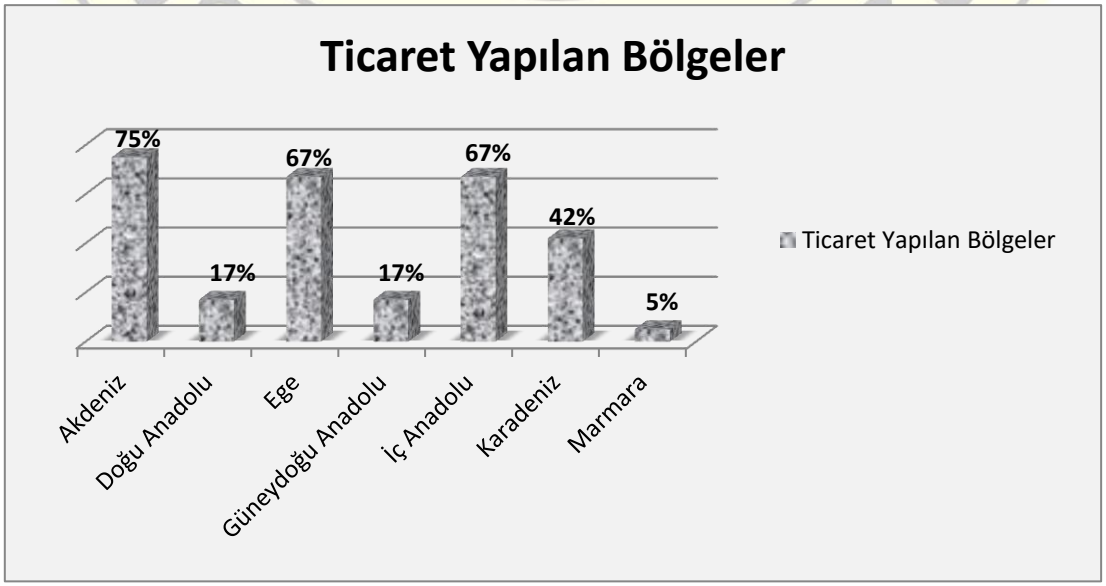


Ayrıca ankete katılan firmaların %67'si kalite standartlarını belgeleyen TSE, CE, UTO ve İSO9001 sertifikalarına sahip oldukları bilinmektedir.

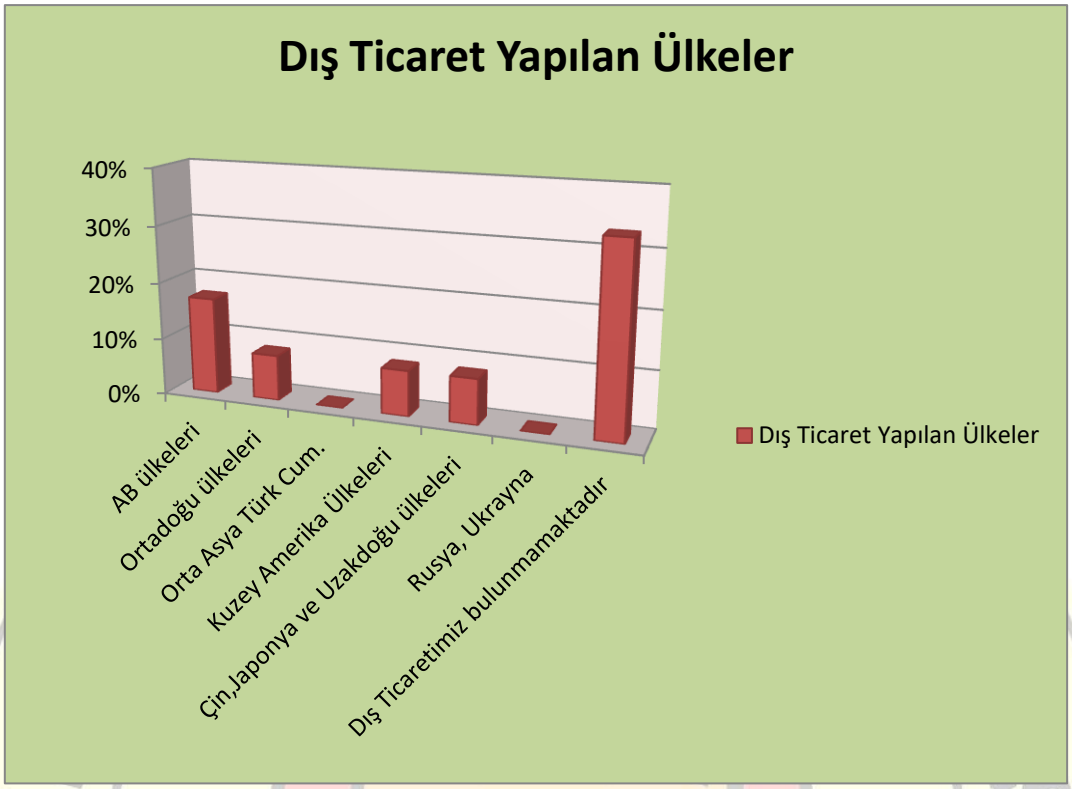
1.2. Ticaret, Üretim Durumu ve Teknolojik Gelişmeler

Pomza sektöründe ağırlıklı olarak yurt içi piyasaya yönelik bir sektör görüntüsü sergilenmektedir. Bu noktada taşıma maliyetlerinin yüksek olması, ihracat için kalite standartlarının sektörün çok küçük bir kesimi tarafından karşılanıyor olması ve genellikle de inşaat dışında diğer sektörlere sağlanan çıktı oranının düşük kalması bu sektörün ihracatının düşük seviyelerde seyretmesinin sadece birkaç sebebi olarak ifade edilebilir. Şekil 6'da Nevşehir ili pomza sektöründe, en fazla ticaretin Akdeniz Bölgesine yapıldığı görülmektedir.

Şekil 6. Ticaret Yapılan Bölgeler

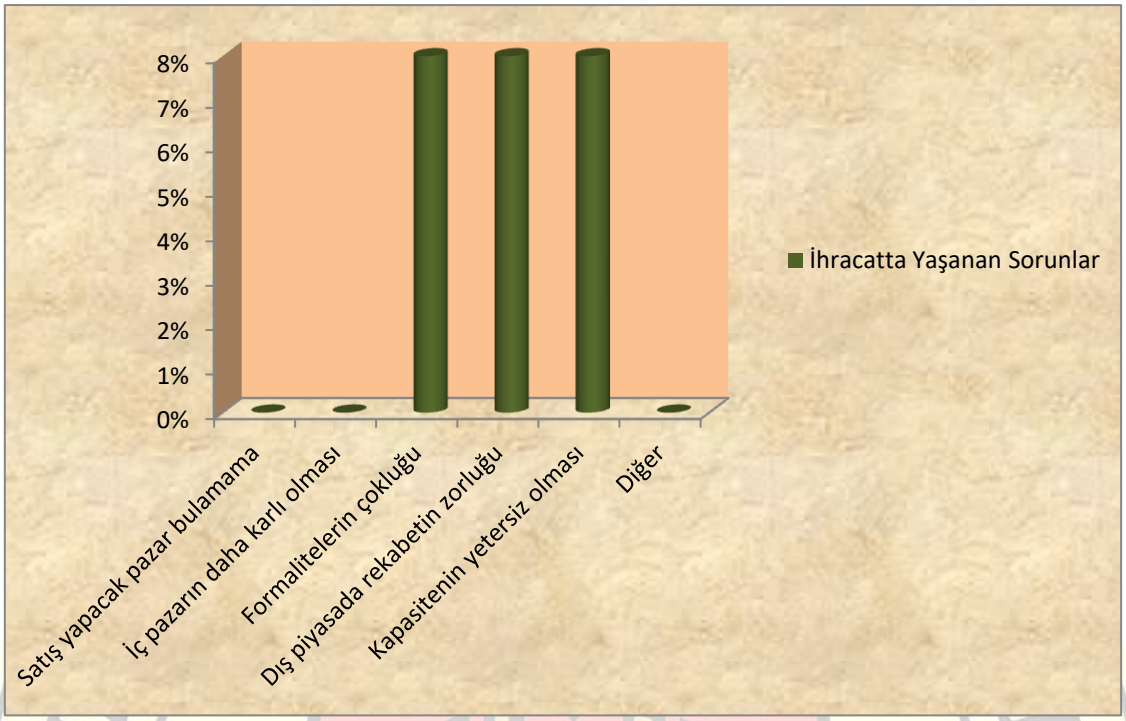


Şekil 7. Dış Ticaret Yapılan Ülkeler



İç piyasaya yönelik olduğunun bilindiği Nevşehir ili pomza sektöründe %33'lük kısımla dış ticaret yapılmadığı Şekil 7'de yer almaktadır. Sektörün dış ticaret durumu incelendiğinde, ihracatın oldukça düşük olduğu görülmektedir. Genellikle AB ülkeleri, Ortadoğu, Kuzey Amerika, Çin, Japonya ve Uzakdoğu ülkelerine pomza ürünlerinin satışı gerçekleştirilmektedir. Ayrıca, firmaların büyük bir çoğunluğu dış ticaret yapmamaktadır. Ankete katılan firmalardan dış ticaret yapmayan firmaların oranı %33 gibi küçümsenmeyecek bir seviyededir. İhracatta yaşanan sorunların gösterildiği Şekil 8'de kapasitenin yetersiz olması, dış piyasalarda yaşanan rekabetin zorluğu ve formalitelerin çokluğu %8'lik kısım ile gösterilmektedir.

Şekil 8. İhracatla İlgili Yaşanan Sorunlar



Firmaların en son almış oldukları kredilerin hangi amaç doğrultusunda alındıkları yapılan anket çalışmasından elde edilen bilgiler doğrultusunda Tablo 2'de gösterilmektedir. Buna göre firmalar, yeni yatırımlar yaparak üretim kapasitelerini arttırmayı planlamaktadır.

Tablo 2. En Son Alınan Kredinin Amacı (Önem Sırasına Göre)

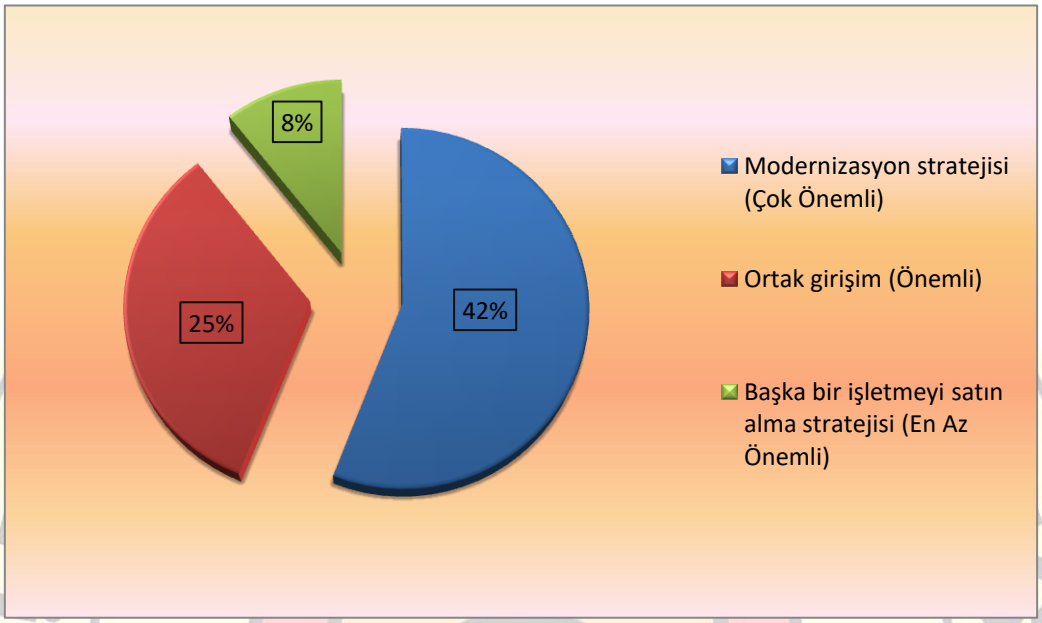
Çok Önemli (%25)	Önemli (%17)	En Az Önemli (%8)
• Kapasiteyi artırmak • Nakit ve çalışma seviyesini artırmak • Makine ve ekipman satın almak	• Yeni işletme kurmak • Etkinliği artırmak • Fabrikanın yenilenmesi	• Ürün süreçlerinde yenilik • Yeni pazarlara girmek • Gayrimenkul almak • Hammadde/maden temini

Firmaların üretim süreçlerinin profesyonel anlamda yürütülmesinin önemi oldukça büyüktür. Kaynak planlaması ve üretimin bu planlamaya dayalı olarak yapılması firmalara maliyet avantajı sağlayabilecektir.

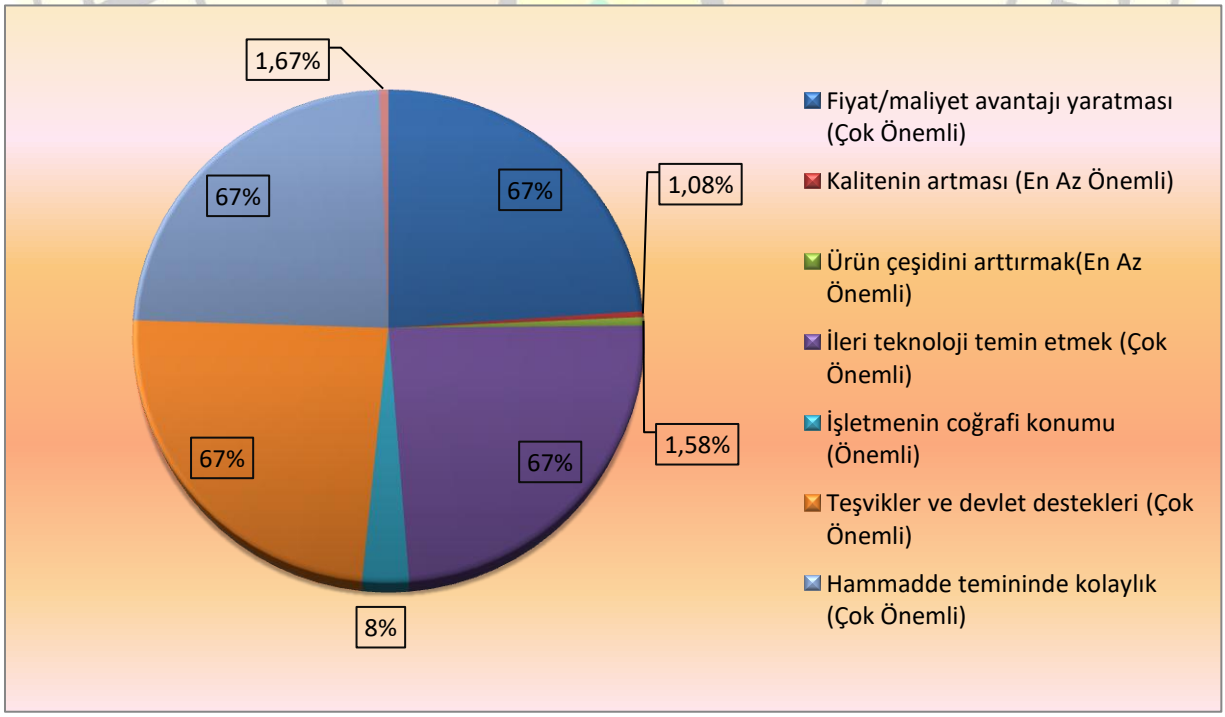
Anket çalışmasından elde edilen bir diğer sonuç firmalar %75 büyüme stratejilerine sahip olmasıdır. İşletmelerin büyümeğe teşvik eden stratejileri Şekil 9 ve işletmeleri büyümeye teşvik eden nedenler Şekil 10'da önem sırasına göre gösterilmektedir. Şekil 9'da görüldüğü

üzere %42'lik dilim ile modernizasyon stratejisi önem sırasına göre ilk başta yer almaktadır. Şekil 10'da ise işletmeyi büyümeye teşvik eden nedenlerin başında fiyat/maliyet avantajı yaratması, ileri teknolojinin temin edilmesi, hammadde temininde kolaylık ile teşvikler ve devlet destekleri yer almaktadır.

Şekil 9. Firmaların büyüme stratejileri



Şekil 10. İşletmeleri Büyümeye Teşvik Eden Nedenler



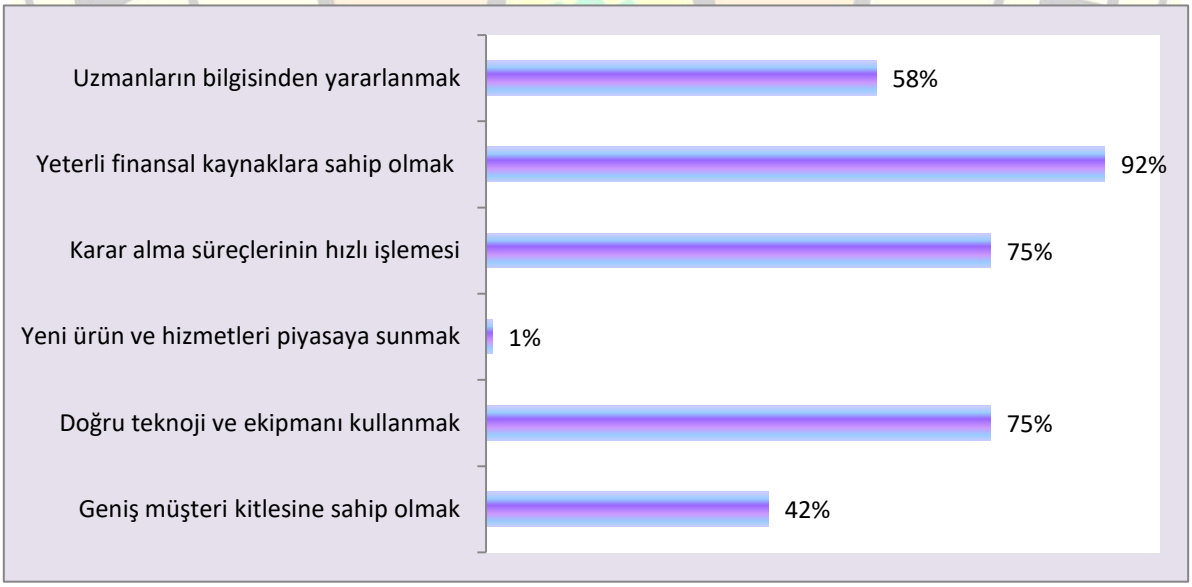
Pomza sektöründe yer alan işletmelerin büyümede yaşadıkları sorunlar Şekil 11'de gösterilmektedir. Şekil 11'den görüldüğü üzere işletmelerin rekabet gücünün olmaması ve yeterli sermayelerinin olmaması başlıca yaşadıkları sorunlar arasında yer almaktadır.

Şekil 11. Firmaların Büyümede Karşılaştıkları Sorunlar



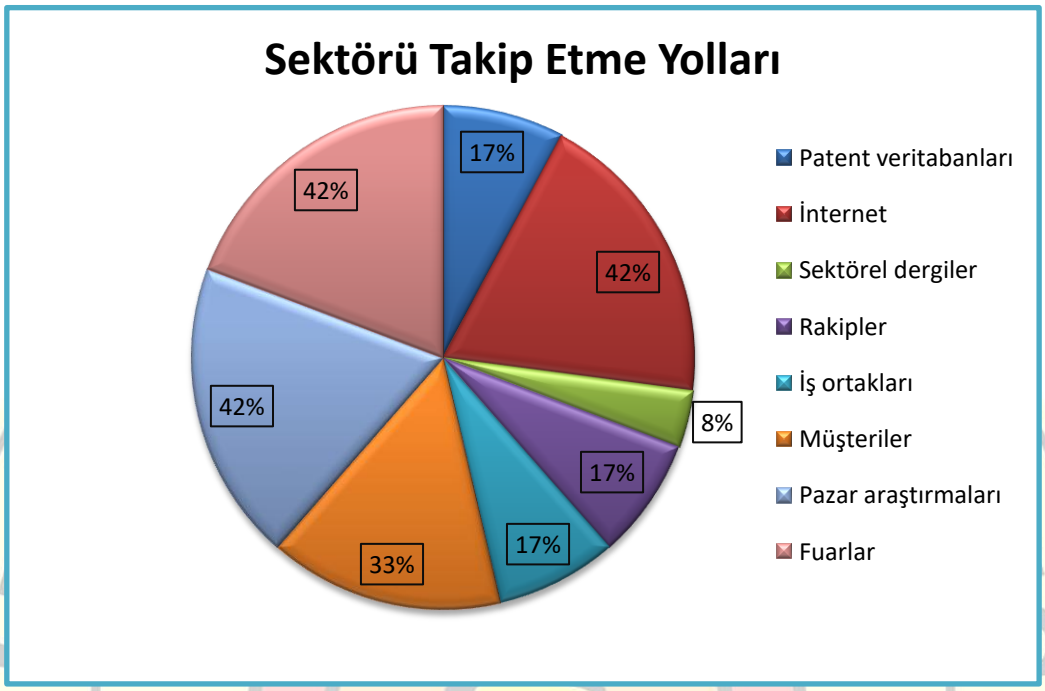
Sektörde önceki yıllarda yeterli finansal kaynaklara sahip, geniş müşteri kitlesi olan, doğru teknoloji ve ekipman desteğiyle işletmelerin hızla büyüdüğü Şekil 12'de görülmektedir.

Şekil 12. Firmaların geçmiş yıllarda büyümesini sağlayan faktörler



Pomza sektörü için yapılan anket sonucunda Şekil 13'te sektörde yer alan firmaların içinde bulundukları sektörde yaşanan gelişmeler ve teknolojik yenilikleri %42'lik dilimlerle internet, pazar araştırmaları ve fuarlardan takip ettikleri sonucuna varılmıştır.

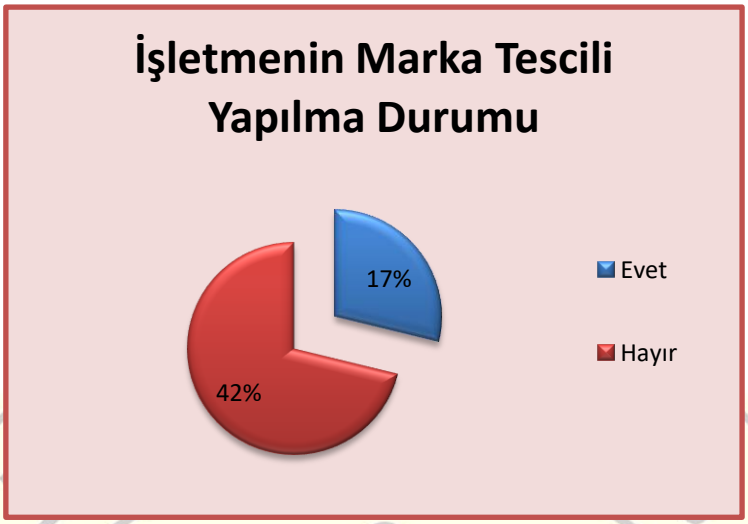
Şekil 13. İşletmelerin sektör ve teknolojiyi takip etme yolları



Firmaların %25 Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ile %5 oranında KOSGEB desteği aldıkları anket sonucu elde edilmiştir. Sektöre yapılan destekler dikkate alındığında en büyük desteğin Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ve KOSGEB tarafından sağlandığı görüşü ortaya çıkmaktadır.

Şekil 14'te pomza sektöründe yer alan işletmelerin patent, marka tescili, fikri hakların vs. varlığının yetersiz olduğu %42'lik büyük bir oran ile açıkça görülmektedir.

Şekil 14. Firmaların Patent, Marka Tescili Fikri haklar vs. Varlığı



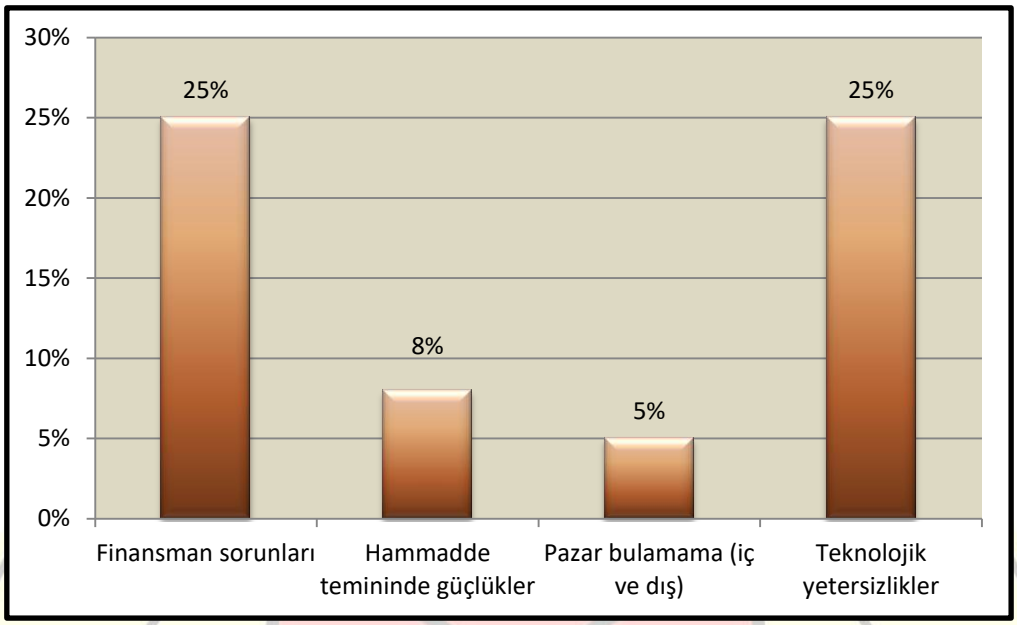
Üretim sürecinde teknoloji ve teknolojinin kullanımı büyük önem taşımaktadır. Her sektör farklı teknolojik düzeyde üretimini gerçekleştirmektedir. Sektörün mevcut teknoloji düzeyi açısından bir değerlendirme yapıldığında, ankete katılan firmaların %17'sinin teknoloji modernizasyonu yapmadığı ortaya çıkmıştır.

Şekil 15. En son Yapılan Üretim modernizasyonu



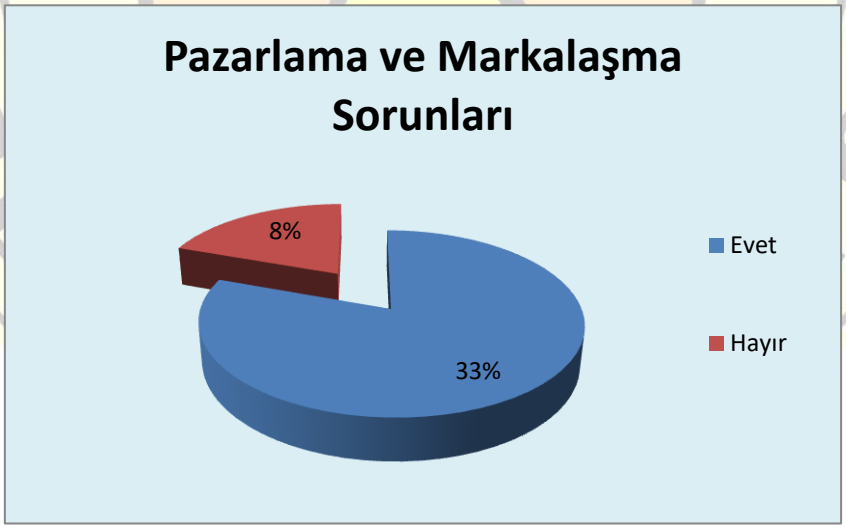
Ankete katılan işletmelerin mevcut üretim kapasitelerinin %25 ile üretim yaptıkları yapılan anket sonucu elde edilen bir sonuçtur. İşletmeler üretim kapasitelerinin düşüklüğüne finansman sorunları ve teknolojik yetersizliği sebep göstermişlerdir.

Şekil 16. Kapasite Kullanım Oranının Düşük Olmasının Nedenleri



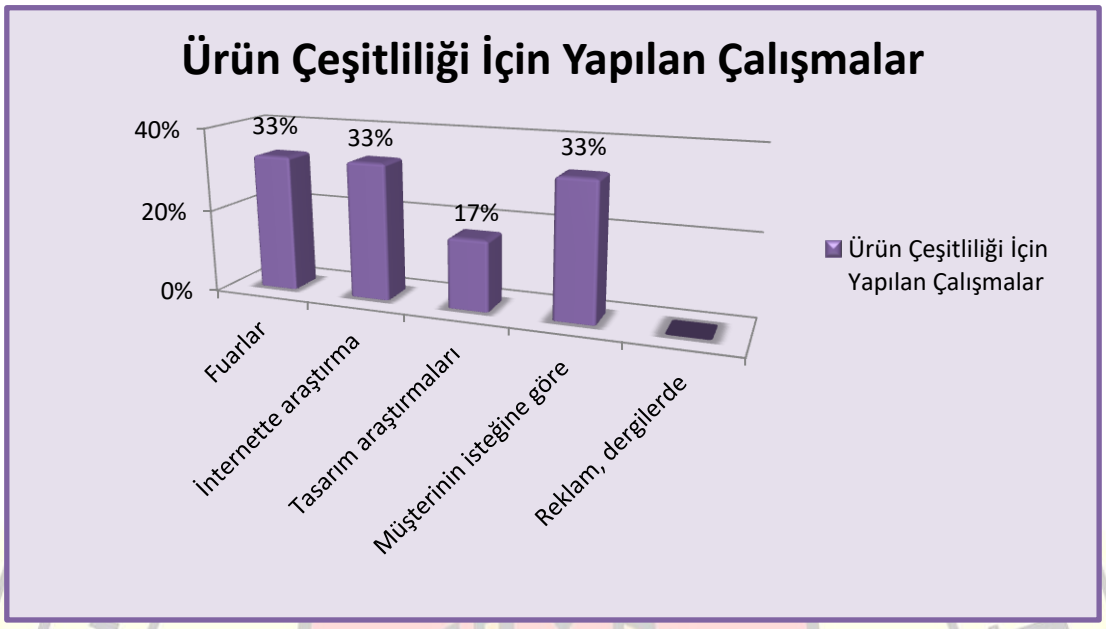
Nevşehir ili pomza sektöründe şirketlerin pazarlama ve markalaşma sorunlarının %33'lük kısım ile Şekil 17'de var olduğu görülmektedir.

Şekil 17. Şirketlerin Yaşadığı Pazarlama ve Markalaşma Sorunları



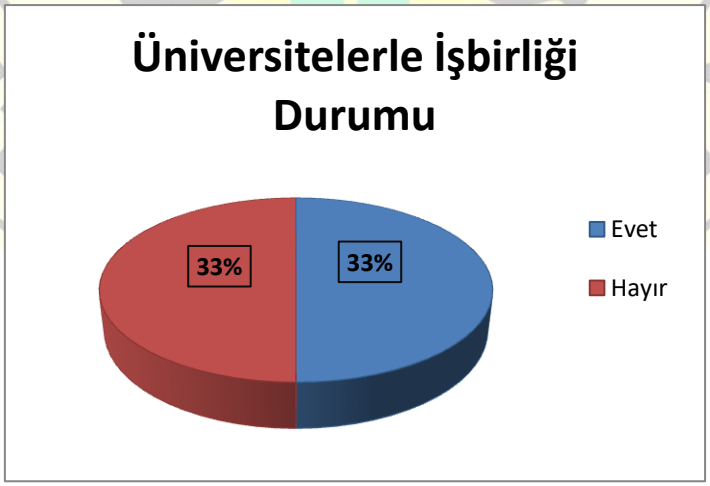
Firmaların ürün çeşitlilikleri için yaptıkları incelendiğinde fuarlar, internet araştırması ve müşterilerin isteklerinin %33 oranında önemli olduğu görülmektedir (Şekil 18).

Şekil 18. Şirketlerin Ürün Çeşitliliği İçin Yaptıkları Çalışmalar



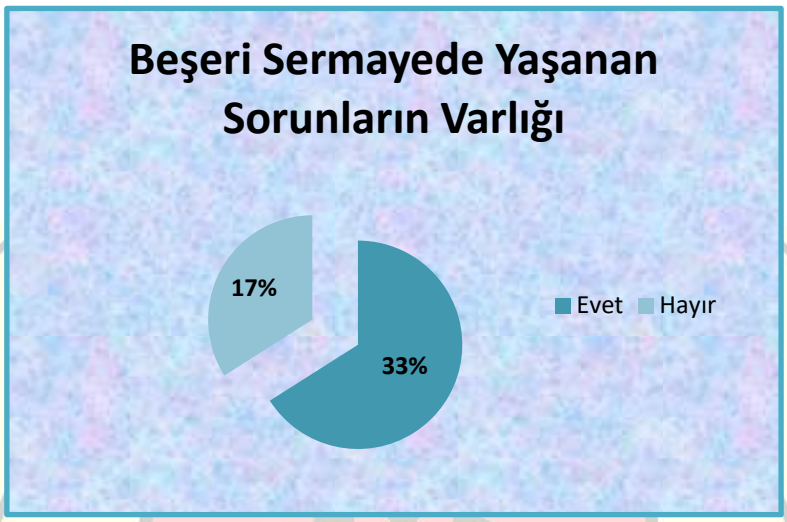
Sektörel gelişmenin sağlanmasında üniversite-sanayi işbirliğinin önemi oldukça büyüktür. Pomza sektöründe faaliyette bulunan firmalar ile üniversite işbirliği üzerine bir değerlendirme yapıldığında, firmaların %33'ü sektör ve firma açısından işbirliği düzeyinin son derece yetersiz olduğu görüşündedir.

Şekil 19. Sektör-Üniversite İşbirliği



Bireylerin bilgi ve beceri kazanabilmek için yaptıkları eğitim harcaması olan beşeri sermaye konusunda Nevşehir ilinde sorun olduğu yapılan anket sonucunda doğrulanmaktadır (Şekil 20).

Şekil 20. Beşeri Sermayede Yaşanan Sorunların Durumu



TİCARET ve SANAYİ ODASI 1926