

SUMMARY

TABLÖLÄR L STES

Tablo no: a Nio:

Tablo 4.38: Gelecek yıllar içerisinde bilişim ve iletişim teknolojilerine yatırım yapmayı planlayanların dağılımı.....86

Tablo 4.39: İşletmesine yeteri derecede yatırım yapan veya yapamayan işletmelerin dağılımı87

Tablo 4.40: Bilişim teknolojilerinin işletmelerdeki kullanım oranları.....88

1- G R

Konya büyük ehir belediyesine sahip Türkiye'nin en büyük ehirlerinden birisidir. Dolayısı ile büyük ehir olmasının ön ko ullarından biri de sanayinin geli mi olmasıdır. Konya Türkiye'de sanayilemenin hızla seyretti

yönelmeleri i

Konya merkezinde yaklaşık 60'a yakın küçük sanayi sitesi bulunmaktadır ve yaklaşık olarak bu alanları 40.000 civarında istihdama sahiptir. Konya sanayisi son 10 yılda yapımı oldu

2- KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. KOB 'ler

KOB , Küçük ve Orta Büyüklükteki işletmelerin genel adıdır. Dünyada ekonomik ya

Türk hukukunda “ küçük ve orta ölçekli işletme” deyim çe itli mevzuatlarda yer almaktadır. Ancak bu kavramın tanımı sadece, 12.04.1990 tarihinde kabul edilen

tarafından sektörlere göre yayılmış . Örneğin imalatda 250 kişiden az, madencilikte 5 kişiden az gibi.

Avrupa Birliği KOB'leri en fazla 250 kişi çalıştıran, yıllık toplam satışları 27 milyon Euro'nun altında, toplam aktif büyüklüğü 27 milyon euro'ya ulaşmayan ve

- Ba ımsızlı

KOB giri imcilerinin mülkiyet tutkuları, ba

- Uzun dönemde büyük endüstri işletmelerinin gelirlerinin ve ara mallarının üreticisi olma durumundadırlar.

- Sosyal ve politik bakımından kullanılmayan iş gücü, hammadde ve finansman kaynaklarının daha küçük yatırımlarla işletilmesi olanaklarını sağlayarak gelir düzeyinin yükselmesinde de etkili olabilmektedirler.

- Küçük birikimler ve aile birikimlerinin de

toplam yatırımlar içindeki payı yüzde 26,5
katma de er içindeki payı yüzde 34
toplam ihracat içindeki payı yüzde 10
toplam finansal kaynaklardan yararlanma payı yüzde 2,5
(Halkbankası kredileri dahil edilirse yüzde 5)¹⁷

KOB

Bugün Türkiye'nin de içinde bulunduğu geli

Bütün bu mallar, ekonominin üretim gücünü artırmı

te otonom yatırımlar gerek milli gelirdeki ve gerekse buna ba lı olarak talep miktarındaki de i ikliklerden ba ımsız olarak yapılan yatırımlardır. Örne in

bilgi ve bilgiye dayalı yöntem o i

İlk a amada bilim temelli bir a ama söz konusudur. Bu dönemde bilgisayarlar

hüküm süren bu dönü ümden en fazla etkilenen kesimlerin ba ında i dünyası gelmektedir. Bili im teknolojilerinin günümüzde son derece popüler bir hale gelmesinde büyük bir hızla yayılan ıternet a ının çok büyük bir rolü oldu u açıktır. Özellikle i

Yeni ekonomi dijital bir ekonomidir. Dijitalle

kelimesiyle olu turulan e-business, irketlerin nternet teknolojilerini kullanarak dahili i süreçlerini ve i süreçlerini ve i ili

internet kullanıcılarına tanıtarak onları buraya çekecek cazibeye sahip olmakla ilgilidir.

Dü ğük Yatırım ve Operasyon Maliyeti: Alı veri sitelerine yapılacak olan yatırımların ve bu sitelerin i

edilerek, ilgi alanı do rultusunda önerilerde bulunabilir ve böylece satı ları artırmak için yeni fırsatlar do abilir. Ayrıca

Tablo 4.5. e- mail adresi sahipli i durumu

e- mail sahipli i	Sayı	%
-------------------	------	---

Tablo 4.8. Tam kapasite ile çalışıldı ğında tahmini istihdam oranlarının dağılımı

stihdam	Sayı	%
1- 5 arası	2	2,0
6- 10 arası	40	40,0
11- 20 arası	30	30,0
21- 30 arası	24	24,0

Tablo 4.9.

Tablo 4.11. İletmenizde uzman kişileri ve kuruluşlarca verilen herhangi bir
e

yapılan i

Tablo 4.15. İletmenin 2004 yılında girdilerin satın alındığı yerlerin dağılımı

**Girdilerin
Alındığı Yerler**

Ortado

Ara tırmanın bu sorusunda küçük ve orta boy i letmelerin genel olarak hangi problemlerden etkilendikleri ö

Tablo 4.19. Finansman konusunda ya anan sorunların önem derecesine göre sıralanması

Finans Sorunun Nedenleri	1. tercih	2. tercih	3. tercih
---------------------------------	------------------	------------------	------------------

Bir önceki soruya paralel olarak bu soruda işletmelerin kapasitelerini nasıl artıracabilecekleri soruldu. Katılımcıların verdikleri cevaplara göre iyi bir finans kaynağı bulmak en iyi çözüm gibi görülmektedir.

Katılımcıların verdikleri cevaplarda bürokratik sorunların çözümüyle kapasitenin artırılabilir olduğunu düşünen az ki

i letmelerin belli markalar üzerinde durdukları ve de bu araçlarla pazarlama için gittiklerinde bunu gösteri unsuru olarak ortaya koydukları gözlemlenmiştir.

Yine i letmelerin spekülasyon amacıyla bazı mevkiilerde arsalar aldıkları gözlemlenmiştir. Tasarruflarını bu şekilde değerlendirilen 37 i letme vardır ve ara tırmaya katılan i letmelerin içerisinde % 37'ye tekabül etmektedir. i letme için yeni makine ve teçhizat alan i

Tablo 4.25. Önümüzdeki üç yıl içinde yapılması planlanan projelerin dağılımı

Yapılması Planlanan Harcamalar	Evet		Hayır		Toplam	
Sayı / %	Sayı	%	Sayı	Sayı	%	Sayı

verilere göre işletmelerin % 67'si bilgi ve iletişim araçlarına önümüzdeki yıllar içerisinde yatırım yapacağını dile getirmiştir. Buna karşın % 33'lük bir kısımda yeni veya ek bir yatırım yapmayacağını dile getirmiştir. Yine de bu rakamlar küçük ve orta boy işletmelerin bilgi ve iletişim teknolojilerine karşı açık olduğunu göstermektedir.

Tüm bunlarla birlikte görülmeye gidilen işletmelerin % 44'ü ev alacağını söylerken %56'sı önümüzdeki yıllar için o şekilde bir planının olmadığını araç3(s)(e)-

Bilgisayar kullanım oranı da yüksek çıkmaktadır. Ara tırma verilerine göre i letmelerin % 90'ında bilgisayar vardır. Bilgisayarı olan katılımcılardan, bilgisayarı “ara sıra” kullananların oranı % 8'dir. Bilgisayarı “sık sık” kul

Tablo 4.27.

Tablo 4.28. İletmede bilgisayarın hangi amaçlı kullanıldığı nın dağılımı

Bilgisayarı Kullanma Amaçları	Hiç Olmaz	Ara S6-4(1)-2(o 4.28.)250TJ/R155326(6-150TJ/R869(1)-2
-------------------------------	-----------	--

Bilgisayar

Ara

Tablo 4.32. E- Ticaret yapan işletmelerin dağılımı**e- Ticaret Uygulamaları****STf1 00W n**

Tablo 4.34. E- ticaret yapmayan i letmelerin yapmama nedenlerinin da

Tablo 4.36. İnternet ve elektronik ticaretin işletmenin fonksiyonlarını ne şekilde etkilediğinin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri

İletme

me ncn ya ni 12 nda4()i360(e)360(c)278TAFR1R9 12 ad 12.0Bd(17j(R9 12 Tf4.68 0 Td[1]-2(e)4(t)-2(m)-2(e)4(d)4()

Tablo 4.41. Kar ıla ılan problemlerin çözümünde ba lantı kurulan kurulu ların da ılımı

Kurum ve Kurulu lar Evet. Ba lantıı

Tablo 4.42.

Tablo 4.43. İhracat değeri ile e-ticaret yapma değeri arasındaki ilişkinin gıda ve kozmetik işletmeleri açısından karşılaştırılması

İşletmenizizde e-ticaret uyguluyor musunuz? e-ticaret yap

Tablo:4.43 (Devam)

		Sayı	3	2	5
--	--	-------------	---	---	---

Ara tırmanın de i

5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Ara tırmanın sınırlılıklar bölümünde, ara tırmanın i

Ara tırma verilerine göre gıda sektörü ile kozmetik sektöründeki işletmelerin a a 1 yukarı aynı oranlarda e- ticaret yaptığı gözlemlenmiştir. Sayı olarak gıda sektöründeki 14 işletme hem de

harcamada bulunmu tur. Bu veriler de göstermektedir ki i letmelerin bilgi ve ileti im araçları için yaptıkları yatırımlar oldukça dü ktür. Örne in görü

gerekmektedir. Bu durumda hem i

konusunda sıkıntı çekmelerine neden oldu unu söylemi tir. Ara

- letmelerin rekabet avantajı elde edebilmeleri için, tüm yönetim süreçlerinde bilişim teknolojilerini kullanmaları kaçınılmazdır.

-

Statistics for Scale	Ortalama	Varyans	Standart Sapma	De i ken
---------------------------------	-----------------	----------------	---------------------------	-----------------

N of Cases = 100.0

Ortalama

Varyans

**Standart
Sapma**

De

**Güvenirlık Testi
Analizi**

Item Means	1.8713	1.1900	2.6900	1.5000	2.2605	.1842
-------------------	--------	--------	--------	--------	--------	-------

Item-Total Statistics	Scale Mean if Deleted	Scale Variance if Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Alpha if Deleted
------------------------------	------------------------------	----------------------------------	--	-------------------------------------	-------------------------

**VCD DVD
Seyretme**

C

**Güvenirlilik Testi
Analizi**

tem

S.1- Firma adı :	
-------------------------	--

7.KAYNAKLAR

7.1. Kitaplar

AKGEMC , T. – ÇELİK, A. (1998), **Girişimcilik Kültürü ve KOBİler**, Nobel

Yayınları, 2. Cilt, 111

ME ER, Max George (1996), “ Yine Envanter”, **Dünya Gazetesi**, ubat.

SCUPOLA, Ada (2001), “Adaption of Internet-Based Electronic Commerce in Southern Italian SMEs”, 1st Nordic Workshop Electronic Commerce, Halmstad, Sweden, May 28-29.

TERZ O LU, Tosun (1997), “ Bilgi pek Yoluna Do ru”, **Egevizyon Dergisi**, Sayı. 16.

7.3.Di er Kaynaklar

BAYRAÇ, Naci (2002), “Yeni Ekonomi'nin Toplumsal, Ekonomik Ve Teknolojik Boyutları”, www.bilgiyonetimi.orgcpagesmkl_gos.phpnt=443.htm.

PEK, Cem (2000) “ Bilgi Ekonomisi”. www.isguc.orgarc_view.phpex=108.htm

