



T.C.
NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANA BİLİM DALI

TÜRK BOYA SEKTÖRÜNDE YAŞANAN SORUNLAR VE
İŞLETMELERİN FİNANSAL PERFORMANSLARI ÜZERİNDEKİ
ETKİLERİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
Sevgül IŞIK

Niğde
Ağustos, 2021

T.C.
NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANA BİLİM DALI

TÜRK BOYA SEKTÖRÜNDE YAŞANAN SORUNLAR VE
İŞLETMELERİN FİNANSAL PERFORMANSLARI ÜZERİNDEKİ
ETKİLERİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
Sevgül İŞİK

Danışman : Doç. Dr. Aslihan NAKİBOĞLU
Üye : Prof. Dr. Serdar ÖZTÜRK
Üye : Dr. Öğr. Üyesi Ayberk Nuri BERKMAN

Niğde
Ağustos, 2021

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Türk Boya Sektöründe Yaşanan Sorunlar Ve İşletmelerin Finansal Performansları Üzerindeki Etkileri” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ve akademik kurallar çerçevesinde tez yazım kılavuzuna uygun olarak tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmamın içinde kullanıldıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım. 27/09/2021

İmza

Sevgül IŞIK

ÖN SÖZ

Yaklaşık on yıldır boya sektöründe işletme olarak faaliyet göstermekteyiz. Bu zaman dilimi içerisinde sektörün yapısı ve işleyişinden kaynaklanan oldukça farklı problemlerin olduğunu ve bu işleyiş yapısının sektörde özellikle toptancı statüsünde faaliyet gösteren üyelerinin finansal performanslarını oldukça olumsuz etkilediğini gözlemleme imkânına sahip oldum.

Durumu değerli danışmanımla paylaştığımda; iktisadi bir sektör olan boya sektöründeki sorunları ortaya koymak ve çözüm önerileri üretmenin iktisat bilimine önemli katkılar sağlayacağını belirtmesi üzerine; yüksek lisans çalışmamda boya sektöründe yaşanan bu sorunları, sektörde faaliyet gösteren kişilerin görüşlerine dayalı olarak ortaya çıkarmak istedim.

Bu çalışmada boya sektöründe yaşanan sorunların işletmelerin finansal performansları üzerindeki etkileri incelenmektedir.

Tez konumun belirlenmesinden, tamamlanma aşamasına kadar her daim beni yüreklendiren, bilgi ve birikimiyle tezimi şekillendiren, güler yüzü ve samimiyetiyle daima desteğini hissettiğim danışmandan çok, arkadaş ve dost niteliği taşıyan çok kıymetli danışmanım Doç. Dr. Aslihan NAKİBOĞLU'na sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Araştırmamın uygulama kısmına katılarak destek sağlayan tüm boya sektörü mensuplarına ve anketlerin analizinde yardımlarını ve desteğini esirgemeyen Fatih SONTAY'a teşekkür ederim.

Eğitim hayatım boyunca desteklerini ve dualarını her daim hissettiğim değerli annem Ülker SARIYALDIZ'a ve babam Halil İbrahim SARIYALDIZ'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Tez çalışmam boyunca yanımda olan, anketlerimin uygulanmasında yoğun çaba sarf eden ve her daim beni destekleyen değerli hayat arkadaşım Mustafa IŞIK'a, tez çalışmam sürecinde yanımda olan ve her yorulduğumda bana Türk kahvesi yaparak bir nebze de olsa dinlenmeme vesile olan canım kızım Seher IŞIK'a, bana anlayış ve özveri gösteren kıymetli kızım Ayşegül IŞIK ve biricik oğlum Haktan Abdullah IŞIK'a şükranlarımı sunarım.

Sevgül IŞIK

ÖZET
YÜKSEK LİSANS TEZİ

TÜRK BOYA SEKTÖRÜNDE YAŞANAN SORUNLAR VE İŞLETMELERİN
FİNANSAL PERFORMANSLARI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

İŞİK, Sevgül
İktisat Anabilim Dalı
Tez Danışmanı: Doç. Dr. Aslihan NAKİBOĞLU
Ağustos 2021, 152 sayfa

Türk boya sektöründe yaşanan sorunlar ve işletmelerin finansal performansları üzerindeki etkileri başlıklı yüksek lisans tez çalışmasının temel amacı; Türk boya sektöründe yaşanan sorunların sektörde faaliyet gösteren, işletmelerin finansal performanslarını nasıl etkilediğini incelemektir. Ayrıca katılımcıların tanımlayıcı özelliklerine (sektör deneyimi, eğitim durumu, faaliyet gösterdikleri il vb.) göre boya sektörünün sorunları ve İşletmelerin finansal performanslarına etkilerine yönelik görüşlerinde istatistiksel olarak farklılık olup olmadığını incelemek de araştırmanın diğer amacını oluşturmaktadır.

Amaç doğrultusunda hazırlanan anket formu; 2021 yılı Şubat-Temmuz aylarında Kocaeli, Sakarya ve Yalova’da boya satışı yapan 152 firma yetkilisine uygulanmıştır. Anketlerden elde edilen veriler bilgisayar ortamında SPSS 22.0 programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Verilerin incelenmesinde ortalama standart sapma istatistiklerinin yanında, t- testi, tek yönlü Anova ve post hoc (Tukey, LSD) analizlerinden faydalanılmıştır.

Araştırma sonucunda; çek ve senetle yapılan satışların işletmeleri risk altına soktuğu, çek ve senetlerin finans kurumlarında tarihinden önce tahsil edilmesinin işletme karlılığını olumsuz etkilediği, ayrıca vadeli boya alış ve satışlarının ödemeler üzerindeki etkilerinin olumsuz olduğu belirlenmiştir. Araştırmada ayrıca işletmelerin boya satışı ile ilgili talepleri karşılamada yeterli oldukları, boya firmalarının boyalar ve uygulamaları hakkında eğitim, seminer vb. etkinlikleri yetersiz olsa da sektördeki makineleşmenin satışlara olumlu yansıdığı sonuçlarına ulaşılmıştır.

Diğer taraftan sektörde toptan satış yapanların en riskli grubu oluşturduğu, toptan boya satışı yapanların sektördeki sorunlardan daha fazla etkilenecek finansal performanslarının düştüğü saptanmıştır. Boya sektöründe yaşanan sorunların işletmelerin finansal performanslarına olan etkileri, işletmenin faaliyet gösterdiği il,

yetkilinin eğitim durumu, deneyimi, farklı sayıda boya markası satma durumu, boya alış ve satış şekli, faktoring firmaları ile çalışma durumu değişkenlerine göre de farklılıklar gösterdiği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Boya, Boya Sektörü, Finansal Performans



ABSTRACT
MASTER'S THESIS

**PROBLEMS IN THE TURKISH PAINT SECTOR AND THEIR IMPACT ON
THE FINANCIAL PERFORMANCE OF ENTERPRISES**

IŞIK, Sevgöl
Department of Economics
Thesis Advisor: Assoc. Dr. Aslihan NAKİBOĞLU
Agust 2021, 152 pages

The impact on the financial performance of businesses and the Turkish paint industry problems in thesis study titled The main objective of the problems in operating in the sector of Turkish paint industry is to examine how they affect financial performance. In addition, the identifying characteristics of the participants (industry experience, educational status, the province in which they operate, etc.) according to the problems of the paint sector and the impact of firms on their financial performance to examine whether there are statistical differences in their views is also the other purpose of the research.

February- July 2021 survey form prepared for the purpose; Kocaeli, Sakarya and Yalova paint sales 152 company officials were applied. The data obtained from the surveys were analyzed in a computer environment through the SPSS 22.0 program. In addition to mean standard deviation statistics, t - test, one-way ANOVA and post hoc (Tukey, LSD) analyses were used to examine the data.

As a result of the research, it was determined that sales made with checks and bills put firms at risk, collection of checks and bills before their date in financial institutions negatively affects the profitability of the firm, as well as the impact of buying and selling futures paint on payments is negative. In addition to the research, companies are sufficient to meet the demands related to the sale of paint, training, seminars on paints and applications of paint companies, etc. although their effectiveness is insufficient, results have been reached that mechanization in the sector reflects positively on sales. On the other hand, it was found that wholesale sellers in the sector constitute the riskiest group, and wholesale paint sellers are more affected by problems in the sector and their financial performance has decreased. The effects of the problems in the financial performance of the paint industry in the county where the business operates, the authority's educational background, experience a

different number of brand selling the condition of the paint, the paint in the form of buying and selling, factoring companies working with variables showed differences according to the status.

Keywords: Paint, Paint Industry, Financial Performance



İÇİNDEKİLER

ÖN SÖZ	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT.....	v
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar LİSTESİ	x
ŞEKİLER LİSTESİ	xii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. BOYA SEKTÖRÜ VE YAŞANAN BAŞLICA SORUNLAR

1.1. BOYA NEDİR?	5
1.2. BOYA SEKTÖRÜNÜN KAPSAMI	6
1.3. BOYA SEKTÖRÜNÜN TARİHSEL GELİŞİMİ	7
1.3.1. Dünya’da Boya Sektörünün Gelişimi.....	7
1.3.2. Türk Boya Sektörünün Gelişimi.....	9
1.4. BOYA SEKTÖRÜ YAPI VE BÜYÜKLÜĞÜ.....	12
1.4.1. Dünya Boya Pazarının Yapısı Ve Büyüklüğü	12
1.4.2. Türk Boya Pazarının Yapısı ve Büyüklüğü	18
1.5. TÜRK BOYA SEKTÖRÜNDE YAŞANAN BAŞLICA SORUNLAR	23
1.5.1. Hammadde de Dışa Bağımlılık.....	24
1.5.2. Üreticilerin Sektörle İlgili Bilgi ve İlişkileri	24
1.5.3. Sektörde İşleyen Vade Yapısı.....	25
1.5.4. Rekabet	26

İKİNCİ BÖLÜM

2. FİNANSAL PERFORMANS

2.1. PERFORMANS KAVRAMI.....	28
2.2. PERFORMANS ÖLÇÜTLERİ.....	31
2.2.1. Etkenlik ve Etkililik.....	34
2.2.2. Ekonomik Verimlilik (İktisadilik)	35
2.2.3. Yenilik	36
2.2.4. Kârlılık.....	37

2.2.5. Çalışma Yaşamının Kalitesi	37
2.3. PERFORMANS BOYUTLARI.....	38
2.3.1. Ekonomik Performans	39
2.3.2. Borsa Performansı	39
2.3.3. Finansal Performans	40
2.4. FİNANSAL PERFORMANS İLE İLGİLİ GENEL BİLGİLER.....	40
2.4.1. Finansal Performans Kavramı	41
2.4.2. Finansal Performansın Önemi	43
2.4.3. Finansal Performansı Etkileyen Faktörler	43
2.4.3.1. İç Faktörler.....	44
2.4.3.1.1. Likidite	44
2.4.3.1.2. Kaldıraç	45
2.4.3.1.3. Varlık kullanımı	45
2.4.3.1.4. İşletme boyutu	46
2.4.3.1.5. Pazar Payı Pozisyonu	47
2.4.3.2. Dış Faktörler	48
2.4.3.2.1. Faiz Oranı.....	48
2.4.3.2.2. Enflasyon Oranı.....	49
2.4.3.2.3. Döviz Kuru.....	49
2.4.3.2.4. Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH).....	50
2.4.4. Finansal Performans Ölçümü	51
2.4.5. Finansal Performans Ölçme Yöntemleri	52

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. BOYA SEKTÖRÜNDE YAŞANAN SORUNLARIN İŞLETMELERİN FİNANSAL PERFORMANSLARI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

3.1. ARAŞTIRMANIN MODELİ	57
3.2. EVREN VE ÖRNEKLEMİ	57
3.3. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI	57
3.4. VERİLERİN ANALİZİ	58
3.5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI.....	61
3.5.1. Katılanların Tanımlayıcı Özelliklerine Yönelik Bulgular	62
3.5.2. Boya Sektöründe Yaşanan Sorunların İşletmelerin Performanslarına Etkisine Yönelik Bulgular	63

3.5.3. Katılımcıların Tanımlayıcı Özelliklerine Göre Boya Sektöründe Yaşanan Sorunların İşletmelerin Performanslarına Etkilerinin İncelenmesi	72
SONUÇ	130
KAYNAKÇA.....	138
EKLER	149



TABLolar LİSTESİ

Tablo 1	Türkiye'nin Ülkelere Göre Boya İhracatı (1000 \$)	21
Tablo 2	Türkiye'nin Ülkelere göre Boya İthalatı(1000 \$)	22
Tablo 3	Miktarsal ve Parasal Açıdan Boya Girdilerinin Boya İçindeki Yüzde Oranları	24
Tablo 4	Ölçekteki Değişkenlere Yönelik Normallik Testi Sonuçları	59
Tablo 5	Katılanların Tanımlayıcı Özelliklere Göre Dağılımı	62
Tablo 6	Katılanların Boya Sektörüyle İlgili İfadelere Verdiği Yanıtların Dağılımları	64
Tablo 7	Katılımcıların Sektör Deneyimlerine Göre Boya Sektöründe Yaşanan Sorunların İşletmelerin Performanslarına Etkilerinin Farklılaşma Durumu	72
Tablo 8	Katılımcıların Boya Satma Şekillerine Göre Boya Sektöründe Yaşanan Sorunların İşletmelerin Performanslarına Etkilerinin Farklılaşma Durumu	76
Tablo 9	Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Boya Sektöründe Yaşanan Sorunların İşletmelerin Performanslarına Etkilerinin Farklılaşma Durumu	82
Tablo 10	Katılımcıların Kaç Farklı Boya Markası Satma Durumuna Göre Boya Sektöründe Yaşanan Sorunların İşletmelerin Performanslarına Etkilerinin Farklılaşma Durumu	90
Tablo 11	Katılımcıların Boya Satış Şekillerine Göre Boya Sektöründe Yaşanan Sorunların İşletmelerin Performanslarına Etkilerinin Farklılaşma Durumu	96
Tablo 12	Katılımcıların Boya Alım Şekillerine Göre Boya Sektöründe Yaşanan Sorunların İşletmelerin Performanslarına Etkilerinin Farklılaşma Durumu	102
Tablo 13	Katılımcıların Faktoring Firmalarıyla Çalışma Durumlarına Göre Boya Sektöründe Yaşanan Sorunların İşletmelerin Performanslarına Etkilerinin Farklılaşma Durumu	106
Tablo 14	Katılımcıların Yıllık Boya Cirolarına Göre Boya Sektöründe Yaşanan Sorunların İşletmelerin Performanslarına Etkilerinin Farklılaşma Durumu	111

Tablo 15	Katılımcıların Faaliyet Yaptıkları İllere Göre Boya Sektöründe Yaşanan Sorunların İşletmelerin Performanslarına Etkilerinin Farklılaşma Durumu	124
----------	--	-----



ŞEKİLER LİSTESİ

Şekil 1. Dünya Boya Üretimini Dağılımı (2020).....	12
Şekil 2. 2019 Yılında Değer Bazında Dünya Çapında Lider Boya İhracatçısı Ülkeler(Milyon\$).....	14
Şekil 3. 2019 Yılı Dünya Boya İhracatının Ülkelere Göre Dağılımı(%).....	15
Şekil 4. 2020 Yılında Gelir Bazında Dünya Çapında Lider Boya Ve Kaplama Şirketleri	17
Şekil 5. Türkiye’de Kullanım Alanlarına Göre Boya Tüketimi(2019).....	19



GİRİŞ

Boya sektörü inşaat sektörünün tamamlayıcısı niteliğinde oldukça büyük bir alt sektördür. Sektörde son yıllarda önemli gelişmeler yaşanmış ve teknoloji ve kalite anlamında gelişmiş ülkeler standartlarına çıkılmıştır. Sektörde farklı boyutlarda pek çok üretici bulunmakla birlikte sektöre; üretim ve marka bilinirliği açısından önde gelen ilk 10 firma yön vermektedir. Sektörde pek çok üretici bulunmasına rağmen hammadde açısından dışa bağımlılık söz konusudur. Bu nedenle de emtia fiyatlarındaki artışlar ve döviz fiyatlarındaki dalgalanmalar sektördeki fiyatları doğrudan etkilemektedir.

Sektördeki temel işleyiş şu şekildedir: Üretici işletmeler yılda iki kez kampanya düzenleyerek ürün ve fiyatlarını toptancı ve perakendecilere sunmaktadırlar. Kampanyada fiyat garantisi verilerek çeşitli vade seçenekleri sunulmaktadır. Kampanyaya giren toptancı ve perakendeciler girdikleri kampanyaya dair taahhütte bulunarak belirtilen vade seçeneklerine göre çek ve senetlerini vermektedirler. Diğer bir ifade ile toptancı ve perakendeciler teslim almadıkları boyalara ilişkin öngöründe bulunarak vadeli şekilde evraklarını vererek ödeme garantisi sunmaktadırlar. İşleyiş üreticiden toptancıya, toptancıdan perakendeciye doğru zincir olarak ilerlemektedir. Toptancı çek ve senetlerini üreticiye vermekte, perakendeciden de kendisi çek ve senet almaktadır. Bazen aldığı çek ve senetleri kendisi değerlendirmekte genellikle de üreticiye vereceği çek ve senetlerin yerine müşterilerinden aldıkları çek ve senetlerin arkasını cirolayarak vermektedir. Diğer bir ifade ile “perakendeci bu çek veya senetleri ödemezse muhatabın benim ben öderim demektedir.” Durum böyle olunca hayali bir satış gerçekleşmektedir. Başta ekonomik kriz olmak üzere piyasada yaşanan durgunluk vb. durumlardan dolayı evrakları verilen ancak satılamayan boyaların vadesi geldiğinde ödemeleri yapılması gerekmektedir. Bu durum ödeme açısından toptancı ve perakendecileri sıkıntıya düşürürken, ödenememe durumunda üreticilerin finansal anlamda sıkıntı yaşamasına neden olmaktadır.

Ayrıca günü gelen çek ve senetlerin ödenmesi için taraflar ödeme yapabilmek için ellerinde bulunan diğer vadesi henüz gelmemiş çek ve senetleri bankalara veya faktoring firmalarında, belirli bir faiz ödeyerek bedelinin altında bozdurarak veya taksitli kredi kullanarak ödemelerini gerçekleştirmektedirler. Böylelikle ödemelerini

yapabilmektedirler, ancak bu durum işletmelere boya maliyetlerin yükselmesine ve karlılıklarının düşmesine neden olmaktadır.

Bu araştırmanın temel amacı; Türk boya sektöründe yaşanan sorunların sektörde faaliyet gösteren, işletmelerin finansal performanslarını nasıl etkilediğini incelemektir. Ayrıca katılımcıların tanımlayıcı özelliklerine göre (sektör deneyimi, eğitim durumu, faaliyet gösterdikleri il vb.) göre boya sektörünün sorunları ve İşletmelerin finansal performanslarına etkilerine yönelik görüşlerinde istatistiksel olarak farklılık olup olmadığını incelemek de araştırmanın diğer amacını oluşturmaktadır.

Boya sektörü üzerine yapılmış sınırlı sayıda akademik çalışma bulunmaktadır.

Kayışkan, Aşan ve Özveri (2018) “Boya Sektöründe Tedarik Yönetimi Faaliyetlerinin Süreç Yönetimi ile İyileştirilmesi” başlığında yaptıkları araştırmalarında boya sektöründe faaliyet göstermekte olan bir firmanın tedarik süreçleri ele alınarak incelenmiştir. Bu çalışmanın amacı, uygulamanın yapıldığı boya firmasında tedarik süreçlerini, süreç yönetimi tekniğine göre yapılandırmak ve iyileştirmeler yaparak tedarik faaliyetlerindeki iyileşmeleri analiz etmektir. Bu amaçla, firmada uygulanan mevcut ve tedarik süreçleri çizilmiş ve bu süreçler üzerinden, süreç iyileştirme teknikleri kullanılarak yeni süreçler dizayn edilmiştir. Bu çalışmalar sonucunda, tedarik süreçlerindeki mevcut sorunlar ortaya çıkarılmış ve nedenleri ile çözüm önerileri getirilmiştir. Firmanın sorunlarında azalma sağlanırken, sürecin tekrar ele alınmış olması nedeniyle zaman anlamında da avantajlar sağlanmıştır.

Uysal (2010) “Yüksek Teknolojik Ürünlerin Pazara Sunulmasında Yenilikçi Yaklaşımlar: Boya Sanayi Uygulaması” başlıklı araştırmasında konvansiyonel ürünleri üretip satan bir işletmenin bu ürünlerden bazılarının satış miktarlarının düşmesini göze alarak, bu ürünlerin yerine yüksek teknoloji ve nanoteknoloji ile üretilen ürünlerin pazarlanması incelenmiştir. Ancak işletme yetkilileri ile yapılan görüşmeler sonucunda konvansiyonel ürünlerin tamamının satışında çok büyük azalmalar olmadığı, ancak belli konvansiyonel ürünlerin satışının düştüğü, buna karşılık teknolojik ve nanoteknolojik ürünlerin ürün setinde olmasının konvansiyonel ürünlerin satışına da destek verdiği ve işletme imajı ile karlılığına katkı veren bir olgu olduğu tespit edilmiştir.

Erikler (2019) “Türkiye ve Dünya’da Boya Sektörü Ekonomisi ve Vergi Hasılatına Katkı Değerlendirmesi” başlıklı çalışmada boya firmalarının küresel

alana yayılması ve büyük firmalarla anlaşma yapması vergi gelirlerini arttırmış ve ciddi oranda büyüme gerçekleştirildiği belirtilmekte, boya sektörünün ekonomik beklentisi, vergi hasılatı açısından oldukça umut verici olduğu açıklanmaktadır. Boya sektörünün vergi oranlarını yükseltmesi bağlamında; makroekonomik dengelerin tesis edilerek cari açıkların kapatılması ve iyileştirme süreçleri vergi gelirinde yükselen bir değer olma özelliğinde olacağı ifade edilmiştir.

Boya sektörü, Dünya’da ve Türkiye’de önemli bir gelişme göstererek ilerlemektedir. Kimya sanayisinin önemli dallarından biri olan boya, son yıllarda gelişen hacmi ile ülkelerin ekonomisine oldukça katkı sağlamaktadır. Boya sektörünün mevcut toplam kapasitesinin yarısından fazlasını inşaat boyaları oluşturmakta ve inşaat ile bütünleşen bir yapı oluşturmaktadır. Boya üretimi mevsimsel dalgalanmalarla seyir izlemekte ve inşaat döneminin yoğunlaştığı zamanlarda yıllık ciroları artış göstermektedir. Ülke ekonomisine önemli oranlarda katkı sağlayan boya sektörünün ülke içerisinde işleyiş ve yapısından kaynaklanan nedenlerle üreticilerinin ve sektörde yer alan toptancı ve perakendecilerin çeşitli sorunlarla karşı karşıya oldukları gözlenmektedir.

Konu ile ilgili bir araştırmanın yapılmamış olması, sektörde yaşanan sorunların ve işletmelerin finansal performansları üzerindeki etkilerinin net olarak belirlenmemesine ve dolayısıyla çözüm üretilmemesine neden olmaktadır. Araştırmanın bu yönüyle önemli bir ekonomik sektör olan boya sektörünün sorunlarının belirlenmesine ve çözüm önerilerinin üretilmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. BOYA SEKTÖRÜ VE YAŞANAN BAŞLICA SORUNLAR

Boya sektörü inşaat sektörünün tamamlayıcısı nitelikte, önemli bir iktisadi sektördür. Türk boya sektöründe çok uluslu boya şirketlerinin yanında, yerel üreticilerde sektörde varlık göstermektedirler. Sektörde üretilen ürünler üretici-toptancı-perakendeci şeklindeki zincirden geçerek son tüketiciye ulaşmaktadır. Zincirin birinci halkasında yer alan üreticiler, boya üretiminde kullanılan hammaddeler Türkiye’de bulunmadığı için, %80-90 oranında hammaddeyi ithalat yoluyla karşılamak durumundadır. Üreticilerin sektördeki en önemli sorunu hammadde sorunudur. Çünkü dövizdeki dalgalanmalar ve emtia fiyatlarındaki değişimlerden doğrudan etkilenmektedirler. Bu durumdan en az düzeyde etkilenmek için stoklu çalışmaları gerekmekte, bunun içinde güçlü bir sermaye yapısına sahip olmaları gerekmektedir.

Zincirin diğer halkasında bulunan toptancılar, üreticilerden aldıkları ürünleri, perakendecilerin talep ettikleri renk ve miktarda iletmekle görevlidirler. Ancak sektörde yaşanan teknolojik gelişmeler ve makineleşme, perakendecilerin toptancılara olan ihtiyacını azaltmıştır. Renk makineleri sayesinde istenen renklerdeki boyalar, perakendeci işletmelerde dakikalar içerisinde hazırlanabilmektedir. Bu durum toptancıların fiziksel hizmet alanlarını kısıtlamaktadır.

Diğer taraftan sektördeki işleyen vade yapısı, işletmelerin finansal performanslarına olumsuz yansımaktadır. Yoğun rekabetin yaşandığı boya sektöründe özellikle yerel üreticiler sektörde varlık gösterebilmek adına çok uzun vadeli satışlar gerçekleştirmekte, bu satışlarında büyük firmalar gibi perakende bayilere makine koyamadıkları için satışlarını, toptancılar üzerinden gerçekleştirmektedirler. Toptancılar, üreticiler ve perakendeciler arasında garantörlük yaparlarken, büyük riskler altında kalabilmektedirler. Çünkü üretici ve perakendeci arasında köprü vazifesi gördüklerinden dolayı üreticinin ürün göndermeme, perakendecinin ödemelerini yapmama veya zamanında ödeyememe durumunda tüm sorumluluk toptancıya yüklenmiş olmaktadır.

Çalışmanın bu bölümünde boya ve boya sektörü hakkında bilgilere yer verilmekte, boya sektörünün dünya ve Türkiye'deki büyüklüğünden bahsedilmekte ve sektörde yaşanan başlıca sorunlara değinilmektedir.

1.1. BOYA NEDİR?

Çoğu insan için boya, evlerinin duvarlarındaki renk, arabalarının, teknelerinin veya karavanlarının rengidir. Boya renkten daha fazlasıdır; sıvı olarak uygulanan ve bir katıya çeşitli kimyasal işlemlerle kuruyan bir malzemedir (360 Research Reports, 2021).

Boya ve kaplama, yüzeyin oksitlenmeye ve güneş ışığına maruz kalmasını önlemek amacıyla belirli nesnelerin yüzeyine uygulamak için yaygın olarak kullanılan bir kaplama türünü ifade etmektedir. Bu kaplama aynı zamanda bina ömrünün dayanıklılığını arttırmaya da yardımcı olmakta ve fonksiyonel ve dekoratif amaçlarla da kullanılmaktadır (Data Bridge, 2021).

Boya tipik olarak pigment, reçine, solvent ve katkı maddelerinden oluşmaktadır:

Pigment: Renk sağlamak, gizlemek ve parlaklığı kontrol etmek için kullanılır. Pigmentler genellikle iki gruba ayrılmaktadır.

- Ana Pigmentler denilen biri titanyum dioksit (beyaz), krom yeşil oksit, sarı ve kırmızı demir oksitler vb. gibi pigmentleri içerir.
- Diğer pigment grubu 'Genişletici Pigmentler' olarak adlandırılmakta ve kalsit (kalsiyum karbonat), talk (magnezyum) mika, barit (baryum sülfat), vb. içermektedir.

Reçine: Pigment partiküllerini bir arada tutan ve boyalı yüzeye yapışma sağlayan bağlayıcıdır.

Su bazlı boyalar çoğunlukla bağlayıcı olarak akrilik emülsiyon polimerleri kullanır. Bunlar çok çeşitli tip ve kombinasyonlarda gelir. Yaygın akrilik polimer türleri, metil metakrilat ve bütül metakrilat gibi monomerlere dayanır. Geleneksel olarak, daha düşük maliyetli boyalar PVA (Poli Vinil Asetat) bağlayıcılar üzerinde formüle edilmiştir.

Solvent bazlı reçineler çok çeşitli tiplerde gelir. En yaygın solvent bazlı reçineler, normalde emaye boyalarda kullanılan 'alkid reçineleri' olarak

adlandırılır. Üretan alkidler genellikle şeffaf verniklerde kullanılır. Koruyucu kaplama reçineleri, Epoksi, Üretan, Polisiloksan ve Nemle Kürlenmiş Üretan gibi türleri içerir.

Çözücü: Pigmentler ve reçine için taşıyıcı görevi görmek üzere – çözücü organik (Mineral Turp gibi) veya su olabilir.

Katkı maddeleri: Fırçalama kolaylığı, küf direnci, sürtünme direnci, kuruma ve sarkma direnci gibi belirli özellikleri geliştirmek için kullanılmaktadır (www.resene.co.nz/).

1.2. BOYA SEKTÖRÜNÜN KAPSAMI

Genellikle "boya ve kaplama sektörü" olarak adlandırılan boya sektörü, boya ve diğer kaplamaları satan üreticiler, toptancılar ve perakendecilerden oluşmaktadır. Sektör genellikle fırçalar ve rulolar gibi uygulama sırasında kullanılan yardımcı ürünleri üreten veya satan kişileri kapsamaktadır. Boyacılık hizmeti verenlerin de boya sektörünün bir parçası olduğu söylenebilir.

Boya sektöründe üretilen ve satılan ürünler arasında evlerin, binaların ve yapıların boyanmasıyla ilgili ürünler yer alır. Deniz vernikleri hariç, araçlarda kullanılması amaçlanan ürünler, genellikle "otomotiv kaplamaları" olarak adlandırılan belirli bir yan sanayi olarak sınıflandırılır. Sanatçı ve zanaat boyaları genellikle sanat ve el sanatları endüstrisinin bir parçası olarak sınıflandırılır.

Kaplamalar ve kimyasallar, boya endüstrisinin temel taşlarıdır. Bunlar, iç, dış, emaye, lateks ve spreyci boyalar gibi her türlü boyayı içerir. Bu sınıflandırma ayrıca vernik, poliüretan ve hem su hem de solvent bazlı gibi cila türlerini de kapsamaktadır. Ayrıca mineral ispirotolar gibi boyalarla yaygın olarak ilişkilendirilen kimyasalları da içermektedir.

Boya sektöründe, genellikle boyaya ek olarak boya ruloları gibi boya malzemeleri de satılmaktadır. Boya sektörünün kaplama alanında, boya imalatında ve özel renklerin karıştırılmasında kullanılan ürün ve ekipmanların üreticileri bulunmaktadır. Buna renklendiriciler, otomatik karıştırıcılar ve renklendiricileri dağıtan elektronik makineler dahildir. Ayrıca kutular ve etiketler gibi öğeleri de içerebilir.

Gerçek kaplamalara ek olarak, boya sektörü, boya uygulamak için gerekli olan muhtelif ürünlerin imalatçıları ve dağıtıcılarını içermektedir. Bu kategori, çok

çeşitli boyut, tür ve yoğunluktaki fırçalar ve rulolar gibi öğeleri içermekte, ancak aynı zamanda boyacı bandı, otomatik püskürtücüler, galoşlar ve daha fazlası gibi öğeleri de kapsamaktadır. Boya üreticileri ve markaları bazen bu tür araçları kendi hatlarında üretirler (www.infobloom.com).

Küresel boya ve kaplama endüstrisi, uluslararası kimya endüstrisinin önemli bir alt kümesidir. Kaplamalar, genel olarak, bir nesnenin yüzeyine işlevsel veya dekoratif nedenlerle veya her ikisi için uygulanan her türlü kaplamayı ifade etmektedir. Boyalar, koruyucu kaplama veya dekoratif, renkli kaplama veya her ikisi olarak da kullanılan bir kaplama alt kümesidir (Fernandez, 2021).

1.3. BOYA SEKTÖRÜNÜN TARİHSEL GELİŞİMİ

Günümüzde iktisadi olarak hem dünyada hem Türkiye’de önemli bir sektör olan boya sektörünün geçmişten günümüze gelişimini bilmek, sektörün nereden nereye geldiğinin bilinmesi açısından önem arz etmektedir. Özellikle Türk boya sektörünün oluşumu, günümüzdeki geldiği durum, sektörde faaliyet gösteren global ve ulusal aktörlerin sektördeki yerlerinin bilinmesi için önemli görülmüştür. Bu nedenle çalışmanın bu bölümünde dünyada ve Türkiye’de boya sektörünün gelişimine yer verilmiştir.

1.3.1. Dünya’da Boya Sektörünün Gelişimi

Çağdaş boyalar ve kaplamalar, yüz binlerce uygulamanın çeşitli gereksinimlerini karşılamak için benzersiz şekilde formüle edilmiş sayısız bileşikten oluşmaktadır. “Boya”, birçok tüketicinin evlerini dekore etmek ve korumak için kullandığı çevreye duyarlı lateks boyalardan ve gıda kaplarının içini kaplayan yarı saydam kaplamalardan otomobil üreticilerinin uyguladığı kimyasal olarak karmaşık, çok bileşenli cilalara kadar uzanmaktadır.

Boylar ve kaplamalar, mağara duvarlarındaki basit ilkel insan renklerinden günümüzde çevre ve insan arasında binaları koruyucu birincil bir bariyer haline gelmiştir.

Boya, genellikle dekoratif veya koruyucu kaplamalar olarak kullanılmak üzere sıvı bir ortamda süspansiyon edilmiş pigmentlerden oluşmaktadır. Boya, ilk kez

yaklaşık 30.000 yıl önce kullanılmıştır. Mağara sakinleri, bugün bile eski kaya evlerinin duvarlarını süsleyen hayatlarının grafik temsillerini geride bırakmak için ham boyalar kullanmışlardır. Ancak boya ve kaplama sektörünün, asıl gelişimi Sanayi Devrimi'nden sonra olmuştur. Amerika'da kaydedilen ilk boya fabrikasının 1700 yılında Thomas Child tarafından Boston'da kurulduğu bildirilmektedir. Bir buçuk yüzyıl sonra, 1867'de Ohio'lu DR Averill, Amerika Birleşik Devletleri'nde ilk hazırlanmış veya "hazır karışık" boyaların patentini almıştır.

1880'lerin ortalarında, boya fabrikaları ülke çapında nüfus ve sanayi merkezlerinde ortaya çıkmaya başlamıştır. Mekanizasyon, imalat sürecini daha büyük ve daha az uzmanlaşmış bir girişimciler grubuna erişilebilir hale getiriyordu. Hazır boyanın ağırlığı nakliye için pahalı hale getirmiş, bu nedenle ayrı pazarlardaki küçük üreticilerin merkezi olmayan yapısı 1900'lerin ortalarına kadar endüstriye egemen olmuştur.

Sanayi Devrimi, boya endüstrisini mekanikleştirmenin ve profesyonelleştirmenin yanı sıra, boyalar ve kaplamalar için de geniş yeni pazarlar oluşturmuştur. Tarihsel olarak sektör, riskleri kontrol etmek için ürünlerinin kimyasını değiştirerek çevre ve sağlık sorunlarına kolayca yanıt vermiştir. Boya üreticileri, örneğin daha güvenli alternatifler ortaya çıktığında, II. Dünya Savaşı'ndan önce bazı boyalardaki kurşun pigmentleri değiştirmeye başlamışlardır.

Kurşun pigmentlerin kullanımını sınırlayan sektör, uzlaşma standartları, üreticilerin ev boyalarından kurşunu çıkarmak için gönüllü bir çaba gösterdiği 1950'lere dayanmaktadır. Yaygın olarak evlerde kullanılan boyalar, o zamandan beri çok az kurşun içermektedir. 1978'de Tüketici Ürün Güvenliği Komisyonu, evlerde kullanılan boyalarda kurşun kullanımını yasaklamıştır.

Günümüzde boya ve kaplamalarının çoğu tüketici tarafından fark edilmeyebilir, ancak yüksek kaliteli gıda maddeleri, dayanıklı mallar, konut, mobilya ve binlerce başka ürünün pazara sunulmasında ölçülemez derecede boya, değerli roller oynamaktadır (www.paint.org/)

Mimari boyalar ve kaplamalar, bina ve inşaat uygulamaları (çatılar, zeminler, kaldırımlar, yürüyüş yolları, zeminler vb. dahil) için sızdırmazlık maddeleri ve özel kaplamaları içermektedir. Son yıllarda mimari kaplama sektörü büyük bir değişim geçirmiştir. Halihazırda kaplamalar, önceki on yıla kıyasla çok farklı bir hammadde tabanına, farklı bir çevresel profile ve farklı özelliklere sahiptir. Boya ve kaplama tüketiminin artmasındaki kilit etkenlerden bazıları, yağ bazlı boyadan su bazlı boyaya

geçiş, VOC'de azalma, boya ve astarın tek bir üründe ortaya çıkması, iyileştirilmiş film özellikleri sunma eğilimidir. Kir tutma direnci ve erken yağmur direnci ve uygulaması kolay yeni görünüm sağlama isteği de mimari boyların gelişimine katkı sağlamıştır. (360 Research Reports, 2021). Teknolojik açıdan boyalar günümüze kadar önemli aşamalar geçirmiş ve bugün tüm dünya ülkelerinde kaliteli boya ürünler, farklı markalar altında ve birbirine muadil olacak nitelikte sektörde yer bulmaktadır. Sektördeki başlıca marka ve işletmeler hakkında çalışmanın müteakip bölümlerinde bilgilere yer verilmektedir.

1.3.2. Türk Boya Sektörünün Gelişimi

Türk boya sektörüne yönelik ilk ticaretin 1882 yılında İstanbul'da Yunan asıllı Yorgo Hristidis tarafından başladığı belirtilmektedir (Tunçgenç, 2015:5). İlk boya üretimi ise; Rize Çayeli'nden İstanbul'a gelen İshakoğlu kardeşlerin 1923 yılında Kadıköy'de kurdukları İshakzade Biraderler firması tarafından gerçekleştirilmiştir (www.ishakol.com). 1927 yılında İzmir'de boya ticareti, Rodos'tan gelen Durmuş Yaşar tarafından başlatılmıştır.

İkinci Dünya Savaşı'na kadar imalathane düzeyinde üretilen boya, II. Dünya Savaşı'nın ardından fabrika boyutunda üretilmeye başlanmıştır. Bu kapsamda 1944 yılında, Süleyman Sabit İshakoğlu Sabitboya Fabrikası'nı, 1945 yılında Yorgo Hristidis'in oğlu Merkez Boya Fabrikası'nı (sonra adı Merbolin boya olmuştur), 1953 yılında Çavuşoğlu kardeşler, CBS Boya Kimya San ve Tic A.Ş.'yi kurmuşlardır. 1954 yılında Yunan asıllı Türk vatandaşı Yorgi Toprakçioğlu, ABD vatandaşı Marshall Haywood'un da ortaklığı ile Marshall Boya ve Vernik San AŞ'yi kurarak boya üretimine başlamışlardır.

Aynı yıl içerisinde İzmir'de Durmuş Yaşar ve oğulları tarafından DYO Boya Fabrikası boya üretimine başlamıştır. 1955 yılında yine İzmir'de Avusturya'dan Türkiye'ye göç etmiş Heinrich Dermond'un başını çektiği bir grup yatırımcı da Dewilux Komandit Şirketi'nin boya üretim tesisini kurmuşlardır. 1957 yılında İzmir Boya ve Vernik San AŞ. Kurularak boya üretimine başlamış, bu şirketin adı 1961'de Bayraklı Boya ve Vernik San AŞ olarak değiştirmiştir (Tunçgenç, 2015:5).

1958 yılında bugün Gen Boya markası altında üretim yapan firma Gençnam Ticaret Ve Sanayi Koll. Şti. Adı altında boya üretimine başlamıştır (www.genboya.com).

1962 yılında bugün borsa İstanbul'da Uzertaş Boya markasıyla işlem gören 1962 yılında Uzer Kollektif Şirketi boya ticaretine başlamıştır (http://uzertas.com.tr).

1965 yılında Deco firması kimya sanayinde faaliyete başlayarak iç ve dış cephe boya üretimine başlamıştır (https://www.sandeco.com.tr/sandeco-hakkında)

1967 yılında Semak İnşaat Sanayi ve Ticaret A.Ş.İstanbul'da Meges markasıyla boya üretimine başlamıştır (www.megesboya.com.tr).

1980'li yıllara doğru boya adına ciddi yatırımların yapıldığı görülmektedir.

1978 yılında Ünlü Boya Sanayi ve Ticaret Ltd. İzmir'de boya üretimine başlamıştır (https://www.unluboya.com.tr/hakk%C4%B1m%C4%B1zda).

1979 yılında İstanbul'da Kayalar Kimya Genç Boya adıyla vernik üretimine başlamıştır. Yine aynı yıl Ankara'da, İbrahim Dal'ın öncülüğünde Yaş Boya üretime başlamıştır.

1984 yılında Akçalı Boya bugünkü bilinen Permolit Boya markası İstanbul'da üretime başlamıştır (www.akcaliboya.com.tr) .

1985 yılında ise Necmettin Bitlis tarafından Polisan Boya kurularak üretime başlamıştır.

1990'lı yıllarla birlikte boya sektöründe yurtdışından yatırımcılar ilgi göstermeye başlamıştır. Bu kapsamda 1990 yılında Akzo Coatings bv'nin ortaklığıyla önce Akzo Kemipol, daha sonra da, AkzoNobel Kemipol adını alan şirket, 1999 yılında da, üretim tesisleri İzmir'in Gaziemir ilçesinde kurulan ve toz boya üretimine odaklanan AkzoNobel Boya'yı kurmuştur.

1986 yılında, Marshall Boya ile Alman Herberts firmasının ortaklığı olan Marshall -Herberts Otomobil Boyaları A.Ş. kurulmuştur.

1988 yılında, Celal Akpınar'ın önderliğinde inşaat kimyasalları üretimini hedefleyen Betek kurulmuş, 1993'te de Alman Caparol firmasının ortaklığıyla inşaat boyaları üretimine başlamıştır.

1989 yılında Norveç'li boya üreticisi Tekirdağ Çerkezköy'de kurduğu tesislerde Jotun Boya üretime başlamıştır.

1992 yılında yine başka bir Norveçli Hempel, İstanbul Tuzla'da boya üretime başlamıştır (Tunçgenç, 2015: 5).

1994 yılında Ankara’da Tek Boya firması kurularak üretime başlamıştır (www.tekboya.com/).

1999 yılında Meges Boya’nın % 69.66 hissesi Alman SKW Bauchemie Holding GmbH tarafından alınmıştır. Firma 2006 yılında BASF AG çatısı altında üretimine devam etmiştir. 2010 yılında dünya genelinde dekoratif boya üretiminden çeklime kararı almış ve Meges Boya Aydoğan Şirketler Grubu tarafından satın alınarak, üretim faaliyetlerine devam etmektedir (https://www.megesboya.com.tr/firma-profil).

2006 yılında İntez mühendislik firması Albera Boya markası adı altında boya üretimine başlamıştır (www.albera.com.tr).

Boya sektörüne yerli ve yabancı firmaların ilgisi devam etmektedir. İki istisna dışında, bu girişimlerde, yabancı şirketlerin büyük yatırımlar yapmak yerine altyapısı mevcut olan yerli şirketlere ortak oldukları veya altyapı yatırımını sınırlı tutarak, ağırlıklı ithalat yoluyla boya ikmalini benimsedikleri görülmektedir. Bu kapsamda sayılabilecek oluşumlar arasında şunlar sayılabilir:

“1998 yılında AkzoNobel’in Marshall hisselerinin çok büyük bölümünü alması; 1997’de Yaşar Holding’le BASF arasında Yaşar-BASF Otomotiv Boyaları’nın kurulması ve 2008’de bu şirketin tüm hisselerinin ağırlıklı olarak Avrupa’daki tesislerinde üretilen boyaların ikmalini yapan BASF Coatings A.Ş.’ye geçmesi; 1993 yılında Polisan’la otomobil boyaları alanında ortaklık yapan ABD’li boya kuruluşu PPG’nin 1998 yılında kendi şirketini oluşturması;

1986’da Marshall’la ortaklık kuran Alman Herberts’in ABD’li DuPont tarafından satın alınmasından sonra, tüm hisseleri DuPont’a ait olan boya ticareti ağırlıklı bir şirketin ortaya çıkması (ve 2013’te DuPont Performance Coatings işinin Carlyle Group tarafından satın alınması ve adının Axalta Coatings olarak değişmesi). 2000’li yıllardaki genel gidişin istisnası olarak nitelendirilecek iki girişimden biri Kore’li KCC şirketinin 2006 yılında Kocaeli Gebze’de kurduğu KCC Boya’nın yatırımı, diğeryse AkzoNobel’in AkzoNobel Kemipol’deki Otomotiv ve Genel Sanayi işini devralan Japon Kansai şirketi ile Altan ailesi arasında 2009 yılında kurulan Kansai Altan Şirketi’nin İzmir Kemalpaşa’daki yatırımları olmuştur” (Tunçgenç, 2015: 6).

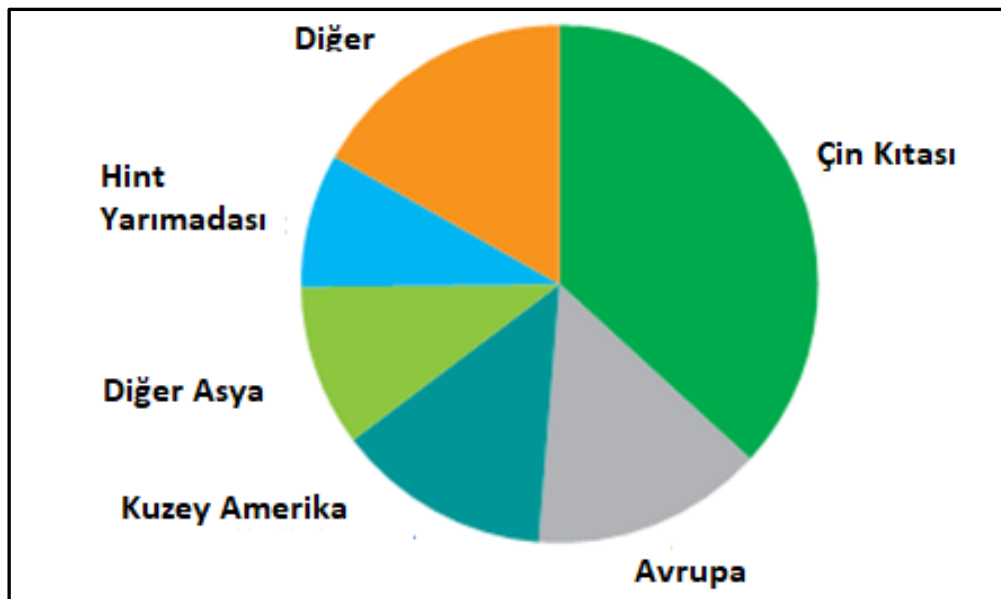
2021 yılı itibariyle sektörde global, ulusal ve yerel bazlı işletme ve markalar bulunmakta, boya üretimi yapan farklı boyutlarda 600 civarında farklı firma faaliyet göstermektedir.

1.4. BOYA SEKTÖRÜ YAPI VE BÜYÜKLÜĞÜ

Dünya ticaretinde önemli bir yer edinen boya sektöründe üretimin coğrafi olarak bazı bölge ve ülkelerde yoğunluk kazandığı ve üretimde bazı ülkelerin payı oldukça yüksek düzeylerde iken Türkiye gibi iç pazarda pek çok firma üretim yamasına karşın dünya boya pazarından aldığı pay oldukça düşük düzeylerde bulunan ülkeler vardır. Ayrıca işleyişte markalaşmanın önem kazandığı boya sektöründe bazı markalar şirket satın alamlar ile hem markalarını büyütmüşler, hem de faaliyetlerini global düzeye çıkarmışlardır. Çalışmanın bu bölümünde Boya sektörünün yapısı ve büyüklüğü hakkında dünya ve Türkiye özelinde bilgilere yer verilmektedir.

1.4.1. Dünya Boya Pazarının Yapısı ve Büyüklüğü

Boya sektörü, dünyadaki en sıkı düzenlemelere tabi sektörlerden birisidir, bu nedenle üreticiler son 40 yılda düşük solventli ve solventsiz teknolojileri benimsemek zorunda kalmışlardır. Dünyada çok sayıda boya üreticisi bulunmaktadır, ancak çoğu bölgesel üreticiler olup, sadece 10 ya da daha fazla çok uluslu şirket vardır; ancak, büyük çok uluslu şirketlerin çoğu, Çin ve Hindistan gibi hızla büyüyen bölgelerde faaliyetlerini genişletmişlerdir. En dikkate değer eğilim, özellikle en büyük üreticiler arasında konsolidasyon olmuştur (İHS Markit, 2021). Aşağıdaki pasta grafiği, dünya boya ve kaplama üretimini göstermektedir (Şekil 1)(İHS Markit, 2021)

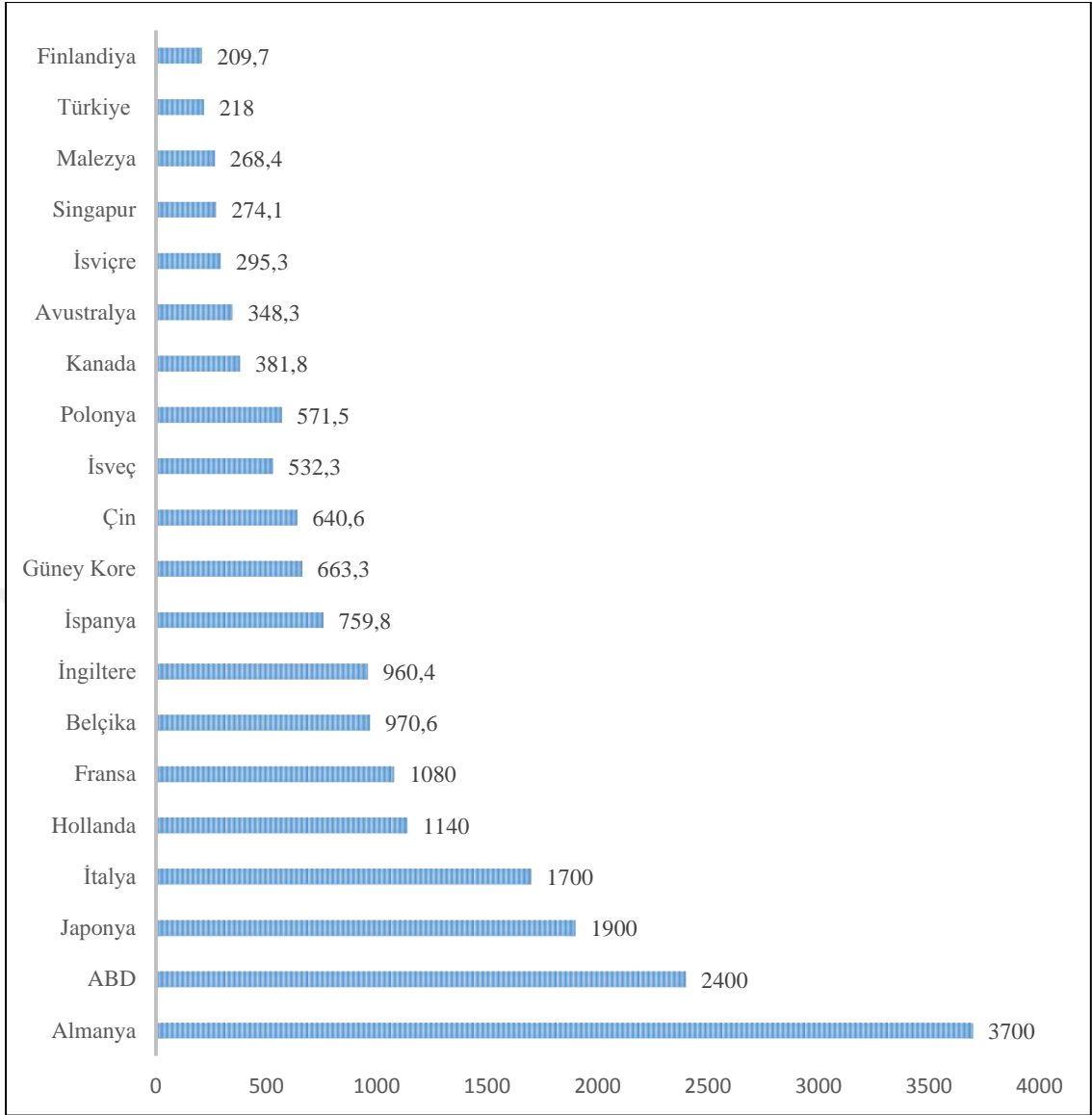


Şekil 1. Dünya Boya Üretimini Coğrafi Olarak Dağılımı (2020)

Coğrafyaya dayalı olarak, küresel boya ve kaplama pazarı Asya Pasifik, Kuzey Amerika, Güney Amerika, Avrupa ve Orta Doğu ve Afrika'ya bölünmüştür. Asya-Pasifik, tahmin döneminde en hızlı büyüme oranlarıyla birlikte pazara hakimdir. Çin, Hindistan ve ASEAN ülkeleri gibi ülkeler, büyük üretim üsleri ve inşaat endüstrilerinin varlığı nedeniyle bölgede boya ve kaplama tüketimi için büyük bir pazar sunuyor. Bölgede, önceki yıllarda ülkede artan düşük maliyetli konut talebi ve artan emlak sektörü ile desteklenen pazara Çin hakimdir (360 Research Reports, 2021).

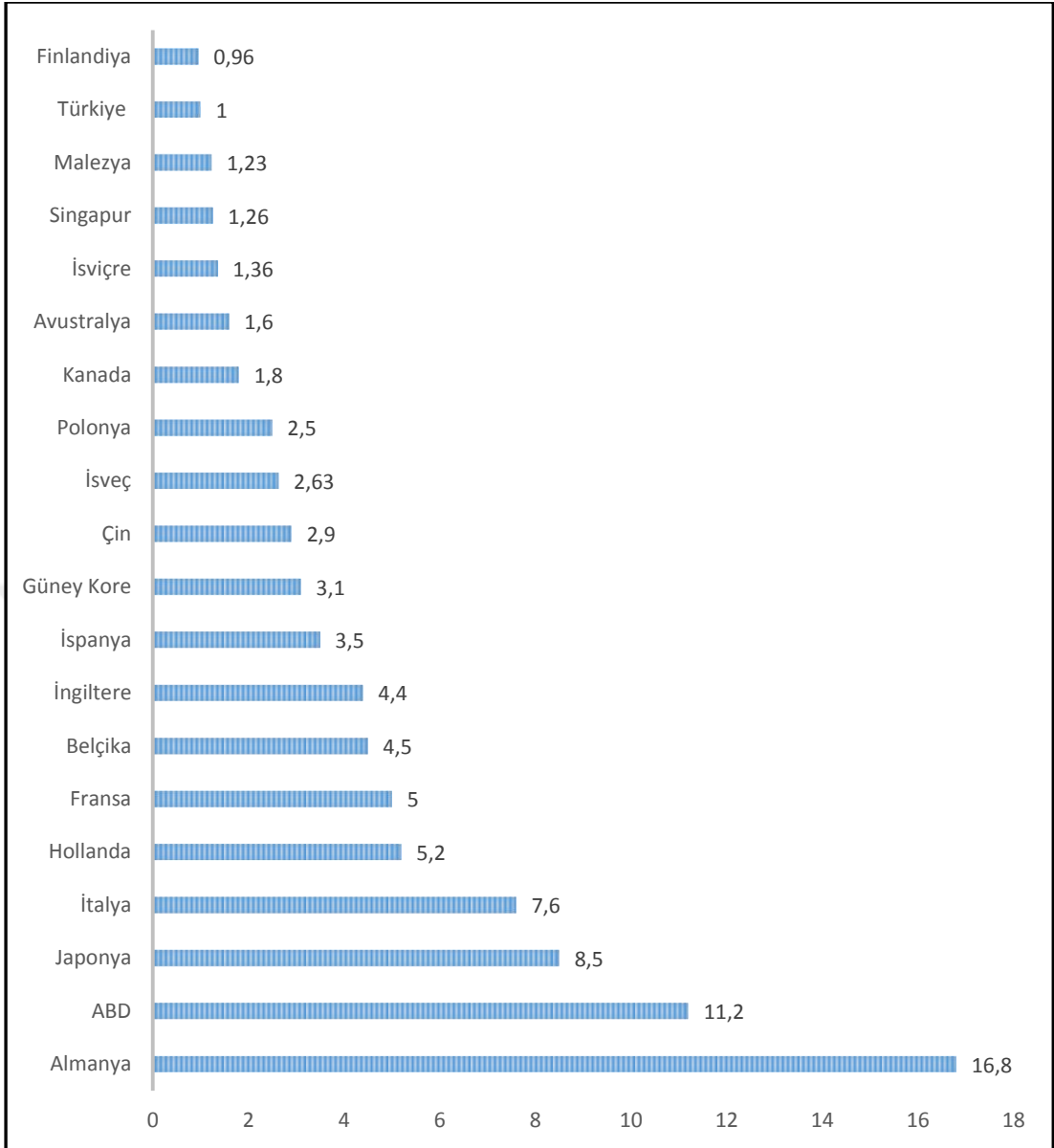
Ticaret nispeten küçük miktarlarda yüksek değerli ürünle sınırlı olduğundan, üretim ve tüketim her ülkede neredeyse eşittir. Asya'daki talep dünyanın başka yerlerine göre daha hızlı artmaya devam etmektedir. Bölgedeki tüketim hacim bazında küresel tüketimin %55'ini oluşturmaktadır. Genel olarak, boyalar ekonomi ile birlikte büyümektedir, bu nedenle büyüyen ve gelişmekte olan ülkelere odaklanmaya devam edecektir.

Kaplamalar, oldukça ekonomik öneme sahip iki temel işlevi sağlar: dekorasyon ve koruma. Dünya çapında üretilen kaplamaların yaklaşık %55'i, konutlar ve apartmanlar, kamu binaları, fabrikalar ve fabrikalar dahil olmak üzere mevcut yapıların bakımının yanı sıra yeni inşaatları süslemek ve korumak için kullanılmaktadır. Kaplamaların diğer %35'i endüstriyel ürünleri süslemek ve/veya korumak için kullanılır. Kaplamalar olmadan ürün ömürleri büyük ölçüde kısalabilir ve birçok ürün pazarlanabilir bile olamaz. "Özel amaçlı" olarak adlandırılan kalan kaplamaların çoğu, trafik boya, araç cilalama, endüstriyel tesis ve ekipmanlar için yüksek performanslı kaplamalar ve deniz yapılarının ve gemilerin korunması gibi çeşitli uygulamalar için kullanılmaktadır (İHS Markit, 2021). Şekil 2'de dünya boya sektöründe değer bazında pay alan başlıca ülkeler yer almaktadır.



Şekil 2. 2019 Yılında Değer Bazında Dünya Çapında Lider Boya İhracatçısı Ülkeler (Milyon\$)

Dünya çapında boya ihracatında Almanya lider konumdadır. Almanya'yı Amerika, Japonya ve İtalya takip etmektedir. Dünya boya pazarından Türkiye'nin aldığı pay 218 milyon dolardır. Şekil 3'te dünya boya ihracatının ülkelere göre dağılımlarına yer verilmektedir.



Şekil 3. 2019 Yılı Dünya Boya İhracatının Ülkelere Göre Dağılımı(%)

Dünya boya ihracatının oransal olarak dağılımına bakıldığında ise %16,8'inin Almanya'nın karşıladığı görülmektedir. Almanya'yı %11.2 ile ABD ve %8.5 ile Japonya takip etmektedir.

Covid-19 sonrasında boya sektörünün Pazar büyüklüğünü artması beklenmektedir. Sektör tam kapasite olarak çalışması öngörülmektedir.

Endüstriyel kaplamalara olan talebin artması, küresel ekonomik koşulların iyileştirilmesi ile birlikte üreticileri bu pazara yatırım yapmaya teşvik etmektedir. Sektörde genişleme ve satın alma, pazarda faaliyet gösteren şirketler tarafından benimsenen temel stratejilerdir.

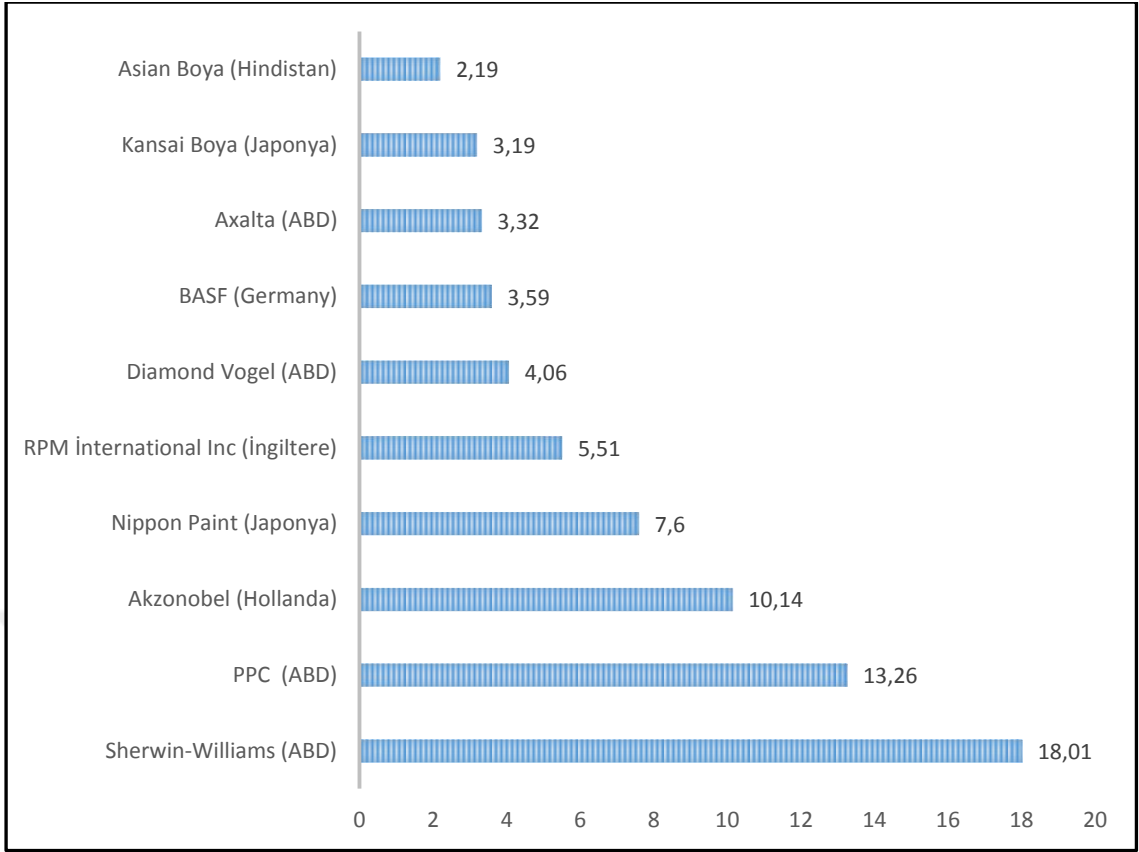
2020 yılında küresel boya ve kaplama sektörü 147,2 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 2025 yılında sektörün %4 oranında büyüyerek, 179,5 milyar dolara yükselmesi beklenmektedir (Markets and Markets, 2021).

Covid-19'dan etkilenen küresel boya ve kaplama pazarının 2020'deki satış hacmi, 2019 yılına %3 düşüşle 167,6 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Boya ve kaplama pazarının genel eğilimi beklentilerde değişse de, önemli değişimler çeşitli pazar segmentlerinde yer almaktadır. İlk COVID -19 salgın durumu Asya'da meydana gelmiş, ardından piyasa performansını önce düşüren ve sonra artıran ve genel performansı bir önceki yıla göre %1 düşüren katı kilitleme ve tespit önlemleri izlemiştir. Avrupa-Amerika bölgesinde, COVID -19 salgınının uzun süreli tekrarı ve etkili kontrol eksikliği nedeniyle, sürekli karantina önlemleri fabrikaların üretimini ve mağazaların iş koşullarını ciddi şekilde etkilemiştir, küresel performans genelinde eşit olmayan sonuçlara yol açmıştır ve segment olarak pazar, büyük bir değişim göstermektedir.

Covid-19 sürecinde 2020 yılında mimari kaplamalara olan talep %5,2 arttı. Bu, büyük ölçüde mimari kaplamaların Avrupa ve Kuzey Amerika'daki güçlü satış performansına borçludur. Avrupa-Amerika bölgesinde, tüketiciler uzun süre evlerinde kapalıyken ev geliştirme projeleri popüler hale gelmiş ve bu da mimari kaplamaların satışında keskin bir artışa neden olmuştur. Artık piyasaya birbiri ardına COVID-19 aşısı ile birlikte, boya ve kaplama pazarının önceki yüksek hızlı gelişme trendine ulaşmasını beklemektedir.

Ayrıca, Covid-19 pandemisinin bir sonucu olarak antiviral ve antimikrobiyal kaplamalara olan talep hızlı bir artış kaydetmiştir. Bu kaplamaların bazılarında 2020-2021 yıllarında dört ila beş kat talep artışı görülmüştür. Bu ürünlere yönelik uzun vadeli sürdürülebilir talebin, pandemi öncesi seviyenin en az iki katı olması beklenmektedir. Bu nedenle, Sherwin-Williams, NIPPON Paints, AXALTA, Diamond gibi küresel boya ve kaplama pazarında lider kuruluşlar, Vogel ve Akzo Nobel, antiviral ve antimikrobiyal kaplamaların üretimini ve araştırma ve geliştirmelerini artırmıştır (WPCI, 2021).

Şekil 4'de 2020 yılında boya ve kaplama pazarında en çok gelir elde eden markalar ve ülkeleri yer almaktadır.



Şekil 4. 2020 Yılında Gelir Bazında Dünya Çapında Lider Boya Ve Kaplama Şirketleri

Şekil 4'den de görüldüğü üzere, gelir bazında, Amerika Birleşik Devletleri merkezli Sherwin-Williams şirketi, 2020 yılında 18 milyar ABD doları gelire dünya çapında lider boya ve kaplama şirketi olmuştur. Bir başka ABD şirketi olan PPG Industries, o yıl 13,3 milyar ABD doları gelire bu sıralamada ikinci sırada yer almıştır. Genel olarak, önde gelen on küresel boya ve kaplama şirketinden beşi ABD merkezlidir.

Küresel boya ve kaplama endüstrisi büyümektedir. 2019 yılında, küresel boya ve kaplama pazar hacmi yaklaşık 10 milyar galondur. Boyalar ve kaplamalar çok çeşitli uygulamalara sahiptir. Mimari boya ve kaplamalardan, özellikle gemiler ve uzay araçları için geliştirilmiş kaplamalara kadar, sektör geniş ve dinamikdir. Gelir bazında dünyanın en büyük boya ve kaplama şirketi olan Sherwin-Williams, Amerika Grubu, Tüketici Markaları Grubu ve Performans Boyaları Grubu olmak üzere üç bölüme ayrılmıştır. Americas Group, ABD, Kanada ve Karayipler'de bulunan Sherwin-Williams boya mağazalarını işletmektedir (Fernandez, 2021).

Amerika Birleşik Devletleri, Batı Avrupa ve Japonya'daki kaplama endüstrisi olgundur ve genellikle ekonominin, özellikle de konut, inşaat ve ulaşımın sağlığını yansıtmaktadır. 2020'de COVID-19 salgını nedeniyle geleneksel büyüme modelleri kesintiye uğramıştır. 2020'de kaplama talebi Amerika Birleşik Devletleri'nde hafifçe düşmüş, Batı Avrupa'da hafifçe yükselmiş ve Japonya'da yaklaşık %10 düşmüştür. Boya pazarının 2021'de büyümesi ve 2020-25'te Amerika Birleşik Devletleri'nde %2, Batı Avrupa'da %1,5-2 ve Japonya'da %2,2 yıllık ortalama büyümesi beklenmektedir.

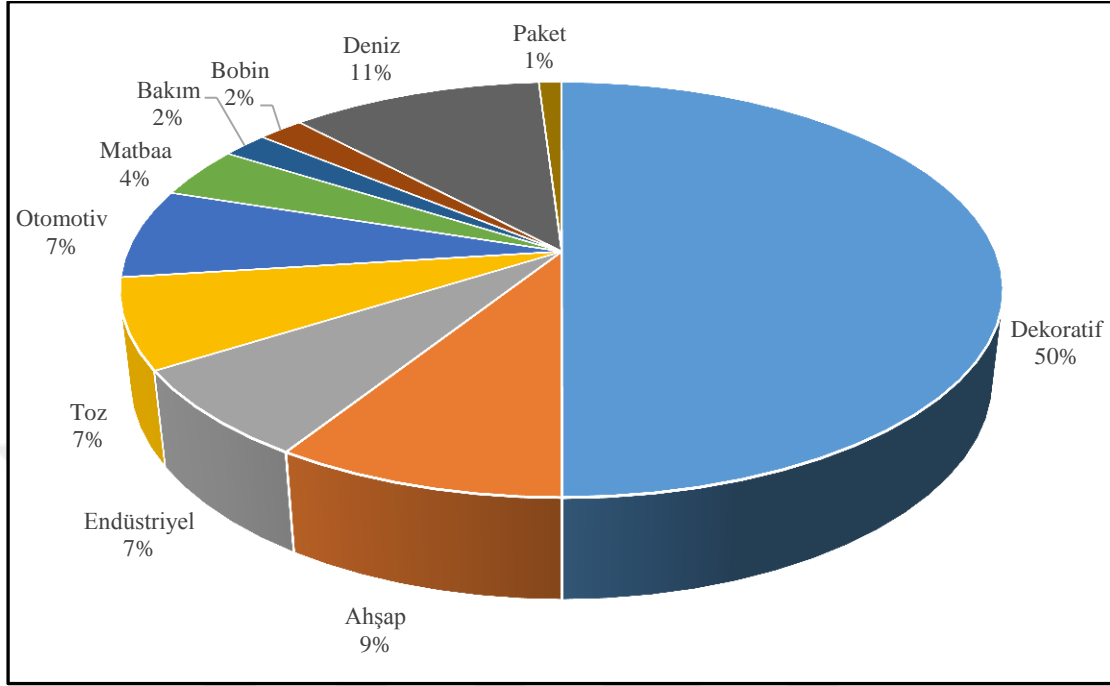
Gelişmekte olan pazarlarda, kaplamalar çok daha hızlı büyümektedir. Büyüme için en iyi beklentiler Çin kıtası (2020–25 döneminde yıllık ortalama %4 büyüme oranı), Hindistan (%5.5), Polonya (%3–4), Türkiye (%2–3) ve Suudi Arabistan (2–3 %). Ortalama olarak toplam küresel büyüme yılda %3-4 olmalıdır. Değer bazında, nispeten daha yüksek değerli kaplamaların artan üretiminin bir sonucu olarak büyümenin daha da yüksek olması muhtemeldir. Büyük çok uluslu boya üreticilerinin çoğu anakara Çin'de üretim yapmaktadır. Çok uluslu üreticiler, yaşam standartları yükseldikçe ve kişi başına düşen kaplama tüketimi arttıkça gelişen dünyada daha fazla varlık kazanmalıdır (İHS Markit, 2021).

1.4.2. Türk Boya Pazarının Yapısı ve Büyüklüğü

Türkiye'de boya sektörü, ana kimya sektöründe önemli bir ekonomik büyüklüğe sahiptir. Türkiye Boya Sanayicileri Derneği (BOSAD) raporuna göre, Almanya, İngiltere, Fransa ve İtalya'nın ardından Avrupa'nın 5. en büyük boya üreticisi olan Türkiye'de yurt geneline dağılmış yaklaşık 600 kadar küçük ve orta ölçekli işletme faaliyet göstermektedir. Üretim kalite ve standartları kriterlerine uymayan işletmelerin sayısı ise her geçen gün azalmaktadır. Ürün kalite beklentisi, tüketicinin marka ve alışveriş bilincinin yükselmesiyle birlikte, doğru orantıda artmıştır. 724 bin tonluk üretim ile yaklaşık 1,57 milyar dolarlık ekonomik büyüklüğe ulaşan Türk boya sektörünün, (Polisan Holding Faaliyet Raporu 2020: 29), dünya boya ticaretinden aldığı pay ise sadece %1'dir.

Boya sektöründe otomotiv, inşaat, genel sanayi boyaları, ahşap/mobilya boyaları vb. alt üretim alanlarında imalat sanayiye yönelik önemli entegre ürünlerin imalatı gerçekleştirilmektedir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2021)

Şekil 5'te Türkiye'de kullanım alanlarına göre boya tüketim oranlarına yer verilmiştir.



Şekil 5. Türkiye'de Kullanım Alanlarına Göre Boya Tüketimi (2019)

Pazardan en büyük payı 50 oranı ile dekoratif segment almaktadır. Türkiye'de 2019 yıl sonu itibarıyla boya pazarından en büyük payı, hacim bazında 402.000 ton ve gelir bazında 525 milyon \$ ile dekoratif boya grubu almıştır. Büyük ölçüde ithal hammadde kullanılan Türkiye boya pazarında 2018 yılının ilk yarısındaki büyüme, yılın ikinci yarısında, kurdaki dalgalanmalar ve ekonomik konjonktürdeki değişikliklerden olumsuz etkilenmiştir. 2018 yılında %10 oranında daralan sektör, olumsuz seyrin devam etmesi sonucu, 2019 yılında da %25 oranında küçülmüştür. 2020 yılında, Covid-19 nedeniyle tüketici talep ve satın alma eğilimlerinin hızlıca değişmesi ve evlerinde daha çok zaman geçiren bireylerin tadilat işlerine yönelmeleri, sektörün büyüme rakamlarına yansımıştır. Ayrıca haziran ayında konut kredi faizlerinde ciddi oranlarda düşüş yaşanması, konut satışlarında hareketliliğe neden olmuştur. BOSAD verilerine göre, baz etkisiyle de, 2020 yılının ilk 9 ayında ciro anlamında %36, tonaj anlamında ise %28 oranında büyüme kaydeden dekoratif segmentin, 2021 yılını da benzer büyüme seviyelerinde tamamlaması beklenmektedir.

Kişi başı boya tüketiminin 11 kg olduğu Türkiye boya pazarı, yabancı sermaye yatırımını ve bölgesel ihracat gücünü artırmaya yönelik teşvikler ile büyüme potansiyeline sahiptir. Türkiye boya sektöründe büyüme unsurları şunlardır (Polisan Holding Faaliyet Raporu, 2020: 30):

- Genç ve artan nüfus
- Kentsel dönüşüm
- Hane başına düşen kişi sayısı azalması
- Mevcut binalarda renovasyon ihtiyacı
- Depremden etkilenen bölgelerde bina ihtiyacı
- Tüketicinin artan boya bilinci
- Binalarda ısı yalıtım zorunluluğu
- Yabancı uyrukluların gayrimenkul edinimi ile ilgili teşvikler

Türk boya sektörü, son 10 yıllık dönemde Türkiye'nin genel ekonomik yapısı ile birlikte önemli bir gelişim sürecinden geçmektedir. Türkiye, Avrupa genelindeki 5. büyük boya üreticisi olmasının yanı sıra, giderek artan üretimi ve teknolojik alt yapısı ile kendi bölgesinde uluslararası boyutlu sektörel bir güç olma hedefi doğrultusunda ilerlemektedir.

Sektörün toplam üretim kapasitesi yaklaşık 800 bin ton/yıl olup, kapasite kullanım oranı %65 düzeyindedir. Toplam üretim kapasitesinin %55'ini su bazlı boyalar %45'ini solvent bazlı boyalar oluşturmaktadır.

İşletmeler, çevreye olan olumsuz etkileri en aza indirmek ve müşterilerden gelen çevreci ürün talebini karşılamak amacıyla, çevre dostu ürünler geliştirmeye başlamış ve bu sayede yüksek solitli ürünlerin, toz boyaların ve VOC düşük ürünlerin sayısının giderek artmasını sağlamışlardır. Bunun yanında, yine çevreci özellikli su bazlı sistemlerin pazardaki payı da yükselmektedir. Türk boya sektörünün temsilcisi olan kuruluşlar, başta Orta Doğu, Yakın Doğu, Kuzey Afrika, Doğu Avrupa ve Kafkaslar olmak üzere çok geniş bir coğrafyada sektörel ihracatı artırmak için çabalarını sürdürmektedir. Boya ve hammadde sektörü ihracatında, son yıllarda inşaat boyalarının yanı sıra özellikle yapı kimyasalları, hammadde ve yarı mamul ürünler de önem kazanmaya başlamıştır. Son yıllarda, boya sektöründe geliştirilen yeni ürünlerin başında nanoteknolojik boyalar gelmektedir. Boya üretiminde kullanılan nanoteknoloji sayesinde yangın geciktirici, antimikrobiyel yapı, çizilmez, aşınmaz, korozyon direnci, ses izolasyonu, güneş ışığına dayanıklılık, kendi kendini

temizleme, kolay temizlenebilme gibi birçok işlev sağlanabilmektedir. Ayrıca daha dayanıklı, servis ağırlıklı, kolay sürülen, yüksek performanslı, renk çeşitliliği bakımından zengin ve çevresel etkileri azaltılmış (düşük VOC, ağır metal içermeyen boya, vb) boya ürünlerine ilgi de artmaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2021)

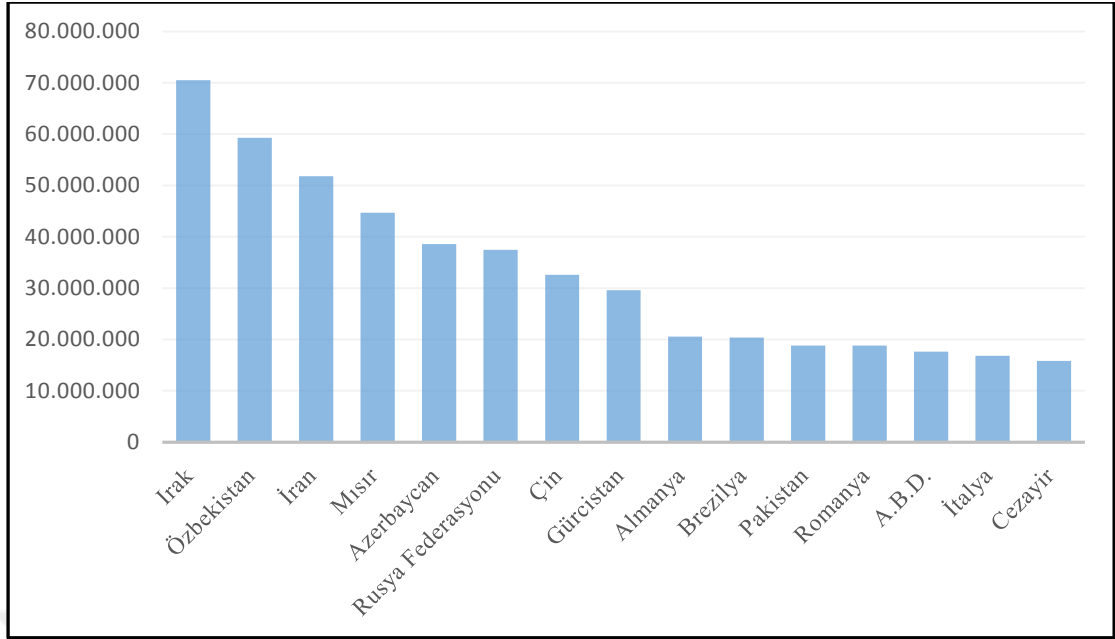
Tablo 1
Türkiye'nin Ünelere Göre Boya İhracatı (1000 \$)

Ülke Adı	2018	2019	2020	19/20 (%)	2020 Pay
1 Irak	56.234.663	71.231.898	70.510.662	-1,01	7,91
2 Özbekistan	47.910.028	55.541.336	59.268.046	6,71	6,65
3 İran	38.444.642	66.747.602	51.773.974	-22,43	5,81
4 Mısır	30.452.307	37.868.465	44.720.818	18,10	5,02
5 Azerbaycan	31.888.725	35.759.094	38.565.368	7,85	4,33
6 Rusya Federasyonu	27.630.423	32.883.748	37.457.412	13,91	4,20
7 Çin	40.775.415	42.840.775	32.603.729	-23,90	3,66
8 Gürcistan	29.840.621	32.317.557	29.630.371	-8,31	3,32
9 Almanya	9.784.198	14.176.441	20.561.875	45,04	2,31
10 Brezilya	21.867.248	22.614.672	20.407.295	-9,76	2,29
11 Pakistan	8.412.267	15.184.750	18.837.628	24,06	2,11
12 Romanya	16.006.339	15.562.228	18.793.248	20,76	2,11
13 A.B.D.	9.458.109	11.745.796	17.635.624	50,14	1,98
14 İtalya	15.850.245	17.006.053	16.805.864	-1,18	1,89
15 Cezayir	16.495.037	12.488.518	15.810.192	26,60	1,77
Liste Toplamı	401.050.267	483.968.933	493.382.106	1,94	55,36
Genel Toplam	792.320.332	869.228.429	891.286.282	2,54	100,00

Kaynak: T.C. Ticaret Bakanlığı, 2021

Türkiye'nin boya ihracatı, ülkelere göre iniş ve çıkışlı bir seyir izlese de 2020 yılında, 2019 yılına göre %2,54 oranında büyüme kaydetmiş ve toplam 891.286.282.000 dolar olarak gerçekleşmiştir (Tablo 1).

TİM 2023 İhracat Stratejisi kapsamında boya sektörü 2023 ihracat hedefi 2,5 Milyar ABD Doları olarak belirlenmiştir. Söz konusu sektörler kapsamında ilgili İhracatçı Birliği Genel Sekreterlikleri İstanbul Maden ve Metaller İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği (İMMİB) ile Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği (AKİB), ilgili ihracatçı birlikleri ise yine İMMİB bünyesindeki İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği ile AKİB bünyesindeki Akdeniz Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliğidir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2021).



Şekil 6. Türkiye'nin Ülkelere Göre Boya İhracatı (1000 \$) (2020)

Türkiye'nin boya ihracatı yaptığı ülkelere bakıldığında birinci sırada Irak gelmektedir. Irak'ı Özbekistan, İran, Mısır ve Azerbaycan takip etmektedir (Şekil, 6).

Tablo 2'de Türkiye'nin boya ithalat yaptığı ülkeler ve değerleri yer almaktadır.

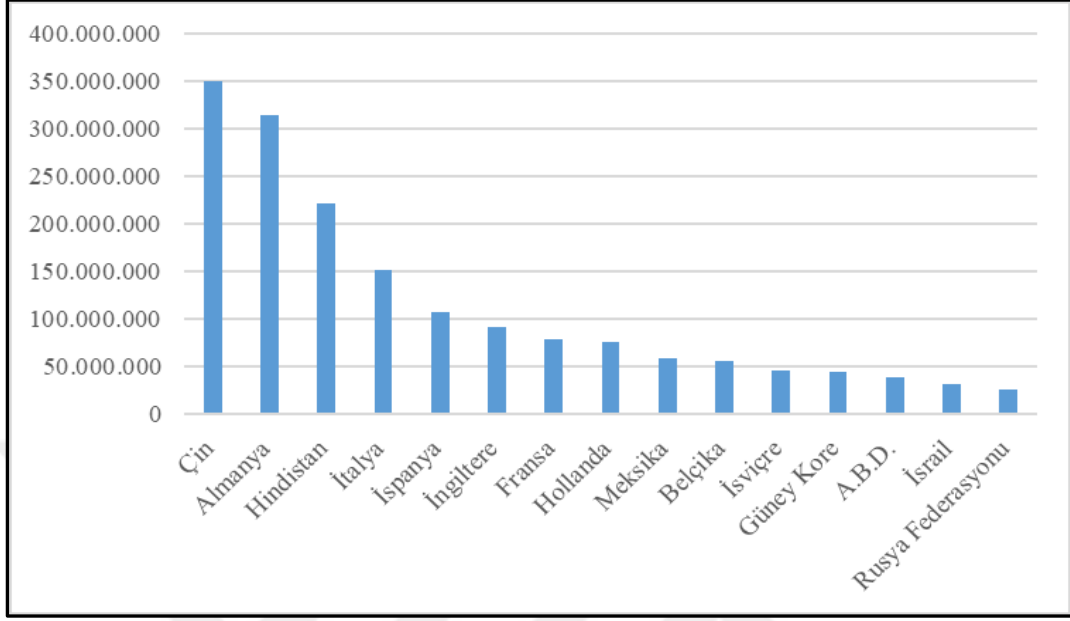
Tablo 2
Türkiye'nin Ülkelere göre Boya İthalatı(1000 \$)

Sıra	Ülke Adı	2018	2019	2020	19/20(%)	2020 Pay (%)
1	Çin	312.662.104	316.527.185	350.361.026	10,69	17,86
2	Almanya	319.548.090	309.346.240	314.123.928	1,54	16,01
3	Hindistan	193.544.289	236.126.496	220.722.035	-6,52	11,25
4	İtalya	147.154.607	143.456.723	151.305.272	5,47	7,71
5	İspanya	116.428.361	99.990.689	107.412.086	7,42	5,47
6	İngiltere	84.374.934	84.450.214	90.729.769	7,44	4,62
7	Fransa	83.067.867	83.946.872	78.280.458	-6,75	3,99
8	Hollanda	69.523.345	66.308.034	76.094.470	14,76	3,88
9	Meksika	53.114.633	37.137.948	58.129.033	56,52	2,96
10	Belçika	79.678.932	66.285.146	55.901.189	-15,67	2,85
11	İsviçre	54.434.852	53.470.003	45.162.809	-15,54	2,30
12	Güney Kore	47.451.477	50.354.663	44.432.643	-11,76	2,26
13	A.B.D.	59.876.419	45.164.815	38.522.893	-14,71	1,96
14	İsrail	41.105.745	35.754.048	30.718.675	-14,08	1,57
15	Rusya Federasyonu	33.602.762	34.027.573	26.119.214	-23,24	1,33
Liste Toplamı		1.695.568.417	1.662.346.649	1.688.015.500	1,54	86,03
Genel Toplam		2.015.696.656	1.940.567.563	1.962.058.580	1,11	100,00

Kaynak: T.C. Ticaret Bakanlığı, 2021

Tablo 2'deki verilere göre 2020 yılı Türkiye'nin boya ithalat tutarı 1.962.058.580 bin dolar olarak gerçekleşmiştir. 2019 yılına göre %1,11 oranında artan

boya ithalatında ithalat edilen ürünler arasında sentetik organik boyayıcı maddeler ve diğer boyayıcı maddeler, lüminofor olarak kullanılan inorganik ürünler ilk sıralarda yer almaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2021).



Şekil 7. Türkiye'nin Ülkelere Göre Boya İthalatı(1000 \$)

Türkiye'nin boya ithalatı yaptığı ülkelere bakıldığında ilk sırada Çin gelmektedir. Çin'i Almanya, Hindistan, İtalya ve İspanya takip etmektedir (Şekil 7).

1.5. TÜRK BOYA SEKTÖRÜNDE YAŞANAN BAŞLICA SORUNLAR

Boya sektörü her geçen gün üretim ve dış ticarete büyüse de, yurtiçinde sektörün işleyişinde önemli sorunları bulunmaktadır. Sektörde yaşanan en önemli sorun, üretim aşamasında hammaddede dışa bağımlılık olup, üretim yapan 600 civarındaki işletmenin sektörel bilgisi ve sektör içi ilişkileri, sektörde işleyen vade yapısı ve rekabet diğer önemli sorunları oluşturmaktadır. Bu sorunlardan aşağıda bahsedilmektedir.

1.5.1. Hammadde de Dışa Bağımlılık

Boyayı oluşturan ham maddeler bağlayıcılar, pigmentler, dolgular, katkılar ve çözümler olmak üzere beş gruba ayrılabilirler. Bu girdi gruplarının boya içindeki paylarına ilişkin tahmini bilgiler Tablo 3’de verilmiştir.

Tablo 3

Miktarsal ve Parasal Açısından Boya Girdilerinin Boya İçindeki Yüzde Oranları

Hammadde grubu	Miktar (%)	Değer (%)
Bağlayıcılar	42	51
Pigmentler ve dolgular	31	26
Katkılar	6	9
Çözümler	21	14

Kaynak: Tunçgenç: 2015: 24

Ham maddeler açısından Türk boya sanayisi önemli ölçüde dışa bağımlıdır. Bağlayıcıların ve dolguların çok büyük bölümü Türkiye’de üretilmekte, katkılarla çözümlerin küçük bir bölümü dışında diğer ham maddelerin tümü ithal edilmektedir.

Türkiye’de üretilmeyen ve sektörün ana ve yan girdileri olarak kullanılan hammaddelerin %80-90’ı ithal edildiği için maliyetler özellikle Türk lirasının yabancı döviz kurları karşısında değer kaybettiği zamanlarda daha da artış göstermektedir (Polisan Holding Faaliyet Raporu 2020 31).

1.5.2. Üreticilerin Sektörle İlgili Bilgi ve İlişkileri

Diğer sektörlerde olduğu gibi boya sektöründe de üretim sadece satışın gerçekleşmesi için temel gerekliliği oluşturmaktadır. Ancak üretilen ürünlerin yurtiçi ve yurtdışı pazarlara sunulması satılması gerekliliktir. Başta çok uluslu boya şirketleri olmak üzere ürünlerin tanıtılmasına yönelik ciddi harcamalar yapılmaktadır. Ancak Türkiye’de farklı boyutlarda 600 üreticinin olduğu pazarda her üretici yaptığı iş hakkında yeterli bilgiye sahip olamamakta veya sektöre ürünleri hakkında bilgisini aktaramamaktadır. Tüccar mantığı ile yürütülen üretimler, ürünler ve üretim hakkında yeterli bilgiye sahip olmayan üreticiler ve gerekli niteliklere haiz olmayan pazarlama elemanları gerek işletmelerinin gerekse sektörün ilerlemesine olumsuz etki yapmaktadırlar.

Günümüzde ilerleyen teknoloji ve benimsenen standartlar kapsamında çok uluslu boya firmalarının ürünleri ile rekabet edecek pek çok kaliteli boya üreten işletmeler mevcuttur. Ancak yeterli bilgi ve iletişim becerilerinden yoksun olunca yerel işletmelerin beklenen düzeyde ilerleme kaydedemediği gözlenmektedir.

Pazarlama yetenekleri aynı zamanda işletmenin pazar bilgilerini toplama, paylaşma ve organizasyon genelinde yayma ile ilgili beceri ve yeterliliklerini de içermektedir; İşletme başarısına ulaşmak için yeni ürünler ve müşteri ilişkileri ve tedarikçi ilişkileri geliştirmeyi başarılı bir şekilde başlatmak gerekmektedir. Bu başarıyı elde etmek için işletmeler, pazar bilgileri temelinde hareket ederler ve bu pazar bilgisi yayılımı, işletmenin özellikle yeni pazar fırsatlarından yararlanma yeteneği ve daha genel olarak yenilik performansı ile önemli ölçüde ilişkili olmaktadır (Marinova, 2004).

İşletme sahiplerinin yaptığı en büyük hatalardan biri, özellikle yeni bir pazara girerken her şeyi tek başına yapmaya çalışmaktır. Maliyet tasarrufu sağlamak amacıyla, genellikle işletmenin daha düşük uzmanlığının olduğu alanlara daha az yatırım yapılmaktadır. Sınırlamalar herhangi bir alanda olabilir: strateji, ürün ve hizmet geliştirme, pazarlama ve satış, personel ve operasyon yönetimi, finansal yönetim vb. Bu hatayla mücadele etmek için işletme sahipleri doğru çalışanları işe almalı ve eğitmelidir. Ayrıca, stratejik ortaklarla ağ ve ilişki kurmalıdırlar (M, 2015).

1.5.3. Sektörde İşleyen Vade Yapısı

Boya sektörü Türkiye genelinde vadeli işleyen bir sektördür. Sektördeki satışlar belli bir vade ile gerçekleştirilmektedir. Ancak diğer sektörlerde olduğu gibi önce ürünler alınıp, ödemesi uzun vadeli olarak gerçekleşmemektedir. Önce fiyat garantisi kapsamında satılması öngörülen boyaların çek ve senet olarak evrakları verilmekte, sonrasında yıl içerisinde hangi ürünler isteniliyorsa verilen çek ve senetler karşılığında bu ürünler gönderilmektedir.

Aslında öngörüye dayalı bir hayali ticaret gerçekleşmektedir. Örneğin boya üreticisi, toptancısına yıl başında şu teklifle gelmektedir: bu yıl içerisinde bizimle 1.000.000 TL bağlantı yapıp evraklarını 1. aydan 12. aya kadar sıralı şekilde 100.000 TL olarak verirsen yıl sonunda sana %15 prim vereceğiz. Ancak 1.000.000 TL'nin üzerinde bağlantı evrağı verirsen yıl sonu priminiz %15 den %17'ye çıkacaktır. Bu

teklif karşısında toptancı piyasa öngörüsüne dayanarak bağlantı evraklarını üreticiye vermektedir. Sonrasında ise henüz almadığı ürünleri aynı sistemle perakendecilere satmaya çalışmaktadır. Yüklü miktardaki hayali satışı için yoğun çaba sarfeden toptancı, verdiği evrakları ödemek için kendisi 1. aydan 12 aya kadar aldığı ürünlerin vadesini ötelemek durumunda kalabilmektedir. Örneğin 3. veya 5. aydan başlatmaktadır. Bu durumda vadesi gelen ödemelerini yapmak için sermaye gücü yeterli değilse perakendeciden aldığı evrakları bankada veya faktöring şirketlerinde bedelinin daha altında tahsil etmek veya kredi çekmek durumunda kalmaktadır. Bu durum toptancının karlılığını olumsuz etkileyerek finansal performansının düşmesine neden olmaktadır. Benzer sorunlar perakendeciler için de geçerlidir. Ancak genellikle peşin satan perakendeciler toptancılar kadar olumsuz etkilenmemektedirler. Sorun sadece öngördükleri ve verdikleri vade tarihine kadar ellerindeki boyaları tüketemezlerse oluşmaktadır.

Sektördeki vade yapısı toptancıların perakendecilere yapacakları satışı da olumsuz etkilemektedir. Perakendeciler sürekli vadeyi ötelemeye çalışmaktadırlar, almaları için kendilerine vade açmalarını, açmazlarsa sektördeki başka işletmelerin daha uzun vadeli tekliflerini olduğunu, onlardan boya almasını gerçekleştireceklerini söylemektedirler. Bu durumda toptancı ya satmayı öngördüğü satışları gerçekleştiremeyecek ya da taviz vererek satışını gerçekleştirmek durumunda kalmaktadır.

Sonuç olarak sektördeki vadeli işleyiş üreticilerin işine gelmektedir. Çünkü henüz üretmedikleri ürünlerin satış garantisini alarak ellerinde ödeme garantisi bulunan evrakları kasalarına veya bankalarına koymaktadırlar. Perakendeciler uzun vadeli aldıkları ürünleri genellikle peşin ve karlı satarak ödemesi gelmeyen ürünlerin parasını almaktadırlar. Üretici ve perakendeci arasında köprü konumunda olan toptancılar ise bu vadeli işleyiş yapısı arasında sıkışıp kalmaktadırlar.

1.5.4. Rekabet

Daha öncede belirtildiği üzere Türkiye’de farklı büyüklükte 600 civarında işletme boya üretimi gerçekleştirmektedir. Aynı malzeme ve hammaddeler kullanıldığında boyaların işletmelere üretim maliyetleri eş değer düzeyde olmaktadır. Ancak sektörde farklı bir rekabet işlemektedir. Ürün ve kalite açısından birbirine

muadil olabilecek pek çok marka ve ürün bulunmasına karşın, büyük boya üreticilerinin zaman zaman ürün bazlı zaman zaman da ciro bazlı yaptıkları kampanyalar, akıllı telefon, bilgisayar ve arabaya kadar vaat ettikleri hediyeler karşısında, daha küçük çaplı kalan yerel üreticiler rekabet edememektedirler.

Rakip bir işletme, müşteri performansında rekabet avantajı elde etmek için daha fazla verimlilik ve daha düşük maliyetler için ihracat pazarında pazarlama yaklaşımını standartlaştırdığında, diğer işletmelerin de aynı stratejiyi izlemesi muhtemeldir. Bu nedenle, rekabet yoğunluğu ve daha müşteri odaklı olma arzusu ne kadar fazlaysa, yerel yöneticiler pazarlama stratejilerini yerel pazar ortamına uyarlamak için o kadar büyük baskı altındadır (Saif, 2015).

Diğer taraftan bu kampanyalardan faydalanmak için yüklü miktarda alış gerçekleştiren toptancı ve perakendeciler ellerindeki ürünleri yıl içerisinde tüketemediklerinden bir sonraki yıl ellerindeki boyaları tüketmek için geçmiş yıl fiyatlarıyla satış gerçekleştirmektedirler. Bu durum aynı yıl fiyatlarından boya alan toptancı ve perakendecileri olumsuz etkilemekte, bir önceki yılın fiyatlarından satış yapanlarla rekabet edebilmek için karlılıklarını düşürmek zorunda kalmaktadırlar. Bu durum boya üreticilerinin satışlarına olumlu yansırken, sektördeki toptancı ve perakendecilerin finansal performanslarını düşürmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

2. FİNANSAL PERFORMANS

İşletmelerin temel varlık nedenleri bilindiği üzere kârlılıktır. Kârlılık gösteremeyen işletmeler, varlıklarını sürdüremeyip zaman içerisinde yok olup gitmektedirler. İşletmelerin kârlılık gösterebilmelerinde diğer bir ifade ile varlıklarını devam ettirebilmelerindeki temel ölçüt finansal performanstır. İşletmelerin finansal performansları üzerinde etkili olan mikro yani içsel ve makro diğer bir ifade dışsal pek çok faktörün etkisi bulunmaktadır.

Çalışmanın bu bölümünde öncelikle finansal performans kavramının tam olarak anlaşılabilmesi için öncelikle performans kavramının irdelenmesi, ölçütlerinden ve boyutlarından bahsedilmesi gerekli görülmüştür. Ardından finansal performans kavramı açıklanmakta, öneminden ve finansal performansını etkileyen içsel ve dışsal faktörlere yer verilerek, finansal performans ölçümü ve ölçme yöntemlerine yer verilmiştir.

2.1. PERFORMANS KAVRAMI

Performans kavramından ilk olarak 15. yy'da bahsedildiği “*oyun ve sergi*” için kullanıldığı bilinmektedir. Performans geçmişten günümüze kadar birçok farklı anlamlarda kullanılmış ve gittikçe de başka anlamlar kazanmaya devam ettiği gözlenmektedir. Zaman zaman “*başarı, etkenlik, etkililik, yetenek ve memnuniyet*” gibi kavramların da performans kavramı ile aynı anlamlarda kullanıldığı görülmektedir. (Avcı, 2005: 90).

Performansın tanımı konusunda net bir fikir birliği bulunmamaktadır. Bu nedenle ortaya konulan çalışmalarda incelenen seçenekler devamlı değişmektedir. (Donnell ve Duffy, 2001: 1-20). Yapılan ilk tanımlardan günümüze kadar performans kriterleri devamlı değişmiş, tanımda birlikteliğin sağlanması güçleşmiştir.

Kelime olarak performansın anlamı, bir etkinliğin uygulamaya dökülmesi ve bir uğraşı gerçekleştirebilme kabiliyetidir (Marrien-Wesbter Sözlüğü) Türk Dil

Kurumunun Türkçe sözlüğünde ise performans, başarı, güç sınırı şeklinde ifade edilmiştir (TDK, 2021). Her iki sözlükte yer alan tanıma göre performans kriteri olarak “çaba” kavramının üstünde durulmuştur.

Performans, genel anlamda, kararlaştırılmış ve programlanmış bir faaliyetin sonunda ortaya çıkan sayısal ve niteliksel verileri ortaya koyan bir kavramdır. Sonucun kesinliği tartışmaya açıktır (Akal, 2002: 1). Performans da önemli olan hem miktar hem de kalite olarak bir ölçümün gerçekleşmesidir.

Performansın ilk çalışmalara konu olduğu zamanlarda üzerinde durulan iki kavram etkinlik ve etkililik olmuştur. Etkililik girdiyi, etkinlik çıktıyı ifade etmektedir. (Cordero, 1990: 185-192).

Performansı geniş kapsamlı olarak ele alan Rohlstadas olmuştur. Rohlstadas etkinlik ve etkililik kavramlarından ziyade ayrıca “*kalite, verimlilik, çalışma hayatının kalitesi, yenilik ve karlılık*” gibi kavramları da performansın kriterleri olarak saymıştır (Rohlstadas, 1998: 989-999). Değişen ve küreselleşen dünyamızda her geçen gün kriterler boyut kazanmaya başlamıştır. Performansın kriterleri de ihtiyaçlara göre şekillenmiş daha kaliteli hizmet üretimi ve daha fazla verimli çalışmalar yapılması yönünde önem arz etmeye başlamıştır.

Performans, saptanmış amaçlara ulaşabilmek için önceden belirlenmiş bir etkinlik faaliyeti sonucunda meydana gelenleri, sayısal ve içerik açısından değerlemeye tabi tutan, bir kavramdır. Bunun ile birlikte saptanmış amaçlara uygun olarak yapılan tasarı sonucunda varılan noktayı gösterir (Yücel, 2010: 23). Performans sonucunda oluşan kalite ve miktar ile amaca uygun olup olmadığı belirlenmiş olur.

Yiğit’e (2012:3) göre performans hedeflenen amaç ve planların ortaya çıkabilmesi ve yürütülebilmesi için oluşturulan etkinlik ve faaliyet sonucu meydana gelen sayısal ve nitel faktörlerin tümüdür. Yukarıda da bahsedildiği gibi genel olarak bu tanım öne çıkmaktadır.

İlk incelemeye tabi tutulduğu zamandan günümüze kadar performans ile ilgili yapılan tanımlarda, önceleri performans kriteri olarak etkinlik ve etkililiğin ele alındığı görülmüş daha sonra giderek globalleşen ve rekabetin arttığı dünyada dış çevrenin (ortaklar, müşteriler, tedarikçiler gibi) beklentilerine göre hareket edilmeye başlanmış ilk anlamlarının dışında, her geçen gün değişen yenilikçi ve modern performans kriterleri ortaya çıkmaya başlamıştır. Hemen hemen her alanda karşımıza

çıkmaya başlayan performans kavramı özellikle iş dünyasında (kamu sektörü-özel sektör) vazgeçilmez bir ölçüt haline gelmiştir.

İşletme performansının özü bireysel performansa dayanmaktadır. İşletme performansının yüksek olması bireysel performansın yüksek olmasına bağlıdır. Bu nedenle işletmelerde performansın yüksek olması ile ilgili görev alan yöneticiler işletme performansını yükseltmek için çalışanlarının performanslarını yüksek tutması için çaba göstermelidir (Schermerhorn, Hunt ve Osborn:1994).

İşletme performansı, firmaların hedeflerine ulaşmak için insan kaynaklarını ve malzeme kaynaklarını kullanma yeteneklerini yansıtan ekonomik bir kategoridir (Le, 2005). İşletme performansı aynı zamanda üretim ve tüketim sürecinde iş araçlarını kullanma verimliliğini de dikkate almaktır. İşletme performansı, işletmelerin ticari operasyonları sürecinde kullanılan girdi kaynakları ile çıktı sonuçları arasındaki korelasyonu gösterir (Truong ve Tran, 2009).

1950'li yıllarda ilk olarak çalışmaları başlayan işletme performans kavramı, yönetim ile ilgili önemli bir paradigma olmasından dolayı hakkında bir çok çalışma yapılmış ancak tanımı hakkında ortak bir fikir birliği oluşmamıştır (Gavrea vd, 2011). Modern yönetim anlayışlarının ortaya çıkması ile performans kavramı önem kazanmıştır. İşletmeler rakipler karşısında rekabet avantajını elde edebilmek, kendilerinin nerede, nasıl olduğunu görebilmek için performans ölçümü üzerinde durmuşlardır. Performans kriterlerinin her örgüte göre farklı yorumlanması sonucunda ortak bir tanım birliğine varılamamıştır.

Görüş birliğinin olmamasından kaynaklı işletme performansı tanımı yapılırken performans değişkenleri ve performansın çeşitleri üzerinde odaklanmak fayda sağlayacaktır. İşletme performansı denildiği zaman örgütün ulaşmayı amaç edindiği hedefleri ve meydana gelen sonuç akla gelmektedir. İşletme performansı kavramı daha çok muhasebe finansman üzerine çalışmalar, kurum yöneticileri ve insan kaynaklarında görev yapan personeller tarafından örgütün etkinliği ve etkililiği konusunda fikir elde edinmek için kullanılmaktadır (Tüfekçi, 2012:34).

İşletme performansı, bir işletmenin kendi hedeflerini başarılı bir şekilde gerçekleştirip gerçekleştirmediğini ortaya koymaya çalışan bir parametredir (Lin ve Kuo, 2007: 1069). İşletmenin belirli bir süreçten sonra istenilen seviyeye ulaşıp ulaşılmadığını gösterir.

İşletme performansı ile genel performans hemen hemen aynı anlama gelmektedir. Bir kuruluşun örgütsel etkinliklerinin sonucu performansı meydana gelir.

Bu aynı zamanda işletmenin amaç edindiği hedeflere ulaşma derecesini ifade eder. İşletmenin hedeflerine ulaşmak için gösterdiği gayretin yorumlanmasına da işletme performansı denilmektedir (Avcı, 2005:114).

İşletmelerin faaliyet gösterdiği alanda başarı elde etmesi kendi geleceği için olduğu kadar bağlı oldukları topluma da fayda sağlayacaktır. Bir işletmenin faaliyetlerinde başarılı olması sergileyeceğe yüksek performansa endekslidir. Bu performansın ülkenin ekonomik olarak gelişmesini de destekleyecektir. Günümüzde değişen yönetim anlayışı, modern tekniklerin işletmelerin içerisine girmesi ile rekabetin artması kaçınılmaz olmuştur. Değişen pazar ve gittikçe artan müşteri beklentileri karşında işletmeler için kendilerini analiz edebilmek rakiplerinin durumunu da gözlemeyebilmek önemli bir hale gelmiştir. İşte işletme performans kavramı bu noktada ortaya çıkmış, bu analizlerin yorumlanmasında önemli bilgiler veren bir olgu olmuştur.

2.2. PERFORMANS ÖLÇÜTLERİ

İşletme performansının değerlendirme sürecinin ilk basamağı “*kriterlerin belirlenmesi*” aşamasıdır. Bu aşama uğraş gerektiren bir çalıştırma gerektirir. Bu konu yerli ve yabancı kaynaklarda değişik şekillerde ele alınmış, bazı kriterlerde birlik sağlanmış olsa da hala net bir kriter yapısına ulaşamamıştır (Turunç, 2006: 17). İşletmelerin anlayışları ve yapısı değiştiği gibi performans göstergeleri de zamanla değişmiştir. İşletmelerin o an için ihtiyacı olan, durumunu en iyi yansıtan göstergeler ön plana çıkmıştır. İşletmeler için son derece önemli hale gelen performans kavramı ne tür göstergeler ile ölçüleceğini belirleyebilmek için performansın boyutları oldukça önemli bir konumdadır.

İşletmeler bazında performans kriterleri değişiklikler göstermektedir. Bunda yatan temel neden performansın kriterlerinin doğrudan işletmenin stratejilerine bağlı olmasıdır. Dolayısıyla işletme stratejileri farklılaştıkça her örgüt için farklı performans kriterleri geliştirilmiştir (Turunç, 2006: 41). Herkes tarafından kabul edilen performans kriterleri mevcut değildir. Her başka işletme başka bir sistem, her başka sistem de farklı bir performans kriterinin doğması demektir.

Hedeflere ulaşıp ulaşılmadığını belirlemek için tam olarak neyin ölçülmesi gerektiğini ortaya koyan kavram “ölçüt” lerdir (Koçyiğit, 2010: 58). Bir işletmenin

“hayati göstergeleri” performans ölçütleridir. İnsanlar katkı sağladıkları işlerin örgütsel başarıyı nasıl getirdiğini performans ölçütleri vasıtasıyla anlamış olurlar (Kabadayı 2002: 65)

Pazarın giderek daha fazla rekabetçi hale gelmesiyle günümüz örgüt yöneticileri örgütsel performans kavramını etkileyen faktörleri anlayabilmek üzerine çok çaba sarf etmişlerdir. Bu nedenle işletme performans ölçütleri hakkında giderek artan çalışmalar başlamıştır (Al-Hakim ve Hassan 2011: 955). Yeni yönetim anlayışları ile birlikte performans ölçütleri gün geçtikçe başarı sağlamak için kritik bir konuma gelmiş, kritik öneminin farkında olan işletmelerin yönetimince devamlı geliştirilmiştir.

Performans boyutları daha önce de açıklandığı üzere devamlı bir değişim geçirmektedir. İçinde bulunulan zamanın özelliklerine göre performans boyutları şekillenmektedir. Örneğin; Sanayi İnkılabının ilk zamanlarında performans göstergeleri kâr-maliyet olarak kendini gösterirken; ilerleyen zamanlarda kar ve maliyetin yanına verimlilik eklenmiştir. Daha sonraları bu üçgene müşteri tatmini dâhil olmuştur. Son zamanlarda durumlara ve zamana ayak uyduran yeni boyutlar eklenmeye devam etmiştir (Akal, 2002:15). Performans boyutları işletmeler için kazandığı ve gittikçe artan önem karşısında zamanın sorunlarını önemseyen araştırmacıların ilgisini çeken bir konu haline gelmiştir.

Performans boyutlarının klasik yaklaşımı kabul edilen işletme performansının boyutlarını ortaya koyan ana çalışma Sink ve Tuttle’ nin ortaya koyduğu modeldir. Modelde yer alan örgütsel performansı ortaya çıkarmaya yardımcı kriterler şu şekilde açıklanmıştır (Rolstadas, 1998:989-991).

- Etkinlik ve etkililik,
- Çalışma yaşamının kalitesi,
- Kalite,
- Yenilik,
- Verimlilik,
- Karlılık ve bütçeye uygunluk.

Konu hakkında yapılan araştırmalar neticesinde yazarlar işletme performansının boyutlarını temel olarak iki düşünceye göre gruplandırmış, diğer düşüncelerin de bunlardan meydan geldiğini savunmuşlardır. Bu iki düşünce ekonomik görüş ve örgütsel görüştür. Ekonomik görüş, işletmenin rekabet gücü gibi

dış piyasa faktörü üzerinde dururken; örgütsel görüş, davranışsal ve toplumsal yönü ve bunların çevre ile uyumu üzerinde durmuştur (Tvorik ve Mcgiven, 1997, 417).

Erasmus Yönetim Araştırmaları Enstitüsünce “*İnsan kaynakları yönetimi uygulamalarının örgütsel performans üzerindeki etkisi*”ni saptayabilmek için sanayi sektöründe faaliyette bulunan örgütler üzerinde yapılan çalışmada örgütsel performans boyutları olarak aşağıda belirtilenler ele alınmıştır (Boseline, Paauwe ve Jansen, 2000: 21);

- Şirketin pazar değeri,
- Mal/hizmet kalitesi,
- Pazar payı,
- Müşteri memnuniyeti,
- Satışlardaki artış,
- Mal ve hizmetlerin geliştirilmesi,
- Verimlilik,
- Geleceğe dönük yatırımlar.

Performans ölçüm yöntemlerinin tespit edilebilmesi için Kueng ve Krahn (1999) tarafından hazırlanmış teorik bir çalışmada ise, işletme performansının boyutları daha geniş bir ölçekte irdelenmiş ve toplumsal boyuta da yer verilmiştir. Yapılan bu çalışmada (149-159);

- Yenilik boyutu,
- Finansal boyut,
- Müşteri boyutu,
- Çalışan boyutu,
- Toplumsal boyut, başlıca performans boyutları olarak incelenmiştir.

Performans, geniş boyutları olan bir kavramdır. Bu çalışmada literatürde en çok bilinen ve yaygın olarak kullanılan 5 temel boyut; “etkenlik ve etkililik”, “ekonomik verimlilik”, “yenilik”, “kârlılık” ve “çalışma hayatının kalitesi” hakkında bilgi verilmektedir. Performansın söz konusu 5 boyutu aşağıda ayrıntılarıyla açıklanacaktır.

2.2.1. Etkenlik ve Etkililik

İşletme performansının boyutlarından en önemlisi etkinlik ve etkililik olarak görülmektedir.

Etkenlik, örgütün amaçlarına ve hedeflerine yönelik bir kavram olup, önemli bir performans göstergesidir. Etkenlik birçok bakış açısına göre tanımlanmıştır:

Doğru faaliyetlerin ortaya çıkarılması, örgütsel hedefleri tutturmak anlamına gelmek gibi daha çok amaçlara yöneliktir. Etkenlik çıktı analizinin yapılarak amaçların başarıp başarılmadığı hakkında bilgi vermektedir (Lusthaus, 2002: 109).

İşletmenin belirlenmiş hedeflerine ulaşma seviyesinin ölçümüne etkenlik denilmektedir. Etkenlik ayrıca en doğru vakitte doğru faaliyetlerin gerçekleştirilmesi anlamı da taşımaktadır (Sink, Tuttle ve Devries, 2006: 267).

Etkenliği ayrıntılı olarak tanımlayacak olursak örgütün daha önce saptanmış amaçları doğrultusunda hammadde, madde ve işçilik gibi üretim için gerekli üretim faktörlerinin ne derece yeterli kullanıldığı ölçen bir kriterdir (Ölçen, 201: 13).

Yeterlilik seviyesi olarak da isimlendirilen etkenlik kavramı, bir kurumun amaçlara ulaşmak için geçirdiği aşamaların ve ortaya çıkardığı ürünlerin yorumlanmasıdır. Yönetim kanalında iş yapanlara göre ise etkenlik; ne zaman, başka ne yapılmalı, nerede bulunmalıyız, daha iyiye nasıl ulaşabiliriz gibi sorulara cevap bulmayı hedef edinir. En sade dille anlatılacak olursa örgütün hedefleri ile çıktı arasında yapılan karşılaştırmadır (Akal, 2002: 13).

Bu karşılaştırma aşağıdaki şekilde formülize edilmiştir:

Etkenlik: Standart Performans(Değer) / Gerçekleşen(Fiili) Performans (Ölçen, 2012:13).

Etkililik, hakkında yapılan araştırmalarda ortaya konulan çalışmalar şöyledir:

Etkililik, faaliyetlerin standart ve iyi bir kalitede en doğru miktarda ve en doğru zamanda gerçekleşmesi ile ilgilenir (Ölçen, 2012:13). Yani elde var olan kaynakların en optimal çıktı haline gelmesi etkililik olarak ifade edilir.

Herhangi bir hedefin elde edilmek istenen sonucunu yaratıp yaratmadığını ölçmek için etkililik ölçütlerinin kullanılması performans ölçümünde etkililik kavramının önemini ortaya çıkarmıştır (Poister, 2003: 51).

İşletmeler açısından etkililik kavramını değerlendirecek olursak; bir örgütün iç ve dış çevrenin istek ve taleplerinin hangi seviyede karşılandığının standardını

belirler. Bazı araştırmacılara göre tanımlar farklılaşsa da genelde örgütsel etkililik, örgütün hedeflediği sonucu elde etme oranıdır (Yükçü ve Atağan, 2009: 2).

İşletmelerin etkin ve etkili olması konusu üzerinde bu kadar durulmasının sebebi rekabet durumunun hızlı bir şekilde artması dolayısıyla örgütlerin rakiplerini geride bırakarak başarılı olmasında onları ne derece etkin ve etkili olduğu konusunun belirleyici olmasıdır. Bir rgt başarılı olmak ve performansını yüksekte tutmak istiyorsa performans göstergelerinin en önemli öğesi olan “etkililik ve etkenlik” amacına uygun bir çalışma performansı sergilemelidir.

2.2.2. Ekonomik Verimlilik (İktisadilik)

Fizyokrat Quesnay tarafından 1776 yılında ilk defa ele alınmaya başlanan verimlilik kavramı üretme gücü olarak tanımlanmıştır. 20. yy.’ın başlarına gelindiğinde ise çıktı ile girdi arasında oransal ilişki olarak ifade edilmiştir (Dinçer, 2011: 43).

Verimlilik genel anlamda bir örgütün mal ve hizmet üretimi yaparken girdilerini ne kadar iyi kullandığını göstermek için ortaya atılan bir kavramdır. En ideale ulaşmak için kullanılan girdiler ile ortaya çıkan ürünler arasında oransal bir ilişkinin varlığı gerekir. Verimlilik de bu ilişkiyi açıklayan bir kavramdır (Arslan,b.t.:3).

Girdilerin toplam maliyeti en az yapacak oranlarda bir araya getirilmesi verimlilik olarak ifade edilir (Yaldız, b.t.:6). Yani retim sürecine dahil olan girdilerin ve üretim sonucunda meydana gelen çıktıların oranlanarak optimal olana sonuca ulaşmaktır.

İktisadilik, üretilen hizmet kalitesinden ödün vermeden o ürünün girdilerini daha uygun fiyattan satın almak olarak tanımlanmaktadır (Akbulut vd., 2013: 6). Üretilen hizmet gelirinin maliyetinden yüksek olması iktisadiliği dolayısıyla finansal performansı arttırmaktadır.

Verimlilik kelime olarak performans ile karıştırılmasına rağmen gerçekte performans kriterlerinden yalnızca birisidir. Son zamanlarda ikisinin farklı kavramlar olduğu yönetim alanında çalışanlar tarafından kabul görmeye başlamıştır. Yapılan araştırma sonuçlarına göre verimliliğin performans boyutları arasında kritik bir öneme sahip olduğu anlaşılmıştır (Sink, Tuttle ve Devries, 2006, 265).

Verimlilikte amaç daha az girdi ile daha çok çıktı üretmektir (Benligiray, 1999: 12-13). Verimlilik oldukça basit olması ve örgütlerde kolay şekilde kullanılabilmesinden dolayı performans ölçütü olarak kullanım oranı oldukça fazladır (Yükçü ve Atağan, 2009: 4). Bir işletmede belirlenen bir zamanda girdi miktarları ile çıktı miktarlarının karşılaştırılması verimlilik oranı yardımıyla ölçülmektedir. Diğer koşullar sabit iken verimlilik oranı yükseldikçe örgütün başarı seviyesi, karlılığı ve performansı da yüksek olacaktır (Met ve Erdem, 2006: 55). Verimlilik işletmelerin yaşamsal sürelerinin uzun olması sonucu ile yakından ilgilidir. Verimlilik oranının yüksek olması karlılığın da yüksek olduğu anlamına geldiği için işletme rakipleri karşısında öne geçerek piyasada varlığını uzun süre devam ettirecektir.

2.2.3. Yenilik

Yenilik yani inovasyon; yeni fikirlerin fark yaratan sonuçlara dönüştürülmesi sürecine denilmektedir. Ayrıca inovasyon sektörde rekabet avantajını elde etmek isteyen işletmelerin iş stratejilerinin temelini de oluşturmaktadır (Toraman, Abdioğlu ve İşgüden, 2009: 95). Kaynaklar ne kadar etkin ve etkili kullanılırsa yenilik o derece başarıya ulaşır. Gerçekleşen yenilik ile ilgili olarak örgüt içerisinde yeniliğin gerekli ve önemli bir etkisi olduğuna ilişkin bir kanı oluşmalı ve çalışanlar tarafından benimsenmelidir. Çünkü işletme içerisinde kabul görmeyen ve önemsenmeyen yenilikler kalıcı olmayacağından örgüte olumlu etkisini de göstermeyecektir (Şengül, 2015: 144). Yenilik her ne kadar yöneticiler tarafından takip edilmesi gereken bir strateji olsa da, çalışanların da kabul edip benimsemesini gerektirmektedir. Nitekim her yenilik uygulandıkça önemsenir ve kalıcılığı sağlanır.

Yenilik günümüzde artık o kadar önemli hale gelmiştir ki örgütlerin büyümesinde son derece pay sahibi olmuştur. Rekabetin küreselleşerek ülke sınırlarına aştığı bugünlerde örgütlerin kendilerini geliştirecek süreklilik arz eden yeni bilgiye ihtiyaç duymaları kaçınılmaz olmuştur. Yenilik yapabilmek bir yetenektir. İşletmeler yaşam sürelerini uzun tutabilmek için teknolojide yeni gelişmeleri ve bilgileri takip etmek zorundadırlar. Yenilik yapma yeteneği de işletmede var olan bilgi kapasitesiyle yakından ilgilidir (Demirtaş, 2013: 262). İşletmeler yenilik sayesinde amaçlarına daha hızlı ve daha kolay ulaşır (Şengül, 2015: 143).

Yenilik iş başarısı ile ilişkili olup örgütlerin rakiplerinden bir adım öne geçmesine yardımcı olmaktadır. (Birchall, Tovstiga, Morrison ve Gaule, 2004: 7). Başka bir ifadeyle yenilik ile işletme kendisini rakiplerinin önüne geçirecek unsurlara odaklanır böylece işletmenin başarısı için kapıların açılmasına yardımcı olur. İşletme içerisinde herhangi yeni bir çalışma sistemi başarılı sonuçların ortaya çıkmasını sağlıyorsa söz konusu yenilik başarı olarak görülebilir.

2.2.4. Kârlılık

Bir işletmenin büyüebilmesi ve başarılı olabilmesi için ön koşul karlılıktır. Karlılık, bir dönemde elde edilen karın var olan sermayeye oranıdır. Karlılık yapısında verimlilik faktörünü de barındırmaktadır (Tangen, 2002: 2). Yani kârlılık verimliliği artırıcı ya da azaltıcı etkiye sahiptir (Torok ve Cordon, 2002, 13). Karlılık işletmenin performansını yansıtır ve örgütsel hedeflere ulaşmaya yardımcı olur (Daft, 2009: 63). Karlılık var olanın daha da iyileştirilmesi ya da üstün kılınması, daha verimli çalışılması, denetim aracı olması, çalışanları güçlendirip teşvik etmesi gibi amaçlara hizmet etmektedir. Kamu kurumlarında kar amacı güdülmendiğinden karlılığın performans göstergelerinden biri olarak görülmediği aşikardır. Bu tarz örgütlerde karlılık yerine bütçeye uygunluk kavramı kullanılmaktadır (Turunç, 2006: 171-172).

2.2.5. Çalışma Yaşamının Kalitesi

Kişilerin güvenlik için gerekli olan ihtiyaçlarını karşılamaları, çalışanların hizmet ettikleri örgüte katkılarının bulunduğu duygusuna sahip olmaları, var olan yeteneklerinin bilincinde olmaları ve yeteneklerinin daha da ilerleyebilmesine imkan sağlayan ortamın oluşturulmasına çalışma yaşam kalitesi denilmektedir (Özkalp ve Kırel, 2004: 218). Bu tanımdan hareketle çalışma yaşam kalitesi çalışmayı direkt ya da en direkt yoldan etkileyen tüm etmenleri içeren bir kavramdır (Tuncer ve Yeşiltaş 2013:59). Bu etmenler; fiziki çalışma şartları, ücret, örgüt kültürüne sahip olma, sorun çözme, planlama ve karar süreçlerinde etkin rol alma gibi faktörlerdir.

Çalışma hayatının kalitesi herhangi bir faaliyette kilit görevde yer alır. Çalışanlar ve yaptıkları işleri üzerinde aynı zamanda da performansları üzerinde

önemli etkileri vardır. Bu yüzden çalışma hayatının kalitesi genellikle çalışanları ve çalışanların koşulları arasındaki ilişkiyi içerir. Çalışma hayatının kalitesinin üzerinde durduğu en önemli şey çalışanların birlik içerisinde çalışarak kolektif başarılar elde etmesidir. İş tatmini üzerinde de etkisi oldukça fazladır. Çalışana ödül, yükselme imkânı iş güvenliği gibi olanakları sağlar. Tüm bunların sonucunda örgütsel performans artma eğilimi gösterir (Chib, 2012: 36-37). Çalışanların işyerinde geçirdikleri zamanda mutlu olmaları için fiziki olarak sağlanacak ortamın kurulmasında çalışma hayatının kalitesi etkin rol oynamaktadır.

Yüksek verimlilik her örgütün ihtiyaç duyduğu şeydir. Örgütün bu ihtiyacı ile çalışanların ihtiyaçlarının karşılanma çabaları bir arada olduğunda çalışma yaşamının kalitesi artmaktadır (Pizam, 2005: 526). Yani örgütten değişik beklentileri olan çalışanlar örgütün amaçlarını daha önemli halde tutmasını sağlayabilmek ve çalışanların performansını devamında da örgütsel performansın artırılabilmesi için onların iş hayatında karşılaştıkları durumların iyileştirilmesi bir zorunluluktur (Turunç, 2006: 164). Çalışanların ortamlarının kaliteli olmasıyla örgütte meydana gelen işleyişin kendi beklentilerine uygun ilerlediğini görür iş tatminini sağlar.

Çalışma yaşamının kalitesi çalışanın örgütüne karşı olan tutumunu olumlu yönde gelişmesine katkı sağlarken çalışanın daha yüksek bir performans sergilemesinin kapısını açacaktır. Bu nedenle çalışma yaşamının kalitesi ile örgüt performansı arasında yakından bir ilişki olduğu göz ardı edilemez. Çalışan planlama, karar süreçlerine katılım, sorumluluk üstlenim, örgüt kültürüne hâkimiyet, iletişim gibi yollar ile örgüt ile arasında olumlu tutumlar gelişmesini sağlamaktadır (Çelik, 2011: 72). Çalışanın bir işte beklediği tatmini arttıkça motivasyonu da artar daha yüksek seviyede performans sergilerler.

2.3. PERFORMANS BOYUTLARI

İşletmelerde mevcut olan performansı üç boyutta ele almak mümkündür. İşletmenin ekonomiklik ilkesi gereği kıt kaynaklarla optimum üretim yapma felsefesini güden bir performans olarak değerlendirilen ekonomik performans, işletmenin maliyet odaklı stratejiler geliştirerek rekabet gücü yaratma amacını göstermektedir. Bununla birlikte rekabet etme gücünün analiz edilmesi ve rakiplerle kıyaslama yapılması açısından önem arz eden finansal performans ve borsada işlem

gören şirketlerin hisselerine olan talebin artması ve bunun da hisse fiyatına yansıdığı artışla şirketin piyasadaki değerinin yükselmesini sağlayan ve tamamen borsadaki hareketlerle ilgili olarak gösterilen borsa performansı şeklinde üç boyutta incelemek mümkün olmaktadır.

2.3.1. Ekonomik Performans

Kâr amacı güden işletmelerin nihai hedefi kârını maksimize etmektir. Drucker, matematiksel teknikler ve sosyolojik jargonun önüne bir türlü geçemediği geleneksel yaklaşımda, işletmelerin ucuza alıp pahalı satma felsefesi güderek işletme kârını satış ile alış arasındaki fark olarak hesaplamakta ve maliyet odaklı hareket ettiklerini vurgulamaktadır (Pulic, 1998:2). Küresel rekabet ortamında işletmeler maliyet odaklı stratejilerle müşterilerine aynı kalite malı daha cazip bir fiyattan sunabilmektedir. Bu bağlamda işletmeler, maliyet + kâr = fiyat felsefesini terk edip fiyat – kâr = maliyet stratejisini benimseyerek üstün rekabet gücü elde etmeyi hedeflemelidir. Bu stratejinin esas amacı, satış fiyatını arttırmak yerine maliyetleri azaltma yoluna giderek kârlılığını arttırmaya çalışmak olarak değerlendirilmektedir (Karcıoğlu, 2000: 2). Günümüzde işletmeler ekonomik performansını arttırmak adına maliyet odaklı yaklaşımlar geliştirerek kaliteden ödün vermeden rakiplerine göre daha düşük maliyetle üretim yapmayı hedef edinmelidir. Geliştirilen bütün stratejiler maliyeti azaltmaya yönelik stratejiler olmalı ve maliyetleri azaltıcı yatırımlar önemsenmelidir.

Bir şirketin ekonomik performansını ölçmek için varlık getirisi ve yatırımların getirisi gibi muhasebe önlemleri çok sık kullanılmaktadır. Jacobson, muhasebe önlemleri arasında yer alan yatırımın getirisinin firmanın ekonomik performansını ölçmede önemli bir ölçüm aracı olduğunu vurgulamaktadır (Khanna ve Damon, 1999:9).

2.3.2. Borsa Performansı

Bilim ve teknolojinin ilerlemesi, Amerika başta olmak üzere, dünyanın her yerinde borsa kavramının gelişmesinde itici bir güç olmuştur. Üniversiteler, federal laboratuvarlar ve şirketlerdeki endüstriyel araştırma ve geliştirme, yeni bilgi teknolojisi ve bilimsel gelişmeler, ekonominin performansını artıran ve hisse senedi

fiyatlarını artıran sürekli yenilik ve verimlilik kazanımlarını ortaya çıkarmıştır (Deng ve Diğerleri 1999:20). Dünyanın en büyük ve ilk borsası olan Newyork Borsası, ağırlıklı olarak teknoloji firmalarının faaliyet gösterdiği NASDAQ Borsası, Londra Menkul Kıymetler Borsası, Tokyo Menkul Kıymetler Borsası, Hollanda merkezli kurulan Euronext Borsası ve ülkemizde 1985 yılında kurulan ve sonradan adı Borsa İstanbul olarak değiştirilen İstanbul Menkul Kıymetler Borsası bu bilim ve teknolojinin önemli çıktıları arasında yer almıştır.

Şirketler, öncelikli hedef olarak fon temin etmek, bunun yanında şirketin piyasa değerini arttırmak, şirketin geniş kitlelerce tanınmasını sağlamak, riski tabana yaymak ve daha hızlı kurumsallaşmak adına borsalarda işlem görmeyi amaçlamışlardır (Elmas, 2012:7). Bu bağlamda işletmeler borsa üzerinden yatırımcılara ulaşarak hisselerinin satışını sağlamakta, piyasa arz talebiyle belirlenen hisse senedi fiyatı aracılığıyla şirketin piyasa değerini belirlemektedir. Şirketin piyasada oluşan değeri ile muhasebe defterlerindeki değeri arasında olumlu fark oluşması, şirketin borsa performansının pozitif yönde olduğu ve bir katma değer yarattığı algısı ortaya çıkmaktadır.

2.3.3. Finansal Performans

Finansal performans, işletmenin finansal faaliyetini gerçekleştirme eylemini ifade etmektedir. Daha geniş bir perspektifte, finansal performans, finansal hedeflere ulaşılma veya ulaşılma derecesini ifade etmektedir. Bir işletmenin politika ve operasyonlarının sonuçlarını parasal olarak ölçme sürecidir. Belirli bir süre boyunca işletmenin genel finansal sağlığını ölçmek için kullanılır ve aynı sektördeki benzer işletmeleri karşılaştırmak veya sektörleri toplu olarak karşılaştırmak için de kullanılabilir (Saif ve Aimin, 2014). Yönetimin etkinliğini değerlendirmek için bir ölçü olarak görülen finansal performansı elde etmek, kar odaklı her işletmenin temel amacıdır.

2.4. FİNANSAL PERFORMANS İLE İLGİLİ GENEL BİLGİLER

İşletmelerin firma değerlerinin artırılması ve kar etmek gibi hayati öneme sahip temel amaçları bulunmaktadır. Söz konusu amaçlara ulaşmak ve varlıklarını

sürdürebilmeleri için işletmeler faaliyetlerini, planları ve amaçları doğrultusunda gerçekleştirip gerçekleştirmediklerini kontrol etmeleri gerekmektedir. Bu bağlamda finansal performans işletmeler için hayati bir önem taşımaktadır. Geleneksel performans ölçüm yöntemleri arasında önemli bir yeri olan finansal performans, kimi görüşe göre kar elde etme olarak algılanırken, kimi görüşe göre de finansal oranlarda istenen seviyelere ulaşılması olarak ifade edilmektedir. Finansal performans işletmeler için, finansal oranların yüksek olması, öz sermayenin güçlü olması, pazar payının yüksek olması gibi pek çok noktadan ele alınabilmektedir (Dellifraire ve diğerleri, 2010:150).

Finansal performans işletmelere, değişen finansal önceliklerine odaklanmalarını, bilinçli karar almaları için stratejik vizyon kazanmalarını, finansal mükemmelliğe ulaşmak için iş stratejilerini daha iyi belirleme becerisi kazanması ve işletme stratejisi, uygulamaları ve yönetiminin kar durumunun artışına katkı sağlaması gibi kazanımlar sağlamaktadır.

İşletmelerin finansal performans ve etkinliklerinin artırılabilmesi için sabit giderlerin takibi, etkin maliyet kontrolünün sağlanması, ilk madde ve malzeme alım giderlerinin azaltılması, stokların etkin yönetimi ve üretilen mal ve hizmetlerin maliyet ve verimliliklerinin takibi yapılmalıdır (Trussel ve Patrick, 2010:123).

2.4.1. Finansal Performans Kavramı

Finansal performans, işletmelerin finansal açıdan planlanan hedeflere ne derece ulaşabildiğinin ve finansal açıdan başarı derecesinin bir göstergesi olmakla birlikte, işletmelerin finansal yükümlülüklerini yerine getirmek ve kar elde etmek için finansal kaynakların nasıl kullanıldığını göstermektedir (Curtis ve Roupas, 2009:202). Bununla birlikte, işletmelerin finansal performansı, finansal durumundaki değişimlere ilişkin ölçümler veya yönetim kararlarından kaynaklanan finansal çıktılar ile bu kararların organizasyon üyeleri tarafından uygulanma derecesini ifade eder (Carton ve Hofer, 2006:120).

İşletmelerin yaşamlarını devam ettirebilmesi ve büyümesi, rakipleriyle baş edebilme yeteneğine yani rekabet gücüne bağlıdır. Rekabet gücünün sağlıklı bir şekilde tespit edilebilmesi de finansal performansın ölçülmesi ve değerlendirilmesi ile mümkündür. Bu bağlamda, işletmelerde denetim, planlama ve karar alma işlevlerinin

etkili bir şekilde yürütülebilmesi için düzenli aralıklarla finansal performanslarının değerlendirilmesi gerekmektedir (Acar, 2003:21). Bununla birlikte, finansal performans işletmeler için önemli olduğu kadar yatırımcılar, kredi kuruluşları, devlet gibi birçok kişi ve gruplar için de önemlidir. Yatırımcılar yatırım yapma, yatırımdan vazgeçme veya yatırımdan çıkma kararlarında; kredi kuruluşları verilen veya verilecek olan kredinin geri dönme olasılığının değerlendirilmesinde; devlet ise alacağı vergiye temel oluşturması ve alacağı verginin denetlenmesi açısından işletmelerin finansal performansları ile ilgilenmektedir.

Kaufman'a (1994) göre işletmelerin iyi bir finansal performansa ulaşmak istemelerinin üç nedeni bulunmaktadır (Aktaran: Gider, 2011:89).

- Finansal performansın iyi olması, işletmelerin uzun dönemde gelecek öngörülerini geliştirmek için esneklik kazandırır. İşletmelerin finansal performansı kötü ise bu sorun dışında başka bir konuyla ilgilenmeleri çok zordur.
- Finansal performansın iyi olması, işletmelerin itibarını artırır. Finansal olarak rekabet içinde olan işletmeler için finansal performans, işletme itibarını gösteren kriterler arasında en kritik ve en kolay anlaşılabilir unsurdur.
- Sermaye piyasalarında, işletmelerin uzun vadede faaliyetlerine devam edebilmeleri ve uygun koşullarda sermaye bulmaları için finansal performanslarının iyi olması gerekmektedir.

İşletmelerin kıt kaynakları etkin kullanabilmeleri, rekabet gücüne sahip olabilmeleri, tüketici ihtiyaçlarını istenilen kalitede karşılayabilmeleri ve zaman içerisinde itibarlarını artırabilmeleri finansal performansın iyi olması ile mümkündür. Bunun aksine finansal performansı iyi olmayan işletmeler, maliyet avantajı ve rekabet üstünlüğü gibi çeşitli yeteneklerini zaman içerisinde kaybetmeye başlamaktadır (Çam, 2008:56). Bu bağlamda, işletmeler, yaşamlarını ve faaliyetlerini sürdürülebilir kılmak, mevcut finansal durumlarını belirlemek ve geleceğe yönelik sağlıklı kararlar almak, piyasada tutunmak ve rekabet gücü elde etmek için finansal performans ölçümlerini gerçekleştirmeleri ve ölçüm sonuçlarına göre kendi bünyelerinde yönetim stratejileri ve planlamaları geliştirmeleri gerekmektedir.

2.4.2. Finansal Performansın Önemi

Tüm işletmeler için en önemli kaynağın sermaye olduğu bilindiğinden hareketle işletmenin varlığının devam edebilmesi finansal performans açısından başarılar elde etmesini gerektirir (Şener, 2011: 21). İşletmenin var olma amacı kar elde etmek olduğundan karlılığı etkileyen tüm finansal unsurlar örgüt için kritik önemdedir.

İşletmelerin performans değerlendirme basamağında en fazla kullandığı performans göstergesi finansal performanstır. İlk zamanlarda finansal ögeler performans değerlendirilmesinde dikkate alınmış, bu ögelerin sonuçları karar alma aşamalarının önemli bir faktörü olmuştur. Ancak günümüzde finansal performans dışında bu faktörün alt unsurları da performans değerlendirilmesinde etkili olmaya başlamıştır. Karar mekanizmasında finansal performans tek unsur olmasa da örgütsel performans konusunda çok önemli bir pozisyona sahiptir. Örgütün kaynaklarını ne ölçüde verimli kullandığı, hedeflenen maddi amaçlarının ne kadarına ulaşıldığı gibi bilgiler finansal performansın ölçümü ile mümkün olmaktadır (Yılmaz, 2012:130).

Finansal performans yönetimi planlama aşamasında, makroekonomik göstergelerin işletmenin finansal performansını ne yönde etkileyeceğinin tespiti işletme için büyük önem arz etmektedir. Bu göstergelerin işletmenin finansal performansında değişiklik yaratması, hem işletme yöneticilerin stratejik hedeflere ulaşmada aldıkları kararları, hem de yatırımcıların işlemeye yönelik yatırımların yönünü etkilemektedir. Faiz oranı, enflasyon ve döviz kuru gibi değişkenlerde yaşanabilecek değişiklik firmanın finansal performansını etkileyebilecektir (Aydeniz, 2009:264).

2.4.3. Finansal Performansı Etkileyen Faktörler

Bir işletmenin finansal performansı üzerinde iç ve dış faktörlerin etkileri bulunmaktadır. İç faktörler işletmenin kontrolü altında bulunanlar iken, dış faktörler işlemeden bağımsız bir şekilde finansal performansı etkilemektedirler. Çalışmanın bu bölümünde finansal performansı etkileyen iç ve dış faktörlere yer verilmektedir.

2.4.3.1. İç Faktörler

Firma performansının değerlendirilmesi, iş amaç ve hedeflerine yönelik çeşitli faktörlerin ve kaynakların önemini belirlemek için kritik öneme sahiptir. Finansal performans, kurumdaki içsel faktörlerle ilişkilendirilmektedir. Bu içsel faktörler; likidite, kaldıraç, varlık kullanımı, firma büyüklüğü ve pazar payı olarak ele alınmaktadır (M and Zhengge, 2016: 51)

2.4.3.1.1. Likidite

Cari oran, likiditenin ortak ölçüsüdür. Likidite, işletmenin mevcut nakit ve hızla nakde çevrilebilen dönen varlıkları kullanarak borç yükümlülüklerini karşılayabilmesinde önemli bir faktördür. Cari oran, dönen varlıklar ile kısa vadeli yükümlülükler tarafından ölçülür, bunun iki ila bir (2:1) olması önerilir. 2: 1 oranı, şirketin varlıklarını işletme sermayesinin bir parçasını oluşturabilecek nakde çevirme yeteneğini gösterir. Bu işletme sermayesi, şirket için finansal performans elde etmede kritik bir araçtır. İşletmenin varlıkları nakde çevirme kabiliyeti, şirketin iflas etmesini önlemek için normal seviyelerde tutulması gereken işletme sermayesini yönetme kabiliyetine eşdeğerdir. Likit varlıklar, şirkete yönelik dış finansman akışlarının erişilebilir olmadığı veya dış finansman kullanmanın maliyetinin, işletme giderlerini ve yatırımlarını finanse etmek için likit varlıklara başvurmaktan daha fazla olduğu zamanlarda şirket için faydalıdır. Liargovas ve Skandalis (2008), gelecekteki belirsizliklerle başa çıkmak için bir acil durum planına hizmet ettiği ve şirket için kısa vadeli yükümlülüklerin yerine getirilmesi için düşük kazanç zamanlarında kullanılacak yedekler olarak tutulduğu için daha yüksek likidite tutmayı desteklemektedir.

Finansal performansa yönelik farklı dönen varlıklar ve kısa vadeli borçlar kullanılarak şirketlerin karşılaştırmalı bir değerlendirmesi yapılabilir (Louderback ve diğerleri, 2000). Binti (2010) tarafından Malezya finans sektöründe 172 firma üzerinde yapılan çalışma, likit varlıklar ile firmanın finansal performansı arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğunu göstermiştir. Eljely (2004) tarafından Suudi Arabistan'da cari oran kullanılarak yapılan ampirik bir inceleme, 29 hizmet

şirketinden oluşan bir örneklem üzerinde likidite ile karlılık ile ölçülen firmanın finansal performansı arasında anlamlı ancak negatif bir ilişki bulunmuştur.

2.4.3.1.2. Kaldıraç

Kaldıraç, şirketin olumlu finansal performans elde etmek için iş arayışı için finansman varlıklarında borç kullandığı toplam varlıklara toplam borçları tarafından ölçülen önemli bir orandır. Hisse senedi sahipleri, finansal performanslarını artırmak için bakiye talep etmenin bir alternatifi olarak kaldıracı ele alırlar (Rajan ve Zingales, 1995). Aquino'nun (2010) Filipinler'de borsaya kote ve kote olmayan firmaları kapsadığı araştırma, şirketin yüksek borç oranı ile büyüme hızı ve karlılığı arasında pozitif bir ilişki olduğunu göstererek sonuçlandırmıştır. Joshua (2005) tarafından finansal kaldıraç üzerine yapılan araştırma, toplam borcun toplam varlıklara oranının kullanılması yoluyla pozitif bir öz sermaye getirisi ortaya çıkarmıştır. Youmatelo'ya (2012) göre, bilim adamları tarafından yatırım kararlarının finansal kaldıraç örüntülerinden olumsuz etkilendiği tespit edilmiştir ve şirketlerde toplam borçların toplam varlıklara oranının daha yüksek olduğu durumlarda sermaye varlıklarına yatırım yapmama motivasyonunun göstergesi vardır.

2.4.3.1.3. Varlık kullanımı

İşletmenin finansal performansını belirlemek için organizasyonel bir faktör olarak varlık kullanımı, finansal performansı yönlendirmek için gerekli olan üretim veya hizmet süreçleri için çok önemli olan varlıkların netleştirilmesine dayanmaktadır (Belanova, 2016). Varlık kullanımının dikkate alınması, şirketin sahip olduğu bu varlıkların finansal getiri elde etmedeki kabiliyetini ve farklı işlevlerini belirlemede ve ölçmede önemlidir (Ellis, 1998). Varlıkların etkin ve verimli kullanılmaması, yatırımlardan elde edilen gelir birikiminde kayıplar gibi zayıf finansal performansa yol açar. Fleming ve Mc Cosker (2005), varlıkların verimsiz ve etkin bir şekilde kullanılmaması durumunda vekalet maliyetlerinin yüksek oranda arttığını ve bu durumun yönetimin işletme sahiplerinin çıkarlarını desteklemediğinin bir göstergesi olduğunu öne sürmüştür. Okwo (2012) tarafından sabit kıymet yatırımı ve bunun şirketin karlılığı ile ilişkisi üzerine yapılan bir araştırma, iki değişken arasında pozitif

bir ilişki olduğunu göstermektedir. Xu ve Xu (2013) araştırmalarını varlık yapısının optimal dağılımından iş performansına ulaşmanın önemini test etmeye dayandırırken, istatistiksel testler önemli bir korelasyon gösterdi. Ayrıca, yürütülen farklı çalışmalarda, varlıkların verimli ve etkin kullanımının bir şirketin finansal performansı üzerindeki önemli etkisini doğrulamış ve teyit etmiştir (örn. Wu ve diğerleri, 2010 Jose ve diğerleri, 2010 ve Seema ve diğerleri, 2011)

2.4.3.1.4. İşletme boyutu

Alandaki literatür, “boyut etkisi” olarak adlandırılanın etkisiyle ilgili farklı sonuçlar önermektedir. Pervan (2012) tarafından yapılan araştırma, işletme büyüklüğü ile finansal karlılık arasında negatif bir ilişki olduğunu bulmuştur. İşletmeler pazar gücünün yüksek olması nedeniyle pazarda ürün ve hizmetleri için daha yüksek fiyatlar talep edebilecekleri belirtilmektedir. Ayrıca, firmanın yüksek karlılığı, firmanın tedarikçilerle olan iyi pazarlık gücünün ölçek ekonomilerinin bir sonucu olabilir. Ayrıca, çok sayıda bilim adamı, firmanın büyüklüğü ile bundan kaynaklanan finansal getiriler arasındaki bağlantıyı inceledi, örneğin Vijayakumar ve Tamizhselvan (2010) tarafından yürütülen ampirik bir çalışma, işletmenin büyüklüğü ile finansal performans arasında pozitif bir bağlantı olduğunu önemli ölçüde kanıtladı. Çalışma, finansal performansın karlılık yönüne odaklanmış ve büyük işletme firmalarının, karlılığı gerçekleştirilmede daha kısa ve orta vadedeki küçük firmaların yeteneklerine kıyasla, uzun vadede kar elde etmek için kaynaklara ve yeteneğe sahip olduğunu bulmuştur. Papadognas (2007) tarafından 3035 Yunan imalat işletmesi üzerinde yürütülen nicel sonuçlar ve analiz çalışması, işletmelerin büyüklük sınıflamalarının, işletmelerin karlılığı ile pozitif ve bir şekilde orantılı olarak bağlantılı olduğunu ortaya koydu. Lee (2009) ayrıca işletmelerin karlılık kaynaklarını da incelemiş ve analiz, karlılığın stratejik kaynaklarından birinin, nakit akışlarının açılmasında ve genel olarak performansta olumlu yönde etki eden ve önemli bir rol oynayan işletme firmasının büyüklüğü olduğunu ortaya çıkarmıştır. Yukarıdaki çalışmaların çoğu imalat sanayilerinde yapılmıştır; ancak imalat işletmeleri ile hizmet sektöründeki işletmeler arasında benzerlikler vardır. Hizmet sektöründe yapılan bir araştırma, Amato ve Burson (2007) tarafından büyüklük-kar ilişkisini test eden bir

çalışma, büyüklüğü ne olursa olsun herhangi bir işletmenin karlılık elde edebileceğini bulmuştur.

2.4.3.1.5. Pazar Payı Pozisyonu

Kaynak temelli görüş (RBV), işletmelerin performansındaki farklılıkların kaynak sahipliğinden kaynaklandığını öne sürmektedir. İşletmenin kaynak temelli görüşü sadece saf teorik yapı olarak değerlendirilmemekte, aynı zamanda firmanın uzun vadeli stratejisinin formüle edilmesinde de önemlidir. Kaynak temelli bakışın ana odak noktası, şirketin rekabet avantajını tesis etmek için kaynakların verimli kullanılmasına ve buna güvenilmesine odaklanmaktadır (Isanzu, 2015). Bununla birlikte, bu tür kaynaklar değerli, nadir ve taklit edilmesi ve ikame edilmesi kolay olmamalıdır. Yukarıdaki görüşü doğrulamak için, aşağıdaki bilim adamları çeşitli sektörlerde yaptıkları araştırmalar ile test etmişler ve böyle bir bağlantının olumlu olduğunu bulmuşlardır.

Robbins (1994), tüm işletmenin değeri ile işletmenin pazar payı pozisyonu arasında bir bağlantı olduğunu belirtmektedir. Bir işletmenin üstün ürünleri, rekabet avantajını olumlu yönde önemli ölçüde etkiler, bu da finansal performans yani karlılık anlamına gelir. Finansal performansa ulaşmanın ön koşulu olan satış performansı, doğrudan pazar payı konumundan etkilenir ((M and Zhengge, 2016).

Mc Taggart, Kontes ve Mankins (1994) tarafından yapılan bir araştırma, çeşitli biçimlerdeki uygun finansal getirilerin, iki faktöre bağlı olan bir organizasyonel değere ulaştığını ortaya koymaktadır: pazar payı konumlandırma ve daha yüksek getiri elde etmek için rakiplerine göre rekabet avantajına sahip olma. Ölçek ekonomileri ile birlikte yukarıdaki argüman, maliyet avantajına ve ürün farklılaşmasına sahip olmanın bir organizasyonun pazar payı konumunu oluşturduğunu ve bunun sonucunda sürdürülebilir finansal performansa yol açtığını iddia ettiği rekabet avantajı konusundaki Porter'ın (1998) argümanı ile uyumludur. Bu görüşü desteklemek üzere Grundy (2002) pazar payı konumunun artırılmasıyla finansal performansın sürdürülebileceğini ve geliştirilebileceğini öne sürmektedir. bir kuruluşun amacı, süreçte hissedar değerini artırma potansiyeli ile karakterize edilmesi gereken pazarda lider olmaktır (M and Zhengge, 2016).

2.4.3.2. Dış Faktörler

Finansal performans, bir işletmenin üretkenliğinin ve etkinliğinin ölçüsüdür. Bir işletmenin paydaşları için getiri ve kar elde etmede mevcut kaynakları kullanma yeteneğinin bir göstergesi olarak kullanılır. Finansal performansın belirleyicileri arasında çalışan verimliliği, organizasyondaki liderlik ve kaynak kullanımı yer almaktadır. Bir organizasyonun finansal performansı, sürekliliğini tanımlar. Bir organizasyondaki istikrar, finansal muhasebesine ve yönetimine bağlıdır. Günümüz dünyasında, bir organizasyonun kurumsal başarısı, genellikle kontrolü dışında olan faktörlerden etkilenir. Bir organizasyonun dış çevresi, varlığı performansını ve davranışlarını etkileyen çeşitli faktörleri içerir. Bu faktörlerin etkisi, örgütleri doğrudan veya dolaylı olarak etkiler. Örgütler hayatta kalabilmek için bu dış faktörlere uymak zorundadır. Organizasyonlar çevreye bağımlıdır ve çevreye hizmet eder. Bir kuruluş faaliyet gösterdiği çevreden etkilenir ve başarısı yalnızca çevreye uyum sağlama yeteneğine bağlıdır. Dış çevre faktörlerindeki değişiklikler, organizasyonun hayatta kalması ve başarısı üzerinde önemli bir etkiye sahiptir (Mohsin, Ahmed and Streimikiene, 2021).

2.4.3.2.1. Faiz Oranı

Crowley (2007), faiz oranını, borçlunun borç verenden ödünç aldığı paranın kullanımı için ödediği fiyat veya ödünç alınan varlıklar için ödenen ücret olarak tanımlamıştır. Ngugi (2001) faiz oranını, paranın satın alma gücünde veya gelecekteki enflasyonda beklenen değişikliklerle ilgili piyasa bilgilerini yansıtan bir para fiyatı olarak tanımladı. Ekonomistler, faiz oranının zaman içinde sermaye tahsisinin fiyatı olduğunu savunuyorlar; Faiz oranlarındaki artışlar daha fazla tasarruf çekeceğinden ve faiz oranındaki düşüş, yatırımcıları buna bağlı olarak daha fazla getiri sağlayacak başka bir yatırım aramaya teşvik edeceğinden, parasalcı faiz oranını daha fazla tasarruf çekmek için önemli bir araç olarak kullanır (Murungi, 2014). Faiz oranları önemlidir çünkü ekonomideki para akışını kontrol ederler. Yüksek faiz oranları enflasyonu frenler ama aynı zamanda ekonomiyi de yavaşlatır. Düşük faiz oranları ekonomiyi canlandırır, ancak enflasyona yol açabilir.

2.4.3.2.2. Enflasyon Oranı

Jhingan (2002) enflasyonu fiyatlar genel düzeyindeki sürekli artış olarak tanımlamıştır. Akerler (2014) enflasyon oranının bir fiyat endeksine dayalı olarak ortalama fiyat seviyesindeki değişiklikleri ölçtüğünü belirtti. Enflasyon birkaç yolla ölçülebilir; bununla birlikte, yaygın olarak kullanılan iki ölçü, GSYİH Deflatörü veya bir tüketici fiyatları endeksi (TÜFE) göstergesidir. GSYİH Deflatörü, ekonomideki geniş bir enflasyon endeksidir; TÜFE, geniş bir tüketici ürünleri sepetinin fiyat seviyesindeki değişiklikleri ölçer. TÜFE, tüketicilerin ödediği ortalama perakende fiyatlarını ölçer. Yüksek veya artan bir TÜFE, enflasyonun varlığını gösterir. Daha yüksek fiyatlar, genel tüketici harcamalarını azaltma eğilimindedir ve bu da, enflasyonun kendisi negatif olmasa da GSYİH'de bir düşüşe yol açar, hızla artan enflasyon oranları, zayıf makroekonomik sağlık olasılığına işaret eder. Ekonomistler iki tür enflasyon arasında ayırım yapar: talep yönlü enflasyon ve maliyet yönlü enflasyon. Talep çekme enflasyonu, bir ekonomideki mal ve hizmetlere yönelik toplam talep, bir ekonominin üretken kapasitesinden daha hızlı arttığında meydana gelir. Maliyet enflasyonu ise üretim süreci girdilerinin fiyatları arttığında ortaya çıkar. Hızlı ücret artışları veya artan hammadde fiyatları bu tür enflasyonun yaygın nedenleridir.

Enflasyonun ekonomik büyüme üzerinde olumsuz bir etkisi olduğunu gösteren birçok çalışma bulunmaktadır. Örneğin, Usman ve Adejare (2013) tarafından yapılan çalışma, Nijerya'da ise tüm piyasa payı endeksi, piyasa hacmi ve GSYİH ile enflasyon arasında negatif bir ilişki rapor edilmiştir. Djalilov ve Piesse (2016) tarafından yapılan çalışma erken geçiş ülkelerinde karlılık ile negatif, geç geçiş ülkelerinde ise pozitif ilişki bulmuştur.

2.4.3.2.3. Döviz Kuru

İş Sözlüğü'ne göre döviz kuru, bir ülkenin para biriminin başka bir ülkenin para birimiyle değiştirilebildiği fiyattır. Harvey (2012)döviz kurunu iki para biriminin birbirine göre değeri olarak tanımlamıştır. Bir para biriminin başka bir para birimi cinsinden ifade edilen fiyatıdır. Bir ülkenin para biriminin başka bir ülkenin para birimine çevrilebildiği fiyattır. Döviz kurları sabit veya değişkendir. Sabit döviz

kurları bir ülkenin merkez bankaları tarafından belirlenirken, dalgalı döviz kurları piyasa talep ve arz mekanizması tarafından belirlenir (The Economic Times, 2017). Döviz kurunu etkileyen faktörler şunlardır: faiz oranları; enflasyon oranı; Ticaret dengesi; politik istikrar; iç uyum; genel ekonomik durum; ve yönetişimin kalitesi.

Martin ve Mauer (2003) döviz riskinin etkisinin anlaşılmasının, firma değerlendirme ve risk yönetimi amaçları için kritik bir unsur olduğunu göstermiştir. Barnor'un çalışması (2014) Gana'da borsada işlem gören firmaların borsa getirileri üzerinde döviz kurunun önemli bir pozitif etkisi bulmuştur.

2.4.3.2.4. Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH)

GSYİH, bir ülke ekonomisinin belirli bir zaman diliminde ürettiği mal ve hizmetlerin toplam piyasa değeridir. Tüm nihai mal ve hizmetleri, yani mülkiyeti ne olursa olsun o ülkede yerleşik ekonomik ajanlar tarafından üretilen ve herhangi bir biçimde yeniden satılmayan mal ve hizmetleri içerir. Göre Mwangi (2013), GSYİH, bir ekonomideki toplam ekonomik faaliyeti ölçmek için en yaygın kullanılan makroekonomik göstergedir; büyüme oranı ekonomik döngünün durumunu yansıtır. Tüm dünyada çıktı ve ekonomik faaliyetin ana ölçüsü olarak kullanılmaktadır.

Ekonomide, mal ve hizmetlerin nihai kullanıcıları üç ana gruba ayrılır: haneler, işletmeler ve hükümet. Harcama yaklaşımı olarak bilinen tek yönlü GSYİH, bu üç kullanıcı grubu tarafından yapılan harcamalar eklenerek hesaplanır.

Tüketim (C) hane halkları ve kar amacı gütmeyen kuruluşlar tarafından yapılan özel tüketim harcamalarını temsil ettiğinde; Yatırım (I) işletmeler tarafından yapılan iş harcamalarını ve hane halklarının ev satın alımlarını ifade eder; Devlet harcamaları (G) devlet tarafından mal ve hizmetlere yapılan harcamaları ifade eder; ve Net ihracat (NX) bir ülkenin ihracatından ithalatının çıkarılmasını temsil eder. Harcama yaklaşımının arkasındaki fikir, bir ekonomide üretilen çıktının ya hane halkı, işletmeler ya da hükümet olan son kullanıcılar tarafından tüketilmesi gerektiğidir.

Tan ve Floros (2012) Çin'deki bir banka örneğinde, gayri safi yurtiçi hasıla (GSYİH) büyümesi ile banka karlılığı arasında negatif bir ilişki olduğunu

bildirdi. Sinha ve Sharma (2016)Trujillo-Ponce (2013) ise Hindistan'da karlılık ve GSYİH arasında pozitif bir ilişki olduğunu belgelemiştir. İspanya'daki bir banka örneğinde, GSYİH büyümesinin aktiflerin kârlılık ve özsermaye getirisi üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu belirlemiştir..

2.4.4. Finansal Performans Ölçümü

İşletmeler, yatırımcılar ve kredi verenler doğru kararlar alabilmek için finansal ölçümler yapmaktadır. Finansal performans ölçümü, özellikle işletmeler için rekabet güçlerini artırmak ve yeni yatırım kararlarını değerlendirmek açısından büyük önem arz etmektedir. Bunun yanı sıra işletmeler maliyetlerini azaltmak ve karlarını artırmak için de finansal performans ölçümü yapmaktadır. Geleneksel performans ölçüm ve denetimin temel olan finansal performans ölçümü, finansal verilere ve mali tablolara dayanmaktadır (Ercan ve diğerleri, 2013:56).

Finansal performansta, firmanın kendisi ve yöneticiler, hissedarlar, alacaklılar, vergi makamları ve diğerleri gibi çeşitli paydaşlar aşağıdaki önemli sorulara yanıt arar: İlk olarak, firmanın belirli bir zaman noktasındaki finansal durumu nedir? İkinci olarak, belirli bir süre zarfında firmanın finansal performansı nasıldır? İlgili çeşitli grupların ilgisi, bir firmanın finansal performansından etkilenir (Meigs, 1978). Bu nedenle, bu gruplar firmanın finansal performansını analiz eder. Analizin türü, ilgili tarafın özel ilgisine göre değişir. Örneğin, ticari alacaklılar firmanın likiditesi ile ilgilienirler (firmanın likiditesinin değerlendirilmesi), tahvil sahipleri firmanın nakit akış kabiliyeti ile ilgilienirler (firmanın sermaye yapısının değerlendirilmesi, Bir firmanın finansal analizi bu soruları yanıtlamada yardımcı olabilir (Saif ve Aimin, 2014).

Finansal performans ölçümü, finansal tablolarda yer alan kalemler arasındaki ilişkilerin ve söz konusu kalemlerin zaman içerisinde göstermiş oldukları eğilimlerin incelenmesine yönelik gerçekleştirilen bir ölçme işlemidir. İşletmelerin karlılık, likidite ve borç ödeme gücünü değerlendirmek ve işletmelerle ilgili geleceğe yönelik karar verme sürecinde önemli ipuçları sağlamak finansal performans ölçümünün amaçları arasında yer almaktadır (Nowicki, 2015:145). Bununla birlikte, işletme yönetimi açısından finansal performans ölçümü;

- İşletmelerin faaliyetlerinde başarı ve etkinlik derecesinin belirlenmesinde,

- İşletmelerin asıl hedeflerine ulaşıp ulaşmadığının tespit edilmesinde,
- Hedeflere ulaşılmamışsa nedenlerinin araştırılmasında,
- Geleceğe yönelik planların hazırlanmasında,
- Üretilen mal ve hizmetler, izlenecek fiyat politikası ve üretim miktarı konularında karar alınmasında,
- İşletmelerin varlıklarını tehlikeye düşürmeden sorumluluklarını yerine getirme gücünün belirlenmesinde,
- İşletme faaliyetlerinin denetimi ve değerlendirilmesinde,
- İşletme faaliyetlerinin her evresinde düzeltici ve doğru kararlar alınmasında, büyük önem taşımaktadır (Akgüç, 2010:19).

İşletme yöneticilerinin en büyük sorumluluklarından birisi işletmelerinin finansal performanslarını ölçmeleri ve analizlerinin yapılmasıdır.

İşletmelerin finansal performanslarını ölçme konusunda çeşitli yöntemler geliştirilmiştir. Finansal performansın temel önceliği olan geçmiş veriler ışığında geleceğe yönelik kararlar almak ve planlama yapabilmek olduğundan finansal performansın ölçümünde ağırlıklı olarak firmaların finansal verileri ile oran analizleri yöntemleri kullanılmaktadır.

2.4.5. Finansal Performans Ölçme Yöntemleri

İşletmeler genel olarak muhasebe işlemlerinden elde edilen ve finansal durum tablolarında yer alan veriler aracılığı ile çeşitli değişkenler oluşturup analiz etmeyi amaçlarlar. Elde edilen bu değişkenlerin sağlıklı değerlendirilebilmesi adına bu değişkenlerin analizi önem arz etmekte olup bu analize genel olarak finansal analiz adı verilir. Finansal analiz, işletmelerin dönemler itibarıyla faaliyetlerinin etkinliğinin ve başarı derecesinin ölçülmesi, işletmenin finansal yapısının gösterdiği trendin belirlenmesi, işletmenin borç ödeme gücünün ölçülmesi, işletmenin hedeflerine ne şekilde ulaştığının tespit edilmesi, işletmelerin finansal açıdan ne durumda olduğu ve geleceğe yönelik kararlar almak için yapılan bir değerlendirme süreci olarak ifade edilmektedir (Atmaca ve Çelenk, 2011:115). Finansal analiz analizi yapana, analizin yapısına ve amacına göre üç başlıkta değerlendirilmektedir.

Finansal analiz yapısı açısından, sadece bir dönemi kapsayan statik analiz ve birden fazla dönemi kapsayan dinamik analiz olarak iki başlık altında

incelenmektedir. Amacına göre finansal analiz ise, yönetim analizi, yatırım analizi ve kredi analizi olarak üç başlıkta değerlendirilmektedir. Burada yönetim analizinden kasıt, işletmenin belirlenen hedefe ulaşip ulaşamadığının belirlenmesi, mevcut durum analizi ve geleceğe yönelik stratejik kararlar alınmasını sağlayabilmek adına yapılan analiz olarak ifade edilmektedir. Yatırım analizi ise, işletme ortakları veya işletmeye ortak olmayı düşünen yatırımcılar ile işletmeye uzun vadede fon sağlayabilecek kuruluşların yaptığı analizdir. Kredi analizi ise işletmeye fon sağlayacak kredi kuruluşların kendi geliştirdikleri analiz yöntemleri ile analiz etme süreci olarak tanımlanmaktadır.

Analistin durumuna göre yapılan analizi ise iç analiz ve dış analiz olarak iki başlıkta değerlendirmek mümkündür. İç analiz işletmenin kendi bünyesinde yer alan personeller aracılığı ile yapılan analiz, dış analiz ise genelde bağımsız değerlendirme kuruluşu gibi farklı bir kuruluşun işletme için yaptığı analiz olarak ifade edilmektedir. Finansal analiz genelde dört farklı yöntemle gerçekleştirilmektedir.

- *Yatay Analiz (Karşılaştırmalı Tablolar Yöntemi)*: Bu yöntem bir firmanın yer yıla ait verilerinin yan yana yazılarak, yıllara göre kalemlerin değişimlerinin yüzdesel olarak izlendiği dinamik bir analiz türüdür.
- *Dikey Analiz (Yüzde Yöntemi)*: Bu yöntemde, işletmenin finansal tablo kalemlerinin hem bulunduğu grup içerisindeki yüzdesel oranını hesaplamak hem de tablo genelindeki yüzdesel ağırlığını belirlemeye yarayan ve kalemlerin mevcut durumunun yorumlandığı bir analiz türüdür.
- *Trend Analizi (Eğim Yüzdeleri Analizi)*: Bu yöntemde analiz yapılacak mali tablo verilerinin yıllar itibari ile gerçekleşen rakamları yan yana yazılarak baz alınan yılın eğimi 100 kabul edilir ve diğer yılların mevcut durumu baz alınan yıla göre değerlendirilmektedir.
- *Oran Analizi*: Bu analiz yöntemi diğer yöntemlere nazaran en çok kullanılan yöntemdir. Oran analizi sonucunda elde edilen sonuçlara göre alınacak kararlar firma değeri üzerinde etkili olabilmektedir (Birgili ve Düzer 2010:75).

Finansal performans ölçümünde, literatürde araştırmacılar tarafından çeşitli oranlar kullanılmakta ve bu oranlar genel olarak kârlılık, etkinlik ve verimliliği ölçen oranlardan oluşmaktadır. Finansal performansın ölçülmesinde kullanılan oranlar aşağıda yer almaktadır:

- **ROA (Return on Assets)**; Aktiflerin Kârlılığı

- **ROE (Return on Equity)**; Öz-sermaye Karlılığı
- **ATO (Asset Turnover Ratio)**; Aktif Devir Oranı
- **MB (Market Book Ratio)**; Piyasa Değeri/ Defter Değeri oranı

Yukarıda yer alan finansal performans oranlarından Aktiflerin Kârlılığı, şirket varlıklarının kâr yaratmada ne kadar etkin olduğunu göstermekte olup, hesaplama sonucunda ortaya çıkan değer ne kadar büyük ise şirket varlıklarının kâr yaratmada o derece başarılı olduğu söylenebilir. Bu oran verimli bir yönetimin varlıklarını kazanç elde etmede ne kadar etkin kullandığı konusunda fikir vermektedir. Aktiflerin kârlılığı oranı yapılan hesaplamalarda ne kadar yüksek çıkarsa, şirketler kâr yaratmada o kadar başarılı olduğunu göstermektedir. Bir şirketin aktif yapısı faaliyet gösterdiği sektöre göre değişiklik gösterebilmektedir. Bazı sektörlerde likit varlık yapısı ağırlıktayken bazı sektörlerde ise bilançoda taşınmaz mallar ve makine teçhizat ağırlıkta olabilir, bu nedenle bu oran aynı sektörde yer alan firmaların karşılaştırılmasında oldukça fayda sağlamaktadır.

Piyasa ekonomisinin geçerli olduğu ülkelerde yatırım yapmanın temel amacı kâr elde etmek olduğundan, elde edilen kârın sermayedarlar tarafından konulan sermaye arasındaki ilişkinin tespit edilmesi kârlılık analizinde önemli bir gösterge konumundadır. Bu durum genel olarak “mali rantabilite” olarak ifade edilmektedir (Akgüç, 2010:64). Önemli bir kârlılık göstergesi olan öz sermaye kârlılığı, işletme ortaklarının işletmeye koydukları sermaye karşılığında ne kadar kazanç sağladıklarını göstermektedir. Bu oranın yüksek çıkması, işletme kaynaklarının verimli kullanıldığını göstermektedir. Bu oranın hesaplanmasında dikkat edilmesi gereken nokta, paydada yer alan rakamın firmanın gerçek öz sermayesini yansıtmayıp yansıtmadığıdır. Bu değer firmanın aktifleri ile borçları arasındaki olumlu fark olarak hesaplanmaktadır.

Aktif devir oranı ise şirketin varlıklarından ne kadar gelir elde ettiği ile ilgilidir. Bu oran firmanın kârlılığını belirlemede en önemli etmenlerden biri olup bir işletmede sermaye yoğun teknoloji kullanımının bir göstergesi ya da varlıkları kullanmada bir etkinlik ölçüsü olarak yorumlanabilmektedir. Bu oranın analizinde, duran varlıkların aktif toplamı içerisindeki payı oransal olarak büyük ise bu işletmede aktifin devir oranı düşük olarak yorumlanmaktadır (Akgüç, 2010:57). Ülkemizde aktif devir oranı, firmaların kapasite kullanım oranlarının düşüklüğü ve firmaların görece olarak yüksek stokla çalışması gibi etmenlerden dolayı diğer ülkelerle kıyaslandığında

genelde daha düşük çıkmaktadır. Aktif devir oranının düşüklüğü, firmanın kârlılığı üzerinde olumsuz etkilere neden olmaktadır.

MB oranı bir diğer değişle piyasa değeri defter oranı ise, işletmenin genel performansı ile ilgili olup şirketin piyasa değeri ile muhasebe defter değerinin karşılaştırılmasında kullanılmaktadır. Bu oranın yüksek olması şirketin piyasa değerinin yüksek olması anlamına gelmekte olup, bu oran literatürde çok yaygın olmasa da entelektüel sermaye hesaplama oranı olarak da kullanılmaktadır. Bu oranın değerlendirilebilmesi için öncelikle firmanın bulunduğu sektör içinde değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu oran genellikle sermaye yoğun sektörlerde işe yarayan bir analiz aracı olup, hizmet sektörü gibi emek yoğun sektörlerde anlamlı bir sonuç vermeyebilir. Hizmet sektöründe defter değerinin düşük olması bu oranın çok yüksek çıkmasına neden olacak bu da yatırımcılar için yanıltıcı bir fikir olabilecektir. Bu oranın finans ve sanayi sektörü gibi sektörlerde kullanılması daha tutarlı sonuç alınabilmesi açısından önem arz etmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. BOYA SEKTÖRÜNDE YAŞANAN SORUNLARIN İŞLETMELERİN FİNANSAL PERFORMANSLARI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

İktisadi bir sektör olarak boya sektöründe yaşanan reel sorunları, bilimsel olarak ortaya koymak zor ve zahmetli bir süreç içerisinde gerçekleşmiştir. Sektörle ilgili güncel Türkçe verilere ulaşamaması çalışmanın başlıca zorluğunu oluşturmuştur. Diğer taraftan sektörle ilgili yapılmış bilimsel çalışmaların yok denecek kadar az olması ve bu çalışmaların hiçbirisinde yaşanan sorunların ve işletmelerin finansal performanslarına olan etkisinin ele alınmamış olması, çalışmanın hazırlanmasında güçlük oluştururken, çalışmanın bilimsel anlamda değerini artırmıştır. Daha önce yapılmamış, ancak yaşanan reel bir sorunu ortaya koyarak, sektörde yaşanan sorunlara bir nebze de olsa dikkat çekmek ve çözüm önerileri üretmek için gerçekleştirilen araştırmada, yöntemin belirlenmesi, sektör temsilcilerine yöneltilecek soruların ve veri toplama aracının oluşturulması, ölçeğe yönelik geçerlik ve güvenilirlik çalışmalarının yapılarak sonuçların sektördeki sorunları tespit etmede ve işletmelerin finansal performanslarındaki etkilerini belirlemede oldukça zahmetli bir süreci içermiştir.

Diğer taraftan dünya ülkelerinde olduğu gibi araştırmanın yapıldığı süreç küresel pandemi Covid-19 sürecine rastlaması nedeniyle, anket çalışmasının yüzyüze gerçekleştirilememesine temel oluşturmuştur. Anketler online olarak oluşturulmuş ve katılımcılara sosyal medya ve akıllı telefonlar aracılığıyla ulaştırılmıştır. Gerek pandemi süreci, gerekse katılımcıların meşguliyet durumları ve farklı nedenlerden dolayı, araştırmaya katılmaya çok istekli olmamışlar, katılımcılarla birden daha fazla sayıda iletişim kurularak araştırmaya katılımları sağlanmıştır.

Çalışmanın bu bölümünde nicel araştırma yöntemlerine göre hazırlanan araştırmanın modelinden, evren ve örneklemeden bahsedilmiş, veri toplama araçları ve verilerin analizi açıklanarak, ulaşılan bulgular tablolar aracılığıyla yorumlanarak sunulmuştur.

3.1. ARAŞTIRMANIN MODELİ

Araştırma genel tarama modelinde kurgulanmıştır. “Tarama modeli, geçmişte ya da günümüzdeki bir durumu var olduğu şekliyle betimleyen, öğrenmenin gerçekleşmesi ve bireyde istenen davranışların gelişmesi için uygulanan süreçlerin tümüdür. Genel tarama modelinde, çok sayıda elemandan oluşan bir evrende, evren hakkında genel bir yargıya varmak için evrenin tümü ya da ondan alınacak bir grup örnek ya da örneklem üzerinde tarama yapılmaktadır” (Karasar, 2012: 77). Bu araştırmada da boya sektöründe yaşanan sorunlar ve işletmelerin performanslarına olan etkilerinin incelenmesi amaçlandığından, tarama modelinde araştırma kurgulanarak, Kocaeli, Sakarya ve Yalova illerindeki boya satan işletmeler üzerinde uygulama gerçekleştirilmiştir.

3.2. EVREN VE ÖRNEKLEMİ

Araştırmanın evrenini Türkiye’de boya satan toptancı ve perakendeciler oluşturmaktadır. Örneklemine ise kolayda örnekleme yöntemi ile belirlenmiş Kocaeli, Sakarya ve Yalova’da faaliyet gösteren araştırmaya katılmayı gönüllü kabul eden 152 kişi oluşturmuştur. Örneklem olarak bu illerin seçilme nedeni, araştırmacının bu illerde gösterdiği faaliyet nedeniyle, boya satan işletme yöneticilerine kolay ulaşabileceği düşüncesidir.

3.3. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI

Araştırmada veriler iki bölümden oluşan anket ile toplanmıştır. Söz konusu anket formu, ilgili literatürden faydalanılarak, boya sektöründe faaliyet gösteren bireylerin görüşleri alınarak ve uzman akademisyenlerin görüşlerinden faydalanılarak oluşturulmuştur. Anketin ilk bölümünde katılımcıların deneyim, eğitim durumu, boya cirosu gibi tanımlayıcı özelliklerini belirlemeye yönelik 10 soru yer almaktadır. Anketin ikinci bölümünde boya sektöründeki sorunlar ve işletmelerin finansal performanslarına etkilerini belirlemeye yönelik 5’li likert tipinde 34 önerme yer almaktadır. Ölçekteki önermelere katılım düzeyi 1 “en az”, 5 “en-çok” şeklindedir.

Ölçeğin derecelendirmesi “çok düşük (1,00-1,79)”, “düşük (1,80-2,59)”, “orta (2,60-3,39)”, “yüksek (3,40-4,19)” ve “çok yüksek (4,20-5,00)” şeklindedir.

Ölçeğe ilişkin geçerlik ve güvenirlik çalışması yapılmıştır. Ölçeğin genel güvenirlik değerinin $\alpha=0.81$ olduğu belirlenmiştir. İlgili literatüründe güvenirlik değerinin 0,60-0,80 arasında olmasının ölçeğin güvenilir olduğunu gösterdiği belirtilmektedir. Bu kapsamda ölçek boya sektöründe yaşanan sorunların firmaların performansları üzerindeki etkilerinin ölçülmesinde güvenilirlerdir.

Araştırmada ölçeğe ilişkin faktör analizi yapılmış, ancak 14 boyutlu bir faktör yapısına ulaşılmıştır. 34 önermeli bir ölçek için 14 boyutlu bir değerlendirme yerine önerme bazında yapılacak bir analizin daha detaylı bilgiler vereceği düşüncesiyle, analizler önerme bazında yapılmıştır.

Araştırmanın yapılabilirliğine ilişkin Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Etik Kurulu'ndan 17/02/2021-21322 tarih ve sayılı izin alınmıştır.

3.4. VERİLERİN ANALİZİ

Araştırmada elde edilen veriler bilgisayar ortamında SPSS 22.0 istatistik programı aracılığıyla değerlendirilmiştir. Araştırmaya katılan katılanların tanımlayıcı özelliklerinin belirlenmesinde frekans ve yüzde analizlerinden, ölçeğin incelenmesinde ortalama ve standart sapma istatistiklerinden faydalanılmıştır.

Katılımcıların tanımlayıcı özelliklerine göre hangi analizlerin uygulanmasına karar verilmesinde verilerin normal dağılım gösterip göstermediği incelenmiştir. Bunun için Kurtosis (Basıklık) ve Skewness (Çarpıklık) değerlerine bakılmıştır.

Tablo 4
Ölçekteki Değişkenlere Yönelik Normallik Testi Sonuçları

	Basıklık	Çarpıklık
Boya Satışlarının Karlılığından Memnunum	-1,295	0,154
Satışlarımda Kalitesi Yüksek Boyaları Ön Planda Tutarak Karlılığımı Arttırmaya Çalışıyorum	-1,214	-0,150
Satışlarımda Fiyatları Daha Uygun Boyaları Ön Planda Tutarak Karlılığımı Arttırmaya Çalışıyorum	-0,868	-0,616
Marka Bilinirliği Yüksek Boyaların Daha Fazla Kazanç Sağladığını Düşünüyorum	-0,153	0,897
Sektördeki Rekabet Yapısının İşleyişimizi Olumsuz Etkilediğini Düşünüyorum	1,435	-1,246
Marka Bilinirliği Düşük Boyaların Daha Fazla Kazanç Sağladığını Düşünüyorum	0,244	-1,026
Boyaya Olan Talep Diğer Ürünlerin Satışını Da Artırdığını Düşünüyorum	1,877	-1,440
Boya Satışları Firmamızın Gelirlerini Artırdığını Düşünüyorum	0,854	-1,233
Kampanyalı Satışların Avantaj Sağladığını Düşünüyorum	-1,305	-0,101
Sektördeki Vadeli Alış Sisteminin Vadeli Satış Sistemine Yöneltiği Görüşündeyim	0,955	-1,531
Peşin Aldığım Boyaları Vadeli Satmak İstemiyorum	0,258	-1,608
Sektördeki İşleyen Vade Yapısının Satışlara Olumlu Katkı Sağladığını Düşünüyorum	0,091	-0,984
Sektörün İşleyişinden Memnunum	-0,148	0,705
Birden Fazla Firmanın Boyasını Satmak Avantaj Sağlamaktadır	1,366	-1,426
Boya Üreticilerine/toptancılarına Vadesi Gelen Çek/senetlerimi Öderken Zorlanıyorum	-1,139	-0,336
Boya Üreticilerine/toptancılarına Ödeme Yapabilmek İçin Kredi Kullanmak Zorunda Kalıyorum	-1,277	0,252
Boya Üretici Ve Toptancılarına Olan Borcumu Ödemek İçin Kullandığım Kredileri Ödemekte Zorlanıyorum	-1,251	0,329
Vadeli Yaptığım Boya Satışlarının Tahsilatında Zorlanıyorum	1,079	-1,047
Sattığımız Boyaların Fiyatlarının Yüksek Olduğu Konusunda Geri Dönüşler Alıyorum	0,451	-0,942
Boya Satışı İçin Eleman İstihdam Ediyoruz	-1,399	0,045
Boya Satışı İle İlgili Talepleri Karşılama Yeterli Olduğumuzu Düşünüyorum	1,225	-1,216
Boya Satışlarının Firmamıza Ek Maliyetler Yüklediğini Düşünüyorum	-1,045	0,525
Boya Sektöründeki Makineleşmenin (boyaların İşyerindeki Makinalarda Hemen Yapılabilmesi) Satışlarımızı Artırdığı Görüşündeyim	1,561	-1,053
Üretici Veya Toptancılarımız Hızlı Bir Şekilde Siparişlerimizi Tedarik Etmektedirler	1,533	-1,217
Vadeli Boya Alış Ve Satışları Ödemelerimizi Olumsuz Etkilediğini Düşünüyorum	-0,082	-0,865

Boya Firmaları Boyaların Özellikleri Ve Uygulamaları İle İlgili Yeterli Bilgi Vermektedirler	-1,021	-0,509
Boya Firmalarının Boyalarının Özellikleri Ve Uygulamaları İle İlgili Eğitim, Seminer Vb Etkinlikleri Yeteri Düzeyde Düzenlediklerini Düşünüyorum	0,126	0,930
Boya Satışlarındaki Vergi Oranının Yüksek Olduğunu Düşünüyorum	-0,490	-0,172
Marka Bilinirliği Yüksek Olan Boya Üreticilerinin Karlılıklarını Boya Satan Firmalara Yansıtmadıklarını Düşünüyorum	0,963	-1,150
Vadeli Sistemde Alınan Çek ve senetlerin Finans Kurumlarında Bozdurulması Boya Fiyatlarının Artmasına Neden Olduğunu Düşünüyorum	0,623	-0,955
Çek ve senetle Yapılan Satışların İşletmeleri Risk Altına Soktuğunu Düşünüyorum	0,905	-1,086
Boya Satışlarında Vadeli Ve Peşin Satışların Karlılığı Arasında Önemli Bir Fark Olmadığını Düşünüyorum	-0,702	-0,693
Vadeli Aldığım Boyaları Peşin Satarak Firmamın Finansman Gücünü Yükseltmeye Çalışıyorum	-1,170	0,383
Vadeli Satışlardan Ulaşan Çek ve senetlerin Finans Kurumlarına Tahsilat İçin Verilmesinin Firmaların Karlılığını Olumsuz Yönde Etkilediğini Düşünüyorum	1,061	-1,078

İlgili literatürde, değişkenlerin basıklık çarpıklık değerlerine ilişkin sonuçların +1.5 ile -1.5 (Tabachnick ve Fidell, 2013), +2.0 ile -2.0 (George, ve Mallery, 2010) arasında olması normal dağılım olarak kabul edilmektedir. Değişken varyansının bilinmemesi durumunda t-dağılımı; ana kütle normal dağılım göstermiyorsa parametrik olmayan testler uygulanmaktadır (Field, 2009, s.42, 45, 345). Büyük sayılar kanunu ve merkezi limit teoremine göre örneklem olarak yeterli seviyede olmasından dolayı dağılımın normal olduğu varsayılarak analizlere devam edilmiştir (Harwiki, 2013, s.879; İnal ve Günay, 1993; Johnson ve Wichern, 2002).

Katılanların ölçek düzeylerini belirleyen boyutlar arasındaki ilişkiler korelasyon ve regresyon analizleri aracılığıyla incelenmiştir. Katılanların tanımlayıcı özelliklerine göre ölçek düzeylerindeki farklılaşmaların incelenmesinde t-testi, tek yönlü varyans analizi (Anova) ve post hoc (Tukey, LSD) analizlerinden faydalanılmıştır.

Etki büyüklüğünü hesaplamak için Cohen(d) ve Eta kare(η^2) katsayıları kullanılmıştır. Etki büyüklüğü gruplar arasındaki farkın önemli kabul edilecek büyük bir fark olup olmadığını göstermektedir. Cohen değeri 0.2:küçük; 0.5:orta; 0.8:büyük

olarak, eta kare değeri 0.01:küçük; 0.06:orta; 0.14:büyük olarak değerlendirilmektedir(Büyüköztürk ve diğerleri, 2018).

3.5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Nicel bulgular, objektif ve inkar edilemez gerçekleri, yani rakamları toplamak için tasarlanmıştır. İstatistiksel olarak ulaşılan nicel bulgular, araştırmadan genel sonuçlara ulaşılmasına yardımcı olur. Araştırmadan ulaşılan nicel bulgular olaylara daha geniş açıdan bakmaya yardımcı olduğu gibi, olayların ayrıntılı olarak değerlendirilmesine insani ifadeler katmaktadır. Ulaşılan bulguların işe yaraması, ilgili bilim dalına ve/veya bir toplumsal sorunun çözümüne katkıda bulunması, toplum açısından değerli ve anlamlı olması anlamına gelmektedir.

Araştırmanın bu bölümünde, boya sektöründe faaliyet gösteren işletme yöneticilerinden elde edilen anket sonuçlarının analiz edilmesi ile ulaşılan bulgulara yer verilmiştir.

3.5.1. Katılanların Tanımlayıcı Özelliklerine Yönelik Bulgular

Araştırmaya katılanların tanımlayıcı özelliklerine yönelik bulgular aşağıda yer almaktadır.

Tablo 5
Katılanların Tanımlayıcı Özelliklere Göre Dağılımı

	Gruplar	Frekans(n)	Yüzde (%)
Sektörde Çalışma Süresi	10 yıl ve altı	54	35,5
	11 yıl ve üzeri	98	64,5
Satış Yapma Şekli	Perakende satış	86	56,6
	Toptan satış	28	18,4
	Toptan ve perakende satış	38	25,0
Eğitim Durumu	İlkokul-ortaokul	20	13,2
	Lise	82	53,9
	Ön lisans	24	15,8
	Lisans ve üzeri	26	17,1
Kaç Farklı Şirket İle Çalışıldığı	1	14	9,2
	2	64	42,1
	3	42	27,6
	4 ve üzeri	32	21,1
Çalışılan Banka Sayısı	1	16	10,5
	2	60	39,5
	3	44	28,9
	4	14	9,2
	5 ve üzeri	18	11,8
Satış Şekli	Çek ve senetle	44	28,9
	Kredi Kartı	22	14,5
	Peşin	86	56,6
Alım Şekli	Çek ve senetle	122	80,3
	Peşin	30	19,7
Faktoring Çalışma	Evet	20	13,2
	Hayır	132	86,8
Yıllık Boya Cirosu	50.000 TL ve altı	10	6,6
	50.001 TL -100.000 TL	16	10,5
	100.001 TL- 250.000 TL	40	26,3
	251.000 TL - 500.000 TL	26	17,1
	500.001 TL - 1.000000 TL	30	19,7
	1000.001 TL ve üzeri	30	19,7
Faaliyet Yapılan İl	Kocaeli	82	53,9
	Sakarya	26	17,1
	Yalova	44	28,9

Katılanlar sektörde çalışma süresine göre 54'ü (%35,5) 11-15 yıl, 98'i (%64,5) 11 yıl ve üzeri olarak dağılmaktadır.

Katılanlar satış yapma şekline göre 86'sı (%56,6) perakende satış, 28'i (%18,4) toptan satış, 38'i (%25,0) toptan ve perakende satış olarak dağılmaktadır.

Katılanlar eğitim durumuna göre 20'si (%13,2) ilkokul-ortaokul, 82'si (%53,9) lise, 24'ü (%15,8) ön lisans, 26'sı (%17,1) lisans ve üzeri olarak dağılmaktadır.

Katılanlar kaç farklı firmanın boyasını satma durumuna göre 14'ü (%9,2) 1, 64'ü (%42,1) 2, 42'si (%27,6) 3, 32'si (%21,1) 4 ve üzeri olarak dağılmaktadır.

Katılanlar çalışılan banka sayısına göre 16'sı (%10,5) 1, 60'ı (%39,5) 2, 44'ü (%28,9) 3, 14'ü (%9,2) 4, 18'i (%11,8) 5 ve üzeri olarak dağılmaktadır.

Katılanlar satış şekline göre 44'ü (%28,9) çek ve senetle, 22'si (%14,5) kredi kartı, 86'sı (%56,6) peşin olarak dağılmaktadır.

Katılanlar alım şekline göre 122'si (%80,3) çek ve senetle, 30'u (%19,7) peşin olarak dağılmaktadır.

Katılanlar faktoring firmalarıyla çalışma durumuna göre 20'si (%13,2) evet, 132'si (%86,8) hayır olarak dağılmaktadır.

Katılanlar yıllık boya cirosuna göre 10'u (%6,6) 50.000 TLve altı, 16'sı (%10,5) 50.001 TL -100.000 TL, 40'ı (%26,3) 100.001 TL- 250.000 TL, 26'sı (%17,1) 251.000 TL- 500.000 tı, 30'u (%19,7) 500.001 TL - 1.000000 TL, 30'u (%19,7) 1000.001 TLve üzeri olarak dağılmaktadır.

Katılanlar faaliyet yapılan ile göre 82'si (%53,9) Kocaeli, 26'sı (%17,1) Sakarya, 44'ü (%28,9) Yalova olarak dağılmaktadır.

3.5.2. Boya Sektöründe Yaşanan Sorunların İşletmelerin Performanslarına Etkisine Yönelik Bulgular

Araştırmaya katılan katılanların boya sektörünün sorunları ve işletmelerin finansal performanslarına etkileri ilgili ifadelere verdiği Yanıtların dağılımları aşağıda verilmektedir.

Tablo 6

Katılanların Boya Sektörünün Sorunları ve İşletmelerin Finansal Performanslarına Etkileri İlgili İfadelere Verdiği Yanıtların Dağılımları

	Hiç Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katlıyorum		Tamamen Katlıyorum		Ort	Ss
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Boya Satışlarının Karlılığından Memnunum	24	15,8	62	40,8	22	14,5	44	28,9	0	0,0	2,570	1,071
Satışlarımda Kalitesi Yüksek Boyaları Ön Planda Tutarak Karlılığımı Artırmaya Çalışıyorum	14	9,2	50	32,9	22	14,5	60	39,5	6	3,9	2,960	1,121
Satışlarımda Fiyatları Daha Uygun Boyaları Ön Planda Tutarak Karlılığımı Artırmaya Çalışıyorum	14	9,2	34	22,4	16	10,5	80	52,6	8	5,3	3,220	1,135
Marka Bilinirliği Yüksek Boyaların Daha Fazla Kazanç Sağladığını Düşünüyorum	36	23,7	74	48,7	10	6,6	22	14,5	10	6,6	2,320	1,176
Sektördeki Rekabet Yapısının İşleyişimizi Olumsuz Etkilediğini Düşünüyorum	4	2,6	16	10,5	10	6,6	98	64,5	24	15,8	3,800	0,921
Marka Bilinirliği Düşük Boyaların Daha Fazla Kazanç Sağladığını Düşünüyorum	6	3,9	24	15,8	4	2,6	88	57,9	30	19,7	3,740	1,072
Boyaya Olan Talep Diğer Ürünlerin Satışını Da Artırdığını Düşünüyorum	2	1,3	16	10,5	16	10,5	110	72,4	8	5,3	3,700	0,781
Boya Satışları Firmamızın Gelirlerini Artırdığını Düşünüyorum	0	0,0	20	13,2	14	9,2	110	72,4	8	5,3	3,700	0,764
Kampanyalı Satışların Avantaj Sağladığını Düşünüyorum	4	2,6	54	35,5	16	10,5	64	42,1	14	9,2	3,200	1,104
Sektördeki Vadeli Alış Sisteminin Vadeli Satış Sistemine Yönelttiği Görüşündeyim	6	3,9	10	6,6	12	7,9	104	68,4	20	13,2	3,800	0,892
Peşin Aldığım Boyaları Vadeli Satmak İstemiyorum	4	2,6	10	6,6	2	1,3	98	64,5	38	25,0	4,030	0,876
Sektördeki İşleyen Vade Yapısının Satışlara Olumlu Katkı Sağladığını Düşünüyorum	8	5,3	24	15,8	18	11,8	92	60,5	10	6,6	3,470	1,010
Sektörün İşleyişinden Memnunum	14	9,2	78	51,3	30	19,7	24	15,8	6	3,9	2,540	0,996
Birden Fazla Firmanın Boyasını Satmak Avantaj Sağlamaktadır	4	2,6	14	9,2	12	7,9	106	69,7	16	10,5	3,760	0,859
Boya Üreticilerine/toptancılarına Vadesi Gelen Çek/senetlerimi Öderken Zorlanıyorum	4	2,6	46	30,3	16	10,5	74	48,7	12	7,9	3,290	1,065
Boya Üreticilerine/toptancılarına Ödeme Yapabilmek İçin Kredi Kullanmak Zorunda Kalıyorum	10	6,6	72	47,4	12	7,9	52	34,2	6	3,9	2,820	1,100
Boya Üretici Ve Toptancılarına Olan Borcumu Ödemek İçin Kullandığım Kredileri Ödemekte Zorlanıyorum	6	3,9	74	48,7	14	9,2	50	32,9	8	5,3	2,870	1,084
Vadeli Yaptığım Boya Satışlarının Tahsilatında Zorlanıyorum	4	2,6	14	9,2	22	14,5	90	59,2	22	14,5	3,740	0,912
Sattığımız Boyaların Fiyatlarının Yüksek Olduğu Konusunda Geri Dönüşler Alıyorum	4	2,6	20	13,2	22	14,5	90	59,2	16	10,5	3,620	0,935

Boya Satışı İçin Eleman İstihdam Ediyoruz	4	2,6	62	40,8	12	7,9	60	39,5	14	9,2	3,120	1,127
Boya Satışı İle İlgili Talepleri Karşılama Yeterli Olduğumuzu Düşünüyorum	2	1,3	12	7,9	18	11,8	102	67,1	18	11,8	3,800	0,798
Boya Satışlarının Firmamıza Ek Maliyetler Yüklediğini Düşünüyorum	6	3,9	80	52,6	14	9,2	42	27,6	10	6,6	2,800	1,092
Boya Sektöründeki Makineleşmenin (boyaların İşyerindeki Makinalarda Hemen Yapılabilmesi) Satışlarımızı Artırdığı Görüşündeyim	0	0,0	10	6,6	8	5,3	92	60,5	42	27,6	4,090	0,766
Üretici Veya Toptancılarımız Hızlı Bir Şekilde Siparişlerimizi Tedarik Etmektedirler	4	2,6	14	9,2	18	11,8	98	64,5	18	11,8	3,740	0,882
Vadeli Boya Alış Ve Satışları Ödemelerimizi Olumsuz Etkilediğini Düşünüyorum	6	3,9	26	17,1	22	14,5	88	57,9	10	6,6	3,460	0,983
Boya Firmaları Boyaların Özellikleri Ve Uygulamaları İle İlgili Yeterli Bilgi Vermektedirler	12	7,9	40	26,3	14	9,2	78	51,3	8	5,3	3,200	1,128
Boya Firmalarının Boyalarının Özellikleri Ve Uygulamaları İle İlgili Eğitim, Seminer Vb Etkinlikleri Yeteri Düzeyde Düzenlediklerini Düşünüyorum	16	10,5	90	59,2	16	10,5	24	15,8	6	3,9	2,430	1,008
Boya Satışlarındaki Vergi Oranının Yüksek Olduğunu Düşünüyorum	4	2,6	22	14,5	54	35,5	48	31,6	24	15,8	3,430	1,008
Marka Bilinirliği Yüksek Olan Boya Üreticilerinin Karlılıklarını Boya Satan Firmalara Yansıtmadıklarını Düşünüyorum	2	1,3	4	2,6	20	13,2	98	64,5	28	18,4	3,960	0,736
Vadeli Sistemde Alınan Çek ve senetlerin Finans Kurumlarında Bozdurulması Boya Fiyatlarının Artmasına Neden Olduğunu Düşünüyorum	2	1,3	18	11,8	16	10,5	90	59,2	26	17,1	3,790	0,911
Çek ve senetle Yapılan Satışların İşletmeleri Risk Altına Soktuğunu Düşünüyorum	2	1,3	14	9,2	12	7,9	76	50,0	48	31,6	4,010	0,942
Boya Satışlarında Vadeli Ve Peşin Satışların Karlılığı Arasında Önemli Bir Fark Olmadığını Düşünüyorum	10	6,6	34	22,4	16	10,5	84	55,3	8	5,3	3,300	1,080
Vadeli Aldığım Boyaları Peşin Satarak Firmamın Finansman Gücünü Yükseltmeye Çalışıyorum	4	2,6	72	47,4	20	13,2	46	30,3	10	6,6	2,910	1,069
Vadeli Satışlardan Ulaşan Çek ve senetlerin Finans Kurumlarına Tahsilat İçin Verilmesinin Firmaların Karlılığını Olumsuz Yönde Etkilediğini Düşünüyorum	2	1,3	16	10,5	12	7,9	92	60,5	30	19,7	3,870	0,897

Araştırmaya katılanların boya sektörünün sorunları ve işletmelerin finansal performanslarına etkileri ile ilgili ifadelerle verdiği yanıtlar incelendiğinde;

“Boya satışlarının karlılığından memnunum” ifadesine katılanların, %15,8'i (n=24) hiç katılmıyorum, %40,8'i (n=62) katılmıyorum, %14,5'i (n=22) kararsızım, %28,9'u (n=44) katılıyorum yanıtını vermiştir. Katılanların “boya satışlarının

karlılığından memnunum” ifadesine zayıf ($\bar{X}=2,570$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Satışlarımda kalitesi yüksek boyaları ön planda tutarak karlılığımı artırmaya çalışıyorum” ifadesine katılanların, %9,2'si (n=14) hiç katılmıyorum, %32,9'u (n=50) katılmıyorum, %14,5'i (n=22) kararsızım, %39,5'i (n=60) katılıyorum, %3,9'u (n=6) tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Katılanların “satışlarımda kalitesi yüksek boyaları ön planda tutarak karlılığımı artırmaya çalışıyorum” ifadesine orta ($\bar{X}=2,960$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Satışlarımda fiyatları daha uygun boyaları ön planda tutarak karlılığımı artırmaya çalışıyorum” ifadesine katılanların, %9,2'si (n=14) hiç katılmıyorum, %22,4'ü (n=34) katılmıyorum, %10,5'i (n=16) kararsızım, %52,6'sı (n=80) katılıyorum, %5,3'ü (n=8) tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Katılanların “satışlarımda fiyatları daha uygun boyaları ön planda tutarak karlılığımı artırmaya çalışıyorum” ifadesine orta ($\bar{X}=3,220$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Marka bilinirliği yüksek boyaların daha fazla kazanç sağladığını düşünüyorum” ifadesine katılanların, %23,7'si (n=36) hiç katılmıyorum, %48,7'si (n=74) katılmıyorum, %6,6'sı (n=10) kararsızım, %14,5'i (n=22) katılıyorum, %6,6'sı (n=10) tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Katılanların “marka bilinirliği yüksek boyaların daha fazla kazanç sağladığını düşünüyorum” ifadesine zayıf ($\bar{X}=2,320$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Sektördeki rekabet yapısının işleyişimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum” ifadesine katılanların, %2,6'sı (n=4) hiç katılmıyorum, %10,5'i (n=16) katılmıyorum, %6,6'sı (n=10) kararsızım, %64,5'i (n=98) katılıyorum, %15,8'i (n=24) tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Katılanların “sektördeki rekabet yapısının işleyişimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum” ifadesine yüksek ($\bar{X}=3,800$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Marka bilinirliği düşük boyaların daha fazla kazanç sağladığını düşünüyorum” ifadesine katılanların, %3,9'u (n=6) hiç katılmıyorum, %15,8'i (n=24) katılmıyorum, %2,6'sı (n=4) kararsızım, %57,9'u (n=88) katılıyorum, %19,7'si (n=30) tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Katılanların “marka bilinirliği düşük boyaların daha fazla kazanç sağladığını düşünüyorum” ifadesine yüksek ($\bar{X}=3,740$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Boyaya olan talep diğer ürünlerin satışını da artırdığını düşünüyorum” ifadesine katılanların, %1,3'ü (n=2) hiç katılmıyorum, %10,5'i (n=16) katılmıyorum,

%10,5'i (n=16) kararsızım, %72,4'ü (n=110) katılıyorum, %5,3'ü (n=8) tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Katılanların “boyaya olan talep diğer ürünlerin satışını da artırdığını düşünüyorum” ifadesine yüksek ($\bar{X}=3,700$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Boya satışları firmamızın gelirlerini artırdığını düşünüyorum” ifadesine katılanların, %13,2'si (n=20) katılmıyorum, %9,2'si (n=14) kararsızım, %72,4'ü (n=110) katılıyorum, %5,3'ü (n=8) tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Katılanların “boya satışları firmamızın gelirlerini artırdığını düşünüyorum” ifadesine yüksek ($\bar{X}=3,700$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Kampanyalı satışların avantaj sağladığını düşünüyorum” ifadesine katılanların, %2,6'sı (n=4) hiç katılmıyorum, %35,5'i (n=54) katılmıyorum, %10,5'i (n=16) kararsızım, %42,1'i (n=64) katılıyorum, %9,2'si (n=14) tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Katılanların “kampanyalı satışların avantaj sağladığını düşünüyorum” ifadesine orta ($\bar{X}=3,200$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Sektördeki vadeli alış sisteminin vadeli satış sistemine yönelttiği görüşümdedir” ifadesine katılanların, %3,9'u (n=6) hiç katılmıyorum, %6,6'sı (n=10) katılmıyorum, %7,9'u (n=12) kararsızım, %68,4'ü (n=104) katılıyorum, %13,2'si (n=20) tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Katılanların “sektördeki vadeli alış sisteminin vadeli satış sistemine yönelttiği görüşümdedir” ifadesine yüksek ($\bar{X}=3,800$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Peşin aldığım boyaları vadeli satmak istemiyorum” ifadesine katılanların, %2,6'sı (n=4) hiç katılmıyorum, %6,6'sı (n=10) katılmıyorum, %1,3'ü (n=2) kararsızım, %64,5'i (n=98) katılıyorum, %25,0'ı (n=38) tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Katılanların “peşin aldığım boyaları vadeli satmak istemiyorum” ifadesine yüksek ($\bar{X}=4,030$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Sektördeki işleyen vade yapısının satışlara olumlu katkı sağladığını düşünüyorum” ifadesine katılanların, %5,3'ü (n=8) hiç katılmıyorum, %15,8'i (n=24) katılmıyorum, %11,8'i (n=18) kararsızım, %60,5'i (n=92) katılıyorum, %6,6'sı (n=10) tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Katılanların “sektördeki işleyen vade yapısının satışlara olumlu katkı sağladığını düşünüyorum” ifadesine yüksek ($\bar{X}=3,470$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Sektörün işleyişinden memnunum” ifadesine katılanların, %9,2'si (n=14) hiç katılmıyorum, %51,3'ü (n=78) katılmıyorum, %19,7'si (n=30) kararsızım, %15,8'i (n=24) katılıyorum, %3,9'u (n=6) tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir.

Katılanların “sektörün işleyişinden memnunum” ifadesine zayıf ($\bar{X}=2,540$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Birden fazla firmanın boyasını satmak avantaj sağlamaktadır” ifadesine katılanların, %2,6'sı (n=4) hiç katılmıyorum, %9,2'si (n=14) katılmıyorum, %7,9'u (n=12) kararsızım, %69,7'si (n=106) katılıyorum, %10,5'i (n=16) tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Katılanların “birden fazla firmanın boyasını satmak avantaj sağlamaktadır” ifadesine yüksek ($\bar{X}=3,760$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Boya üreticilerine/toptancılarına vadesi gelen çek/senetlerimi öderken zorlanıyorum” ifadesine katılanların, %2,6'sı (n=4) hiç katılmıyorum, %30,3'ü (n=46) katılmıyorum, %10,5'i (n=16) kararsızım, %48,7'si (n=74) katılıyorum, %7,9'u (n=12) tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Katılanların “boya üreticilerine/toptancılarına vadesi gelen çek/senetlerimi öderken zorlanıyorum” ifadesine orta ($\bar{X}=3,290$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Boya üreticilerine/toptancılarına ödeme yapabilmek için kredi kullanmak zorunda kalıyorum” ifadesine katılanların, %6,6'sı (n=10) hiç katılmıyorum, %47,4'ü (n=72) katılmıyorum, %7,9'u (n=12) kararsızım, %34,2'si (n=52) katılıyorum, %3,9'u (n=6) tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Katılanların “boya üreticilerine/toptancılarına ödeme yapabilmek için kredi kullanmak zorunda kalıyorum” ifadesine orta ($\bar{X}=2,820$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Boya üretici ve toptancılarına olan borcumu ödemek için kullandığım kredileri ödemekte zorlanıyorum” ifadesine katılanların, %3,9'u (n=6) hiç katılmıyorum, %48,7'si (n=74) katılmıyorum, %9,2'si (n=14) kararsızım, %32,9'u (n=50) katılıyorum, %5,3'ü (n=8) tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Katılanların “boya üretici ve toptancılarına olan borcumu ödemek için kullandığım kredileri ödemekte zorlanıyorum” ifadesine orta ($\bar{x}=2,870$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Vadeli yaptığım boya satışlarının tahsilatında zorlanıyorum” ifadesine katılanların, %2,6'sı (n=4) hiç katılmıyorum, %9,2'si (n=14) katılmıyorum, %14,5'i (n=22) kararsızım, %59,2'si (n=90) katılıyorum, %14,5'i (n=22) tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Katılanların “vadeli yaptığım boya satışlarının tahsilatında zorlanıyorum” ifadesine yüksek ($\bar{X}=3,740$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Sattığımız boyaların fiyatlarının yüksek olduğu konusunda geri dönüşler alıyorum” ifadesine katılanların, %2,6'sı (n=4) hiç katılmıyorum, %13,2'si (n=20) katılmıyorum, %14,5'i (n=22) kararsızım, %59,2'si (n=90) katılıyorum, %10,5'i

(n=16) tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Katılanların “sattığımız boyaların fiyatlarının yüksek olduğu konusunda geri dönüşler alıyorum” ifadesine yüksek ($\bar{X}=3,620$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Boya satışı için eleman istihdam ediyoruz” ifadesine katılanların, %2,6'sı (n=4) hiç katılmıyorum, %40,8'i (n=62) katılmıyorum, %7,9'u (n=12) kararsızım, %39,5'i (n=60) katılıyorum, %9,2'si (n=14) tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Katılanların “boya satışı için eleman istihdam ediyoruz” ifadesine orta ($\bar{X}=3,120$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Boya satışı ile ilgili talepleri karşılamada yeterli olduğumuzu düşünüyorum” ifadesine katılanların, %1,3'ü (n=2) hiç katılmıyorum, %7,9'u (n=12) katılmıyorum, %11,8'i (n=18) kararsızım, %67,1'i (n=102) katılıyorum, %11,8'i (n=18) tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Katılanların “boya satışı ile ilgili talepleri karşılamada yeterli olduğumuzu düşünüyorum” ifadesine yüksek ($\bar{X}=3,800$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Boya satışlarının firmamıza ek maliyetler yüklediğini düşünüyorum” ifadesine katılanların, %3,9'u (n=6) hiç katılmıyorum, %52,6'sı (n=80) katılmıyorum, %9,2'si (n=14) kararsızım, %27,6'sı (n=42) katılıyorum, %6,6'sı (n=10) tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Katılanların “boya satışlarının firmamıza ek maliyetler yüklediğini düşünüyorum” ifadesine orta ($\bar{X}=2,800$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Boya sektöründeki makineleşmenin (boyaların işyerindeki makinalarda hemen yapılabilmesi) satışlarımızı artırdığı görüşündeyim” ifadesine katılanların, %6,6'sı (n=10) katılmıyorum, %5,3'ü (n=8) kararsızım, %60,5'i (n=92) katılıyorum, %27,6'sı (n=42) tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Katılanların “boya sektöründeki makineleşmenin (boyaların işyerindeki makinalarda hemen yapılabilmesi) satışlarımızı artırdığı görüşündeyim” ifadesine yüksek ($\bar{X}=4,090$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Üretici veya toptancılarımız hızlı bir şekilde siparişlerimizi tedarik etmektedirler” ifadesine katılanların, %2,6'sı (n=4) hiç katılmıyorum, %9,2'si (n=14) katılmıyorum, %11,8'i (n=18) kararsızım, %64,5'i (n=98) katılıyorum, %11,8'i (n=18) tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Katılanların “üretici veya toptancılarımız hızlı bir şekilde siparişlerimizi tedarik etmektedirler” ifadesine yüksek ($\bar{X}=3,740$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Vadeli boya alış ve satışları ödemelerimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum” ifadesine katılanların, %3,9'u (n=6) hiç katılmıyorum, %17,1'i (n=26)

katılmıyorum, %14,5'i (n=22) kararsızım, %57,9'u (n=88) katılıyorum, %6,6'sı (n=10) tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Katılanların “vadeli boya alış ve satışları ödemelerimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum” ifadesine yüksek ($\bar{X}=3,460$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Boya firmaları boyaların özellikleri ve uygulamaları ile ilgili yeterli bilgi vermektedirler” ifadesine katılanların, %7,9'u (n=12) hiç katılmıyorum, %26,3'ü (n=40) katılmıyorum, %9,2'si (n=14) kararsızım, %51,3'ü (n=78) katılıyorum, %5,3'ü (n=8) tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Katılanların “boya firmaları boyaların özellikleri ve uygulamaları ile ilgili yeterli bilgi vermektedirler” ifadesine orta ($\bar{x}=3,200$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Boya firmalarının boyalarının özellikleri ve uygulamaları ile ilgili eğitim, seminer vb. etkinlikleri yeteri düzeyde düzenlediklerini düşünüyorum” ifadesine katılanların, %10,5'i (n=16) hiç katılmıyorum, %59,2'si (n=90) katılmıyorum, %10,5'i (n=16) kararsızım, %15,8'i (n=24) katılıyorum, %3,9'u (n=6) tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Katılanların “boya firmalarının boyalarının özellikleri ve uygulamaları ile ilgili eğitim, seminer vb. etkinlikleri yeteri düzeyde düzenlediklerini düşünüyorum” ifadesine zayıf ($\bar{X}=2,430$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Boya satışlarındaki vergi oranının yüksek olduğunu düşünüyorum” ifadesine katılanların, %2,6'sı (n=4) hiç katılmıyorum, %14,5'i (n=22) katılmıyorum, %35,5'i (n=54) kararsızım, %31,6'sı (n=48) katılıyorum, %15,8'i (n=24) tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Katılanların “boya satışlarındaki vergi oranının yüksek olduğunu düşünüyorum” ifadesine yüksek ($\bar{X}=3,430$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Marka bilinirliği yüksek olan boya üreticilerinin karlılıklarını boya satan firmalara yansıtmadıklarını düşünüyorum” ifadesine katılanların, %1,3'ü (n=2) hiç katılmıyorum, %2,6'sı (n=4) katılmıyorum, %13,2'si (n=20) kararsızım, %64,5'i (n=98) katılıyorum, %18,4'ü (n=28) tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Katılanların “Marka bilinirliği yüksek olan boya üreticilerinin karlılıklarını boya satan firmalara yansıtmadıklarını düşünüyorum” ifadesine yüksek ($\bar{X}=3,960$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Vadeli sistemde alınan çek ve senetlerin finans kurumlarında bozdurulması boya fiyatlarının artmasına neden olduğunu düşünüyorum” ifadesine katılanların, %1,3'ü (n=2) hiç katılmıyorum, %11,8'i (n=18) katılmıyorum, %10,5'i (n=16) kararsızım, %59,2'si (n=90) katılıyorum, %17,1'i (n=26) tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Katılanların “vadeli sistemde alınan çek ve senetlerin finans

kurumlarında bozdurulması boya fiyatlarının artmasına neden olduğunu düşünüyorum” ifadesine yüksek ($\bar{x}=3,790$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Çek ve senetle yapılan satışların işletmeleri risk altına soktuğunu düşünüyorum” ifadesine katılanların, %1,3'ü (n=2) hiç katılmıyorum, %9,2'si (n=14) katılmıyorum, %7,9'u (n=12) kararsızım, %50,0'ı (n=76) katılıyorum, %31,6'sı (n=48) tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Katılanların “çek ve senetle yapılan satışların işletmeleri risk altına soktuğunu düşünüyorum” ifadesine yüksek ($\bar{X}=4,010$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Boya satışlarında vadeli ve peşin satışların karlılığı arasında önemli bir fark olmadığını düşünüyorum” ifadesine katılanların, %6,6'sı (n=10) hiç katılmıyorum, %22,4'ü (n=34) katılmıyorum, %10,5'i (n=16) kararsızım, %55,3'ü (n=84) katılıyorum, %5,3'ü (n=8) tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Katılanların “boya satışlarında vadeli ve peşin satışların karlılığı arasında önemli bir fark olmadığını düşünüyorum” ifadesine orta ($\bar{X}=3,300$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Vadeli aldığım boya peşin satarak firmamın finansman gücünü yükseltmeye çalışıyorum” ifadesine katılanların, %2,6'sı (n=4) hiç katılmıyorum, %47,4'ü (n=72) katılmıyorum, %13,2'si (n=20) kararsızım, %30,3'ü (n=46) katılıyorum, %6,6'sı (n=10) tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Katılanların “vadeli aldığım boya peşin satarak firmamın finansman gücünü yükseltmeye çalışıyorum” ifadesine orta ($\bar{X}=2,910$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

“Vadeli satışlardan ulaşan çek ve senetlerin finans kurumlarına tahsilat için verilmesinin firmaların karlılığını olumsuz yönde etkilediğini düşünüyorum” ifadesine katılanların, %1,3'ü (n=2) hiç katılmıyorum, %10,5'i (n=16) katılmıyorum, %7,9'u (n=12) kararsızım, %60,5'i (n=92) katılıyorum, %19,7'si (n=30) tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Katılanların “vadeli satışlardan ulaşan çek ve senetlerin finans kurumlarına tahsilat için verilmesinin firmaların karlılığını olumsuz yönde etkilediğini düşünüyorum” ifadesine yüksek ($\bar{X}=3,870$) düzeyde katıldıkları saptanmıştır.

3.5.3. Katılımcıların Tanımlayıcı Özelliklerine Göre Boya Sektöründe Yaşanan Sorunların İşletmelerin Performanslarına Etkilerinin İncelenmesi

Tablo 7

Katılımcıların Sektör Deneyimlerine Göre Boya Sektöründe Yaşanan Sorunların İşletmelerin Performanslarına Etkilerinin Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	t	sd	p																																																																																																																																																																																																																																																																				
Boya Satışlarının Karlılığından Memnunum	10 yıl ve altı	54	2,520	1,112	-0,403	150	0,688																																																																																																																																																																																																																																																																				
	11 yıl ve üzeri	98	2,590	1,054				Satışlarımda Kalitesi Yüksek Boyaları Ön Planda Tutarak Karlılığımı Artırmaya Çalışıyorum	10 yıl ve altı	54	2,670	1,099	-2,438	150	0,016	11 yıl ve üzeri	98	3,120	1,105	Satışlarımda Fiyatları Daha Uygun Boyaları Ön Planda Tutarak Karlılığımı Artırmaya Çalışıyorum	10 yıl ve altı	54	3,590	0,922	3,057	150	0,001	11 yıl ve üzeri	98	3,020	1,193	Marka Bilinirliği Yüksek Boyaların Daha Fazla Kazanç Sağladığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	2,520	1,177	1,586	150	0,115	11 yıl ve üzeri	98	2,200	1,166	Sektördeki Rekabet Yapısının İşleyişimizi Olumsuz Etkilediğini Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,700	0,861	-0,983	150	0,327	11 yıl ve üzeri	98	3,860	0,952	Marka Bilinirliği Düşük Boyaların Daha Fazla Kazanç Sağladığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	1,119	0,033	150	0,974	11 yıl ve üzeri	98	3,730	1,051	Boyaya Olan Talep Diğer Ürünlerin Satışını Da Artırdığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,890	0,572	2,275	150	0,012	11 Yıl ve üzeri	98	3,590	0,860	Boya Satışları Firmamızın Gelirlerini Artırdığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,630	0,831	-0,811	150	0,419	11 yıl ve üzeri	98	3,730	0,726	Kampanyalı Satışların Avantaj Sağladığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,040	0,971	-1,332	150	0,162	11 yıl ve üzeri	98	3,290	1,167	Sektördeki Vadeli Alış Sisteminin Vadeli Satış Sistemine Yöneltiği Görüşündeyim	10 yıl ve altı	54	3,590	1,108	-2,182	150	0,056	11 yıl ve üzeri	98	3,920	0,728	Peşin Aldığım Boyaları Vadeli Satmak İstemiyorum	10 yıl ve altı	54	4,110	0,793	0,885	150	0,377	11 yıl ve üzeri	98	3,980	0,919	Sektördeki İşleyen Wade Yapısının Satışlara Olumlu Katkı Sağladığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,520	0,966	0,405	150	0,686	11 yıl ve üzeri	98	3,450	1,037	Sektörün İşleyişinden Memnunum	10 yıl ve altı	54	2,740	0,935	1,865	150	0,064	11 yıl ve üzeri	98	2,430	1,015	Birden Fazla Firmanın Boyasını Satmak Avantaj Sağlamaktadır	10 yıl ve altı	54	3,850	0,763	0,944	150	0,346	11 yıl ve üzeri	98	3,710	0,908	Boya Üreticilerine/toptancılarına Vadesi Gelen Çek/senetlerimi Öderken Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,670	1,028	3,349	150	0,001	11 yıl ve üzeri	98	3,080	1,032	Boya Üreticilerine/toptancılarına Ödeme Yapabilmek İçin Kredi Kullanmak Zorunda Kalıyorum	10 yıl ve altı	54	3,040	1,081	1,855	150	0,066	11 yıl ve üzeri	98	2,690	1,097	Boya Üretici Ve Toptancılarına Olan Borcumu Ödemek İçin Kullandığım Kredileri Ödemekte Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,190	1,134	2,731	150	0,009	11 yıl ve üzeri	98	2,690	1,019	Vadeli Yaptığım Boya Satışlarının Tahsilatında Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,935	0,039	150	0,969	11 yıl ve üzeri	98	3,730	0,903	Sattığımız Boyaların Fiyatlarının Yüksek Olduğu Konusunda Geri Dönüşler Alıyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,805	1,200	150	0,205	11 yıl ve üzeri	98	3,550	0,996	Boya Satışı İçin Eleman İstihdam Ediyoruz	10 yıl ve altı	54	3,220	1,110	0,842	150	0,401	11 Yıl ve üzeri	98	3,060	1,138	Boya Satışı İle İlgili Talepleri Karşılama Yeterli Olduğumuzu Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,810	0,913	0,139	150	0,889	11 Yıl ve üzeri	98	3,800	0,732	Boya Satışlarının Firmamıza Ek Maliyetler Yüklediğini Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	2,780	1,144	-0,208	150	0,836	11 yıl ve üzeri	98	2,820	1,068	Boya Sektöründeki Makineleşmenin (boyaların İşyerindeki Makinalarda Hemen Yapılabilmesi) Satışlarımızı Artırdığı Görüşündeyim	10 yıl ve altı	54	4,190	0,675	1,112	150	0,268
Satışlarımda Kalitesi Yüksek Boyaları Ön Planda Tutarak Karlılığımı Artırmaya Çalışıyorum	10 yıl ve altı	54	2,670	1,099	-2,438	150	0,016																																																																																																																																																																																																																																																																				
	11 yıl ve üzeri	98	3,120	1,105				Satışlarımda Fiyatları Daha Uygun Boyaları Ön Planda Tutarak Karlılığımı Artırmaya Çalışıyorum	10 yıl ve altı	54	3,590	0,922	3,057	150	0,001	11 yıl ve üzeri	98	3,020	1,193	Marka Bilinirliği Yüksek Boyaların Daha Fazla Kazanç Sağladığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	2,520	1,177	1,586	150	0,115	11 yıl ve üzeri	98	2,200	1,166	Sektördeki Rekabet Yapısının İşleyişimizi Olumsuz Etkilediğini Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,700	0,861	-0,983	150	0,327	11 yıl ve üzeri	98	3,860	0,952	Marka Bilinirliği Düşük Boyaların Daha Fazla Kazanç Sağladığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	1,119	0,033	150	0,974	11 yıl ve üzeri	98	3,730	1,051	Boyaya Olan Talep Diğer Ürünlerin Satışını Da Artırdığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,890	0,572	2,275	150	0,012	11 Yıl ve üzeri	98	3,590	0,860	Boya Satışları Firmamızın Gelirlerini Artırdığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,630	0,831	-0,811	150	0,419	11 yıl ve üzeri	98	3,730	0,726	Kampanyalı Satışların Avantaj Sağladığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,040	0,971	-1,332	150	0,162	11 yıl ve üzeri	98	3,290	1,167	Sektördeki Vadeli Alış Sisteminin Vadeli Satış Sistemine Yöneltiği Görüşündeyim	10 yıl ve altı	54	3,590	1,108	-2,182	150	0,056	11 yıl ve üzeri	98	3,920	0,728	Peşin Aldığım Boyaları Vadeli Satmak İstemiyorum	10 yıl ve altı	54	4,110	0,793	0,885	150	0,377	11 yıl ve üzeri	98	3,980	0,919	Sektördeki İşleyen Wade Yapısının Satışlara Olumlu Katkı Sağladığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,520	0,966	0,405	150	0,686	11 yıl ve üzeri	98	3,450	1,037	Sektörün İşleyişinden Memnunum	10 yıl ve altı	54	2,740	0,935	1,865	150	0,064	11 yıl ve üzeri	98	2,430	1,015	Birden Fazla Firmanın Boyasını Satmak Avantaj Sağlamaktadır	10 yıl ve altı	54	3,850	0,763	0,944	150	0,346	11 yıl ve üzeri	98	3,710	0,908	Boya Üreticilerine/toptancılarına Vadesi Gelen Çek/senetlerimi Öderken Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,670	1,028	3,349	150	0,001	11 yıl ve üzeri	98	3,080	1,032	Boya Üreticilerine/toptancılarına Ödeme Yapabilmek İçin Kredi Kullanmak Zorunda Kalıyorum	10 yıl ve altı	54	3,040	1,081	1,855	150	0,066	11 yıl ve üzeri	98	2,690	1,097	Boya Üretici Ve Toptancılarına Olan Borcumu Ödemek İçin Kullandığım Kredileri Ödemekte Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,190	1,134	2,731	150	0,009	11 yıl ve üzeri	98	2,690	1,019	Vadeli Yaptığım Boya Satışlarının Tahsilatında Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,935	0,039	150	0,969	11 yıl ve üzeri	98	3,730	0,903	Sattığımız Boyaların Fiyatlarının Yüksek Olduğu Konusunda Geri Dönüşler Alıyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,805	1,200	150	0,205	11 yıl ve üzeri	98	3,550	0,996	Boya Satışı İçin Eleman İstihdam Ediyoruz	10 yıl ve altı	54	3,220	1,110	0,842	150	0,401	11 Yıl ve üzeri	98	3,060	1,138	Boya Satışı İle İlgili Talepleri Karşılama Yeterli Olduğumuzu Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,810	0,913	0,139	150	0,889	11 Yıl ve üzeri	98	3,800	0,732	Boya Satışlarının Firmamıza Ek Maliyetler Yüklediğini Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	2,780	1,144	-0,208	150	0,836	11 yıl ve üzeri	98	2,820	1,068	Boya Sektöründeki Makineleşmenin (boyaların İşyerindeki Makinalarda Hemen Yapılabilmesi) Satışlarımızı Artırdığı Görüşündeyim	10 yıl ve altı	54	4,190	0,675	1,112	150	0,268	11 yıl ve üzeri	98	4,040	0,811								
Satışlarımda Fiyatları Daha Uygun Boyaları Ön Planda Tutarak Karlılığımı Artırmaya Çalışıyorum	10 yıl ve altı	54	3,590	0,922	3,057	150	0,001																																																																																																																																																																																																																																																																				
	11 yıl ve üzeri	98	3,020	1,193				Marka Bilinirliği Yüksek Boyaların Daha Fazla Kazanç Sağladığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	2,520	1,177	1,586	150	0,115	11 yıl ve üzeri	98	2,200	1,166	Sektördeki Rekabet Yapısının İşleyişimizi Olumsuz Etkilediğini Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,700	0,861	-0,983	150	0,327	11 yıl ve üzeri	98	3,860	0,952	Marka Bilinirliği Düşük Boyaların Daha Fazla Kazanç Sağladığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	1,119	0,033	150	0,974	11 yıl ve üzeri	98	3,730	1,051	Boyaya Olan Talep Diğer Ürünlerin Satışını Da Artırdığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,890	0,572	2,275	150	0,012	11 Yıl ve üzeri	98	3,590	0,860	Boya Satışları Firmamızın Gelirlerini Artırdığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,630	0,831	-0,811	150	0,419	11 yıl ve üzeri	98	3,730	0,726	Kampanyalı Satışların Avantaj Sağladığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,040	0,971	-1,332	150	0,162	11 yıl ve üzeri	98	3,290	1,167	Sektördeki Vadeli Alış Sisteminin Vadeli Satış Sistemine Yöneltiği Görüşündeyim	10 yıl ve altı	54	3,590	1,108	-2,182	150	0,056	11 yıl ve üzeri	98	3,920	0,728	Peşin Aldığım Boyaları Vadeli Satmak İstemiyorum	10 yıl ve altı	54	4,110	0,793	0,885	150	0,377	11 yıl ve üzeri	98	3,980	0,919	Sektördeki İşleyen Wade Yapısının Satışlara Olumlu Katkı Sağladığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,520	0,966	0,405	150	0,686	11 yıl ve üzeri	98	3,450	1,037	Sektörün İşleyişinden Memnunum	10 yıl ve altı	54	2,740	0,935	1,865	150	0,064	11 yıl ve üzeri	98	2,430	1,015	Birden Fazla Firmanın Boyasını Satmak Avantaj Sağlamaktadır	10 yıl ve altı	54	3,850	0,763	0,944	150	0,346	11 yıl ve üzeri	98	3,710	0,908	Boya Üreticilerine/toptancılarına Vadesi Gelen Çek/senetlerimi Öderken Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,670	1,028	3,349	150	0,001	11 yıl ve üzeri	98	3,080	1,032	Boya Üreticilerine/toptancılarına Ödeme Yapabilmek İçin Kredi Kullanmak Zorunda Kalıyorum	10 yıl ve altı	54	3,040	1,081	1,855	150	0,066	11 yıl ve üzeri	98	2,690	1,097	Boya Üretici Ve Toptancılarına Olan Borcumu Ödemek İçin Kullandığım Kredileri Ödemekte Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,190	1,134	2,731	150	0,009	11 yıl ve üzeri	98	2,690	1,019	Vadeli Yaptığım Boya Satışlarının Tahsilatında Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,935	0,039	150	0,969	11 yıl ve üzeri	98	3,730	0,903	Sattığımız Boyaların Fiyatlarının Yüksek Olduğu Konusunda Geri Dönüşler Alıyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,805	1,200	150	0,205	11 yıl ve üzeri	98	3,550	0,996	Boya Satışı İçin Eleman İstihdam Ediyoruz	10 yıl ve altı	54	3,220	1,110	0,842	150	0,401	11 Yıl ve üzeri	98	3,060	1,138	Boya Satışı İle İlgili Talepleri Karşılama Yeterli Olduğumuzu Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,810	0,913	0,139	150	0,889	11 Yıl ve üzeri	98	3,800	0,732	Boya Satışlarının Firmamıza Ek Maliyetler Yüklediğini Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	2,780	1,144	-0,208	150	0,836	11 yıl ve üzeri	98	2,820	1,068	Boya Sektöründeki Makineleşmenin (boyaların İşyerindeki Makinalarda Hemen Yapılabilmesi) Satışlarımızı Artırdığı Görüşündeyim	10 yıl ve altı	54	4,190	0,675	1,112	150	0,268	11 yıl ve üzeri	98	4,040	0,811																				
Marka Bilinirliği Yüksek Boyaların Daha Fazla Kazanç Sağladığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	2,520	1,177	1,586	150	0,115																																																																																																																																																																																																																																																																				
	11 yıl ve üzeri	98	2,200	1,166				Sektördeki Rekabet Yapısının İşleyişimizi Olumsuz Etkilediğini Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,700	0,861	-0,983	150	0,327	11 yıl ve üzeri	98	3,860	0,952	Marka Bilinirliği Düşük Boyaların Daha Fazla Kazanç Sağladığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	1,119	0,033	150	0,974	11 yıl ve üzeri	98	3,730	1,051	Boyaya Olan Talep Diğer Ürünlerin Satışını Da Artırdığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,890	0,572	2,275	150	0,012	11 Yıl ve üzeri	98	3,590	0,860	Boya Satışları Firmamızın Gelirlerini Artırdığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,630	0,831	-0,811	150	0,419	11 yıl ve üzeri	98	3,730	0,726	Kampanyalı Satışların Avantaj Sağladığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,040	0,971	-1,332	150	0,162	11 yıl ve üzeri	98	3,290	1,167	Sektördeki Vadeli Alış Sisteminin Vadeli Satış Sistemine Yöneltiği Görüşündeyim	10 yıl ve altı	54	3,590	1,108	-2,182	150	0,056	11 yıl ve üzeri	98	3,920	0,728	Peşin Aldığım Boyaları Vadeli Satmak İstemiyorum	10 yıl ve altı	54	4,110	0,793	0,885	150	0,377	11 yıl ve üzeri	98	3,980	0,919	Sektördeki İşleyen Wade Yapısının Satışlara Olumlu Katkı Sağladığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,520	0,966	0,405	150	0,686	11 yıl ve üzeri	98	3,450	1,037	Sektörün İşleyişinden Memnunum	10 yıl ve altı	54	2,740	0,935	1,865	150	0,064	11 yıl ve üzeri	98	2,430	1,015	Birden Fazla Firmanın Boyasını Satmak Avantaj Sağlamaktadır	10 yıl ve altı	54	3,850	0,763	0,944	150	0,346	11 yıl ve üzeri	98	3,710	0,908	Boya Üreticilerine/toptancılarına Vadesi Gelen Çek/senetlerimi Öderken Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,670	1,028	3,349	150	0,001	11 yıl ve üzeri	98	3,080	1,032	Boya Üreticilerine/toptancılarına Ödeme Yapabilmek İçin Kredi Kullanmak Zorunda Kalıyorum	10 yıl ve altı	54	3,040	1,081	1,855	150	0,066	11 yıl ve üzeri	98	2,690	1,097	Boya Üretici Ve Toptancılarına Olan Borcumu Ödemek İçin Kullandığım Kredileri Ödemekte Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,190	1,134	2,731	150	0,009	11 yıl ve üzeri	98	2,690	1,019	Vadeli Yaptığım Boya Satışlarının Tahsilatında Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,935	0,039	150	0,969	11 yıl ve üzeri	98	3,730	0,903	Sattığımız Boyaların Fiyatlarının Yüksek Olduğu Konusunda Geri Dönüşler Alıyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,805	1,200	150	0,205	11 yıl ve üzeri	98	3,550	0,996	Boya Satışı İçin Eleman İstihdam Ediyoruz	10 yıl ve altı	54	3,220	1,110	0,842	150	0,401	11 Yıl ve üzeri	98	3,060	1,138	Boya Satışı İle İlgili Talepleri Karşılama Yeterli Olduğumuzu Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,810	0,913	0,139	150	0,889	11 Yıl ve üzeri	98	3,800	0,732	Boya Satışlarının Firmamıza Ek Maliyetler Yüklediğini Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	2,780	1,144	-0,208	150	0,836	11 yıl ve üzeri	98	2,820	1,068	Boya Sektöründeki Makineleşmenin (boyaların İşyerindeki Makinalarda Hemen Yapılabilmesi) Satışlarımızı Artırdığı Görüşündeyim	10 yıl ve altı	54	4,190	0,675	1,112	150	0,268	11 yıl ve üzeri	98	4,040	0,811																																
Sektördeki Rekabet Yapısının İşleyişimizi Olumsuz Etkilediğini Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,700	0,861	-0,983	150	0,327																																																																																																																																																																																																																																																																				
	11 yıl ve üzeri	98	3,860	0,952				Marka Bilinirliği Düşük Boyaların Daha Fazla Kazanç Sağladığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	1,119	0,033	150	0,974	11 yıl ve üzeri	98	3,730	1,051	Boyaya Olan Talep Diğer Ürünlerin Satışını Da Artırdığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,890	0,572	2,275	150	0,012	11 Yıl ve üzeri	98	3,590	0,860	Boya Satışları Firmamızın Gelirlerini Artırdığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,630	0,831	-0,811	150	0,419	11 yıl ve üzeri	98	3,730	0,726	Kampanyalı Satışların Avantaj Sağladığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,040	0,971	-1,332	150	0,162	11 yıl ve üzeri	98	3,290	1,167	Sektördeki Vadeli Alış Sisteminin Vadeli Satış Sistemine Yöneltiği Görüşündeyim	10 yıl ve altı	54	3,590	1,108	-2,182	150	0,056	11 yıl ve üzeri	98	3,920	0,728	Peşin Aldığım Boyaları Vadeli Satmak İstemiyorum	10 yıl ve altı	54	4,110	0,793	0,885	150	0,377	11 yıl ve üzeri	98	3,980	0,919	Sektördeki İşleyen Wade Yapısının Satışlara Olumlu Katkı Sağladığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,520	0,966	0,405	150	0,686	11 yıl ve üzeri	98	3,450	1,037	Sektörün İşleyişinden Memnunum	10 yıl ve altı	54	2,740	0,935	1,865	150	0,064	11 yıl ve üzeri	98	2,430	1,015	Birden Fazla Firmanın Boyasını Satmak Avantaj Sağlamaktadır	10 yıl ve altı	54	3,850	0,763	0,944	150	0,346	11 yıl ve üzeri	98	3,710	0,908	Boya Üreticilerine/toptancılarına Vadesi Gelen Çek/senetlerimi Öderken Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,670	1,028	3,349	150	0,001	11 yıl ve üzeri	98	3,080	1,032	Boya Üreticilerine/toptancılarına Ödeme Yapabilmek İçin Kredi Kullanmak Zorunda Kalıyorum	10 yıl ve altı	54	3,040	1,081	1,855	150	0,066	11 yıl ve üzeri	98	2,690	1,097	Boya Üretici Ve Toptancılarına Olan Borcumu Ödemek İçin Kullandığım Kredileri Ödemekte Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,190	1,134	2,731	150	0,009	11 yıl ve üzeri	98	2,690	1,019	Vadeli Yaptığım Boya Satışlarının Tahsilatında Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,935	0,039	150	0,969	11 yıl ve üzeri	98	3,730	0,903	Sattığımız Boyaların Fiyatlarının Yüksek Olduğu Konusunda Geri Dönüşler Alıyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,805	1,200	150	0,205	11 yıl ve üzeri	98	3,550	0,996	Boya Satışı İçin Eleman İstihdam Ediyoruz	10 yıl ve altı	54	3,220	1,110	0,842	150	0,401	11 Yıl ve üzeri	98	3,060	1,138	Boya Satışı İle İlgili Talepleri Karşılama Yeterli Olduğumuzu Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,810	0,913	0,139	150	0,889	11 Yıl ve üzeri	98	3,800	0,732	Boya Satışlarının Firmamıza Ek Maliyetler Yüklediğini Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	2,780	1,144	-0,208	150	0,836	11 yıl ve üzeri	98	2,820	1,068	Boya Sektöründeki Makineleşmenin (boyaların İşyerindeki Makinalarda Hemen Yapılabilmesi) Satışlarımızı Artırdığı Görüşündeyim	10 yıl ve altı	54	4,190	0,675	1,112	150	0,268	11 yıl ve üzeri	98	4,040	0,811																																												
Marka Bilinirliği Düşük Boyaların Daha Fazla Kazanç Sağladığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	1,119	0,033	150	0,974																																																																																																																																																																																																																																																																				
	11 yıl ve üzeri	98	3,730	1,051				Boyaya Olan Talep Diğer Ürünlerin Satışını Da Artırdığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,890	0,572	2,275	150	0,012	11 Yıl ve üzeri	98	3,590	0,860	Boya Satışları Firmamızın Gelirlerini Artırdığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,630	0,831	-0,811	150	0,419	11 yıl ve üzeri	98	3,730	0,726	Kampanyalı Satışların Avantaj Sağladığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,040	0,971	-1,332	150	0,162	11 yıl ve üzeri	98	3,290	1,167	Sektördeki Vadeli Alış Sisteminin Vadeli Satış Sistemine Yöneltiği Görüşündeyim	10 yıl ve altı	54	3,590	1,108	-2,182	150	0,056	11 yıl ve üzeri	98	3,920	0,728	Peşin Aldığım Boyaları Vadeli Satmak İstemiyorum	10 yıl ve altı	54	4,110	0,793	0,885	150	0,377	11 yıl ve üzeri	98	3,980	0,919	Sektördeki İşleyen Wade Yapısının Satışlara Olumlu Katkı Sağladığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,520	0,966	0,405	150	0,686	11 yıl ve üzeri	98	3,450	1,037	Sektörün İşleyişinden Memnunum	10 yıl ve altı	54	2,740	0,935	1,865	150	0,064	11 yıl ve üzeri	98	2,430	1,015	Birden Fazla Firmanın Boyasını Satmak Avantaj Sağlamaktadır	10 yıl ve altı	54	3,850	0,763	0,944	150	0,346	11 yıl ve üzeri	98	3,710	0,908	Boya Üreticilerine/toptancılarına Vadesi Gelen Çek/senetlerimi Öderken Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,670	1,028	3,349	150	0,001	11 yıl ve üzeri	98	3,080	1,032	Boya Üreticilerine/toptancılarına Ödeme Yapabilmek İçin Kredi Kullanmak Zorunda Kalıyorum	10 yıl ve altı	54	3,040	1,081	1,855	150	0,066	11 yıl ve üzeri	98	2,690	1,097	Boya Üretici Ve Toptancılarına Olan Borcumu Ödemek İçin Kullandığım Kredileri Ödemekte Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,190	1,134	2,731	150	0,009	11 yıl ve üzeri	98	2,690	1,019	Vadeli Yaptığım Boya Satışlarının Tahsilatında Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,935	0,039	150	0,969	11 yıl ve üzeri	98	3,730	0,903	Sattığımız Boyaların Fiyatlarının Yüksek Olduğu Konusunda Geri Dönüşler Alıyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,805	1,200	150	0,205	11 yıl ve üzeri	98	3,550	0,996	Boya Satışı İçin Eleman İstihdam Ediyoruz	10 yıl ve altı	54	3,220	1,110	0,842	150	0,401	11 Yıl ve üzeri	98	3,060	1,138	Boya Satışı İle İlgili Talepleri Karşılama Yeterli Olduğumuzu Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,810	0,913	0,139	150	0,889	11 Yıl ve üzeri	98	3,800	0,732	Boya Satışlarının Firmamıza Ek Maliyetler Yüklediğini Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	2,780	1,144	-0,208	150	0,836	11 yıl ve üzeri	98	2,820	1,068	Boya Sektöründeki Makineleşmenin (boyaların İşyerindeki Makinalarda Hemen Yapılabilmesi) Satışlarımızı Artırdığı Görüşündeyim	10 yıl ve altı	54	4,190	0,675	1,112	150	0,268	11 yıl ve üzeri	98	4,040	0,811																																																								
Boyaya Olan Talep Diğer Ürünlerin Satışını Da Artırdığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,890	0,572	2,275	150	0,012																																																																																																																																																																																																																																																																				
	11 Yıl ve üzeri	98	3,590	0,860				Boya Satışları Firmamızın Gelirlerini Artırdığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,630	0,831	-0,811	150	0,419	11 yıl ve üzeri	98	3,730	0,726	Kampanyalı Satışların Avantaj Sağladığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,040	0,971	-1,332	150	0,162	11 yıl ve üzeri	98	3,290	1,167	Sektördeki Vadeli Alış Sisteminin Vadeli Satış Sistemine Yöneltiği Görüşündeyim	10 yıl ve altı	54	3,590	1,108	-2,182	150	0,056	11 yıl ve üzeri	98	3,920	0,728	Peşin Aldığım Boyaları Vadeli Satmak İstemiyorum	10 yıl ve altı	54	4,110	0,793	0,885	150	0,377	11 yıl ve üzeri	98	3,980	0,919	Sektördeki İşleyen Wade Yapısının Satışlara Olumlu Katkı Sağladığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,520	0,966	0,405	150	0,686	11 yıl ve üzeri	98	3,450	1,037	Sektörün İşleyişinden Memnunum	10 yıl ve altı	54	2,740	0,935	1,865	150	0,064	11 yıl ve üzeri	98	2,430	1,015	Birden Fazla Firmanın Boyasını Satmak Avantaj Sağlamaktadır	10 yıl ve altı	54	3,850	0,763	0,944	150	0,346	11 yıl ve üzeri	98	3,710	0,908	Boya Üreticilerine/toptancılarına Vadesi Gelen Çek/senetlerimi Öderken Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,670	1,028	3,349	150	0,001	11 yıl ve üzeri	98	3,080	1,032	Boya Üreticilerine/toptancılarına Ödeme Yapabilmek İçin Kredi Kullanmak Zorunda Kalıyorum	10 yıl ve altı	54	3,040	1,081	1,855	150	0,066	11 yıl ve üzeri	98	2,690	1,097	Boya Üretici Ve Toptancılarına Olan Borcumu Ödemek İçin Kullandığım Kredileri Ödemekte Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,190	1,134	2,731	150	0,009	11 yıl ve üzeri	98	2,690	1,019	Vadeli Yaptığım Boya Satışlarının Tahsilatında Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,935	0,039	150	0,969	11 yıl ve üzeri	98	3,730	0,903	Sattığımız Boyaların Fiyatlarının Yüksek Olduğu Konusunda Geri Dönüşler Alıyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,805	1,200	150	0,205	11 yıl ve üzeri	98	3,550	0,996	Boya Satışı İçin Eleman İstihdam Ediyoruz	10 yıl ve altı	54	3,220	1,110	0,842	150	0,401	11 Yıl ve üzeri	98	3,060	1,138	Boya Satışı İle İlgili Talepleri Karşılama Yeterli Olduğumuzu Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,810	0,913	0,139	150	0,889	11 Yıl ve üzeri	98	3,800	0,732	Boya Satışlarının Firmamıza Ek Maliyetler Yüklediğini Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	2,780	1,144	-0,208	150	0,836	11 yıl ve üzeri	98	2,820	1,068	Boya Sektöründeki Makineleşmenin (boyaların İşyerindeki Makinalarda Hemen Yapılabilmesi) Satışlarımızı Artırdığı Görüşündeyim	10 yıl ve altı	54	4,190	0,675	1,112	150	0,268	11 yıl ve üzeri	98	4,040	0,811																																																																				
Boya Satışları Firmamızın Gelirlerini Artırdığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,630	0,831	-0,811	150	0,419																																																																																																																																																																																																																																																																				
	11 yıl ve üzeri	98	3,730	0,726				Kampanyalı Satışların Avantaj Sağladığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,040	0,971	-1,332	150	0,162	11 yıl ve üzeri	98	3,290	1,167	Sektördeki Vadeli Alış Sisteminin Vadeli Satış Sistemine Yöneltiği Görüşündeyim	10 yıl ve altı	54	3,590	1,108	-2,182	150	0,056	11 yıl ve üzeri	98	3,920	0,728	Peşin Aldığım Boyaları Vadeli Satmak İstemiyorum	10 yıl ve altı	54	4,110	0,793	0,885	150	0,377	11 yıl ve üzeri	98	3,980	0,919	Sektördeki İşleyen Wade Yapısının Satışlara Olumlu Katkı Sağladığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,520	0,966	0,405	150	0,686	11 yıl ve üzeri	98	3,450	1,037	Sektörün İşleyişinden Memnunum	10 yıl ve altı	54	2,740	0,935	1,865	150	0,064	11 yıl ve üzeri	98	2,430	1,015	Birden Fazla Firmanın Boyasını Satmak Avantaj Sağlamaktadır	10 yıl ve altı	54	3,850	0,763	0,944	150	0,346	11 yıl ve üzeri	98	3,710	0,908	Boya Üreticilerine/toptancılarına Vadesi Gelen Çek/senetlerimi Öderken Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,670	1,028	3,349	150	0,001	11 yıl ve üzeri	98	3,080	1,032	Boya Üreticilerine/toptancılarına Ödeme Yapabilmek İçin Kredi Kullanmak Zorunda Kalıyorum	10 yıl ve altı	54	3,040	1,081	1,855	150	0,066	11 yıl ve üzeri	98	2,690	1,097	Boya Üretici Ve Toptancılarına Olan Borcumu Ödemek İçin Kullandığım Kredileri Ödemekte Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,190	1,134	2,731	150	0,009	11 yıl ve üzeri	98	2,690	1,019	Vadeli Yaptığım Boya Satışlarının Tahsilatında Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,935	0,039	150	0,969	11 yıl ve üzeri	98	3,730	0,903	Sattığımız Boyaların Fiyatlarının Yüksek Olduğu Konusunda Geri Dönüşler Alıyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,805	1,200	150	0,205	11 yıl ve üzeri	98	3,550	0,996	Boya Satışı İçin Eleman İstihdam Ediyoruz	10 yıl ve altı	54	3,220	1,110	0,842	150	0,401	11 Yıl ve üzeri	98	3,060	1,138	Boya Satışı İle İlgili Talepleri Karşılama Yeterli Olduğumuzu Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,810	0,913	0,139	150	0,889	11 Yıl ve üzeri	98	3,800	0,732	Boya Satışlarının Firmamıza Ek Maliyetler Yüklediğini Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	2,780	1,144	-0,208	150	0,836	11 yıl ve üzeri	98	2,820	1,068	Boya Sektöründeki Makineleşmenin (boyaların İşyerindeki Makinalarda Hemen Yapılabilmesi) Satışlarımızı Artırdığı Görüşündeyim	10 yıl ve altı	54	4,190	0,675	1,112	150	0,268	11 yıl ve üzeri	98	4,040	0,811																																																																																
Kampanyalı Satışların Avantaj Sağladığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,040	0,971	-1,332	150	0,162																																																																																																																																																																																																																																																																				
	11 yıl ve üzeri	98	3,290	1,167				Sektördeki Vadeli Alış Sisteminin Vadeli Satış Sistemine Yöneltiği Görüşündeyim	10 yıl ve altı	54	3,590	1,108	-2,182	150	0,056	11 yıl ve üzeri	98	3,920	0,728	Peşin Aldığım Boyaları Vadeli Satmak İstemiyorum	10 yıl ve altı	54	4,110	0,793	0,885	150	0,377	11 yıl ve üzeri	98	3,980	0,919	Sektördeki İşleyen Wade Yapısının Satışlara Olumlu Katkı Sağladığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,520	0,966	0,405	150	0,686	11 yıl ve üzeri	98	3,450	1,037	Sektörün İşleyişinden Memnunum	10 yıl ve altı	54	2,740	0,935	1,865	150	0,064	11 yıl ve üzeri	98	2,430	1,015	Birden Fazla Firmanın Boyasını Satmak Avantaj Sağlamaktadır	10 yıl ve altı	54	3,850	0,763	0,944	150	0,346	11 yıl ve üzeri	98	3,710	0,908	Boya Üreticilerine/toptancılarına Vadesi Gelen Çek/senetlerimi Öderken Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,670	1,028	3,349	150	0,001	11 yıl ve üzeri	98	3,080	1,032	Boya Üreticilerine/toptancılarına Ödeme Yapabilmek İçin Kredi Kullanmak Zorunda Kalıyorum	10 yıl ve altı	54	3,040	1,081	1,855	150	0,066	11 yıl ve üzeri	98	2,690	1,097	Boya Üretici Ve Toptancılarına Olan Borcumu Ödemek İçin Kullandığım Kredileri Ödemekte Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,190	1,134	2,731	150	0,009	11 yıl ve üzeri	98	2,690	1,019	Vadeli Yaptığım Boya Satışlarının Tahsilatında Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,935	0,039	150	0,969	11 yıl ve üzeri	98	3,730	0,903	Sattığımız Boyaların Fiyatlarının Yüksek Olduğu Konusunda Geri Dönüşler Alıyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,805	1,200	150	0,205	11 yıl ve üzeri	98	3,550	0,996	Boya Satışı İçin Eleman İstihdam Ediyoruz	10 yıl ve altı	54	3,220	1,110	0,842	150	0,401	11 Yıl ve üzeri	98	3,060	1,138	Boya Satışı İle İlgili Talepleri Karşılama Yeterli Olduğumuzu Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,810	0,913	0,139	150	0,889	11 Yıl ve üzeri	98	3,800	0,732	Boya Satışlarının Firmamıza Ek Maliyetler Yüklediğini Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	2,780	1,144	-0,208	150	0,836	11 yıl ve üzeri	98	2,820	1,068	Boya Sektöründeki Makineleşmenin (boyaların İşyerindeki Makinalarda Hemen Yapılabilmesi) Satışlarımızı Artırdığı Görüşündeyim	10 yıl ve altı	54	4,190	0,675	1,112	150	0,268	11 yıl ve üzeri	98	4,040	0,811																																																																																												
Sektördeki Vadeli Alış Sisteminin Vadeli Satış Sistemine Yöneltiği Görüşündeyim	10 yıl ve altı	54	3,590	1,108	-2,182	150	0,056																																																																																																																																																																																																																																																																				
	11 yıl ve üzeri	98	3,920	0,728				Peşin Aldığım Boyaları Vadeli Satmak İstemiyorum	10 yıl ve altı	54	4,110	0,793	0,885	150	0,377	11 yıl ve üzeri	98	3,980	0,919	Sektördeki İşleyen Wade Yapısının Satışlara Olumlu Katkı Sağladığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,520	0,966	0,405	150	0,686	11 yıl ve üzeri	98	3,450	1,037	Sektörün İşleyişinden Memnunum	10 yıl ve altı	54	2,740	0,935	1,865	150	0,064	11 yıl ve üzeri	98	2,430	1,015	Birden Fazla Firmanın Boyasını Satmak Avantaj Sağlamaktadır	10 yıl ve altı	54	3,850	0,763	0,944	150	0,346	11 yıl ve üzeri	98	3,710	0,908	Boya Üreticilerine/toptancılarına Vadesi Gelen Çek/senetlerimi Öderken Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,670	1,028	3,349	150	0,001	11 yıl ve üzeri	98	3,080	1,032	Boya Üreticilerine/toptancılarına Ödeme Yapabilmek İçin Kredi Kullanmak Zorunda Kalıyorum	10 yıl ve altı	54	3,040	1,081	1,855	150	0,066	11 yıl ve üzeri	98	2,690	1,097	Boya Üretici Ve Toptancılarına Olan Borcumu Ödemek İçin Kullandığım Kredileri Ödemekte Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,190	1,134	2,731	150	0,009	11 yıl ve üzeri	98	2,690	1,019	Vadeli Yaptığım Boya Satışlarının Tahsilatında Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,935	0,039	150	0,969	11 yıl ve üzeri	98	3,730	0,903	Sattığımız Boyaların Fiyatlarının Yüksek Olduğu Konusunda Geri Dönüşler Alıyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,805	1,200	150	0,205	11 yıl ve üzeri	98	3,550	0,996	Boya Satışı İçin Eleman İstihdam Ediyoruz	10 yıl ve altı	54	3,220	1,110	0,842	150	0,401	11 Yıl ve üzeri	98	3,060	1,138	Boya Satışı İle İlgili Talepleri Karşılama Yeterli Olduğumuzu Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,810	0,913	0,139	150	0,889	11 Yıl ve üzeri	98	3,800	0,732	Boya Satışlarının Firmamıza Ek Maliyetler Yüklediğini Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	2,780	1,144	-0,208	150	0,836	11 yıl ve üzeri	98	2,820	1,068	Boya Sektöründeki Makineleşmenin (boyaların İşyerindeki Makinalarda Hemen Yapılabilmesi) Satışlarımızı Artırdığı Görüşündeyim	10 yıl ve altı	54	4,190	0,675	1,112	150	0,268	11 yıl ve üzeri	98	4,040	0,811																																																																																																								
Peşin Aldığım Boyaları Vadeli Satmak İstemiyorum	10 yıl ve altı	54	4,110	0,793	0,885	150	0,377																																																																																																																																																																																																																																																																				
	11 yıl ve üzeri	98	3,980	0,919				Sektördeki İşleyen Wade Yapısının Satışlara Olumlu Katkı Sağladığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,520	0,966	0,405	150	0,686	11 yıl ve üzeri	98	3,450	1,037	Sektörün İşleyişinden Memnunum	10 yıl ve altı	54	2,740	0,935	1,865	150	0,064	11 yıl ve üzeri	98	2,430	1,015	Birden Fazla Firmanın Boyasını Satmak Avantaj Sağlamaktadır	10 yıl ve altı	54	3,850	0,763	0,944	150	0,346	11 yıl ve üzeri	98	3,710	0,908	Boya Üreticilerine/toptancılarına Vadesi Gelen Çek/senetlerimi Öderken Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,670	1,028	3,349	150	0,001	11 yıl ve üzeri	98	3,080	1,032	Boya Üreticilerine/toptancılarına Ödeme Yapabilmek İçin Kredi Kullanmak Zorunda Kalıyorum	10 yıl ve altı	54	3,040	1,081	1,855	150	0,066	11 yıl ve üzeri	98	2,690	1,097	Boya Üretici Ve Toptancılarına Olan Borcumu Ödemek İçin Kullandığım Kredileri Ödemekte Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,190	1,134	2,731	150	0,009	11 yıl ve üzeri	98	2,690	1,019	Vadeli Yaptığım Boya Satışlarının Tahsilatında Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,935	0,039	150	0,969	11 yıl ve üzeri	98	3,730	0,903	Sattığımız Boyaların Fiyatlarının Yüksek Olduğu Konusunda Geri Dönüşler Alıyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,805	1,200	150	0,205	11 yıl ve üzeri	98	3,550	0,996	Boya Satışı İçin Eleman İstihdam Ediyoruz	10 yıl ve altı	54	3,220	1,110	0,842	150	0,401	11 Yıl ve üzeri	98	3,060	1,138	Boya Satışı İle İlgili Talepleri Karşılama Yeterli Olduğumuzu Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,810	0,913	0,139	150	0,889	11 Yıl ve üzeri	98	3,800	0,732	Boya Satışlarının Firmamıza Ek Maliyetler Yüklediğini Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	2,780	1,144	-0,208	150	0,836	11 yıl ve üzeri	98	2,820	1,068	Boya Sektöründeki Makineleşmenin (boyaların İşyerindeki Makinalarda Hemen Yapılabilmesi) Satışlarımızı Artırdığı Görüşündeyim	10 yıl ve altı	54	4,190	0,675	1,112	150	0,268	11 yıl ve üzeri	98	4,040	0,811																																																																																																																				
Sektördeki İşleyen Wade Yapısının Satışlara Olumlu Katkı Sağladığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,520	0,966	0,405	150	0,686																																																																																																																																																																																																																																																																				
	11 yıl ve üzeri	98	3,450	1,037				Sektörün İşleyişinden Memnunum	10 yıl ve altı	54	2,740	0,935	1,865	150	0,064	11 yıl ve üzeri	98	2,430	1,015	Birden Fazla Firmanın Boyasını Satmak Avantaj Sağlamaktadır	10 yıl ve altı	54	3,850	0,763	0,944	150	0,346	11 yıl ve üzeri	98	3,710	0,908	Boya Üreticilerine/toptancılarına Vadesi Gelen Çek/senetlerimi Öderken Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,670	1,028	3,349	150	0,001	11 yıl ve üzeri	98	3,080	1,032	Boya Üreticilerine/toptancılarına Ödeme Yapabilmek İçin Kredi Kullanmak Zorunda Kalıyorum	10 yıl ve altı	54	3,040	1,081	1,855	150	0,066	11 yıl ve üzeri	98	2,690	1,097	Boya Üretici Ve Toptancılarına Olan Borcumu Ödemek İçin Kullandığım Kredileri Ödemekte Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,190	1,134	2,731	150	0,009	11 yıl ve üzeri	98	2,690	1,019	Vadeli Yaptığım Boya Satışlarının Tahsilatında Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,935	0,039	150	0,969	11 yıl ve üzeri	98	3,730	0,903	Sattığımız Boyaların Fiyatlarının Yüksek Olduğu Konusunda Geri Dönüşler Alıyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,805	1,200	150	0,205	11 yıl ve üzeri	98	3,550	0,996	Boya Satışı İçin Eleman İstihdam Ediyoruz	10 yıl ve altı	54	3,220	1,110	0,842	150	0,401	11 Yıl ve üzeri	98	3,060	1,138	Boya Satışı İle İlgili Talepleri Karşılama Yeterli Olduğumuzu Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,810	0,913	0,139	150	0,889	11 Yıl ve üzeri	98	3,800	0,732	Boya Satışlarının Firmamıza Ek Maliyetler Yüklediğini Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	2,780	1,144	-0,208	150	0,836	11 yıl ve üzeri	98	2,820	1,068	Boya Sektöründeki Makineleşmenin (boyaların İşyerindeki Makinalarda Hemen Yapılabilmesi) Satışlarımızı Artırdığı Görüşündeyim	10 yıl ve altı	54	4,190	0,675	1,112	150	0,268	11 yıl ve üzeri	98	4,040	0,811																																																																																																																																
Sektörün İşleyişinden Memnunum	10 yıl ve altı	54	2,740	0,935	1,865	150	0,064																																																																																																																																																																																																																																																																				
	11 yıl ve üzeri	98	2,430	1,015				Birden Fazla Firmanın Boyasını Satmak Avantaj Sağlamaktadır	10 yıl ve altı	54	3,850	0,763	0,944	150	0,346	11 yıl ve üzeri	98	3,710	0,908	Boya Üreticilerine/toptancılarına Vadesi Gelen Çek/senetlerimi Öderken Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,670	1,028	3,349	150	0,001	11 yıl ve üzeri	98	3,080	1,032	Boya Üreticilerine/toptancılarına Ödeme Yapabilmek İçin Kredi Kullanmak Zorunda Kalıyorum	10 yıl ve altı	54	3,040	1,081	1,855	150	0,066	11 yıl ve üzeri	98	2,690	1,097	Boya Üretici Ve Toptancılarına Olan Borcumu Ödemek İçin Kullandığım Kredileri Ödemekte Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,190	1,134	2,731	150	0,009	11 yıl ve üzeri	98	2,690	1,019	Vadeli Yaptığım Boya Satışlarının Tahsilatında Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,935	0,039	150	0,969	11 yıl ve üzeri	98	3,730	0,903	Sattığımız Boyaların Fiyatlarının Yüksek Olduğu Konusunda Geri Dönüşler Alıyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,805	1,200	150	0,205	11 yıl ve üzeri	98	3,550	0,996	Boya Satışı İçin Eleman İstihdam Ediyoruz	10 yıl ve altı	54	3,220	1,110	0,842	150	0,401	11 Yıl ve üzeri	98	3,060	1,138	Boya Satışı İle İlgili Talepleri Karşılama Yeterli Olduğumuzu Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,810	0,913	0,139	150	0,889	11 Yıl ve üzeri	98	3,800	0,732	Boya Satışlarının Firmamıza Ek Maliyetler Yüklediğini Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	2,780	1,144	-0,208	150	0,836	11 yıl ve üzeri	98	2,820	1,068	Boya Sektöründeki Makineleşmenin (boyaların İşyerindeki Makinalarda Hemen Yapılabilmesi) Satışlarımızı Artırdığı Görüşündeyim	10 yıl ve altı	54	4,190	0,675	1,112	150	0,268	11 yıl ve üzeri	98	4,040	0,811																																																																																																																																												
Birden Fazla Firmanın Boyasını Satmak Avantaj Sağlamaktadır	10 yıl ve altı	54	3,850	0,763	0,944	150	0,346																																																																																																																																																																																																																																																																				
	11 yıl ve üzeri	98	3,710	0,908				Boya Üreticilerine/toptancılarına Vadesi Gelen Çek/senetlerimi Öderken Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,670	1,028	3,349	150	0,001	11 yıl ve üzeri	98	3,080	1,032	Boya Üreticilerine/toptancılarına Ödeme Yapabilmek İçin Kredi Kullanmak Zorunda Kalıyorum	10 yıl ve altı	54	3,040	1,081	1,855	150	0,066	11 yıl ve üzeri	98	2,690	1,097	Boya Üretici Ve Toptancılarına Olan Borcumu Ödemek İçin Kullandığım Kredileri Ödemekte Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,190	1,134	2,731	150	0,009	11 yıl ve üzeri	98	2,690	1,019	Vadeli Yaptığım Boya Satışlarının Tahsilatında Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,935	0,039	150	0,969	11 yıl ve üzeri	98	3,730	0,903	Sattığımız Boyaların Fiyatlarının Yüksek Olduğu Konusunda Geri Dönüşler Alıyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,805	1,200	150	0,205	11 yıl ve üzeri	98	3,550	0,996	Boya Satışı İçin Eleman İstihdam Ediyoruz	10 yıl ve altı	54	3,220	1,110	0,842	150	0,401	11 Yıl ve üzeri	98	3,060	1,138	Boya Satışı İle İlgili Talepleri Karşılama Yeterli Olduğumuzu Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,810	0,913	0,139	150	0,889	11 Yıl ve üzeri	98	3,800	0,732	Boya Satışlarının Firmamıza Ek Maliyetler Yüklediğini Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	2,780	1,144	-0,208	150	0,836	11 yıl ve üzeri	98	2,820	1,068	Boya Sektöründeki Makineleşmenin (boyaların İşyerindeki Makinalarda Hemen Yapılabilmesi) Satışlarımızı Artırdığı Görüşündeyim	10 yıl ve altı	54	4,190	0,675	1,112	150	0,268	11 yıl ve üzeri	98	4,040	0,811																																																																																																																																																								
Boya Üreticilerine/toptancılarına Vadesi Gelen Çek/senetlerimi Öderken Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,670	1,028	3,349	150	0,001																																																																																																																																																																																																																																																																				
	11 yıl ve üzeri	98	3,080	1,032				Boya Üreticilerine/toptancılarına Ödeme Yapabilmek İçin Kredi Kullanmak Zorunda Kalıyorum	10 yıl ve altı	54	3,040	1,081	1,855	150	0,066	11 yıl ve üzeri	98	2,690	1,097	Boya Üretici Ve Toptancılarına Olan Borcumu Ödemek İçin Kullandığım Kredileri Ödemekte Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,190	1,134	2,731	150	0,009	11 yıl ve üzeri	98	2,690	1,019	Vadeli Yaptığım Boya Satışlarının Tahsilatında Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,935	0,039	150	0,969	11 yıl ve üzeri	98	3,730	0,903	Sattığımız Boyaların Fiyatlarının Yüksek Olduğu Konusunda Geri Dönüşler Alıyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,805	1,200	150	0,205	11 yıl ve üzeri	98	3,550	0,996	Boya Satışı İçin Eleman İstihdam Ediyoruz	10 yıl ve altı	54	3,220	1,110	0,842	150	0,401	11 Yıl ve üzeri	98	3,060	1,138	Boya Satışı İle İlgili Talepleri Karşılama Yeterli Olduğumuzu Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,810	0,913	0,139	150	0,889	11 Yıl ve üzeri	98	3,800	0,732	Boya Satışlarının Firmamıza Ek Maliyetler Yüklediğini Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	2,780	1,144	-0,208	150	0,836	11 yıl ve üzeri	98	2,820	1,068	Boya Sektöründeki Makineleşmenin (boyaların İşyerindeki Makinalarda Hemen Yapılabilmesi) Satışlarımızı Artırdığı Görüşündeyim	10 yıl ve altı	54	4,190	0,675	1,112	150	0,268	11 yıl ve üzeri	98	4,040	0,811																																																																																																																																																																				
Boya Üreticilerine/toptancılarına Ödeme Yapabilmek İçin Kredi Kullanmak Zorunda Kalıyorum	10 yıl ve altı	54	3,040	1,081	1,855	150	0,066																																																																																																																																																																																																																																																																				
	11 yıl ve üzeri	98	2,690	1,097				Boya Üretici Ve Toptancılarına Olan Borcumu Ödemek İçin Kullandığım Kredileri Ödemekte Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,190	1,134	2,731	150	0,009	11 yıl ve üzeri	98	2,690	1,019	Vadeli Yaptığım Boya Satışlarının Tahsilatında Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,935	0,039	150	0,969	11 yıl ve üzeri	98	3,730	0,903	Sattığımız Boyaların Fiyatlarının Yüksek Olduğu Konusunda Geri Dönüşler Alıyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,805	1,200	150	0,205	11 yıl ve üzeri	98	3,550	0,996	Boya Satışı İçin Eleman İstihdam Ediyoruz	10 yıl ve altı	54	3,220	1,110	0,842	150	0,401	11 Yıl ve üzeri	98	3,060	1,138	Boya Satışı İle İlgili Talepleri Karşılama Yeterli Olduğumuzu Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,810	0,913	0,139	150	0,889	11 Yıl ve üzeri	98	3,800	0,732	Boya Satışlarının Firmamıza Ek Maliyetler Yüklediğini Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	2,780	1,144	-0,208	150	0,836	11 yıl ve üzeri	98	2,820	1,068	Boya Sektöründeki Makineleşmenin (boyaların İşyerindeki Makinalarda Hemen Yapılabilmesi) Satışlarımızı Artırdığı Görüşündeyim	10 yıl ve altı	54	4,190	0,675	1,112	150	0,268	11 yıl ve üzeri	98	4,040	0,811																																																																																																																																																																																
Boya Üretici Ve Toptancılarına Olan Borcumu Ödemek İçin Kullandığım Kredileri Ödemekte Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,190	1,134	2,731	150	0,009																																																																																																																																																																																																																																																																				
	11 yıl ve üzeri	98	2,690	1,019				Vadeli Yaptığım Boya Satışlarının Tahsilatında Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,935	0,039	150	0,969	11 yıl ve üzeri	98	3,730	0,903	Sattığımız Boyaların Fiyatlarının Yüksek Olduğu Konusunda Geri Dönüşler Alıyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,805	1,200	150	0,205	11 yıl ve üzeri	98	3,550	0,996	Boya Satışı İçin Eleman İstihdam Ediyoruz	10 yıl ve altı	54	3,220	1,110	0,842	150	0,401	11 Yıl ve üzeri	98	3,060	1,138	Boya Satışı İle İlgili Talepleri Karşılama Yeterli Olduğumuzu Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,810	0,913	0,139	150	0,889	11 Yıl ve üzeri	98	3,800	0,732	Boya Satışlarının Firmamıza Ek Maliyetler Yüklediğini Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	2,780	1,144	-0,208	150	0,836	11 yıl ve üzeri	98	2,820	1,068	Boya Sektöründeki Makineleşmenin (boyaların İşyerindeki Makinalarda Hemen Yapılabilmesi) Satışlarımızı Artırdığı Görüşündeyim	10 yıl ve altı	54	4,190	0,675	1,112	150	0,268	11 yıl ve üzeri	98	4,040	0,811																																																																																																																																																																																												
Vadeli Yaptığım Boya Satışlarının Tahsilatında Zorlanıyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,935	0,039	150	0,969																																																																																																																																																																																																																																																																				
	11 yıl ve üzeri	98	3,730	0,903				Sattığımız Boyaların Fiyatlarının Yüksek Olduğu Konusunda Geri Dönüşler Alıyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,805	1,200	150	0,205	11 yıl ve üzeri	98	3,550	0,996	Boya Satışı İçin Eleman İstihdam Ediyoruz	10 yıl ve altı	54	3,220	1,110	0,842	150	0,401	11 Yıl ve üzeri	98	3,060	1,138	Boya Satışı İle İlgili Talepleri Karşılama Yeterli Olduğumuzu Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,810	0,913	0,139	150	0,889	11 Yıl ve üzeri	98	3,800	0,732	Boya Satışlarının Firmamıza Ek Maliyetler Yüklediğini Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	2,780	1,144	-0,208	150	0,836	11 yıl ve üzeri	98	2,820	1,068	Boya Sektöründeki Makineleşmenin (boyaların İşyerindeki Makinalarda Hemen Yapılabilmesi) Satışlarımızı Artırdığı Görüşündeyim	10 yıl ve altı	54	4,190	0,675	1,112	150	0,268	11 yıl ve üzeri	98	4,040	0,811																																																																																																																																																																																																								
Sattığımız Boyaların Fiyatlarının Yüksek Olduğu Konusunda Geri Dönüşler Alıyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,805	1,200	150	0,205																																																																																																																																																																																																																																																																				
	11 yıl ve üzeri	98	3,550	0,996				Boya Satışı İçin Eleman İstihdam Ediyoruz	10 yıl ve altı	54	3,220	1,110	0,842	150	0,401	11 Yıl ve üzeri	98	3,060	1,138	Boya Satışı İle İlgili Talepleri Karşılama Yeterli Olduğumuzu Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,810	0,913	0,139	150	0,889	11 Yıl ve üzeri	98	3,800	0,732	Boya Satışlarının Firmamıza Ek Maliyetler Yüklediğini Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	2,780	1,144	-0,208	150	0,836	11 yıl ve üzeri	98	2,820	1,068	Boya Sektöründeki Makineleşmenin (boyaların İşyerindeki Makinalarda Hemen Yapılabilmesi) Satışlarımızı Artırdığı Görüşündeyim	10 yıl ve altı	54	4,190	0,675	1,112	150	0,268	11 yıl ve üzeri	98	4,040	0,811																																																																																																																																																																																																																				
Boya Satışı İçin Eleman İstihdam Ediyoruz	10 yıl ve altı	54	3,220	1,110	0,842	150	0,401																																																																																																																																																																																																																																																																				
	11 Yıl ve üzeri	98	3,060	1,138				Boya Satışı İle İlgili Talepleri Karşılama Yeterli Olduğumuzu Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,810	0,913	0,139	150	0,889	11 Yıl ve üzeri	98	3,800	0,732	Boya Satışlarının Firmamıza Ek Maliyetler Yüklediğini Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	2,780	1,144	-0,208	150	0,836	11 yıl ve üzeri	98	2,820	1,068	Boya Sektöründeki Makineleşmenin (boyaların İşyerindeki Makinalarda Hemen Yapılabilmesi) Satışlarımızı Artırdığı Görüşündeyim	10 yıl ve altı	54	4,190	0,675	1,112	150	0,268	11 yıl ve üzeri	98	4,040	0,811																																																																																																																																																																																																																																
Boya Satışı İle İlgili Talepleri Karşılama Yeterli Olduğumuzu Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,810	0,913	0,139	150	0,889																																																																																																																																																																																																																																																																				
	11 Yıl ve üzeri	98	3,800	0,732				Boya Satışlarının Firmamıza Ek Maliyetler Yüklediğini Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	2,780	1,144	-0,208	150	0,836	11 yıl ve üzeri	98	2,820	1,068	Boya Sektöründeki Makineleşmenin (boyaların İşyerindeki Makinalarda Hemen Yapılabilmesi) Satışlarımızı Artırdığı Görüşündeyim	10 yıl ve altı	54	4,190	0,675	1,112	150	0,268	11 yıl ve üzeri	98	4,040	0,811																																																																																																																																																																																																																																												
Boya Satışlarının Firmamıza Ek Maliyetler Yüklediğini Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	2,780	1,144	-0,208	150	0,836																																																																																																																																																																																																																																																																				
	11 yıl ve üzeri	98	2,820	1,068				Boya Sektöründeki Makineleşmenin (boyaların İşyerindeki Makinalarda Hemen Yapılabilmesi) Satışlarımızı Artırdığı Görüşündeyim	10 yıl ve altı	54	4,190	0,675	1,112	150	0,268	11 yıl ve üzeri	98	4,040	0,811																																																																																																																																																																																																																																																								
Boya Sektöründeki Makineleşmenin (boyaların İşyerindeki Makinalarda Hemen Yapılabilmesi) Satışlarımızı Artırdığı Görüşündeyim	10 yıl ve altı	54	4,190	0,675	1,112	150	0,268																																																																																																																																																																																																																																																																				
	11 yıl ve üzeri	98	4,040	0,811																																																																																																																																																																																																																																																																							

Üretici Veya Toptancılarımız Hızlı Bir Şekilde Siparişlerimizi Tedarik Etmektedirler	10 yıl ve altı	54	3,960	0,513	2,382	150	0,005
	11 yıl ve üzeri	98	3,610	1,012			
Vadeli Boya Alış Ve Satışları Ödemelerimizi Olumsuz Etkilediğini Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,440	0,965	-0,149	150	0,882
	11 yıl ve üzeri	98	3,470	0,997			
Boya Firmaları Boyaların Özellikleri Ve Uygulamaları İle İlgili Yeterli Bilgi Vermektedirler	10 yıl ve altı	54	3,150	1,089	-0,398	150	0,691
	11 yıl ve üzeri	98	3,220	1,153			
Boya Firmalarının Boyalarının Özellikleri Ve Uygulamaları İle İlgili Eğitim, Seminer Vb Etkinlikleri Yeteri Düzeyde Düzenlediklerini Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	2,440	0,965	0,093	150	0,926
	11 Yıl ve üzeri	98	2,430	1,035			
Boya Satışlarındaki Vergi Oranının Yüksek Olduğunu Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,110	0,925	-3,012	150	0,003
	11 yıl ve üzeri	98	3,610	1,012			
Marka Bilinirliği Yüksek Olan Boya Üreticilerinin Karlılıklarını Boya Satan Firmalara Yansıtmadıklarını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,740	0,805	-2,794	150	0,006
	11 yıl ve üzeri	98	4,080	0,668			
Vadeli Sistemde Alınan Çek ve senetlerin Finans Kurumlarında Bozdurulması Boya Fiyatlarının Artmasına Neden Olduğunu Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,930	0,821	1,375	150	0,171
	11 yıl ve üzeri	98	3,710	0,952			
Çek ve senetle Yapılan Satışların İşletmeleri Risk Altına Soktuğunu Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	4,000	0,777	-0,127	150	0,891
	11 yıl ve üzeri	98	4,020	1,025			
Boya Satışlarında Vadeli Ve Peşin Satışların Karlılığı Arasında Önemli Bir Fark Olmadığını Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,410	0,836	0,887	150	0,329
	11 yıl ve üzeri	98	3,240	1,193			
Vadeli Aldığım Boyaları Peşin Satarak Firmamın Finansman Gücünü Yükseltmeye Çalışıyorum	10 yıl ve altı	54	3,190	0,992	2,410	150	0,017
	11 yıl ve üzeri	98	2,760	1,085			
Vadeli Satışlardan Ulaşan Çek ve senetlerin Finans Kurumlarına Tahsilat İçin Verilmesinin Firmaların Karlılığını Olumsuz Yönde Etkilediğini Düşünüyorum	10 yıl ve altı	54	3,850	0,940	-0,169	150	0,866
	11 yıl ve üzeri	98	3,880	0,877			

Katılanların sektörde çalışma süresine göre “satışlarımda kalitesi yüksek boyaları ön planda tutarak karlılığımı artırmaya çalışıyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($t_{(150)}=-2.438$; $p=0.016<0.05$). Sektörde çalışma süresi 11 yıl ve üzeri olanların “satışlarımda kalitesi yüksek boyaları ön planda tutarak karlılığımı artırmaya çalışıyorum” puanları ($\bar{X}=3,120$), sektörde çalışma süresi 10 yıl ve altı olanlardan ($\bar{X}=2,670$) yüksek bulunmuştur.

Katılanların sektörde çalışma süresine göre “satışlarımda fiyatları daha uygun boyaları ön planda tutarak karlılığımı artırmaya çalışıyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($t(150)=3.057$; $p=0.001<0.05$). Sektörde çalışma süresi 10 yıl ve altı olanların “satışlarımda fiyatları daha uygun boyaları ön planda tutarak karlılığımı artırmaya çalışıyorum” puanları ($\bar{X}=3,590$), sektörde çalışma süresi 11 yıl ve üzeri olanlardan ($\bar{X}=3,020$) yüksek bulunmuştur.

Katılanların “sektörde çalışma süresine göre boyaya olan talep diğer ürünlerin satışını da artırdığını düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($t_{(150)}=2.275$; $p=0.012<0.05$). Sektörde çalışma süresi 10 yıl ve altı olanların “boyaya olan talep diğer ürünlerin satışını da artırdığını düşünüyorum”

puanları ($\bar{X}=3,890$), sektörde çalışma süresi 11 yıl ve üzeri olanlardan ($\bar{X}=3,590$) yüksek bulunmuştur.

Katılanların sektörde çalışma süresine göre “boya üreticilerine/toptancılarına vadesi gelen çek/senetlerimi öderken zorlanıyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($t_{(150)}=3.349$; $p=0.001<0.05$). Sektörde çalışma süresi 10 yıl ve altı olanların “boya üreticilerine/toptancılarına vadesi gelen çek/senetlerimi öderken zorlanıyorum” puanları ($\bar{X}=3,670$), sektörde çalışma süresi 11 yıl ve üzeri olanlardan ($\bar{X}=3,080$) yüksek bulunmuştur.

Katılanların sektörde çalışma süresine göre “boya üretici ve toptancılarına olan borcumu ödemek için kullandığım kredileri ödemekte zorlanıyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($t_{(150)}=2.731$; $p=0.009<0.05$). Sektörde çalışma süresi 10 yıl ve altı olanların “boya üretici ve toptancılarına olan borcumu ödemek için kullandığım kredileri ödemekte zorlanıyorum” puanları ($\bar{X}=3,190$), sektörde çalışma süresi 11 yıl ve üzeri olanlardan ($\bar{X}=2,690$) yüksek bulunmuştur.

Katılanların sektörde çalışma süresine göre üretici veya toptancılarımız hızlı bir şekilde siparişlerimizi tedarik etmektedirler puanları anlamlı farklılık göstermektedir($t_{(150)}=2.382$; $p=0.005<0.05$). Sektörde çalışma süresi 10 yıl ve altı olanların “üretici veya toptancılarımız hızlı bir şekilde siparişlerimizi tedarik etmektedirler” puanları ($\bar{X}=3,960$), sektörde çalışma süresi 11 yıl ve üzeri olanların puanlarından ($\bar{X}=3,610$) yüksek bulunmuştur.

Katılanların sektörde çalışma süresine göre “boya satışlarındaki vergi oranının yüksek olduğunu düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($t_{(150)}=-3.012$; $p=0.003<0.05$). Sektörde çalışma süresi 11 yıl ve üzeri olanların “boya satışlarındaki vergi oranının yüksek olduğunu düşünüyorum” puanları ($\bar{X}=3,610$), sektörde çalışma süresi 10 yıl ve altı olanlardan ($\bar{X}=3,110$) yüksek bulunmuştur.

Katılanların sektörde çalışma süresine göre “marka bilinirliği yüksek olan boya üreticilerinin karlılıklarını boya satan firmalara yansıtmadıklarını düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($t_{(150)}=-2.794$; $p=0.006<0.05$). Sektörde çalışma süresi 11 yıl ve üzeri olanların “marka bilinirliği yüksek olan boya üreticilerinin karlılıklarını boya satan firmalara yansıtmadıklarını düşünüyorum” puanları ($\bar{X}=4,080$), sektörde çalışma süresi 10 yıl ve altı olanlardan ($\bar{X}=3,740$) yüksek bulunmuştur.

Katılanların sektörde çalışma süresine göre “vadeli aldığım boyaları peşin satarak firmamın finansman gücünü yükseltmeye çalışıyorum” puanları anlamlı

farklılık göstermektedir($t_{(150)}=2.410$; $p=0.017<0.05$). Sektörde çalışma süresi 10 yıl ve altı olanların “vadeli aldığım boyaları peşin satarak firmamın finansman gücünü yükseltmeye çalışıyorum” puanları ($\bar{X}=3,190$), sektörde çalışma süresi 11 yıl ve üzeri olanlardan ($\bar{X}=2,760$) yüksek bulunmuştur.

Katılanların “boya satışlarının karlılığından memnunum”, “marka bilinirliği yüksek boyaların daha fazla kazanç sağladığını düşünüyorum”, “sektördeki rekabet yapısının işleyişimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum”, “marka bilinirliği düşük boyaların daha fazla kazanç sağladığını düşünüyorum”, “boya satışları firmamızın gelirlerini artırdığını düşünüyorum”, “kampanyalı satışların avantaj sağladığını düşünüyorum”, sektördeki vadeli alış sisteminin vadeli satış sistemine yönelttiği görüşümdedir”, “peşin aldığım boyaları vadeli satmak istemiyorum”, “sektördeki işleyen vade yapısının satışlara olumlu katkı sağladığını düşünüyorum”, sektörün işleyişinden memnunum, birden fazla firmanın boyasını satmak avantaj sağlamaktadır”, “boya üreticilerine/toptancılarına ödeme yapabilmek için kredi kullanmak zorunda kalıyorum”, “vadeli yaptığım boya satışlarının tahsilatında zorlanıyorum”, sattığımız boyaların fiyatlarının yüksek olduğu konusunda geri dönüşler alıyorum”, “boya satışı için eleman istihdam ediyoruz, boya satışı ile ilgili talepleri karşılamada yeterli olduğumuzu düşünüyorum”, “boya satışlarının firmamıza ek maliyetler yüklediğini düşünüyorum”, “boya sektöründeki makineleşmenin (boyaların işyerindeki makinalarda hemen yapılabilmesi) satışlarımızı artırdığı görüşümdedir”, “vadeli boya alış ve satışları ödemelerimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum”, “boya firmaları boyaların özellikleri ve uygulamaları ile ilgili yeterli bilgi vermektedirler”, “boya firmalarının boyalarının özellikleri ve uygulamaları ile ilgili eğitim, seminer vb etkinlikleri yeteri düzeyde düzenlediklerini düşünüyorum”, “vadeli sistemde alınan çek ve senetlerin finans kurumlarında bozdurulması boya fiyatlarının artmasına neden olduğunu düşünüyorum”, “çek ve senetle yapılan satışların işletmeleri risk altına soktuğunu düşünüyorum”, “boya satışlarında vadeli ve peşin satışların karlılığı arasında önemli bir fark olmadığını düşünüyorum”, “vadeli satışlardan ulaşan çek ve senetlerin finans kurumlarına tahsilat için verilmesinin firmaların karlılığını olumsuz yönde etkilediğini düşünüyorum” puanları sektörde çalışma süresine göre anlamlı farklılık göstermemektedir($p>0,05$).

Tablo 8

Katılımcıların Boya Satma Şekillerine Göre Boya Sektöründe Yaşanan Sorunların İşletmelerin Performanslarına Etkilerinin Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p	Fark
Boya Satışlarının Karlılığından Memnunum	1-Perakende Satış	86	2,670	1,079	2,758	0,067	
	2-Toptan Satış	28	2,140	0,848			
	3-Toptan Ve Perakende Satış	38	2,630	1,149			
Satışlarımda Kalitesi Yüksek Boyaları Ön Planda Tutarak Karlılığımı Artırmaya Çalışıyorum	1-Perakende Satış	86	2,930	1,049	0,071	0,931	
	2-Toptan Satış	28	3,000	1,018			
	3-Toptan Ve Perakende Satış	38	3,000	1,356			
Satışlarımda Fiyatları Daha Uygun Boyaları Ön Planda Tutarak Karlılığımı Artırmaya Çalışıyorum	1-Perakende Satış	86	3,230	1,037	3,633	0,029	2>3
	2-Toptan Satış	28	3,640	1,062			
	3-Toptan Ve Perakende Satış	38	2,890	1,311			
Marka Bilinirliği Yüksek Boyaların Daha Fazla Kazanç Sağladığını Düşünüyorum	1-Perakende Satış	86	2,440	1,154	1,141	0,322	
	2-Toptan Satış	28	2,140	0,848			
	3-Toptan Ve Perakende Satış	38	2,160	1,405			
Sektördeki Rekabet Yapısının İşleyişimizi Olumsuz Etkilediğini Düşünüyorum	1-Perakende Satış	86	3,600	0,898	5,571	0,005	2>1
	2-Toptan Satış	28	4,210	0,418			
	3-Toptan Ve Perakende Satış	38	3,950	1,114			
Marka Bilinirliği Düşük Boyaların Daha Fazla Kazanç Sağladığını Düşünüyorum	1-Perakende Satış	86	3,740	0,923	0,359	0,699	
	2-Toptan Satış	28	3,860	1,079			
	3-Toptan Ve Perakende Satış	38	3,630	1,364			
Boyaya Olan Talep Diğer Ürünlerin Satışını Da Artırdığını Düşünüyorum	1-Perakende Satış	86	3,700	0,670	2,172	0,118	
	2-Toptan Satış	28	3,930	0,466			
	3-Toptan Ve Perakende Satış	38	3,530	1,109			
Boya Satışları Firmamızın Gelirlerini Artırdığını Düşünüyorum	1-Perakende Satış	86	3,670	0,743	2,281	0,106	
	2-Toptan Satış	28	3,500	0,923			
	3-Toptan Ve Perakende Satış	38	3,890	0,649			
Kampanyalı Satışların Avantaj Sağladığını Düşünüyorum	1-Perakende Satış	86	2,910	0,990	9,363	0,000	2>1 3>1
	2-Toptan Satış	28	3,860	0,525			
	3-Toptan Ve Perakende Satış	38	3,370	1,403			
Sektördeki Vadeli Alış Sisteminin Vadeli Satış Sistemine Yönelttiği Görüşümdedir	1-Perakende Satış	86	3,770	0,714	0,155	0,857	
	2-Toptan Satış	28	3,860	1,079			
	3-Toptan Ve Perakende Satış	38	3,840	1,103			
Peşin Aldığım Boyaları Vadeli Satmak İstemiyorum	1-Perakende Satış	86	4,160	0,430	7,187	0,001	1>3 2>3
	2-Toptan Satış	28	4,210	0,787			
	3-Toptan Ve Perakende Satış	38	3,580	1,407			
Sektördeki İşleyen Vade Yapısının Satışlara Olumlu Katkı Sağladığını Düşünüyorum	1-Perakende Satış	86	3,440	0,928	0,172	0,842	
	2-Toptan Satış	28	3,570	1,069			
	3-Toptan Ve Perakende Satış	38	3,470	1,156			
Sektörün İşleyişinden Memnunum	1-Perakende Satış	86	2,490	0,878	7,936	0,001	3>1 1>2 3>2
	2-Toptan Satış	28	2,070	0,716			
	3-Toptan Ve Perakende Satış	38	3,000	1,230			
Birden Fazla Firmanın Boyasını Satmak Avantaj Sağlamaktadır	1-Perakende Satış	86	3,740	0,785	0,204	0,816	
	2-Toptan Satış	28	3,860	0,848			
	3-Toptan Ve Perakende Satış	38	3,740	1,032			
Boya Üreticilerine/toptancılarına Vadesi Gelen Çek/senetlerimi Öderken Zorlanıyorum	1-Perakende Satış	86	3,120	0,926	3,049	0,050	2>1
	2-Toptan Satış	28	3,640	1,193			
	3-Toptan Ve Perakende Satış	38	3,420	1,200			
Boya Üreticilerine/toptancılarına Ödeme Yapabilmek İçin Kredi Kullanmak Zorunda Kalıyorum	1-Perakende Satış	86	2,420	0,901	15,617	0,000	2>1 3>1
	2-Toptan Satış	28	3,430	1,200			
	3-Toptan Ve Perakende Satış	38	3,260	1,083			
Boya Üretici Ve Toptancılarına Olan Borcumu Ödemek İçin Kullandığım Kredileri Ödemekte Zorlanıyorum	1-Perakende Satış	86	2,490	0,904	15,598	0,000	2>1 3>1
	2-Toptan Satış	28	3,570	0,997			
	3-Toptan Ve Perakende Satış	38	3,210	1,166			
Vadeli Yaptığım Boya Satışlarının Tahsilatında Zorlanıyorum	1-Perakende Satış	86	3,790	0,738	1,161	0,316	
	2-Toptan Satış	28	3,500	0,923			
	3-Toptan Ve Perakende Satış	38	3,790	1,212			
Satığımız Boyaların Fiyatlarının Yüksek Olduğu Konusunda Geri Dönüşler Alıyorum	1-Perakende Satış	86	3,790	0,705	3,512	0,032	1>3
	2-Toptan Satış	28	3,430	1,069			
	3-Toptan Ve Perakende Satış	38	3,370	1,195			
Boya Satışı İçin Eleman İstihdam Ediyoruz	1-Perakende Satış	86	2,700	0,983	23,554	0,000	2>1 3>1 2>3
	2-Toptan Satış	28	4,140	0,525			
	3-Toptan Ve Perakende Satış	38	3,320	1,233			
Boya Satışı İle İlgili Talepleri Karşılama Yeterli Olduğumuzu Düşünüyorum	1-Perakende Satış	86	3,720	0,821	1,054	0,351	
	2-Toptan Satış	28	3,930	0,604			
	3-Toptan Ve Perakende Satış	38	3,890	0,863			
Boya Satışlarının Firmamıza Ek Maliyetler Yüklediğini	1-Perakende Satış	86	2,650	1,015	1,929	0,149	
	2-Toptan Satış	28	3,000	1,089			

Düşünüyorum	3-Toptan Ve Perakende Satış	38	3,000	1,230			
Boya Sektöründeki	1-Perakende Satış	86	4,020	0,735	3,426	0,035	2>1
Makineleşmenin (boyaların	2-Toptan Satış	28	4,430	0,504			2>3
İşyerindeki Makinalarda Hemen	3-Toptan Ve Perakende Satış	38	4,000	0,930			
Yapılabilmesi) Satışlarımızı							
Artırdığı Görüşündeyim							
Üretici Veya Toptancılarımız Hızlı	1-Perakende Satış	86	3,670	0,860	1,540	0,218	
Bir Şekilde Siparişlerimizi Tedarik	2-Toptan Satış	28	4,000	0,770			
Etmektedirler	3-Toptan Ve Perakende Satış	38	3,680	0,989			
Vadeli Boya Alış Ve Satışları	1-Perakende Satış	86	3,350	0,967	1,319	0,270	
Ödemelerimizi Olumsuz	2-Toptan Satış	28	3,640	0,989			
Etkilediğini Düşünüyorum	3-Toptan Ve Perakende Satış	38	3,580	1,004			
Boya Firmaları Boyaların	1-Perakende Satış	86	3,300	1,052	0,927	0,398	
Özellikleri Ve Uygulamaları İle	2-Toptan Satış	28	3,000	1,277			
İlgili Yeterli Bilgi Vermektedirler	3-Toptan Ve Perakende Satış	38	3,110	1,181			
Boya Firmalarının Boyalarının	1-Perakende Satış	86	2,190	0,728	18,554	0,000	3>1
Özellikleri Ve Uygulamaları İle	2-Toptan Satış	28	2,140	0,932			3>2
İlgili Eğitim, Seminer Vb	3-Toptan Ve Perakende Satış	38	3,210	1,212			
Etkinlikleri Yeteri Düzeyde							
Düzenlediklerini Düşünüyorum							
Boya Satışlarındaki Vergi Oranının	1-Perakende Satış	86	3,280	0,877	5,869	0,004	2>1
Yüksek Olduğunu Düşünüyorum	2-Toptan Satış	28	4,000	0,943			2>3
	3-Toptan Ve Perakende Satış	38	3,370	1,195			
Marka Bilinirliği Yüksek Olan	1-Perakende Satış	86	3,980	0,632	0,053	0,949	
Boya Üreticilerinin Karlılıklarını	2-Toptan Satış	28	3,930	0,979			
Boya Satan Firmalara	3-Toptan Ve Perakende Satış	38	3,950	0,769			
Yansıtmadıklarını Düşünüyorum							
Vadeli Sistemde Alınan Çek ve	1-Perakende Satış	86	3,740	0,923	2,853	0,061	
senetlerin Finans Kurumlarında	2-Toptan Satış	28	4,140	0,756			
Bozdurulması Boya Fiyatlarının	3-Toptan Ve Perakende Satış	38	3,630	0,942			
Artmasına Neden Olduğunu							
Düşünüyorum							
Çek ve senetle Yapılan Satışların	1-Perakende Satış	86	3,910	0,890	1,373	0,256	
İşletmeleri Risk Altına Soktuğunu	2-Toptan Satış	28	4,210	1,031			
Düşünüyorum	3-Toptan Ve Perakende Satış	38	4,110	0,981			
Boya Satışlarında Vadeli Ve Peşin	1-Perakende Satış	86	3,490	1,003	9,290	0,000	1>3
Satışların Karlılığı Arasında Önemli	2-Toptan Satış	28	3,570	1,069			2>3
Bir Fark Olmadığını Düşünüyorum	3-Toptan Ve Perakende Satış	38	2,680	1,042			
Vadeli Aldığım Boyaları Peşin	1-Perakende Satış	86	2,720	0,978	3,523	0,032	2>1
Satarak Firmamın Finansman	2-Toptan Satış	28	3,290	1,049			
Gücünü Yükseltmeye Çalışıyorum	3-Toptan Ve Perakende Satış	38	3,050	1,207			
Vadeli Satışlardan Ulaşan Çek ve	1-Perakende Satış	86	3,980	0,797	7,220	0,001	1>3
senetlerin Finans Kurumlarına	2-Toptan Satış	28	4,140	0,356			2>3
Tahsilat İçin Verilmesinin	3-Toptan Ve Perakende Satış	38	3,420	1,200			
Firmaların Karlılığını Olumsuz							
Yönde Etkilediğini Düşünüyorum							

Katılanların satış yapma şekillerine göre “satışlarımda fiyatları daha uygun boyaları ön planda tutarak karlılığımı artırmaya çalışıyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=3,633$; $p=0,029<0.05$; $\eta^2=0,046$). Farkın nedeni; Toptan satış yapanların “satışlarımda fiyatları daha uygun boyaları ön planda tutarak karlılığımı artırmaya çalışıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,640$), toptan ve perakende satış yapanların puanlarından ($\bar{X}=2,890$) yüksek olmasıdır.

Katılanların satış yapma şekillerine göre “sektördeki rekabet yapısının işleyişimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=5,571$; $p=0,005<0.05$; $\eta^2=0,070$). Farkın nedeni; toptan satış yapanların “sektördeki rekabet yapısının işleyişimizi olumsuz etkilediğini

düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=4,210$), perakende satış yapanların puanlarından ($\bar{X}=3,600$) yüksek olmasıdır.

Katılanların satış yapma şekillerine göre “kampanyalı satışların avantaj sağladığını düşünüyorum puanları anlamlı farklılık göstermektedir” puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($F_{(2, 149)}=9,363$; $p=0,000<0.05$; $\eta^2=0,112$). Farkın nedeni;

- Toptan satış yapanların “kampanyalı satışların avantaj sağladığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,860$), perakende satış yapanlardan ($\bar{X}=2,910$) yüksek olmasıdır.
- Toptan ve perakende satış yapanların da “kampanyalı satışların avantaj sağladığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,370$), perakende satış yapanların puanlarından ($\bar{X}=2,910$) yüksek olmasıdır.

Katılanların satış yapma şekillerine göre “peşin aldığım boyaları vadeli satmak istemiyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=7,187$; $p=0,001<0.05$; $\eta^2=0,088$). Farkın nedeni;

- Satış yapma şekli perakende satış olanların “peşin aldığım boyaları vadeli satmak istemiyorum” puanlarının ($\bar{X}=4,160$), satış yapma şekli toptan ve perakende olanlardan ($\bar{X}=3,580$) yüksek olmasıdır.
- Satış yapma şekli toptan satış olanların “peşin aldığım boyaları vadeli satmak istemiyorum” puanlarının ($\bar{X}=4,210$), satış yapma şekli toptan ve perakende ($\bar{X}=3,580$) yüksek olmasıdır.

Katılanların satış yapma şekillerine göre “sektörün işleyişinden memnunum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=7,936$; $p=0,001<0.05$; $\eta^2=0,096$). Farkın nedeni;

- Satış yapma şekli toptan ve perakende olanların “sektörün işleyişinden memnunum” puanlarının ($\bar{X}=3,000$), satış yapma şekli perakende satış ($\bar{X}=2,490$) ve toptan satış olanlardan ($\bar{X}=2,070$) yüksek olmasıdır.
- Satış yapma şekli perakende satış sektörün işleyişinden memnunum puanlarının ($\bar{X}=2,490$), satış yapma şekli toptan satış sektörün işleyişinden memnunum puanlarından ($\bar{X}=2,070$) yüksek olmasıdır.

Katılanların satış yapma şekillerine göre “boya üreticilerine/toptancılarına vadesi gelen çek/senetlerimi öderken zorlanıyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=3,049$; $p=0,050<0.05$; $\eta^2=0,039$). Farkın nedeni; satış yapma şekli toptan satış olanların “boya üreticilerine/toptancılarına vadesi gelen

çek/senetlerimi öderken zorlanıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,640$), satış yapma şekli perakende satış olanlardan ($\bar{X}=3,120$) yüksek olmasıdır.

Katılanların satış yapma şekillerine göre “boya üreticilerine/toptancılarına ödeme yapabilmek için kredi kullanmak zorunda kalıyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=15,617$; $p=0,000<0.05$; $\eta^2=0,173$). Farkın nedeni;

- Satış yapma şekli toptan satış olanların “boya üreticilerine/toptancılarına ödeme yapabilmek için kredi kullanmak zorunda kalıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,430$), satış yapma şekli perakende satış olanlardan ($\bar{X}=2,420$) yüksek olmasıdır.
- Satış yapma şekli toptan ve perakende olanların “satış boya üreticilerine/toptancılarına ödeme yapabilmek için kredi kullanmak zorunda kalıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,260$), satış yapma şekli perakende satış olanlardan ($\bar{X}=2,420$) yüksek olmasıdır.

Katılanların satış yapma şekillerine göre “boya üretici ve toptancılarına olan borcumu ödemek için kullandığım kredileri ödemekte zorlanıyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=15,598$; $p=0,000<0.05$; $\eta^2=0,173$). Farkın nedeni;

Satış yapma şekli toptan satış olanların “boya üretici ve toptancılarına olan borcumu ödemek için kullandığım kredileri ödemekte zorlanıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,570$), satış yapma şekli perakende satış olanlardan ($\bar{X}=2,490$) yüksek olmasıdır.

Satış yapma şekli toptan ve perakende satış olanların “boya üretici ve toptancılarına olan borcumu ödemek için kullandığım kredileri ödemekte zorlanıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,210$), satış yapma şekli perakende satış olanlardan ($\bar{X}=2,490$) yüksek olmasıdır.

Katılanların satış yapma şekillerine göre “sattığımız boyaların fiyatlarının yüksek olduğu konusunda geri dönüşler alıyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=3,512$; $p=0,032<0.05$; $\eta^2=0,045$). Farkın nedeni; satış yapma şekli perakende satış olanların “sattığımız boyaların fiyatlarının yüksek olduğu konusunda geri dönüşler alıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,790$), satış yapma şekli toptan ve perakende satış olanlardan ($\bar{X}=3,370$) yüksek olmasıdır.

Katılanların satış yapma şekillerine göre “boya satışı için eleman istihdam ediyoruz” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=23,554$; $p=0,000<0.05$; $\eta^2=0,240$). Farkın nedeni;

- Satış yapma şekli toptan satış olanların “boya satışı için eleman istihdam ediyoruz” puanlarının ($\bar{X}=4,140$), satış yapma şekli perakende satış ($\bar{X}=2,700$) ve, toptan ve perakende satış olanlardan ($\bar{X}=3,320$) yüksek olmasıdır.
- Satış yapma şekli toptan ve perakende satış olanların “boya satışı için eleman istihdam ediyoruz” puanlarının ($\bar{X}=3,320$), satış yapma şekli perakende satış olanlardan ($\bar{X}=2,700$) yüksek olmasıdır.

Katılanların satış yapma şekillerine göre boya sektöründeki makineleşmenin (boyaların işyerindeki makinalarda hemen yapılabilmesi) satışlarımızı artırdığı görüşündeyim puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=3,426$; $p=0,035<0.05$; $\eta^2=0,044$). Farkın nedeni; satış yapma şekli toptan satış olanların “boya sektöründeki makineleşmenin (boyaların işyerindeki makinalarda hemen yapılabilmesi) satışlarımızı artırdığı görüşündeyim” puanlarının ($\bar{X}=4,430$), satış yapma şekli perakende satış olanlardan ($\bar{X}=4,020$) ve toptan ve perakende satış olanlardan ($\bar{X}=4,000$) yüksek olmasıdır.

Katılanların satış yapma şekillerine göre “boya firmalarının boyalarının özellikleri ve uygulamaları ile ilgili eğitim, seminer vb etkinlikleri yeteri düzeyde düzenlediklerini düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=18,554$; $p=0,000<0.05$; $\eta^2=0,199$). Farkın nedeni; satış yapma şekli toptan ve perakende satış olanların “boya firmalarının boyalarının özellikleri ve uygulamaları ile ilgili eğitim, seminer vb etkinlikleri yeteri düzeyde düzenlediklerini düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,210$), satış yapma şekli perakende satış ($\bar{X}=2,190$) ve toptan satış olanlardan ($\bar{X}=2,140$) yüksek olmasıdır.

Katılanların satış yapma şekillerine göre “boya satışlarındaki vergi oranının yüksek olduğunu düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=5,869$; $p=0,004<0.05$; $\eta^2=0,073$). Farkın nedeni; satış yapma şekli toptan satış olanların “boya satışlarındaki vergi oranının yüksek olduğunu düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=4,000$), satış yapma şekli perakende satış ($\bar{X}=3,280$) ve toptan ve perakende satış olanlardan ($\bar{X}=3,370$) yüksek olmasıdır.

Katılanların satış yapma şekillerine göre “boya satışlarında vadeli ve peşin satışların karlılığı arasında önemli bir fark olmadığını düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=9,290$; $p=0,000<0.05$; $\eta^2=0,111$). Farkın nedeni;

- Satış yapma şekli perakende satış olanların “boya satışlarında vadeli ve peşin satışların karlılığı arasında önemli bir fark olmadığını düşünüyorum”

puanlarının ($\bar{X}=3,490$), satış yapma şekli toptan ve perakende satış olanlardan ($\bar{X}=2,680$) yüksek olmasıdır.

- Satış yapma şekli toptan satış olanların “boya satışlarında vadeli ve peşin satışların karlılığı arasında önemli bir fark olmadığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,570$), satış yapma şekli toptan ve perakende satış olanlardan ($\bar{X}=2,680$) yüksek olmasıdır.

Katılanların satış yapma şekillerine göre “vadeli aldığım boyaları peşin satarak firmamın finansman gücünü yükseltmeye çalışıyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($F_{(2, 149)}=3,523$; $p=0,032<0.05$; $\eta^2=0,045$). Farkın nedeni; satış yapma şekli toptan satış olanların “vadeli aldığım boyaları peşin satarak firmamın finansman gücünü yükseltmeye çalışıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,290$), satış yapma şekli perakende satış olanlardan ($\bar{X}=2,720$) yüksek olmasıdır.

Katılanların satış yapma şekillerine göre “vadeli satışlardan ulaşan çek ve senetlerin Finans kurumlarına tahsilat için verilmesinin firmaların karlılığını olumsuz yönde etkilediğini düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($F_{(2, 149)}=7,220$; $p=0,001<0.05$; $\eta^2=0,088$). Farkın nedeni;

- Satış yapma şekli perakende satış olanların “vadeli satışlardan ulaşan çek ve senetlerin finans kurumlarına tahsilat için verilmesinin firmaların karlılığını olumsuz yönde etkilediğini düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,980$), satış yapma şekli toptan ve perakende satış olanlardan ($\bar{X}=3,420$) yüksek olmasıdır.
- Satış yapma şekli toptan satış olanların “vadeli satışlardan ulaşan çek ve senetlerin finans kurumlarına tahsilat için verilmesinin firmaların karlılığını olumsuz yönde etkilediğini düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=4,140$), satış yapma şekli toptan ve perakende olanlardan ($\bar{X}=3,420$) yüksek olmasıdır.

Katılanların; “boya satışlarının karlılığından memnunum”, “satışlarımda kalitesi yüksek boyaları ön planda tutarak karlılığımı artırmaya çalışıyorum”, “marka bilinirliği yüksek boyaların daha fazla kazanç sağladığını düşünüyorum”, “marka bilinirliği düşük boyaların daha fazla kazanç sağladığını düşünüyorum, boyaya olan talep diğer ürünlerin satışını da artırdığını düşünüyorum”, “boya satışları firmamızın gelirlerini artırdığını düşünüyorum”, “sektördeki vadeli alış sisteminin vadeli satış sistemine yönelttiği görüşündeyim”, “sektördeki işleyen vade yapısının satışlara olumlu katkı sağladığını düşünüyorum, birden fazla firmanın boyasını satmak avantaj sağlamaktadır”, “vadeli yaptığım boya satışlarının tahsilatında zorlanıyorum, boya

satışı ile ilgili talepleri karşılamada yeterli olduğumuzu düşünüyorum”, “boya satışlarının firmamıza ek maliyetler yüklediğini düşünüyorum”, “üretici veya toptancılarımız hızlı bir şekilde siparişlerimizi tedarik etmektedirler”, “vadeli boya alış ve satışları ödemelerimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum”, “boya firmaları boyaların özellikleri ve uygulamaları ile ilgili yeterli bilgi vermektedirler”, “marka bilinirliği yüksek olan boya üreticilerinin karlılıklarını boya satan firmalara yansıtmadıklarını düşünüyorum”, “vadeli sistemde alınan çek ve senetlerin finans kurumlarında bozdurulması boya fiyatlarının artmasına neden olduğunu düşünüyorum”, “çek ve senetle yapılan satışların işletmeleri risk altına soktuğunu düşünüyorum” puanları satış yapma şekline göre anlamlı farklılık göstermemektedir($p>0.05$).

Tablo 9
Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Boya Sektöründe Yaşanan Sorunların İşletmelerin Performanslarına Etkilerinin Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p	Fark
Boya Satışlarının Karlılığından Memnunum	1-İlkokul-ortaokul	20	2,600	1,046	1,062	0,367	
	2-Lise	82	2,660	1,057			
	3-Önlisans	24	2,580	1,139			
	4-Lisans ve üzeri	26	2,230	1,070			
Satışlarımda Kalitesi Yüksek Boyaları Ön Planda Tutarak Karlılığımı Artırmaya Çalışıyorum	1-İlkokul-ortaokul	20	3,100	1,252	0,663	0,576	
	2-Lise	82	2,930	1,075			
	3-Önlisans	24	2,750	1,032			
	4-Lisans ve üzeri	26	3,150	1,255			
Satışlarımda Fiyatları Daha Uygun Boyaları Ön Planda Tutarak Karlılığımı Artırmaya Çalışıyorum	1-İlkokul-ortaokul	20	3,500	0,946	2,437	0,067	
	2-Lise	82	3,370	1,012			
	3-Önlisans	24	2,920	1,139			
	4-Lisans ve üzeri	26	2,850	1,488			
Marka Bilinirliği Yüksek Boyaların Daha Fazla Kazanç Sağladığını Düşünüyorum	1-İlkokul-ortaokul	20	3,300	1,525	6,960	0,000	1>2
	2-Lise	82	2,290	1,094			1>3
	3-Önlisans	24	2,000	0,722			1>4
	4-Lisans ve üzeri	26	1,920	1,093			
Sektördeki Rekabet Yapısının İşleyişimizi Olumsuz Etkilediğini Düşünüyorum	1-İlkokul-ortaokul	20	3,400	1,046	3,426	0,019	2>1
	2-Lise	82	4,000	0,667			2>4
	3-Önlisans	24	3,750	0,847			
	4-Lisans ve üzeri	26	3,540	1,363			
Marka Bilinirliği Düşük Boyaların Daha Fazla Kazanç Sağladığını Düşünüyorum	1-İlkokul-ortaokul	20	3,400	1,231	0,846	0,471	
	2-Lise	82	3,800	1,048			
	3-Önlisans	24	3,830	0,917			
	4-Lisans ve üzeri	26	3,690	1,158			
Boyaya Olan Talep Diğer Ürünlerin Satışını Da Artırdığını Düşünüyorum	1-İlkokul-ortaokul	20	3,500	0,688	1,469	0,225	
	2-Lise	82	3,800	0,675			
	3-Önlisans	24	3,500	0,780			
	4-Lisans ve üzeri	26	3,690	1,087			
Boya Satışları Firmamızın Gelirlerini Artırdığını Düşünüyorum	1-İlkokul-ortaokul	20	3,400	1,046	3,938	0,010	2>1
	2-Lise	82	3,880	0,636			2>3
	3-Önlisans	24	3,420	0,881			
	4-Lisans ve üzeri	26	3,620	0,637			
Kampanyalı Satışların Avantaj Sağladığını Düşünüyorum	1-İlkokul-ortaokul	20	3,600	1,142	3,880	0,010	1>2
	2-Lise	82	2,930	1,120			4>2
	3-Önlisans	24	3,420	0,881			

	4-Lisans ve üzeri	26	3,540	1,029			
Sektördeki Vadeli Alış Sisteminin Vadeli Satış Sistemine Yöneltiği Görüşümdüm	1-İlkokul-ortaokul	20	3,700	0,801	0,371	0,774	
	2-Lise	82	3,830	0,798			
	3-Önlisans	24	3,920	0,654			
	4-Lisans ve üzeri	26	3,690	1,350			
Peşin Aldığım Boyaları Vadeli Satmak İstemiyorum	1-İlkokul-ortaokul	20	3,800	1,005	1,020	0,385	
	2-Lise	82	4,000	0,801			
	3-Önlisans	24	4,250	0,442			
	4-Lisans ve üzeri	26	4,080	1,230			
Sektördeki İşleyen Wade Yapısının Satışlara Olumlu Katkı Sağladığını Düşünüyorum	1-İlkokul-ortaokul	20	3,900	0,718	3,285	0,023	1>4
	2-Lise	82	3,510	0,972			2>4
	3-Önlisans	24	3,500	0,885			
	4-Lisans ve üzeri	26	3,000	1,265			
Sektörün İşleyişinden Memnunum	1-İlkokul-ortaokul	20	2,900	0,968	1,047	0,374	
	2-Lise	82	2,460	0,971			
	3-Önlisans	24	2,500	0,978			
	4-Lisans ve üzeri	26	2,540	1,104			
Birden Fazla Firmanın Boyasını Satmak Avantaj Sağlamaktadır	1-İlkokul-ortaokul	20	3,500	1,051	0,769	0,513	
	2-Lise	82	3,800	0,808			
	3-Önlisans	24	3,750	1,113			
	4-Lisans ve üzeri	26	3,850	0,543			
Boya Üreticilerine/toptancılarına Vadesi Gelen Çek/senetlerimi Öderken Zorlanıyorum	1-İlkokul-ortaokul	20	4,100	0,553	6,290	0,000	1>2
	2-Lise	82	3,200	1,024			1>3
	3-Önlisans	24	3,420	0,974			1>4
	4-Lisans ve üzeri	26	2,850	1,255			3>4
Boya Üreticilerine/toptancılarına Ödeme Yapabilmek İçin Kredi Kullanmak Zorunda Kalıyorum	1-İlkokul-ortaokul	20	3,500	0,827	5,312	0,002	1>2
	2-Lise	82	2,540	0,996			4>2
	3-Önlisans	24	2,920	1,139			
	4-Lisans ve üzeri	26	3,080	1,294			
Boya Üretici Ve Toptancılarına Olan Borcumu Ödemek İçin Kullandığım Kredileri Ödemekte Zorlanıyorum	1-İlkokul-ortaokul	20	3,700	0,923	7,397	0,000	1>2
	2-Lise	82	2,560	0,970			4>2
	3-Önlisans	24	3,000	0,933			1>3
	4-Lisans ve üzeri	26	3,080	1,294			1>4
Vadeli Yaptığım Boya Satışlarının Tahsilatında Zorlanıyorum	1-İlkokul-ortaokul	20	3,600	1,142	2,453	0,066	
	2-Lise	82	3,880	0,636			
	3-Önlisans	24	3,330	0,637			
	4-Lisans ve üzeri	26	3,770	1,451			
Satıştığımız Boyaların Fiyatlarının Yüksek Olduğu Konusunda Geri Dönüşler Alıyorum	1-İlkokul-ortaokul	20	3,500	1,051	0,944	0,421	
	2-Lise	82	3,730	0,802			
	3-Önlisans	24	3,420	0,776			
	4-Lisans ve üzeri	26	3,540	1,303			
Boya Satışı İçin Eleman İstihdam Ediyoruz	1-İlkokul-ortaokul	20	3,300	1,302	0,965	0,411	
	2-Lise	82	3,000	1,089			
	3-Önlisans	24	3,080	0,974			
	4-Lisans ve üzeri	26	3,380	1,235			
Boya Satışı İle İlgili Talepleri Karşılama Yeterli Olduğumuzu Düşünüyorum	1-İlkokul-ortaokul	20	3,400	1,142	2,303	0,079	
	2-Lise	82	3,830	0,699			
	3-Önlisans	24	4,000	0,417			
	4-Lisans ve üzeri	26	3,850	0,967			
Boya Satışlarının Firmamıza Ek Maliyetler Yüklediğini Düşünüyorum	1-İlkokul-ortaokul	20	3,100	1,252	2,688	0,049	4>2
	2-Lise	82	2,630	1,012			
	3-Önlisans	24	2,670	0,868			
	4-Lisans ve üzeri	26	3,230	1,275			
Boya Sektöründeki Makineleşmenin (boyaların İşyerindeki Makinalarda Hemen Yapılabilmesi) Satışlarımızı Artırdığı Görüşümdüm	1-İlkokul-ortaokul	20	4,100	0,852	3,976	0,009	4>1
	2-Lise	82	4,000	0,737			4>2
	3-Önlisans	24	3,920	0,776			4>3
	4-Lisans ve üzeri	26	4,540	0,647			
Üretici Veya Toptancılarımız Hızlı Bir Şekilde Siparişlerimizi Tedarik Etmektedirler	1-İlkokul-ortaokul	20	4,000	0,918	1,466	0,226	
	2-Lise	82	3,760	0,854			
	3-Önlisans	24	3,750	0,737			
	4-Lisans ve üzeri	26	3,460	1,029			
Vadeli Boya Alış Ve Satışları	1-İlkokul-ortaokul	20	3,600	1,231	0,549	0,650	

Ödemelerimizi Olumsuz Etkilediğini Düşünüyorum	2-Lise	82	3,510	0,920			
	3-Önlisans	24	3,330	0,868			
	4-Lisans ve üzeri	26	3,310	1,087			
Boya Firmaları Boyaların Özellikleri Ve Uygulamaları İle İlgili Yeterli Bilgi Vermektedirler	1-İlkokul-ortaokul	20	3,300	1,218	3,773	0,012	1>4
	2-Lise	82	3,340	1,125			2>4
	3-Önlisans	24	3,330	0,868			3>4
	4-Lisans ve üzeri	26	2,540	1,104			
Boya Firmalarının Boyalarının Özellikleri Ve Uygulamaları İle İlgili Eğitim, Seminer Vb Etkinlikleri Yeteri Düzeyde Düzenlediklerini Düşünüyorum	1-İlkokul-ortaokul	20	3,000	1,026	3,430	0,019	1>2
	2-Lise	82	2,440	1,020			1>3
	3-Önlisans	24	2,330	0,637			1>4
	4-Lisans ve üzeri	26	2,080	1,093			
Boya Satışlarındaki Vergi Oranının Yüksek Olduğunu Düşünüyorum	1-İlkokul-ortaokul	20	3,000	1,026	1,512	0,214	
	2-Lise	82	3,510	0,920			
	3-Önlisans	24	3,420	0,776			
	4-Lisans ve üzeri	26	3,540	1,363			
Marka Bilinirliği Yüksek Olan Boya Üreticilerinin Karlılıklarını Boya Satan Firmalara Yansıtmadıklarını Düşünüyorum	1-İlkokul-ortaokul	20	3,700	0,657	2,132	0,099	
	2-Lise	82	4,070	0,409			
	3-Önlisans	24	4,000	0,834			
	4-Lisans ve üzeri	26	3,770	1,275			
Vadeli Sistemde Alınan Çek ve senetlerin Finans Kurumlarında Bozdurulması Boya Fiyatlarının Artmasına Neden Olduğunu Düşünüyorum	1-İlkokul-ortaokul	20	3,900	0,852	2,743	0,045	2>4
	2-Lise	82	3,800	0,867			3>4
	3-Önlisans	24	4,080	0,776			
	4-Lisans ve üzeri	26	3,380	1,098			
Çek ve senetle Yapılan Satışların İşletmeleri Risk Altına Soktuğunu Düşünüyorum	1-İlkokul-ortaokul	20	4,200	0,894	0,702	0,552	
	2-Lise	82	3,930	0,953			
	3-Önlisans	24	4,170	0,565			
	4-Lisans ve üzeri	26	4,000	1,200			
Boya Satışlarında Vadeli Ve Peşin Satışların Karlılığı Arasında Önemli Bir Fark Olmadığını Düşünüyorum	1-İlkokul-ortaokul	20	2,800	1,005	4,652	0,004	2>1
	2-Lise	82	3,490	0,972			3>1
	3-Önlisans	24	3,580	1,060			2>4
	4-Lisans ve üzeri	26	2,850	1,255			3>4
Vadeli Aldığım Boyaları Peşin Satarak Firmamın Finansman Gücünü Yükseltmeye Çalışıyorum	1-İlkokul-ortaokul	20	3,600	0,940	6,936	0,000	1>2
	2-Lise	82	2,590	1,065			3>2
	3-Önlisans	24	3,170	1,090			4>2
	4-Lisans ve üzeri	26	3,150	0,784			
Vadeli Satışlardan Ulaşan Çek ve senetlerin Finans Kurumlarına Tahsilat İçin Verilmesinin Firmaların Karlılığını Olumsuz Yönde Etkilediğini Düşünüyorum	1-İlkokul-ortaokul	20	3,300	1,031	7,260	0,000	2>1
	2-Lise	82	4,050	0,830			3>1
	3-Önlisans	24	4,170	0,381			2>4
	4-Lisans ve üzeri	26	3,460	1,029			3>4

Katılanların eğitim durumuna göre “marka bilinirliği yüksek boyaların daha fazla kazanç sağladığını düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($F_{(3, 148)}=6,960$; $p=0,000<0.05$; $\eta^2=0,124$). Farkın nedeni; eğitim durumu ilkököl-ortaokul olanların “marka bilinirliği yüksek boyaların daha fazla kazanç sağladığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,300$), lise mezunlarından n ($\bar{X}=2,290$) ön lisans mezunlarından ($\bar{X}=2,000$) ve lisans ve üzeri olanlardan ($\bar{X}=1,920$) yüksek olmasıdır.

Katılanların eğitim durumuna göre “sektördeki rekabet yapısının işleyişimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($F_{(3, 148)}=3,426$; $p=0,019<0.05$; $\eta^2=0,065$). Farkın nedeni; lise mezunlarının “sektördeki rekabet yapısının işleyişimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum” puanlarının

($\bar{X}=4,000$), eğitim durumu ilkokul-ortaokul ($\bar{X}=3,400$) ve lisans ve üzeri olanlardan ($\bar{X}=3,540$) yüksek olmasıdır.

Katılanların eğitim durumuna göre “boya satışları firmamızın gelirlerini artırdığını düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(3, 148)}=3,938$; $p=0,010<0.05$; $\eta^2=0,074$). Farkın nedeni; lise mezunlarının “boya satışları firmamızın gelirlerini artırdığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,880$), eğitim durumu ilkokul-ortaokul ($\bar{X}=3,400$) ve önlisans mezunlarından ($\bar{X}=3,420$) yüksek olmasıdır.

Katılanların eğitim durumuna göre kampanyalı satışların avantaj sağladığını düşünüyorum puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(3, 148)}=3,880$; $p=0,010<0.05$; $\eta^2=0,073$). Farkın nedeni;

- Eğitim durumu ilkokul-ortaokul olanların “kampanyalı satışların avantaj sağladığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,600$), lise mezunlarından ($\bar{X}=2,930$) yüksek olmasıdır.
- Eğitim durumu lisans ve üzeri olanların “kampanyalı satışların avantaj sağladığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,540$), lise mezunlarından ($\bar{X}=2,930$) yüksek olmasıdır.

Katılanların eğitim durumuna göre “sektördeki işleyen vade yapısının satışlara olumlu katkı sağladığını düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(3, 148)}=3,285$; $p=0,023<0.05$; $\eta^2=0,062$). Farkın nedeni;

- Eğitim durumu ilkokul-ortaokul sektördeki işleyen vade yapısının satışlara olumlu katkı sağladığını düşünüyorum puanlarının ($\bar{X}=3,900$), lisans ve üzeri olanlardan ($\bar{X}=3,000$) yüksek olmasıdır.
- Eğitim durumu lise mezunlarının “sektördeki işleyen vade yapısının satışlara olumlu katkı sağladığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,510$), lisans ve üzeri olanlardan ($\bar{X}=3,000$) yüksek olmasıdır.

Katılanların eğitim durumuna göre boya üreticilerine/toptancılarına vadesi gelen çek/senetlerimi öderken zorlanıyorum puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(3, 148)}=6,290$; $p=0,000<0.05$; $\eta^2=0,113$). Farkın nedeni;

- Eğitim durumu ilkokul-ortaokul olanların “boya üreticilerine/toptancılarına vadesi gelen çek/senetlerimi öderken zorlanıyorum” puanlarının ($\bar{X}=4,100$), lise mezunlarından ($\bar{X}=3,200$), önlisans mezunlarından ($\bar{X}=3,420$) ve lisans ve üzeri olanlardan ($\bar{X}=2,850$) yüksek olmasıdır.

- Önlisans mezunlarının “boya üreticilerine/toptancılarına vadesi gelen çek/senetlerimi öderken zorlanıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,420$), lisans ve üzeri olanlardan ($\bar{X}=2,850$) yüksek olmasıdır.

Katılanların eğitim durumuna göre boya üreticilerine/toptancılarına ödeme yapabilmek için kredi kullanmak zorunda kalıyorum puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(3, 148)}=5,312$; $p=0,002<0.05$; $\eta^2=0,097$). Farkın nedeni;

- Eğitim durumu ilkokul-ortaokul “boya üreticilerine/toptancılarına ödeme yapabilmek için kredi kullanmak zorunda kalıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,500$), lise mezunlarından ($\bar{X}=2,540$) yüksek olmasıdır.
- Lisans ve üzeri olanların “boya üreticilerine/toptancılarına ödeme yapabilmek için kredi kullanmak zorunda kalıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,080$), lise mezunlarından ($\bar{X}=2,540$) yüksek olmasıdır.

Katılanların eğitim durumuna göre “boya üretici ve toptancılarına olan borcumu ödemek için kullandığım kredileri ödemekte zorlanıyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(3, 148)}=7,397$; $p=0,000<0.05$; $\eta^2=0,130$). Farkın nedeni;

- Eğitim durumu ilkokul-ortaokul olanların “boya üretici ve toptancılarına olan borcumu ödemek için kullandığım kredileri ödemekte zorlanıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,700$), lise mezunlarından ($\bar{X}=2,560$), önlisans mezunlarından ($\bar{X}=3,000$) ve lisans ve üzeri olanlardan ($\bar{X}=3,080$) yüksek olmasıdır.
- Lisans ve üzeri olanların “boya üretici ve toptancılarına olan borcumu ödemek için kullandığım kredileri ödemekte zorlanıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,080$), lise mezunlarından ($\bar{X}=2,560$) yüksek olmasıdır.

Katılanların eğitim durumuna göre “boya satışlarının firmamıza ek maliyetler yüklediğini düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(3, 148)}=2,688$; $p=0,049<0.05$; $\eta^2=0,052$). Farkın nedeni; lisans ve üzeri olanların “boya satışlarının firmamıza ek maliyetler yüklediğini düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,230$), lise mezunlarından ($\bar{X}=2,630$) yüksek olmasıdır.

Katılanların eğitim durumuna göre “boya sektöründeki makineleşmenin (boyaların işyerindeki makinalarda hemen yapılabilmesi) satışlarımızı artırdığı görüşündeyim” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(3, 148)}=3,976$; $p=0,009<0.05$; $\eta^2=0,075$). Farkın nedeni; eğitim durumu lisans ve üzeri olanların “boya sektöründeki makineleşmenin (boyaların işyerindeki makinalarda hemen yapılabilmesi) satışlarımızı artırdığı görüşündeyim” puanlarının ($\bar{X}=4,540$), eğitim

durumu ilkököl-ortaokul ($\bar{X}=4,100$), lise ($\bar{X}=4,000$) ve önlisans mezunlarından ($\bar{X}=3,920$) yüksek olmasıdır.

Katılanların eğitim durumuna göre “boya firmaları boyaların özellikleri ve uygulamaları ile ilgili yeterli bilgi vermektedirler” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(3, 148)}=3,773$; $p=0,012<0.05$; $\eta^2=0,071$). Farkın nedeni;

- Eğitim durumu ilkököl-ortaokul olanların “boya firmaları boyaların özellikleri ve uygulamaları ile ilgili yeterli bilgi vermektedirler” puanlarının ($\bar{X}=3,300$), lisans ve üzeri olanlardan ($\bar{X}=2,540$) yüksek olmasıdır.
- Lise mezunlarının “boya firmaları boyaların özellikleri ve uygulamaları ile ilgili yeterli bilgi vermektedirler” puanlarının ($\bar{X}=3,340$), lisans ve üzeri olanlardan ($\bar{X}=2,540$) yüksek olmasıdır.
- Önlisans mezunlarının “boya firmaları boyaların özellikleri ve uygulamaları ile ilgili yeterli bilgi vermektedirler” puanlarının ($\bar{X}=3,330$), lisans ve üzeri olanlardan ($\bar{X}=2,540$) yüksek olmasıdır.

Katılanların eğitim durumuna göre “boya firmalarının boyalarının özellikleri ve uygulamaları ile ilgili eğitim, seminer vb etkinlikleri yeteri düzeyde düzenlediklerini düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(3, 148)}=3,430$; $p=0,019<0.05$; $\eta^2=0,065$). Farkın nedeni; eğitim durumu ilkököl-ortaokul olanların “boya firmalarının boyalarının özellikleri ve uygulamaları ile ilgili eğitim, seminer vb etkinlikleri yeteri düzeyde düzenlediklerini düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,000$), lise ($\bar{X}=2,440$), ön lisans ($\bar{X}=2,330$) ve lisans mezunlarından ($\bar{X}=2,080$) yüksek olmasıdır.

Katılanların eğitim durumuna göre “vadeli sistemde alınan çek ve senetlerin finans kurumlarında bozdurulması boya fiyatlarının artmasına neden olduğunu düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(3, 148)}=2,743$; $p=0,045<0.05$; $\eta^2=0,053$). Farkın nedeni;

- Lise mezunlarının “vadeli sistemde alınan çek ve senetlerin finans kurumlarında bozdurulması boya fiyatlarının artmasına neden olduğunu düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,800$), lisans ve üzeri olanlardan ($\bar{X}=3,380$) yüksek olmasıdır.
- Önlisans mezunlarının “vadeli sistemde alınan çek ve senetlerin finans kurumlarında bozdurulması boya fiyatlarının artmasına neden olduğunu

düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=4,080$), lisans ve üzeri olanlardan ($\bar{X}=3,380$) yüksek olmasıdır.

Katılanların eğitim durumuna göre “boya satışlarında vadeli ve peşin satışların karlılığı arasında önemli bir fark olmadığını düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(3, 148)}=4,652$; $p=0,004<0.05$; $\eta^2=0,086$). Farkın nedeni;

- Lise mezunlarının “boya satışlarında vadeli ve peşin satışların karlılığı arasında önemli bir fark olmadığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,490$), eğitim durumu ilkokul-ortaokul ($\bar{X}=2,800$) ve lisans ve üzeri olanlardan ($\bar{X}=2,850$) yüksek olmasıdır.
- Önlisans mezunlarının “boya satışlarında vadeli ve peşin satışların karlılığı arasında önemli bir fark olmadığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,580$), eğitim durumu ilkokul-ortaokul ($\bar{X}=2,800$) ve lisans ve üzeri olanlardan ($\bar{X}=2,850$) yüksek olmasıdır.

Katılanların eğitim durumuna göre “vadeli aldığım boya peşin satarak firmamın finansman gücünü yükseltmeye çalışıyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(3, 148)}=6,936$; $p=0,000<0.05$; $\eta^2=0,123$). Farkın nedeni;

- Eğitim durumu ilkokul-ortaokul olanların “vadeli aldığım boya peşin satarak firmamın finansman gücünü yükseltmeye çalışıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,600$), lise mezunlarından ($\bar{X}=2,590$) yüksek olmasıdır.
- Önlisans mezunlarının vadeli aldığım boya peşin satarak firmamın finansman gücünü yükseltmeye çalışıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,170$), lise mezunlarından ($\bar{X}=2,590$) yüksek olmasıdır.
- Lisans ve üzeri eğitim durumunda olanların “vadeli aldığım boya peşin satarak firmamın finansman gücünü yükseltmeye çalışıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,150$), lise mezunlarından ($\bar{X}=2,590$) yüksek olmasıdır.

Katılanların eğitim durumuna göre “vadeli satışlardan ulaşan çek ve senetlerin Finans kurumlarına tahsilat için verilmesinin firmaların karlılığını olumsuz yönde etkilediğini düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(3, 148)}=7,260$; $p=0,000<0.05$; $\eta^2=0,128$). Farkın nedeni;

- Lise mezunlarının “vadeli satışlardan ulaşan çek ve senetlerin Finans kurumlarına tahsilat için verilmesinin firmaların karlılığını olumsuz yönde etkilediğini düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=4,050$), eğitim durumu ilkokul-ortaokul ($\bar{X}=3,300$) ve lisans ve üzeri olanlardan ($\bar{X}=3,460$) yüksek olmasıdır.

- Önlisans mezunlarının “vadeli satışlardan ulaşan çek ve senetlerin finans kurumlarına tahsilat için verilmesinin firmaların karlılığını olumsuz yönde etkilediğini düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=4,170$), eğitim durumu ilkokul-ortaokul ($\bar{X}=3,300$) ve lisans ve üzeri olanlardan ($\bar{X}=3,460$) yüksek olmasıdır.

Katılanların “boya satışlarının karlılığımdan memnunum”, “satışlarımda kalitesi yüksek boya ön planda tutarak karlılığımı artırmaya çalışıyorum”, “satışlarımda fiyatları daha uygun boya ön planda tutarak karlılığımı artırmaya çalışıyorum”, “marka bilinirliği düşük boya daha fazla kazanç sağladığını düşünüyorum”, “boyaya olan talep diğer ürünlerin satışını da artırdığını düşünüyorum, sektördeki vadeli alış sisteminin vadeli satış sistemine yönelttiği görüşündeyim”, “peşin aldığım boya vadeli satmak istemiyorum”, “sektörün işleyişinden memnunum, birden fazla firmanın boyasını satmak avantaj sağlamaktadır”, “vadeli yaptığım boya satışlarının tahsilatında zorlanıyorum”, “sattığımız boya fiyatlarının yüksek olduğu konusunda geri dönüşler alıyorum”, “boya satışı için eleman istihdam ediyoruz, boya satışı ile ilgili talepleri karşılamada yeterli olduğumuzu düşünüyorum”, “üretici veya toptancılarımız hızlı bir şekilde siparişlerimizi tedarik etmektedirler”, “vadeli boya alış ve satışları ödemelerimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum”, “boya satışlarındaki vergi oranının yüksek olduğunu düşünüyorum”, “marka bilinirliği yüksek olan boya üreticilerinin karlılıklarını boya satan firmalara yansıtmadıklarını düşünüyorum”, “çek ve senetle yapılan satışların işletmeleri risk altına soktuğunu düşünüyorum” puanları eğitim durumuna göre anlamlı farklılık göstermemektedir($p>0.05$).

Tablo 10

Katılımcıların Kaç Farklı Boya Markası Satma Durumuna Göre Boya Sektöründe Yaşanan Sorunların İşletmelerin Performanslarına Etkilerinin Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p	Fark
Boya Satışlarının Karlılığından Memnunum	1	14	2,430	1,222	0,233	0,873	
	2	64	2,530	0,942			
	3	42	2,570	1,151			
	4 ve üzeri	32	2,690	1,176			
Satışlarımda Kalitesi Yüksek Boyaları Ön Planda Tutarak Karlılığımı Artırmaya Çalışıyorum	1	14	3,430	1,222	3,283	0,023	1>4
	2	64	2,880	1,148			3>4
	3	42	3,240	0,932			
	4 ve üzeri	32	2,560	1,134			
Satışlarımda Fiyatları Daha Uygun Boyaları Ön Planda Tutarak Karlılığımı Artırmaya Çalışıyorum	1	14	3,290	1,326	0,566	0,638	
	2	64	3,250	1,008			
	3	42	3,330	1,141			
	4 ve üzeri	32	3,000	1,295			
Marka Bilinirliği Yüksek Boyaların Daha Fazla Kazanç Sağladığını Düşünüyorum	1	14	2,570	1,651	1,086	0,357	
	2	64	2,160	0,946			
	3	42	2,520	1,273			
	4 ve üzeri	32	2,250	1,218			
Sektördeki Rekabet Yapısının İşleyişimizi Olumsuz Etkilediğini Düşünüyorum	1	14	3,570	1,453	1,118	0,344	
	2	64	3,780	0,826			
	3	42	4,000	0,625			
	4 ve üzeri	32	3,690	1,120			
Marka Bilinirliği Düşük Boyaların Daha Fazla Kazanç Sağladığını Düşünüyorum	1	14	3,430	1,342	0,505	0,680	
	2	64	3,720	1,076			
	3	42	3,810	0,862			
	4 ve üzeri	32	3,810	1,203			
Boyaya Olan Talep Diğer Ürünlerin Satışını Da Artırdığını Düşünüyorum	1	14	3,570	0,756	1,334	0,266	
	2	64	3,810	0,687			
	3	42	3,520	0,969			
	4 ve üzeri	32	3,750	0,672			
Boya Satışları Firmamızın Gelirlerini Artırdığını Düşünüyorum	1	14	4,140	0,663	4,817	0,003	1>3
	2	64	3,810	0,639			2>3
	3	42	3,380	0,854			
	4 ve üzeri	32	3,690	0,780			
Kampanyalı Satışların Avantaj Sağladığını Düşünüyorum	1	14	3,710	1,541	1,217	0,306	
	2	64	3,090	1,165			
	3	42	3,190	0,969			
	4 ve üzeri	32	3,190	0,896			
Sektördeki Vadeli Alış Sisteminin Vadeli Satış Sistemine Yöneltiği Görüşündeyim	1	14	3,570	1,453	1,113	0,346	
	2	64	3,750	0,797			
	3	42	4,000	0,698			
	4 ve üzeri	32	3,750	0,984			
Peşin Aldığım Boyaları Vadeli Satmak İstemiyorum	1	14	4,290	1,069	3,151	0,027	1>2
	2	64	3,780	0,934			3>2
	3	42	4,140	0,472			4>2
	4 ve üzeri	32	4,250	0,984			
Sektördeki İşleyen Vade Yapısının Satışlara Olumlu Katkı Sağladığını Düşünüyorum	1	14	3,860	1,292	2,733	0,046	1>4
	2	64	3,560	0,794			2>4
	3	42	3,520	0,917			3>4
	4 ve üzeri	32	3,060	1,268			
Sektörün İşleyişinden Memnunum	1	14	2,570	1,453	0,602	0,615	
	2	64	2,560	0,906			
	3	42	2,380	0,962			
	4 ve üzeri	32	2,690	0,998			
Birden Fazla Firmanın Boyasını Satmak Avantaj Sağlamaktadır	1	14	3,000	0,961	7,276	0,000	2>1
	2	64	3,780	0,826			3>1
	3	42	3,670	0,902			4>1
	4 ve üzeri	32	4,190	0,535			4>2 4>3
Boya Üreticilerine/toptancılarına Vadesi Gelen Çek/senetlerimi Öderken Zorlanıyorum	1	14	3,290	1,541	2,064	0,108	
	2	64	3,190	0,990			

	3	42	3,620	0,962			
	4 ve üzeri	32	3,060	1,045			
Boya Üreticilerine/toptancılarına Ödeme Yapabilmek İçin Kredi Kullanmak Zorunda Kalıyorum	1	14	2,430	1,089	2,528	0,060	
	2	64	2,620	1,062			
	3	42	3,000	1,126			
	4 ve üzeri	32	3,120	1,070			
Boya Üretici Ve Toptancılarına Olan Borcumu Ödemek İçin Kullandığım Kredileri Ödemekte Zorlanıyorum	1	14	2,860	1,292	1,560	0,202	
	2	64	2,660	0,996			
	3	42	3,050	1,147			
	4 ve üzeri	32	3,060	1,045			
Vadeli Yaptığım Boya Satışlarının Tahsilatında Zorlanıyorum	1	14	3,710	1,204	0,697	0,555	
	2	64	3,690	0,814			
	3	42	3,900	0,692			
	4 ve üzeri	32	3,620	1,185			
Sattığımız Boyaların Fiyatlarının Yüksek Olduğu Konusunda Geri Dönüşler Alıyorum	1	14	3,290	1,637	2,180	0,093	
	2	64	3,530	0,835			
	3	42	3,900	0,617			
	4 ve üzeri	32	3,560	1,014			
Boya Satışı İçin Eleman İstihdam Ediyoruz	1	14	2,860	1,406	2,126	0,099	
	2	64	2,940	1,097			
	3	42	3,190	1,110			
	4 ve üzeri	32	3,500	1,016			
Boya Satışı İle İlgili Talepleri Karşılama Yeterli Olduğumuzu Düşünüyorum	1	14	4,430	0,514	6,522	0,000	1>2
	2	64	3,530	0,796			3>2
	3	42	3,900	0,759			4>2
	4 ve üzeri	32	3,940	0,759			1>3 1>4
Boya Satışlarının Firmamıza Ek Maliyetler Yüklemediğini Düşünüyorum	1	14	2,860	1,512	0,038	0,990	
	2	64	2,810	0,990			
	3	42	2,810	1,065			
	4 ve üzeri	32	2,750	1,164			
Boya Sektöründeki Makineleşmenin (boyaların İşyerindeki Makinalarda Hemen Yapılabilmesi) Satışlarımızı Artırdığı Görüşündeyim	1	14	4,290	1,069	2,092	0,104	
	2	64	3,940	0,753			
	3	42	4,100	0,759			
	4 ve üzeri	32	4,310	0,592			
Üretici Veya Toptancılarımız Hızlı Bir Şekilde Siparişlerimizi Tedarik Etmektedirler	1	14	4,000	1,359	0,522	0,668	
	2	64	3,690	0,814			
	3	42	3,760	0,821			
	4 ve üzeri	32	3,690	0,859			
Vadeli Boya Alış Ve Satışları Ödemelerimizi Olumsuz Etkilediğini Düşünüyorum	1	14	3,430	1,651	4,394	0,005	2>4
	2	64	3,470	0,908			3>4
	3	42	3,810	0,740			
	4 ve üzeri	32	3,000	0,880			
Boya Firmaları Boyaların Özellikleri Ve Uygulamaları İle İlgili Yeterli Bilgi Vermektedirler	1	14	4,000	0,555	3,290	0,022	1>2
	2	64	3,000	1,069			1>3
	3	42	3,290	1,215			1>4
	4 ve üzeri	32	3,120	1,185			
Boya Firmalarının Boyalarının Özellikleri Ve Uygulamaları İle İlgili Eğitim, Seminer Vb Etkinlikleri Yeteri Düzeyde Düzenlediklerini Düşünüyorum	1	14	3,000	1,359	2,143	0,097	
	2	64	2,310	0,957			
	3	42	2,330	0,954			
	4 ve üzeri	32	2,560	0,948			
Boya Satışlarındaki Vergi Oranının Yüksek Olduğunu Düşünüyorum	1	14	3,860	1,610	1,954	0,123	
	2	64	3,250	0,976			
	3	42	3,430	0,966			
	4 ve üzeri	32	3,620	0,707			
Marka Bilinirliği Yüksek Olan Boya Üreticilerinin Karlılıklarını Boya Satan Firmalara Yansıtmadıklarını Düşünüyorum	1	14	4,000	0,784	1,488	0,220	
	2	64	4,060	0,664			
	3	42	3,760	0,821			
	4 ve üzeri	32	4,000	0,718			
Vadeli Sistemde Alınan Çek ve senetlerin Finans Kurumlarında Bozdurulması Boya Fiyatlarının Artmasına Neden Olduğunu Düşünüyorum	1	14	3,860	1,027	0,177	0,912	
	2	64	3,810	0,990			
	3	42	3,810	0,671			
	4 ve üzeri	32	3,690	0,998			
Çek ve senetle Yapılan Satışların İşletmeleri	1	14	4,710	0,469	3,568	0,016	1>2

Risk Altına Soktuğunu Düşünüyorum	2	64	3,910	0,988			1>3
	3	42	3,860	1,049			1>4
	4 ve üzeri	32	4,120	0,707			
Boya Satışlarında Vadeli Ve Peşin Satışların Karlılığı Arasında Önemli Bir Fark Olmadığını Düşünüyorum	1	14	2,430	1,222	6,279	0,000	2>1
	2	64	3,410	1,003			3>1
	3	42	3,670	0,721			3>4
	4 ve üzeri	32	3,000	1,295			
Vadeli Aldığım Boyaları Peşin Satarak Firmamın Finansman Gücünü Yükseltmeye Çalışıyorum	1	14	3,290	1,541	2,470	0,064	
	2	64	2,750	1,008			
	3	42	2,760	0,983			
	4 ve üzeri	32	3,250	0,984			
Vadeli Satışlardan Ulaşan Çek ve senetlerin Finans Kurumlarına Tahsilat İçin Verilmesinin Firmaların Karlılığını Olumsuz Yönde Etkilediğini Düşünüyorum	1	14	3,570	1,089	0,741	0,529	
	2	64	3,880	1,000			
	3	42	3,860	0,718			
	4 ve üzeri	32	4,000	0,803			

Katılanların kaç farklı firmanın boyasını satma durumuna göre “satışlarımda kalitesi yüksek boyaları ön planda tutarak karlılığımı artırmaya çalışıyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($F_{(3, 148)}=3,283$; $p=0,023<0.05$; $\eta^2=0,062$). Farkın nedeni;

- Bir firmanın boyasını satanların “satışlarımda kalitesi yüksek boyaları ön planda tutarak karlılığımı artırmaya çalışıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,430$), dört farklı firmanın boyasını satanlardan ($\bar{X}=2,560$) yüksek olmasıdır.
- Üç farklı firmanın boyasını satanların “kalitesi yüksek boyaları ön planda tutarak karlılığımı artırmaya çalışıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,240$), dört farklı firmanın boyasını satanlardan ($\bar{X}=2,560$) yüksek olmasıdır.

Katılanların kaç farklı firmanın boyasını satma durumuna göre “boya satışları firmamızın gelirlerini artırdığını düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($F_{(3, 148)}=4,817$; $p=0,003<0.05$; $\eta^2=0,089$). Farkın nedeni;

- Bir firmanın boyasını satanların “boya satışları firmamızın gelirlerini artırdığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=4,140$), üç farklı firmanın boyasını satanlardan ($\bar{X}=3,380$) yüksek olmasıdır.
- İki firmanın boyasını satanların “boya satışları firmamızın gelirlerini artırdığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,810$), üç farklı firmanın boyasını satanlardan ($\bar{X}=3,380$) yüksek olmasıdır.

Katılanların kaç farklı firmanın boyasını satma durumuna göre peşin aldığım boyaları vadeli satmak istemiyorum puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($F_{(3, 148)}=3,151$; $p=0,027<0.05$; $\eta^2=0,060$). Farkın nedeni;

- Bir firmanın boyasını satanların “peşin aldığım boyaları vadeli satmak istemiyorum” puanlarının ($\bar{X}=4,290$), iki firmanın boyasını satanlardan ($\bar{X}=3,780$) yüksek olmasıdır.

- Üç firmanın boyasını satanların “peşin aldığım boyaları vadeli satmak istemiyorum” puanlarının ($\bar{X}=4,140$), iki firmanın boyasını satanlardan ($\bar{X}=3,780$) yüksek olmasıdır.
- Dört firmanın boyasını satanların “peşin aldığım boyaları vadeli satmak istemiyorum” puanlarının ($\bar{X}=4,250$), iki firmanın boyasını satanlardan ($\bar{X}=3,780$) yüksek olmasıdır.

Katılanların kaç farklı firmanın boyasını satma durumuna göre sektördeki işleyen vade yapısının satışlara olumlu katkı sağladığını düşünüyorum puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(3, 148)}=2,733$; $p=0,046<0.05$; $\eta^2=0,052$). Farkın nedeni;

- Bir firmanın boyasını satanların “sektördeki işleyen vade yapısının satışlara olumlu katkı sağladığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,860$), dört ve üzeri firmanın boyasını satanlardan ($\bar{X}=3,060$) yüksek olmasıdır.
- İki firmanın boyasını satanların “işleyen vade yapısının satışlara olumlu katkı sağladığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,560$), dört ve üzeri firmanın boyasını satanlardan ($\bar{X}=3,060$) yüksek olmasıdır.
- Üç firmanın boyasını satanların “sektördeki işleyen vade yapısının satışlara olumlu katkı sağladığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,520$), dört ve üzeri firmanın boyasını satanlardan ($\bar{X}=3,060$) yüksek olmasıdır.

Katılanların kaç farklı firmanın boyasını satma durumuna göre “birden fazla firmanın boyasını satmak avantaj sağlamaktadır” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(3, 148)}=7,276$; $p=0,000<0.05$; $\eta^2=0,129$). Farkın nedeni;

- İki firmanın boyasını satanların “birden fazla firmanın boyasını satmak avantaj sağlamaktadır” puanlarının ($\bar{X}=3,780$), bir firmanın boyasını satanlardan ($\bar{X}=3,000$) yüksek olmasıdır.
- Üç firmanın boyasını satanların “birden fazla firmanın boyasını satmak avantaj sağlamaktadır” puanlarının ($\bar{X}=3,670$), bir firmanın boyasını satanlardan ($\bar{X}=3,000$) yüksek olmasıdır.
- Dört firmanın boyasını satanların “birden fazla firmanın boyasını satmak avantaj sağlamaktadır” puanlarının ($\bar{X}=4,190$), bir firmanın boyasını satanlardan ($\bar{X}=3,000$), iki firmanın boyasını satanlardan ($\bar{X}=3,780$) ve üç firmanın boyasını satanlardan ($\bar{X}=3,670$) yüksek olmasıdır.

Katılanların kaç farklı firmanın boyasını satma durumuna göre “boya satışı ile ilgili talepleri karşılamada yeterli olduğumuzu düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(3, 148)}=6,522$; $p=0,000<0.05$; $\eta^2=0,117$). Farkın nedeni;

- Bir firmanın boyasını satanların “boya satışı ile ilgili talepleri karşılamada yeterli olduğumuzu düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=4,430$), iki firmanın boyasını satanlardan ($\bar{X}=3,530$) üç firmanın boyasını satanlardan ($\bar{X}=3,900$) ve dört ve firmanın boyasını satanlardan ($\bar{X}=3,940$) yüksek olmasıdır.
- Üç firmanın boyasını satanların “boya satışı ile ilgili talepleri karşılamada yeterli olduğumuzu düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,900$), iki firmanın boyasını satanlardan ($\bar{X}=3,530$) yüksek olmasıdır.
- Dört ve üzeri firmanın boyasını satanların “boya satışı ile ilgili talepleri karşılamada yeterli olduğumuzu düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,940$), iki firmanın boyasını satanlardan ($\bar{X}=3,530$) yüksek olmasıdır.

Katılanların kaç farklı firmanın boyasını satma durumuna göre vadeli boya alış ve satışları ödemelerimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(3, 148)}=4,394$; $p=0,005<0.05$; $\eta^2=0,082$). Farkın nedeni;

kaç farklı şirket ile çalışıldığı 2 vadeli boya alış ve satışları ödemelerimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum puanlarının ($\bar{X}=3,470$), kaç farklı şirket ile çalışıldığı 4 ve üzeri vadeli boya alış ve satışları ödemelerimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum puanlarından ($\bar{X}=3,000$) yüksek olmasıdır.

Kaç farklı şirket ile çalışıldığı 3 vadeli boya alış ve satışları ödemelerimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum puanlarının ($\bar{X}=3,810$), kaç farklı şirket ile çalışıldığı 4 ve üzeri vadeli boya alış ve satışları ödemelerimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum puanlarından ($\bar{X}=3,000$) yüksek olmasıdır.

Katılanların kaç farklı firmanın boyasını satma durumuna göre “boya firmaları boyaların özellikleri ve uygulamaları ile ilgili yeterli bilgi vermektedirler” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(3, 148)}=3,290$; $p=0,022<0.05$; $\eta^2=0,063$). Farkın nedeni; bir firmanın boyasını satanların “boya firmaları boyaların özellikleri ve uygulamaları ile ilgili yeterli bilgi vermektedirler” puanlarının ($\bar{X}=4,000$), iki firmanın boyasını satanlardan ($\bar{X}=3,000$), üç firmanın boyasını satanlardan ($\bar{X}=3,290$) ve dört ve üzeri firmanın boyasını satanlardan ($\bar{X}=3,120$) yüksek olmasıdır.

Katılanların kaç farklı firmanın boyasını satma durumuna göre “çek ve senetle yapılan satışların işletmeleri risk altına soktuğunu düşünüyorum” puanları anlamlı

farklılık göstermektedir($F_{(3, 148)}=3,568$; $p=0,016<0.05$; $\eta^2=0,067$). Farkın nedeni; bir firmanın boyasını satanların “çek ve senetle yapılan satışların işletmeleri risk altına soktuğunu düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=4,710$), iki farklı firmanın boyasını satanlardan ($\bar{X}=3,910$), 3 farklı firmanın boyasını satanlardan ($\bar{X}=3,860$) ve dört ve üzeri firmanın boyasını satanlardan ($\bar{X}=4,120$) yüksek olmasıdır.

Katılanların kaç farklı firmanın boyasını satma durumuna göre “boya satışlarında vadeli ve peşin satışların karlılığı arasında önemli bir fark olmadığını düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(3, 148)}=6,279$; $p=0,000<0.05$; $\eta^2=0,113$). Farkın nedeni;

- İki firmanın boyasını satanların “boya satışlarında vadeli ve peşin satışların karlılığı arasında önemli bir fark olmadığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,410$), bir firmanın boyasını satanlardan ($\bar{X}=2,430$) yüksek olmasıdır.
- Üç farklı firmanın boyasını satanların “boya satışlarında vadeli ve peşin satışların karlılığı arasında önemli bir fark olmadığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,670$), bir firmanın boyasını satanlardan ($\bar{X}=2,430$) ve dört ve üzeri firmanın boyasını satanlardan ($\bar{X}=3,000$) yüksek olmasıdır.

Katılanların; “boya satışlarının karlılığından memnunum, satışlarında fiyatları daha uygun boyaları ön planda tutarak karlılığımı artırmaya çalışıyorum”, “marka bilinirliği yüksek boyaların daha fazla kazanç sağladığını düşünüyorum”, “sektördeki rekabet yapısının işleyişimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum”, “marka bilinirliği düşük boyaların daha fazla kazanç sağladığını düşünüyorum, boyaya olan talep diğer ürünlerin satışını da artırdığını düşünüyorum”, “kampanyalı satışların avantaj sağladığını düşünüyorum”, “sektördeki vadeli alış sisteminin vadeli satış sistemine yönelttiği görüşündeyim”, “sektörün işleyişinden memnunum, boya üreticilerine/toptancılarına vadesi gelen çek/senetlerimi öderken zorlanıyorum”, “boya üreticilerine/toptancılarına ödeme yapabilmek için kredi kullanmak zorunda kalıyorum”, “boya üretici ve toptancılarına olan borcumu ödemek için kullandığım kredileri ödemekte zorlanıyorum”, “vadeli yaptığım boya satışlarının tahsilatında zorlanıyorum, sattığımız boyaların fiyatlarının yüksek olduğu konusunda geri dönüşler alıyorum”, “boya satışı için eleman istihdam ediyoruz, boya satışlarının firmamıza ek maliyetler yüklediğini düşünüyorum”, “boya sektöründeki makineleşmenin (boyaların işyerindeki makinalarda hemen yapılabilmesi) satışlarımızı artırdığı görüşündeyim”, “üretici veya toptancılarımız hızlı bir şekilde

siparişlerimizi tedarik etmektedirler, boya firmalarının boyalarının özellikleri ve uygulamaları ile ilgili eğitim, seminer vb etkinlikleri yeteri düzeyde düzenlediklerini düşünüyorum”, “boya satışlarındaki vergi oranının yüksek olduğunu düşünüyorum, marka bilinirliği yüksek olan boya üreticilerinin karlılıklarını boya satan firmalara yansıtmadıklarını düşünüyorum”, “vadeli sistemde alınan çek ve senetlerin finans kurumlarında bozdurulması boya fiyatlarının artmasına neden olduğunu düşünüyorum”, “vadeli aldığım boyaları peşin satarak firmamın finansman gücünü yükseltmeye çalışıyorum”, “vadeli satışlardan ulaşan çek ve senetlerin Finans kurumlarına tahsilat için verilmesinin firmaların karlılığını olumsuz yönde etkilediğini düşünüyorum” puanları kaç farklı firmanın boyasını satma durumuna göre anlamlı farklılık göstermemektedir($p>0.05$).

Tablo 11

Katılımcıların Boya Satış Şekillerine Göre Boya Sektöründe Yaşanan Sorunların İşletmelerin Performanslarına Etkilerinin Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p	Fark
Boya Satışlarının Karlılığından Memnunum	1-Çek ve senetle	44	2,410	0,996	1,032	0,359	
	2-Kredi Kartı	22	2,450	0,912			
	3-Peşin	86	2,670	1,142			
Satışlarımda Kalitesi Yüksek Boyaları Ön Planda Tutarak Karlılığımı Artırmaya Çalışıyorum	1-Çek ve senetle	44	2,860	1,153	0,229	0,796	
	2-Kredi Kartı	22	3,000	1,234			
	3-Peşin	86	3,000	1,085			
Satışlarımda Fiyatları Daha Uygun Boyaları Ön Planda Tutarak Karlılığımı Artırmaya Çalışıyorum	1-Çek ve senetle	44	3,360	1,123	2,597	0,078	
	2-Kredi Kartı	22	2,730	1,162			
	3-Peşin	86	3,280	1,113			
Marka Bilinirliği Yüksek Boyaların Daha Fazla Kazanç Sağladığını Düşünüyorum	1-Çek ve senetle	44	2,050	1,033	5,202	0,007	2>1
	2-Kredi Kartı	22	3,000	1,512			2>3
	3-Peşin	86	2,280	1,092			
Sektördeki Rekabet Yapısının İşleyişimizi Olumsuz Etkilediğini Düşünüyorum	1-Çek ve senetle	44	4,000	0,915	8,722	0,000	1>2
	2-Kredi Kartı	22	3,090	1,109			3>2
	3-Peşin	86	3,880	0,788			
Marka Bilinirliği Düşük Boyaların Daha Fazla Kazanç Sağladığını Düşünüyorum	1-Çek ve senetle	44	4,180	0,995	7,632	0,001	1>2
	2-Kredi Kartı	22	3,180	1,220			1>3
	3-Peşin	86	3,650	0,991			
Boyaya Olan Talep Diğer Ürünlerin Satışını Da Artırdığını Düşünüyorum	1-Çek ve senetle	44	3,950	0,714	4,773	0,010	1>2
	2-Kredi Kartı	22	3,360	0,790			1>3
	3-Peşin	86	3,650	0,779			
Boya Satışları Firmamızın Gelirlerini Artırdığını Düşünüyorum	1-Çek ve senetle	44	3,680	0,829	2,818	0,063	
	2-Kredi Kartı	22	3,360	1,002			
	3-Peşin	86	3,790	0,635			
Kampanyalı Satışların Avantaj Sağladığını Düşünüyorum	1-Çek ve senetle	44	3,910	0,858	22,443	0,000	1>3
	2-Kredi Kartı	22	3,550	1,011			2>3
	3-Peşin	86	2,740	1,020			
Sektördeki Vadeli Alış Sisteminin Vadeli Satış Sistemine Yöneltiği Görüşündeyim	1-Çek ve senetle	44	3,910	1,137	0,701	0,498	
	2-Kredi Kartı	22	3,640	1,002			
	3-Peşin	86	3,790	0,705			
Peşin Aldığım Boyaları Vadeli Satmak İstemiyorum	1-Çek ve senetle	44	4,270	0,872	2,719	0,069	
	2-Kredi Kartı	22	3,820	0,958			
	3-Peşin	86	3,950	0,839			
Sektördeki İşleyen Vade Yapısının Satışlara Olumlu Katkı Sağladığını Düşünüyorum	1-Çek ve senetle	44	3,640	1,123	1,525	0,221	
	2-Kredi Kartı	22	3,640	0,902			
	3-Peşin	86	3,350	0,967			
Sektörün İşleyişinden Memnunum	1-Çek ve senetle	44	2,500	0,952	5,867	0,004	2>1
	2-Kredi Kartı	22	3,180	0,853			2>3
	3-Peşin	86	2,400	0,997			
Birden Fazla Firmanın Boyasını Satmak Avantaj Sağlamaktadır	1-Çek ve senetle	44	3,770	0,961	0,858	0,426	
	2-Kredi Kartı	22	3,550	1,101			

	3-Peşin	86	3,810	0,728				
Boya Üreticilerine/toptancılarına Vadesi Gelen Çek/senetlerimi Öderken Zorlanıyorum	1-Çek ve senetle	44	3,550	1,170	2,734	0,068		
	2-Kredi Kartı	22	3,450	1,101				
	3-Peşin	86	3,120	0,975				
Boya Üreticilerine/toptancılarına Ödeme Yapabilmek İçin Kredi Kullanmak Zorunda Kalıyorum	1-Çek ve senetle	44	3,270	1,264	6,135	0,003	1>3	
	2-Kredi Kartı	22	2,820	0,958				
	3-Peşin	86	2,580	0,976				
Boya Üretici Ve Toptancılarına Olan Borcumu Ödemek İçin Kullandığım Kredileri Ödemekte Zorlanıyorum	1-Çek ve senetle	44	3,360	1,080	8,548	0,000	1>3	
	2-Kredi Kartı	22	3,000	1,155				
	3-Peşin	86	2,580	0,976				
Vadeli Yaptığım Boya Satışlarının Tahsilatında Zorlanıyorum	1-Çek ve senetle	44	3,860	0,930	0,636	0,531		
	2-Kredi Kartı	22	3,640	1,177				
	3-Peşin	86	3,700	0,827				
Satışığımız Boyaların Fiyatlarının Yüksek Olduğu Konusunda Geri Dönüşler Alıyorum	1-Çek ve senetle	44	3,360	1,203	2,865	0,060		
	2-Kredi Kartı	22	3,550	1,011				
	3-Peşin	86	3,770	0,714				
Boya Satışı İçin Eleman İstihdam Ediyoruz	1-Çek ve senetle	44	3,820	0,896	14,406	0,000	1>2	
	2-Kredi Kartı	22	3,000	1,069				1>3
	3-Peşin	86	2,790	1,097				
Boya Satışı İle İlgili Talepleri Karşılama Yeterli Olduğumuzu Düşünüyorum	1-Çek ve senetle	44	3,950	0,645	4,400	0,014	1>2	
	2-Kredi Kartı	22	3,360	1,255				3>2
	3-Peşin	86	3,840	0,684				
Boya Satışlarının Firmamıza Ek Maliyetler Yüklediğini Düşünüyorum	1-Çek ve senetle	44	3,090	1,137	2,213	0,113		
	2-Kredi Kartı	22	2,730	1,241				
	3-Peşin	86	2,670	1,011				
Boya Sektöründeki Makineleşmenin (boyaların İşyerindeki Makinalarda Hemen Yapılabilmesi) Satışlarımızı Artırdığı Görüşündeyim	1-Çek ve senetle	44	4,450	0,589	8,129	0,000	1>3	
	2-Kredi Kartı	22	4,090	0,811				
	3-Peşin	86	3,910	0,777				
Üretici Veya Toptancılarımız Hızlı Bir Şekilde Siparişlerimizi Tedarik Etmektedirler	1-Çek ve senetle	44	3,950	0,834	2,025	0,136		
	2-Kredi Kartı	22	3,730	1,077				
	3-Peşin	86	3,630	0,841				
Vadeli Boya Alış Ve Satışları Ödemelerimizi Olumsuz Etkilediğini Düşünüyorum	1-Çek ve senetle	44	3,550	0,999	4,227	0,016	1>2	
	2-Kredi Kartı	22	2,910	1,342				3>2
	3-Peşin	86	3,560	0,820				
Boya Firmaları Boyaların Özellikleri Ve Uygulamaları İle İlgili Yeterli Bilgi Vermektedirler	1-Çek ve senetle	44	3,090	1,254	1,289	0,279		
	2-Kredi Kartı	22	3,550	0,912				
	3-Peşin	86	3,160	1,105				
Boya Firmalarının Boyalarının Özellikleri Ve Uygulamaları İle İlgili Eğitim, Seminer Vb Etkinlikleri Yeteri Düzeyde Düzenlediklerini Düşünüyorum	1-Çek ve senetle	44	2,500	1,089	2,475	0,088		
	2-Kredi Kartı	22	2,820	0,958				
	3-Peşin	86	2,300	0,959				
Boya Satışlarındaki Vergi Oranının Yüksek Olduğunu Düşünüyorum	1-Çek ve senetle	44	3,860	0,979	5,997	0,003	1>2	
	2-Kredi Kartı	22	3,270	0,985				1>3
	3-Peşin	86	3,260	0,972				
Marka Bilinirliği Yüksek Olan Boya Üreticilerinin Karlılıklarını Boya Satan Firmalara Yansıtmadıklarını Düşünüyorum	1-Çek ve senetle	44	3,950	0,987	4,665	0,011	1>2	
	2-Kredi Kartı	22	3,550	0,671				3>2
	3-Peşin	86	4,070	0,549				
Vadeli Sistemde Alınan Çek ve senetlerin Finans Kurumlarında Bozdurulması Boya Fiyatlarının Artmasına Neden Olduğunu Düşünüyorum	1-Çek ve senetle	44	3,910	0,960	0,713	0,492		
	2-Kredi Kartı	22	3,640	1,002				
	3-Peşin	86	3,770	0,863				
Çek ve senetle Yapılan Satışların İşletmeleri Risk Altına Soktuğunu Düşünüyorum	1-Çek ve senetle	44	4,270	0,924	2,525	0,083		
	2-Kredi Kartı	22	3,820	1,053				
	3-Peşin	86	3,930	0,905				
Boya Satışlarında Vadeli Ve Peşin Satışların Karlılığı Arasında Önemli Bir Fark Olmadığını Düşünüyorum	1-Çek ve senetle	44	3,050	1,238	2,403	0,094		
	2-Kredi Kartı	22	3,180	0,958				
	3-Peşin	86	3,470	1,002				
Vadeli Aldığım Boyaları Peşin Satarak Firmamın Finansman Gücünü Yükseltmeye Çalışıyorum	1-Çek ve senetle	44	3,000	1,057	15,873	0,000	2>1	
	2-Kredi Kartı	22	3,910	0,811				1>3
	3-Peşin	86	2,600	0,974				2>3
Vadeli Satışlardan Ulaşan Çek ve senetlerin Finans Kurumlarına Tahsilat İçin Verilmesinin Firmaların Karlılığını Olumsuz Yönde Etkilediğini Düşünüyorum	1-Çek ve senetle	44	3,950	0,939	6,069	0,003	1>2	
	2-Kredi Kartı	22	3,270	1,077				3>2
	3-Peşin	86	3,980	0,767				

Katılanların satış şekline göre “marka bilinirliği yüksek boyaların daha fazla kazanç sağladığını düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir(F₂,

$_{149})=5,202$; $p=0,007<0.05$; $\eta^2=0,065$). Farkın nedeni; satış şekli kredi kartı olanların “marka bilinirliği yüksek boyaların daha fazla kazanç sağladığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,000$), satış şekli çek ve senetle olanlardan ($\bar{X}=2,050$) ve peşin olanlardan ($\bar{X}=2,280$) yüksek olmasıdır.

Katılanların satış şekline göre “sektördeki rekabet yapısının işleyişimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=8,722$; $p=0,000<0.05$; $\eta^2=0,105$). Farkın nedeni;

- Satış şekli çek ve senetle olanların “sektördeki rekabet yapısının işleyişimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=4,000$), satış şekli kredi kartı olanlardan ($\bar{X}=3,090$) yüksek olmasıdır.
- Satış şekli peşin olanların “sektördeki rekabet yapısının işleyişimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,880$), satış şekli kredi kartı olanlardan ($\bar{X}=3,090$) yüksek olmasıdır.

Katılanların satış şekline göre “marka bilinirliği düşük boyaların daha fazla kazanç sağladığını düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=7,632$; $p=0,001<0.05$; $\eta^2=0,093$). Farkın nedeni; satış şekli çek ve senetle olanların “marka bilinirliği düşük boyaların daha fazla kazanç sağladığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=4,180$), satış şekli kredi kartı olanlardan ($\bar{X}=3,180$) ve peşin olanlardan ($\bar{X}=3,650$) yüksek olmasıdır.

Katılanların satış şekline göre “boyaya olan talep diğer ürünlerin satışını da artırdığını düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=4,773$; $p=0,010<0.05$; $\eta^2=0,060$). Farkın nedeni; satış şekli çek ve senetle olanların “boyaya olan talep diğer ürünlerin satışını da artırdığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,950$), satış şekli kredi kartı olanlardan ($\bar{X}=3,360$) ve peşin olanlardan ($\bar{X}=3,650$) yüksek olmasıdır.

Katılanların satış şekline göre “kampanyalı satışların avantaj sağladığını düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=22,443$; $p=0,000<0.05$; $\eta^2=0,232$). Farkın nedeni;

- Satış şekli çek ve senetle olanların “kampanyalı satışların avantaj sağladığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,910$), satış şekli peşin olanlardan ($\bar{X}=2,740$) yüksek olmasıdır.

- Satış şekli “kredi kartı kampanyalı satışların avantaj sağladığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,550$), satış şekli peşin olanlardan ($\bar{X}=2,740$) yüksek olmasıdır.

Katılanların satış şekline göre “sektörün işleyişinden memnunum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=5,867$; $p=0,004<0.05$; $\eta^2=0,073$). Farkın nedeni; satış şekli kredi kartı olanların “sektörün işleyişinden memnunum” puanlarının ($\bar{X}=3,180$), satış şekli çek ve senetle olanlardan ($\bar{X}=2,500$) ve peşin olanlardan ($\bar{X}=2,400$) yüksek olmasıdır.

Katılanların satış şekline göre “boya üreticilerine/toptancılarına ödeme yapabilmek için kredi kullanmak zorunda kalıyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=6,135$; $p=0,003<0.05$; $\eta^2=0,076$). Farkın nedeni; satış şekli çek ve senetle olanların “boya üreticilerine/toptancılarına ödeme yapabilmek için kredi kullanmak zorunda kalıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,270$), satış şekli peşin olanlardan ($\bar{X}=2,580$) yüksek olmasıdır.

Katılanların satış şekline göre “boya üretici ve toptancılarına olan borcumu ödemek için kullandığım kredileri ödemekte zorlanıyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=8,548$; $p=0,000<0.05$; $\eta^2=0,103$). Farkın nedeni; satış şekli çek ve senetle olanların “boya üretici ve toptancılarına olan borcumu ödemek için kullandığım kredileri ödemekte zorlanıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,360$), satış şekli peşin olanlardan ($\bar{X}=2,580$) yüksek olmasıdır.

Katılanların satış şekline göre “boya satışı için eleman istihdam ediyoruz” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=14,406$; $p=0,000<0.05$; $\eta^2=0,162$). Farkın nedeni; satış şekli çek ve senetle olanların “boya satışı için eleman istihdam ediyoruz” puanlarının ($\bar{X}=3,820$), satış şekli kredi kartı olanlardan ($\bar{X}=3,000$) ve peşin olanlardan ($\bar{X}=2,790$) yüksek olmasıdır.

Katılanların satış şekline göre “boya satışı ile ilgili talepleri karşılamada yeterli olduğumuzu düşünüyorum puanları anlamlı farklılık göstermektedir”(F_(2, 149)=4,400; p=0,014<0.05; η²=0,056). Farkın nedeni;

- Satış şekli çek ve senetle olanların “boya satışı ile ilgili talepleri karşılamada yeterli olduğumuzu düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,950$), satış şekli kredi kartı olanlardan ($\bar{X}=3,360$) yüksek olmasıdır.

- Satış şekli peşin olanların “boya satışı ile ilgili talepleri karşılamada yeterli olduğumuzu düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,840$), satış şekli kredi kartı olanlardan ($\bar{X}=3,360$) yüksek olmasıdır.

Katılanların satış şekline göre “boya sektöründeki makineleşmenin (boyaların işyerindeki makinalarda hemen yapılabilmesi) satışlarımızı artırdığı görüşündeyim” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=8,129$; $p=0,000<0.05$; $\eta^2=0,098$). Farkın nedeni; satış şekli çek ve senetle olanların “boya sektöründeki makineleşmenin (boyaların işyerindeki makinalarda hemen yapılabilmesi) satışlarımızı artırdığı görüşündeyim” puanlarının ($\bar{X}=4,450$), satış şekli peşin olanlardan ($\bar{X}=3,910$) yüksek olmasıdır.

Katılanların satış şekline göre “vadeli boya alış ve satışları ödemelerimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=4,227$; $p=0,016<0.05$; $\eta^2=0,054$). Farkın nedeni;

- Satış şekli çek ve senetle olanların “vadeli boya alış ve satışları ödemelerimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,550$), satış şekli kredi kartı olanlardan ($\bar{X}=2,910$) yüksek olmasıdır.
- Satış şekli peşin olanların “vadeli boya alış ve satışları ödemelerimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,560$), satış şekli kredi kartı olanlardan ($\bar{X}=2,910$) yüksek olmasıdır.

Katılanların satış şekline göre “boya satışlarındaki vergi oranının yüksek olduğunu düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=5,997$; $p=0,003<0.05$; $\eta^2=0,075$). Farkın nedeni; satış şekli çek ve senetle olanların “boya satışlarındaki vergi oranının yüksek olduğunu düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,860$), satış şekli kredi kartı olanlardan ($\bar{X}=3,270$) ve peşin olanlardan ($\bar{X}=3,260$) yüksek olmasıdır.

Katılanların satış şekline göre “marka bilinirliği yüksek olan boya üreticilerinin karlılıklarını boya satan firmalara yansıtmadıklarını düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=4,665$; $p=0,011<0.05$; $\eta^2=0,059$). Farkın nedeni;

- Satış şekli çek ve senetle olanların “marka bilinirliği yüksek olan boya üreticilerinin karlılıklarını boya satan firmalara yansıtmadıklarını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,950$), satış şekli kredi olanlardan ($\bar{X}=3,550$) yüksek olmasıdır.

- Satış şekli peşin olanların “marka bilinirliği yüksek olan boya üreticilerinin karlılıklarını boya satan firmalara yansıtmadıklarını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=4,070$), satış şekli kredi kartı olanlardan ($\bar{X}=3,550$) yüksek olmasıdır.

Katılanların satış şekline göre “vadeli aldığım boyaları peşin satarak firmamın finansman gücünü yükseltmeye çalışıyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=15,873$; $p=0,000<0.05$; $\eta^2=0,176$). Farkın nedeni;

- Satış şekli kredi kartı olanların “vadeli aldığım boyaları peşin satarak firmamın finansman gücünü yükseltmeye çalışıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,910$), satış şekli çek ve senetle olanlardan ($\bar{X}=3,000$) ve peşin olanlardan ($\bar{X}=2,600$) yüksek olmasıdır.
- Satış şekli çek ve senetle olanların “vadeli aldığım boyaları peşin satarak firmamın finansman gücünü yükseltmeye çalışıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,000$), satış şekli peşin olanlardan ($\bar{X}=2,600$) yüksek olmasıdır.

Katılanların satış şekline göre vadeli satışlardan ulaşan çek ve senetlerin Finans kurumlarına tahsilat için verilmesinin firmaların karlılığını olumsuz yönde etkilediğini düşünüyorum puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=6,069$; $p=0,003<0.05$; $\eta^2=0,075$). Farkın nedeni;

- Satış şekli çek ve senetle olanların “vadeli satışlardan ulaşan çek ve senetlerin finans kurumlarına tahsilat için verilmesinin firmaların karlılığını olumsuz yönde etkilediğini düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,950$), satış şekli kredi kartı olanlardan ($\bar{X}=3,270$) yüksek olmasıdır.
- Satış şekli peşin olanların “vadeli satışlardan ulaşan çek ve senetlerin Finans kurumlarına tahsilat için verilmesinin firmaların karlılığını olumsuz yönde etkilediğini düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,980$), satış şekli kredi kartı olanlardan ($\bar{X}=3,270$) yüksek olmasıdır.

Katılanların; “boya satışlarının karlılığından memnunum”, “satışlarımda kalitesi yüksek boyaları ön planda tutarak karlılığımı artırmaya çalışıyorum”, “satışlarımda fiyatları daha uygun boyaları ön planda tutarak karlılığımı artırmaya çalışıyorum”, “boya satışları firmamızın gelirlerini artırdığını düşünüyorum”, “sektördeki vadeli alış sisteminin vadeli satış sistemine yönelttiği görüşündeyim”, “peşin aldığım boyaları vadeli satmak istemiyorum”, “sektördeki işleyen vade yapısının satışlara olumlu katkı sağladığını düşünüyorum, birden fazla firmanın

boyasını satmak avantaj sağlamaktadır”, “boya üreticilerine/toptancılarına vadesi gelen çek/senetlerimi öderken zorlanıyorum, vadeli yaptığım boya satışlarının tahsilatında zorlanıyorum”, “sattığımız boyaların fiyatlarının yüksek olduğu konusunda geri dönüşler alıyorum”, “boya satışlarının firmamıza ek maliyetler yüklediğini düşünüyorum, üretici veya toptancılarımız hızlı bir şekilde siparişlerimizi tedarik etmektedirler”, “boya firmaları boyaların özellikleri ve uygulamaları ile ilgili yeterli bilgi vermektedirler”, “boya firmalarının boyalarının özellikleri ve uygulamaları ile ilgili eğitim, seminer vb etkinlikleri yeteri düzeyde düzenlediklerini düşünüyorum”, “vadeli sistemde alınan çek ve senetlerin finans kurumlarında bozdurulması boya fiyatlarının artmasına neden olduğunu düşünüyorum”, “çek ve senetle yapılan satışların işletmeleri risk altına soktuğunu düşünüyorum, boya satışlarında vadeli ve peşin satışların karlılığı arasında önemli bir fark olmadığını düşünüyorum” puanları satış şekline göre anlamlı farklılık göstermemektedir(p>0.05).

Tablo 12

Katılımcıların Boya Alım Şekillerine Göre Boya Sektöründe Yaşanan Sorunların İşletmelerin Performanslarına Etkilerinin Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	t	sd	p
Boya Satışlarının Karlılığından Memnunum	Çek ve senetle	122	2,590	1,050	0,564	150	0,573
	Peşin	30	2,470	1,167			
Satışlarımda Kalitesi Yüksek Boyaları Ön Planda Tutarak Karlılığımı Artırmaya Çalışıyorum	Çek ve senetle	122	3,070	1,089	2,365	150	0,019
	Peşin	30	2,530	1,167			
Satışlarımda Fiyatları Daha Uygun Boyaları Ön Planda Tutarak Karlılığımı Artırmaya Çalışıyorum	Çek ve senetle	122	3,160	1,078	-1,312	150	0,191
	Peşin	30	3,470	1,332			
Marka Bilinirliği Yüksek Boyaların Daha Fazla Kazanç Sağladığını Düşünüyorum	Çek ve senetle	122	2,260	1,119	-1,132	150	0,325
	Peşin	30	2,530	1,383			
Sektördeki Rekabet Yapısının İşleyişimizi Olumsuz Etkilediğini Düşünüyorum	Çek ve senetle	122	3,920	0,778	3,210	150	0,021
	Peşin	30	3,330	1,269			
Marka Bilinirliği Düşük Boyaların Daha Fazla Kazanç Sağladığını Düşünüyorum	Çek ve senetle	122	3,790	0,981	1,162	150	0,350
	Peşin	30	3,530	1,383			
Boyaya Olan Talep Diğer Ürünlerin Satışını Da Artırdığını Düşünüyorum	Çek ve senetle	122	3,690	0,804	-0,281	150	0,779
	Peşin	30	3,730	0,691			
Boya Satışları Firmamızın Gelirlerini Artırdığını Düşünüyorum	Çek ve senetle	122	3,700	0,757	0,245	150	0,807
	Peşin	30	3,670	0,802			
Kampanyalı Satışların Avantaj Sağladığını Düşünüyorum	Çek ve senetle	122	3,130	1,068	-1,497	150	0,136
	Peşin	30	3,470	1,224			
Sektördeki Vadeli Alış Sisteminin Vadeli Satış Sistemine Yönelttiği Görüşümdedir	Çek ve senetle	122	3,900	0,807	2,823	150	0,025
	Peşin	30	3,400	1,102			
Peşin Aldığım Boyaları Vadeli Satmak İstemiyorum	Çek ve senetle	122	4,050	0,759	0,648	150	0,632
	Peşin	30	3,930	1,258			
Sektördeki İşleyen Wade Yapısının Satışlara Olumlu Katkı Sağladığını Düşünüyorum	Çek ve senetle	122	3,570	0,935	2,508	150	0,037
	Peşin	30	3,070	1,202			

Sektörün İşleyişinden Memnunum	Çek ve senetle	122	2,510	0,920	-0,780	150	0,524
	Peşin	30	2,670	1,269			
Birden Fazla Firmanın Boyasını Satmak Avantaj Sağlamaktadır	Çek ve senetle	122	3,790	0,835	0,685	150	0,494
	Peşin	30	3,670	0,959			
Boya Üreticilerine/toptancılarına Vadesi Gelen Çek/senetlerimi Öderken Zorlanıyorum	Çek ve senetle	122	3,430	0,987	3,295	150	0,001
	Peşin	30	2,730	1,202			
Boya Üreticilerine/toptancılarına Ödeme Yapabilmek İçin Kredi Kullanmak Zorunda Kalıyorum	Çek ve senetle	122	2,850	1,026	0,828	150	0,491
	Peşin	30	2,670	1,373			
Boya Üretici Ve Toptancılarına Olan Borcumu Ödemek İçin Kullandığım Kredileri Ödemekte Zorlanıyorum	Çek ve senetle	122	2,900	1,024	0,761	150	0,516
	Peşin	30	2,730	1,311			
Vadeli Yaptığım Boya Satışlarının Tahsilatında Zorlanıyorum	Çek ve senetle	122	3,700	0,859	-0,870	150	0,386
	Peşin	30	3,870	1,106			
Sattığımız Boyaların Fiyatlarının Yüksek Olduğu Konusunda Geri Dönüşler Alıyorum	Çek ve senetle	122	3,720	0,795	2,799	150	0,043
	Peşin	30	3,200	1,297			
Boya Satışı İçin Eleman İstihdam Ediyoruz	Çek ve senetle	122	3,110	1,122	-0,081	150	0,936
	Peşin	30	3,130	1,167			
Boya Satışı İle İlgili Talepleri Karşılama Yeterli Olduğumuzu Düşünüyorum	Çek ve senetle	122	3,840	0,731	1,042	150	0,400
	Peşin	30	3,670	1,028			
Boya Satışlarının Firmamıza Ek Maliyetler Yüklediğini Düşünüyorum	Çek ve senetle	122	2,700	1,002	-2,254	150	0,067
	Peşin	30	3,200	1,349			
Boya Sektöründeki Makineleşmenin (boyaların İşyerindeki Makinalarda Hemen Yapılabilmesi) Satışlarımızı Artırdığı Görüşündeyim	Çek ve senetle	122	4,110	0,658	0,734	150	0,592
	Peşin	30	4,000	1,114			
Üretici Veya Toptancılarımız Hızlı Bir Şekilde Siparişlerimizi Tedarik Etmektedirler	Çek ve senetle	122	3,790	0,815	1,415	150	0,246
	Peşin	30	3,530	1,106			
Vadeli Boya Alış Ve Satışları Ödemelerimizi Olumsuz Etkilediğini Düşünüyorum	Çek ve senetle	122	3,430	0,970	-0,867	150	0,387
	Peşin	30	3,600	1,037			
Boya Firmaları Boyaların Özellikleri Ve Uygulamaları İle İlgili Yeterli Bilgi Vermektedirler	Çek ve senetle	122	3,330	1,071	2,949	150	0,004
	Peşin	30	2,670	1,213			
Boya Firmalarının Boyalarının Özellikleri Ve Uygulamaları İle İlgili Eğitim, Seminer Vb Etkinlikleri Yeteri Düzeyde Düzenlediklerini Düşünüyorum	Çek ve senetle	122	2,380	0,930	-1,415	150	0,247
	Peşin	30	2,670	1,269			
Boya Satışlarındaki Vergi Oranının Yüksek Olduğunu Düşünüyorum	Çek ve senetle	122	3,460	1,005	0,611	150	0,542
	Peşin	30	3,330	1,028			
Marka Bilinirliği Yüksek Olan Boya Üreticilerinin Karlılıklarını Boya Satan Firmalara Yansıtmadıklarını Düşünüyorum	Çek ve senetle	122	3,970	0,771	0,225	150	0,822
	Peşin	30	3,930	0,583			
Vadeli Sistemde Alınan Çek ve senetlerin Finans Kurumlarında Bozdurulması Boya Fiyatlarının Artmasına Neden Olduğunu Düşünüyorum	Çek ve senetle	122	3,890	0,835	2,667	150	0,030
	Peşin	30	3,400	1,102			
Çek ve senetle Yapılan Satışların İşletmeleri Risk Altına Soktuğunu Düşünüyorum	Çek ve senetle	122	3,930	0,942	-2,101	150	0,037
	Peşin	30	4,330	0,884			
Boya Satışlarında Vadeli Ve Peşin Satışların Karlılığı Arasında Önemli Bir Fark Olmadığını Düşünüyorum	Çek ve senetle	122	3,410	1,066	2,511	150	0,013
	Peşin	30	2,870	1,042			
Vadeli Aldığım Boyaları Peşin Satarak Firmamın Finansman Gücünü Yükseltmeye Çalışıyorum	Çek ve senetle	122	2,890	1,046	-0,525	150	0,600
	Peşin	30	3,000	1,174			

Vadeli Satışlardan Ulaşan Çek ve senetlerin Finans Kurumlarına Tahsilat İçin Verilmesinin Firmaların Karlılığını Olumsuz Yönde Etkilediğini Düşünüyorum	Çek ve senetle Peşin	122 30	3,850 3,930	0,976 0,450	-0,441	150	0,504
---	----------------------	-----------	----------------	----------------	--------	-----	-------

Katılanların alım şekline göre “satışlarımda kalitesi yüksek boyaları ön planda tutarak karlılığımı artırmaya çalışıyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($t_{(150)}=2.365$; $p=0.019<0.05$). Alım şekli çek ve senetle olanların “satışlarımda kalitesi yüksek boyaları ön planda tutarak karlılığımı artırmaya çalışıyorum” puanları ($\bar{X}=3,070$), alım şekli peşin olanlardan ($\bar{X}=2,530$) yüksek bulunmuştur.

Katılanların alım şekline göre “sektördeki rekabet yapısının işleyişimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($t_{(150)}=3.210$; $p=0.021<0.05$). Alım şekli çek ve senetle olanların “sektördeki rekabet yapısının işleyişimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum” puanları ($\bar{X}=3,920$), alım şekli peşin olanlardan ($\bar{X}=3,330$) yüksek bulunmuştur.

Katılanların alım şekline göre “sektördeki vadeli alış sisteminin vadeli satış sistemine yönelttiği görüşündeyim” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($t_{(150)}=2.823$; $p=0.025<0.05$). Alım şekli çek ve senetle olanların “sektördeki vadeli alış sisteminin vadeli satış sistemine yönelttiği görüşündeyim” puanları ($\bar{X}=3,900$), alım şekli peşin olanlardan ($\bar{X}=3,400$) yüksek bulunmuştur.

Katılanların alım şekline göre “sektördeki işleyen vade yapısının satışlara olumlu katkı sağladığını düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($t_{(150)}=2.508$; $p=0.037<0.05$). Alım şekli çek ve senetle olanların “sektördeki işleyen vade yapısının satışlara olumlu katkı sağladığını düşünüyorum” puanları ($\bar{X}=3,570$), alım şekli peşin olanlardan ($\bar{X}=3,070$) yüksek bulunmuştur.

Katılanların alım şekline göre “boya üreticilerine/toptancılarına vadesi gelen çek/senetlerimi öderken zorlanıyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($t_{(150)}=3.295$; $p=0.001<0.05$). Alım şekli çek ve senetle olanların “boya üreticilerine/toptancılarına vadesi gelen çek/senetlerimi öderken zorlanıyorum” puanları ($\bar{X}=3,430$), alım şekli peşin olanlardan ($\bar{X}=2,730$) yüksek bulunmuştur.

Katılanların alım şekline göre “sattığımız boyaların fiyatlarının yüksek olduğu konusunda geri dönüşler alıyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($t_{(150)}=2.799$; $p=0.043<0.05$). Alım şekli çek ve senetle olanların

“sattığımız boyaların fiyatlarının yüksek olduğu konusunda geri dönüşler alıyorum” puanları ($\bar{X}=3,720$), alım şekli peşin olanlardan ($\bar{X}=3,200$) yüksek bulunmuştur.

Katılanların alım şekline göre “boya firmaları boyaların özellikleri ve uygulamaları ile ilgili yeterli bilgi vermektedirler puanları anlamlı farklılık göstermektedir($t_{(150)}=2.949$; $p=0.004<0.05$). Alım şekli çek ve senetle olanların “boya firmaları boyaların özellikleri ve uygulamaları ile ilgili yeterli bilgi vermektedirler” puanları ($\bar{X}=3,330$), alım şekli peşin olanlardan ($\bar{X}=2,670$) yüksek bulunmuştur.

Katılanların alım şekline göre “vadeli sistemde alınan çek ve senetlerin finans kurumlarında bozdurulması boya fiyatlarının artmasına neden olduğunu düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($t_{(150)}=2.667$; $p=0.030<0.05$). Alım şekli çek ve senetle olanların “vadeli sistemde alınan çek ve senetlerin finans kurumlarında bozdurulması boya fiyatlarının artmasına neden olduğunu düşünüyorum” puanları ($\bar{X}=3,890$), alım şekli peşin olanlardan ($\bar{X}=3,400$) yüksek bulunmuştur.

Katılanların alım şekline göre “çek ve senetle yapılan satışların işletmeleri risk altına soktuğunu düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($t_{(150)}=-2.101$; $p=0.037<0.05$). Alım şekli peşin olanların “çek ve senetle yapılan satışların işletmeleri risk altına soktuğunu düşünüyorum” puanları ($\bar{X}=4,330$), alım şekli çek ve senetle olanlardan ($\bar{X}=3,930$) yüksek bulunmuştur.

Katılanların alım şekline göre “boya satışlarında vadeli ve peşin satışların karlılığı arasında önemli bir fark olmadığını düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($t_{(150)}=2.511$; $p=0.013<0.05$). Alım şekli çek ve senetle olanların “boya satışlarında vadeli ve peşin satışların karlılığı arasında önemli bir fark olmadığını düşünüyorum” puanları ($\bar{X}=3,410$), alım şekli peşin olanlardan ($\bar{X}=2,870$) yüksek bulunmuştur.

Katılanların; “boya satışlarının karlılığından memnunum”, “satışlarımda fiyatları daha uygun boyaları ön planda tutarak karlılığımı artırmaya çalışıyorum”, “marka bilinirliği yüksek boyaların daha fazla kazanç sağladığını düşünüyorum”, “marka bilinirliği düşük boyaların daha fazla kazanç sağladığını düşünüyorum”, “boyaya olan talep diğer ürünlerin satışını da artırdığını düşünüyorum”, “boya satışları firmamızın gelirlerini artırdığını düşünüyorum, kampanyalı satışların avantaj sağladığını düşünüyorum”, “peşin aldığım boyaları vadeli satmak istemiyorum, sektörün işleyişinden memnunum”, “birden fazla firmanın boyasını satmak avantaj sağlamaktadır”, “boya üreticilerine/toptancılarına ödeme yapabilmek için kredi

kullanmak zorunda kalıyorum, boya üretici ve toptancılarına olan borcumu ödemek için kullandığım kredileri ödemekte zorlanıyorum”, “vadeli yaptığım boya satışlarının tahsilatında zorlanıyorum”, “boya satışı için eleman istihdam ediyoruz”, “boya satışı ile ilgili talepleri karşılamada yeterli olduğumuzu düşünüyorum”, “boya satışlarının firmamıza ek maliyetler yüklediğini düşünüyorum”, “boya sektöründeki makineleşmenin (boyaların işyerindeki makinalarda hemen yapılabilmesi) satışlarımızı artırdığı görüşündeyim”, “üretici veya toptancılarımız hızlı bir şekilde siparişlerimizi tedarik etmektedirler”, “vadeli boya alış ve satışları ödemelerimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum”, “boya firmalarının boyalarının özellikleri ve uygulamaları ile ilgili eğitim, seminer vb etkinlikleri yeteri düzeyde düzenlediklerini düşünüyorum”, “boya satışlarındaki vergi oranının yüksek olduğunu düşünüyorum”, “marka bilinirliği yüksek olan boya üreticilerinin karlılıklarını boya satan firmalara yansıtmadıklarını düşünüyorum”, “vadeli aldığım boyaları peşin satarak firmamın finansman gücünü yükseltmeye çalışıyorum”, “vadeli satışlardan ulaşan çek ve senetlerin finans kurumlarına tahsilat için verilmesinin firmaların karlılığını olumsuz yönde etkilediğini düşünüyorum” puanları alım şekline göre anlamlı farklılık göstermemektedir($p>0,05$).

Tablo 13

Katılımcıların Faktoring Firmalarıyla Çalışma Durumlarına Göre Boya Sektöründe Yaşanan Sorunların İşletmelerin Performanslarına Etkilerinin Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	t	sd	p
Boya Satışlarının Karlılığından Memnunum	Evet	20	2,200	1,005	-	150	0,095
	Hayır	132	2,620	1,074	1,648		
Satışlarımda Kalitesi Yüksek Boyaları Ön Planda Tutarak Karlılığımı Artırmaya Çalışıyorum	Evet	20	2,900	0,852	-	150	0,749
	Hayır	132	2,970	1,159	0,258		
Satışlarımda Fiyatları Daha Uygun Boyaları Ön Planda Tutarak Karlılığımı Artırmaya Çalışıyorum	Evet	20	3,900	0,553	2,932	150	0,000
	Hayır	132	3,120	1,166			
Marka Bilinirliği Yüksek Boyaların Daha Fazla Kazanç Sağladığını Düşünüyorum	Evet	20	2,400	1,142	0,343	150	0,732
	Hayır	132	2,300	1,185			
Sektördeki Rekabet Yapısının İşleyişimizi Olumsuz Etkilediğini Düşünüyorum	Evet	20	4,200	0,410	2,094	150	0,001
	Hayır	132	3,740	0,962			
Marka Bilinirliği Düşük Boyaların Daha Fazla Kazanç Sağladığını Düşünüyorum	Evet	20	4,000	0,795	1,180	150	0,144
	Hayır	132	3,700	1,105			
Boyaya Olan Talep Diğer Ürünlerin Satışını Da Artırdığını Düşünüyorum	Evet	20	4,000	0,459	1,875	150	0,008
	Hayır	132	3,650	0,810			
Boya Satışları Firmamızın Gelirlerini Artırdığımı Düşünüyorum	Evet	20	3,400	0,821	-	150	0,061
	Hayır	132	3,740	0,748	1,884		
Kampanyalı Satışların Avantaj Sağladığımı Düşünüyorum	Evet	20	3,100	0,852	-	150	0,606
	Hayır	132	3,210	1,139	0,422		
Sektördeki Vadeli Alış Sisteminin Vadeli Satış Sistemine Yöneltiği Görüşündeyim	Evet	20	4,300	0,470	2,733	150	0,007
	Hayır	132	3,730	0,917			
Peşin Aldığım Boyaları Vadeli Satmak İstemiyorum	Evet	20	4,200	0,410	0,951	150	0,343
	Hayır	132	4,000	0,925			

Sektördeki İşleyen Vade Yapısının Satışlara Olumlu Katkı Sağladığını Düşünüyorum	Evet	20	3,100	1,071	-	150	0,076
	Hayır	132	3,530	0,992	1,789		
Sektörün İşleyişinden Memnunum	Evet	20	2,000	0,459	-	150	0,000
	Hayır	132	2,620	1,030	2,651		
Birden Fazla Firmanın Boyasını Satmak Avantaj Sağlamaktadır	Evet	20	4,100	0,308	1,898	150	0,000
	Hayır	132	3,710	0,904			
Boya Üreticilerine/toptancılarına Vadesi Gelen Çek/senetlerimi Öderken Zorlanıyorum	Evet	20	4,000	0,918	3,305	150	0,001
	Hayır	132	3,180	1,047			
Boya Üreticilerine/toptancılarına Ödeme Yapabilmek İçin Kredi Kullanmak Zorunda Kalıyorum	Evet	20	4,000	0,795	5,673	150	0,000
	Hayır	132	2,640	1,028			
Boya Üretici Ve Toptancılarına Olan Borcumu Ödemek İçin Kullandığım Kredileri Ödemekte Zorlanıyorum	Evet	20	3,900	0,852	4,904	150	0,000
	Hayır	132	2,710	1,030			
Vadeli Yaptığım Boya Satışlarının Tahsilatında Zorlanıyorum	Evet	20	3,600	0,940	-	150	0,473
	Hayır	132	3,760	0,909	0,719		
Sattığımız Boyaların Fiyatlarının Yüksek Olduğu Konusunda Geri Dönüşler Alıyorum	Evet	20	3,700	0,801	0,418	150	0,677
	Hayır	132	3,610	0,955			
Boya Satışı İçin Eleman İstihdam Ediyoruz	Evet	20	3,700	1,031	2,519	150	0,013
	Hayır	132	3,030	1,118			
Boya Satışı İle İlgili Talepleri Karşılama Yeterli Olduğumuzu Düşünüyorum	Evet	20	4,100	0,308	1,802	150	0,001
	Hayır	132	3,760	0,839			
Boya Satışlarının Firmamıza Ek Maliyetler Yüklediğini Düşünüyorum	Evet	20	3,200	1,105	1,758	150	0,081
	Hayır	132	2,740	1,082			
Boya Sektöründeki Makineleşmenin (boyaların İşyerindeki Makinalarda Hemen Yapılabilmesi) Satışlarımızı Artırdığı Görüşündeyim	Evet	20	4,100	0,308	0,049	150	0,927
	Hayır	132	4,090	0,815			
Üretici Veya Toptancılarımız Hızlı Bir Şekilde Siparişlerimizi Tedarik Etmektedirler	Evet	20	4,000	0,459	1,437	150	0,024
	Hayır	132	3,700	0,924			
Vadeli Boya Alış Ve Satışları Ödemelerimizi Olumsuz Etkilediğini Düşünüyorum	Evet	20	4,100	0,308	3,219	150	0,000
	Hayır	132	3,360	1,013			
Boya Firmaları Boyaların Özellikleri Ve Uygulamaları İle İlgili Yeterli Bilgi Vermektedirler	Evet	20	2,800	1,281	-	150	0,091
	Hayır	132	3,260	1,096	1,701		
Boya Firmalarının Boyalarının Özellikleri Ve Uygulamaları İle İlgili Eğitim, Seminer Vb Etkinlikleri Yeteri Düzeyde Düzenlediklerini Düşünüyorum	Evet	20	2,000	0,795	-	150	0,018
	Hayır	132	2,500	1,023	2,091		
Boya Satışlarındaki Vergi Oranının Yüksek Olduğunu Düşünüyorum	Evet	20	3,700	0,801	1,268	150	0,207
	Hayır	132	3,390	1,032			
Marka Bilinirliği Yüksek Olan Boya Üreticilerinin Karlılıklarını Boya Satan Firmalara Yansıtmadıklarını Düşünüyorum	Evet	20	3,900	1,071	-	150	0,694
	Hayır	132	3,970	0,676	0,394		
Vadeli Sistemde Alınan Çek ve senetlerin Finans Kurumlarında Bozdurulması Boya Fiyatlarının Artmasına Neden Olduğunu Düşünüyorum	Evet	20	4,300	0,470	2,748	150	0,000
	Hayır	132	3,710	0,937			
Çek ve senetle Yapılan Satışların İşletmeleri Risk Altına Soktuğunu Düşünüyorum	Evet	20	4,400	0,503	1,990	150	0,048
	Hayır	132	3,950	0,980			
Boya Satışlarında Vadeli Ve Peşin Satışların Karlılığı Arasında Önemli Bir Fark Olmadığını Düşünüyorum	Evet	20	3,700	0,923	1,779	150	0,054
	Hayır	132	3,240	1,092			
Vadeli Aldığım Boyaları Peşin Satarak Firmamın Finansman Gücünü Yükseltmeye Çalışıyorum	Evet	20	3,000	0,918	0,412	150	0,681
	Hayır	132	2,890	1,093			
Vadeli Satışlardan Ulaşan Çek ve senetlerin Finans Kurumlarına Tahsilat İçin Verilmesinin Firmaların Karlılığını Olumsuz Yönde Etkilediğini Düşünüyorum	Evet	20	4,300	0,470	2,344	150	0,020
	Hayır	132	3,800	0,928			

Katılanların faktoring firmalarıyla çalışma durumuna göre “satışlarımda fiyatları daha uygun boyaları ön planda tutarak karlılığımı artırmaya çalışıyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($t_{(150)}=2.932$; $p=0.000<0.05$). Faktoring firmalarıyla çalışanların “satışlarımda fiyatları daha uygun boyaları ön planda tutarak karlılığımı artırmaya çalışıyorum” puanları ($\bar{X}=3,900$)çalışmayanlardan ($\bar{X}=3,120$) yüksek bulunmuştur.

Katılanların faktoring firmalarıyla çalışma durumuna göre “sektördeki rekabet yapısının işleyişimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($t_{(150)}=2.094$; $p=0.001<0.05$). Faktoring firmalarıyla çalışanların “sektördeki rekabet yapısının işleyişimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum” puanları ($\bar{X}=4,200$), çalışmayanlardan ($\bar{X}=3,740$) yüksek bulunmuştur.

Katılanların faktoring firmalarıyla çalışma durumuna göre “boyaya olan talep diğer ürünlerin satışını da artırdığını düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($t_{(150)}=1.875$; $p=0.008<0.05$). Faktoring firmalarıyla çalışanların “boyaya olan talep diğer ürünlerin satışını da artırdığını düşünüyorum” puanları ($\bar{X}=4,000$) çalışmayanlardan ($\bar{X}=3,650$) yüksek bulunmuştur.

Katılanların faktoring firmalarıyla çalışma durumuna göre “sektördeki vadeli alış sisteminin vadeli satış sistemine yönelttiği görüşümdedir” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($t_{(150)}=2.733$; $p=0.007<0.05$). Faktoring firmalarıyla çalışanların “sektördeki vadeli alış sisteminin vadeli satış sistemine yönelttiği görüşümdedir” puanları ($\bar{X}=4,300$), çalışmayanlardan ($\bar{X}=3,730$) yüksek bulunmuştur.

Katılanların faktoring firmalarıyla çalışma durumuna göre “sektörün işleyişinden memnunum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($t_{(150)}=-2.651$; $p=0.000<0.05$). Faktoring firmalarıyla çalışmayanların “sektörün işleyişinden memnunum” puanları ($\bar{X}=2,620$), çalışanlardan ($\bar{X}=2,000$) yüksek bulunmuştur.

Katılanların faktoring firmalarıyla çalışma durumuna göre “birden fazla firmanın boyasını satmak avantaj sağlamaktadır” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($t_{(150)}=1.898$; $p=0.000<0.05$). Faktoring firmalarıyla çalışanların “birden fazla firmanın boyasını satmak avantaj sağlamaktadır” puanları ($\bar{X}=4,100$), çalışmayanlardan ($\bar{X}=3,710$) yüksek bulunmuştur.

Katılanların faktoring firmalarıyla çalışma durumuna göre “boya üreticilerine/toptancılarına vadesi gelen çek/senetlerimi öderken zorlanıyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($t_{(150)}=3.305$; $p=0.001<0.05$). Faktoring

firmalarıyla çalışanların “boya üreticilerine/toptancılarına vadesi gelen çek/senetlerimi öderken zorlanıyorum puanları ($\bar{X}=4,000$), çalışmayanlardan ($\bar{X}=3,180$) yüksek bulunmuştur.

Katılanların faktoring firmalarıyla çalışma durumuna göre “boya üreticilerine/toptancılarına ödeme yapabilmek için kredi kullanmak zorunda kalıyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($t_{(150)}=5.673$; $p=0.000<0.05$). Faktoring firmalarıyla çalışanların “boya üreticilerine/toptancılarına ödeme yapabilmek için kredi kullanmak zorunda kalıyorum” puanları ($\bar{X}=4,000$), çalışmayanlardan ($\bar{X}=2,640$) yüksek bulunmuştur.

Katılanların faktoring firmalarıyla çalışma durumuna göre “boya üretici ve toptancılarına olan borcumu ödemek için kullandığım kredileri ödemekte zorlanıyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($t_{(150)}=4.904$; $p=0.000<0.05$). Faktoring firmalarıyla çalışanların “boya üretici ve toptancılarına olan borcumu ödemek için kullandığım kredileri ödemekte zorlanıyorum” puanları ($\bar{X}=3,900$), çalışmayanlardan ($\bar{X}=2,710$) yüksek bulunmuştur.

Katılanların faktoring firmalarıyla çalışma durumuna göre “boya satışı için eleman istihdam ediyoruz” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($t_{(150)}=2.519$; $p=0.013<0.05$). Faktoring firmalarıyla çalışanların “boya satışı için eleman istihdam ediyoruz” puanları ($\bar{X}=3,700$), çalışmayanlardan ($\bar{X}=3,030$) yüksek bulunmuştur.

Katılanların faktoring firmalarıyla çalışma durumuna göre “boya satışı ile ilgili talepleri karşılamada yeterli olduğumuzu düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($t_{(150)}=1.802$; $p=0.001<0.05$). Faktoring firmalarıyla çalışanların “boya satışı ile ilgili talepleri karşılamada yeterli olduğumuzu düşünüyorum” puanları ($\bar{X}=4,100$), çalışmayanlardan ($\bar{X}=3,760$) yüksek bulunmuştur.

Katılanların faktoring firmalarıyla çalışma durumuna göre “üretici veya toptancılarımız hızlı bir şekilde siparişlerimizi tedarik etmektedirler” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($t_{(150)}=1.437$; $p=0.024<0.05$). Faktoring firmalarıyla çalışanların “üretici veya toptancılarımız hızlı bir şekilde siparişlerimizi tedarik etmektedirler” puanları ($\bar{X}=4,000$), çalışmayanlardan ($\bar{X}=3,700$) yüksek bulunmuştur.

Katılanların faktoring firmalarıyla çalışma durumuna göre “vadeli boya alış ve satışları ödemelerimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($t_{(150)}=3.219$; $p=0.000<0.05$). Faktoring firmalarıyla çalışanların “vadeli boya alış ve satışları ödemelerimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum” puanları ($\bar{X}=4,100$), çalışmayanlardan ($\bar{X}=3,360$) yüksek bulunmuştur.

Katılanların faktoring firmalarıyla çalışma durumuna göre “boya firmalarının boyalarının özellikleri ve uygulamaları ile ilgili eğitim, seminer vb etkinlikleri yeteri düzeyde düzenlediklerini düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($t_{(150)}=-2.091$; $p=0.018<0.05$). Faktoring firmalarıyla çalışmayanların “firmalarının boyalarının özellikleri ve uygulamaları ile ilgili eğitim, seminer vb etkinlikleri yeteri düzeyde düzenlediklerini düşünüyorum” puanları ($\bar{X}=2,500$), çalışanlardan ($\bar{X}=2,000$) yüksek bulunmuştur.

Katılanların faktoring firmalarıyla çalışma durumuna göre “vadeli sistemde alınan çek ve senetlerin finans kurumlarında bozdurulması boya fiyatlarının artmasına neden olduğunu düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($t_{(150)}=2.748$; $p=0.000<0.05$). Faktoring firmalarıyla çalışanların “vadeli sistemde alınan çek ve senetlerin finans kurumlarında bozdurulması boya fiyatlarının artmasına neden olduğunu düşünüyorum” puanları ($\bar{X}=4,300$), çalışmayanlardan ($\bar{X}=3,710$) yüksek bulunmuştur.

Katılanların faktoring firmalarıyla çalışma durumuna göre “çek ve senetle yapılan satışların işletmeleri risk altına soktuğunu düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($t_{(150)}=1.990$; $p=0.048<0.05$). Faktoring firmalarıyla çalışanların “çek ve senetle yapılan satışların işletmeleri risk altına soktuğunu düşünüyorum” puanları ($\bar{X}=4,400$), çalışmayanlardan ($\bar{X}=3,950$) yüksek bulunmuştur.

Katılanların faktoring firmalarıyla çalışma durumuna göre “vadeli satışlardan ulaşan çek ve senetlerin finans kurumlarına tahsilat için verilmesinin firmaların karlılığını olumsuz yönde etkilediğini düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($t_{(150)}=2.344$; $p=0.020<0.05$). Faktoring firmalarıyla çalışanların “vadeli satışlardan ulaşan çek ve senetlerin Finans kurumlarına tahsilat için verilmesinin firmaların karlılığını olumsuz yönde etkilediğini düşünüyorum” puanları ($\bar{X}=4,300$), çalışmayanlardan ($\bar{X}=3,800$) yüksek bulunmuştur.

Katılanların; “boya satışlarının karlılığından memnunum, satışlarımda kalitesi yüksek boyaları ön planda tutarak karlılığımı artırmaya çalışıyorum”, “marka bilinirliği yüksek boyaların daha fazla kazanç sağladığını düşünüyorum”, “marka bilinirliği düşük boyaların daha fazla kazanç sağladığını düşünüyorum”, “boya satışları firmamızın gelirlerini artırdığını düşünüyorum, kampanyalı satışların avantaj sağladığını düşünüyorum”, “peşin aldığım boyaları vadeli satmak istemiyorum, sektördeki işleyen vade yapısının satışlara olumlu katkı sağladığını düşünüyorum”, “vadeli yaptığım boya satışlarının tahsilatında zorlanıyorum”, “sattığımız boyaların

fiyatlarının yüksek olduğu konusunda geri dönüşler alıyorum”, “boya satışlarının firmamıza ek maliyetler yüklediğini düşünüyorum, boya sektöründeki makineleşmenin (boyaların işyerindeki makinalarda hemen yapılabilmesi) satışlarımızı artırdığı görüşündeyim”, “boya firmaları boyaların özellikleri ve uygulamaları ile ilgili yeterli bilgi vermektedirler”, “boya satışlarındaki vergi oranının yüksek olduğunu düşünüyorum”, “marka bilinirliği yüksek olan boya üreticilerinin karlılıklarını boya satan firmalara yansıtmadıklarını düşünüyorum”, “boya satışlarında vadeli ve peşin satışların karlılığı arasında önemli bir fark olmadığını düşünüyorum”, “vadeli aldığım boyaları peşin satarak firmamın finansman gücünü yükseltmeye çalışıyorum” puanları faktoring firmalarıyla çalışma durumuna göre anlamlı farklılık göstermemektedir(p>0,05).

Tablo 14
Katılımcıların Yıllık Boya Cirolarına Göre Boya Sektöründe Yaşanan Sorunların İşletmelerin Performanslarına Etkilerinin Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p	Fark
Boya Satışlarının Karlılığından Memnunum	1-50.000 TL ve altı	10	2,800	1,033	0,813	0,542	
	2-50.001 TL -100.000 TL	16	2,620	1,025			
	3-100.001 TL- 250.000 TL	40	2,750	1,056			
	4-251.000 TL - 500.000 TL	26	2,540	1,303			
	5-500.001 TL - 1.000000 TL	30	2,530	1,224			
	6-1000.001 TL ve üzeri	30	2,270	0,691			
Satışlarımda Kalitesi Yüksek Boyaları Ön Planda Tutarak Karlılığımı Artırmaya Çalışıyorum	1-50.000 TL ve altı	10	2,200	1,033	1,944	0,091	
	2-50.001 TL -100.000 TL	16	3,500	1,033			
	3-100.001 TL- 250.000 TL	40	2,900	1,057			
	4-251.000 TL - 500.000 TL	26	2,850	1,120			
	5-500.001 TL - 1.000000 TL	30	2,930	1,258			
	6-1000.001 TL ve üzeri	30	3,130	1,042			
Satışlarımda Fiyatları Daha Uygun Boyaları Ön Planda Tutarak Karlılığımı Artırmaya Çalışıyorum	1-50.000 TL ve altı	10	3,400	1,430	0,565	0,727	
	2-50.001 TL -100.000 TL	16	3,250	1,342			
	3-100.001 TL- 250.000 TL	40	3,350	0,975			
	4-251.000 TL - 500.000 TL	26	3,310	1,158			
	5-500.001 TL - 1.000000 TL	30	3,200	1,243			
	6-1000.001 TL ve üzeri	30	2,930	1,015			
Marka Bilinirliği Yüksek Boyaların Daha Fazla Kazanç Sağladığını Düşünüyorum	1-50.000 TL ve altı	10	2,600	1,430	3,470	0,005	2>4
	2-50.001 TL -100.000 TL	16	2,880	1,586			3>4
	3-100.001 TL- 250.000 TL	40	2,700	1,067			2>6
	4-251.000 TL - 500.000 TL	26	1,920	1,017			3>6
	5-500.001 TL - 1.000000 TL	30	2,200	1,186			
	6-1000.001 TL ve üzeri	30	1,870	0,819			
Sektördeki Rekabet Yapısının İşleyişimizi Olumsuz Etkilediğini Düşünüyorum	1-50.000 TL ve altı	10	3,200	1,229	2,141	0,064	
	2-50.001 TL -100.000 TL	16	3,620	0,885			
	3-100.001 TL- 250.000 TL	40	3,700	0,648			
	4-251.000 TL - 500.000 TL	26	4,080	0,744			
	5-500.001 TL - 1.000000 TL	30	3,730	1,143			
	6-1000.001 TL ve üzeri	30	4,070	0,944			
Marka Bilinirliği Düşük Boyaların Daha Fazla Kazanç Sağladığını Düşünüyorum	1-50.000 TL ve altı	10	3,400	1,430	2,854	0,017	2>1
	2-50.001 TL -100.000 TL	16	4,250	0,447			2>3
	3-100.001 TL- 250.000 TL	40	3,450	0,986			6>3
	4-251.000 TL - 500.000 TL	26	3,460	1,240			2>4
	5-500.001 TL - 1.000000 TL	30	3,800	1,064			6>4
	6-1000.001 TL ve üzeri	30	4,130	0,973			

Boyaya Olan Talep Diğer Ürünlerin Satışını Da Artırdığını Düşünüyorum	1-50.000 TL ve altı	10	3,400	0,843	0,598	0,702		
	2-50.001 TL -100.000 TL	16	3,620	0,719				
	3-100.001 TL- 250.000 TL	40	3,800	0,608				
	4-251.000 TL - 500.000 TL	26	3,770	0,587				
	5-500.001 TL - 1.000000 TL	30	3,730	0,868				
	6-1000.001 TL ve üzeri	30	3,600	1,037				
Boya Satışları Firmamızın Gelirlerini Artırdığını Düşünüyorum	1-50.000 TL ve altı	10	3,200	1,229	2,935	0,015	3>1	
	2-50.001 TL -100.000 TL	16	3,500	0,730			4>1	
	3-100.001 TL- 250.000 TL	40	3,850	0,483			6>1	
	4-251.000 TL - 500.000 TL	26	4,000	0,693			4>2	
	5-500.001 TL - 1.000000 TL	30	3,470	0,900			3>5	
	6-1000.001 TL ve üzeri	30	3,730	0,691			4>5	
Kampanyalı Satışların Avantaj Sağladığını Düşünüyorum	1-50.000 TL ve altı	10	3,600	1,075	16,13	0,000	6>2	
	2-50.001 TL -100.000 TL	16	3,120	1,204			6	6>3
	3-100.001 TL- 250.000 TL	40	3,150	1,027			1>4	
	4-251.000 TL - 500.000 TL	26	1,920	0,484			2>4	
	5-500.001 TL - 1.000000 TL	30	3,470	0,819			3>4	
	6-1000.001 TL ve üzeri	30	4,000	0,830			5>4	
							6>4	
							6>5	
Sektördeki Vadeli Alış Sisteminin Vadeli Satış Sistemine Yönelttiği Görüşündeyim	1-50.000 TL ve altı	10	3,200	1,229	2,237	0,054		
	2-50.001 TL -100.000 TL	16	3,750	0,447				
	3-100.001 TL- 250.000 TL	40	3,600	0,871				
	4-251.000 TL - 500.000 TL	26	4,000	0,400				
	5-500.001 TL - 1.000000 TL	30	3,870	1,106				
	6-1000.001 TL ve üzeri	30	4,070	0,944				
Peşin Aldığım Boyaları Vadeli Satmak İstemiyorum	1-50.000 TL ve altı	10	3,800	1,549	1,649	0,151		
	2-50.001 TL -100.000 TL	16	4,120	0,342				
	3-100.001 TL- 250.000 TL	40	3,950	0,597				
	4-251.000 TL - 500.000 TL	26	3,850	1,120				
	5-500.001 TL - 1.000000 TL	30	4,400	0,498				
	6-1000.001 TL ve üzeri	30	3,930	1,081				
Sektördeki İşleyen Vade Yapısının Satışlara Olumlu Katkı Sağladığını Düşünüyorum	1-50.000 TL ve altı	10	3,400	1,265	0,824	0,534		
	2-50.001 TL -100.000 TL	16	3,620	0,719				
	3-100.001 TL- 250.000 TL	40	3,650	0,736				
	4-251.000 TL - 500.000 TL	26	3,380	1,098				
	5-500.001 TL - 1.000000 TL	30	3,200	1,297				
	6-1000.001 TL ve üzeri	30	3,530	0,973				
Sektörün İşleyişinden Memnunum	1-50.000 TL ve altı	10	2,800	1,549	0,344	0,886		
	2-50.001 TL -100.000 TL	16	2,500	0,730				
	3-100.001 TL- 250.000 TL	40	2,400	0,810				
	4-251.000 TL - 500.000 TL	26	2,620	1,299				
	5-500.001 TL - 1.000000 TL	30	2,530	0,900				
	6-1000.001 TL ve üzeri	30	2,600	0,968				
Birden Fazla Firmanın Boyasını Satmak Avantaj Sağlamaktadır	1-50.000 TL ve altı	10	3,400	0,843	4,542	0,001	5>1	
	2-50.001 TL -100.000 TL	16	3,380	0,885			5>2	
	3-100.001 TL- 250.000 TL	40	3,600	0,871			5>3	
	4-251.000 TL - 500.000 TL	26	3,850	0,784			5>4	
	5-500.001 TL - 1.000000 TL	30	4,330	0,479			5>6	
	6-1000.001 TL ve üzeri	30	3,670	0,959				
Boya Üreticilerine/toptancılarına Vadesi Gelen Çek/senetlerimi Öderken Zorlanıyorum	1-50.000 TL ve altı	10	2,200	1,033	4,628	0,001	3>1	
	2-50.001 TL -100.000 TL	16	2,880	0,957			4>1	
	3-100.001 TL- 250.000 TL	40	3,350	0,864			5>1	
	4-251.000 TL - 500.000 TL	26	3,850	0,784			6>1	
	5-500.001 TL - 1.000000 TL	30	3,400	1,163			4>2	
	6-1000.001 TL ve üzeri	30	3,200	1,186			4>6	
Boya Üreticilerine/toptancılarına Ödeme Yapabilmek İçin Kredi Kullanmak Zorunda Kalıyorum	1-50.000 TL ve altı	10	2,400	1,075	3,996	0,002	5>1	
	2-50.001 TL -100.000 TL	16	2,500	0,894			5>2	
	3-100.001 TL- 250.000 TL	40	2,350	0,975			4>3	
	4-251.000 TL - 500.000 TL	26	3,000	1,058			5>3	
	5-500.001 TL - 1.000000 TL	30	3,270	1,081			6>3	
	6-1000.001 TL ve üzeri	30	3,130	1,167				
Boya Üretici Ve Toptancılarına Olan	1-50.000 TL ve altı	10	2,600	0,843	3,848	0,003	4>2	
	2-50.001 TL -100.000 TL	16	2,500	0,894			5>2	

Borcumu Ödemek İçin	3-100.001 TL- 250.000 TL	40	2,400	0,928			6>2
Kullandığım Kredileri	4-251.000 TL - 500.000 TL	26	3,150	1,190			4>3
Ödemekte Zorlanıyorum	5-500.001 TL - 1.000000 TL	30	3,270	1,081			5>3
	6-1000.001 TL ve üzeri	30	3,130	1,106			6>3
Vadeli Yaptığım Boya	1-50.000 TL ve altı	10	3,000	1,333	2,354	0,043	3>1
Satışlarının Tahsilatında	2-50.001 TL -100.000 TL	16	3,500	0,730			4>1
Zorlanıyorum	3-100.001 TL- 250.000 TL	40	3,900	0,545			6>1
	4-251.000 TL - 500.000 TL	26	3,920	1,017			
	5-500.001 TL - 1.000000 TL	30	3,600	0,968			
	6-1000.001 TL ve üzeri	30	3,870	0,973			
Sattığımız Boyaların	1-50.000 TL ve altı	10	2,200	0,789	12,15	0,000	2>1
Fiyatlarının Yüksek Olduğu	2-50.001 TL -100.000 TL	16	3,250	0,856	7		3>1
Konusunda Geri Dönüşler	3-100.001 TL- 250.000 TL	40	3,750	0,543			4>1
Alıyorum	4-251.000 TL - 500.000 TL	26	4,310	0,471			5>1
	5-500.001 TL - 1.000000 TL	30	3,800	0,925			6>1
	6-1000.001 TL ve üzeri	30	3,330	1,093			3>2
							4>2
							5>2
							4>3
							4>5
							3>6
							4>6
							5>6
Boya Satışı İçin Eleman	1-50.000 TL ve altı	10	3,000	0,943	12,72	0,000	5>1
İstihdam Ediyorum	2-50.001 TL -100.000 TL	16	2,500	1,033	9		6>1
	3-100.001 TL- 250.000 TL	40	2,600	0,982			5>2
	4-251.000 TL - 500.000 TL	26	2,620	1,235			6>2
	5-500.001 TL - 1.000000 TL	30	4,000	0,525			5>3
	6-1000.001 TL ve üzeri	30	3,730	0,944			6>3
							5>4
							6>4
Boya Satışı İle İlgili	1-50.000 TL ve altı	10	2,800	1,229	9,754	0,000	2>1
Talepleri Karşılama	2-50.001 TL -100.000 TL	16	3,500	0,730			3>1
Yeterli Olduğumuzu	3-100.001 TL- 250.000 TL	40	3,600	0,672			4>1
Düşünüyorum	4-251.000 TL - 500.000 TL	26	4,380	0,496			5>1
	5-500.001 TL - 1.000000 TL	30	4,070	0,450			6>1
	6-1000.001 TL ve üzeri	30	3,800	0,847			4>2
							5>2
							4>3
							5>3
							4>6
Boya Satışlarının	1-50.000 TL ve altı	10	2,200	1,033	1,332	0,254	
Firmamıza Ek Maliyetler	2-50.001 TL -100.000 TL	16	2,880	0,957			
Yüklediğini Düşünüyorum	3-100.001 TL- 250.000 TL	40	2,700	0,911			
	4-251.000 TL - 500.000 TL	26	2,690	1,350			
	5-500.001 TL - 1.000000 TL	30	3,130	1,167			
	6-1000.001 TL ve üzeri	30	2,870	1,042			
Boya Sektöründeki	1-50.000 TL ve altı	10	4,000	1,155	2,755	0,021	5>2
Makineleşmenin (boyaların	2-50.001 TL -100.000 TL	16	3,880	0,806			6>2
İşyerindeki Makinalarda	3-100.001 TL- 250.000 TL	40	3,900	0,632			5>3
Hemen Yapılabilmesi)	4-251.000 TL - 500.000 TL	26	3,920	0,935			6>3
Satışlarımızı Artırdığı	5-500.001 TL - 1.000000 TL	30	4,400	0,621			5>4
Görüşündeyim	6-1000.001 TL ve üzeri	30	4,330	0,606			6>4
Üretici Veya	1-50.000 TL ve altı	10	3,800	1,229	0,453	0,810	
Toptancılarımız Hızlı Bir	2-50.001 TL -100.000 TL	16	3,880	0,806			
Şekilde Siparişlerimizi	3-100.001 TL- 250.000 TL	40	3,800	0,516			
Tedarik Etmektedirler	4-251.000 TL - 500.000 TL	26	3,540	1,303			
	5-500.001 TL - 1.000000 TL	30	3,800	0,847			
	6-1000.001 TL ve üzeri	30	3,670	0,802			
Vadeli Boya Alış Ve	1-50.000 TL ve altı	10	2,800	1,549	2,423	0,038	3>1
Satışları Ödemelerimizi	2-50.001 TL -100.000 TL	16	3,500	1,155			6>1
Olumsuz Etkilediğini	3-100.001 TL- 250.000 TL	40	3,700	0,648			3>5
Düşünüyorum	4-251.000 TL - 500.000 TL	26	3,460	1,174			6>5
	5-500.001 TL - 1.000000 TL	30	3,130	0,973			
	6-1000.001 TL ve üzeri	30	3,670	0,711			

Boya Firmaları Boyaların Özellikleri Ve Uygulamaları İle İlgili Yeterli Bilgi Vermektedirler	1-50.000 TL ve altı	10	3,400	1,265	0,912	0,475	
	2-50.001 TL -100.000 TL	16	3,620	1,025			
	3-100.001 TL- 250.000 TL	40	3,300	0,966			
	4-251.000 TL - 500.000 TL	26	3,080	1,230			
	5-500.001 TL - 1.000000 TL	30	3,000	1,114			
	6-1000.001 TL ve üzeri	30	3,070	1,258			
Boya Firmalarının Boyalarının Özellikleri Ve Uygulamaları İle İlgili Eğitim, Seminer Vb Etkinlikleri Yeteri Düzeyde Düzenlediklerini Düşünüyorum	1-50.000 TL ve altı	10	3,000	0,943	1,529	0,184	
	2-50.001 TL -100.000 TL	16	2,380	0,719			
	3-100.001 TL- 250.000 TL	40	2,150	0,736			
	4-251.000 TL - 500.000 TL	26	2,540	1,240			
	5-500.001 TL - 1.000000 TL	30	2,600	0,968			
	6-1000.001 TL ve üzeri	30	2,400	1,221			
Boya Satışlarındaki Vergi Oranının Yüksek Olduğunu Düşünüyorum	1-50.000 TL ve altı	10	3,200	1,033	3,106	0,011	6>1
	2-50.001 TL -100.000 TL	16	3,380	1,025			6>2
	3-100.001 TL- 250.000 TL	40	3,200	0,758			6>3
	4-251.000 TL - 500.000 TL	26	3,150	1,047			6>4
	5-500.001 TL - 1.000000 TL	30	3,530	0,973			
	6-1000.001 TL ve üzeri	30	4,000	1,114			
Marka Bilinirliği Yüksek Olan Boya Üreticilerinin Karlılıklarını Boya Satan Firmalara Yansıtmadıklarını Düşünüyorum	1-50.000 TL ve altı	10	3,800	0,422	3,043	0,012	2>5
	2-50.001 TL -100.000 TL	16	4,250	0,683			4>5
	3-100.001 TL- 250.000 TL	40	3,900	0,632			6>5
	4-251.000 TL - 500.000 TL	26	4,080	0,484			
	5-500.001 TL - 1.000000 TL	30	3,600	0,894			
	6-1000.001 TL ve üzeri	30	4,200	0,847			
Vadeli Sistemde Alınan Çek ve senetlerin Finans Kurumlarında Bozdurulması Boya Fiyatlarının Artmasına Neden Olduğunu Düşünüyorum	1-50.000 TL ve altı	10	3,000	0,943	4,636	0,001	2>1
	2-50.001 TL -100.000 TL	16	4,120	0,342			3>1
	3-100.001 TL- 250.000 TL	40	3,950	0,677			4>1
	4-251.000 TL - 500.000 TL	26	4,150	0,784			6>1
	5-500.001 TL - 1.000000 TL	30	3,400	1,037			2>5
	6-1000.001 TL ve üzeri	30	3,730	1,081			3>5
Çek ve senetle Yapılan Satışların İşletmeleri Risk Altına Soktuğunu Düşünüyorum	1-50.000 TL ve altı	10	3,800	1,549	0,807	0,547	
	2-50.001 TL -100.000 TL	16	4,000	0,730			
	3-100.001 TL- 250.000 TL	40	3,950	0,815			
	4-251.000 TL - 500.000 TL	26	4,310	0,618			
	5-500.001 TL - 1.000000 TL	30	3,870	0,900			
	6-1000.001 TL ve üzeri	30	4,070	1,202			
Boya Satışlarında Vadeli Ve Peşin Satışların Karlılığı Arasında Önemli Bir Fark Olmadığını Düşünüyorum	1-50.000 TL ve altı	10	3,000	0,943	0,950	0,450	
	2-50.001 TL -100.000 TL	16	3,250	1,438			
	3-100.001 TL- 250.000 TL	40	3,400	0,871			
	4-251.000 TL - 500.000 TL	26	3,460	1,104			
	5-500.001 TL - 1.000000 TL	30	3,470	1,106			
	6-1000.001 TL ve üzeri	30	3,000	1,114			
Vadeli Aldığım Boyaları Peşin Satarak Firmamın Finansman Gücünü Yükseltmeye Çalışıyorum	1-50.000 TL ve altı	10	3,400	1,265	4,605	0,001	1>2
	2-50.001 TL -100.000 TL	16	2,500	0,894			5>2
	3-100.001 TL- 250.000 TL	40	2,650	0,864			1>3
	4-251.000 TL - 500.000 TL	26	2,770	1,275			5>3
	5-500.001 TL - 1.000000 TL	30	3,600	0,814			5>4
	6-1000.001 TL ve üzeri	30	2,730	1,081			5>6
Vadeli Satışlardan Ulaşan Çek ve senetlerin Finans Kurumlarına Tahsilat İçin Verilmesinin Firmaların Karlılığını Olumsuz Yönde Etkilediğini Düşünüyorum	1-50.000 TL ve altı	10	3,800	0,422	1,078	0,375	
	2-50.001 TL -100.000 TL	16	3,500	1,033			
	3-100.001 TL- 250.000 TL	40	4,000	0,847			
	4-251.000 TL - 500.000 TL	26	4,080	0,744			
	5-500.001 TL - 1.000000 TL	30	3,800	0,761			
	6-1000.001 TL ve üzeri	30	3,800	1,186			

Katılanların yıllık boya cirosuna göre “marka bilinirliği yüksek boyaların daha fazla kazanç sağladığını düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(5, 146)}=3,470$; $p=0,005<0,05$; $\eta^2=0,106$). Farkın nedeni;

- Yıllık boya cirosu 50.001 TL -100.000 TL olanların “marka bilinirliği yüksek boyaların daha fazla kazanç sağladığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=2,880$), yıllık boya cirosu 251.000 TL- 500.000 TL ($\bar{X}=1,920$) ve 1000.001 TL ve üzeri olanlardan ($\bar{X}=1,870$) yüksek olmasıdır.
- Yıllık boya cirosu 100.001 TL- 250.000 TL olanların “marka bilinirliği yüksek boyaların daha fazla kazanç sağladığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=2,700$), yıllık boya cirosu 251.000 TL- 500.000 TL ($\bar{X}=1,920$) ve 1000.001 TL ve üzeri olanlardan ($\bar{X}=1,870$) yüksek olmasıdır.

Katılanların yıllık boya cirosuna göre “marka bilinirliği düşük boyaların daha fazla kazanç sağladığını düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(5, 146)}=2,854$; $p=0,017<0.05$; $\eta^2=0,089$). Farkın nedeni;

- Yıllık boya cirosu 50.001 TL -100.000 TL olanların “marka bilinirliği düşük boyaların daha fazla kazanç sağladığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=4,250$), yıllık boya cirosu 50.000 TL ve altı ($\bar{X}=3,400$), 100.001 TL- 250.000 TL ($\bar{X}=3,450$) ve 251.000 TL- 500.000 TL olanlardan ($\bar{X}=3,460$) yüksek olmasıdır.
- Yıllık boya cirosu 1000.001 TL ve üzeri olanların “marka bilinirliği düşük boyaların daha fazla kazanç sağladığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=4,130$), yıllık boya cirosu 100.001 TL- 250.000 TL ($\bar{X}=3,450$) ve 251.000 TL- 500.000 TL olanlardan ($\bar{X}=3,460$) yüksek olmasıdır.

Katılanların yıllık boya cirosuna göre “boya satışları firmamızın gelirlerini artırdığını düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(5, 146)}=2,935$; $p=0,015<0.05$; $\eta^2=0,091$). Farkın nedeni;

- Yıllık boya cirosu 100.001 TL- 250.000 TL olanların “boya satışları firmamızın gelirlerini artırdığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,850$), yıllık boya cirosu 50.000 TL ve altı ($\bar{X}=3,200$) ve 500.001 TL - 1.000000 TL olanlardan ($\bar{X}=3,470$) yüksek olmasıdır.
- Yıllık boya cirosu 251.000 TL- 500.000 TL olanların “boya satışları firmamızın gelirlerini artırdığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=4,000$), yıllık boya cirosu 50.000 TL ve altı ($\bar{X}=3,200$), 50.001 TL -100.000 TL ($\bar{X}=3,500$) ve 500.001 TL - 1.000000 TL olanlardan ($\bar{X}=3,470$) yüksek olmasıdır.

- Yıllık boya cirosu 1000.001 TL ve üzeri olanların “boya satışları firmamızın gelirlerini artırdığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,730$), yıllık boya cirosu 50.000 TL ve altı olanlardan ($\bar{X}=3,200$) yüksek olmasıdır.

Katılanların yıllık boya cirosuna göre “kampanyalı satışların avantaj sağladığını düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(5, 146)}=16,136$; $p=0,000<0.05$; $\eta^2=0,356$). Farkın nedeni;

- Yıllık boya cirosu 1000.001 TL ve üzeri olanların “kampanyalı satışların avantaj sağladığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=4,000$), yıllık boya cirosu 50.001 TL -100.000 TL ($\bar{X}=3,120$), 100.001 TL- 250.000 TL ($\bar{X}=3,150$), 251.000 TL- 500.000 TL ($\bar{X}=1,920$) ve 500.001 TL - 1.000000 TL olanlardan ($\bar{X}=3,470$) yüksek olmasıdır.
- Yıllık boya cirosu 50.000 TL ve altı olanların “kampanyalı satışların avantaj sağladığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,600$), yıllık boya cirosu 251.000 TL- 500.000 TL olanlardan ($\bar{X}=1,920$) yüksek olmasıdır.
- Yıllık boya cirosu 50.001 TL -100.000 TL olanların “kampanyalı satışların avantaj sağladığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,120$), yıllık boya cirosu 251.000 TL- 500.000 TL olanlardan($\bar{X}=1,920$) yüksek olmasıdır.
- Yıllık boya cirosu 100.001 TL- 250.000 TL olanların “kampanyalı satışların avantaj sağladığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,150$), yıllık boya cirosu 251.000 TL- 500.000 TL olanlardan ($\bar{X}=1,920$) yüksek olmasıdır.
- Yıllık boya cirosu 500.001 TL - 1.000000 TL olanların “kampanyalı satışların avantaj sağladığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,470$), yıllık boya cirosu 251.000 TL- 500.000 TL olanlardan ($\bar{X}=1,920$) yüksek olmasıdır.

Katılanların yıllık boya cirosuna göre “birden fazla firmanın boyasını satmak avantaj sağlamaktadır” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(5, 146)}=4,542$; $p=0,001<0.05$; $\eta^2=0,135$). Farkın nedeni;

Yıllık boya cirosu 500.001 TL - 1.000000 TL olanların “birden fazla firmanın boyasını satmak avantaj sağlamaktadır” puanlarının ($\bar{X}=4,330$), yıllık boya cirosu 50.000 TL ve altı ($\bar{X}=3,400$), 50.001 TL -100.000 TL ($\bar{X}=3,380$), 100.001 TL- 250.000 TL ($\bar{X}=3,600$), 251.000 TL- 500.000 TL ($\bar{X}=3,850$) ve 1000.001 TL ve üzeri olanlardan ($\bar{X}=3,670$) yüksek olmasıdır.

Katılanların yıllık boya cirosuna göre “boya üreticilerine/toptancılarına vadesi gelen çek/senetlerimi öderken zorlanıyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(5, 146)}=4,628$; $p=0,001<0.05$; $\eta^2=0,137$). Farkın nedeni;

- Yıllık boya cirosu 100.001 TL- 250.000 TL olanların “boya üreticilerine/toptancılarına vadesi gelen çek/senetlerimi öderken zorlanıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,350$), yıllık boya cirosu 50.000 TL ve altı olanlardan ($\bar{X}=2,200$) yüksek olmasıdır.
- Yıllık boya cirosu 251.000 TL- 500.000 TL olanların “boya üreticilerine/toptancılarına vadesi gelen çek/senetlerimi öderken zorlanıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,850$), yıllık boya cirosu 50.000 TL ve altı ($\bar{X}=2,200$), 50.001 TL -100.000 TL ($\bar{X}=2,880$) ve 1000.001 TL ve üzeri olanlardan ($\bar{X}=3,200$) yüksek olmasıdır.
- Yıllık boya cirosu 500.001 TL - 1.000000 TL olanların “boya üreticilerine/toptancılarına vadesi gelen çek/senetlerimi öderken zorlanıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,400$), yıllık boya cirosu 50.000 TL ve altı olanlardan ($\bar{X}=2,200$) yüksek olmasıdır.
- Yıllık boya cirosu 1000.001 TL ve üzeri olanların “boya üreticilerine/toptancılarına vadesi gelen çek/senetlerimi öderken zorlanıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,200$), yıllık boya cirosu 50.000 TL ve olanlardan ($\bar{X}=2,200$) yüksek olmasıdır.

Katılanların yıllık boya cirosuna göre “boya üreticilerine/toptancılarına ödeme yapabilmek için kredi kullanmak zorunda kalıyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(5, 146)}=3,996$; $p=0,002<0.05$; $\eta^2=0,120$). Farkın nedeni;

- Yıllık boya cirosu 251.000 TL- 500.000 TL olanların “boya üreticilerine/toptancılarına ödeme yapabilmek için kredi kullanmak zorunda kalıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,000$), yıllık boya cirosu 100.001 TL- 250.000 TL olanlardan ($\bar{X}=2,350$) yüksek olmasıdır.
- Yıllık boya cirosu 500.001 TL - 1.000000 TL olanların “boya üreticilerine/toptancılarına ödeme yapabilmek için kredi kullanmak zorunda kalıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,270$), yıllık boya cirosu 50.000 TL ve altı ($\bar{X}=2,400$), 50.001 TL -100.000 TL ($\bar{X}=2,500$) ve 100.001 TL- 250.000 TL olanlardan ($\bar{X}=2,350$) yüksek olmasıdır.

- Yıllık boya cirosu 1000.001 TL ve üzeri olanların “boya üreticilerine/toptancılarına ödeme yapabilmek için kredi kullanmak zorunda kalıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,130$), yıllık boya cirosu 100.001 TL- 250.000 TL olanlardan ($\bar{X}=2,350$) yüksek olmasıdır.

Katılanların yıllık boya cirosuna göre “boya üretici ve toptancılarına olan borcumu ödemek için kullandığım kredileri ödemekte zorlanıyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(5, 146)}=3,848$; $p=0,003<0.05$; $\eta^2=0,116$). Farkın nedeni;

- Yıllık boya cirosu 251.000 TL- 500.000 TL olanların “boya üretici ve toptancılarına olan borcumu ödemek için kullandığım kredileri ödemekte zorlanıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,150$), yıllık boya cirosu 50.001 TL -100.000 TL ($\bar{X}=2,500$) ve 100.001 TL- 250.000 TL olanlardan ($\bar{X}=2,400$) yüksek olmasıdır.
- Yıllık boya cirosu 500.001 TL - 1.000000 TL olanların “boya üretici ve toptancılarına olan borcumu ödemek için kullandığım kredileri ödemekte zorlanıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,270$), yıllık boya cirosu 50.001 TL -100.000 TL ($\bar{X}=2,500$) ve 100.001 TL- 250.000 TL olanlardan ($\bar{X}=2,400$) yüksek olmasıdır
- Yıllık boya cirosu 1000.001 TL ve üzeri olanların “boya üretici ve toptancılarına olan borcumu ödemek için kullandığım kredileri ödemekte zorlanıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,130$), yıllık boya cirosu 50.001 TL -100.000 TL ($\bar{X}=2,500$) ve 100.001 TL- 250.000 TL olanlardan ($\bar{X}=2,400$) yüksek olmasıdır.

Katılanların yıllık boya cirosuna göre “vadeli yaptığım boya satışlarının tahsilatında zorlanıyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(5, 146)}=2,354$; $p=0,043<0.05$; $\eta^2=0,075$). Farkın nedeni;

- Yıllık boya cirosu 100.001 TL- 250.000 TL olanların “vadeli yaptığım boya satışlarının tahsilatında zorlanıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,900$), yıllık boya cirosu 50.000 TL ve altı olanlardan ($\bar{X}=3,000$) yüksek olmasıdır.
- Yıllık boya cirosu 251.000 TL- 500.000 TL olanların “vadeli yaptığım boya satışlarının tahsilatında zorlanıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,920$), yıllık boya cirosu 50.000 TL ve altı olanlardan ($\bar{X}=3,000$) yüksek olmasıdır.

- Yıllık boya cirosu 1000.001 TL ve üzeri olanların “vadeli yaptığım boya satışlarının tahsilatında zorlanıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,870$), yıllık boya cirosu 50.000 TL ve altı olanlardan ($\bar{X}=3,000$) yüksek olmasıdır.

Katılanların yıllık boya cirosuna göre “sattığımız boyaların fiyatlarının yüksek olduğu konusunda geri dönüşler alıyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($F_{(5, 146)}=12,157$; $p=0,000<0.05$; $\eta^2=0,294$). Farkın nedeni;

- Yıllık boya cirosu 50.001 TL -100.000 TL olanların “sattığımız boyaların fiyatlarının yüksek olduğu konusunda geri dönüşler alıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,250$), yıllık boya cirosu 50.000 TL ve altı olanlardan ($\bar{X}=2,200$) yüksek olmasıdır.
- Yıllık boya cirosu 100.001 TL- 250.000 TL olanların “sattığımız boyaların fiyatlarının yüksek olduğu konusunda geri dönüşler alıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,750$), yıllık boya cirosu 50.000 TL ve altı ($\bar{X}=2,200$) ve 50.001 TL - 100.000 TL ($\bar{X}=3,250$) ve 1000.001 TL ve üzeri olanlardan ($\bar{X}=3,330$) yüksek olmasıdır.
- Yıllık boya cirosu 251.000 TL- 500.000 TL olanların “sattığımız boyaların fiyatlarının yüksek olduğu konusunda geri dönüşler alıyorum” puanlarının ($\bar{X}=4,310$), yıllık boya cirosu 50.000 TL ve altı ($\bar{X}=2,200$), 50.001 TL - 100.000 TL ($\bar{X}=3,250$), 100.001 TL- 250.000 TL ($\bar{X}=3,750$), 500.001 TL - 1.000.000 TL ve 1000.001 TL ve üzeri olanlardan ($\bar{X}=3,330$) yüksek olmasıdır.
- Yıllık boya cirosu 500.001 TL - 1.000.000 TL olanların “sattığımız boyaların fiyatlarının yüksek olduğu konusunda geri dönüşler alıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,800$), yıllık boya cirosu 50.000 TL ve altı sattığımız boyaların fiyatlarının yüksek olduğu konusunda geri dönüşler alıyorum puanlarından ($\bar{X}=2,200$) yüksek olmasıdır.
- Yıllık boya cirosu 500.001 TL - 1.000.000 TL olanların “sattığımız boyaların fiyatlarının yüksek olduğu konusunda geri dönüşler alıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,800$), yıllık boya cirosu 50.001 TL -100.000 TL ($\bar{X}=3,250$) ve 1000.001 TL ve üzeri olanlardan ($\bar{X}=3,330$) yüksek olmasıdır.
- Yıllık boya cirosu 1000.001 TL ve üzeri olanların “sattığımız boyaların fiyatlarının yüksek olduğu konusunda geri dönüşler alıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,330$), yıllık boya cirosu 50.000 TL ve altı olanlardan ($\bar{X}=2,200$) yüksek olmasıdır.

Katılanların yıllık boya cirosuna göre “boya satışı için eleman istihdam ediyoruz” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(5, 146)}=12,729$; $p=0,000<0.05$; $\eta^2=0,304$). Farkın nedeni;

- Yıllık boya cirosu 500.001 TL - 1.000000 TL olanların “boya satışı için eleman istihdam ediyoruz” puanlarının ($\bar{X}=4,000$), yıllık boya cirosu 50.000 TL ve altı ($\bar{X}=3,000$), 50.001 TL -100.000 TL ($\bar{X}=2,500$), 100.001 TL- 250.000 TL ($\bar{X}=2,600$), 251.000 TL- 500.000 TL olanlardan ($\bar{X}=2,620$) yüksek olmasıdır.
- Yıllık boya cirosu 1000.001 TL ve üzeri olanların “boya satışı için eleman istihdam ediyoruz” puanlarının ($\bar{X}=3,730$), yıllık boya cirosu 50.000 TL ve altı ($\bar{X}=3,000$), 50.001 TL -100.000 TL ($\bar{X}=2,500$), 100.001 TL- 250.000 TL ($\bar{X}=2,600$) ve 251.000 TL- 500.000 TL olanlardan ($\bar{X}=2,620$) yüksek olmasıdır.

Katılanların yıllık boya cirosuna göre “boya satışı ile ilgili talepleri karşılamada yeterli olduğumuzu düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(5, 146)}=9,754$; $p=0,000<0.05$; $\eta^2=0,250$). Farkın nedeni;

- Yıllık boya cirosu 50.001 TL -100.000 TL olanların “boya satışı ile ilgili talepleri karşılamada yeterli olduğumuzu düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,500$), yıllık boya cirosu 50.000 TL ve altı olanlardan ($\bar{X}=2,800$) yüksek olmasıdır.
- Yıllık boya cirosu 100.001 TL- 250.000 TL olanların “boya satışı ile ilgili talepleri karşılamada yeterli olduğumuzu düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,600$), yıllık boya cirosu 50.000 TL ve altı olanlardan ($\bar{X}=2,800$) yüksek olmasıdır.
- Yıllık boya cirosu 251.000 TL- 500.000 TL olanların “boya satışı ile ilgili talepleri karşılamada yeterli olduğumuzu düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=4,380$), yıllık boya cirosu 50.000 TL ve altı ($\bar{X}=2,800$), 50.001 TL - 100.000 TL ($\bar{X}=3,500$), 100.001 TL- 250.000 TL ($\bar{X}=3,600$) ve 1000.001 TL ve üzeri olanlardan ($\bar{X}=3,800$) yüksek olmasıdır.
- Yıllık boya cirosu 500.001 TL - 1.000000 TL olanların “boya satışı ile ilgili talepleri karşılamada yeterli olduğumuzu düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=4,380$), yıllık boya cirosu 50.000 TL ve altı ($\bar{X}=2,800$), 50.001 TL -

100.000 TL ($\bar{X}=3,500$), 100.001 TL- 250.000 TL ($\bar{X}=3,600$) ve 1000.001 TL ve üzeri olanlardan ($\bar{X}=3,800$) yüksek olmasıdır.

Katılanların yıllık boya cirosuna göre “boya sektöründeki makineleşmenin (boyaların işyerindeki makinalarda hemen yapılabilmesi) satışlarımızı artırdığı görüşümdedir” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(5, 146)}=2,755$; $p=0,021<0.05$; $\eta^2=0,086$). Farkın nedeni;

- Yıllık boya cirosu 500.001 TL - 1.000000 TL olanların “boya sektöründeki makineleşmenin (boyaların işyerindeki makinalarda hemen yapılabilmesi) satışlarımızı artırdığı görüşümdedir” puanlarının ($\bar{x}=4,400$), yıllık boya cirosu 50.001 TL -100.000 TL ($\bar{x}=3,880$), 100.001 TL- 250.000 TL ($\bar{x}=3,900$) ve 251.000 TL- 500.000 TL olanlardan ($\bar{x}=3,920$) yüksek olmasıdır.
- Yıllık boya cirosu 1000.001 TL ve üzeri olanların “boya sektöründeki makineleşmenin (boyaların işyerindeki makinalarda hemen yapılabilmesi) satışlarımızı artırdığı görüşümdedir” puanlarının ($\bar{x}=4,330$), yıllık boya cirosu 50.001 TL -100.000 TL ($\bar{x}=3,880$), 100.001 TL- 250.000 TL ($\bar{x}=3,900$) ve 251.000 TL- 500.000 TL olanlardan ($\bar{x}=3,920$) yüksek olmasıdır.

Katılanların yıllık boya cirosuna göre “vadeli boya alış ve satışları ödemelerimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(5, 146)}=2,423$; $p=0,038<0.05$; $\eta^2=0,077$). Farkın nedeni;

- Yıllık boya cirosu 100.001 TL- 250.000 TL olanların “vadeli boya alış ve satışları ödemelerimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,700$), yıllık boya cirosu 50.000 TL ve altı ($\bar{X}=2,800$) ve 500.001 TL - 1.000000 TL olanlardan ($\bar{X}=3,130$) yüksek olmasıdır.
- Yıllık boya cirosu 1000.001 TL ve üzeri olanların “vadeli boya alış ve satışları ödemelerimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,670$), puanlarının ($\bar{X}=3,700$), yıllık boya cirosu 50.000 TL ve altı ($\bar{X}=2,800$) ve 500.001 TL - 1.000000 TL olanlardan ($\bar{X}=3,130$) yüksek olmasıdır.

Katılanların yıllık boya cirosuna göre “boya satışlarındaki vergi oranının yüksek olduğunu düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(5, 146)}=3,106$; $p=0,011<0.05$; $\eta^2=0,096$). Farkın nedeni; yıllık boya cirosu 1000.001 TL ve üzeri olanların “boya satışlarındaki vergi oranının yüksek olduğunu düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=4,000$), yıllık boya cirosu 50.000 TL ve altı ($\bar{X}=3,200$), 50.001 TL -

100.000 TL ($\bar{X}=3,380$), 100.001 TL- 250.000 TL ($\bar{X}=3,200$) ve 251.000 TL- 500.000 TL olanlardan ($\bar{X}=3,150$) yüksek olmasıdır.

Katılanların yıllık boya cirosuna göre “marka bilinirliği yüksek olan boya üreticilerinin karlılıklarını boya satan firmalara yansıtmadıklarını düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(5, 146)}=3,043$; $p=0,012<0.05$; $\eta^2=0,094$). Farkın nedeni;

- Yıllık boya cirosu 50.001 TL -100.000 TL olanların “marka bilinirliği yüksek olan boya üreticilerinin karlılıklarını boya satan firmalara yansıtmadıklarını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=4,250$), yıllık boya cirosu 500.001 TL - 1.000000 TL olanlardan ($\bar{X}=3,600$) yüksek olmasıdır.
- Yıllık boya cirosu 251.000 TL- 500.000 TL olanların “marka bilinirliği yüksek olan boya üreticilerinin karlılıklarını boya satan firmalara yansıtmadıklarını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=4,080$), yıllık boya cirosu 500.001 TL - 1.000000 TL olanlardan ($\bar{X}=3,600$) yüksek olmasıdır.
- Yıllık boya cirosu 1000.001 TL ve üzeri olanların “marka bilinirliği yüksek olan boya üreticilerinin karlılıklarını boya satan firmalara yansıtmadıklarını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=4,200$), yıllık boya cirosu 500.001 TL - 1.000000 TL olanlardan ($\bar{X}=3,600$) yüksek olmasıdır.

Katılanların yıllık boya cirosuna göre “vadeli sistemde alınan çek ve senetlerin finans kurumlarında bozdurulması boya fiyatlarının artmasına neden olduğunu düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(5, 146)}=4,636$; $p=0,001<0.05$; $\eta^2=0,137$). Farkın nedeni;

- Yıllık boya cirosu 50.001 TL -100.000 TL olanların “vadeli sistemde alınan çek ve senetlerin finans kurumlarında bozdurulması boya fiyatlarının artmasına neden olduğunu düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=4,120$), yıllık boya cirosu 50.000 TL ve altı ($\bar{X}=3,000$), 500.001 TL - 1.000000 TL olanlardan ($\bar{X}=3,400$) yüksek olmasıdır.
- Yıllık boya cirosu 100.001 TL- 250.000 TL olanların “vadeli sistemde alınan çek ve senetlerin finans kurumlarında bozdurulması boya fiyatlarının artmasına neden olduğunu düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,950$), yıllık boya cirosu 50.000 TL ve altı ($\bar{X}=3,000$), 500.001 TL - 1.000000 TL olanlardan ($\bar{X}=3,400$) yüksek olmasıdır.

- Yıllık boya cirosu 251.000 TL- 500.000 TL olanların “vadeli sistemde alınan çek ve senetlerin finans kurumlarında bozdurulması boya fiyatlarının artmasına neden olduğunu düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=4,150$), yıllık boya cirosu 50.000 TL ve altı ($\bar{X}=3,000$), 500.001 TL - 1.000000 TL olanlardan ($\bar{X}=3,400$) yüksek olmasıdır.
- Yıllık boya cirosu 1000.001 TL ve üzeri olanların “vadeli sistemde alınan çek ve senetlerin finans kurumlarında bozdurulması boya fiyatlarının artmasına neden olduğunu düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,730$), yıllık boya cirosu 50.000 TL ve altı olanlardan ($\bar{X}=3,000$) yüksek olmasıdır.

Katılanların yıllık boya cirosuna göre vadeli aldığım boyaları peşin satarak firmamın finansman gücünü yükseltmeye çalışıyorum puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($F_{(5, 146)}=4,605$; $p=0,001<0,05$; $\eta^2=0,136$). Farkın nedeni;

- Yıllık boya cirosu 50.000 TL ve altı olanların “vadeli aldığım boyaları peşin satarak firmamın finansman gücünü yükseltmeye çalışıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,400$), yıllık boya cirosu 50.001 TL -100.000 TL ($\bar{X}=2,500$) ve 100.001 TL- 250.000 TL olanlardan ($\bar{X}=2,650$) yüksek olmasıdır.
- Yıllık boya cirosu 500.001 TL - 1.000000 TL olanların “vadeli aldığım boyaları peşin satarak firmamın finansman gücünü yükseltmeye çalışıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,600$), yıllık boya cirosu 50.001 TL -100.000 TL ($\bar{X}=2,500$), 100.001 TL- 250.000 TL ($\bar{X}=2,650$), 251.000 TL- 500.000 TL ($\bar{X}=2,770$) ve 1000.001 TL ve üzeri olanlardan ($\bar{X}=2,730$) yüksek olmasıdır.

Katılanların “boya satışlarının karlılığından memnunum, satışlarımda kalitesi yüksek boyaları ön planda tutarak karlılığımı artırmaya çalışıyorum”, “satışlarımda fiyatları daha uygun boyaları ön planda tutarak karlılığımı artırmaya çalışıyorum”, “sektördeki rekabet yapısının işleyişimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum”, “boyaya olan talep diğer ürünlerin satışını da artırdığını düşünüyorum”, “sektördeki vadeli alış sisteminin vadeli satış sistemine yönelttiği görüşündeyim”, “peşin aldığım boyaları vadeli satmak istemiyorum”, “sektördeki işleyen vade yapısının satışlara olumlu katkı sağladığını düşünüyorum”, “sektörün işleyişinden memnunum, boya satışlarının firmamıza ek maliyetler yüklediğini düşünüyorum”, “üretici veya toptancılarımız hızlı bir şekilde siparişlerimizi tedarik etmektedirler”, “boya firmaları boyaların özellikleri ve uygulamaları ile ilgili yeterli bilgi vermektedirler”, boya firmalarının boyalarının özellikleri ve uygulamaları ile ilgili eğitim, seminer vb

etkinlikleri yeteri düzeyde düzenlediklerini düşünüyorum”, “çek ve senetle yapılan satışların işletmeleri risk altına soktuğunu düşünüyorum, boya satışlarında vadeli ve peşin satışların karlılığı arasında önemli bir fark olmadığını düşünüyorum”, “vadeli satışlardan ulaşan çek ve senetlerin finans kurumlarına tahsilat için verilmesinin firmaların karlılığını olumsuz yönde etkilediğini düşünüyorum” puanları yıllık boya cirosuna göre anlamlı farklılık göstermemektedir($p>0.05$).

Tablo 15

Katılımcıların Faaliyet Yaptıkları İllere Göre Boya Sektöründe Yaşanan Sorunların İşletmelerin Performanslarına Etkilerinin Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p	Fark
Boya Satışlarının Karlılığından Memnunum	1-Kocaeli	82	2,320	1,005	9,395	0,000	2>1
	2-Sakarya	26	3,310	1,011			2>3
	3-Yalova	44	2,590	1,041			
Satışlarımda Kalitesi Yüksek Boyaları Ön Planda Tutarak Karlılığımı Artırmaya Çalışıyorum	1-Kocaeli	82	3,070	1,075	1,047	0,354	
	2-Sakarya	26	2,920	0,935			
	3-Yalova	44	2,770	1,292			
Satışlarımda Fiyatları Daha Uygun Boyaları Ön Planda Tutarak Karlılığımı Artırmaya Çalışıyorum	1-Kocaeli	82	3,220	1,166	0,101	0,904	
	2-Sakarya	26	3,310	0,928			
	3-Yalova	44	3,180	1,206			
Marka Bilinirliği Yüksek Boyaların Daha Fazla Kazanç Sağladığını Düşünüyorum	1-Kocaeli	82	2,540	1,199	8,581	0,000	1>3
	2-Sakarya	26	2,620	1,235			2>3
	3-Yalova	44	1,730	0,872			
Sektördeki Rekabet Yapısının İşleyişimizi Olumsuz Etkilediğini Düşünüyorum	1-Kocaeli	82	3,760	0,854	0,412	0,663	
	2-Sakarya	26	3,770	0,710			
	3-Yalova	44	3,910	1,137			
Marka Bilinirliği Düşük Boyaların Daha Fazla Kazanç Sağladığını Düşünüyorum	1-Kocaeli	82	3,460	1,091	6,568	0,002	2>1
	2-Sakarya	26	3,920	0,935			3>1
	3-Yalova	44	4,140	0,979			
Boyaya Olan Talep Diğer Ürünlerin Satışını Da Artırdığını Düşünüyorum	1-Kocaeli	82	3,710	0,711	0,249	0,780	
	2-Sakarya	26	3,770	0,587			
	3-Yalova	44	3,640	0,990			
Boya Satışları Firmamızın Gelirlerini Artırdığını Düşünüyorum	1-Kocaeli	82	3,730	0,629	0,239	0,787	
	2-Sakarya	26	3,620	0,941			
	3-Yalova	44	3,680	0,883			
Kampanyalı Satışların Avantaj Sağladığını Düşünüyorum	1-Kocaeli	82	3,120	1,047	25,578	0,000	3>1
	2-Sakarya	26	2,230	0,587			1>2
	3-Yalova	44	3,910	0,960			3>2
Sektördeki Vadeli Alış Sisteminin Vadeli Satış Sistemine Yönelttiği Görüşümdedir	1-Kocaeli	82	3,800	0,838	0,391	0,677	
	2-Sakarya	26	3,920	0,272			
	3-Yalova	44	3,730	1,188			
Peşin Aldığım Boyaları Vadeli Satmak İstemiyorum	1-Kocaeli	82	3,850	0,957	3,739	0,026	3>1
	2-Sakarya	26	4,150	0,368			
	3-Yalova	44	4,270	0,872			
Sektördeki İşleyen Vade Yapısının Satışlara Olumlu Katkı Sağladığını Düşünüyorum	1-Kocaeli	82	3,440	0,944	0,443	0,643	
	2-Sakarya	26	3,380	0,941			
	3-Yalova	44	3,590	1,168			
Sektörün İşleyişinden Memnunum	1-Kocaeli	82	2,510	1,021	0,088	0,915	
	2-Sakarya	26	2,540	0,948			
	3-Yalova	44	2,590	0,996			
Birden Fazla Firmanın Boyasını Satmak Avantaj Sağlamaktadır	1-Kocaeli	82	3,660	0,933	1,366	0,258	
	2-Sakarya	26	3,920	0,484			
	3-Yalova	44	3,860	0,878			
Boya Üreticilerine/toptancılarına Vadesi	1-Kocaeli	82	3,390	1,086	1,138	0,323	

Gelen Çek/senetlerimi Öderken Zorlanıyorum	2-Sakarya	26	3,310	0,838			
	3-Yalova	44	3,090	1,137			
Boya Üreticilerine/toptancılarına Ödeme Yapabilmek İçin Kredi Kullanmak Zorunda Kalıyorum	1-Kocaeli	82	2,850	1,079	0,518	0,597	
	2-Sakarya	26	2,620	0,941			
	3-Yalova	44	2,860	1,231			
Boya Üretici Ve Toptancılarına Olan Borcumu Ödemek İçin Kullandığım Kredileri Ödemekte Zorlanıyorum	1-Kocaeli	82	2,900	1,129	0,411	0,663	
	2-Sakarya	26	2,690	0,928			
	3-Yalova	44	2,910	1,096			
Vadeli Yaptığım Boya Satışlarının Tahsilatında Zorlanıyorum	1-Kocaeli	82	3,590	1,065	2,629	0,075	
	2-Sakarya	26	3,850	0,543			
	3-Yalova	44	3,950	0,714			
Sattığımız Boyaların Fiyatlarının Yüksek Olduğu Konusunda Geri Dönüşler Alıyorum	1-Kocaeli	82	3,590	0,888	0,406	0,667	
	2-Sakarya	26	3,770	0,710			
	3-Yalova	44	3,590	1,127			
Boya Satışı İçin Eleman İstihdam Ediyoruz	1-Kocaeli	82	3,120	1,180	2,975	0,054	
	2-Sakarya	26	2,690	1,011			
	3-Yalova	44	3,360	1,036			
Boya Satışı İle İlgili Talepleri Karşılama Yeterli Olduğumuzu Düşünüyorum	1-Kocaeli	82	3,850	0,818	0,444	0,642	
	2-Sakarya	26	3,690	0,928			
	3-Yalova	44	3,770	0,677			
Boya Satışlarının Firmamıza Ek Maliyetler Yüklediğini Düşünüyorum	1-Kocaeli	82	2,930	1,097	9,628	0,000	1>2
	2-Sakarya	26	2,000	0,693			3>2
	3-Yalova	44	3,050	1,077			
Boya Sektöründeki Makineleşmenin (boyaların İşyerindeki Makinalarda Hemen Yapılabilmesi) Satışlarımızı Artırdığı Görüşündeyim	1-Kocaeli	82	3,980	0,875	2,292	0,105	
	2-Sakarya	26	4,150	0,368			
	3-Yalova	44	4,270	0,694			
Üretici Veya Toptancılarımız Hızlı Bir Şekilde Siparişlerimizi Tedarik Etmektedirler	1-Kocaeli	82	3,590	0,968	3,436	0,035	2>1
	2-Sakarya	26	4,080	0,484			
	3-Yalova	44	3,820	0,843			
Vadeli Boya Alış Ve Satışları Ödemelerimizi Olumsuz Etkilediğini Düşünüyorum	1-Kocaeli	82	3,540	0,996	1,559	0,214	
	2-Sakarya	26	3,150	1,047			
	3-Yalova	44	3,500	0,902			
Boya Firmaları Boyaların Özellikleri Ve Uygulamaları İle İlgili Yeterli Bilgi Vermektedirler	1-Kocaeli	82	3,120	1,137	0,554	0,576	
	2-Sakarya	26	3,380	1,169			
	3-Yalova	44	3,230	1,097			
Boya Firmalarının Boyalarının Özellikleri Ve Uygulamaları İle İlgili Eğitim, Seminer Vb Etkinlikleri Yeteri Düzeyde Düzenlediklerini Düşünüyorum	1-Kocaeli	82	2,290	1,000	1,779	0,172	
	2-Sakarya	26	2,620	0,852			
	3-Yalova	44	2,590	1,085			
Boya Satışlarındaki Vergi Oranının Yüksek Olduğunu Düşünüyorum	1-Kocaeli	82	3,270	1,066	9,591	0,000	3>1
	2-Sakarya	26	3,080	0,628			3>2
	3-Yalova	44	3,950	0,888			
Marka Bilinirliği Yüksek Olan Boya Üreticilerinin Karlılıklarını Boya Satan Firmalara Yansıtmadıklarını Düşünüyorum	1-Kocaeli	82	3,950	0,800	0,102	0,903	
	2-Sakarya	26	3,920	0,484			
	3-Yalova	44	4,000	0,747			
Vadeli Sistemde Alınan Çek ve senetlerin Finans Kurumlarında Bozdurulması Boya Fiyatlarının Artmasına Neden Olduğunu Düşünüyorum	1-Kocaeli	82	3,900	0,964	4,500	0,013	1>3
	2-Sakarya	26	4,000	0,400			2>3
	3-Yalova	44	3,450	0,951			
Çek ve senetle Yapılan Satışların İşletmeleri Risk Altına Soktuğunu Düşünüyorum	1-Kocaeli	82	3,880	1,093	3,372	0,037	3>1
	2-Sakarya	26	3,920	0,744			
	3-Yalova	44	4,320	0,639			
Boya Satışlarında Vadeli Ve Peşin Satışların Karlılığı Arasında Önemli Bir Fark Olmadığını Düşünüyorum	1-Kocaeli	82	3,270	1,066	8,521	0,000	2>1
	2-Sakarya	26	4,000	0,400			2>3
	3-Yalova	44	2,950	1,200			
Vadeli Aldığım Boyaları Peşin Satarak Firmamın Finansman Gücünü Yükseltmeye Çalışıyorum	1-Kocaeli	82	3,070	1,120	4,269	0,016	1>2
	2-Sakarya	26	2,380	0,752			3>2
	3-Yalova	44	2,910	1,053			
Vadeli Satışlardan Ulaşan Çek ve senetlerin Finans Kurumlarına Tahsilat İçin	1-Kocaeli	82	3,950	0,967	1,357	0,260	
	2-Sakarya	26	3,920	0,484			

Katılanların faaliyet yapılan ile göre “boya satışlarının karlılığından memnunum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=9,395$; $p=0,000<0.05$; $\eta^2=0,112$). Farkın nedeni; faaliyet yaptıkları il Sakarya olanların “boya satışlarının karlılığından memnunum” puanlarının ($\bar{X}=3,310$), faaliyet yaptıkları il Kocaeli ($\bar{X}=2,320$) ve Yalova olanlardan ($\bar{X}=2,590$) yüksek olmasıdır.

Katılanların faaliyet yapılan ile göre “marka bilinirliği yüksek boyaların daha fazla kazanç sağladığını düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=8,581$; $p=0,000<0.05$; $\eta^2=0,103$). Farkın nedeni;

- Faaliyet yaptıkları il Kocaeli olanların “marka bilinirliği yüksek boyaların daha fazla kazanç sağladığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=2,540$), faaliyet yaptıkları il Yalova olanlardan ($\bar{X}=1,730$) yüksek olmasıdır.
- Faaliyet yaptıkları il Sakarya olanların “marka bilinirliği yüksek boyaların daha fazla kazanç sağladığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=2,620$), faaliyet yaptıkları il Yalova olanlardan ($\bar{X}=1,730$) yüksek olmasıdır.

Katılanların faaliyet yapılan ile göre “marka bilinirliği düşük boyaların daha fazla kazanç sağladığını düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=6,568$; $p=0,002<0.05$; $\eta^2=0,081$). Farkın nedeni;

- Faaliyet yaptıkları il Sakarya olanların “marka bilinirliği düşük boyaların daha fazla kazanç sağladığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,920$), faaliyet yaptıkları il Kocaeli olanlardan ($\bar{X}=3,460$) yüksek olmasıdır.
- Faaliyet yaptıkları il Yalova olanların “marka bilinirliği düşük boyaların daha fazla kazanç sağladığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=4,140$), faaliyet yaptıkları il Kocaeli olanlardan ($\bar{X}=3,460$) yüksek olmasıdır.

Katılanların faaliyet yapılan ile göre “kampanyalı satışların avantaj sağladığını düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=25,578$; $p=0,000<0.05$; $\eta^2=0,256$). Farkın nedeni;

- Faaliyet yapılan il Yalova olanların “kampanyalı satışların avantaj sağladığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,910$), faaliyet yaptıkları il Kocaeli ($\bar{X}=3,120$) ve Sakarya olanlardan ($\bar{X}=2,230$) yüksek olmasıdır.

- Faaliyet yapılan il Kocaeli olanların “kampanyalı satışların avantaj sağladığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,120$), faaliyet yaptıkları il Sakarya olanlardan ($\bar{X}=2,230$) yüksek olmasıdır.

Katılanların faaliyet yapılan ile göre “peşin aldığım boyaları vadeli satmak istemiyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=3,739$; $p=0,026<0.05$; $\eta^2=0,048$). Farkın nedeni; faaliyet yapılan il Yalova olanların “peşin aldığım boyaları vadeli satmak istemiyorum” puanlarının ($\bar{X}=4,270$), faaliyet yaptıkları il Kocaeli olanlardan ($\bar{X}=3,850$) yüksek olmasıdır.

Katılanların faaliyet yapılan ile göre boya satışlarının firmamıza ek maliyetler yüklediğini düşünüyorum puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=9,628$; $p=0,000<0.05$; $\eta^2=0,114$). Farkın nedeni;

- Faaliyet yapılan il Kocaeli olanların “boya satışlarının firmamıza ek maliyetler yüklediğini düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=2,930$), faaliyet yaptıkları il Sakarya olanlardan ($\bar{X}=2,000$) yüksek olmasıdır.
- Faaliyet yaptıkları il Yalova olanların “boya satışlarının firmamıza ek maliyetler yüklediğini düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,050$), faaliyet yaptıkları il Sakarya olanlardan ($\bar{X}=2,000$) yüksek olmasıdır.

Katılanların faaliyet yapılan ile göre “üretici veya toptancılarımız hızlı bir şekilde siparişlerimizi tedarik etmektedirler” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=3,436$; $p=0,035<0.05$; $\eta^2=0,044$). Farkın nedeni; faaliyet yaptıkları il Sakarya olanların “üretici veya toptancılarımız hızlı bir şekilde siparişlerimizi tedarik etmektedirler” puanlarının ($\bar{X}=4,080$), faaliyet yaptıkları il Kocaeli olanlardan ($\bar{X}=3,590$) yüksek olmasıdır.

Katılanların faaliyet yaptıkları ile göre “boya satışlarındaki vergi oranının yüksek olduğunu düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=9,591$; $p=0,000<0.05$; $\eta^2=0,114$). Farkın nedeni; faaliyet yaptıkları il Yalova olanların “boya satışlarındaki vergi oranının yüksek olduğunu düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,950$), faaliyet yaptıkları il Kocaeli ($\bar{X}=3,270$) ve Sakarya olanlardan ($\bar{X}=3,080$) yüksek olmasıdır.

Katılanların faaliyet yapılan ile göre “vadeli sistemde alınan çek ve senetlerin finans kurumlarında bozdurulması boya fiyatlarının artmasına neden olduğunu düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=4,500$; $p=0,013<0.05$; $\eta^2=0,057$). Farkın nedeni;

- Faaliyet yapılan il Kocaeli olanların “vadeli sistemde alınan çek ve senetlerin finans kurumlarında bozdurulması boya fiyatlarının artmasına neden olduğunu düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,900$), faaliyet yaptıkları il Yalova olanlardan ($\bar{X}=3,450$) yüksek olmasıdır.
- Faaliyet yaptıkları il Sakarya olanların “vadeli sistemde alınan çek ve senetlerin finans kurumlarında bozdurulması boya fiyatlarının artmasına neden olduğunu düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=4,000$), faaliyet yaptıkları il Yalova olanlardan ($\bar{X}=3,450$) yüksek olmasıdır.

Katılanların faaliyet yapılan ile göre çek ve senetle yapılan satışların işletmeleri risk altına soktuğunu düşünüyorum puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=3,372$; $p=0,037<0.05$; $\eta^2=0,043$). Farkın nedeni; faaliyet yapılan il Yalova çek ve senetle yapılan satışların işletmeleri risk altına soktuğunu düşünüyorum puanlarının ($\bar{X}=4,320$), faaliyet yapılan il Kocaeli çek ve senetle yapılan satışların işletmeleri risk altına soktuğunu düşünüyorum puanlarından ($\bar{X}=3,880$) yüksek olmasıdır.

Katılanların faaliyet yaptıkları ile göre “boya satışlarında vadeli ve peşin satışların karlılığı arasında önemli bir fark olmadığını düşünüyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=8,521$; $p=0,000<0.05$; $\eta^2=0,103$). farkın nedeni; Faaliyet yaptıkları il Sakarya olanların “boya satışlarında vadeli ve peşin satışların karlılığı arasında önemli bir fark olmadığını düşünüyorum” puanlarının ($\bar{X}=4,000$), faaliyet yaptıkları il Kocaeli ($\bar{X}=3,270$) ve Yalova olanlardan ($\bar{X}=2,950$) yüksek olmasıdır.

Katılanların faaliyet yapılan ile göre “vadeli aldığım boyaları peşin satarak firmamın finansman gücünü yükseltmeye çalışıyorum” puanları anlamlı farklılık göstermektedir($F_{(2, 149)}=4,269$; $p=0,016<0.05$; $\eta^2=0,054$). Farkın nedeni;

- Faaliyet yaptıkları il Kocaeli olanların “vadeli aldığım boyaları peşin satarak firmamın finansman gücünü yükseltmeye çalışıyorum” puanlarının ($\bar{X}=3,070$), faaliyet yaptıkları il olanlardan ($\bar{X}=2,380$) yüksek olmasıdır.
- Faaliyet yaptıkları il Yalova olanların “vadeli aldığım boyaları peşin satarak firmamın finansman gücünü yükseltmeye çalışıyorum” puanlarının ($\bar{X}=2,910$), faaliyet yaptıkları il olanlardan ($\bar{X}=2,380$) yüksek olmasıdır.

Katılanların; “satışlarımda kalitesi yüksek boyaları ön planda tutarak karlılığımı artırmaya çalışıyorum”, “satışlarımda fiyatları daha uygun boyaları ön

planda tutarak karlılığını artırmaya çalışıyorum”, “sektördeki rekabet yapısının işleyişimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum”, “boyaya olan talep diğer ürünlerin satışını da artırdığını düşünüyorum”, “boya satışları firmamızın gelirlerini artırdığını düşünüyorum, sektördeki vadeli alış sisteminin vadeli satış sistemine yönelttiği görüşümdedir”, “sektördeki işleyen vade yapısının satışlara olumlu katkı sağladığını düşünüyorum”, “sektörün işleyişinden memnunum”, “birden fazla firmanın boyasını satmak avantaj sağlamaktadır”, “boya üreticilerine/toptancılarına vadesi gelen çek/senetlerimi öderken zorlanıyorum”, “boya üreticilerine/toptancılarına ödeme yapabilmek için kredi kullanmak zorunda kalıyorum”, “boya üretici ve toptancılarına olan borcumu ödemek için kullandığım kredileri ödemekte zorlanıyorum”, “vadeli yaptığım boya satışlarının tahsilatında zorlanıyorum,” “sattığımız boyaların fiyatlarının yüksek olduğu konusunda geri dönüşler alıyorum”, “boya satışı için eleman istihdam ediyoruz”, “boya satışı ile ilgili talepleri karşılamada yeterli olduğumuzu düşünüyorum”, “boya sektöründeki makineleşmenin (boyaların işyerindeki makinalarda hemen yapılabilmesi) satışlarımızı artırdığı görüşümdedir”, “vadeli boya alış ve satışları ödemelerimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum, boya firmaları boyaların özellikleri ve uygulamaları ile ilgili yeterli bilgi vermektedirler”, “boya firmalarının boyalarının özellikleri ve uygulamaları ile ilgili eğitim, seminer vb etkinlikleri yeteri düzeyde düzenlediklerini düşünüyorum”, “marka bilinirliği yüksek olan boya üreticilerinin karlılıklarını boya satan firmalara yansıtmadıklarını düşünüyorum”, “vadeli satışlardan ulaşan çek ve senetlerin Finans kurumlarına tahsilat için verilmesinin firmaların karlılığını olumsuz yönde etkilediğini düşünüyorum” puanları faaliyet yapılan ile göre anlamlı farklılık göstermemektedir($p>0.05$).

SONUÇ

Üretim açısından kimya sektörünün, tüketim açısından inşaat sektörü kapsamında bulunan boya sektörü her geçen gün gelişmekte olup, Türkiye’de dünyada kabul gören kalite ve standartlarda boya üretimi yapılmaktadır. Türkiye’de Cumhuriyetin ilanından önce başlayan boya ticareti, Cumhuriyetin ilanından sonra üretim aşamasına geçilmiş ve atölye tipinde üretim yapılmaya başlanan boya üretimi, II. Dünya Savaşı’ndan sonra fabrika üretimine geçmiştir. O günden itibaren sektöre yapılan yerli yatırımlara, 90’lı yıllardan sonra yabancı yatırımcılar da eklenmiştir. Bugüne gelindiğinde Türkiye’de boya üretimi yapan farklı büyüklükte 600 civarında boya üreticisi bulunmaktadır. Bu kadar boya üreticisi ve üretim kapasitesi olmasına karşın dünya boya ticaretinden sadece %1’lik pay alabilen boya sektörünün iç pazara odaklandığı görülmektedir.

Yurtiçinde üretimden tüketime, üretici-toptancı-perakendeci olarak işleyiş yapısı bulunan boya sektörünün dağıtım kanalında yaşanan sorunlar dikkat çekici boyutlara ulaşmıştır. Özellikle büyük boya markalarının toptancılarının sektöre verdiği zararlar basında yer bulmuştur (www.mansetmarmara.com).

Gelişen teknoloji sayesinde istenen renkte boyalar birkaç dk içerisinde perakendecilerde bulunan boya makineleri ile yapılarak tüketicilere teslim edilebilmektedir. Önceden tüketicinin istediği her rengi perakendeci stoğunda bulunduramadığından dolayı, toptancısından talep ediyordu, ancak yaşanan gelişmeler sadece boya yapımında kullanılan bazları elde tutarak, tüketicinin talebini yerine getirmek için yeterli olunca, toptancılar fonksiyonlarını yitirmeye başlamışlardır. Diğer taraftan lojistik sektörünün de artan e-ticaret hacmiyle birlikte gelişim göstermesi, boya fabrikalarından yapılan siparişlerin kısa sürede istenilen yere gitmesine olanak sağlaması, sistemde yer alan toptancıların hareket alanını kısıtlamıştır.

Sektörde faaliyet gösteren ve sektörün büyük bölümüne hakim olan üreticiler açısından toptancılar önemini yitirmiş ve çoğu büyük üretici, toptancılarını devreden çıkartarak fabrika elemanları tarafından perakendecilere satış yapmaya başlamışlardır.

Ancak sektörde yer alan yerli üretim yapan KOBİ niteliğindeki üreticiler açısından toptancılık müessesesi devam etmektedir. Çünkü bu işletmeler büyük

işletmeler gibi, bayilerine boya makineleri dağıtacak sermaye yapısına sahip olamadıkları gibi kısa sürede istenen yere boya gönderebilecekleri lojistik alt yapıları da bulunmamaktadır. Ancak bu boya işletmelerinin toptancılarının giderlerini karşılayacak düzeyde sektörde payları bulunmadığı için boya toptancıları sektörde varlık gösterme de zorluk yaşamaktadırlar. Bunlarla birlikte hammadde de dışa bağımlılıktan dolayı dövizdeki dalgalanmalar, emtia fiyatlarındaki değişimler yerel boya üreticilerinin maliyetlerine olumsuz yansımakta bu olumsuzluğu fiyat artışı olarak toptancılara yansıtmaları ve sektördeki vade yapısı, üreticilerdeki bolluktan kaynaklanan rekabet yapısı da işletmelerin finansal performanslarının düşmesine neden olmaktadır. Zincir şeklinde işleyen sistemde toptancıların yaşadıkları olumsuzluklar alttan perakendecileri, üstten de üreticileri etkileyerek sektörün işleyişini olumsuz etkilemektedir.

Türk boya sektöründe yaşanan sorunlar ve işletmelerin finansal performansları üzerindeki etkileri başlıklı yüksek lisans tez çalışmasında; boya sektörünün sorunları ve işletmelerin finansal performanslarına etkileri incelenmeye çalışılmıştır. Kocaeli, Sakarya ve Yalova'da faaliyet gösteren 152 boya sektörünün temsilcisi ile gerçekleştirilen araştırmadan başlıca aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

Sektörde faaliyet gösteren işletmelerin çoğunluğu 1'den fazla banka ile çalışmakta olup, çoğunluğu peşin ve kredi kartı ile yapılan satışların %80'i çek ve senetle yapılmaktadır. Sektörde faaliyet gösteren işletmelerin %13,2'si faktoring firmaları ile çalışmaktadır. Muhtemelen bu firmalar toptan boya satışı yapan firmalardır. Çünkü perakende satış yapanların satışları ya kredi kartı ya da nakit ile gerçekleşmektedir. Bu durumda üreticilere ödemelerinde zorlanan toptancılar, ödemelerini gerçekleştirmek için ellerinde bulundurdukları müşteri çeklerini kredi limitleri dolu olduğundan dolayı bankalarda tahsil edemeyip, faktoring firmalarına başvurduklarını göstermektedir.

Araştırmada marka bilinirliği yüksek ve marka bilinirliği düşük boyaların talep gördüğü, marka bilinirliği yüksek olan boyaların kârlılıklarının düşük olduğu, marka bilinirliği düşük boyaların ise kârlılığının daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Bu durum sektörde her boyuttaki üreticinin pazar alanının olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların çoğunluğunun yıllık boya cirosu 250.000 TL'nin üzerinde bulunmaktadır. Bu durum sektörün büyüklüğü konusunda fikir vericidir. Katılımcıların yarıdan fazlası lise eğitim düzeyindedir. Boya satışı yapmak için eğitim düzeylerinin yeterli olduğu düşünülmektedir.

Sektörde faaliyet gösteren katılımcıların boya sektörünün sorunları ve işletmelerin finansal performanslarına etkileri ile ilgili görüşleri 34 farklı 5'li likert tipi önerme ile incelenmiştir. 5 üzerinden yapılan değerlendirmeye göre sektörün işleyişinden memnuniyetin ortalaması 2,540 olmuştur. Bu sayısal değer katılmıyorum ile kararsızım arasında yer almaktadır. Diğer bir ifade ile sektörün işleyişinden genel olarak hiç kimse memnun değildir.

Benzer şekilde boya satışlarının karlılığından da katılımcılar memnun değildirler (Ort:2,570).İşletmeler marka bilinirliği düşük boyaların karlılıklarının daha yüksek olduğunu, marka bilinirliği yüksek boyaların fazla kazanç sağlamadığını düşünmektedirler. Sektördeki rekabet yapısının işleyişi olumsuz etkilediğini, ancak birden fazla firmanın boyasını satmanın avantaj sağladığı görüşündedirler.

Çek ve senetle yapılan ticaretin işletmeleri risk altına soktuğunu belirten katılımcılar, boya satışlarında vergilerin yüksek olduğunu, vadeli satışlardan elde edilen çek ve senetlerin finans kurumlarında vadesinden önce kullanılmasının firma karlılığını olumsuz etkilediği görüşündedirler.

Boya üreticilerinin üretim ve tedarikte yeterli olduğu, ancak işletmeleri bilgilendirme ve eğitim etkinlikleri düzenleme konusunda sektördeki beklentilere yanıt veremedikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmada, 10 yıl ve altı süredir sektörde faaliyet gösteren işletmelerin sektördeki işleyişten daha olumsuz etkilendikleri belirlenmiştir. Bu da sektördeki deneyimin ne kadar önemli olduğunu ortaya koymaktadır.

Sektörde toptancı olarak faaliyet gösteren işletmelerin perakende, toptan ve perakende satış yapanlara göre olumsuz etkilendikleri ve sektörün işleyişinden memnun olmadıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Katılımcıların eğitim düzeylerine, farklı sayıda boya markası satma durumlarına, faaliyet gösterdikleri iller ve boya cirolarına göre de sektörün sorunları ve finansal performanslarına etkilerine yönelik görüşlerinde farklılıkların bulunduğu araştırmada, çek ve senetle satış yapanların daha olumsuz etkilendikleri, sektördeki vadeli alışverişin vadeli satışa yönelttiği, vadesi gelen çek ve senetleri ödemekte zorlanıldığı belirlenmiştir. Ayrıca faktoring firmalarıyla çalışan işletmelerin, sektörün işleyişinden memnun olmadıkları, kullandıkları kredileri öderken zorlandıkları, finans kurumlarında vadesinden önce tahsil edilen çeklerin hem boya fiyatlarını artırdığını hem de işletmenin karlılığını olumsuz etkilediği belirlenmiştir.

Çalışmada teorik araştırma ve istatistiksel analiz sonuçlarımız, bizlere yukarıda verdiğimiz bilgilerle birlikte genel bir değerlendirmeye götürdüğünde sonuç olarak görülmektedir ki;

Son dönemlerde sektörde konsantrasyon, uzmanlaşma, globalleşme, çok yönlü ortaklıklar, rekabet, çevresel faktörler vb... daha bir çok konuda önemli değişiklikler yaşayan boya sektörü, daha iyi ve sağlıklı bir yaşam devamı konusunda bilinçlenen toplum ve sürdürülebilirlik kavramının önemini her geçen gün daha fazla algılayarak, sektördeki ürün ve üretim anlayışında da değişimi gerçekleştirmek için çaba sarf etmektedir.

Türk boya sektörü, çevreye ve insan sağlığına olan olumsuz etkileri en aza indirmek ve tüketicilerin çevreci ürün politikalarına yönelik taleplerini karşılamak için çevre dostu ürünlere yönelik önemli bir çalışma sürecine girmiştir. Türkiye’de boya sektörü, bir pazar olarak temel kimya sektöründe önemli bir iktisadi büyüklüğe sahiptir. Türkiye’nin üretimde uzun zamandır global boya pazarından aldığı pay, %1 ile 2 arasında değişmektedir. Sektör son zamanlarda ihracatını artırmaya yönelik faaliyetler içine girerek özellikle coğrafi yakınlığı bulunan, dış pazarlara boya sanayisine çeşitli alt sektörleri bazında boya ürünleri sevk etmeye çabalamaktadır.

Türk boya sektörü yıllık beklentileri itibariyle genel iktisadi performansa uygun olmak üzere makro ekonomik dengeleri yeniden düzenleyerek, ekonomide cari açık ve finansman yapısına yönelik düzeltme süreci içinde sektörde iyileştirme çabalarında bulunarak gerekli önlemleri almaya, genel imalat sanayinin devlet desteğiyle güçlendirmeye ve yeniden milli ekonomi içinde yükselen iktisadi değerlere sahip olmak için uğraşmaktadır.

Türk boya sektörünün problemlerinin en başta gelen sorunu ise girdilerin yaklaşık %60’ının dışa bağımlı olması, ölçek ekonomisi dışındaki kurulumlar, teknolojik problemler ve kayıtdışılık yer almaktadır. Bu sebeple boya sektörü, sektörel büyüme ve ihracat odaklı olarak, araştırma geliştirme çalışmalarına daha fazla ağırlık vermelidir.

Günümüzün iktisadi koşulları dikkate alındığında sektörün problemlerinin çözümünde en başta Türkiye iktisadi dengesinin amaçlanması yönünde destek olacak, sanayinin öncelikli ihracata dayalı stratejiler doğrultusunda desteklenmeleri oldukça fazla önem taşıyacaktır.

Denetim ve risk yönetim fonksiyonları ve istatistiksel verileri dikkate alan kısa ve uzun vadeli stratejilere sahip olarak, Türkiye’nin rekabet gücünü, ihracatını

artırarak iktisadi büyümeye katkı sağlayacağı kaçınılmazdır. Böylece dünya ekonomisindeki nisbi gelişme süreciyle beraber iktisadi büyümesini devam ettirerek, birbirine entegre olan sanayi sektörlerinin de büyüme sürecine katkıları bulunacaktır.

- Türk boya sanayisi, mevcut varolan kapasitenin altında üretim rakamlarına sahiptir. Sektörde işletmelerin tam kapasite işleyebilmesi için mamül ürün ihracatına yönelmelidir.
- Hammadde açısından dışa bağımlılık sebebiyle girdi ithalatı oldukça yüksektir. Bunun belli bir sınırdaki tutulmasına özen gösterilmelidir.
- Kriz dönemlerinin yaratmış olduğu; talep azalması, yeni yatırımlardan vazgeçilmesi, tasarruf politikaları, fabrika onarım çalışmalarının yapılması, üretim yavaşlaması ... gibi sıkıntılı yapılar içine girmesi ve işleyişin sekteye uğrayarak planlanan performansa ulaşamaması nedeniyle, sektörün kriz odaklı, kurumsal alternatif çözümler üretmesi gerekmektedir.
- Yatırımlar, sektörün bütün stratejik özellikleri dikkate alınarak, büyük bir titizlikle gerçekleştirilmelidir.
- Finansal disiplin çalışmalarının vazgeçilmez bir unsur olarak, sektör tarafından önemle benimsenmesi gerekliliği en kısa zamanda sağlanmalıdır.
- İnsan kaynakları alanında yenilikçi, müşteri odaklı, sürdürülebilirlik ve dijitalleşme odaklı yatırım ve daha kurumsal araştırma geliştirme çalışmalarına teşvik programlarıyla destek verilmesi gerekmektedir.
- Çevre düzenlemelerine uyum sürecine bağlı olarak geri kazanım ve dönüşüm konularında çalışmalar ve teşviklerin artırılması gerekmektedir.
- Böylece Türkiye küresel boya pazarının getirmiş olduğu iktisadi büyümeyi ve entegre olduğu sanayi sektörlerini büyüme sürecine katarak, boya pazarının ekonomik ve ticari değerini önceki iktisadi göstergelerin üzerine çıkarabilecektir.

Araştırmada ulaşılan dikkat çekici diğer bir sonuç ise katılımcıların cirolarına göre boya sektöründe yaşanan sorunlar ve finansal performansları hakkındaki görüşlerindeki farklılaşmalardır. Sektörde cirosu yüksek olan işletmeler, kampanyalara olan katılımı artırarak prim oranını yükseltme yoluyla, kârlılıklarını artırmayı benimsemektedirler. Cirosu düşük işletmeler ise; boya satış fiyatlarını yükselterek, kârlılık sağlamaya çalışmaktadırlar. Cirosu yüksek işletmeler prim kazancını yükseltebilmek için vadeli satışa yönelmekte, bu durum ödemelerinin

olumsuz etkilenmesine neden olarak, işletmenin finansal dengesini bozmaktadır. Vadeli satışlarda yaşanan tahsilat sorunları, işletmeleri kredi kullanmaya ve faktoring firmalarına yönelmekte olup, bu durum finansal performanslarının olumsuz etkilenmesine neden olmaktadır.

Araştırmadan ulaşılan sonuçlar doğrultusunda aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir:

- Boya sektörü doygunluğa ulaşmış bir sektördür. Sektörde 600 civarında üretici olması bunu göstermektedir. Bu kadar çok üretici olmasına ve dünya standartlarında üretim yapılabilmesine karşın, dünya boya pazarından alınan pay sadece %1'dir. Bu durum üreticilerin iç pazara odaklandıklarını ve bu sayı fazlalığı perakendeci işletmelerin çok fazla alternatifinin olduğunu göstermektedir. Hal böyle olunca sektörde üreticiler arasında ciddi bir rekabet yaşanmakta, ürünlerini satmak isteyen üreticiler, fiyatlarında indirim, vade yapısında esneme, büyük boyutlara varan hediyeler (bilgisayar, akıllı telefon, araba, vb.) gibi stratejiler kullanarak, sektörün işleyişini ve rekabet yapısını olumsuz etkilemektedirler. Oysaki iç pazarda yoğunlaşmaktansa biraz dış ticarete yönelseler, hem sektörün işleyişi rahatlayacak, hem de üreticiler tam kapasite çalışabilecekler, hatta kapasite artırımına gidebileceklerdir. Üreticilerin dış pazarlara açılmalarında, il ticaret odalarının, dış ticaret müsteşarlıklarının, sektörle ilgili sivil toplum kuruluşlarının aktif rol üstlenerek, özellikle KOBİ niteliğindeki üreticilere dış ticaret eğitimi vermenin yanında, dış ticaret için potansiyel ülkelerde talep analizleri yaparak, işbirliklerinin kurulmasını sağlamaları, boya sektörünün dışa açılmasına ve gelişmesine, dolayısıyla ülke ekonomisine olan katkısının artmasına vesile olurken, iç pazarın da rahatlamasını sağlayacaktır.
- Boya sektöründe yaşanan teknolojik gelişmeler, lojistik sistemlerin gelişmesi toptancılık müessesesinin fonksiyonlarını önemli ölçüde yitirmesine neden olmuştur. Büyük üreticiler, toptancılarını aradan kaldırmışlar ve kendi fabrika temsilcileri ile perakendeciler arasındaki ilişkilerini sürdürmektedirler. Müşterilerin talep ettikleri ürünler dakikalar içerisinde perakende işletmeleri tarafından hazırlanmaktadır. Makinada üretilmeyen ürünler veya stokta olmayan boyalar ise gelişen lojistik sistemler aracılığı ile çok kısa sürede perakende bayiye ulaştırılmaktadır. Ancak sektörde faaliyet gösteren küçük

ve orta boy işletmelerin toptancılara olan ihtiyaçları halen sürmektedir. Ancak sektördeki payları ve sektördeki rekabetten kaynaklanan toptancıların kâr paylarındaki düşüklük ve satış yapabilmek için perakendeciden alınan çek ve senetlerin vadesi ile üreticilere verilen çek ve senetlerin vade tarihlerindeki farklılıklar, toptancıları finansal olarak zor duruma düşürmektedir. Bu durumun önüne geçmek için, sektördeki toptancıların statüsünün yeniden belirlenmesi, sektördeki uzun vadeli işleyişin düzenlenmesi, hem sektördeki rekabet ortamına adalet getirecek, hem de işleyişe önemli katkılar sağlayacaktır. Bunun için sektörün önde gelen sivil toplum kuruluşlarına büyük bir görev düşmektedir. Sektörde faaliyet gösteren 600 civarındaki üreticiler ile iletişime geçerek belirlenen tarih nezdinde sektördeki vadeli işleyişe son verilmesi, ya da en azından kademeli olarak vadeli sistemin ortadan kaldırılması sağlanabilir. Ayrıca sektörel bazda lojistik firmalarla yapılabilecek işbirliği ve anlaşmalar çerçevesinde sektördeki küçük ve orta boy işletmelerin uygun maliyetle boya gönderimlerinin sağlanması için anlaşmalar gerçekleştirilebilir. Toptancıların ise boya dağıtıcılığı fonksiyonun tamamen ortadan kaldırılarak, üretici firmanın temsilcisi statüsünde varlık göstermesi, yaptığı bağlantı ve satışlar karşılığında kazanç sağladığı, perakendeci ve üretici arasındaki garantörlük rolünün sonlandırılması ile finansal olarak üstlendikleri risklerin ortadan kalkması sağlanacaktır. Böylelikle sektördeki işleyiş daha sağlıklı ve verimli olurken, bu durum işletmelerin finansal performanslarına olumlu olarak yansiyacaktır.

- Sektörde üreticilerin yoğun pazarlama faaliyetleri, toptancı ve perakendecilerin finansal durumlarını olumsuz etkilemektedir. Daha önce belirtildiği üzere, sektörde öngörüye dayalı satış yapılmakta, önce fiyat garantisi verilerek çek ve senetler alınmakta, sonra çek ve senetleri alınan miktarda istenen renk ve sayıda boyalar teslim edilmektedir. Üreticiler, çek ve senetleri alınan satışı bitmiş olarak değerlendirmekte, toptancı ve perakendecide bulunan ürünlerin tüketicilere satılıp satılmadığıyla ilgilenmemektedirler. Bu durum toptancı ve perakendecilerin stoklarının artmasına, vadesi gelen ödemelerin yapılmasında sorunlar yaşamalarına neden olmaktadır. Oysa üreticiler, sahada etkili analizler yaparak, üretimden çıkan ürünlerinin son tüketiciye ulaşıp ulaşmadığını da gözlemlemelidirler. Bu da

hayali değil, gerçek satışın yapılıp yapılmadığını gösterecektir. Doğru satış sektörün sürdülebilir bir yapıda işleyişine olumlu katkı sağlayacaktır.

- Bu araştırma Kocaeli, Sakarya ve Yalova’da inşaat boylarının satışını yapan ve araştırmaya katılan 152 kişinin görüşleri ile sınırlıdır. Araştırmanın benzerleri, inşaat boyları dışındaki boyları satanlarla gerçekleştirilebileceği gibi diğer illerde veya Türkiye bazında boya satışı yapanlarla da gerçekleştirilebilir. Araştırma inşaat boyası satışı yapan işletme yöneticilerin görüşlerini yansıtılmaktadır. Ancak boya sektöründe yaşanan sorunlar, sadece satış yapanlarla sınırlı olmadığından üreticileri de içine alan daha kapsamlı çalışmalar yapılabilir. Diğer taraftan araştırma nicel araştırma yöntemlerine göre gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırma yöntemlerinin de içeriğe dahil edildiği karma yöntemlerle boya sektörünün sorunları ve işletmelerin finansal performanslarına olan etkileri sorgulanabilir.

KAYNAKÇA

- Acar, M. (2003). Tarımsal işletmelerde finansal performans analizi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(20).
- Akal, Z. (2002). *İşletmelerde performans ölçüm ve denetimi*. Ankara: MPM Yayınları.
- Akbulut, Y., Göktaş, B., Ağırbaş, İ., Aldoğan, E. U. ve Payziner, P. D. (2013). Sağlık Kurumlarında Finansal Yönetim. (İ. Ağırbaş, Ed.) Eskişehir: T.C Anadolu Üniversitesi Yayını
- Akers, H. (2014). *Key macroeconomic variables*. EHow Contributor.
- Akgüç, Ö. (2010). *Finansal yönetim* (8. Baskı). İstanbul: Avcıol Basım Yayın.
- Al-Hakim, L. A. Y., S. Hassan, (2011). The role of middle managers in knowledge management implementation to improve organizational performance in the iraqi mobile telecommunication sector. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3(5), 948-965.
- Amato, L. H., Burson, T. E. (2007).The effects of firm size on profit rates in the financial services. *Journal of Economics and Economic Education Research*, 8(1), 67 – 81.
- Aquino, R. (2010). *Capital structure of Philippine listed and unlisted firms: 1997-2008*. University of the Philippines, College of Business Administration, Discussion paper 1005.
- Arslan, A. (2021). Kamu harcamalarında verimlilik, etkinlik ve denetim. https://maliyedergisi.sgb.gov.tr/yayinlar/md/md140/Kamu%20Harcamalari%20A.%20ARSLAN_.pdf adresinden 10 Ağustos 2021’da alınmıştır.
- Atmaca, M., Çelenk, H. (2011). Uluslararası muhasebe ve finansal raporlama standartlarının finansal analize etkilerinin regresyon analizi ile ölçülmesine yönelik bir araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (49), 113-125.
- Avcı, U. (2005). *İşletmelerde Örgütsel Öğrenme-Örgütsel Performans İlişkisi: Konaklama İşletmelerinde Örgütsel Öğrenme-Örgütsel Performans İlişkisine*

Yönelik İnceleme, Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Isparta.

- Aydeniz, E. Ş. (2009). Makroekonomik göstergelerin firmaların finansal performans ölçütleri üzerindeki etkisinin ölçülmesine yönelik bir araştırma: imkb'ye kote gıda ve içecek işletmeleri üzerine bir uygulama. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 27(2), 263-277.
- Barnor, C. (2014). The Effect Of Macroeconomic Variables On Stock Market Returns In Ghana (2000-2013) (Doctoral Dissertation, Walden University).
- Belanova, K. (2016). The impact of nationaş enviroinment of a company on Its financial policy. *Internatonal Journal Of Management Science And Business Administration*, 2.
- Benligiray S. (1999). *İnsan kaynakları açısından otellerde performans yönetimi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayınları.
- Binti, M., Binti, M. S. (2010). Working capital management: The effect of market valuation and profitability in Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 5(11), 140-147.
- Birchall, D., Tovstiga G., Morrison A., Gaule A. (2004). *Innovation performance measurement: striking the right balance* (1st Edition). United Kingdom: Grist Ltd,
- Birgili, E., Düzer, M. (2010). Finansal analizde kullanılan oranlar ve firma değeri ilişkisi: İMKB'de bir uygulama. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (46), 74-83.
- Boseline, P., Paauwe, J. ve Jansen, P. (2000). Human Resource Management and Performance: Lessons from the Netherlands, Erim Report Series Research in Management. Erasmus Research Institute of Management, Netherlands.
- Carton, A. R., Hofer, W. C., (2006). *Measuring organizational performance – metrics for entrepreneurship and strategic management research*. Publishing Limited.
- Chib, S. (2012). Quality of work life and organisational performance parameters at workplace. *SEGi Review*, 5(2), 36-47.

- Crowley, J. (2007). Interest Rate Spreads In English-Speaking African Countries. *IMF Working Paper*, 07(101), <https://ssrn.com/abstract=984606> adresinden 10 Ağustos 2021 tarihinde alınmıştır.
- Curtis, P., Roupas, T. A. (2009). Health care finance, the performance of public hospitals and financial statement analysis. *European Research Studies*, 12(4), 202-205.
- Çelik, H. (2011). *Yükseköğretim Kurumlarında Bilişim Teknolojileri Kullanımının Örgüt Performansına Etkileri ve Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Daft, L. R. (2009). *Organization theory and design* (10th Edition). U.S.A: Cengage Learning,
- Data Bridge, 2021, Global Paints and Coatings Market – Industry Trends and Forecast to 2028, Web: <https://www.databridgemarketresearch.com/reports/global-paints-coatings-market#> adresinden 9 Ağustos 2021 tarihinde alınmıştır.
- DelliFraine, J., Davis, L., Holt, H., Baronner, L. (2010). *An analysis of rural hospital financial conditions*. Harrisburg, PA: Center for Rural Pennsylvania.
- Demirtaş, Ö. (2013). Stratejik insan kaynakları yönetimi ve örgütsel inovasyon. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, (2), 262-290.
- Deng, Z., Lev, B., Narin, F. (1999). Science and technology as predictors of stock performance. *Financial Analysts Journal*, 55(3), 20-32.
- Dinçer, S. (2011). *Stratejik planlama ve veri zarflama analizinde etkinlik ölçümü*. İstanbul: Der Yayınları.
- Djalilov, K., Piesse, J. (2016). Determinants of bank profitability in transition countries: What matters most. *Research in International Business and Finance*, 38(2016), 69-82.
- Donnell, F.J.O., Duffy, A. H. B. (2001). Modeling design development performance, proceedings of the international workshop on performance measurement. *Glasgow*, 1-20.

- Eljelly, A. M. (2004). Liquidity-Profitability Tradeoff: An Empirical Investigation in an Emerging Market. *International Journal of Commerce and Management*, 14, 48-61. <https://doi.org/10.1108/10569210480000179> adresinden 10 Ağustos 2021 tarihinde alınmıştır.
- Ellis, R. (1998). *Asset utilization: A metric for focusing reliability efforts* (7th ed.). Marriott Houston: Westside Houston.
- Elmas, B. (2012). *İlk halka arz teori ve uygulama*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Ercan, C., Dayı, F., Akdemir, E. (2013). Kamu sağlık işletmelerinde finansal performans değerlemesi: kamu hastaneleri birlikleri üzerine bir uygulama. *Asia Minor Studies Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 55-56.
- Erikler, H. (2019). Türkiye ve Dünya’da Boya Sektörü Ekonomisi ve Vergi Hasılatına Katkı Değerlendirmesi. Yüksek Lisans Projesi, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.
- Fernandez, L. (2021). Paint And Coatings Industry Worldwide- Statistics & Facts. Web: <https://www.statista.com/topics/4755/paint-and-coatings-industry/>
- Fleming, G., McCosker, R. (2005). Avustralya'da Acente Maliyetleri ve Sahiplik Yapısı. *Pasifik Havzası Finans Dergisi*, 13, 29–52.
- Gavrea, C, Ilieş, L. Stegorean, R. (2011). Determinants of organizational performance: the case of Romania. *Management & Marketing Challenges for the Knowledge Society*, 6(2), 285-300.
- Gider, Ö. (2011). Ekonomik kriz dönemlerinin özel hastanelere etkileri: bir özel hastanenin oran analizleri yöntemiyle finansal performansına bakış. *Öneri Dergisi*, 9(36), 89-91.
- Harvey, H. (2012). Exchange-rate volatility and money demand in selected South East Asian countries. *Economics and Finance Review*, 2(10), 1-7.
- Isanzu, J. (2015). Impact of intellectual capital on financial performance of banks in Tanzania. *Journal Of International Buisness Research And Marketing*, 1.
- İHS Markit, 2021, Paint and Coatings Industry Overview Chemical Economics Handbook Published June 2021, Web: <https://ihsmarkit.com/products/paint->

and-coatings-industry-chemical-economics-handbook.html adresinden 10

Ağustos 2021 tarihinde alınmıştır.

- Jhingan, M. L. (2002). *Macroeconomic theory* (10th ed.) New Delhi: Vrinda Publications.
- Jose, H.A. (2010). A Study of the Relative Efficiency of Chinese Ports: A Financial Ratio-Based Data Envelopment Analysis Approach. *Journal of Expert Systems*, 27(5), 349-362.
- Joshua, A. (2005). The effect of capital structure on profitability: an empirical analysis of listed firms in Ghana. *The journal of risk finance*, 6(5), 438-445.
- Kabadayı, E. T. (2002). İşletmelerdeki üretim performans ölçütlerinin gelişimi, özellikleri ve sürekli iyileştirme ile ilişkisi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, (6), 61-75.
- Karcıoğlu, R. (2000). *Stratejik maliyet yönetimi: maliyet ve yönetim muhasebesinde yeni yaklaşımlar*. Erzurum: Aktif Yayınevi.
- Kayışkan, D., Aşan, H., Özveri, O. (2018). Boya Sektöründe Tedarik Yönetimi Faaliyetlerinin Süreç Yönetimi ile İyileştirilmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(3), 913-924.
- Khanna, M., Damon, L. A. (1999). EPA's voluntary 33/50 program: Impact on toxic releases and economic performance of firms. *Journal Of Environmental Economics And Management*, 37(1), 1-25.
- Koçyiğit, M. (2010). *Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerde (KOBİ) Toplam Kalite Yönetimi (TKY) Kritik Faktörlerinin Örgütsel Performans Üzerine Etkileri: İzmir İlindeki Gıda İşletmelerinde Bir Uygulama*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Kueng, P. Krahn, A. (1999). Building a process performance measurement system- some early experiences. *Journal of Scientific & Industrial Research*, 58(3-4),149-159.
- Lee, S. (2008). Ownership Structure and Financial Performance: Evidence from Panel Data of South Korea. *Corporate Ownership and Control*, 6(2), 1-30.

- Liargovas, P., Skandalis, K. (2008). Factor affecting firms financial performance. The Case of Greece, *University of Peloponnese*.
- Lin, C. Y, ve T. H. Kuo. (2007). The mediate effect of learning and knowledge on organizational performance. *Industrial Management & Data Systems*, 107(7), 1066-1083.
- Louderback, (2000). *Managerial accounting* (9th ed.). Singapore.: South-Western College Publishing Thomson Learning Asia.
- Lusthaus, C. (2002). *Organizational assessment: a framework for improving performance*. Canada: IDRC.
- M, A.A.S. (2015). The Role of Marketing Capabilities in Firm's Success. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 2(1), 56-65.
- M, A.S.S., Zhengge, T. (2016). The Impact of Organizational Factors on Financial Performance: Building a Theoretical Model. *Journal of International Business Research and Marketing*, 2(7), 51-56.
- Manşet Marmara (2021). Dilovası'nda Mağdur olan esnaf fabrikayı bastı. <http://www.mansetmarmara.com/haber-dilovasi-nda-magdur-olan-esnaf-fabrikayi-basti-11855.html> adresinden 10 Ağustos 2021 tarihinde alınmıştır.
- Markets and Markets (2021). Web: <https://www.marketsandmarkets.com/Market-Reports/paint-coating-market-156661838.html> adresinden 10 Ağustos 2021 tarihinde alınmıştır.
- McTaggart, Mankins, C. and Kontes, P. W. (1994). *The value imperative: managing for superior shareholder returns*. New York: Free Press.
- Meigs, W. B. and others (1978). *Intermediate Accounting*. New York: McGraw – Hill.
- Met, Ö., Erdem, B. (2006). Konaklama işletmelerinde verimliliğin ölçülmesi ve verimliliği etkileyen etkenlerin analizi. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (2), 53-73.

- Mohsin, H. J., Abdulqader, A. S., Dalia, S. (2020). Evaluating The Financial Performance By Considering The Effect Of External Factors On Organization Cash Flow. *Contemporary Economics*, 14(3), 406-414.
- Murungi, D.U. (2014). *Relationship Between Macroeconomic Variables And Financial Performance Of Insurance Companies In Kenya*, Unpublished Master's Thesis, University Of Nairobi.
- Mwangi, F.K. (2013). *The Effect Of Macroeconomic Variables On Financial Performance Of Aviation Industry In Kenya*, Unpublished Master's Thesis, University Of Nairobi.
- Ngugi, R.W. (2001). *An empirical analysis of interest rate spread in Kenya*. African Economic Research Consortium, Research Paper No. 106.
- Nowicki, M. (2015). *Introduction to the financial management of healthcare organizations*. Chicago: Health Administration Press.
- Okwo, I. M. (2012). Investment in fixed assets and firm profitability: evidence from the nigerian brewery industry. *Eur. J. Bus. Manag.*, 4(20), 10-17.
- Özkalp, E.(2004). *Örgütsel davranış*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık öğretim Fakültesi Yayını, No: 782.
- Papadogonas, T. A. (2007). The Financial Performance Of Large And Small Firms: Evidence From Greece. *International Journal Of Financial Services Management, Inderscience Enterprises Ltd*, 2(1/2), 14-20.
- Pervan, M., Visic, J. (2012). Influence of firm size on its business success. *Croatian Operational Research Review (CRORR)*, 3.
- Pizam, A. (2005). *International encyclopedia of hospitality management* (1st Edition). England, Pizam: Butterworth-Heinemann.
- Poister, T. H. (2003). *Measuring performance in public and nonprofit organizations*. United States of America: Jossey-Bass.
- Polisan Holding Faaliyet Raporu (2020). Boya Sektörü.
- Pulic, A. (1998, January). "Measuring the performance of intellectual potential in knowledge economy". In *2nd McMaster World Congress on Measuring and Managing Intellectual Capital by the Austrian Team for Intellectual Potential*.

- Rajan, R.G., Zingales, L. (1995). What do we know about capital structure? Some evidence from international data. *The Journal of Finance*, 50(5), 1421-1460.
- Rolstadas, A. (1998). Enterprise performance measurement. *International Journal of Operations & Production Management*, 18(9/10), 989-999.
- Saif, N. M. A. (2018). How does Marketing Strategy Influence Firm Performance? Implementation of Marketing Strategy for Firm Success. *International Journal of Innovation and Economic Development*, 1(3), 7-15.
- Saif, N.M.A., Aimin, W. (2016). Exploring the Value and Process of Marketing Strategy: Review of Literature. *Journal of International Business Research and Marketing*, 2(2), 7-18.
- Schermerhorn, J. R., Hunt, J. G., Osborn, R. N. (1994). *Managing organizational behavior (5th Edition)*. New York: John Wiley & Sons Inc,
- Seema, G. P. K., Surendra, S. Y. (2011). Impact of MoU on Financial Performance of Public Sector Enterprises in India. *Journal of Advances in Management Research*, 8(2), 263-284.
- Sinha, P. and Sharma, S. (2016). Determinants of bank profits and its persistence in Indian Banks: a study in a dynamic panel data framework. *International Journal of System Assurance Engineering and Management*, 7(1), 35-46.
- Sink D., Scott, Thomas C. Tuttle & Sandra J. Devries (2006). Productivity measurement and evaluation: what is available. *National Productivity Review*, 3(3), 267.
- Şener İ. (2011). *Örgütsel Çevre Bağlamında Yönetim Kurulları ve Yönetim Kurulu Üyelerinin Özelliklerinin Örgüt Performansına Etkisi*, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Başkent Üniversitesi İşletme Anabilim Dalı Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Şengül, R.(2015). Örgütsel değişim faktörü olarak inovasyon ve kamu yönetimi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, (2), 141-151.
- Tan, Y., Floros, C. (2012). Bank profitability and GDP growth in China: a note. *Journal of Chinese Economic and Business Studies*, 10(3), 267-273.

- Tangen, S. (2002). *Understanding the concept of productivity*. Proceeding of the 7th Asia Pacific Industrial Engineering and Management Systems Conference (APIEMS2002).
- T.C. Ticaret Bakanlığı (2021).Boya sektörü. Ankara: İhracat Genel Müdürlüğü Kimya Ürünleri ve Özel İhracat Daire Başkanlığı.
- TDK, (2021). Performans. <https://sozluk.gov.tr/> adresinden 10 Ağustos 2021 tarihinde alınmıştır.
- The Economic Times (2017). *Definition of 'exchange rate*. <https://economictimes.indiatimes.com/definition/exchange-rate> adresinden 10 Ağustos 2021'de alınmıştır.
- Toraman, C., Abdioğlu, H., İşgüden, B.(2009). İşletmelerde inovasyon sürecinde entelektüel sermaye ve yönetim muhasebesi kapsamında değerlendirilmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, (1), 91-120.
- Torok, M. R. & Cordon P. J. (2002). *Operational profitability: systematic approaches for continuous improvement* (2nd Edition). New York: John Wiley and Sons,
- Trujillo-Ponce, A. (2013). What determines the profitability of banks? Evidence from Spain. *Accounting & Finance*, 53(2), 561-586.
- Trussel,J. M., Patrick, P.A (2010). *Rural hospital financial conditions: evaluating financial distress in rural pennsylvania hospitals*. Harrisburg,PA: Center for Rural Pennsylvania.
- Tuncer, M. ve Yeşiltaş M. (2013). Çalışma yaşam kalitesinin otel işletmesi çalışanları üzerindeki etkileri. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, (5) (1), 57-78.
- Tunçgenç, M. (2015). *Türk boya sanayisi*. İzmir: AkzoNobel Kemipol AŞ Yayını.
- Turunç Ö. (2006). *Bilgi teknolojilerin Kullanımının İşletmelerin Örgütsel Performansına Etkisi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi SBE, Isparta.
- Tüfekçi N. (2012). *Örgüt Kültürünün Örgüt Performansına Etkisinin Hastaneler İçin Akreditasyon Standartları Kapsamında Ölçülmesi: Isparta İlindeki Devlet, Özel Ve Üniversite Hastanesinde Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Isparta.

- Tvorik, S.J. & Mcgiven, M.H. (1997). Determinants of organizational performance. *Management Decision*, 35(6).
- Usman, O.A. and Adejare, A.T. (2013). Inflation and capital market performance: the Nigerian Outlook. *Journal of Emerging Trends in Economics and Management Sciences*, 5(1), 93-99.
- Uysal, M.M. (2010). Yüksek teknolojik ürünlerin pazara sunulmasında yenilikçi yaklaşımlar: Boya sanayi uygulaması (Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir).
- Vijayakumar, A., Tamizhselvan, P. (2010). Corporate size and profitability: An empirical analysis. *College Sadhana – Journal for Bloomers of Research*, 3(1): 44-53.
- WPCI (2021). World's Top ten Paints Companies 2020 Annual Report. <http://www.wpcia.org/news/World's%20Top%20ten%20Paints%20Companies%202020%20Annual%20Report.html> adresinden 10 Ağustos 2021 tarihinde alınmıştır.
- Wu, J. Zhu, M. (2010). Empirical Analysis of rural influencing factors on listed agribusiness financial performance. *Journal Of Agricultural Economics And Management*, 3, 22-27.
- Xu, Z. And N. Z. Xu (2013). The research of the optimal allocation of assets structure and buisness performance. *Res. J. Econ. Bus. ICT*, 8, 1-5.
- Yaldız E. (2021). Kavramsal düzeyde etkinlik, etkililik ve verimlilik olgularına bir bakış. http://paribus.tr.googlepages.com/e_yaldiz.doc s.7 adresinden 10 Ağustos 2021'da alınmıştır.
- Yılmaz Ersoy S. (2012). *İnsan Kaynakları Yönetimindeki İş Etiği Uygulamaları İle Örgüt Performansı Arasındaki İlişki: Fortune Türkiye En Büyük 500 Şirket Örneği*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi Bilimler Enstitüsü.
- Yiğit, İ. (2012). *Çeşitlendirme stratejisi ve örgütsel performans ilişkisi – bir araştırma*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Yücel, R. (2010). *Merkez ve çevre ilişkisine bağlı örgütsel yapı ve performans*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Yükçü, S., Atağan, G. (2010). TOPSIS yöntemine göre performans değerlendirme. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (45), 28-35.

<https://www.resene.co.nz/whatispaint.htm> (Erişim tarihi: 15.05.2021).

<https://www.infobloom.com/what-is-the-paint-industry.htm>(Erişim tarihi: 15.05.2021).

<https://www.paint.org/about/industry/history/>(Erişim tarihi: 15.05.2021).

<http://www.ishakol.com/tarihce> (Erişim tarihi: 15.05.2021).

<https://www.genboya.com/tarihce> (Erişim tarihi: 15.05.2021).

<http://uzertas.com.tr/hakkimizda/#> (Erişim tarihi: 15.05.2021).

<https://www.megesboya.com.tr/firma-profili> (Erişim tarihi: 15.05.2021).

<https://www.unluboya.com.tr/hakk%C4%B1m%C4%B1zda> (Erişim tarihi: 15.05.2021).

<https://www.albera.com.tr/tr> (Erişim tarihi: 15.05.2021).

360 Research Reports (2021). Global Paints & Coatings Market Outlook To 2026, Web: (<https://www.360researchreports.com/global-paints-coatings-market-18359781> adresinden 10 Ağustos 2021 tarihinde alınmıştır.

EKLER

Ek-1: Anket Formu

Sayın katılımcı; bu araştırma Türk boya sektöründe yaşanan sorunlar ve işletmelerin finansal performansları üzerindeki etkilerini incelemek amacıyla hazırlanan Doç. Dr. Aslihan NAKİBOĞLU danışmanlığında yürütülen yüksek lisans tezimin uygulama kısmı ile ilgilidir. Vereceğiniz samimi yanıtlar boya sektöründe yaşanan sorunlarının belirlenmesine ve ilgili çözümler üretilmesine katkı sağlayacaktır. Araştırmada isim soyisim gibi kişisel bilgiler istenmemektedir, vereceğiniz yanıtlar tamamen bilimsel amaçla kullanılacaktır.

Sevgül IŞIK
Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
İktisat Ana Bilimdalı

1.Kaç yıldır boya satıyorsunuz?

- 1-5 yıl 6-10yıl 11-15 yıl 16 yıl ve üzeri

2.Satış yapma şekliniz?

- Toptan satış Perakende satış Toptan satış

3.Eğitim durumunuz?

- İlkokul-Ortaokul Lise Önlisans Lisans Lisansüstü

4.Kaç firmanın boyasını satıyorsunuz?

- 1 2 3 4 5 ve üzeri

5.Kaç bankayla çalışıyorsunuz?

- 1 2 3 4 5 ve üzeri

6.Boya alışlarınızı genellikle nasıl yapıyorsunuz?

- Peşin Kredi kartı Çek ve senetle

7.Boya satışlarınızı genellikle nasıl yapıyorsunuz?

- Peşin Kredi kartı Çek ve senetle

8.Factoring firmalarıyla çalışıyor musunuz?

- Evet Hayır

9.Yıllık boya cironuz?

- 10.000 TL ve altı 10.001 TL- 50.000 TL
 50.001TL -100.000 TL 100.001 TL - 250.000 TL
 251.000 TL - 500.000 TL 500.001TL - 1.000000 TL
 1000.001 TL ve üzeri

10. Hangi ilde faaliyet gösteriyorsunuz?

	Lütfen aşağıdaki önermelere katılım durumunuzu belirtiniz.	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1.	Boya satışlarının karlılığından memnunum					
2.	Satışlarımda kalitesi yüksek boyaları ön planda tutarak karlılığımı artırmaya çalışıyorum.					
3.	Satışlarımda fiyatları daha uygun boyaları ön planda tutarak karlılığımı artırmaya çalışıyorum.					
4.	Marka bilinirliği yüksek boyaların daha fazla kazanç sağladığını düşünüyorum.					
5.	Sektördeki rekabet yapısının işleyişimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum.					
6.	Marka bilinirliği düşük boyaların daha fazla kazanç sağladığını düşünüyorum.					
7.	Boyaya olan talep diğer ürünlerin satışını da artırdığını düşünüyorum.					
8.	Boya satışları firmamızın gelirlerini artırdığını düşünüyorum.					
9.	Kampanyalı satışların avantaj sağladığını düşünüyorum.					
10.	Sektördeki vadeli alış sisteminin vadeli satış sistemine yönelttiği görüşümdedir.					
11.	Peşin aldığım boyaları vadeli satmak istemiyorum.					
12.	Sektördeki işleyen vade yapısının satışlara olumlu katkı sağladığını düşünüyorum.					
13.	Sektörün işleyişinden memnunum.					
14.	Birden fazla firmanın boyasını satmak avantaj sağlamaktadır.					
15.	Boya üreticilerine/toptancılarına vadesi gelen çek/senetlerimi öderken zorlanıyorum					
16.	Boya üreticilerine/toptancılarına ödeme yapabilmek için kredi kullanmak zorunda kalıyorum.					
17.	Boya üretici ve toptancılarına olan borcumu ödemek için kullandığım kredileri ödemekte zorlanıyorum.					
18.	Vadeli yaptığım boya satışlarının tahsilatında zorlanıyorum.					
19.	Sattığımız boyaların fiyatlarının yüksek olduğu konusunda geri dönüşler alıyorum.					
20.	Boya satışı için eleman istihdam ediyoruz.					

21	Boya satışı ile ilgili talepleri karşılamada yeterli olduğumuzu düşünüyorum.					
22	Boya satışlarının firmamıza ek maliyetler yüklediğini düşünüyorum.					
23	Boya sektöründeki makineleşmenin (boyaların işyerindeki makinalarda hemen yapılabilmesi) satışlarımızı artırdığı görüşündeyim.					
24	Üretici veya toptancılarımız hızlı bir şekilde siparişlerimizi tedarik etmektedirler.					
25	Vadeli boya alış ve satışları ödemelerimizi olumsuz etkilediğini düşünüyorum.					
26	Boya firmaları boyaların özellikleri ve uygulamaları ile ilgili yeterli bilgi vermektedirler.					
27	Boya firmalarının boyalarının özellikleri ve uygulamaları ile ilgili eğitim, seminer vb. etkinlikleri yeteri düzeyde düzenlediklerini düşünüyorum.					
28	Boya satışlarındaki vergi oranının yüksek olduğunu düşünüyorum.					
29	Marka bilinirliği yüksek olan boya üreticilerinin karlılıklarını boya satan firmalara yansıtmadıklarını düşünüyorum.					
30	Vadeli sistemde alınan çek ve senetlerin bankalarda bozdurulması boya fiyatlarının artmasına neden olduğunu düşünüyorum.					
31	Çek ve senetle yapılan satışların işletmeleri risk altına soktuğunu düşünüyorum.					
32	Boya satışlarında vadeli ve peşin satışların karlılığı arasında önemli bir fark olmadığını düşünüyorum.					
33	Vadeli aldığım boyaları peşin satarak firmamın finansman gücünü yükseltmeye çalışıyorum.					
34	Vadeli satışlardan ulaşan çek ve senetlerin bankalara tahsilat için verilmesinin firmaların karlılığını olumsuz yönde etkilediğini düşünüyorum.					

Ek-2 Etik Kurul İzni

Tarih ve Sayısı: 17/02/2021-21322

ETİK KURUL İZİN BELGESİ T.C. NİĞDE ÖMER HALİDEMİR ÜNİVERSİTESİ ETİK KURUL KARARLARI

Toplantı Tarihi :10/02/2021
Toplantı Sayısı :03

KARAR-2021/03-07: Üniversitemiz Sosyal Bilimler Enstitüsü yüksek lisans öğrencisi Sevgül IŞIK'ın Doç. Dr. Aslıhan NAKİBOĞLU ile birlikte yürüttüğü "Türk Boya Sektöründe Yaşanan Sorunlar ve İşletmelerin Finansal Performansları" isimli araştırma etik yönden incelenmiş olup, etik açıdan **uygunluğuna**, oy birliği ile karar verilmiştir.

Prof. Dr. Mehmet ŞENER
Başkan

Prof. Dr. Ayhan CEYHAN
(Üye)

Prof. Dr. Ayten ÖZTÜRK
(Üye)

Prof. Dr. Çiğdem ULUBAŞ SERÇE
(Üye)

Prof. Dr. Esen GÜRBÜZ
(Üye)

Prof. Dr. Zeliha YILDIRIM
(Üye)

Doç. Dr. Nalan GÖRDELES BEŞER
(Üye)

Mustafa ÇOLAK
(Üye)

Prof. Dr. Mehmet ŞENER
Etik Kurul Başkanı

