



## **BT SEKTÖRÜNDE ÇÖZÜM ORTAĞI – BAYİ / DİSTRİBÜTÖR İLİŞKİLERİ**

Projeyi Hazırlayan: **Cengiz YALÇIN**

**Ocak, 2016**

T.C.  
İSTANBUL ŞEHİR ÜNİVERSİTESİ  
İŞLETME ENSTİTÜSÜ  
İŞLETME YÖNETİMİ ANABİLİM DALI  
İŞLETME YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**BT SEKTÖRÜNDE  
ÇÖZÜM ORTAĞI – BAYİ / DİSTRİBÜTÖR İLİŞKİLERİ**  
Yüksek Lisans Projesi

Projeyi Hazırlayan:  
**Cengiz YALÇIN**  
Öğrenci No:  
314593215

Danışman:  
Doç. Dr. Enes Eryarsoy

İstanbul, 2016

## ÖZ

BT Sektöründe Bayi – Çözüm Ortağı / Distribütör İlişkileri

Yalçın, Cengiz

Program : İşletme Yüksek Lisans  
Proje Yöneticisi : Doç. Dr. Enes Eryarsoy

Ocak 2016, 30 sayfa

### **Anahtar Kelimeler:**

BT sektöründe Bayi – Çözüm ortağı olarak faaliyet gösteren işletmeler (bundan sonra kısaca **bayi** diye anılacak) sektörün müşterilere sunduğu hizmetlerin yükün büyük oranını çekmelerine rağmen sektörün gelirinden en düşük payı alıyorlar. Projemde bunun sebeplerini ve bayilerin karşılaştığı diğer sorunları araştırmaya çalıştım. Bayiler Müşteri bulmak, satışı yapmak, kurulum – eğitim ve uyarılama yapmak ve en sonunda tahsilat yapıp Distribütör – Anafirma’ya (bundan sonra kısaca **Distribütör**) ödeme yapmak zorundalar. Tabi bazı bayiler sadece donanım işi bazıları yazılım işi bazıları ise ikisini de yapmaktalar. Yazılım işini 2 ana gruba ayırabiliriz, birincisi İşletim Sistemleri, E-Posta Sunucuları, Güvenlik Yazılımları, Ofis Programları ve Sistem Araçları gibi yazılımları kapsayan **Sistem Yazılımları**, ikincisi Kurumsal Kaynak Planlama (ERP) ve Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM) gibi yazılımları kapsayan **İş Yazılımları**.

İş Yazılımları çok daha fazla efor gerektiren projelerdir, 6 aydan 1 seneye kadar hatta daha fazla zaman alabilir. Buna rağmen Sistem Yazılımları projeleri birkaç saatten en fazla 1-2 güne kadar zaman alabilir.

Donanım işleri ise farklı kanallar ile yapılmaktadır. Biri bu projenin konusu olmayan ulusal zincir teknoloji mağazalarıdır, diğeri ise geleneksel küçük mağaza veya ofislerde sınırlı sayıda personel ile hizmet veren bayilerdir.

## ABSTRACT

Reseller – Solution Partner / Distributor Relations in IT Sector

Yalçın, Cengiz

Program : Master of Business Administration

Project Advisory : Assoc. Prof. Enes Eryarsoy

Co-Advisory :

January 2016

### Key Words:

Although The Resellers and Solution Partners in the IT Sector carry the biggest load of the services offered by the IT sector they generate the smallest share of income. I have tried to investigate the causes of this problem and the other problems faced by the resellers as well in my project. The partners in the IT sector have to find the customer, sell the product, make installations and make implementations and then have to collect the payment and make the payment to the distributor or The Producer Company. Indeed some partners just resell Hardware components and some resells Software and some resells both. Software Business can be thought of as 2 main groups, first one is **System Software** which includes, operating systems, email servers, security software, Office Software, tools, etc. The second group is **Business Software** like ERP, CRM.

Business software generally necessitates much more effort. There are projects which goes on for 6 months, 1 year and even more. While the system software projects takes much less efforts from a few minutes to a few days or 1-2 weeks at most.

On the other hand, Hardware business is being done thru different channels, one is national IT retails stores which are out of scope of this project, second one is traditional resellers which works in small offices or shops with a limited number of staff.

## İÇİNDEKİLER TABLOSU

<b>ÖZ</b> .....	iii
<b>ABSTRACT</b> .....	iv
<b>İÇİNDEKİLER TABLOSU</b> .....	v
<b>TABLolar LİSTESİ</b> .....	vi
<b>GRAFİKLER LİSTESİ</b> .....	vi
<b>KISALTMALAR LİSTESİ</b> .....	vii
<b>BÖLÜM 1: GİRİŞ</b> .....	1
<b>BÖLÜM 2: TÜRKİYE’DE BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ PAZARI</b> ...	2
<b>BÖLÜM 3: TÜRKİYE’DE BT ŞİRKETLERİ YAPILANMASI</b> .....	3
3.1.    Türkiye’de Bilgi Teknolojileri Şirketlerinin Durumu .....	3
3.2.    Bayilerin Durumu ve Sorunları .....	4
<b>BÖLÜM 4: ANKET ve YORUM</b> .....	8
4.1.    BT Bayilerinin Sorunları İle İlgili Anket .....	8
4.2.    Anket Çalışmasının Yorumu .....	19
<b>SONUÇLAR</b> .....	21
<b>ÖNERİLER</b> .....	22
<b>KAYNAKÇA</b> .....	23
<b>ÖZGEÇMİŞ</b> .....	24
<b>İNTİHAL TUTANAĞI</b> .....	25

## **TABLolar LİSTESİ**

**Tablo 1.** Çalışmanın Kapsamı

**Tablo 2.** 2014 Bilgi ve İletişim Teknolojileri Pazarı

**Tablo 3.** Türkiye’de Net Satışa göre ilk 11 BT şirketi

## **GRAFİKLER LİSTESİ**

**Grafik 1.** Çalıştığınız distribütörden hangi kategoride ürünler temin ediyorsunuz?

**Grafik 2.** Sattığınız ürünler katma değerinizi var mı?

**Grafik 3.** Üretici firma ve/veya distribütörün size katma değer katkısı var mı?

**Grafik 4.** Distribütörün desteğinden genel olarak memnun musunuz?

**Grafik 5.** Distribütörün satış şartlarında size adil davrandığını düşünüyor musunuz?

**Grafik 6.** Eğer çalışıyorsanız, yazılım üreticisi ana firma müşterilerinize doğrudan gidiyor mu?

**Grafik 7.** Eğer yazılım üreticisi ana firma müşterilerinize doğrudan gidiyorsa bu sizin gelir kaybınıza yol açıyor mu?

**Grafik 8.** Yazılım üreticisi ana firmaların şeffaf, tutarlı bir gelir paylaşımı modeli oluşturduğuna inanıyor musunuz?

**Grafik 9.** Yazılım üreticisi ana firmaların çözüm ortaklarına bakış şeklini nasıl değerlendiriyorsunuz?

**Grafik 10.** Yabancı yazılım firmalarını yerli yazılım firmaları ile karşılaştırdığımızda Çözüm Ortaklığı modellerini nasıl buluyorsunuz?

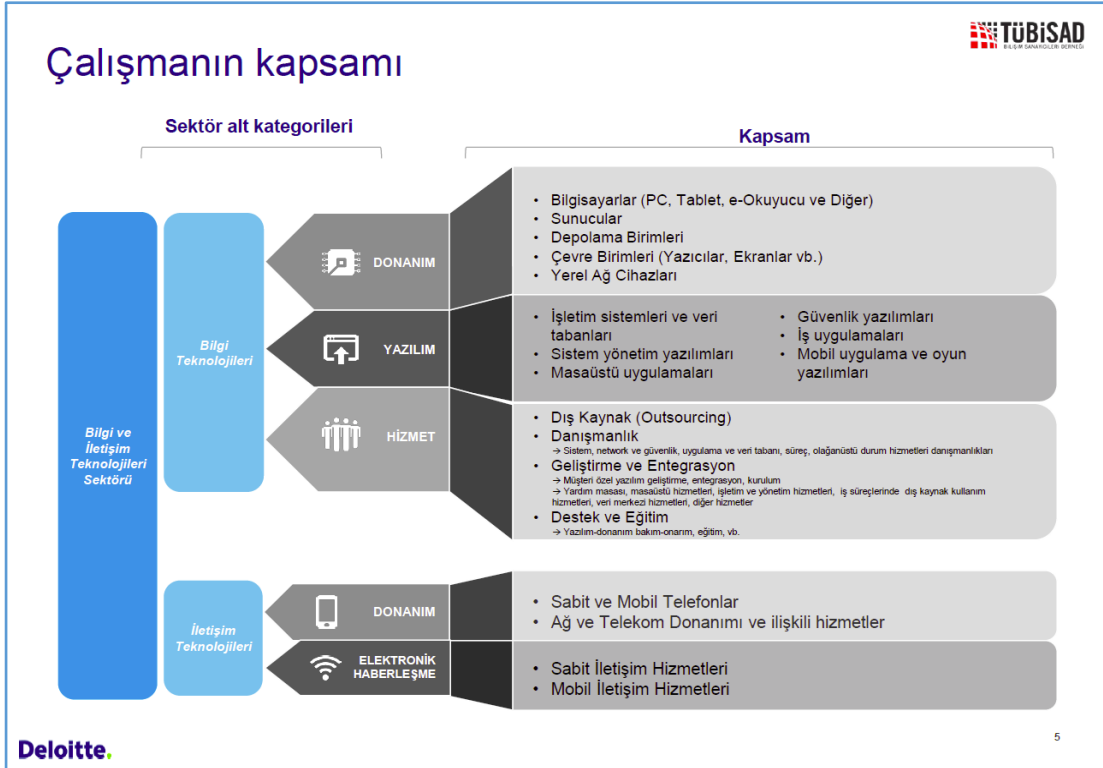
## KISALTMALAR LİSTESİ

<b>BAYİ</b>	:Bayi, Çözüm Ortağı, Yetkili Satıcı Gibi Faaliyet Gösteren Bilgi Teknolojileri Firması
<b>BT</b>	:Bilgi Teknolojileri
<b>CRM</b>	:Customer Relations Management (Müşteri İlişkileri Yönetimi)
<b>DİSTRİBÜTÖR</b>	:Ana Üretici Firma, Distribütör, Toptancı
<b>ERP</b>	:Enterprise Resource Planning (Kurumsal Kaynak Planlama, KKP)
<b>TÜBİDER</b>	:Türkiye Bilişim Sektörü Derneği

## BÖLÜM 1: GİRİŞ

Aslında bildiğim ve gözlemlediğim kadar ile birçok sektörde benzer durum ve sorunlar var. Ben de sektörde Bilgisayar Bayileri diye adlandırılan üç farklı firmada bir dönem yönetici ve hissedar olarak çalıştım ve sorunları yakından gördüğüm için BT sektöründeki Bayi – Distribütör ilişkileri sorunu Projemde işlemek istedim. Umarım yaptığım bu çalışma gerçekten sektörün çoğu yükünü çeken bu cefakâr ve emektar bayilerin sorunlarına dikkat çeker ve bir başlangıç olur. Ayrıca genelde karıştırılan Bilgi Teknolojileri ve İletişim Teknolojileri alt sektörlerinin ve bunların bileşimi olarak Bilgi ve İletişim Teknolojileri Sektörü ’nün kapsamı aşağıdaki tabloda verilmiştir. Projemizin konusu ise Bilgi Teknolojileri (BT) ’ dir.

**Tablo 1. Çalışmanın Kapsamı**



**Kaynak :** (Tübisad, 2015)

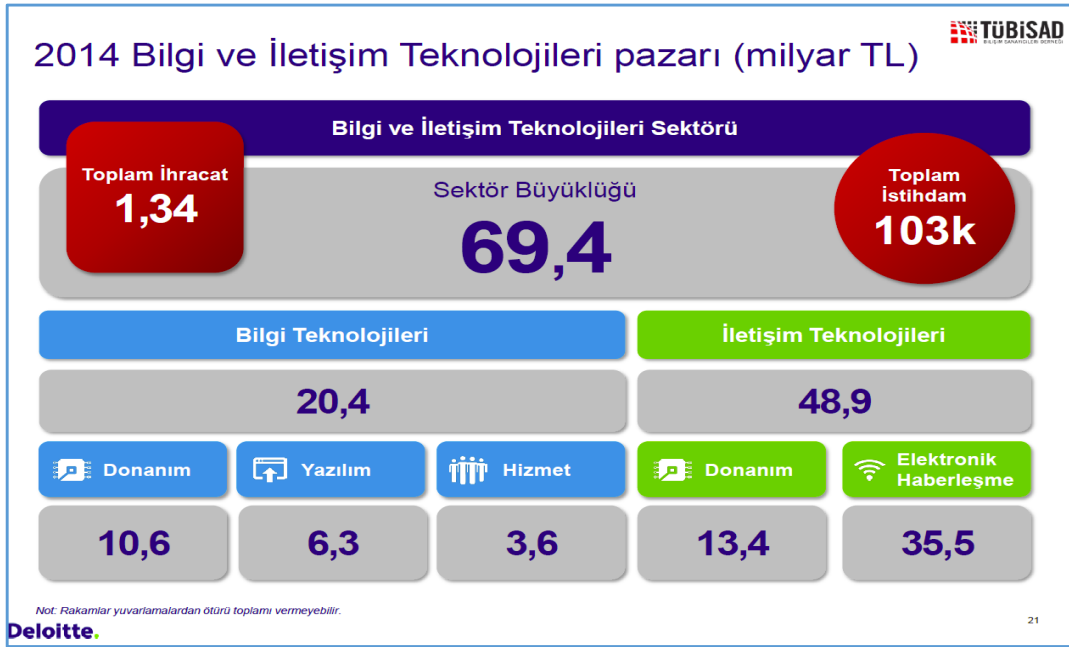


## BÖLÜM 2: TÜRKİYE’DE BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ PAZARI

Türkiye Bilgi ve İletişim Teknolojileri pazarı 2014’de 69,4 Milyar TL ciro yapmıştır. Bu cironun 2015’de 79 Milyar TL’ye ulaşması beklenmektedir.

Fakat bu cironun büyük bölümü (% 70,46’sı) İletişim teknolojileri firmaları tarafından yapılmaktadır ki, bu firmalar bu Projenin konusu dışındadır.

**Tablo 2.** 2014 Bilgi ve İletişim Teknolojileri Pazarı



**Kaynak :** (Tübisad, 2015)

## BÖLÜM 3: TÜRKİYE'DE BT ŞİRKETLERİ YAPILANMASI

### 3.1. Türkiye'de Bilgi Teknolojileri Şirketlerinin Durumu

Ülkemizde 10 bin civarında BT şirketi bulunmaktadır. Bu 10 bin firma 2014 verilerine göre 20,4 Milyar ciroyu paylaşmak durumundalar.

Fortune500 Türkiye 2015 verilerine göre Tablo 2.3.1 'e bakarsak 20,4 Milyar TL'lik cironun **%56'sını ilk 11 BT şirketi** almaktadır. Geriye kalan **10 bin kadar BT şirketi kalan %44'ü** paylaşmak durumundadır. Fortune500 Türkiye listesinde olmayan Logo, Mikro, HP Türkiye, IBM Türk, SAP gibi diğer bazı BT şirketlerini de hesaba katarsak en az 9 bin BT Şirketinin yıllık **250.000 TL** altında bir net satış cirosu ile yaşamaya çalıştığını tahmin etmek hiç de zor olmayacak. Tabi bu satışın da ne kadarı net kar olacaktır? Toplam cironun %18'ini hizmet gelirlerini oluştururken, %31'ini yazılım gelirleri, geri kalan yaklaşık %51'ini ise donanım gelirleri oluşturmaktadır. Donanım satışlarındaki kar oranının çok az olduğu ve cironun da büyük kısmının oradan geldiğini, kira, elektrik, internet, telefon gibi genel giderleri ve personel giderlerini hesaba katarsak sektörün ne kadar zor durumda olduğu açıkça ortaya çıkmaktadır.

**Tablo 3.** Türkiye’de Net Satışa Göre İlk 11 BT Şirketi

<b>Sıra</b>	<b>Firma</b>	<b>Net Satış TL (2014)</b>
1	Teknosa	3.016.438.000
2	İndeks Bilgisayar	2.206.019.328
3	Bimeks	1.260.907.454
4	Arena Bilgisayar	1.233.234.306
5	Foxconn TR Teknoloji	1.108.638.694
6	Armada	733.951.749
7	Gold Teknoloji	557.891.014
8	Koç Sistem	535.347.432
9	Sentim	379.331.236
10	Avnet Technology	377.298.193
11	Koyuncu Elektronik	375.569.438
<b>Toplam</b>		<b>11.784.626.844</b>

**Kaynak :** (Fortune Turkey, 2015)

### **3.2. Bayilerin Durumu ve Sorunları**

Tübider 17 Aralık 2015 tarihinde web sayfasında yayınladığı “**Bayilik Sisteminde Durum**” adlı yazı ile bu Projenin de konusu olan hususlara dikkat çekmiştir. Bu yazıda bayilerin sorunlarına şöyle değinilmektedir:

“Bilgisayar bayileri son 15 yıldır giderek artan hızda güç kaybına uğradılar. Birçok firma kapandı ama yenileri de kuruluyor. Yani bayiler bir şekilde yaşamlarını sürdürmeye devam ediyorlar. 2000’li yılların başından itibaren üretici-markalarla birlikte distribütörler, desteklerinin ağırlığını zincir mağazalara ve sonrasında da bunların yanı sıra on-line satış sitelerine kaydırmaya başladılar. Bu durumu bankalar da destekledi. İktisadi krizin yükünün hafifletilmesi için ev kullanıcısına ulaşmak çözüm olarak görülüyordu. Bu

ihyaıyaından hareketle verilen desteklerle zincir mağazalar ykseliŒe getiler. Üretici-markalar ve yöneticileri durumdan memnundu. Büyük lekli iŒler kolay yoldan yapılıyordu. Ancak ok vahim bir hata ve bunun yanı sıra bir vefasızlık durumu da söz konusuydu; sektörün müstakbel sahibi olan bayiler göz ardı edilmeye baŒlandı.”

Tübider’in bu yazısında daha ok donanım satıcılığı yapan bayilerin sorunlarından bahsedilmiŒ. Bir de bunun yanında yazılım bayiliği yapan firmaların sorunları da var tabi. Yazılım bayiliği yapan firmaları 2 ana kategoriye ayırabiliriz, yabancı firmaların bayisi olanlar ve yerli firmaların bayisi olanlar. Fonksiyonel olarak da yazılımları Sistem Yazılımları ve İŒ Yazılımları olarak iki ana gruba ayırabiliriz.

Sadece Sistem Yazılımları iŒi yapan bayiler genelde aynı zamanda donanım satışı yapan bayilerden oluŒmaktadır. Bu tip iŒlerde uyarılama süreci genelde kısa sürmektedir, en fazla birkaç günlük alıŒmayla tamamlanabilmektedir. Zaten bu hizmeti veremeyen geleneksel bilgisayar bayilerinin ayakta kalabilme Œansı yok denecek kadar azdır. Fiyat avantajı, ödeme kolaylığı, bol eŒit ve hazır stoklarla alıŒan Türkiye’nin her tarafına yayılmıŒ zincir teknoloji mağazaları ile rekabet etme durumu imkansızdır. Bu yüzden 10-15 sene öncesine kadar ciddi bir gelir kaynağı olan ev kullanıcıları geleneksel bilgisayar bayileri iin artık ulaŒılması mümkün olmayan bir pazar olarak durmaktadır.

İŒ Yönetimi Yazılımları bayiliği yapan Œirketlerin durumu biraz daha farklıdır. İŒ yönetimi yazılımlarında 2 ana unsur vardır ERP ve CRM. ERP yazılımları kk iŒletmeler iin muhasebe yazılımları olarak da adlandırılmaktadır. Bu tip iŒ yapan bayiler donanım ve sistem yazılımlarına göre daha yüksek kar oranlarıyla alıŒabilmektedir. Fakat projelerin uyarılama süreleri daha uzun olmakta ve daha kalifiye personele ihtiya duymaktadırlar.

Kahramanmaraş'ta faaliyet gösteren Mim Bilgisayar'da Proje ve Satış yöneticisi olarak görev yapan Sayın Mustafa Hançer bir BT bayisi olarak yaşadıkları sorunları kısaca şöyle özetlemektedir:

*“Bilişim sektöründe çözüm ortağı veya bayi ilişkileri kanayan bir yara. 1990 ile 1998-2000 yıllarına kadar kısmen iyi giden ilişkiler bu yıllardan sonra daha da kötüleşti. Hemen hemen bütün üretici ve ithalatçı firmalar önce bayi üzerinden pazara girdi sonra bayi devre dışı bırakıldı eğer devre dışı bırakılmadı ise yedekte tutuldu.*

*Bilişim sektöründe bayi veya çözüm ortağı iseniz;*

1- Çok satış yapmalısınız yoksa yerinize alternatif olarak yanınızda çalışan personel tarafından doldurulursunuz.

2- Bilgi gerektiren sektörde çalışıyorsunuz. Kendinize personelinize eğitim aldirmek durumundasınız, bunun da size bir maliyeti var. Firmalar kendi ürünleri ile ilgili eğitimi bir bedel karşılığı veya bedelin yarısı ya da eğitim masraflarını (yer, yemek, eğitmen) sizden talep ediyorlar. Bu bedelleri ödemediğinizi varsayın eğitim genellikle İstanbul'da olması dolayısı ile sizin barınma ve ulaşım maliyetiniz var. Bunu hem yerli hem de yabancı firmalar yapmaktadır.

3- Sektörün net anlaşılır fiyat politikası yoktur. Bayilerin az ürün çekmesi dolayısıyla pazarlık ve iskonto imkânı yoktur. Bu imkanların hepsini çok satan büyük mağazalara tanınmaktadır.

4- Sektörde karlılık olmadığı için yeni ve kalifiye personel istihdamı sağlanamamaktadır.

5- Sektörde gerek satış gerekse hizmet anlamında çok büyük rekabet yaşanmakta bunu da Distribütörler bayilerin hepsine mavi boncuk dağıtıp, teşvik ederek kendi karlılıklarına bakmaktadırlar.

6- *İstanbul'daki üretici –Distribütör ve çalışanları Anadolu' da ki bayileri işten çok az anlayan, cahil, yolunacak kaz, kendileri ise uzaydan gelmiş her şeyi kendileri bilen eda ve tavırlarla karşılamaktadır. Bu da işin biraz psikolojik biraz da sosyolojik tarafıdır.”*

Keysoft firmasından Sayın Burak Akıncılar ise konuya başka bir bakış açısı getirmektedir:

*“Bir çok şirket aynı durumdadır diye düşünüyorum. Biz bir danışmanlık şirketiyiz ve Türkiye'de partnerliğini yaptığımız yabancı yazılım şirketi var. Bu şirketin bazen birlikte, bazen de ayrı çalışan birbirinden bağımsız satış ve danışmanlık ekipleri var.*

*Satış ekibi bizim iş ortağımız, danışmanlık ekibi ise çoğu zaman rakibimiz.*

*Dolayısı ile tek şirket gibi yaklaşmıyoruz, iki ayrı ekip ile ayrı ayrı ilişkilerimizi yürütüyoruz. Yeri geldiğinde danışmanlık ekibi ile de iş yapma olanağımız oluyor.*

*Bu işe yurt dışında kullanılan güzel bir isim var. Cooperation ve competition kelimelerini birleştirip “Coopetition” diye bir kavram oluşturdular. Yani yeri gelir birlikte iş yaparız, yeri gelir rekabet ederiz modeli”*

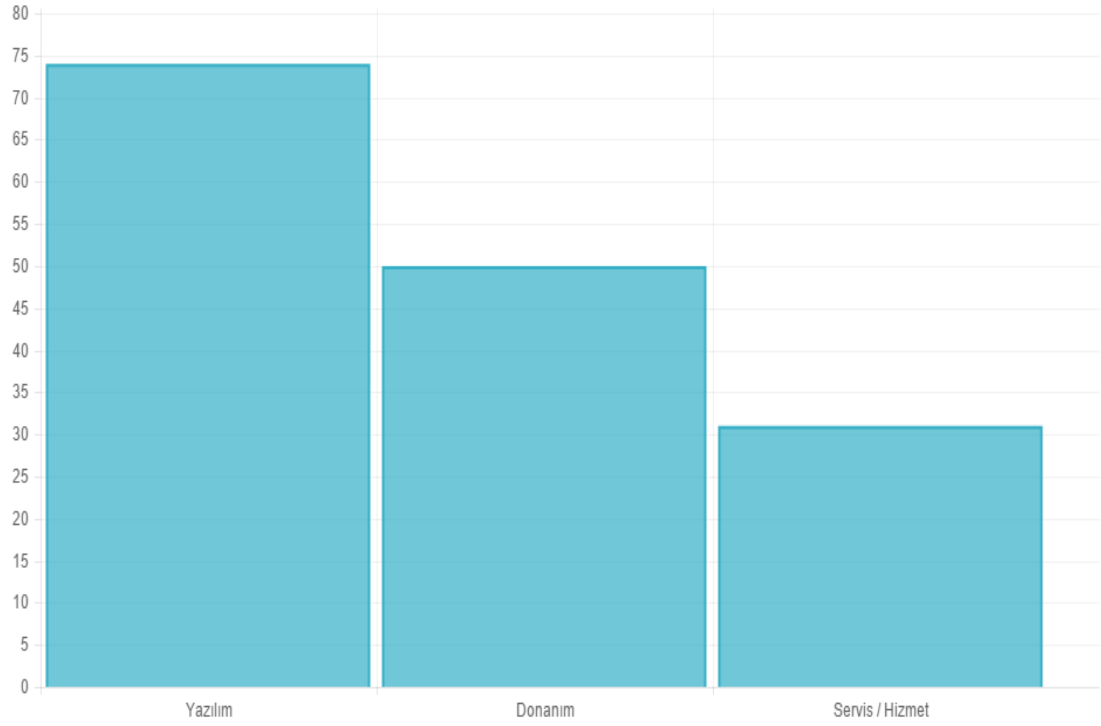
## **BÖLÜM 4: ANKET ve YORUM**

### **4.1. BT Bayilerinin Sorunları İle İlgili Anket**

Yukarıda bahsi geçen sorunlarla ilgili 10 sorudan oluşan küçük bir anket hazırladım. BT bayilerinin web sayfalarını tarayarak bir çok firmaya bizzat bu anket için e-mail atarak başvuru yaptım. Ayrıca sektörün önemli temsilcilerinden biri olan Tübider'den de bu konuda yardım talep ettim. Bu noktada Tübider yönetimine teşekkür etmek isterim, kendileri talebime gayet olumlu yaklaştılar ve üyelerine bu konu ile ilgili mesaj gönderdiler, ayrıca web sayfalarında bu talebimi yayınladı. Sonuç olarak ankete 89 ayrı katılımcıdan cevap geldi. Anket içeriği ve sonuçları aşağıda verilmiştir.

Çalıştığınız üretici firma (distribütör)'den hangi kategoride ürünler temin ediyorsunuz ?(Birden çok seçenek seçebilirsiniz)r question

	Yazılım	Donanım	Servis / Hizmet	Responses
All Data	74 (83%)	50 (56%)	31 (35%)	89

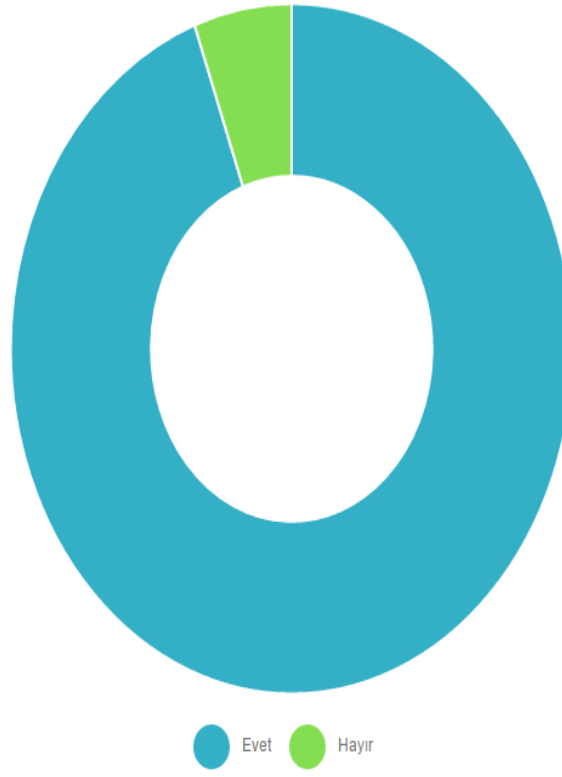


**Grafik 1.** Çalıştığınız distribütörden hangi kategoride ürünler temin ediyorsunuz?



### Sattığınız ürünlere katma değeriniz var mı ?

	Evet	Hayır	Standard Deviation	Responses
All Data	84 (94%)	5 (6%)	39.5	89



**Grafik 2.** Sattığınız ürünler katma değeriniz var mı?

Üretici firma ve/veya distribütörün size katma değer katkısı (eğitim, destek, vs.) oluyor mu ?

	Yeterli derecede oluyor	Evet ama yetersiz oluyor	Hiç olmuyor	Standard Deviation	Responses
All Data	40 (45%)	41 (46%)	8 (9%)	15.33	89



**Grafik 3.** Üretici firma ve/veya distribütörün size katma değer katkısı var mı?

Üretici firma ve/veya distribütörün desteğinden genel olarak memnun musunuz ?

	Memnunum	Ne memnun ne değilim	Memnun değilim	Standard Deviation	Responses
All Data	42 (48%)	35 (40%)	11 (13%)	13.27	88



**Grafik 4.** Distribütörün desteğinden genel olarak memnun musunuz?

Üretici firma ve/veya distribütörün satış şartlarında size adil davrandığını düşünüyor musunuz ?

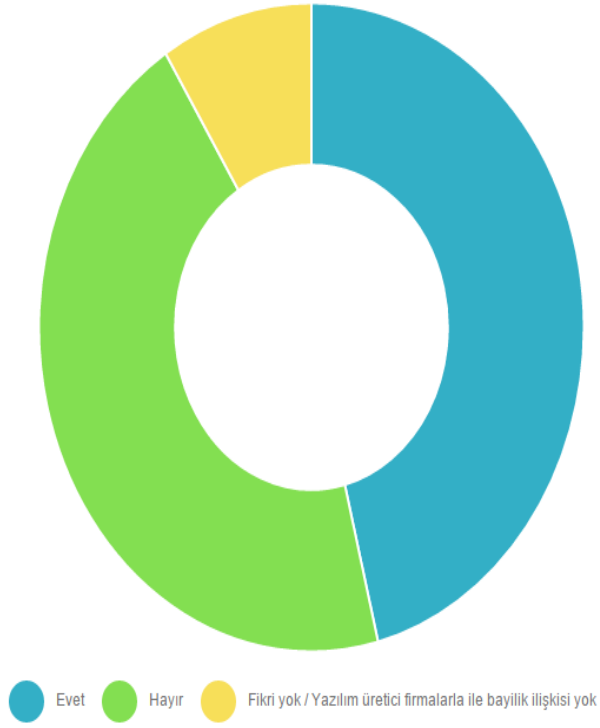
	Adil davranıyorlar	Bazen adil davranıyorlar	Genelde adil değiller	Standard Deviation	Responses
All Data	37 (42%)	32 (36%)	19 (22%)	7.59	88



**Grafik 5.** Distribütörün satış şartlarında size adil davrandığını düşünüyor musunuz?

Eğer çalışıyorsanız, Yazılım üreticisi ana firma müşterilerinize doğrudan gidiyor mu ?

	Evet	Hayır	Fikri yok / Yazılım üretici firmalarla ile bayilik ilişkisi yok	Standard Deviation	Responses
All Data	41 (46%)	40 (45%)	8 (9%)	15.33	89



**Grafik 6.** Eğer çalışıyorsanız, yazılım üreticisi ana firma müşterilerinize doğrudan gidiyor mu?

Eğer yazılım üreticisi ana firma müşterilerinize doğrudan gidiyorsa bu sizin gelir kaybınıza yol açıyor mu ?

	Evet	Hayır	Kapsam dışı	Standard Deviation	Responses
All Data	35 (39%)	22 (25%)	32 (36%)	5.56	89



**Grafik 7.** Eğer yazılım üreticisi ana firma müşterilerinize doğrudan gidiyorsa bu sizin gelir kaybınıza yol açıyor mu?

Yazılım üreticisi ana firmaların şeffaf, tutarlı bir gelir paylaşımı modeli oluşturduğuna inanıyor musunuz ?

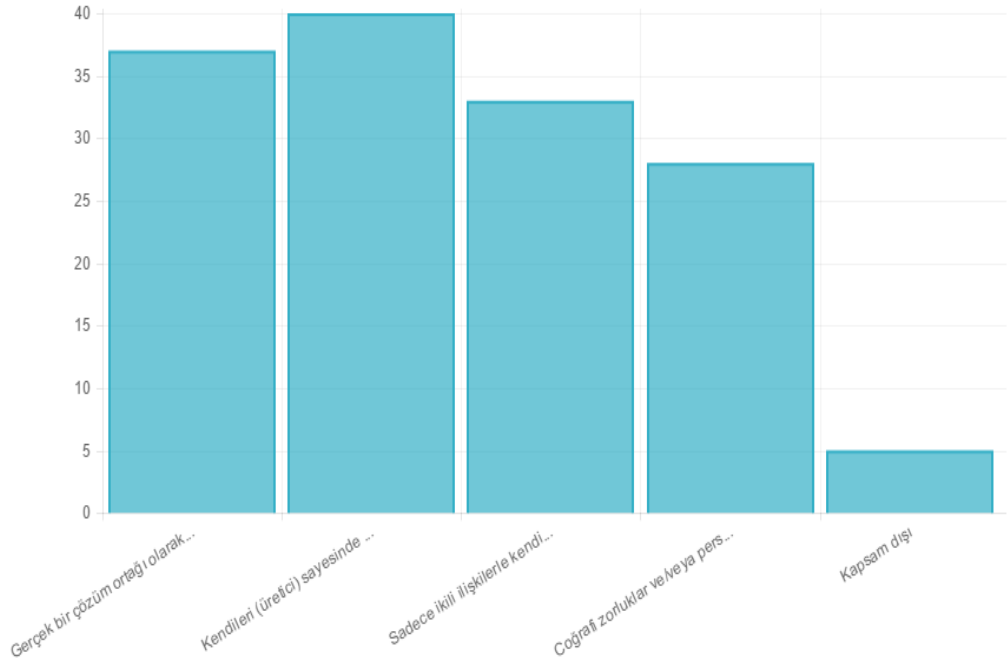
	Evet	Hayır	Kapsam dışı	Standard Deviation	Responses
All Data	35 (40%)	43 (49%)	10 (11%)	14.06	88



**Grafik 8.** Yazılım üreticisi ana firmaların şeffaf, tutarlı bir gelir paylaşımı modeli oluşturduğuna inanıyor musunuz?

Yazılım üreticisi ana firmaların çözüm ortaklarına bakış şeklini nasıl değerlendiriyorsunuz ?  
(Birden çok seçenek seçebilirsiniz)

	Gerçek bir çözüm ortağı olarak görüyorlar.	Kendileri (üretici) sayesinde para kazanan firmalar olarak görüyorlar.	Sadece ikili ilişkilerle kendilerinin ulaşamadığı müşterileri kazanmak için atlama taşı olarak görüyorlar.	Coğrafi zorluklar ve/veya personel istihdamı zorlukları nedeni ile çalıştıkları bayiler olarak görüyorlar	Kapsam dışı	Responses
All Data	37 (42%)	40 (45%)	33 (37%)	28 (31%)	5 (6%)	89

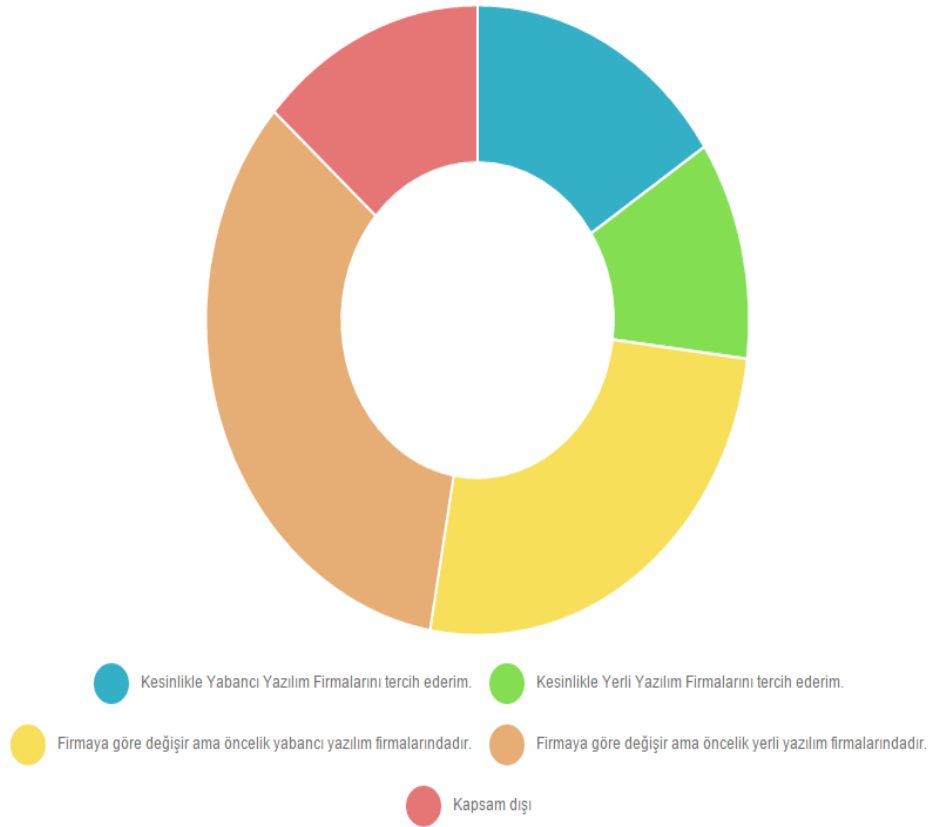


**Grafik 9.**Yazılım üreticisi ana firmaların çözüm ortaklarına bakış şeklini nasıl değerlendiriyorsunuz?



Yabancı Yazılım firmalarını Yerli Yazılım firmaları ile karşılaştırdığınızda Çözüm Ortaklığı modellerini nasıl buluyorsunuz ?

	Kesinlikle Yabancı Yazılım Firmalarını tercih ederim.	Kesinlikle Yerli Yazılım Firmalarını tercih ederim.	Firmaya göre değişir ama öncelik yabancı yazılım firmalarıdır.	Firmaya göre değişir ama öncelik yerli yazılım firmalarıdır.	Kapsam dışı	Standard Deviation	Responses
All Data	14 (16%)	10 (11%)	23 (26%)	30 (34%)	12 (13%)	7.55	89



**Grafik 10.** Yabancı yazılım firmalarını yerli yazılım firmaları ile karşılaştırdığınızda Çözüm Ortaklığı modellerini nasıl buluyorsunuz?

## 4.2. Anket Çalışmasının Yorumu

Ankete katılan bayilerin sadece %45'i "Üretici firma ve/veya distribütörün size katma değer katkısı (eğitim, destek, vs.) oluyor mu?" sorusuna "Yeterli derecede oluyor" derken %46'sı "Evet ama yetersiz" %9'u ise hiç destek olmadıklarını belirtmişler.

Ek 1'de verilen anketin tekil sonuçlarına bakarsak bu soruya "Yeterli derecede oluyor" diyenlerin genelde de distribütörler ile ilgili sorulara olumlu cevaplar verdiği gözlenmiştir, bu cevabı verenlerin "Üretici firma ve/veya distribütörün desteğinden genel olarak memnun musunuz?" sorusuna %83 oranında "Memnunum" derken sadece %17'si "Ne memnunum ne değilim" demiştir, "Memnun değilim" diyen ise yoktur.

Fakat bu %45'in içinde olup yazılım üreticileri firmaları bayiliğini yapanların sadece %49'ı Distribütörlerin kendilerini "A. Gerçek bir çözüm ortağı olarak görüyorlar." gördüklerini söylerken diğerlerin bunun yanında "B. Kendileri (üretici) sayesinde para kazanan firmalar olarak görüyorlar." "C. Sadece ikili ilişkilerle kendilerinin ulaşamadığı müşterileri kazanmak için atlama taşı olarak görüyorlar." "D. Coğrafi zorluklar ve/veya personel istihdamı zorlukları nedeni ile çalıştıkları bayiler olarak görüyorlar" gibi seçeneklerin en az birini seçtikleri görülüyor ve hatta %40'ı da sadece B,C ve D seçeneklerinde bir veya birkaçını seçmiş, yani A'yı hiç seçmemiş. Bu durum aldıkları destekten memnun olmayanlar daha da negatif bir hal alıyor, şöyle ki aldıkları destek için "Ne memnun ne değilim" veya "Memnun değilim" diyenleri hiç biri "9. Yazılım üreticisi ana firmaların çözüm ortaklarına bakış şeklini nasıl değerlendiriyorsunuz?" sorusuna "A. Gerçek bir çözüm ortağı olarak görüyorlar." Şeklinde yanıt vermemiş, B, C ve D şıklarından birini veya birkaçını seçmişler.

Ayrıca genel değerlendirmeye bakacak olursak, bu soruda sadece A seçeneğini seçenlerin oranı **%28**, A ile beraber diğer seçeneklerden az birini seçenlerin oranı ise **%12**.

Bir diğer ilgi çekici konu “5. Üretici firma ve/veya distribütörün satış şartlarında size adil davrandığını düşünüyor musunuz ?” sorusuna verilen cevaplar. Bu soruya “*Adil davranıyorlar*” şeklinde cevap verenlerin oranı %42, bu şekilde cevap verenlerin de % 62’si distribütörlerin desteğine “*Yeterli derecede oluyor*” diyenlerden oluşurken, sadece %43’ü Distribütörlerin kendilerini “*A.Gerçek bir çözüm ortağı olarak görüyorlar.*” gördüklerini söylüyor. “Bazen adil davranıyorlar” veya “Genelde adil değiller” diyenlerin (%58) arasında ise distribütörlerin kendilerini “*A.Gerçek bir çözüm ortağı olarak görüyorlar.*” diyenlerin oranı ise sadece **%17**, yine bu grupta “8. Yazılım üreticisi ana firmaların şeffaf, tutarlı bir gelir paylaşımı modeli oluşturduğuna inanıyor musunuz ? sorusuna “**Evet**” diyenlerin oranı %21,5’de kalırken, 6. *Eğer çalışıyorsanız, Yazılım üreticisi ana firma müşterilerinize doğrudan gidiyor mu ?* sorusuna “**Evet**” diyenlerin oranı “*Kapsam dışı*” olanları çıkarırsak **%66**’ya, “7. *Eğer yazılım üreticisi ana firma müşterilerinize doğrudan gidiyorsa bu sizin gelir kaybınıza yol açıyor mu ?*” sorusuna “**Evet**” diyenlerin oranı ise “*Kapsam dışı*” olanları çıkarırsak **%72**’ye çıkıyor.“7. *Eğer yazılım üreticisi ana firma müşterilerinize doğrudan gidiyorsa bu sizin gelir kaybınıza yol açıyor mu ?*” sorusuna “**Evet**” diyenler içinden sadece %20’si “5. Üretici firma ve/veya distribütörün satış şartlarında size adil davrandığını düşünüyor musunuz ?”**Adil davranıyorlar**” demiştir. “10. *Yabancı Yazılım firmalarını Yerli Yazılım firmaları ile karşılaştırdığınızda Çözüm Ortaklığı modellerini nasıl buluyorsunuz ?*” sorusuna “*Firmaya göre değişir ama öncelik yerli yazılım firmalarındadır.*” ve “*Kesinlikle Yerli Yazılım Firmalarını tercih ederim.*” diyenler kapsam dışı olanları hariç tutarsak toplamın %52’si oluşturmakta,

*Firmaya göre değişir ama öncelik yabancı yazılım firmalarındadır.*” ve “*Kesinlikle Yabancı Yazılım Firmalarını tercih ederim.*” diyenler ise %48’ini oluşturmaktadır.

## SONUÇLAR

Yapılan anket, görüşülen sektörden yöneticiler ve Tübider gibi sektör temsilcilerinin görüşleri sektörde Bayi – Distribütör ilişkilerinde ciddi bir takım sorunlar olduğunu net bir şekilde ortaya koymaktadır. Yukardaki verilerden anlaşıldığı üzere bayiler sektörün istihdam ve servis olarak ağır yükünü çekmekte iken sektörel dinamiklerden dolayı başka birçok sorunla uğraşmaktadırlar. Emek yoğun olarak çalışan bayiler kısıtlı sermaye ile ödeme baskısı altında hem müşterilere hizmet vermek, hem mal temin etmek, hem satış yapmak, hem de tahsilat yapmak zorundalar.

Aslında bu sorunların birçok insanın kulağına tanıdık geldiğini tahmin ediyorum. Bakkal ve küçük marketler ve diğer birçok küçük esnaf da son 15-20 yılda meydana gelen gelişmeler neticesinde benzer sorunları yaşamaktalar. Her sektörün kendine has dinamikleri ve farklılıkları olsa da ana sorun değişmiyor, büyük sermayeli devasa şirketlerle rekabet etme zorluğu. Fakat bence BT bayileri bu konuda en zorda olanlar.

Bunu sebeplerinden birkaç tanesi şöyle sıralanabilir:

1. Çok küçük sermayeler ile herkes BT bayiliği işine girebilmekte.
2. BT bayiliği için her ne kadar bilgi tecrübe gerekse de, herhangi bir diploma, belge gerekmemekte, örnek olarak bir Diş Hekimi diploması olmadan muayenehane açamaz, bir inşaatın projesi mimarın, mühendisin imzası olmadan yapılamaz, ama BT şirketi açmak için böyle bir şeye ihtiyaç yok.
3. Distribütörlerin küçük bayileri, büyük zincir mağazalar karşısında korumaması.

## ÖNERİLER

Çeşitli vesileler ile görüşünü aldığım sektörün içinden ve dışından birçok kişi sorunun çözümü için aslında benzer öneriler getirmekteler. Fakat hala bunu gerçekleştirebilen bir sektör de henüz görülmedi. Ama yine de bu konu da hala adım atılabilir. Belki de Tübider, Tübisad gibi dernekler buna ön ayak olabilirler. Derleyebildiğim çözüm önerileri şu şekilde sıralanabilir:

- i.) Distribütörler eğitim faaliyetlerine önem vererek gerçekten bu işe gönül veren bayilerin yetkinliği artırmalıdır. Bunu yaparken de eğitim işini bir gelir kapısı olarak görmeden, mümkünse ücretsiz ya da en fazla, maliyetine bu iş yapılmalıdır. İmkânlar ölçüsünde eğitim faaliyetleri Anadolu'nun çeşitli vilayetlerine yayılmalıdır. Yine bu konuda maliyetleri çok düşürecek olan uzaktan eğitim (e-learning) eğitim sistemlerine ağırlık verilmelidir.
- ii.) Belgelendirme ile bayiler koruma altına alınmalıdır. Bu konuda Dernekler öncü olabilir. Bir BT firması olarak sektöre girmek bakkal açmaktan biraz daha zor olmalıdır.
- iii.) Sektörde şeffaf, adil bir fiyat politikası izlenmeli ve bayiler arasında haksız rekabeti önleyecek adımlar atılmalıdır.
- iv.) Birçok distribütörün müşterilere doğrudan satış yaptığı gözlenmiştir. Bunu bir şekilde engellemek adına sektörün etik kuralları oluşturulmalı ve buna uymayan şirketler bir şekilde sektörden dışlanmalıdır.
- v.) Bayiler arası etik olmayan eleman transferleri engellenmelidir.

## KAYNAKÇA

Fortune Turkey. (2015). *Fortune 500 - 2015*. İstanbul: Fortune Turkey.

Index Group. (2015). *Analist Toplantısı, Index Grup Şirketleri, 2014 - 2015 yılı görünümü*. İstanbul: Index Group.

Tübisad. (2015). *TUBISAD\_2014\_Pazar\_Verileri*. İstanbul: TÜBİSAD.

## ÖZGEÇMİŞ

### Kişisel Bilgiler:

İsim: Cengiz Yalçın

E-mail: cengizyalcin@std.sehir.edu.tr

### Eğitim:

1984 – 1990 ..... Bilgisayar Mühendisliği Programı, Boğaziçi Üniversitesi, İstanbul.

2014 – 2016 ..... İşletme Yüksek Lisans Programı, İstanbul Şehir Üniversitesi, İstanbul.

### Deneyim:

Aralık 1990 – Mayıs 1993	Pak Holding
Haziran 1993 – Mayıs 1996	IBM Türk
Haziran 1996 – Aralık 1999	Palnet Bilgisayar
Ocak 2000 – Kasım 2001	Astek Bilgisayar
Kasım 2001 – Mart 2012	Teknosim Bilgisayar
Mart 2012 - .....	Hayat Holding

## İNTİHAL TUTANAĞI

Bu projede görsel, işitsel ve yazılı biçimde sunulan tüm bilgi ve sonuçların akademik ve etik kurallara uyularak tarafımdan elde edildiğini, Proje içinde yer alan ancak bu çalışmaya özgü olmayan tüm sonuç ve bilgileri projede kaynak göstererek belirttiğimi beyan ederim.

İsim, Soyisim : Cengiz YALÇIN

Proje Başlığı : BT SEKTÖRÜNDE ÇÖZÜM ORTAĞI – BAYİ / DİSTRİBÜTÖR İLİŞKİLERİ

Tarih :

İmza :