



HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜNDE ÖN MALİYET TAHMİNLEME: EGE BÖLGESİNDEKİ KONFEKSİYON FİRMALARINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Arzu VURUŞKAN
İzmir Ekonomi Üniversitesi
Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi
Moda Tasarım Bölümü Balçova / İZMİR

Ender YAZGAN BULGUN
Dokuz Eylül Üniversitesi
Mühendislik Fakültesi
Tekstil Mühendisliği Bölümü Bornova / İZMİR

ÖZET

Bu çalışmada, hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe birim ürüne ait maliyet bileşenleri incelenmiş ve bu bileşenlerin toplam ürün maliyetine ait yüzdelik değerleri grafiksel gösterimlerle ifade edilmiştir. Araştırmada, Ege bölgesindeki konfeksiyon işletmelerine uygulanan anket ile konfeksiyon firmalarında, birim maliyeti hesaplamaya yönelik, ön maliyet hesaplama sistemleri analiz edilmeye çalışılmıştır. Firma yetkililerinin, ön maliyet hesaplamalarının önemi hakkındaki görüşleri ve bu amaçla hazırlanacak olan bir programdan beklentileri değerlendirilmiştir. Anket sonuçlarında, firmaların ön maliyet hesaplarını çoğunlukla manuel olarak veya Microsoft Excel gibi formlar ile yaptıkları tespit edilmiş ve firmaların maliyet detaylarına ilişkin verileri arşivlemekte zorluk yaşadıkları belirlenmiştir.

Anahtar Sözcükler: örme giyim, ön maliyet tahminleme, Ege bölgesi

PRE-COST PREDICTION IN APPAREL INDUSTRY: AN INVESTIGATION REGARDING CLOTHING COMPANIES IN AEGEAN REGION

ABSTRACT

In this article, a general overview was made about the unit garment costs in apparel companies. The percentage values of the garment cost components were analyzed by drawing pie chart graphics. With the help of a questionnaire, in the Aegean Region of Turkey, different companies' systems of unit cost estimating and cost calculating were tried to be analyzed. Within the scope of the questionnaire, the importance of cost estimating process for apparel companies and the expectations from a new cost estimating program were investigated. According to the results of the questionnaire, it was seen that the majority of companies use manual cost calculating methods or simple Microsoft Excel spreadsheets to make cost estimates and generally come across with problems in archiving the data.

Keywords: knitwear, cost estimation, Aegean region

1. GİRİŞ

Dünyada son yıllarda yaşanan ekonomik gelişmelerin etkisiyle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler hazır giyim üretim merkezleri olurken, gelişmiş ülkeler ise bu ülkelerin pazarları konumundadır. Türk konfeksiyon sanayi de, çoğunlukla, AB ülkelerinin ve ABD'nin fason üreticisi konumundadır. Sektör, fason üretim ile elde ettiği birikimle, konfeksiyon konusunda bir hayli yol almıştır. Konfeksiyon işgücü ağırlıklı bir alandır. Bulduğumuz coğrafyada ise, AB ülkelerinin işçilik maliyeti çok yüksektir. Türkiye'deki işgücü maliyetlerinin düşük olmasından faydalanan yabancı şirketler, fason üretimlerini Türkiye'de yaptırmakta ve yarattıkları markaları satmaktadırlar. Bugün Türkiye AB'nin en önemli üreticilerinden biridir. Türkiye de, hazır giyim ihracatının çoğunluğunu AB ülkelere yapmaktadır. Ucuz işgücü, kaliteli üretim, pazara yakınlık ve esnek üretim yapısı ile değişen moda eğilimlerine kolayca uyum sağlayabilen Türk hazır giyim sektörü, Avrupa ve ABD'deki pek çok firmanın fason üreticisi konumundadır. Fason üretim yapılan markalara Adidas, Diesel, Tommy Hilfiger, Fcuk, H&M, Nike, Levis gibi isimler örnek verilebilir. Ancak, Türkiye, AB ülkelerinin ve ABD'nin fason üreticisi olma konumunu, üretim maliyetlerindeki artış nedeniyle her geçen gün kaybetmektedir. Artık, sektörde teknoloji kullanımı, moda, marka, kalite unsurları en önemli rekabet faktörleri haline dönüşmüştür. Fason üretim yapan çok sayıdaki küçük ve orta ölçekli firmanın rekabet gücü azalmaktadır. Sektör, kendi markasıyla ayakta duran firmalara ihtiyaç duymaktadır. Bu amaçla şirket birleşmeleri, yeni yatırımlar, Avrupalı üreticilerle çeşitli stratejik işbirlikler çözüm olarak düşünülebilir. Sektörün rekabette temel hedefi fason üretim yapmaktan öte, kendi koleksiyon ve markasını yaratmaya geçiş olmalıdır. Bugün, Türkiye'nin kalite, teknolojik altyapı ve tasarım alanlarında üstünlük sağlaması bir zorunluluk haline gelmiştir (İstanbul Ticaret Odası

[İTO], 1998) (Competitive Advantage of Turkey [CAT], 2003).

Tasarımın yanı sıra, otomasyon ve teknolojik altyapının ürünün katma değerine etkisi büyüktür. Ürün geliştirme, tasarım, kalıp hazırlama, postal planlarını oluşturma, kesim, üretim takip, planlama ve organizasyona ait her türlü işlem için bilgisayar destekli sistemler geliştirilmiştir. Konfeksiyon organizasyonları dahilinde, kontrol altında tutulup, arşivlenmesi gereken pek çok verinin bulunduğu, zamanında ve doğru alınan kararların işletme için büyük önem taşıdığı göze çarpmaktadır. Organizasyon dahilinde birbiriyle ilintili verileri kullanan çalışanların sayıca çok olması, verilerin sonraki kullanımlar için her zaman hazır durumda bulunması, basit ve benzer hesaplamaların sistemin işleyişinde sık yer alması (ön maliyet tahminleri gibi) ve en önemlisi zamana karşı sürekli bir yarışın olması gibi faktörler konfeksiyon işletmeleri için büyük önem taşımaktadır. Bu gibi sebepler göz önüne alındığında, bilgisayar kullanımının konfeksiyon sektörü için de önemli bir ihtiyaç olduğu saptanmaktadır.

2. HAZIR GİYİM ve KONFEKSİYON SEKTÖRÜNDE ÜRÜN MALİYETİ BİLEŞENLERİ

İşletmelerin tasarım, üretim ve satış işlemlerinin tüm ortak amacı ticari anlamda başarılı bir ürün ortaya çıkarabilmektir. Beğenilen, kabul edilen ve üretimine geçilecek olan bir tasarımın ardından, üretimden önceki süreç, fiyatlandırma ve maliyet hesaplamalarıdır. Giyim sektöründe, bir yıl içindeki sezon sayısında yaşanan artış ve kısalan ürün döngüleri, ürün geliştirme ve maliyet hesaplama zamanlarını mümkün olduğunca kısaltmayı zorunlu kılmıştır. Hangi maliyet sistemiyle çalışılırsa çalışılsın, model seçimlerinde ve uygulamalarındaki hızlı değişimler, eskisinden daha hızlı geri bildirim ve bu yönde yapılacak ayarlamalarda daha süratli olmayı gerektirmektedir. Bu durum, çok aşamalı bir maliyet prosesini de beraberinde getirmiştir. Ön maliyet

maliyet hesaplama süreci, ürün geliştirme prosesinin ilk safhalarında, firmanın pazarlama biriminde çalışanlar tarafından yapılan maliyet tahminleme aşamasıdır. Bu aşamada, yapılması planlanan ürün için daha çok standart maliyet verilerinden, önceki ürünlere ait maliyet tablolarından ve tahmini kumaş giderlerinden yararlanır. Ön maliyet tahminleri, ürün geliştirme esnasında, üretimi planlanan pek çok model arasından, firmaya uygun olan modellerin seçilmesine olanak tanır. Ön maliyet tahminleri ile, ürünün kabul mu yoksa red mi edileceği kararı verilir (Rosenau ve Wilson, 2001).

Fason üretim yapan firmalar ise, müşterilerinden alacakları siparişler için ön maliyet ve fiyat analizi yaparak, vermiş oldukları fiyatlar ile sipariş alırlar. Üretimini fason yaptıracak firmalar ise, yapmış oldukları ön maliyet ve fiyat tahminleri ile, olası üreticiler arasından kendilerine en uygun olan fason üreticiyi seçebilirler.

Ön maliyet, bir ürünün üretimine geçmeden önce, eski deneyimlerle ve ürün analizleriyle yapılan bir tahmin veya bir öngörü olarak nitelendirilebilir. Bu değer, gerçek üretim maliyetine göre yaklaşık olarak %10-15'lik bir sapma gösterir (Frings,2001).

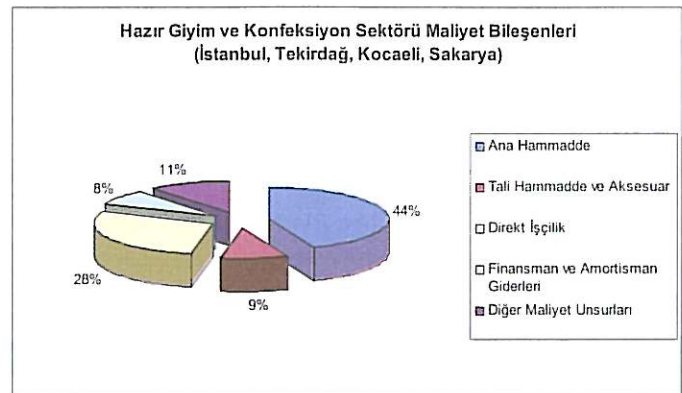
Bir ürünün ön maliyetinin hesaplanması için ürün maliyetini oluşturan bileşenlerin belirlenmesi gerekmektedir. Ürün maliyeti bileşenleri bu açıdan önem taşımaktadır.

Hazır giyim sanayiinde ortalama maliyet dağılım değerlerinde, ana hammadde %45, yardımcı malzemeler ve aksesuarlar %10, direkt işçilik maliyetleri %26, finansman ve amortisman giderleri %18 ve diğer maliyet unsurları da %11 oranında pay almaktadır. İTKİB tarafından Haziran 2004'te hazırlanan raporda, bölgeler bazında hazır giyim ve konfeksiyon sektörüne ait maliyet bileşenleri dağılımı Tablo 1, Tablo 2, Şekil 1, Şekil 2 ve Şekil 3'te görülmektedir (İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon

İhracatçı Birlikleri [İTKİB], 2004).

Tablo 1. Hazır giyim ve konfeksiyon sektörü maliyet bileşenleri (İstanbul, Tekirdağ Kocaeli, Sakarya illeri bazında)

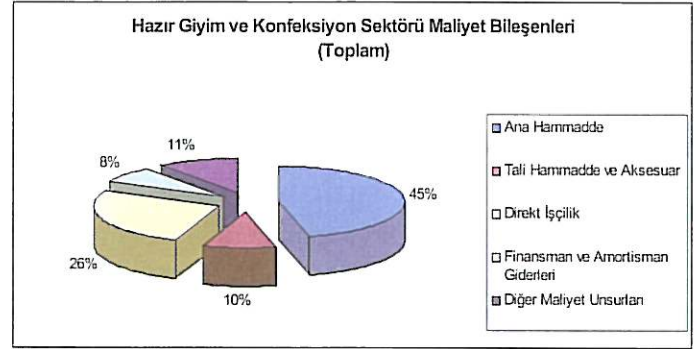
HAZIR GIYIM VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜ MALİYET BİLEŞENLERİ				
(İller: İstanbul, Tekirdağ, Kocaeli, Sakarya)				
Ortalamaya Dahil Firma Sayısı: 50				
Ortalamaya Dahil Alt Sektör Sayısı:3				
MALİYET KALEMLERİ	DOKÜMAN HAZIRLATICI (firma sayısı:11)	ÖRME HAZIRLATICI (firma sayısı:17)	ÇORAP (firma sayısı:22)	ORTALAMA
Ana Hammadde (%)	46	41	44	44
Tali Hammadde ve Aksesuar (varsa ve dikkate değerse) (%)	12	8	9	9
Direkt İşçilik (Üretimle ilgili işçi ücretleri, SSK primleri vb. toplamı)	27	32	24	28
Finansman ve Amortisman Giderleri (Makine ve bina amortismanı, kredi faizleri, vade farkları vb. toplamı)	5	8	11	8
Diğer Maliyet Unsurları (İdari Giderler, pazarlama giderleri, enerji, su, aydınlatma giderleri, vb. toplamı)	11	11	12	11
TOPLAM (%)	100	100	100	100



Şekil 1. Hazır giyim ve konfeksiyon sektörü maliyet bileşenleri (İstanbul, Tekirdağ Kocaeli, Sakarya illeri bazında)

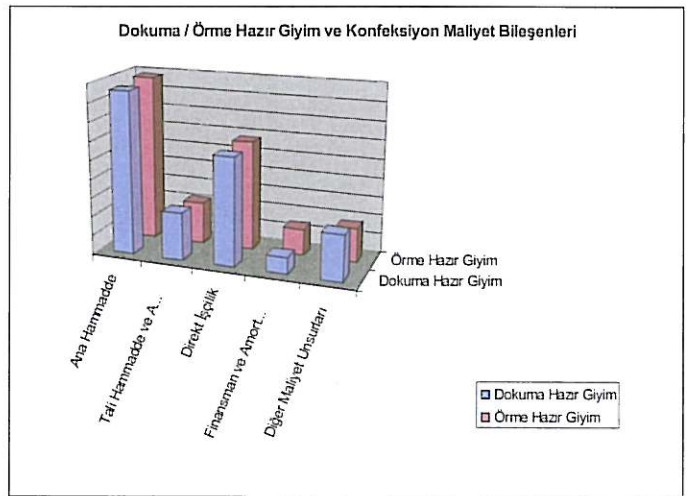
Tablo 2. Hazır giyim ve konfeksiyon sektörü maliyet bileşenleri (Bursa, Balıkesir, İzmir, Denizli, Uşak, Antalya, Isparta, Burdur illeri bazında)

HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜ MALİYET BİLEŞENLERİ				
(İller: Bursa, Balıkesir, İzmir, Denizli, Uşak, Antalya, Isparta, Burdur)				
Ortalamaya Dahil Firma Sayısı: 19				
Ortalamaya Dahil Alt Sektör Sayısı:3				
MALİYET KALEMLERİ	DOKUMA HAZIR GİYİM (firma sayısı:6)	ÖRME HAZIR GİYİM (firma sayısı:3)	ÇORAP (firma sayısı:2)	ORTALAMA
Ana Hammaddede (%)	40	47	56	48
Tali Hammaddede ve Aksesuar (varsa ve dikkate değerse) (%)	13	14	3	10
Direkt İşçilik (Üretimle ilgili işçi ücretleri, SSK primleri vb. toplamı)	30	26	21	25
Finansman ve Amortisman Giderleri (Makine ve bina amortismanı, kredi faizleri, vade farkları vb. toplamı)	4	6	11	7
Diğer Maliyet Unsurları (İdari Giderler, pazarlama giderleri, enerji, su, aydınlatma giderleri, vb. toplamı)	13	7	9	10
TOPLAM (%)	100	100	100	100



Şekil 3. Hazır giyim ve konfeksiyon sektörü maliyet bileşenleri (toplam)

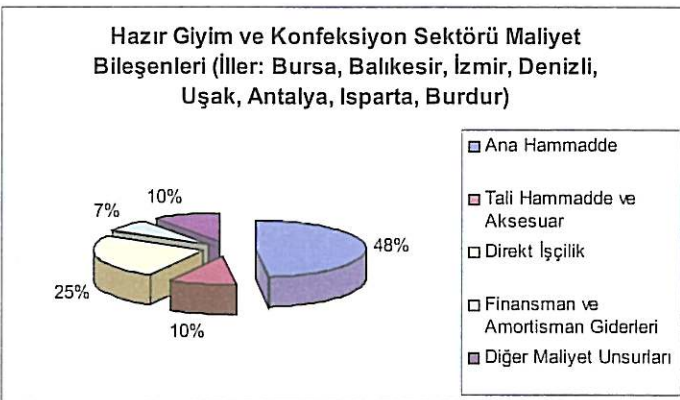
Şekil 4'te dokuma ve örme hazır giyim için maliyet bileşenleri karşılaştırmalı olarak gösterilmiştir. İki gruba ait maliyet bileşenleri birbirine çok yakın değerler göstermektedir (İTKİB, 2004).



Şekil 4. Dokuma ve örme hazır giyim ve konfeksiyon sektörü maliyet bileşenleri

3. ÇALIŞMANIN AMACI

Konfeksiyon işletmelerinde, ön maliyet tahminleme, ürün geliştirme sürecinin önemli aşamalarından birini oluşturmaktadır. Ürüne ait bileşenlerin maliyetleri tek tek hesaplanarak, birim ürün maliyeti elde edilmektedir. Ön maliyet hesaplarını kolaylaştırabilmek açısından çeşitli bilgisayar programları ve yazılımlar geliştirilmiştir. Genel bir değerlendirme ile, ön maliyet paket programlarının sayısının, planlama programlarına göre daha az olduğu



Şekil 2. Hazır giyim ve konfeksiyon sektörü maliyet bileşenleri (Bursa, Balıkesir, İzmir, Denizli, Uşak, Antalya, Isparta, Burdur illeri bazında)

göze çarpmaktadır. Bunun nedeni, ön maliyet hesaplarının yaklaşım ve yöntem olarak standardize edilememesi ve bu yüzden her kullanıcının ihtiyacını karşılayacak bir paket programın geliştirilememesidir. Her sektör için proses farklı bir şekilde işlemekle birlikte, konfeksiyon sektörü için, genel olarak maliyet tahminleri yapmaya yönelik belli bir sistem uygulanmaktadır. Bu sistem dahilinde çeşitli yazılım firmaları ön maliyet hesaplamaya yarayan modüller de geliştirmiştir. Aslında, maliyet tahminleme işi, basit bir ifadeyle, önceki verileri ve birim maliyetleri kullanarak, çarpma, toplama, bölme, çıkarma işlemlerinden oluşmaktadır. Bu durumda, bilgisayar yardımıyla bu işlemlerin düzenlenip, kontrol edilebileceği açıktır. Maliyet tahminleri için gerekli yöntemler ve veriler uygun yazılımları ve veri tabanlarını kullanarak oluşturulabilir (Humphreys,1984).

Bu araştırmada, öncelikli olarak ürün maliyeti bileşenlerinin, birim ürün maliyeti içindeki oranları incelenmiştir. Çalışmada, örme konfeksiyon işletmelerinde ön maliyet tahminlemeye yönelik bir bilgisayar programı geliştirebilmek amacıyla, firmaların ön maliyet tahminleme aşamasında hangi sistemlerden yararlandıklarını ve sistemlerdeki eksiklikleri belirleyebilmek amacıyla bir anket uygulaması yapılmıştır.

4. ANKET FORMUNUN OLUŞTURULMASI

Türkiye'de giyim firmalarının ön maliyet tahminleme işlemini çoğunlukla manuel olarak veya Microsoft Excel gibi basit spreadsheet programları ile yaptıkları gözlenmiştir. Bu gözlemi firmalardan alınan verilerle destekleyebilmek ve ön maliyet hesaplama programına duyulan ihtiyacı tespit edebilmek açısından, bir anket formu oluşturulmuş ve çeşitli firmalara gönderilmiştir. Hazırlanan anket formunda katılımcılara, firmalarında kullanılan ön maliyet hesaplama sistemi ve bu sistemde tespit ettikleri eksiklikler hakkında sorular sorulmuştur. Firma büyüklüklerine göre bir sınıflandırma yapabilmek

açısından da, firma büyüklüğünü, personel sayısı, yıllık ciro ve yıllık ortalama üretim miktarı açısından değerlendirmeleri istenmiştir. Anket formunda 14 adet soru bulunmaktadır.

Anket formları rasgele seçilen 61 firmaya elektronik posta ve faks yoluyla gönderilmiştir. Bu firmalardan 22 tanesinden yanıt gelmiştir. Anket formlarını işletme yöneticilerinin veya pazarlama birimi çalışanlarının doldurmaları istenmiştir.

5. ANKET SONUÇLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Anket çalışmaları sonucunda 22 adet firmaya ait veriler toplanmıştır. Anket soruları Microsoft Excel programında değerlendirilerek yüzdesel dağılımlar hesaplanmış, ilgili grafikler oluşturulmuştur. Yüzdesel dağılım olarak belirlenemeyen sorular için genel değerlendirme ve analiz yapılmıştır.

Yapılan anket çalışması sonucunda, anket kapsamındaki sorular bazında, değerlendirmeler yapılmış, ilgili dağılımlar ve grafikler elde edilmiştir.

5.1 Firmaların Faaliyet Gösterdikleri Alanların Dağılımı

Ankete katılan firmaların faaliyet gösterdikleri alanlar, yüzdesel verilerle, şu şekilde bir dağılım göstermiştir: İşletmelerin %52'si örme konfeksiyon alanında faaliyet gösterirken, %35'i hem örme hem dokuma konfeksiyon alanında çalışmaktadır. %13'ü ise dokuma konfeksiyon üretimi yapmaktadır.

5.2 Konfeksiyon İşletmelerinin Ürettiği Ürün Çeşitleri Dağılımı

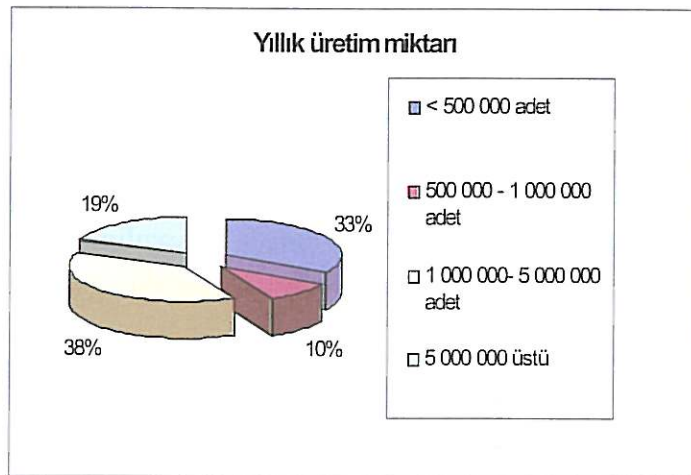
Ankete katılan konfeksiyon işletmelerinin ürün çeşitlerinin dağılımı ise şu şekilde belirlenmiştir: Firmaların %39'u bayan, erkek, çocuk olmak üzere her üç grubun da üretimini yaparken, %26'sı bayan ve erkek giyim üzerine çalışmaktadır. Firmaların %22'si yalnızca bayan giyime, %9'u yalnızca çocuk giyime ve %4'ü yalnızca erkek giyime yönelik olarak çalışmaktadır.

5.3 Konfeksiyon İşletmelerinde Çalışan Toplam Personel Sayısı Dağılımı

Ankete katılan firmaların %64'ünün 250'den az çalışanı bulunmaktadır. Firmaların %27'sinde ise 250-500 arası çalışan mevcuttur. %9'unun çalışan sayısının 500'ün üzerinde olduğu tespit edilmiştir.

5.4. Konfeksiyon İşletmelerinde Yıllık Ortalama Üretim Miktarı Dağılımı

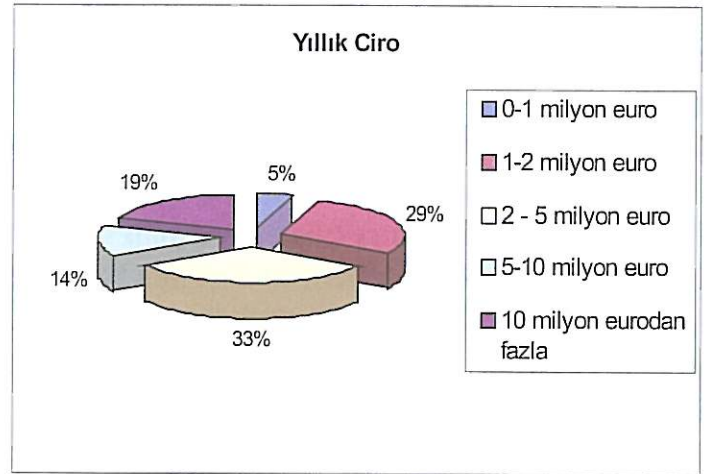
Şekil 5'te ankete katılan firmaların büyüklüklerinin yıllık üretim miktarlarına göre karşılaştırması verilmiştir. Anket değerlendirmelerine göre, katılımcı firmaların %38'i yıllık 1000000 ile 5000000 adet arası üretim yapmaktadır. %33'ünün üretim miktarı 500000'den azdır. Firmaların %19'u bir yılda 5000000 adet üzerinde üretimi gerçekleştirmekte ve %10'u da 500 000 ile 1000000 adet arasında yıllık üretim kapasitesine sahiptir.



Şekil 5. Yıllık ortalama üretim miktarı dağılımı

5.5 Konfeksiyon İşletmelerinde Yıllık Ciro Dağılımı

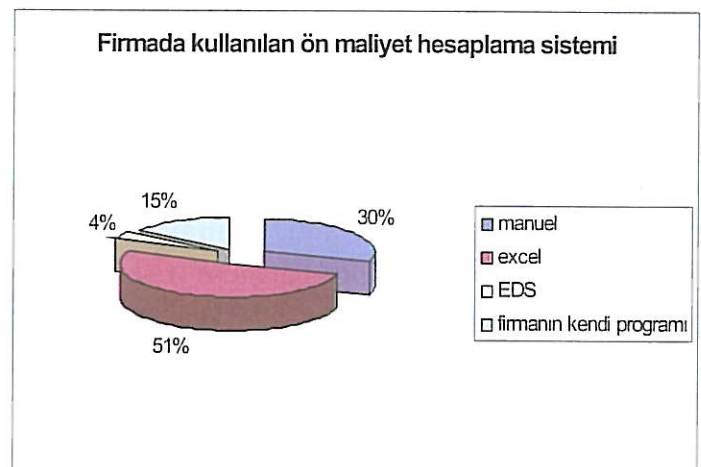
Ankete katılan firmaların %33'ü 2 ile 5 milyon euro arası yıllık ciroya sahiptir. Firmaların yıllık ciro dağılımında, %29'u 1 ile 2 milyon arası, %19'u 10 milyon euro'dan fazla ve %14'ü 5 ile 10 milyon euro arası ve %5'i 1 milyon euro'dan daha az ciro değerlerine sahiptir. Firmaların ciro değerlerinin karşılaştırılması Şekil 6'da gösterilmektedir.



Şekil 6. Konfeksiyon işletmelerinde yıllık ciro dağılımı

5.6 Konfeksiyon İşletmelerinde Ön Maliyet Hesaplama için Kullanılan Sistem Dağılımı

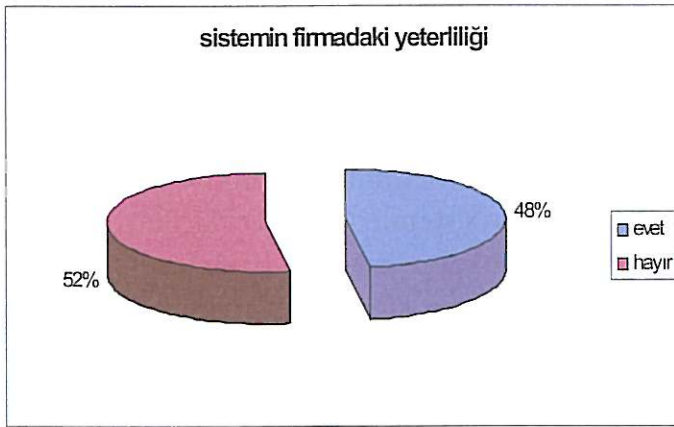
Konfeksiyon işletmelerinin ön maliyetleri hesaplamak için kullandıkları sistemleri gösteren dağılım Şekil 7'de verilmiştir. Ankete katılan firmaların yarısından fazlasının, %51'lik bir kısmının Microsoft Excel paket programını kullandığı tespit edilmiştir. %30'luk ikinci büyük dilim ise firmaların manuel hesaplama yaptıklarını göstermektedir. Katılımcı firmaların %15'i kendilerine ait programları kullanırken. EDS ile ön maliyet hesaplamaları yapan firmalar ise yalnızca %4'lük dilimde yer almıştır.



Şekil 7. Konfeksiyon işletmelerinde kullanılan ön maliyet hesaplama sistemi dağılımı

5.7 Konfeksiyon İşletmelerinde Kullanılan Ön Maliyet Hesaplama Sisteminin Firma İçin Yeterliliği Dağılımı

Hazırlanan anket formunda, ön maliyet hesaplama sisteminin firma için yeterli olup olmadığı sorusuna, firmaların %48'i olumlu cevap verirken, yani sistemin yeterli olduğunu savunurken, %52'lik bir kısım ise sistemin yetersiz olduğunu öne sürmektedir. Şekil 8'de dağılımla ilgili olan grafik görülmektedir. Bazı firmalar ise, sistemi yeterli bulduklarını, ancak bazı iyileştirmeler ile, sistemin geliştirilebileceğini de eklemiştir.



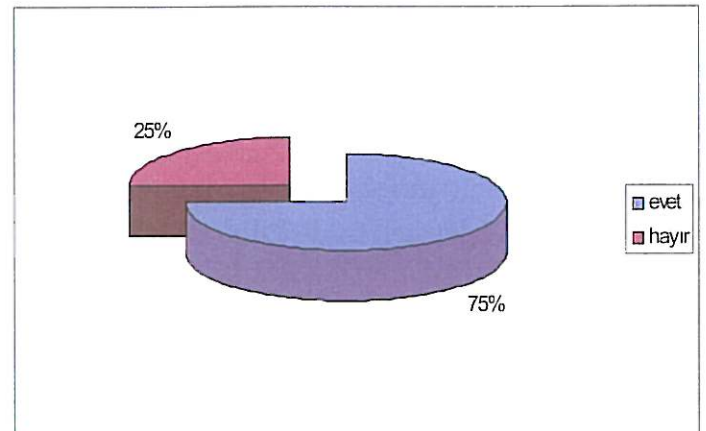
Şekil 8. Ön maliyet hesaplama sisteminin firma için yeterliliği dağılımı

5.8 Ön Maliyet Hesaplarında Tespit Edilen Eksiklikler İçin İyileştirme Hedefleri Dağılımı

Şekil 9'da, ankete katılan firmalara yöneltilen ön maliyet hesaplarında tespit edilen eksiklikler için iyileştirme hedefleri olup olmadığı sorusuna verilen evet ve hayır cevaplarının dağılım yüzdeleri gösterilmektedir. Katılımcı firmaların %75'i sistemlerdeki eksiklikleri düzeltmeye yönelik olarak çalışmalar yaptıklarını belirtmiş, %25'i ise sistemden tamamen memnun olduklarını ve hiç bir iyileştirme düşünmediklerini aktarmışlardır. Firmaların kullandıkları sistemler için belirttikleri eksiklikler arasında, örme ve dokuma konfeksiyon için maliyet hesaplama formüllerinin tek tip olması, ön maliyet ile gerçekleşen maliyet tablolarının entegre edilememesi,

geriye dönük veri temininde oldukça büyük zaman kaybı yaratılması, yapılan yüklemelerden sonra geri dönüş ile, ön maliyetlerin sağlıklı olup olmadığının kontrolünün yapılamaması, manuel hesaplamalarda kullanıcı hatalarından doğan yanlışlıkların kontrol altına alınmaması gibi sorunlar dile getirilmiştir. Bazı firmalar ise, firmada çok fazla model ile çalışıldığında, bu modellerin üzerindeki süsleme, aksesuar gibi detayların ayrıntılı olarak dosyalanamadığı konusunu sistemlerin eksikliği olarak göstermişlerdir. Maliyet ayrıntılarına ait verilerin her yeni model için ilgililerden temin edilmesinin ve arşivleme imkanının olmamasının yaratacağı zaman kaybının, müşteri gözünde olumsuz etki bıraktığına değinmişlerdir. Bu nedenle mevcut maliyet verilerinin sonradan kolay bulunabilecek şekilde kodlanarak saklanması, ön maliyet sistemlerine getirilebilecek önemli bir yenilik olarak eklenmiştir.

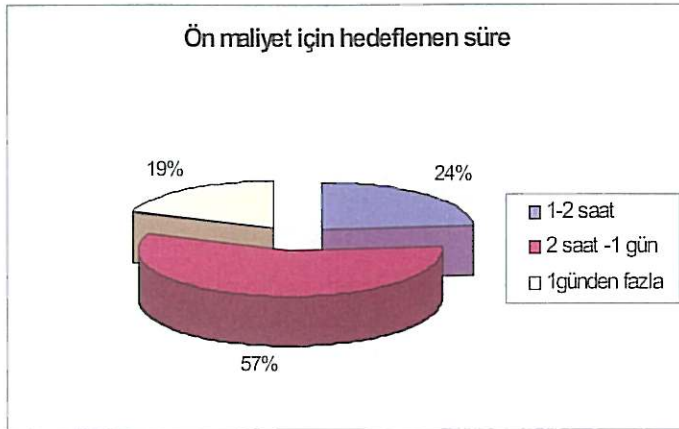
Anket formunda, firmalara, tespit edilen eksiklikler için iyileştirme planları olup olmadığı sorulmuştur. Manuel olarak ön maliyet hesaplaması yapan bazı firmalar, bilgisayar sistemine geçmek için çalışma başlattıklarını söylemişlerdir. EDS alınması veya maliyet ve genel üretim takip amaçlı bir yazılım şirketi ile anlaşılması, firmaların bu konudaki gelişme politikaları olarak aktarılmıştır.



Şekil 9. Ön maliyet hesaplama sisteminde iyileştirme hedeflenmesi

5.9 Konfeksiyon İşletmelerinde Kullanılan Ön Maliyet Hesaplamaları için Hedeflenen Süre Dağılımı

Ankete katılan konfeksiyon işletmelerinde ön maliyet hesaplamaları için hedeflenen süreler için dağılım Şekil 10'da gösterilmiştir. İşletmelerin %57'si 1 gün içinde ön maliyetleri hesaplamayı hedeflemektedir. %24'ü ise 1-2 saat kadar kısa bir sürede maliyet verilerine ulaşmayı amaçlamaktadır. Katılımcı firmaların %19'u ön maliyet hesaplamalarını bir günden daha fazla bir süreye uzatabilmektedirler. Bu sonuç, maliyet hesaplamalarını yapabilmek için zamanın çok kısa olduğunu ve maliyet verilerine en kolay şekilde ulaşarak, doğru maliyet hesapları için zaman faktörünün önemini göstermektedir.

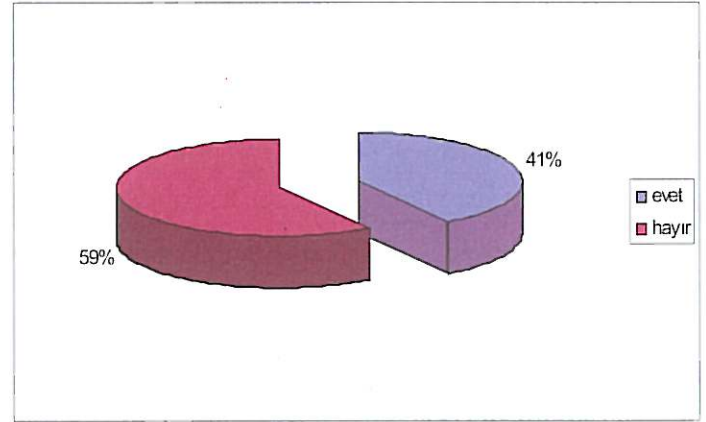


Şekil 10. Konfeksiyon İşletmelerinde ön maliyet hesaplamaları için hedeflenen süre dağılımı

5.10 Konfeksiyon İşletmelerinde Ön Maliyetler ile Gerçekleşen Maliyetlerin Karşılaştırılması

Konfeksiyon işletmelerinde ön maliyetler ile gerçekleşen maliyetlerin karşılaştırılmasının önemini ve firmaların bu noktadaki eksikliklerini tespit edebilmek açısından, anket dahilinde, katılımcı firmalara, buldukları işletmede bu şekilde bir karşılaştırma imkanının olup olmadığı sorulmuştur. Şekil 11'de bu soruya verilen olumlu ve olumsuz yanıtları gösteren dağılım grafiği verilmektedir. Katılımcı firmaların %59'u kullandıkları sistemde ön maliyetler ile gerçekleşen maliyetleri karşılaştırma

imkanı olmadığını belirtmiş, %41'i ise kullanılan sistemin bu opsiyonu kullanıcıya sunduğunu aktarmıştır. Katılımcı firmaların yarısından fazlasının olumsuz cevap vermesi, sektördeki firmaların bu konudaki eksiğine dikkat çekmektedir. Bazı firmalardan gelen yanıt, karşılaştırmanın kişisel raporlama yoluyla elde edilebileceği, bunun da çok fazla zaman kaybına neden olduğunu göstermektedir.



Şekil 11. Ön maliyetler ile gerçekleşen maliyetlerin karşılaştırılması

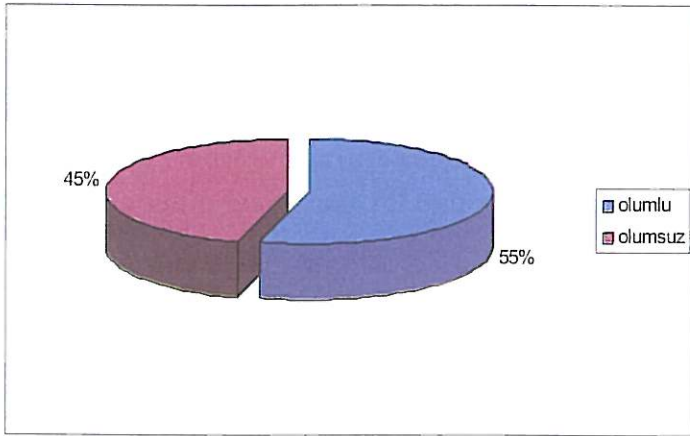
5.11 Konfeksiyon İşletmelerinde Kullanılan Ön Maliyet Hesaplamalarının İnternet Üzerinden Yapılmasına Duyulan İhtiyacın Saptanması

Anket formunda, ön maliyet hesaplamalarının internet üzerinden yapılmasının, müşteri ile irtibatı kolaylaştırmak ve fiyat anlaşmaları yapabilmek açısından fayda yaratacağı konusunda ilgili olan soruya firmaların %55'i olumlu, %45'i olumsuz yanıt vermiştir. Şekil 12'de ilgili dağılım grafiği gösterilmektedir. Olumlu yanıt veren firmalar özellikle şu konularla ilgili fayda yaratılacağını belirtmişlerdir:

- Sürekli pazarlama ve takip ağını kurabilmek,
- Firmanın satış ve satın alma politikalarını belirleyebilmek,
- Müşteriye daha kolay ulaşarak, pazarlık şansını arttırabilmek,
- İnternet üzerinden çalışan bir sistem ile yurt dışı seyahatinde olan yöneticilere kolaylık sağlayabilmek.

Bunun yanısıra, firmaların vurguladıkları çeşitli noktalar şu şekildedir:

- Tedarikçilerden alınan fiyat tekliflerinin internet üzerinde olması ve bu işlemin ön maliyet programıyla entegre edilmesi maliyet hesaplamalarına büyük kolaylık sağlayacaktır.
- EDS'nin ön maliyet modülünün yeterli olduğunu, ancak yalınlaştırılması gerekliliğini savunan firmalar mevcuttur.
- Müşterilere verilen fiyatlarda, müşterinin maliyet detaylarını değil, yalnızca son maliyet değerini bilmesinin yeterli olacağı da belirtilmiştir.
- Birden fazla üretim yerine ve müşteri portföyüne sahip çok uluslu firmalarda internet üzerinden çalışan bir sistemin büyük verimle işleyeceği görüşü öne sürülmüştür.
- Ayrıca internet üzerinden çalışan bir ön maliyet programının herkese açık olması durumunda büyük sakınca yaratacağı da firmalar tarafından önemle belirtilmiştir.



Şekil 12. Konfeksiyon işletmelerinde kullanılan ön maliyet hesaplamalarının internet üzerinden yapılması ile ilgili görüşler

5.12 Anket Formu Sonuçlarına Göre Ön Maliyet Hesaplarının Öneminin ve Programa Yönelik Önerilerin Değerlendirilmesi

Ön maliyet hesaplarının önemi ile ilgili olarak, ankete katılan konfeksiyon işletmelerindeki yetkililerinin verdikleri yanıtlar değerlendirildiğinde, genel anlamda, ön maliyet hesaplarının firmanın geleceği

için oldukça önemli olduğunun altı çizilmiş, burada yapılan bir hatanın firmayı büyük zarara uğratabileceği belirtilmiştir.

Anketi cevaplayan konfeksiyon işletmelerinin firma yetkililerinin, yeni yapılacak bir ön maliyet hesaplama programı için getirdikleri öneriler şu gruplar altında toplanabilir:

- Aylık üretilen miktarın genel gidere yansıtılabilmesi, aylık adetlere göre genel giderlerin tespit edilmesi;
- Basic ürünlerden çok baskılı, nakışlı, özel tekniklerin, farklı kumaş kalitelerinin kullanıldığı modellere ait ön maliyetleri hesaplayabilmek için, bu kalemlere ait maliyetlerin tedarikçilerden ve üreticilerden en kısa zamanda ve doğru biçimde alınması gerekliliği;
- Kolay kullanım;
- Veri tabanının geniş olması;
- Değişen kur / enflasyon değerlerine ve müşterilerin pazarlık şartlarına uyum sağlayabilen esnek bir program olması;
- Kullanıcıyı oto-kontrol yapmaya sevk etmesi;
- Hızlı ve pratik veri girişi;
- €, \$, YTL çevrimlerinde ve hesaplarında kolaylık;
- Farklı firmaların yapısına uyum sağlayabilecek esnek bir yapı;
- Olası değişiklikler için geri dönüş imkanı,
- Kullanılan kumaş ve aksesuarların piyasa değerlerinin araştırılmasına imkan vermesi, kumaş ve malzeme fiyatlarına kolayca ulaşılabilmesi,
- Önceki maliyet verilerinin arşivlenip kolayca kullanılabilmesi,
- Farklı senaryoların (düşük kar oranları, orta seviyedeki kar oranları, yüksek kar oranları gibi) durum değerlendirmelerine imkan vermesi.

6. SONUÇ

Günümüzün dinamik pazar koşullarında, ayakta kalabilmek, faaliyetlerini sürdürebilmek ve kar sağlayabilmek için, konfeksiyon firmaları, iş akışlarındaki her aşamada, daha hızlı hareket etmek ve daha doğru kararlar vermek durumundadırlar. Bu çalışmada, örme giyim firmalarındaki ürün maliyeti bileşenleri incelenmiş ve firmaların ön maliyet hesaplama sistemlerini analiz etmeye yönelik bir anket çalışması yapılmıştır.

Anketlerin değerlendirilmesi sonucunda konfeksiyon işletmelerindeki ön maliyet hesaplamaları hakkında başlıca şu sonuçlara varılmıştır:

- Konfeksiyon firmaları tarafından en çok tercih edilen ön maliyet hesaplama yöntemi Microsoft Excel ile yapılan hesaplamadır.
- Katılan firmaların %64'ü kullandıkları sistemi yetersiz bulmakta ve %75'i tespit edilen eksiklikler için iyileştirme hedeflemektedirler.
- Firmaların %80'ni en fazla bir gün içerisinde ön maliyetleri hesaplamak durumundadırlar.
- Kısa süre içerisinde gerçeğe yakın maliyet tahminlemeleri yapabilmek için esnek bir programa ihtiyaç duyulmaktadır.

Bu çalışma ile konfeksiyon yönetim sistemlerine getirilebilecek teknolojik yeniliklere ışık tutulmaya çalışılmış ve bu doğrultudaki bir anket çalışması ile yeni geliştirilebilecek bir bilgisayar programına ait öneriler değerlendirilmiştir. Çalışmada, konfeksiyon işletmelerindeki organizasyonunun bir parçası olan ön maliyet hesaplama prosesi ele alınarak, üretim parametreleri ve maliyetler, ürün maliyeti bazında incelenmiştir. Farklı şekillerde faaliyet gösteren firma yapıları değerlendirilmiştir.

Anket sonuçlarına göre, firmaların ellerinde bulunan verileri arşivlemekte zorluk yaşadıkları tespit edilmiştir. İlgili arşivin ve düzenli saklanmayan verilerin, sonraki hesaplamalarda kullanılmadığı gözlenmiştir.

KAYNAKLAR

- Competitive Advantage of Turkey (2003), Tekstil ve hazır giyim endüstrisi için sürdürülebilir gelişme: MFA'dan ATC'ye 2005. (Araştırma Raporu). İstanbul.
- Frings, G. S. (2001). Fashion from concept to consumer (7th ed.). Upper Saddle River: Prentice Hall
- Humphreys, K. K. (Ed.). (1984). Project and cost engineers' handbook (2nd ed.). New York; Marcel Dekker.
- İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (2004). Tekstil ve konfeksiyon sektörü maliyet bileşenleri. Araştırma Raporu. İstanbul.
- Rosenau, J. A. ve Wilson, D. (2001). Apparel merchandising . New York: Fairchild.
- Uzunoglu, S. (2001). Dış rekabet baskısındaki sektörlerde maliyet profili, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası