

İZMİR HAZIR GIYIM SEKTÖRÜNDEKİ KÜÇÜK VE ORTA BÜYÜKLÜKTEKİ İŞLETMELERİN (KOBİ) YAPISI VE EGS MODELİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA:

Doç. Dr. Gülseren Kurumer
E.Ü. Müh. Fak. Tekstil Müh. Böl. Öğretim Üyesi
Tekstil Y.Mühendisi Bingül (Çiğirgil) Asal
I-Bimsa - Tekstil Uygulama Danışmanı

Bu çalışmada küçük ve orta büyüklükteki 140 konfeksiyon işletmesinde yapılan anket çalışmasıyla Konfeksiyon sektörünün sorunları araştırılmıştır. Küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin sorunlarına çözüm sağlamak amacıyla kurulmuş olan EGE Giyim Sanayi ve Dış Ticaret A.Ş. (EGS) modeli incelenmiş ve yorumlanmıştır.

AN INVESTIGATION UPON THE PROBLEMS OF SMALL MEDIUM SIZE APPERAL FACTORIES AROUND İZMİR AND A RESEARCH ON EGS MODEL.

In this work it is tried to carry out the most important problems of small and medium size apperal plants by statistical methods. On the other hand the model of EGS, ("Assosiation of Apperal Manufacturers and Exporters") which has been founded for solving the problems of Apperal Plants is searched and discussed.

1.GİRİŞ

Bilindiği üzere 1996 yılı Küçük ve Orta Büyüklükteki (KOBİ) sorunlarına eğilmek, onların ülke ekonomisindeki önemlerini vurgulamak üzere KOBİ yılı ilan edilmişti.

Ülkemizde toplam işletmeler içinde %99.5
toplam gayri safi milli hasılda %65
toplam istihdamda %59
toplam üretimde %45

bir paya sahip olan KOBİ'LERİN yapıları ve sorunları bugüne değin hep genel bir perspektif içinde değerlendirilmiş, sektörel bazda bir araştırma yapılmamıştır.

Bugün sanayi üretimimizin %9'unu,
İmalat sanayi üretimimizin %12'sini,
İmalat sanayi istihdamımızın % 21'ini,

Toplam ihracatımızın %38,4'ünü gerçekleştiren tekstil ve konfeksiyon sektöründeki işletmelerin büyük bir kısmını da küçük ve orta büyüklükteki işletmeler oluşturmaktadır. Bu nedenle gerek sektörden gelen talep, gerekse sektörel bazda KOBİLERİN sorunlarını daha net olarak açığa çıkarmak ve bu

sorunlara çare bulmak üzere oluşturulmuş EGE GIYIM SANAYİ ve DIŞ TICARET A.Ş. (EGS) modelini incelemeyi amaçladık.

Araştırma iki bölümde toplanmaktadır:

I.Bölüm'de: KOBİLERİN nitelikleri, sorunları, AT ve dünya'da KOBİ'ler, KOBİ'lere sağlanan teşvikler ve EGS modeli teorik olarak incelenmiş, sektör ayrımı yapılmadan her türlü bilgiyi içeren bir KOBİ KILAVUZU oluşturulmuştur.

II.Bölüm'de: İzmir'de bulunan 140 Konfeksiyon işletmesinde yapılan anket çalışması yardımıyla KOBİ'lerin yapıları, sorunları ortaya çıkarılmaya çalışılmış, sorunların çözümü için kurulmuş olan EGS modeli incelenerek eksik görülen yönlerinin tamamlanabilmesi için öneriler geliştirilmiştir.

2.MATERYAL VE METOD:

Teorik Kısımda Materyal Olarak; KOBİ-AR Raporları, T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracat Genel Müdürlüğü, M.P.M., KÜSGET, Devlet Planlama Teşkilatı Özel İhtisas Komisyonu Yayınları, MÜSIAD, Uluslararası Tekstil Dergisi, KOSGEB,

MEDEF, İGEME Dergileri, İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi Araştırma ve Geliştirme Başkanlığı Yayınları, İktisadi Kalkınma Vakfı, Ankara Sanayi Odası, KOBİ, İzmir Ticaret Odası dergileri ve daha çok sayıda KOBİLER'le ilgili kaynaklardan yararlanılmıştır.

Sektörel Bazda Araştırmada Materyal Olarak; İzmir ili içinde Sanayi ve/veya Ticaret odasına kayıtlı 750 konfeksiyon firması esas alınarak "randomize sayılar yöntemi" ile belirlenen 140 işletme seçilmiştir.

Metod olarak; 140 işletmede anket çalışması yapılmıştır.

Ayrıca EGS'ye ortak firmaların %10'luk bir kesimi de çalışma kapsamına alınarak EGS'ye ortak olan ve olmayan KOBİ'lerin durumu kıyaslanmıştır.

Anket İçeriği: Hazır giyim için hazırladığımız anket 27 soru içermektedir. Bu şekilde 140 firmadan toplam 3780 yeri elde edilmiş ve değerlendirilmiştir. KOBİ'lerin durumlarını belirlemek üzere yöneltilen en önemli sorulardan bazıları aşağıda özetlenmiştir.

- Firmanın genel yapısının belirlenmesi (faaliyet süresi, hukuki statüsü, çalıştığı pazar ve ürün grubu, çalıştığı toplam personel sayısı, kapasite kullanım oranı).

- Firmanın düşük kapasite çalışma oranı.
- Üretim, finansman, pazarlama, hammadde ve yardımcı malzeme tedariki gibi konulardaki sorunlar.
- Ürettiği malın fiyatını etkileyen nedenler.
- İhracata yönelme nedeni ve ihracatı gerçekleştirme yolu.
- İhracat yapmasını engelleyen nedenler ve ihracata başlamak için beklediği koşullar.
- Destek aldığı kuruluşlar ve desteklerinden memnuniyet durumu.
- EGS'ye ortaklık durumu, ortak ise ortak olma nedeni.
- EGS modelinin değerlendirilmesi
- EGS'nin daha faydalı olması için öneriler, vs.

Anket Verilerinin Değerlendirilmesi:

Araştırma üç kısımda değerlendirilmiştir.

A) Anketin yapıldığı tüm firmaların birlikte değerlendirilmesi.

B) EGS'ye ortak olan ve olmayan işletmelerin ayrı ayrı değerlendirilmesi ve karşılaştırmaların yapılması.

C) Fasonların sorunlarının değerlendirilmesi

Verilerin bilgisayarda değerlendirilmesinde SPSS ve Minitab programları, grafiklerin oluşturulmasında Harvard Grafic programı kullanılmıştır.

Anket Sonuçlarına Göre KOBİ Tanımlaması:

KOBİ'lerin dünyada ve Türkiye'de genelleştirilmiş bir tanımı bulunmamaktadır. Her ülke kendi şartlarına göre tanımlama yapmaktadır. Bunun sebebi ülke pazarlarının büyüklüklerinin, ekonomik gelişmişliklerinin ve teknolojik seviyelerinin farklılığında yatmaktadır.

Türkiye'de de farklı kuruluşlar KOBİ'leri farklı şekillerde sınıflandırmaktadırlar. Tablo 1'de bu sınıflamaya ait bir örnek görülmektedir.

Tablo 1. Türkiye'de Bazı Kuruluşların KOBİ Tanımlaması

	ÇOK KÜÇÜK	KÜÇÜK	ORTA	BÜYÜK	DİĞER	KRİTERLER
						(PERSONEL SAYISI KRİTER ALINARAK)
DİE (1994)	1-9	10-49	50-99	100.+		Küçük: Max 15 milyar Orta: Max 30 milyar sabit yatırım tutarı
DPT	1-9	10-49	50-99	100.+		
KOSGEB		1-50	51-150	151.+		
KÜSGET		1-9	10-49	50.+		
HALK BANKASI		1-100	101-250	251.+		
EGE BÖLGESİ SANAYİ ODASI	1-5	5-49	50-99	200.+		Enflasyon nedeniyle sermaye tutan kriterlerinden kaçınılmaktadır.
İSTANBUL TİCARET ODASI		1-25	26+			
TOSYÖV			5-200			
EXİMBANK			1-150			

Araştırmamızda personel sayısı kriter alınarak yapılan değerlendirmede ankete katılan 140 firmanın çalışan sayılarının ortalaması 58.350 kişi, Standart sapması: 104.29 olarak saptanmıştır.

Verilerin %68'inden fazlası ($X \pm 0$) aralığında kaldığından çalışan sayısına göre küçük ve orta büyüklükteki işletme sınıflaması aşağıdaki şekilde yapılmıştır:

0-59 kişi arası KÜÇÜK İŞLETME

60-163 kişi arası ORTA BÜYÜKLÜKTE İŞLETME

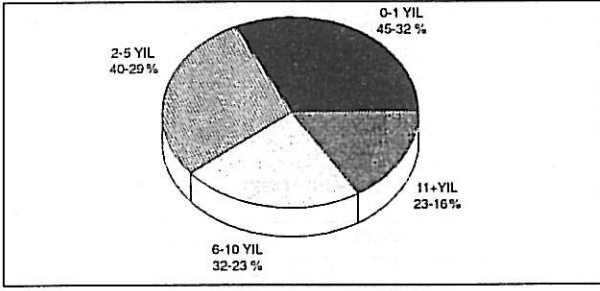
164> BÜYÜK İŞLETME

Bu sonuç KOSGEB tanımlaması ile benzerlik göstermektedir

3. ARAŞTIRMA SONUÇLARI:

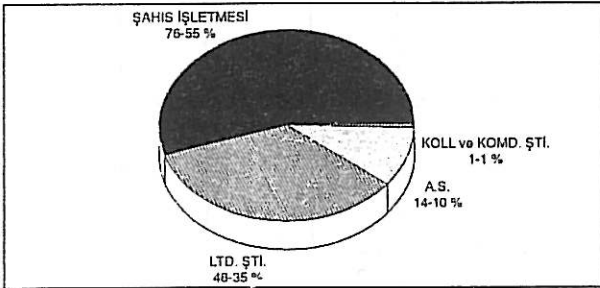
A. Genel değerlendirme:

- Firmalar faaliyet sürelerine göre tasnif edildiğinde %32'sinin 0-1 yıl, %29'unun 2-5 yıl, %23'ünün 6-10 yıl, %16'sinin ise 10 yıldan daha uzun bir süredir faaliyet gösterdikleri ortaya çıkmıştır. (Şekil 1). 0-1 yıldır çalışmaya başlayan işletmelerin oranının %32 gibi yüksek bir değere ulaşması, son birkaç yıldır konfeksiyon sektöründe yatırımların arttığını, bu sektörden kar beklentilerinin yüksek olduğunu, bunun da AB pazarında rekabet şansımızın yüksek olduğu inancına dayandığı söylenebilir.



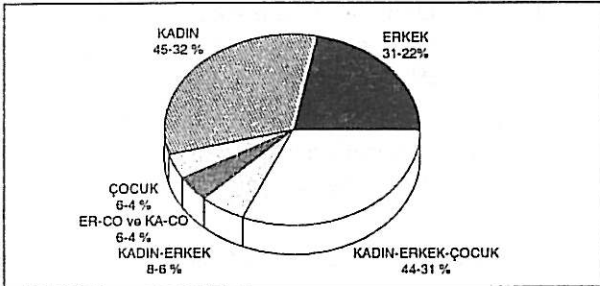
1: 0-1 YIL %32 2: 11+YIL %16
3: 6-10 YIL %23 4: 2-5 YIL %29

Şekil 1. Faaliyet sürelerine göre dağılım



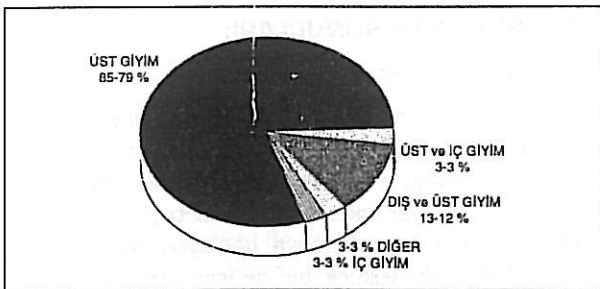
1: ŞAHİS İŞLETMELERİ %55
2: KOLL ve KOMD. ŞTİ. %1,4 A.Ş. %10
3: LTD. ŞTİ. %35

Şekil 2. Hukuki statüye göre dağılım



1: KADIN-ERKEK-ÇOCUK %31 4: ÇOCUK %4
2: ERKEK %22 5: ER-CO ve KA-CO %4
3: KADIN %32 6: KADIN-ERKEK %6

Şekil 3. Hitap edilen tüketici grubuna göre dağılım



1: ÜST ve İÇ GIYIM %3 4: İÇ GIYIM %3
2: DIŞ ve ÜST GIYIM %12 5: ÜST GIYIM %79
3: DIĞER %3

Şekil 4. Çalışılan ürün tipine göre dağılım

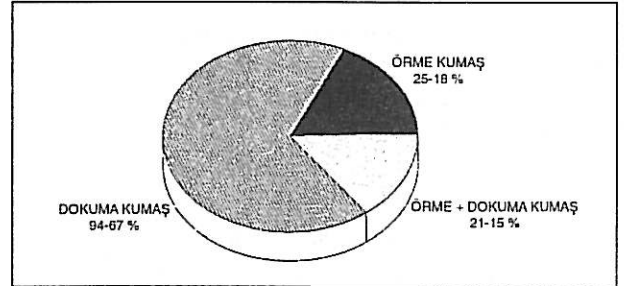
• İşletmeler hukuki statülerine göre sınıflandırıldığında %55'inin şahıs, %35'inin limited, %10'unun anonim, %1'inin de kolektif ve komandit olduğu belirlenmiştir (Şekil 2).

• Ankete katılan işletmelerin hitap ettikleri tüketici grubuna göre dağılımları Şekil 3'teki gibidir. Bu sonuca göre İzmir'deki işletmelerin %32'sinin kadın, %31'nin kadın, çocuk ve erkek, %22'sinin de erkek tüketici pazarına yönelik üretim yaptıkları görülmektedir.

• İşletmelerin çalıştıkları ürün tipleri %79 ile üst giyim, %12 ile dış ve üst giyimden oluşmaktadır (Şekil 4). İşletmelerin işledikleri kumaş tipleri incelendiğinde %67'sinin dokuma kumaş, %18'inin örme kumaş, %15'inin ise her iki tipi de kullandığı görülmektedir. (Şekil 5)

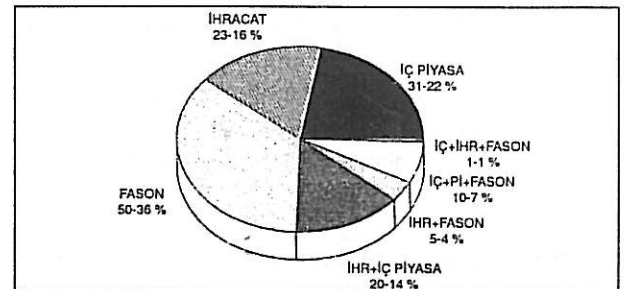
İşletmelerin çalıştıkları pazarlara göre dağılımı incelendiğinde %36'sının fason çalıştığı, %16'sının ihracat yaptığı, %22'sinin de iç piyasaya çalıştığı ortaya çıkmıştır (Şekil 6).

• İşletmelerin kapasite kullanım yüzdeleri Şekil 7'de görülmektedir. Bu tabloya göre %16'sı kapasitelerinin %81+%100'ünü, %27'si kapasitelerinin %61-%80'ini, %29'u kapasitelerinin %41-%60'ını, %18'lik bir kesim %21-%40'ını, %9'luk bir kısmı da kapasitelerinin sadece % 0-20'lik bir kısmını kullanabilmektedir. Ankete katılan işletmelerin %56'sının %0-%60 kapasite



1: ÖRME KUMAŞ %18
2: ÖRME+DOKUMA KUM. %15
3: DOKUMA KUMAŞ %67

Şekil 5. Çalışılan kumaş tipine göre dağılım



1: FASON %36 4: İÇ+İHR+FASON %1 İÇ PI+FASON %7
2: İHRACAT %16 5: İHR+FASON %4
3: İÇ PİYASA %22 6: İHR+İÇ PİYASA %14

Şekil 6. Çalışılan pazara göre dağılım

kullanım oranıyla çalışması anlamına gelen bu sonuç pek iç açıcı görülmemektedir. Bu halde çalışan işletmelerin istihdama katkıda bulunmanın ötesinde, ekonomik oldukları söylenemez. Bu işletmelerin neden atıl kapasiteyle çalıştıkları araştırılmalı ve problemlerine çözüm aranmalıdır.

• Ankete katılan işletmelerin %59'u ihracatını kendi üzerinden yapmaktadır (Şekil 8).

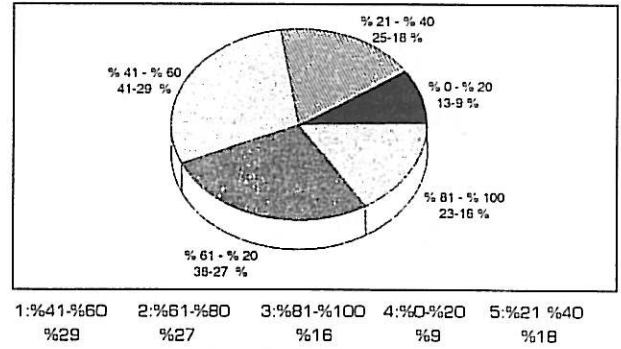
• İşletmeler ihracata yönelme nedenlerini %66.7 ile dış pazarlardaki satış olanaklarının fazla olması ve paralarının kısa zamanda geri dönmesi şeklinde cevaplamışlardır (Şekil 9). İhracat teşviklerinden yararlanmak amacıyla ihracata yönelen firmalar ise sadece %2'dir.

• İşletmelerin destek aldıkları kuruluşlar (Tablo 2) ve bu kuruluşların dağılımı Şekil 10'da görülmektedir. 140 işletme içinde sadece 42 tanesi yukarıda sayılı kuruluşlardan destek almıştır. Bunlar içinde 18 işletme EGS, Halk bankası ve Eximbank'tan yararlanmışlardır. Bu sonuçlara göre KOBİ'lere yardımcı olmayı amaç edinmiş bu kuruluşların yeterli hizmet veremedikleri söylenebilir.

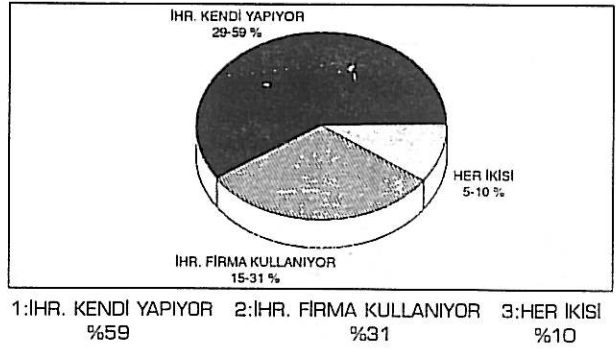
• İşletmelere destek aldıkları kuruluşlardan memnun olup olmadıkları sorulduğunda %74'ünün memnun olduğu, %18'inin memnun olmadığı, %8'in ise hizmetleri yetersiz bulduğu anlaşılmıştır (Şekil 11).

Tablo 2. Destek Alınan Kuruluşlar

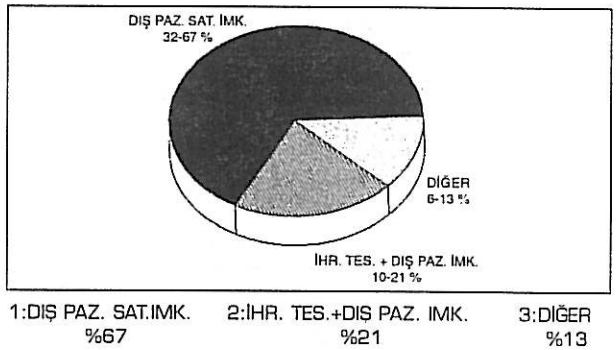
KURULUŞ	FREKANS
Frekans	4
Halk Bankası	-
TOSYÖV	7
EGS	2
İzmir Ticaret Odası	1
EBSO	7
Eximbank	2
İhracatçılar Birliği	1
EGS ve Eximbank	5
EGS, Eximbank ve İhracatçılar Birliği	1
EBSO, KOSGEB, EGS ve İhracatçılar Birliği	2
Halkbank ve İhracatçılar Birliği	5
EGS ve İhracatçılar Birliği	1
EGS, EBSO, İTO ve İhracatçılar Birliği	1
EGS ve İTO	1
İTO ve EBSO	1
EGS, İTO ve EBSO	1
İTO, EGS ve İhracatçılar Birliği	1
TOPLAM	42



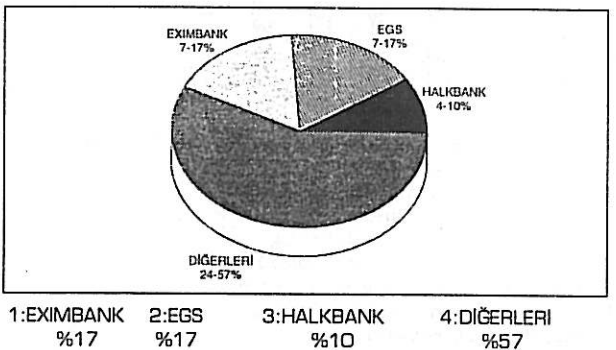
Şekil 7. Kapasite kullanım yüzdeleri



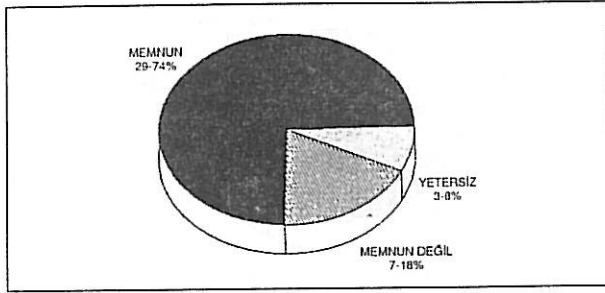
Şekil 8. İşletmelerin ihracatlarını gerçekleştirme yolları



Şekil 9. İhracata yönelme nedenleri

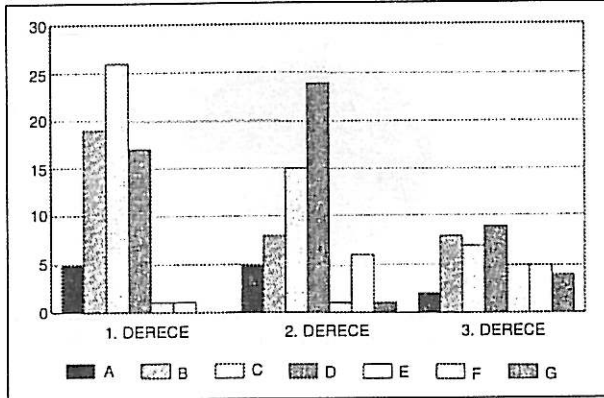


Şekil 10. Destek alınan kuruluşlar



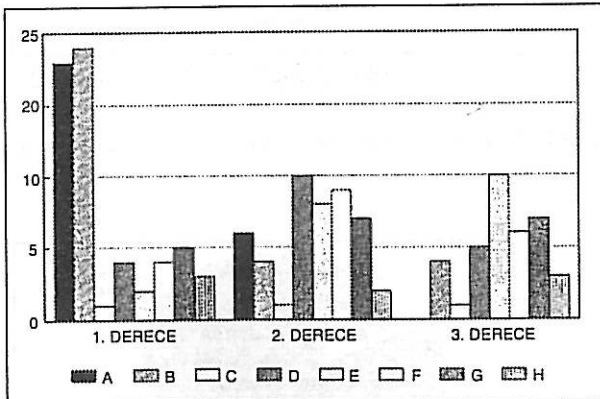
1:MEMNUN %74 2:YETERSİZ %8 3:MEMNUN DEĞİL %18

Şekil 11. Destek alınan kuruluşların değerlendirilmesi



- A: Yeterli hammadde bulunmaması
 B: Hammadde ve malzeme kalitesi düşük
 C: Ödemelerin peşin, vadenin kısa oluşu ve yüksek vade farkı
 D: Hammadde fiyatlarının yüksekliği
 E: Nakliye giderlerinin yüksekliği
 F: Geçici kabulde mal temininde güçlükler

Şekil 12. Hammadde ve yardımcı malzeme tedarikinde karşılaşılan sorunlar



- A: Pazar oluşturma maliyeti yüksekliği
 B: Nitelikli pazarlama elemanlarının istihdamının güçlüğü
 C: Dağıtım zorluğu
 D: Hedef pazar araştırmasının iyi yapılamaması
 E: Satış geliştirilmesinin iyi organize edilememesi
 F: Fiyat politikalarının iyi tespit edilememesi
 G: Satış planlarının iyi yapılamaması

Şekil 13. Karşılaşılan pazarlama sorunlarının sebepleri

KONFEKSİYON SEKTÖRÜNDEKİ KOBİLERİN SORUNLARINA İLİŞKİN SONUÇLAR:

• KOBİ'ler hammadde ve yardımcı malzeme temininde karşılaştıkları sorunlarını önem derecesine göre belirtmişlerdir.

1.derecede önemli gördükleri sorun hammadde alırken ödemelerin peşin olması, vadenin kısa olması veya yüksek vade farkı uygulamaları (C)

2.derecede önemli gördükleri hammadde ve malzeme kalitesi düşüklüğü (B)

3.derecede önemli sorun ise hammadde fiyatlarının yüksekliğidir (Şekil 12).

• İşletmelerin pazarlamada karşılaştıkları sorunların başında sırasıyla 1.Nitelikli pazarlama elemanı istihdam edilmemesi 2.Pazar oluşturma maliyetinin yüksekliği gelmektedir (Şekil 13).

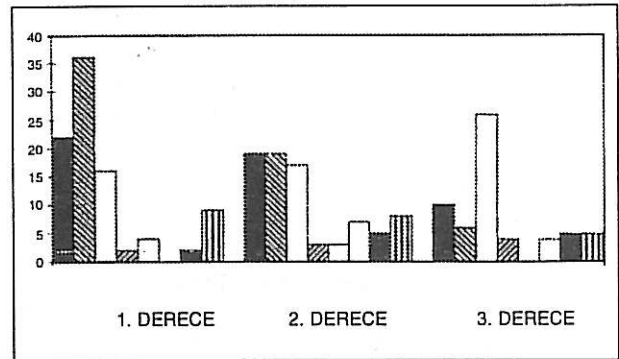
• KOBİ'lerin ihracat yapmalarını engelleyen başlıca sebeplerin öncelikle finansal güçlükler, üretim miktarlarının düşüklüğü ve dış pazarlar hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıkları olduğu ortaya çıkmıştır. (Şekil: 14)

• İhracat yapmayı düşünen KOBİ'ler ise öncelikle şu koşullar gerçekleştiğinde ihracat yapmayı planladıklarını belirtmişlerdir (Şekil 15).

1. Finansal koşulları uygun olduğunda
2. Yurt dışında güvenilir bir firma bulduklarında
3. Teknoloji yetersizliğini aştıklarında

• KOBİ'lerin finansal sorunlarıyla ilgili olarak:

- 1.derecede öz sermaye yetersizliği,
- 2.derecede enflasyon ve
- 3.derecede maliyetlerin yüksekliğinden yakınmışlardır (Şekil 16).



- A: Üretim miktarlarının düşüklüğü
 B: Finansal güçlükler
 C: Dış pazarlar hakkında yeterli bilgi eksikliği
 D: Formalitelerin çokluğu
 E: İç piyasanın daha cazip oluşu
 F: İhracat pazar araştırmasının zor oluşu
 G: Dış ihracat organizasyon yetersizliği

Şekil 14. İhracat yapmayanların ihracat yapmalarını engelleyen sebepler

• Konfeksiyon sektöründeki KOBİ'lerin düşük kapasitede çalışma nedenleri arasında, 1. derecede nitelikli eleman bulunamaması, 2.derecede finansal sorunlar ve 3. derecede talep yetersizliği yer almaktadır (Şekil 17).

B- EGS'YE ORTAK OLAN VE OLMAYAN İŞLETMELERİN AYRI AYRI DEĞERLENDİRİLMESİ VE KIYASLAMASI:

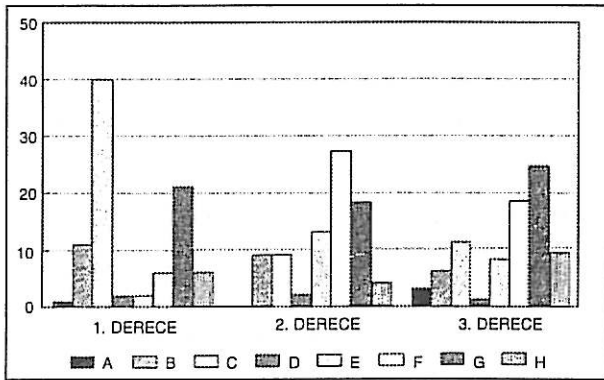
EGS modelini daha yakından inceleyebilmek için EGS'ye ortak olan işletmelerin durumu ayrıca analiz edilerek, diğer işletmelerle kıyaslanmıştır.

Ankete katılan işletmelerin 31 tanesi EGS'ye

ortaktır (Şekil 18). Bunların büyük bir kısmı %55 ile ihracat yapmakta, %32'si iç piyasa ve ihracat, %16'sı da ihracat ve fason çalışmaktadır (Şekil 19).

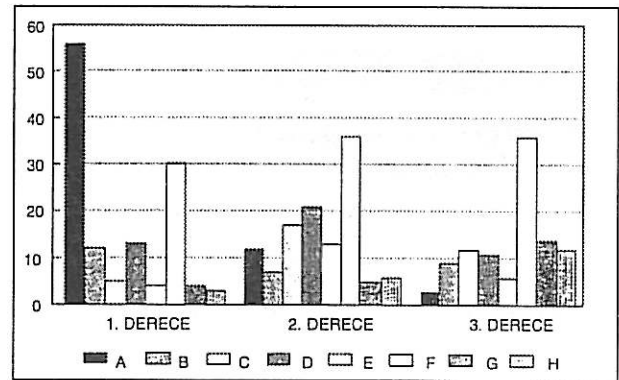
EGS'ye ortak olmayan işletmelerin %48'i fason, %27'si iç piyasa, %4'ü ihracat çalışmaktadır (Şekil 20).

• EGS'ye ortak olma nedeni ile ilgili olarak sorulan soruyu EGS'ye ortak olan işletmelerin %42'si birlikte güç oluşturmak, %29'u hammadde, pazarlama ve finansman sorunlarına çözüm bulmak, %29'u da hem birlik oluşturmak hem de sorunlarına çözüm bulmak için ortaklığa girdikleri, şeklinde yanıtlamışlardır (Şekil 21).



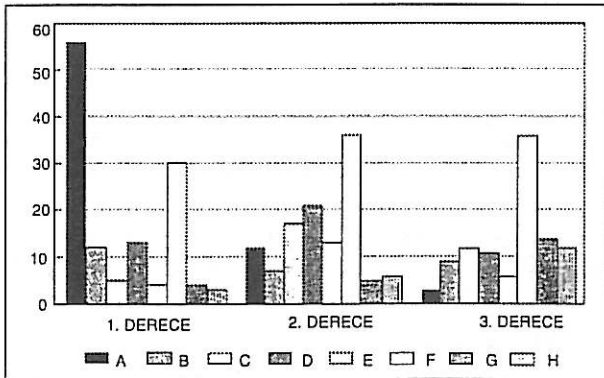
- A: Türkiye'deki ihracat politikası tutarlı olduğunda
 B: Teknolojik yetersizlik anlaşıldığında
 C: Finansal koşullar uygun olduğunda
 D: Ülkenin ekonomik ve siyasi koşulları uygun olduğunda
 E: Dış pazarlar hakkında yeterli bilgi sağlandığında
 F: Üretim kapasitesi yeterliliği sağlandığında
 G: Yurt dışında güvenilir bir firma bulunduğu anda
 H: Nitelikli eleman, sermaye ve kaliteli hammadde sağlandığında

ŞEKİL 15. İhracat yapmayı düşünen KOBİ'lerin beklemediği koşullar



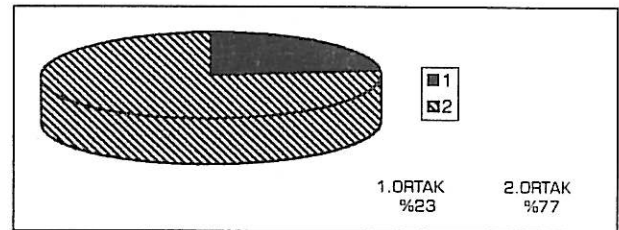
- A: Finansal nedenler
 B: Hammadde tedariki sorunları
 C: Nitelikli eleman bulunamaması
 D: Talep yetersizliği
 E: Teknolojik yetersizliği
 F: Pazarlama sorunları
 G: Yönetimsel bilgi ve tecrübe eksikliği
 H: Diğer

Şekil 17. İşletmelerin düşük kapasitede çalışma nedenleri

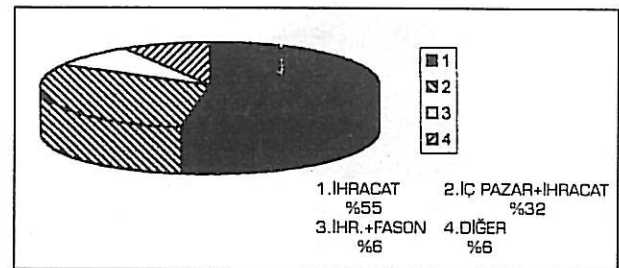


- A: Öz sermaye yetersizliği
 B: Satış karlılığının düşüklükleri
 C: Kredi kullanım olanaklarının sınırlılığı
 D: Alacakların tahsilatında karşılaşılan güçlükler
 E: Satışların düşüklüğü
 F: Enflasyon, maliyetlerin yüksekliği
 G: Fiyat istikrarsızlığı
 H: Haksız rekabet

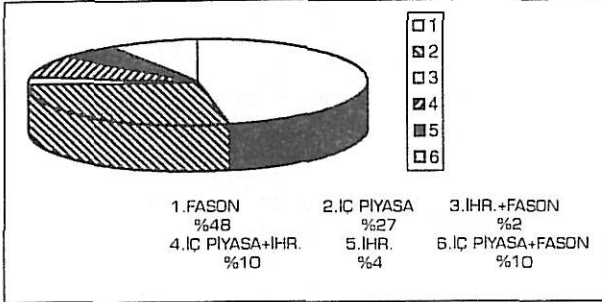
Şekil 16. Finansal sorunlar



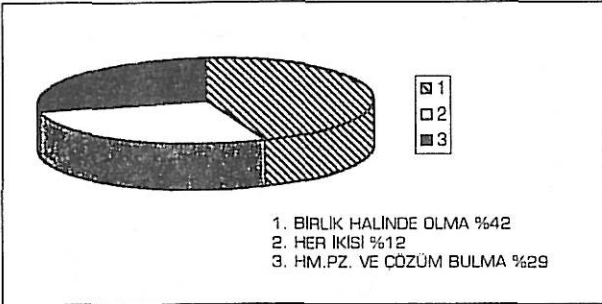
Şekil 18. EGS'ye ortaklık durumu



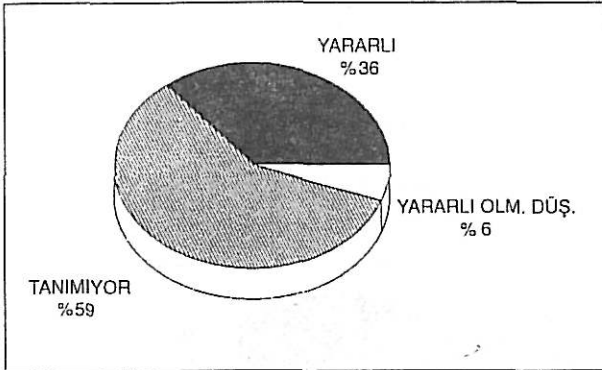
Şekil 19. EGS'ye ortaklık durumu



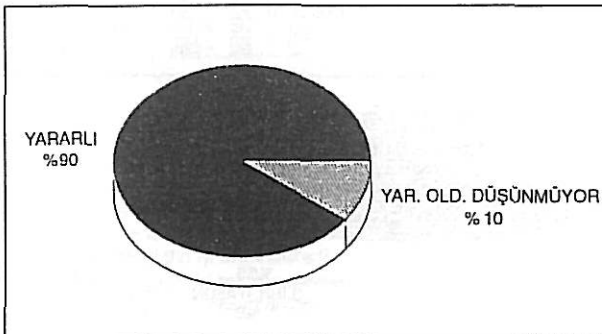
Şekil 20. EGS'ye ortak firmaların çalıştıkları pazarlar



Şekil 21. EGS'ye ortak olmayan firmaların çalıştıkları pazarlar



Şekil 22. EGS modelinin genel değerlendirilmesi



Şekil 23. EGS'ye ortak olanların EGS modelini değerlendirmesi

EGS modelinin genel değerlendirilmesiyle ilgili sorunun yanıtı %35 ile yararlı, %6 ile yararlı olmadığı şeklinde olmuş, %59'luk bir kesim ise EGS'yi tanımadıklarını belirtmişlerdir (Şekil 22). Bu sonuç EGS'nin tanıtım faaliyetlerini güçlendirmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

• EGS'ye ortak olan işletmelerin %90'ı EGS modelini yararlı bulurken, %10'u yararlı olmadığını düşünmektedir (Şekil 23).

• Hammadde ve yardımcı malzeme temininde karşılaşılan sorunlar bazında EGS'ye ortak olan ve olmayan işletmeler kıyaslandığında: EGS'ye ortak olan işletmelerin hemen hemen hepsinin ihracat çalışmalarını nedeniyle yeterli hammadde ve yardımcı malzeme bulunamaması, kalitenin düşük olması, geçici kabulde mal tedarikinde yaşadıkları güçlükler gibi pek çok sorun yaşadıkları, EGS'ye ortak olmayanların çoğu fason çalışan işletmeler olduğu için bu konuda fazla sorun yaşamadıkları belirlenmiştir.

• Aynı şekilde pazarlama sorunları ile ilgili olarak EGS'ye ortak olan işletmeler pazarlama elemanı istihdamında, hedef pazar araştırmasının yapılmasında sorunlar yaşarken EGS'ye ortak olmayan işletmelerde çoğunlukla fason çalışan işletmeler oldukları için önemli sorunlar olmadığı görülmüştür.

• Finansal sorunları daha çok EGS'ye ortak olmayan işletmeler yaşamaktadır. Bunun nedeni bu işletmelerin EGS'ye ortak olan işletmelere kıyasla daha yeni kurulmuş, finansal yönleri zayıf, fason veya çok küçük işletmeler olmasına bağlanabilir.

• Düşük kapasitede çalışma nedenleri karşılaştırıldığında EGS'ye ortak olanlar daha çok hammadde yetersizliği, yönetimde bilgi ve deneyim eksikliği nedeniyle düşük kapasitede çalıştıkları halde ortak olmayanlar finansman sorunları ve talep yetersizliğinden dolayı eksik çalıştıklarını belirtmişlerdir. Her iki grubun da ortak sancuları nitelikli eleman bulunamamasıdır.

Sonuçta EGS'ye ortak olan işletmelerin sorunlarıyla EGS'ye ortak olmayan işletmelerin sorunlarının farklı noktalarda yoğunlaştıkları görülmektedir. EGS'nin amacı KOBİ'lerin finansman, pazarlama, ihracat, hammadde sorunlarını çözmek olduğuna göre, bu problemlerin halen devam ettiği görülmektedir.

• Araştırmamızda EGS'ye ortak işletmeler KOBİ tanımlamasına göre de sınıflandırılmış ve aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir.

Ankete katılan 31 işletmeden

4 işletme küçük işletme (0-50 personel)

15 işletme orta büyüklükte işletme (51-150 personel)

12 işletme büyük işletme (150 ve üzerinde personel) sınıfına girmektedirler.

Bu sonuçlara göre küçük işletmeler için EGS ile dialog kurmak veya ortak olmakta engellerin sözkonusu olduğu düşünülebilir. Karşılıklı dialog noksan-

liğinin iki taraf açısından ele alınarak değerlendirilmesi ve devletin bu konuda nasıl yardımcı olabileceğinin araştırılması uygun olur.

EGS MODELİNİN DAHA BAŞARILI OLMASI İÇİN DAHA NELER YAPILMASI GEREKTİĞİ SORUSUNA cevap olarak aşağıdaki konular üzerinde durulmuştur.

- EGS'nin ucuz kredi sağlama konularında daha aktif çalışması gerektiği,
 - Nitelikli eleman yetiştirilmesi, çeşitli yayınlarda KOBİ'lerin bilgilendirilmesi, danışmanlık ve rehberlik çalışmalarının yapılması, teknolojik desteğin sağlanması, yeni pazarlar bulmada daha aktif çalışılması, tabana yayılıp küçük işletmelere ve EGS'yi tanımayanlara kendisini tanıtmaları, dış pazarlarda Türk hazır giyim ürünlerinin tanıtımının iyileştirilmesi için daha aktif çalışması gerektiği,
 - Fasoncular ise EGS tarafından veya başka bir kanalla bir fason birliği oluşturulması, fason işletmelerin sosyo-ekonomik dengesinin sağlanması, haksız rekabetin engellenmesi, fason piyasasına bir standartın getirilmesi gerektiğini belirtmişlerdir.
- EGS'ye ortak işletmeler ise aşağıdaki hususlar üzerinde durmuşlardır:
- Öncelikle yeni pazarların bulunması, pazar araştırması konularında EGS'nin daha aktif çalışması gerektiğini,
 - Kalifiye eleman, hammadde ve yardımcı malzeme temini, teknoloji yenileme, tanıtım ve finansal konularda daha aktif çalışılması gerektiğini,
 - Küçük işletmelerin sorunlarına daha fazla eğilmesi ve tanıtım faaliyetlerini arttırması gerektiğini belirtmişlerdir.

C) FASON İŞLETMELERİNİN SORUNLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

- Konfeksiyon sektöründe fason çalışan işletmelerin en önemli finansal sorunlarının başında öz sermaye yetersizliği gelmektedir.
- Genel değerlendirmede olduğu gibi, fasoncuların da düşük kapasitede çalışma nedenlerinin başında nitelikli eleman bulunamama gelmektedir. Bu soruna TARGEV, Meslek Liseleri, Meslek Yüksek Okulları ve Üniversitelerin Tekstil Mühendisliği ve Tekstil Tasarımı Bölümleri gibi sektöre nitelikli eleman sağlayan kuruluşların eğitim standartlarının yükseltilmesi, eğitimi kalitesinin yükseltilmesi sureti ile çözüm getirilebilir. Bunun için de bu kuruluşlara gerek özel sektör, gerekse devlet tarafından yeterli desteğin verilmesi gerekmektedir.

• Fasoncuların ihracat yapmalarını engelleyen nedenlerin başında yine finansal güçlükler ve buna bağlı olarak üretim miktarlarının az olması gelmektedir.

• Fasoncuların ihracat yapabilmesi için beklentileri finansal koşulların iyileşmesi ve yurt dışında uygun güvencili firmalarla karşılaşabilmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER:

Ülkemizde toplam işletme sayısının %99.5'lik kısmını oluşturan KOBİ'ler, tekstil ve konfeksiyon sektöründe de ağırlıklarını göstermektedir. Toplam ihracatımızın %38.4'ünü gerçekleştiren tekstil ve konfeksiyon sektöründeki işletmelerin %80'inin KOBİ'lerden oluştuğu saptanmıştır. Bu durum ülkemizin ekonomik ve sosyal yönden kalkınmasında, hedeflediği noktalara ulaşmasında KOBİ'lerin kilit noktayı oluşturduklarını çok açık bir şekilde gözler önüne sermektedir. Özellikle imzaladığımız Gümrük Birliği antlaşması sonrasında tekstil ve konfeksiyon sektörü de dahil olmak üzere Gümrük Birliği süresince söz konusu olan 18000 maddelik sanayi ürününün büyük ölçüde üreticisi ve ihracatçısının KOBİ'ler olduğu düşünüldüğünde bu kesimin saptanması, çözümlenmesi, ülkemizin çıkarları için aciliyet göstermektedir. Olay temelde tüm sektörlerdeki KOBİ'lerde ortak görünse de konuya tekstil ve konfeksiyon sektörü yönünden bakıp incelediğimizde araştırma sonuçları olarak şu önerileri saptamış bulunmaktayız.

Öncelikle KOBİ'lerin önemi ve yararının tekstil ve konfeksiyon sektörünün kıymetinin devlet tarafından yeterince anlaşılması, bu sektörün ve sektördeki KOBİ'lere fayda sağlayacak çalışmaların temelini oluşturacaktır.

Bu amaçla devletin tekstil ve konfeksiyon sektöründeki daha doğrusu her sektördeki KOBİ'ler için bir KOBİ politikası oluşturması gerekmektedir. Artık ulusal bir KOBİ politikamız oluşturulmalıdır. Bu politikada ortak bir KOBİ tanımlaması oluşturulduktan sonra sektörel ayrıma gidilmelidir. Anket sonuçlarından KOBİ'leri desteklemek amacıyla kurulmuş veya amaçlar arasında KOBİ'leri kaldırmak hedefini katmış kurum ve kuruluşların tekstil ve konfeksiyon sektöründeki KOBİ'lere pek fazla hizmet veremediği ortaya çıkmıştır. Bu kurum ve kuruluşların daha aktif çalışarak, kendilerini KOBİ'lere tanıtmaları, aradaki ilişkiyi kuvvetlendirip KOBİ'leri desteklemek için kurulmuş bu kurum ve kuruluşların kendi aralarındaki ilişkileri yoğunlaştırıp ortak çalışmalar yapmaları zaman ve kaynak israfını önleyeceği gibi daha geniş bir kesime hitap etmeleri sağlanacaktır.

Her şeyden önce devletin, üniversitelerin, kurum ve kuruluşların, SDS (Sektörel Dış Ticaret Şirketleri)lerin, KOBİ'lerin ortak bir amaç doğrultusunda birleşmeleri ve özveriyle bu amaçlara ulaşmak için birlik halinde çalışmalarını gerekmektedir.

KOBİ'lerin varolan sorunlarının çözümü ve ihracattaki paylarının arttırabilmesi için devlet, üniversite, KOBİ'lerle ilgili kurum ve kuruluşların (Halkbank, KOSGEB vb.), KOBİ'lerin ve bu sınıfın bir araya gelerek oluşturduğu SDS'lerin hep bir arada bulunduğu ve sorunların çözümü için işbirliği halinde en kısa zamanda uygulamaya sokulacak alternatiflerin geliştirildiği ortak toplantıların yapılması, GB aşamasında KOBİ'lerimizin zorlanmadan rekabet edebilmelerini sağlayacaktır. Tekstil ve konfeksiyon sektöründeki KOBİ'leri kapsayacak bu nitelikteki toplantılar Gümrük Birliği gibi önemli bir dönemde Türkiye'nin lokomotif sektörünün bugünü ve yarını için önemli sonuçlar verebilecektir.

Konfeksiyon sektöründeki KOBİ'lerin rekabet gücünü arttırabilmek amacı ile çok çeşitli alanlarda önlemler alınmalıdır. Alınacak önlemlerin başında eğitim ve nitelikli eleman tedariki gelmektedir. KOBİ'lere nitelikli eleman sağlayan meslek liseleri, TARGEV (Tekstil Araştırma ve Geliştirme Vakfı) gibi kuruluşların kapasitelerinin arttırılıp sektörün talebi iyi yetişmiş elemanlarla karşılanmalıdır. Bu kuruluşların kapasitelerini ve olanaklarını arttırabilmeleri için de yine devlet, üniversite, KOBİ'lerle ilgili kurum, kuruluşlar ve KOBİ'ler tarafından desteklenmeleri gerekmektedir. Bu kurum ve kuruluşların KOBİ'lerin planlama, verimlilik, kalite, pazarlama, yönetim bilgisi gibi konulardaki eksiklerini kapatmak ve ekotekstil, standartlar, tüketici hakları vb. dünyadaki gelişmelerden haberdar olmalarını sağlamak için düzenledikleri eğitim programlarını sık aralıklarla yapmaları gerekmektedir. Ayrıca bu eğitim programlarında bilgilerin teorik olmasında ziyade pratik ağırlıklı olması da önemlidir. Bu eğitim faaliyetleri çerçevesinde KOBİ'lerin finansman tekniklerinden leasing (finansal kiralama) ve factoring (alacak hakkının satışı) ile risk sermayesi, kredi garanti fonu uygulamaları konularında bilgilendirilmeleri gerekmektedir. Türkiye'de KOBİ'lerin toplam kamu ve özel kredilerdeki payları %4 gibi çok düşük bir seviyededir. Avrupa Birliği'ni oluşturan ülkelerin kişi başına devlet yardımları ülkemizde sağlananın çok üzerindedir. AT içinde en sık kullanılan teşvik teknikleri ise kağıt üzerinde karşı çıkılan nakit yardımı, faiz ve vergi indirimidir. Ülkemizde de ulusal hedefleri, öncelikli sektörleri belirleyerek, gelişmiş sanayi ülkelerinde görüldüğü gibi dolaylı teşvik politikalarıyla tüm KOBİ'lerin (özellikle fason veya iç piyasa çalışan küçük işletmelerin) finansman sorunlarının çözülmesi, rekabet güçlerinin arttırılması gerekmektedir. Bu teşviklerin KOBİ'lere özel, düşük faizlerde kaynağı önceden belli ve gerçekten amaçlanan ihtiyacı olan küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin eline geçecek niteliklerde olması gerekmektedir. KOBİ'lerin finansman sorunlarının çözülmesi beraberinde birçok sorunun çözülmesini sağlayacaktır.

Tekstil ve konfeksiyon sektöründeki KOBİ'lerin rekabet güçlerini etkileyen diğer sorunları hammadde, yardımcı malzeme ve enerji girdileri için, devletin bu sektörün önemini göz önüne alarak, ileriye dönük iyi planlanmış politikalar izlemesi (ihracatçıyı düşünen uygun kur politikaları, dünya fiyatlarında rekabet edebilecek hammadde girdi fiyatları ve vb.) ihracatçıları birliği EGS, KOSGEB vb. kuruluşların bu sorunları zamanında üst mercilere aktarabilmek için iyi bir çalışma içinde olmaları gerekmektedir.

Günümüzde rekabet koşullarında Türk tekstil ve konfeksiyon sektörü'nün rekabet gücü ürünlerimizin kalitesine, üretim verimliliğine bağlıdır. Kalite ve verimlilik teknoloji ile oluştuğuna göre, KOBİ'ler için ortaya çıkan diğer bir sorun teknolojik yenileme ve Arge çalışmalarında, devletin ve KOBİ'lerle ilgili kurum ve kuruluşların KOBİ'leri bu konuda da finansal ve eğitim yönünden desteklenmesi gerekmektedir.

Türk tekstil ve konfeksiyon sektörünün yurt dışındaki pazarlarda rekabet gücünün oluşması için KOBİ'lerin konularında uzmanlaşmaları ve marka oluşturma yönünde çalışmaları gerekmektedir. Bu aşamada KOBİ yöneticilerinin motive edilerek çeşitli bilgilendirme toplantılarıyla değişen rekabet koşulları anlatılarak, KOBİ'lerin daha geniş kapsamlı düşünceleri ve çalışmaları sağlanabilir.

TOSYÖV (Türkiye Orta Ölçekli İşletmeler, Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticileri Vakfı), KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı), TOBB vb. kuruluşlar BC-NET (Business Cooperation Network), BRE (Bureau de Rapprochement des Enterprises) gibi uluslararası KOBİ'lerin işbirliği yapmalarını amaçlayan programların Türkiye temsilcileridir. Daha fazla KOBİ'nin bu programlardan haberdar olması, olanaklarından yararlanması için TOSYÖV, KOSGEB, TOBB gibi kuruluşların daha aktif çalışıp daha fazla KOBİ'ye hitap etmeleri gerekmektedir. Bu programlar hem tekstil ve konfeksiyon sektöründeki hem de diğer sektörlerdeki KOBİ'lerin yeni pazarlar bulmalarını sağlayabilir.

KOBİ'lerin sorunlarını beraberce çözmek amacıyla oluşturdukları SDS'lerden tekstil ve konfeksiyon sektöründe kurulmuş olan EGS, tekstil ve konfeksiyon sektörünün ve bu sektördeki KOBİ'lerin büyük bir başarısıdır. Türkiye'de ihracatta örgütlenme modeli olarak oluşturulan SDS modelinin ilk örneği olan EGS bir çok konuda daha aktif çalışması ve daha birtakım konulara el atması gerektiğiyle birlikte, kuruluş amacı ve şu ana kadar gösterdiği performansıyla iyi bir model oluşturulmuştur.

Ihracatta uygulanması başarılı bir şekilde sürdürülen bu tür örgütlenmelerin başka sanayi kollarında da oluşturulması, sayılarının arttırılması, ülkemizdeki KOBİ'lerin dış pazarlara açılmalarında başarı şanslarını arttıracaktır.

SDS'lere benzeyen dünyada birçok model vardır. Ama bir ülkede başarılı olmuş bir modelin aynısını başka bir ülkeye uygulamak kesin başarı getirmeyebilir. Her ülke yapısına uygun, ihtiyaçlarına göre bir model oluşturmalıdır. EGS'nin daha geniş bir KOBİ topluluğuna hizmet vermesi için kendi bünyesinde, devletin de SDS'ler için daha yapması gerekenler bulunmaktadır.

Anket sonuçlarımıza göre EGS'nin sektördeki KOBİ'lere kendisini daha fazla tanıtip tabana yayılması gerekmektedir. Çeşitli tanıtım faaliyetleriyle hitap edilen KOBİ miktarı arttırılmalıdır. İlk kuruluşunda ÇOŞ (Çok Ortaklı Dış Ticaret Şirketleri) olması ve ÇOŞ olabilmek için de imalatçı-ihracatçı işletmelerin ortak olması şartı nedeniyle EGS şu an daha çok orta büyüklükteki işletmelere hitap ediyor gibi görünebilir. Bu anlamda EGS'nin küçük imalatçı firmaların sorunlarına eğilmesi, bu işletmeleri de ortak etmesi gerekmektedir. Ama kredibilitesi çok düşük, düzenli bir üretim göstermeyen işletmelerin ortak edilmesi de EGS'yi birtakım zorluklar, sorunlarla karşılaştıracaktır. Bu

aşamada devletin de herşeyi SDS'lere EGS'ye bırakmadan bazı konularda (krediler vb.) küçük işletmelerin riskini üstlenmesi, hem SDS'lerin, EGS'nin hitap ettiği ortaklarının sayısını artıracak küçüklere daha eğililecek, hem de EGS'nin yıpranması engellenecektir. Devletin küçük işletmelere yardımcı olup başarılı olabileceklerin riskini üstlenmesi küçüklere kalkınmasını sağlayacağı gibi SDS'lerin yıpranmasına engel olacaktır.

Anket sonuçlarımıza göre EGS'nin daha aktif olarak pazarlamaya eğilmesi gerekmektedir. Türk konfeksiyon sektörü, ihracatın büyük bir kısmını Avrupa'ya yapmaktadır. Yeni pazarların bulunması, Avrupa dışındaki pazarlar da Türk konfeksiyon ürünlerinin tanıtılıp KOBİ'lerin bu pazarlara ulaştırılması gerekmektedir. Bu anlamda EGS'nin yurt dışı pazarlama faaliyetlerini daha fazla kuvvetlendirmesi sektörün yararına olacaktır.

Ar-ge faaliyetleri, yeni teknoloji takibi gibi konularda EGS'nin daha aktif çalışması, sektörün gücünü arttıracaktır.

Yine anket sonuçlarımıza göre fason üreticiler bir fason birliğinin oluşturulmasını ve haksız rekabetin önlenmesini talep etmektedirler. Sektörden gelen böyle bir isteğin mümkün olup olmayacağı EGS ve sektörle ilgili diğer kurum ve kuruluşlar bünyesinde tartışılmalıdır.

EGS gibi sektörel dış ticaret sermaye şirketlerinin çalışmalarını, sorumluluklarını düzenleyen kanunların oluşturulması gerekmektedir. Devlet tarafından tüm yükün SDS'lere bırakılması, SDS'lerin yıpranmasına neden olmaktadır. Örneğin yüzleri aşan imalatçı firma ile çalışan SDS'lerin, gerek imalatçı kuruluşların, gerekse onların alt firmalarının işlemlerinden dolayı cezalandırılması, sorumluluğun tamamıyla SDS'lere bırakılması EGS gibi SDS'lerin yıpranmasına neden olacaktır.

SDS'ler ve tekstil ve konfeksiyon sektöründeki EGS ülkemizin özellikle gümrük birliği sonrası rekabet gücünün korunmasında çok önemli bir yer tutmaktadır. EGS'nin ve diğer SDS'lerin başarısı ülkemizin başarısı olacaktır. Bu anlamda devlet kademesinde SDS'lere gerekli önemin verilip her şeyin hukuki bir düzende ilerlemesi için gerekli çalışmaları, ilişkileri düzenleyici kanunların oluşturulması gerekmektedir.

- Uygun bir ekonomik iklimin yaratılması,
- Bürokratik yüklerin azaltılması,
- Gerektiğinde doğrudan yardımın yapılması,

lokomotif sektörümüz konfeksiyon sektöründeki KOBİ'lerimizi kalkındıracaktır.

KAYNAKLAR

- Baykal, C., 1996, Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin (KOBİ) ihracatta Örgütlenmeleri Bir Model. T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracat Genel Müdürlüğü, Ankara, 24s.
- Bulmuş, İ., Oktay, E., Törüner, M., 1990, Küçük Sanayi İşletmelerimizin Konumu Önemi ve AT'a Girerken Karşılaşılabilecek Sorunlar ile Çözüm Yolları, Milli Produktivite Merkezi Yayınları: 426, Ankara.
- Devlet Planlama Teşkilatı, 1987, Japonya'da Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelere Yönelik Ekonomik ve Sosyal Politika ve Tedbirlerin Türkiye Bakımından Değerlendirilmesi, Ankara.
- Devlet Planlama Teşkilatı, 1989, Küçük Sanayi Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Yayın No: DPT: 2169, Ankara, 275s.
- EGS grubu hakkında broşürleri ve kataloglar.
- Federexport Ana Tüzüğü
- Hedef, 1995. İhracata yönelik Halkbank kredileri, 21: 53-55
- İGEME, 1995, Japon Piyasasının Özellikleri ve İhracat İmkânlarımız, Japonya'da Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler.
- İhracat Geliştirme Etüd Merkezi Araştırma ve Geliştirme Başkanlığı, 1995, Avrupa Birliği'nde Uygulama Devlet Yardımları, Teşvikler ve Türkiye ile Mukayeseli İncelenmesi, 4-100: 122s.
- İktisadi Kalkınma Vakfı, 1993, Avrupa Topluluğu'nda Küçük ve Orta Boyutlu İşletmelere Yönelik Uygulamalar, 1 19, İstanbul, 37s.
- İTO Dergisi, 1994, Japon mucizesinin arkasındaki anahtar faktör Sogo Shosha, 9: 42-46
- Küçük ve Orta Ölçekli Sanayiciler Derneği (KOS-DER) Ana Tüzüğü.
- Müftüoğlu, T., 1994, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Nitelik Araştırması. TOSYÖV girişim, 36: 37-38.
- Şimşek, A., 1994, Gümrük Birliği sürecinde küçük ve orta boy işletmeler, KOBİ Dergisi, 1: 2-3
- Stiftung, K.A., 1995, 1995 yılı ulusal KOBİ raporu, TOSYÖV KOBİ Araştırma Enstitüsü Yayınları, 1.
- TOSYÖV Mektubu, 1994, Aynı dili konuşmak BC-NET and BRE, 4: 10-11.