



GÜNEYDOĞU ANADOLU HALI İHRACATÇI BİRLİKLERİ

HALI SEKTÖRÜ ENVANTERİ

TEMMUZ – 2014



Bu çalışma, İpekyolu Kalkınma Ajansı tarafından yürütülen 2014 yılı Doğrudan Faaliyet Desteği kapsamında desteklenmektedir.

Referans Numarası: TRC1/14/DFD/0002



A. ÖNSÖZ

Değerli meslektaşlarım

Bilindiği üzere 2010 yılında kurulan Halı ihracatçıları Birliğimiz ile sektörde oluşturulan sinerji sayesinde sektörel çapta bir çok başarıya imza atmış, ulusal ve uluslararası sorunlara karşı birlikte hareket ederek çeşitli çözümler üretmiş bulunmaktayız.

Yönetim kurulumuz ile ilk olarak göreve başladığımızda halı sektörünün nasıl bir konumda olduğunu tam anlamıyla tespit edebilmek için sektör envanterini çıkartmaya karar verdik. 2011 yılında ilk icraatlarımızdan biri olarak bunu gerçekleştirdik.

Geçen bu süre içerisinde Birleşmiş Milletler Comtrade verilerine göre 2011 yılında 1.208.336 dolar olan parça dokuma makine halısı ihracatımız, 2013 yılsonu rakamlarına göre 1.789.522 dolara çıkmış, bu yıllar arasında dünya parça dokuma makine halısı ihracatımız %48 büyüme göstermiştir. Dünyadaki tüm parça dokuma makine halısı ihracatının %63.9 'u ülkemiz tarafından gerçekleştirilmektedir. Ülkemizde ise Gaziantep ilimiz öne çıkmakta ve dünyadaki tüm parça dokuma halısı ihracatının %57 'si Gaziantep 'te faaliyet gösteren halı üreticilerimiz gerçekleştirmektedir.

İhracat verilerinin gurur verici bir şekilde bu kadar hızlı büyümesinin yanında faal firma sayısı, makine parkı ve istihdamda da ciddi artışlar sektörde çeşitli sorunlar ortaya çıkarmıştır. Mevcut sorunların tespiti ve çözüm arayışları, firmalarımızın maksimum verimlilikte çalışabilmesi ve girişimcilerin gelecek planlarına ışık tutmak üzere bu envanter çalışmasının yenilenmesi kaçınılmaz bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmıştır.

4 ay boyunca çok titiz bir çalışma sergilenmiş ve neticesinde makine halısı, el halısı ve duvardan duvara halı dâhil olmak üzere Türkiye'nin tüm halı üreticilerine, satıcılarına, akademisyenlere, ilgili kamu kurum ve kuruluşlarına kısaca sektördeki tüm aktörlere fayda sağlayacağına inandığımız bu eser ortaya çıkmıştır. Envanter çalışmasında gösterdikleri üstün gayretten ötürü GAIB personeline ve PRODA Yönetim Danışmanlığına, İstanbul Halı İhracatçıları Birliğine ve desteklerini esirgemeyen tüm firmalara teşekkürü bir borç bilir, saygı ve sevgilerimi sunarım.

Salahattin KAPLAN

Halı Sektör Kurulu Başkanı

B. İÇİNDEKİLER

A.		ÖNSÖZ	
B.		İÇİNDEKİLER	
C.		TEMEL GÖSTERGELER TABLOSU	
D.		ENVANTERE GİRİŞ	
E.		ENVANTERİN AÇIKLAMASI	
I.		GENEL BİLGİLER	
	1.	Şirket Statüsü	
	2.	Şirketin Kuruluş Yılı	
	3.	Ortaklık Yapısı	
	4.	Grup Şirketi	
	5.	Mülkiyet Durumu	
	6.	Toplam Alan	
	7.	Markalaşma Çalışmaları	
	8.	Tescilli Marka	
	9.	Yönetim Sistemleri	
	10.	Bağlı Oda/Meslek Kuruluşu	
II.		İNSAN KAYNAKLARI	
	1.	Çalışan Sayısı	
	2.	Çalışanların Dağılımı	
	3.	Kaçıncı Nesil	
	4.	Yönetici Profili	
	5.	İnsan Kaynakları Departmanı Durumu	
	6.	Eleman Bulma Kaynakları	
	7.	En çok Eleman İhtiyacı Bulunan Bölümler	
	8.	Mesleki Eğitim Durumu	
	9.	Kişi başı Eğitim Saati	
	10.	Çalışan Memnuniyeti Çalışması	
	11.	Personel Devir Hızı Çalışması	
	12.	Eleman Bulma Güçlüğü	

	13.	Sektörün İ.K. Sorunları	
	14.	Kurumsallaşma	
	15.	İ.K. Yazılımı Kullanımı	
III.		ÜRETİM	
	1.	Üretilen Birincil Ürün	
	2.	Birincil Ürün (Makine Halısı) Üretim Kapasitesi	
	3.	Fason Üretim Durumu	
	4.	Markalı Üretim Durumu	
	5.	Toplam Tezgah Sayısı	
	6.	Geçmiş 3 Yıl Üretim Kapasitesi	
	7.	Geçmiş 3 Yıl Kapasite Kullanım Oranları	
	8.	Optimal Kapasite Düşüklüğü Nedenleri	
	9.	Gelecek 3 Yıl Kapasite Öngürüsü	
	10.	Gelecek 3 Yıl Yatırım Öngürüsü	
	11.	Üretim Sistemi Yapısı	
	12.	2013 Yılı Kullanılan Hammadde Durumu	
	13.	2013 Yılı Kullanılan Enerji Durumu	
	14.	ARGE Departmanı Durumu	
	15.	Kalite Kontrol Departmanı Durumu	
	16.	Ürün İadesi Durumu	
	17.	Otomasyon Kullanımı Durumu	
	18.	Yazılım (ERP) Kullanımı	
IV.		PAZARLAMA / SATIŞ	
	1.	Pazar Dağılımı	
	2.	Pazara Yönelik Tanıtım Faaliyetleri	
	3.	Rekabet Faktörleri	
	4.	Yurt İçi Satış Yöntemleri	
	5.	İhracatta Kullanılan Yöntemler	
	6.	İhracat Planlanan Pazarlar	
	7.	İhracat Satış Şartları	

	8.	İthalat Yapılan Girdiler	
	9.	İthalat Satış Şartları	
	10.	Satışta Ortalama Vade	
	11.	Alışta Ortalama Vade	
	12.	Geçmiş 3 yıl Makine İthalatınız	
	13.	Müşteri Portföyü Artırma Yöntemleri	
	14.	Fuar Çalışmaları Durumu	
	15.	Kullanılan Satış Yazılımı Kullanımı	
	16.	Dış Ticarete Halı Sektörü	
V.		FİNANSMAN	
	1.	Özkaynak Oranı	
	2.	Finansman Departmanı	
	3.	Kredi İhtiyacı Durumu	
	4.	Finansman İhtiyacı Duyulan Ay	
	5.	Finans Kuruluşları ile Yaşanılan Sorunlar	
F.		MAKİNE HALI SEKTÖRÜ SWOT ANALİZİ	
G.		KATILIMCI KURULUŞLAR	

C. TEMEL GÖSTERGELER TABLOSU

1. ŞİRKET STATÜSÜ
2. ŞİRKETİN KURULUŞ YILI
3. ORTAKLIK YAPISI
4. MARKALAŞMA ÇALIŞMALARI
5. YÖNETİM SİSTEMLERİ
6. BAĞLI ODA / MESLEK KURULUŞU
7. TOPLAM ÇALIŞAN SAYISI
8. TASARIMCI ÇALIŞAN SAYISI
9. KAÇINCI NESİL
10. YÖNETİCİ POZİSYONU
11. İNSAN KAYNAKLARI DEPARTMANI DURUMU
12. KİŞİ BAŞI EĞİTİM SAATİ DURUMU
13. PERSONEL DEVİR HIZI DURUMU
14. BİRİNCİL ÜRÜN
15. BİRİNCİL ÜRÜN ÜRETİM KAPASİTESİ
16. TOPLAM TEZGAH SAYISI
17. GEÇMİŞ 3 YIL KAPASİTE KULLANIM ORANLARI
18. ARGE DEPARTMANI DURUMU
19. KALİTE KONTROL DEPARTMANI DURUMU

20. ÜRÜN İADESİ DURUMU
21. PAZAR DAĞILIMI
22. REKABET FAKTÖRLERİ
23. YURT İÇİ SATIŞ YÖNTEMLERİ
24. İHRACAT SATIŞ YÖNTEMLERİ
25. SATIŞTA ORTALAMA VADE
26. ALIŞTA ORTALAMA VADE
27. GEÇMİŞ 3 YIL MAKİNE İTHALATI
28. MÜŞTERİ PORTFÖYÜ ARTIRMA ŞEKİLLERİ
29. FUAR ÇALIŞMALARI DURUMU
30. ÖZKAYNAK ORANI
31. KREDİ İHTİYACI

C. ENVANTERE GİRİŞ

Güneydoğu Halı İhracatçıları Birliği tarafından hazırlanan bu envanter çalışmasında, Türkiye’de Halı sektörünün içinde bulunduğu durum ve halı sektörünün yapısı araştırılmış ve analiz edilmeye çalışılmıştır.

Envanter çalışmasının amacı, sektörle ilgili bilgileri toplamak, sektörün içinde bulunduğu durumu tespit etmek, sektörün güçlü ve geliştirilmeye açık alanlarını belirlemek, bu doğrultuda sektörün geleceğine yönelik bir projeksiyon oluşturmaktadır.

PROJENİN AŞAMALARI:

1. ÖN HAZIRLIK

GAİB bünyesinde Sektör Envanteri Çalışması bilgilendirme toplantısı düzenlenmiş ve katılımcı kuruluşların yetkilerine bilgiler aktarılmıştır. TOBB, Gaziantep Sanayi Odası ve GAİB verilerinden yararlanılarak sektörün bir listesi oluşturulmuştur. Buna göre veri alınması gereken yaklaşık 225 kuruluş ile karşılaşılmıştır. Makine halısı üretimi olmayan ya da üretimi olmayan kuruluşlar seçilmiştir.

Bu kuruluşlarda uygulanmak üzere, mümkün olduğu kadar geniş fakat uygulanabilir, bilgi toplanabilir bir anket formu oluşturulmuştur. Anket kesin uygulanmadan önce pilot uygulamalar yapılmış, konunun uzmanlarından ve sektörün önde gelen kuruluşlarının yetkililerinden görüş ve destek alınmıştır. Böylece uygulanacak ankete son şekli verilmiştir.

2. YAPILANDIRILMIŞ ANKET UYGULAMASI

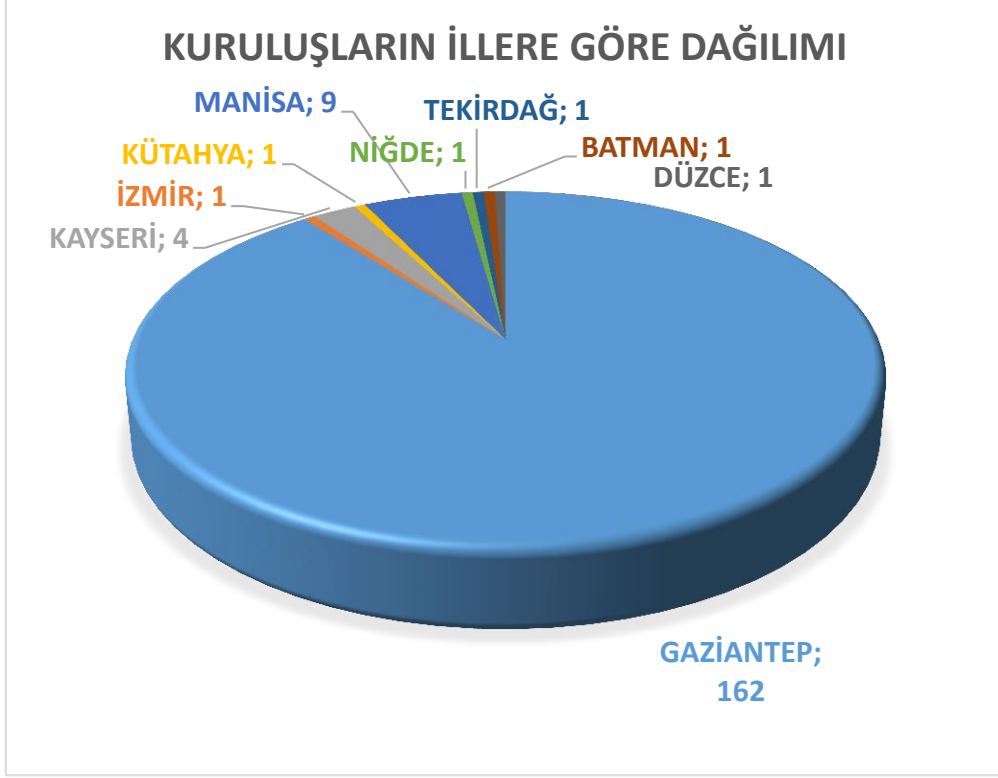
Bu amaç doğrultusunda, Listede yer alan her kuruluştan tek tek randevu alınarak toplantılar yapılmış ve bilgileri toplamak amacıyla anket çalışması uygulanmıştır. Her biri konusunda uzman danışmanlar tarafından yürütülen anket çalışmasına halı üreticisi kuruluşlarda yoğun ilgi göstermişlerdir. Anket uygulaması kapsamında 177 kuruluş ile bire bir görüşülmüştür. 5

kuruluş da ankete e-posta yoluyla katılım göstermiştir. Anket uygulaması için sadece Gaziantep'te faaliyet gösteren kuruluşlarla yetinilmemiş, Kayseri, Uşak, Manisa Demirci, Kütahya Simav ve İzmir illerinde faaliyet gösteren kuruluşlara da ziyaretler düzenlenmiştir. Niğde, Tekirdağ, Düzce, İzmir ve Batman illerinde yer alan diğer kuruluşlarda e-posta yoluyla takip edilerek ankete katılımlar sağlanmıştır. Böylece toplam 9 ilden envanter çalışmasına katılım sağlanmıştır.

Ankete katılan kuruluşların illere göre dağılımı aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

S.NO		İli	Toplam
1	27	GAZİANTEP	162
2	35	İZMİR	1
3	38	KAYSERİ	4
4	43	KÜTAHYA	1
5	45	MANİSA	9
6	51	NİĞDE	1
7	58	TEKİRDAĞ	1
8	72	BATMAN	1
9	81	DÜZCE	1
		Genel Toplam	181

Tablodan ve aşağıdaki grafikten izleneceği üzere, Gaziantep'ten görüşülen kuruluş sayısı 162 iken, Kayseri'den 4, Manisa Demirci ilçesinden 7, İzmir, Niğde, Tekirdağ, Batman ve Düzce illerinden ve Kütahya Simav ilçesinden 1'er kuruluş ile görüşme yapılmıştır.



GAZİANTEP 'TE YER ALAN FİRMALARIN BÖLGELERE GÖRE DAĞILIMI

<u>NO</u>	<u>BÖLGE</u>	<u>SAYI</u>
1	1.OSB	3
2	2.OSB	55
3	3.OSB	55
4	4.OSB	31
5	KÜSGET	3
6	KÖRKÜN OSB	15

3. ANKET VERİLERİNİN DÜZENLENMESİ

Yüz yüze görüşmeler ve e-posta yoluyla uygulanan anket günlük olarak düzenli bir şekilde kontrol edilmiş ve bilgisayara girilmiştir. Anket uygulaması tamamlandıktan sonra veriler gözden geçirilmiş, amaca uygun şekilde düzenlenmiştir.

4. ANKET VERİLERİNİN YORUMLANMASI VE RAPORLANMASI

Tüm veriler başlıklar altında toplanarak, tablolanmış ve grafiklendirilmiştir. Veriler arasında birbirleri ile ilişkili olan ya da birbirine bağlı veriler seçilmiştir. Seçilen veriler arasındaki ilişkiler belirlenmiş ve bağlar kurulmuş ve yorumlanmıştır.

I. GENEL BİLGİLER

1.ŞİRKET STATÜSÜ

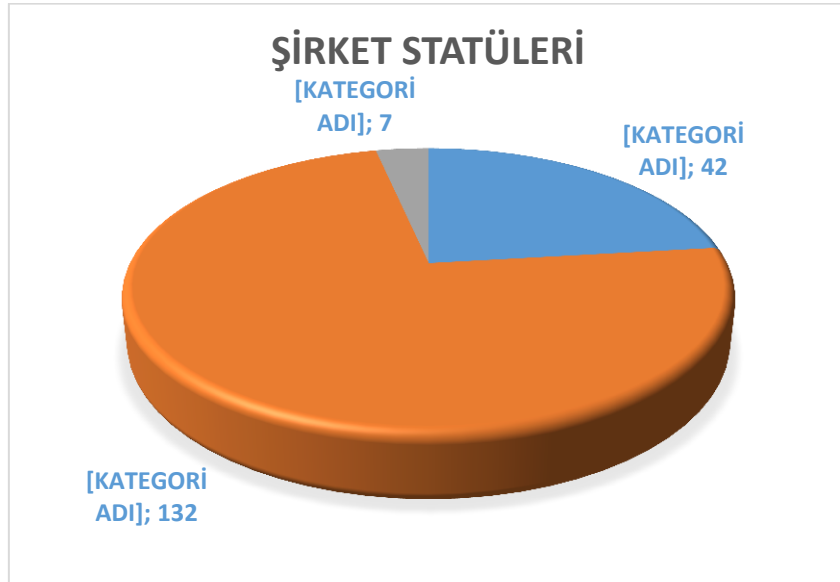
Envanter çalışmamıza katılan kuruluşları şirket statülerine göre ayrıma tabii tutulmuştur. Şirket statüsü olarak, 3 ayırım kullanılmıştır. Bunlar; 1-Anonim Şirket, 2-Limited Şirket, 3-Ticari İşletme (Şahıs İşletmesi) şeklindedir.

<u>İLLER</u>	<u>GAZİANTEP</u>	<u>İZMİR</u>	<u>KAYSERİ</u>	<u>KÜTAHYA</u>	<u>MANİSA</u>	<u>NİĞDE</u>	<u>TEKİRDAĞ</u>	<u>BATMAN</u>	<u>DÜZCE</u>	<u>Genel Toplam</u>	<u>%</u>
<u>ŞİRKET STATÜSÜ</u>	<u>27</u>	<u>35</u>	<u>38</u>	<u>43</u>	<u>45</u>	<u>51</u>	<u>59</u>	<u>72</u>	<u>81</u>		

ANONİM	33		3	1	2	1		1	1	42	23
LİMİTED	125	1	1		4		1			132	73
ŞAHİS	4				3					7	4
Genel Toplam	162	1	4	1	9	1	1	1	1	181	

Bu verilere göre ankete katılan kuruluşların toplamında %73 ile 132 kuruluşun limited şirket olduğu görülmektedir. Limited şirketi % 23 ve 42 kuruluş ile anonim ve %4 ve 4 kuruluş ile şahıs işletmesi takip etmektedir. Hemen her şehir de her şirket statüsüne rastlanmaktadır.

Şirketleşme daha çok kuruluşların atölyeden fabrikalaşmaya geçişinde paralel olarak gerçekleşmektedir. İlk yıllarda Şahıs ve Limited olan şirket statüsü, 1990'lı yıllardan sonra Limited ve Anonim şirket statüsüne yönelmiştir. Yıllar itibariyle baktığımızda kurulan her yeni halı kuruluşunun % 20-25 'i Anonim şirket; % 70-75 'i Limited şirket statüsüne sahip kuruluşlardır.



YIL GRUPLARINA GÖRE ŞİRKET STATÜLERİ

YILLAR	SAYI	AŞ.	%	LTD.	%	ŞAHİS	%
1990 ÖNCESİ	20	5	25	12	60	3	15
1991-1995	19	8	42	11	58	0	0
1996-2000	25	5	20	19	76	1	4
2001-2005	43	10	24	32	74	1	2
2006-2010	36	6	17	29	81	1	3
2011-2014	38	8	21	29	76	1	3

TOPLAM		42	23	132	73	7	4
--------	--	----	----	-----	----	---	---

Yıl gruplarına göre, kesintilerde olsa Anonim şirket kuruluşlarında bir artış, buna karşın Limited kuruluşlarında yıllara göre düşüş olduğu gözlenmektedir. Buradan Şahıs ortaklıklarından Sermaye ortaklıklarına göre bir gidişin olduğunu göstermektedir. Bu değişimin gerçek anlamda ortaklık ve sermaye ortaklığı olmayı tasarlayanın yanı sıra, Anonim şirket olmanın iş dünyasında bir prestij kaynağı yada marka işareti olarak algılanmasının da etkisinin olduğunu söyleyebiliriz.

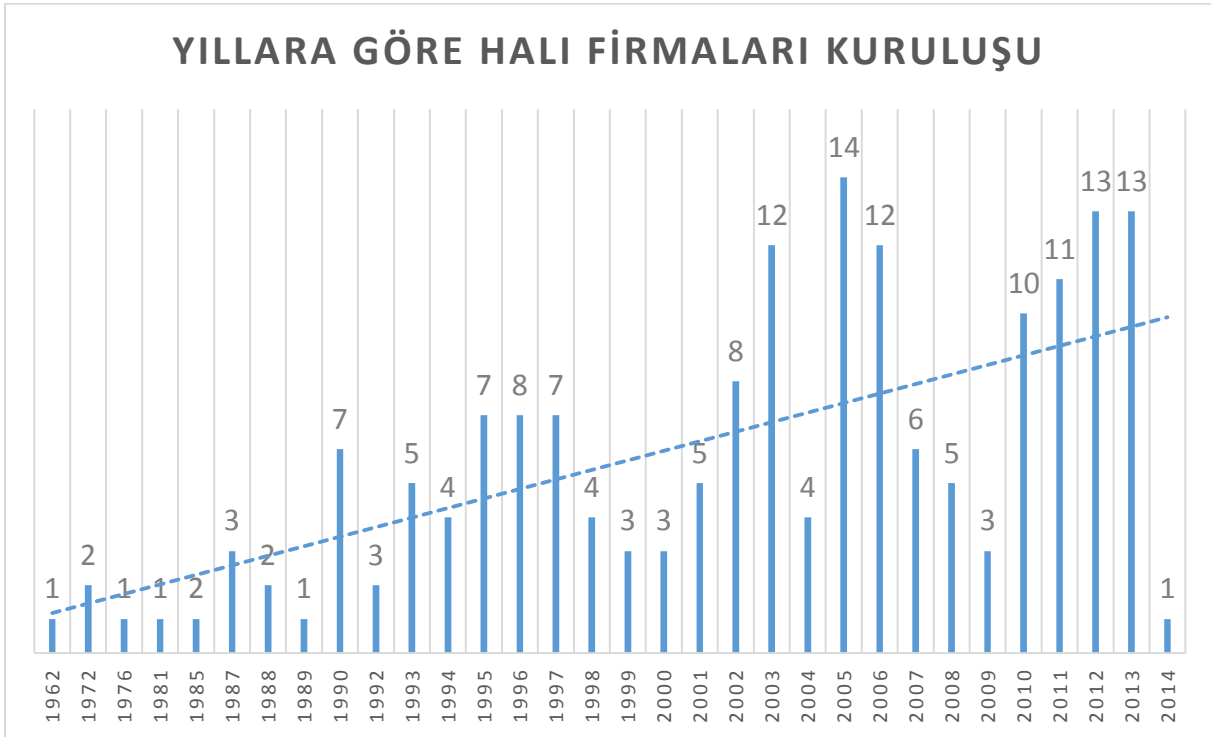
2.ŞİRKETİN KURULUŞ YILI

Halı kuruluşları içerisinde en eski kuruluşun 1962 yılında kurulmuş olduğu görülmektedir. Esasında çok sayıda halı kuruluşunun ilk kuruluş ya da faaliyet yılı oldukça eski olmasına rağmen tabloda ifade edilen yıllar, halıcılığa (ilk önceleri kilimciliğe) ilk başlangıçtan daha çok, atölyeden fabrikaya geçiş, ya da şahıs işletmesinden şirket statüsüne geçiş ya da şehrin değişik bölgelerinde imalattan, organize sanayi bölgelerine geçiş yılı olarak ele alınmıştır.

<u>KURULUŞ YILI</u>	<u>Toplam</u>	<u>KURULUŞ YILI</u>	<u>Toplam</u>	<u>KURULUŞ YILI</u>	<u>Toplam</u>
1962	1	1994	4	2005	14
1972	2	1995	7	2006	12
1976	1	1996	8	2007	6
1981	1	1997	7	2008	5
1985	2	1998	4	2009	3
1987	3	1999	3	2010	10
1988	2	2000	3	2011	11
1989	1	2001	5	2012	13
1990	7	2002	8	2013	13
1992	3	2003	12	2014	1
1993	5	2004	4		

Bu açıdan baktığımızda 1990 'lı yıllara kadar tek tek kurulan halı kuruluşları, 1990 yılından sonra artmaya başlamış, 2000 'li artış hızlanarak devam etmiş, 2010 'lu yıllarda en fazla kuruluşa konu olmuştur. 1990 'lı yıllarda en fazla kuruluş 1995 'te 7 kuruluş, 1996 'da 8 kuruluş olarak gerçekleşmiştir. Yine 2000 'li yıllarda en fazla kuruluş 2005 'te 14 ve 2003 ve 2006 yıllarında 12 yeni halı kuruluşu faaliyete geçmiştir. Ayrıca takiben 2010 yılından itibaren

kuruluş sayısı artarak, 2010 yılında 10, 2011 yılında 11, 2012 yılında 13 ve yine 2013 yılında 13 yeni halı kuruluşu kurulmuştur.



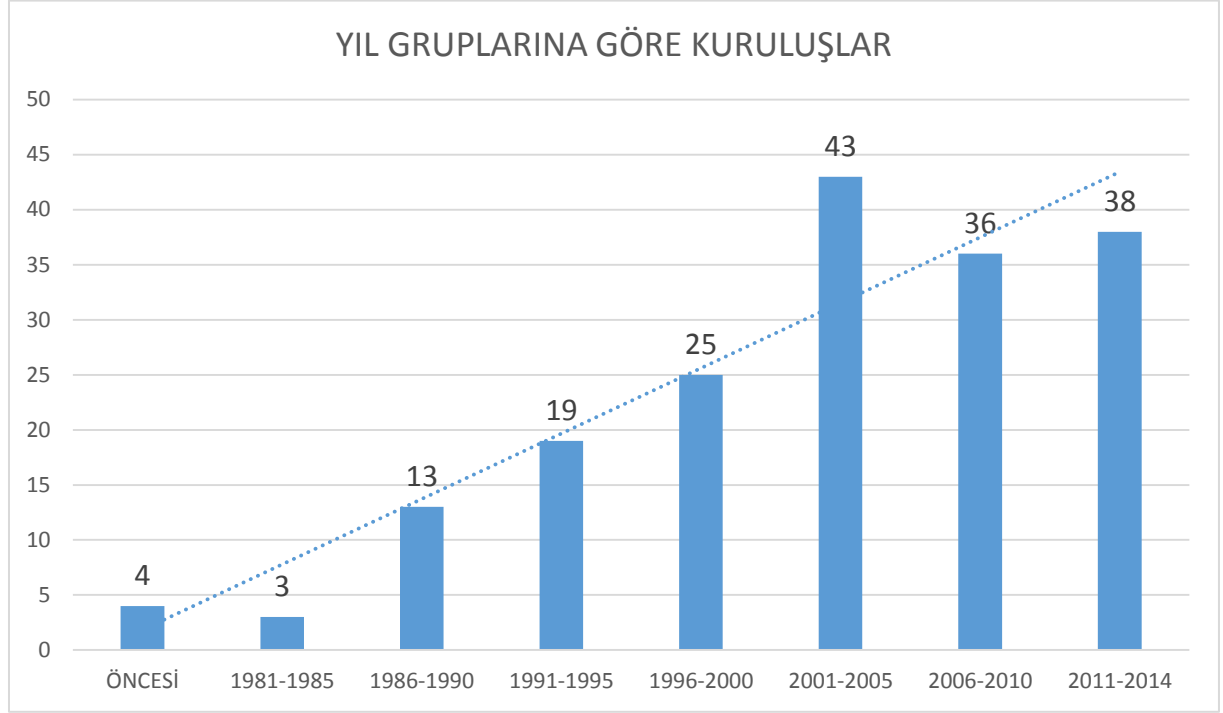
Tüm sektörlerde olduğu gibi Makine Halısı sektörü de yıllar içerisinde ekonomik krizlerden etkilenmiş ve kriz yıllarında büyümesini yavaşlatmıştır. Grafikte görüldüğü gibi 1994, 2001 ve 2008 ekonomik krizlerinin yaşandığı yıllarda yeni halı kuruluşu açılması diğer yıllara göre azalmıştır. Bununla birlikte krizlerin hemen sonrasında yeniden güven ve istikrarın sağlanmasıyla sektör yeni kuruluşların faaliyete geçmesine sahne olmuştur.

YIL GRUPLARINA GÖRE KURULUŞLARIN KURULUŞ YILLARI

YILLAR	SAYI
1980 ÖNCESİ	4
1981-1985	3
1986-1990	13
1991-1995	19
1996-2000	25

2001-2005	43
2006-2010	36
2011-2014	38

Makine Halısı sektöründe yeni kuruluşları yıllar itibariyle izlemeye yıl gruplarına göre hazırlanmış tablodan da devam edebilir. Buna göre en fazla yeni kuruluş 2001-2005 döneminde 43 yeni halı kuruluşunun faaliyete geçtiğini görebiliriz.



Yine 2006-2010 ve 2011-2014 dönemlerinde de yeni kuruluşların artarak devam ettiğini görebiliriz. Bu dönemlerde 36 ve 38 yeni halı kuruluşu faaliyete geçmiştir. En düşük kuruluş ise 1981-1985 döneminde gerçekleşmiştir.

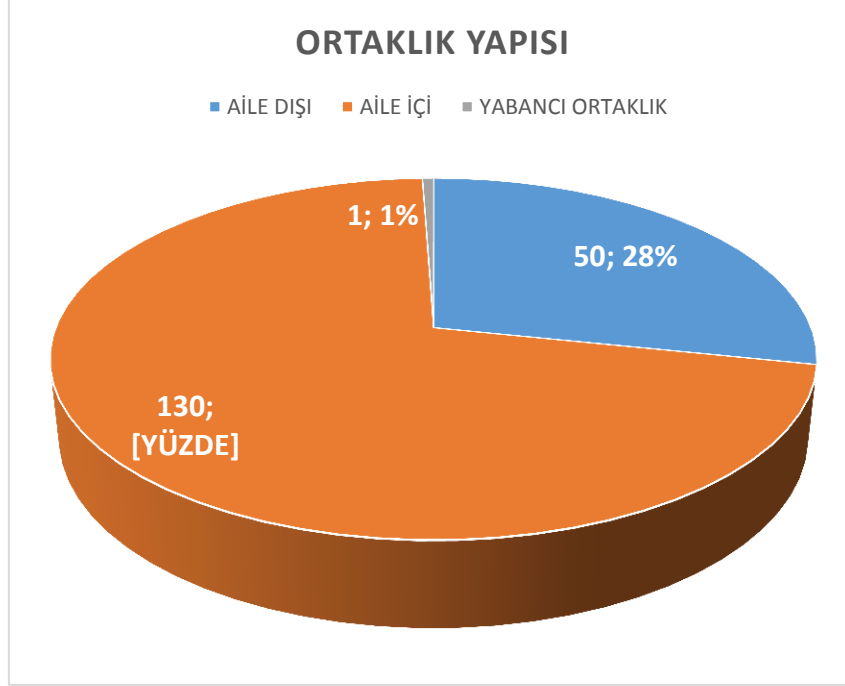
3.ORTAKLIK YAPISI

Makine Halısı sektöründe kuruluşların ortaklık yapısı bu başlık altında incelenmiştir. Anket katılımcısı 181 kuruluşu şirketlerinin ortak yapısı, Aile İçi Ortaklık, Aile Dışı Ortaklık ve Yabancı Ortaklık seçenekleri sunularak araştırılmıştır.

<u>ORTAKLIK YAPISI</u>	<u>27</u>	<u>35</u>	<u>38</u>	<u>43</u>	<u>45</u>	<u>51</u>	<u>59</u>	<u>72</u>	<u>81</u>	<u>Genel Toplam</u>	<u>%</u>
AİLE İÇİ	118		3		9					130	71
AİLE DIŞI	43	1	1	1		1	1	1	1	50	28
YABANCI ORTAKLIK	1									1	1

Genel Toplam	162	1	4	1	9	1	1	1	1	181	
--------------	-----	---	---	---	---	---	---	---	---	-----	--

Projeye dahil olan 181 kuruluştan, 130 kuruluşun Aile İçi Ortaklık yapısına sahip olduğu tespit edilmiştir. 50 kuruluş Aile Dışı Ortaklık iken 1 kuruluşta yabancı ortaklık yapısına sahiptir. Buna göre, sektörde faaliyet gösteren kuruluşların % 71 'i Aile içi ortaklık, % 28 'i Aile Dışı Ortaklık yapısı ile faaliyetine devam etmektedir.



Ortaklık yapısı konu edildiğinde dikkat etmemiz gerek iki nokta söz konusudur. Bunlarda birincisi hemen her sektörde olduğu gibi Makine halısı sektöründe de kuruluşlar birer aile şirkettir.

İkinci önemli nokta ise, yıllar itibariyle ortaklık yapısına baktığımızda aile içi ortaklıktan aile dışı ortaklığa doğru bir yönelme olduğunu görüyoruz. Yoğun sermaye yatırımı gerektiren bir sektör de olmanın doğal bir sonucu olabilir, kuruluşlar artık bir ailenin malı olmaktansa birden fazla farklı ailenin bir araya gelerek oluşturdukları bir yapıya sahip olmayı tercih etmektedirler.

YIL GRUPLARINA GÖRE ORTAKLIK YAPISI

<u>YILLAR</u>	<u>SAYI</u>	<u>AİLE İÇİ</u>	<u>%</u>	<u>AİLE DIŞI</u>	<u>%</u>	<u>YABANCI ORTAKLIK</u>	<u>%</u>
1990 ÖNCESİ	20	15	75	5	25	0	0
1991-1995	19	18	95	1	5	0	0
1996-2000	25	21	84	4	16	0	0

2001-2005	43	33	77	10	23	0	0
2006-2010	36	26	72	10	28	0	0
2011-2014	38	17	45	20	53	1	0
TOPLAM		130	72	50	28	1	0

Nitekim 1990 ve öncesi kuruluşların 75'i Aile İçi ortaklık, %25 'i Aile Dışı ortaklık yapısına sahip iken; 2001-2005 döneminde bu oranlar % 77 Aile İçi, % 23 Aile Dışı, 2006-2010 döneminde %72 Aile İçi, % 28 Aile Dışı ortaklık ve 2011-2014 dönemin de ise büyük oranda bir değişiklikle, %45 Aile İçi, % 55 Aile Dışı ortaklık yapısı şeklinde değişim gösterdiğini görebiliriz.

Bu dönemde kurulan 38 halı kuruluşunun 17 'si Aile İçi Ortaklık iken 20 'si Aile Dışı Ortaklık yapısını tercih ettiklerini belirliyoruz.

Ortaklık yapısı ile ilgili söylenmesi gereken bir konu da, ortaklık yapısı-şirket statüsü ilişkisidir. Gerçek anlamda sermaye şirketi türü olan Anonim şirket statüsünün, Aile dışı ortaklık yapısının arttığı dönemlerde arttığını belirliyoruz. Buna göre 2001-2005 döneminde kurulan 10 Anonim şirketinin 6 'sı aile dışı ortaklık yapısına sahip iken, 2006-2010 döneminde kurulan 6 Anonim şirketin 4 'ü, yine 2011-2014 döneminde kurulan 8 Anonim şirketin 4 'ü Aile dışı ortaklık yapısına sahiptir. Buradan yola çıkarsak, önümüzdeki yıllarda sektöre katılacak yeni kuruluşların aile dışı ortaklık yapısına ve Anonim şirket statüsüne sahip şirketler olacağını söyleyebiliriz.

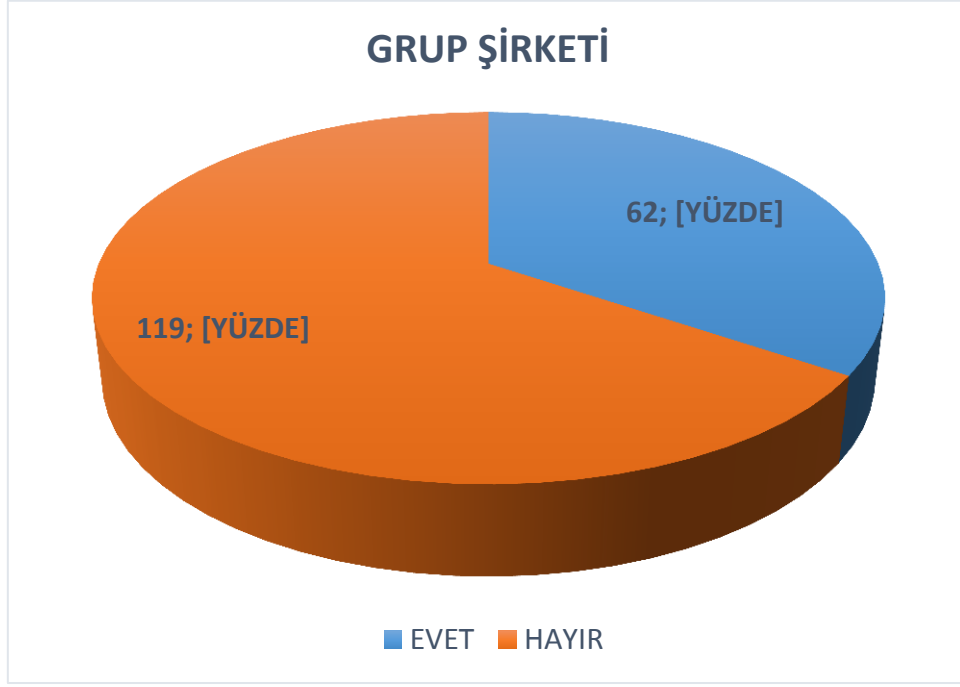
4.GRUP ŞİRKETİ

Projeye katılan kuruluşlardan 62 kuruluş birden fazla şirket olarak iş dünyasında yer aldıklarını belirtirken, 119 kuruluş ise yalnız bir şirket olarak faaliyet gösterdiklerini ifade etmişlerdir.

<u>GRUP</u> <u>ŞİRKETİ</u>	<u>27</u>	<u>35</u>	<u>38</u>	<u>43</u>	<u>45</u>	<u>51</u>	<u>59</u>	<u>72</u>	<u>81</u>	<u>Genel</u> <u>Toplam</u>	<u>%</u>
-------------------------------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-------------------------------	----------

EVET	58		4							62	34
HAYIR	104	1		1	9	1	1	1	1	119	66
Genel Toplam	162	1	4	1	9	1	1	1	1	181	

Buna göre grup şirketi olanlar % 34 iken, tek şirket olan kuruluşlar % 66 olarak belirlenmiştir.



Grup şirketi olarak faaliyet gösteren kuruluşlardan 24 'ü kendi ipliğini kendisi üretmek üzere İplik sektöründe faaliyet gösterirken; 40 kuruluşta kendi halı üretimini kendi pazarlayacak şekilde pazarlama şirketine sahip oldukları belirlenmiştir.

Diğer Faaliyet :

<u>Diğer Faaliyet</u>	<u>Kuruluş Sayısı</u>
İPLİK	24

PAZARLAMA	40
TURİZM VE TAŞIMACILIK	1
ENERJİ	1

Ayrıca, 1 'er kuruluşta Turizm ve Taşımacılık ile Enerji sektörlerinde faaliyet gösteren ayrı şirketlere sahiptirler.

ORTAKLIK YAPISI GRUP ŞİRKETİ DURUMU İLİŞKİSİ

<u>ORTAKLIK YAPISI</u>	<u>GRUP ŞİRKETİ DURUMU</u>				<u>Genel Toplam</u>
	<u>EVET</u>	<u>%</u>	<u>HAYIR</u>	<u>%</u>	
AİLE DIŞI	14	22	36	31	50
AİLE İÇİ	47	76	83	60	130
YABANCI ORTAKLIK	1	2	0	0	1
Genel Toplam	62		119		181

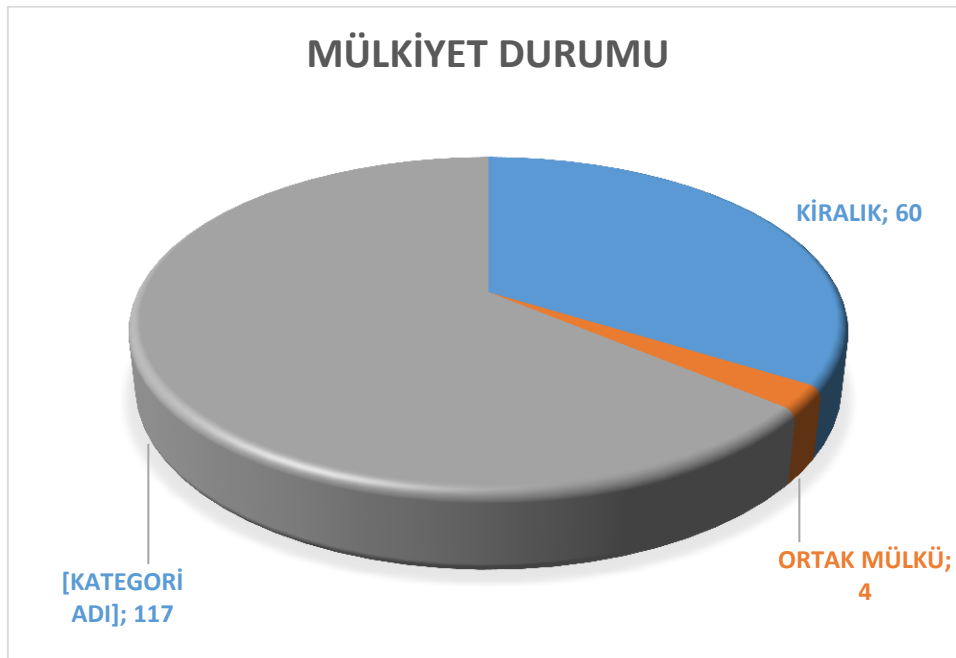
Ortaklık yapısı ile grup şirketi olma durumunu ilişkilendirdiğimizde, Aile içi ortaklık yapısının daha fazla grup şirketi olma durumunda olduğunu belirliyoruz. Yani aile içi ortaklıklar % 76 oranında aynı zamanda grup şirketi olarak ta faaliyet göstermektedir. Buna rağmen aile dışı ortaklıklarda grup şirketi olma oranı % 22 olarak belirlenmektedir. Aile içi ortaklık yapısı için, grup şirketi olarak daha fazla sayıda şirketle faaliyet gösterme durumunda, birden fazla sayıda kardeş, baba oğul veya kuzen olmanın avantajı olabilir. Kuruluşlar ilk yıllarında tek şirket kurulsalar bile, yıllara göre şirkete aile içi yeni katılımlar artması, dolayısıyla şirket ortaklık yapısı değişmesi, grup şirketlerinin de artması sonucunu da beraberinde getirmektedir.

5.MÜLKİYET DURUMU :

Kuruluşların mülkiyet durumu ile ilgili katılımcı kuruluşlara üç seçenek sunulmuştur. Bunlar, Şirket Mülkü, Kiralık ve Ortak (Şahıs) Mülkü şeklindedir.

<u>MÜLKİYET DURUMU</u>	<u>27</u>	<u>35</u>	<u>38</u>	<u>43</u>	<u>45</u>	<u>51</u>	<u>59</u>	<u>72</u>	<u>81</u>	<u>Genel Toplam</u>	<u>%</u>
ŞİRKET MÜLKÜ	101	1	3		8	1	1	1	1	117	64
KİRALIK	58		1	1						60	34
ORTAK MÜLKÜ	3				1					4	2
Genel Toplam	162	1	4	1	9	1	1	1	1	181	

Mülkiyet durumu incelenirken sadece halı üretimi tesisinin bulunduğu alan göz önüne alınmıştır. Buna göre halı kuruluşlarının büyük çoğunluğunun şirket mülküne sahip olduğu görülmektedir.



Katılımcı kuruluşların, % 64 'ü yani 117 kuruluşun şirket mülküne, % 34 'ünün yani 60 kuruluşun kiralık ve % 2 'sinin yani 4 firmanın da ortak ya da şahıs mülkiyetine sahip olduğu belirlenmektedir.

6.TOPLAM ALAN

Katılımcı kuruluşların halı üretimi yaptıkları alanlar açık ve kapalı alan olarak ele alınmıştır. Buna göre tüm Türkiye 'de halı üretimi için kullanılan toplam alan 5.017.219 m².dir. Bu toplam alanın 2.441.421 m².lik kısmı yani % 49 'u kapalı alan yani direkt üretimde kullanılan alandır. Buna dokuma tesisinin yanında Konfeksiyon, Lark-Apre ile Depo ve Sevkiyat kısımları da dahildir.

İli	KURULUŞ SAYISI	Toplam KAPALI M2	Toplam AÇIK M2	Toplam
27	162	2.026.301	1.342.807	3.369.108
35	1	2.200	2.800	5.000
38	4	193.000	58.0500	773.500
43	1	2.000	1.000	3.000
45	9	43.100	4.700	47.800
51	1	140.000	500.000	640.000
59	1	8.320	60.391	68.711
72	1	6.500	13.600	20.100
81	1	20.000	70.000	90.000
Genel Toplam	181	2.441.421	2.575.798	5.017.219

Gaziantep 'te bulunan 162 kuruluşun kapladığı toplam kapalı alanı da 2.026.301 m² .dir. Bu alan toplam halı üretimi yapılan kapalı alanın da % 83 'ünü oluşturmaktadır.

Kuruluşlara göre halı üretimi için kullanılan ortalama kapalı alan 10.700 m².dir. Bu ortalamayı alırken en yüksek ve en düşük % 10 'lar dışlanmıştır. En düşük alan 900 m². ve en yüksek alan ise 140.000 m².dir.

Tezgâh başına düşen ortalama kapalı alan ise 1.778 m².dir.

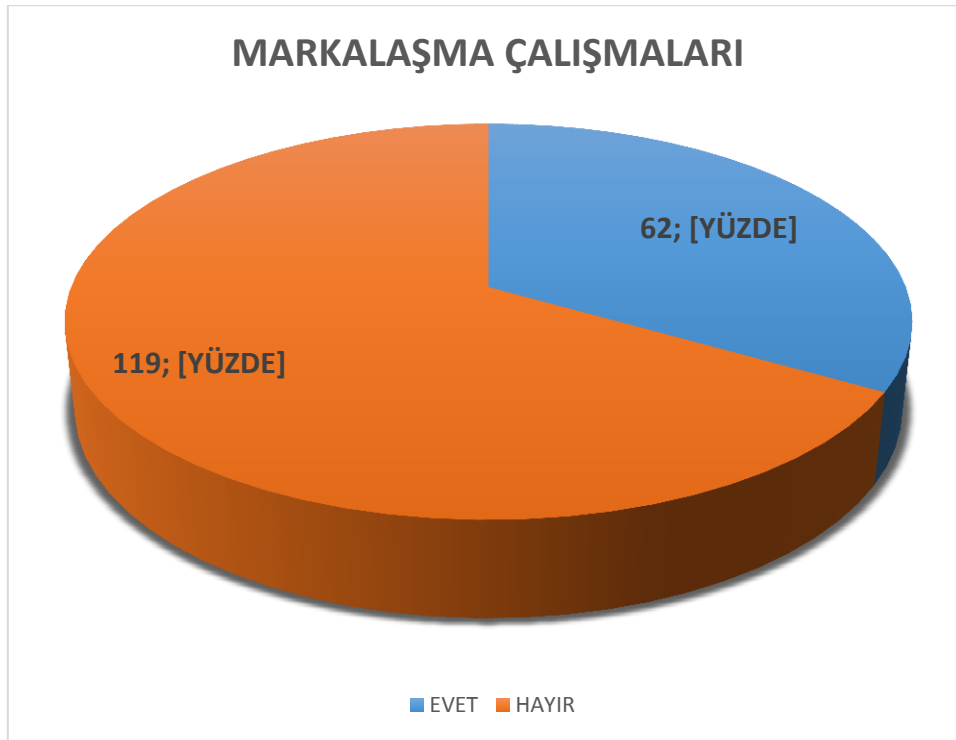
7.MARKALAŞMA ÇALIŞMALARI

Makine Halısı sektörünün en önemli konularından birisi de Markalaşma ve Markalaşma çalışmalarıdır. Katılımcı firmaların % 33 oranında kısmı yani 62 kuruluş markalaşma çalışmaları yaptıklarını belirtirken; % 67 oranında 119 kuruluş markalaşma çalışmaları ile ilgili herhangi bir çalışmalarının olmadığını işaret etmişlerdir.

Markalaşma çalışmalarının Gaziantep dışındaki illerde faaliyet gösteren kuruluşlarda daha fazla ağırlık kazandığını ifade edebiliriz.

<u>MARKALAŞMA ÇALIŞMALARI</u>	<u>27</u>	<u>35</u>	<u>38</u>	<u>43</u>	<u>45</u>	<u>51</u>	<u>59</u>	<u>72</u>	<u>81</u>	<u>Genel Toplam</u>	<u>%</u>
EVET	48		3	1	8			1	1	62	33
HAYIR	114	1	1		1	1	1			119	67
Genel Toplam	162	1	4	1	9	1	1	1	1	181	

Gaziantep 'te markalaşma çalışmaları yapan kuruluş sayısı 48 yani % 30 iken; Gaziantep dışında faaliyet gösteren 19 kuruluşun 14 'ü yani % 74 'ü markalaşma çalışmaları yapmaktadır.



Markalaşma ile ilgili bir vizyonunuz, bir amacınız yoksa, doğal olarak, markalaşma çalışmaları bir ihtiyaçtan ya da bir talepten, piyasanın dayatmasından doğacaktır. Halı üreticisi kuruluşlar böyle bir ihtiyaç ya da talep söz konusu değildir. Kuruluşlar daha çok kendi müşterilerinin markaları kullanarak müşteriye satış yaptıkları için markalaşma çalışmaları geri planda kalmaktadır. Katılımcı kuruluşlar, sadece marka tescili yaptırmayı markalaşma çalışmaları yapmakla eş tutmakta bu da kendilerinde bir yanlışlık meydana getirmektedir.

MARKALAŞMA ÇALIŞMALARI PAZAR DAĞILIMI İLİŞKİSİ

	<u>PAZAR PAYI</u> %	<u>SAYI</u>	<u>MARKALAŞMA</u> <u>ÇALIŞMALARI</u>		
			<u>EVET</u>	<u>%</u>	<u>ORT.</u> <u>%</u>
DİŞ PİYASA	100	87	25	29	34
	75-99	25	10	40	
	50-74	21	3	14	
	50 ALTI	48	26	54	
İÇ PİYASA	100	16	7	44	44
	75-99	18	8	45	
	50-74	23	13	56	
	50 ALTI	124	36	29	

Tablodan görüleceği gibi, genel olarak İç Piyasa da faaliyet gösteren kuruluşlar, Markalaşma Çalışmaları yapmaktadırlar. Buna göre tamamen (% 100) iç piyasaya çalışan 16 kuruluşun 7 'si yani % 44 'ü Markalaşma Çalışmaları yaparken; tamamen (% 100) dış piyasaya çalışan 87 kuruluşunda 25 'i yani %29 'u markalaşma çalışmaları yürüttüğünü belirliyoruz.

Genel olarak ifade etmek gerekirse, İç piyasaya çalışan firmaların % 44 'ü; dış piyasaya çalışan firmaların ise % 34 'ü markalaşma çalışmaları yapmaktadır.

REKABET FAKTÖRLERİNDEN MARKA BİLİNİRLİĞİ İLE MARKALAŞMA ÇALIŞMALARI İLİŞKİSİ

<u>BAŞLICA REKABET FAKTÖRLERİ</u>	<u>EVET</u>	<u>%</u>	<u>HAYIR</u>	<u>%</u>
MARKA BİLİNİRLİĞİ	80	44	101	56
MARKALAŞMA ÇALIŞMALARI	62	33	119	67

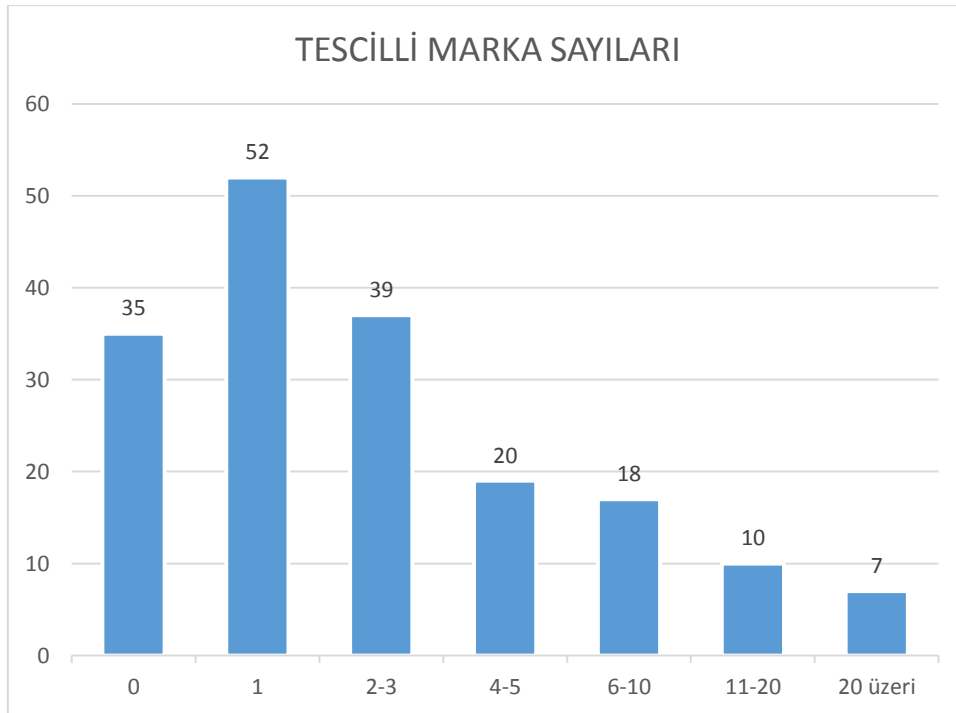
Markalaşma çalışmaları yapılmadan marka bilinirliğini sağlamak çok zordur. Zaten rekabet faktörlerinde marka bilinirliği sorulurken; markalaşma çalışmaları ile ilişkilendirilmiştir. Buna göre, katılımcı kuruluşların % 44 'ü marka bilinirliğine evet derken, % 33 'ü marka çalışmaları yapmaktadır. Bu sonuç bize halı kuruluşlarının marka bilinirliği konusunda iyimser olduklarını göstermektedir.

8.TESCİLLİ MARKA

Markalaşma çalışmaları paralelinde katılımcı kuruluşların sahip oldukları markalar bu başlık altında incelenmiştir. Kuruluşların marka sahibi olmaları, markalarını tescil ettirmeleri ile ilişkilendirilmiştir. Buna göre, kuruluşların % 29 'unun yani 52 'sinin en an bir markaya sahip oldukları belirlenmiştir.

TESCİLLİ MARKA SAYISI	FİRMA SAYISI	%
0	35	20
1	52	29
2-3	39	22
4-5	20	11
6-10	18	10
11-20	10	6
20 üzeri	7	2
TOPLAM	181	

2-3 markaya sahip olan kuruluşların oranı % 22 ile 39 kuruluş; 4-5 markaya sahip olan kuruluşların sayısı da 20 ve oranı % 11 olarak görülmektedir. 6-10 marka sahibi kuruluşların sayısı 18 ve oranı % 10 iken; 11-20 markaya sahip firmaların sayısı 10 ve oranı da 6 dır.



20 'den fazla sayıda marka tescili olan % 2 oranında 7 kuruluş bulunurken, dikkat çekici bir durum, 35 firmanın yani kuruluşların % 20 sinin hiç tescilli markasının olmadığıdır.

9.YÖNETİM SİSTEMLERİ

Yönetim sistemleri başta ISO 9000 Kalite Yönetim Sistemi olmak üzere ISO 18000 İş Sağlığı Güvenliği ve ISO 14000 Çevre Yönetim Sistemleri, birçok üretim kuruluşunun ilerlemesinde ve kurumsallaşmasında önemli faktörlerdir.

Katılımcı kuruluşların ISO 9000 Kalite Yönetim Sistemine mesafeli yaklaştıkları görülmektedir. Kuruluşların 42 'si yani % 23 'ü ISO 9000 Kalite Yönetim Sistemi sahibi olduklarını ifade etmişlerdir.

<u>YÖNETİM SİSTEMLERİ</u>	<u>27</u>	<u>35</u>	<u>38</u>	<u>43</u>	<u>45</u>	<u>51</u>	<u>59</u>	<u>72</u>	<u>81</u>	<u>Genel Toplam</u>	<u>%</u>
ISO 9000	31		2		7	1			1	42	23
HAYIR	126	1	2	1	2		1	1		134	75
ECOTEKS	3									3	1
TSE	2									2	1
Genel Toplam	162	1	4	1	9	1	1	1	1	181	

Katılımcı kuruluşların % 75 'i yani 134 kuruluşta her hangi bir yönetim sistemi bulunmamaktadır.

KURUMSALLAŞMA FAKTÖRLERİNDEN ORGANİZASYON ŞEMASI VE GÖREV TANIMLARI İLE YÖNETİM SİSTEMLERİ İLİŞKİSİ

Katılımcı kuruluşların % 46 'sı yani 83 'ü kuruluşunda Organizasyon Şeması ve Görev tanımlarına sahip olduğunu ifade ederken, Yönetim sistemlerini kullandıklarını belirten kuruluş sayısı 42 'de kalmaktadır.

<u>BAŞLICA REKABET FAKTÖRLERİ</u>	<u>EVET</u>	<u>%</u>
ORGANİZASYON ŞEMASI VE GÖREV TANIMLARI	83	46
YÖNETİM SİSTEMLERİ	42	23

Yönetim sistemlerinin en önemli parçası olan Organizasyon şeması ve Görev tanımları konusu bir çok firmada yer bulurken, Yönetim istemlerinin daha az ilgi çekmesi, ISO 9000 Kalite Yönetim sistemlerine bilinçli bir mesafeli yaklaşımı ortaya koymaktadır.

ISO 9000 KALİTE YÖNETİM SİSTEMİ



Halı üreticisi kuruluşların, sanayi kuruluşları için çok önemli ve yararlı bir yaklaşım olan ISO 9000 Kalite yönetim sistemlerine uzak durmalarının en önemli sebebi, kuruluşların bir sistem dahilinde çalışmaya henüz hazır olmadıkları ya da sistemli çalışmaya yatkın olmadıkları olabileceği gibi, piyasa da son yıllarda özellikle yabancı belgelendirme kuruluşlarının, sistem, dokümantasyon ve eğitim faaliyetleri yeterince uygulanmadan, gelişi güzel ve art niyetli belgelendirme faaliyetlerin de bulunmuş olmaları dolayısıyla, ISO 9000 'in prestijinin de sarsılmış olması da bir diğer önemli unsurdur.

Büyük çoğunluğu ihracata çalışan ve sürekli gelişen bir sektörde faaliyet gösteren kuruluşların bilinçli bir şekilde ISO 9000 Kalite Yönetim Sistemine mesafeli durması düşünülemez. Mutlaka piyasaların gelişmesi ile ilerleyen dönemlerde kullanıcı kuruluşların yararlarını görmesi ve tavsiyeleri ile ISO 9000 KYS halı üreticisi kuruluşlar tarafından hak ettiği ilgiyi görecektir.

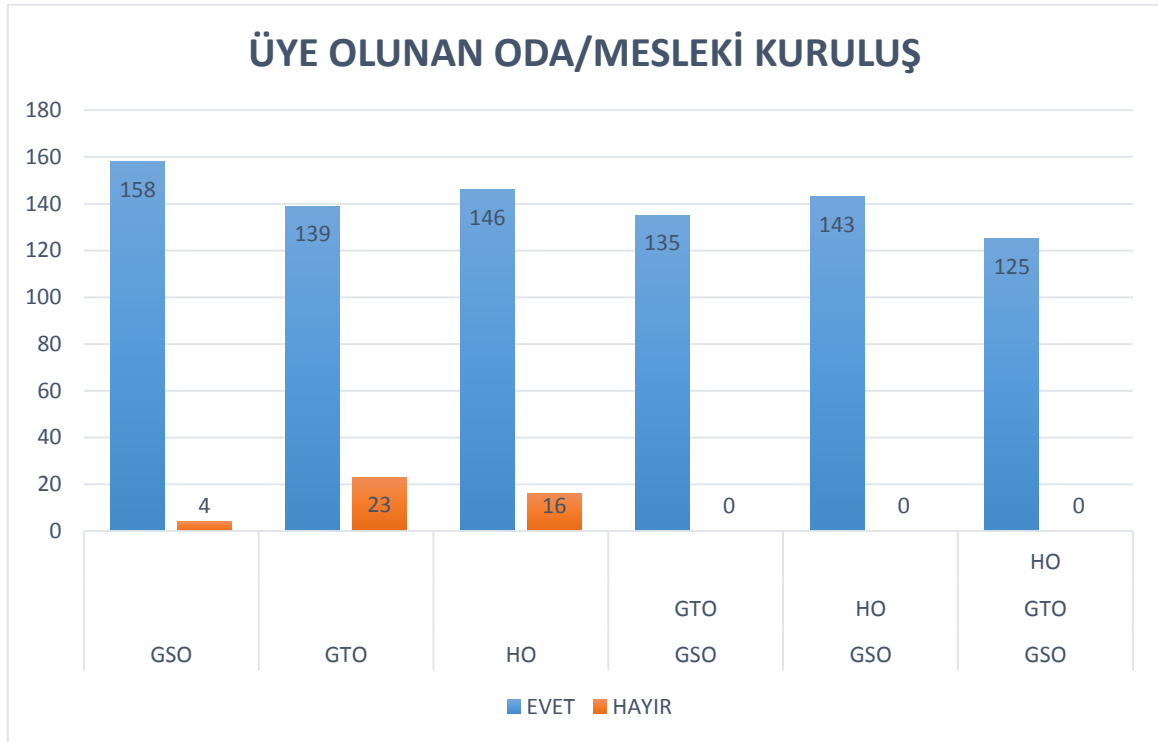
10.BAĞLI ODA/MESLEK KURULUŞU

Halı sektöründe faaliyet gösteren kuruluşların hemen hepsi Gaziantep Sanayi Odası'nın üyesi olduklarını belirliyoruz. Gaziantep'te 158 firma Sanayi odasına üye olduğunu ifade ederken, 139 firma da Ticaret odasına üye olduklarını belirtmişlerdir. Sanayi ve Ticaret odalarının yanında 144 kuruluşta Halıcılar odasına üye olduklarını belirtirken her üç odaya üye olan kuruluş sayısı 125 'tir. Yine Gaziantep'te hem Sanayi Odasına hem de Ticaret Odasına üye olan kuruluş sayısı da 135 'tir.

GAZİANTEP

GAZİANTEP	GSO	GTO	HO	GSO GTO	GSO HO	GSO GTO HO
EVET	158	139	144	135	143	125
HAYIR	4	23	16	0	0	0

Yasal zorunlulukların yanında üyelikle ilgili bu kadar yoğun ilgiye karşılık üye kuruluşlarda her üç odadan da iş potansiyellerini artırıcı ve üye kuruluşları geliştirici faaliyetler beklemektedirler.



GÜNEYDOĞU ANADOLU HALI İHRACATÇILARI BİRLİĞİ ÜYELİĞİ

Kuruluşların 162 'si Gaziantep'te faaliyet göstermektedir.

<u>GAHİB ÜYELİĞİ</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>	<u>%</u>
EVET	155	96
HAYIR	7	4

162 kuruluşun 155 'i yani % 96 'sı Güneydoğu Anadolu Halı İhracatçıları Birliğinin üyesi iken; 7 kuruluş GAHİB üyesi olmadıkları belirlenmektedir.



DİĞER İLLER

DİĞER İLLER	EVET	HAYIR
DEMİRCİ TSO	9	0
KAYSERİ SO+TO	4	0
EBSO	1	0
BATSO	1	0
KÜTAHYA TSO	1	0
NİĞDE TSO	1	0

Gaziantep dışındaki illerde de aynı ilgi durumunu gözlemliyoruz. Her halı kuruluşu faaliyet gösterdiği ilin ya da ilçenin Ticaret ve sanayi odalarının birer üyesidirler.

II. İNSAN KAYNAKLARI

1.ÇALIŞAN SAYISI

Katılımcı kuruluşlarda çalışan personel sayısı 22.465 kişidir. Kuruluşların çalışan sayılarından yola çıktığımız bu başlıkta, entegre yani bir den fazla alanda (örneğin iplik üretimi gibi) faaliyet gösteren grup şirketlerinde bu soruya cevap aranırken sadece halı üretiminde çalışan personel sayıları dikkate alınmıştır.

<u>İli</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>	<u>TOPLAM ÇALIŞAN</u>	<u>%</u>
GAZİANTEP	166	22.357	84,4
KAYSERİ	4	1.303	5
NIĞDE	1	850	3,3
MANİSA/DEMİRCİ	9	302	1,1
DÜZCE	1	200	0,7
TEKİRDAĞ	1	143	0,5
BATMAN	1	120	0,4
İZMİR	1	47	0,1
KÜTAHYA/SİMAV	1	43	0,1
DiĞER	3	1.120	4,2
Genel Toplam	188	26.485	

Çalışanların % 84,4 'ü yani 22.357 kişinin Gaziantep 'te çalıştıklarını belirliyoruz. Halı sektöründe Gaziantep 'ten sonra en fazla istihdamı 1.303 kişi ile Kayseri sağlamaktadır. Kayseri 'nin istihdamdaki payı, % 5 'tir. Sırasıyla Niğde 'de 850 yani % 3,3, Manisa Demirci 'de 302 yani yaklaşık %1,1 , Düzce 'de 200 yani yaklaşık % 0,7, Tekirdağ 'da 143 yani % 0,5 , ve Batman 'da 120 yani % 0,4 kişi çalışmaktadır.

Çalışan sayısı ile ilgili belirtmemiz gereken iki önemli ortalama değer söz konusudur. Elde edilen veriler ışığında;

A. Tezgâh başına düşen çalışan sayısı: 18-19 çalışan/tezgahtır.

B. Kapasite olarak, çalışan başına düşen üretim kapasitesi M^2 'si: 29.948 M^2 yani yaklaşık 30.000 M^2 .dir.

ÇALIŞAN SAYILARININ FİRMALARA GÖRE DAĞILIMI

Kuruluşları çalışan sayısı 200 altı ve 200 üstü olarak sınıflandırdığımızda karşımıza şu tablo çıkmaktadır. Çalışan sayısı 200 'ün altında olan 148 kuruluşa karşılık 200 ve üzeri çalışana sahip 33 kuruluş olduğunu belirlemekteyiz.

<u>ÇALIŞAN SAYISI</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>	<u>%</u>
200 ALTI	148	82
200 VE ÜSTÜ	33	18

Buna göre kuruluşların % 82 'si 200 altında çalışana sahip iken % 18 'i 200 ve üstü sayıda çalışana sahiptir.

<u>ÇALIŞAN SAYISI*</u>	<u>TÜRÜ</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>	<u>%</u>
0 – 9	MİKRO	8	4
10 - 49	KÜÇÜK	74	41
50 – 249	ORTA	75	41
250 -500	BÜYÜK	18	10
500 ÜZERİ	ÇOK BÜYÜK	6	3

*"Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik" esaslarına göre sınıflandırma

Bir başka sınıflandırma açısından durumu şöyle ifade edebiliriz:

Mikro ölçekteki kuruluşlar, % 4 ile 8 kuruluş; Küçük ölçekteki kuruluşlar, % 41 ile 74 kuruluş; Orta ölçekteki kuruluşlar, % 41 ile 75 kuruluş; Büyük ölçekteki kuruluşlar, % 10 ile 18 kuruluş ve Çok Büyük ölçekteki kuruluşlar, % 3 ile 6 kuruluş olarak belirlenmektedir.

Makine halısı sektörünün büyük çoğunluğu küçük ve orta büyüklükte kuruluşlardan oluşmaktadır.

2.ÇALIŞANLARIN DAĞILIMI

Kuruluşlardaki çalışanları İnsan Kaynakları Yönetimi açısında, üretimde/işletme de çalışan direkt üretimde çalışanlar (Mavi Yakalı) ve üretim dışında idari kadrolarda çalışanlar (beyaz yakalı) olarak temel gruba ayırdığımızda karşımız şu sonuç çıkmaktadır.

<u>ÇALIŞANLARIN DAĞILIMI</u>	<u>ÇALIŞAN SAYISI</u>	<u>%</u>
Toplam MAVİ YAKALI	23.306	88
Toplam BEYAZ YAKALI	3.179	12

Toplam çalışanların % 88 'i 23.306 'sı Mavi Yakalı yani direkt üretimde çalışanlar, % 12 'si olan 3.179 'u da idari kadrolarda çalışanlardan oluşmaktadır.



Buna göre tezgâh başına ortalama yaklaşık 16 kişi Mavi Yakalı, yine ortalama yaklaşık 3 kişi beyaz yakalı çalışan olduğu belirlenmektedir.

DIŞ TİCARET ÇALIŞANLARI

Önemli bir ihraç ürünö olan halı sektöründe diş ticaret çalıŐanlarının varlığı ve önemi de giderek artmaktadır. Kuruluşlar arasında diş ticaret departmanını ya da diş ticaret çalıŐanlarını incelediğimizde karşımıza aşağıdaki tablo çıkmaktadır.

DIŞ TİCARET ÇALIŞANI	KURULUŞ SAYISI
0	61
1	51
2	22
3	17
4-5	20
5-6-7	13
8-9-10	4
10 VE ÜZERİ	3

Buna göre 51 kuruluşta en az 1 kişi diş ticaret çalışanı mevcuttur. Daha çok yeni kurulan ve tezgah sayısı itibariyle küçük diyebileğimiz bu firmaları bazılarında diş ticaret çalışanı aynı zamanda iŐveren ya da ortaklardan birisi olmaktadır.

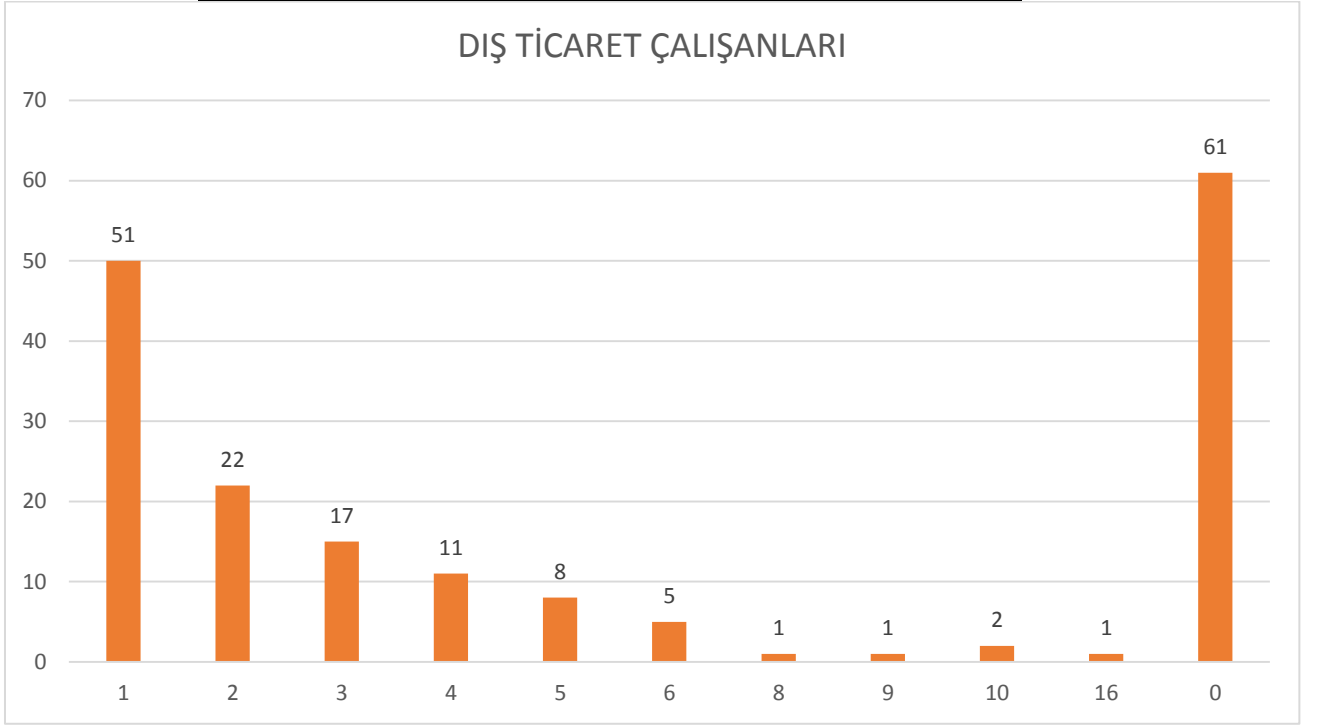
Kuruluşlardan 22 kuruluşta 2, 17 kuruluşta 3, 12 kuruluşta 4 ve 8 kuruluşta 5 kiŐilik diş ticaret ekibi çalışmaktadır.

Mevcut ihracatı gerçekleştiren bu kadrolardan 5 kuruluşta 6 kiŐilik, 1 kuruluşta 8 kiŐilik, 1 kuruluşta 9 kiŐilik, 2 kuruluşta 10 ve 1 kuruluşta da 16 kiŐilik diş ticaret departmanının bulunduğu belirlenmiştir.

Burada belirtmemiz gereken bir önemli nokta da 61 kuruluşta diş ticaret elemanı bulunmamaktadır. AraŐtırmada görüşülen kişinin cevabı açısından, eğer iŐveren diş ticaret faaliyetlerini yürütüyorsa, kendisini diş ticaret çalışanı olarak belirtmediği için bu sayı biraz yüksek çıkmış olabilir.

En çok personel ihtiyacı duyulan bölümler açısından baktığımızda 21 kuruluşta diş ticaret çalışanı ihtiyacı bulunduğunu tespit ediyoruz.

<u>EN ÇOK ELEMAN İHTİYACI OLAN BÖLÜMLER</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>
--	------------------------------



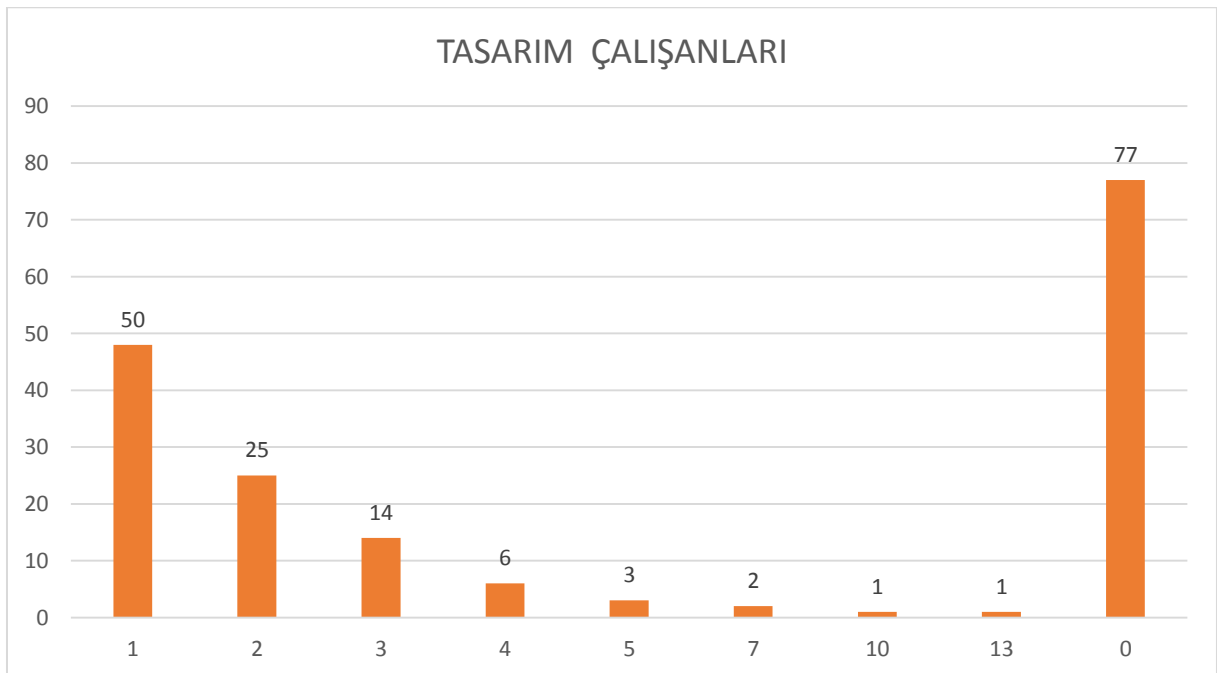
TASARIM ÇALIŞANLARI

Tasarım çalışmaları da makine halısı sektörü açısından önemli çalışmalardır. Daha çok Desen ile birlikte aynı departman/bölüm olarak çalışmalarını yürütmektedirler.

Tasarım çalışanlarından 50 kuruluşta en az bir kişi tasarım çalışmalarını yürütmektedir. 25 kuruluşta 2 kişi, 14 kuruluşta 3 kişi, 6 kuruluşta 4 kişi, 3 kuruluşta 5 kişi, 2 kuruluşta 7 kişi, 1 kuruluşta 10 kişi, 1 kuruluşta 13 kişi tasarımcı olarak görev yapmaktadır.

TASARIMCI ÇALIŞAN	KURULUŞ SAYISI
1	50
2	25
3	14
4	6
5	3
7	2
10	1
13	1
0	77

Yine 77 firmada hiç tasarımcı çalışan bulunmamaktadır. Tasarımcı çalışanın bulunmaması sonucu o kuruluşta tasarım faaliyeti olmadığı anlamını taşımamaktadır. Bu kuruluşlarda tasarım faaliyeti desenci çalışanlar tarafından da yapılabilmektedir.



En çok ihtiyaç duyulan bölümler açısından tasarım/desen bölümü ortak değerlendirilerek, 88 kuruluşta desen/tasarım çalışanına ihtiyaç duydukları tespit edilmektedir.

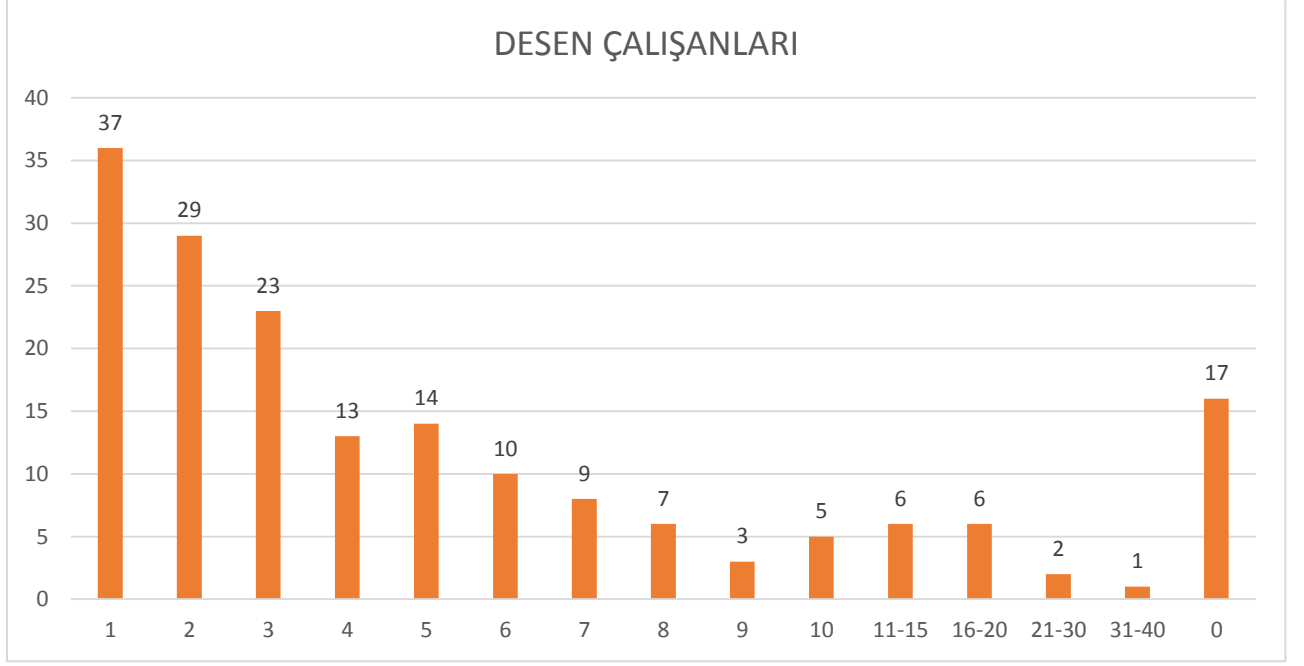
EN ÇOK ELEMAN İHTİYACI OLAN BÖLÜMLER	KURULUŞ SAYISI
DESEN/TASARIM	88

DESEN ÇALIŞANI

Halı desinatörlüğü makine halı sektörü için çok önemli bir yere sahiptir. Bunun içindir ki kuruluşların % 91 'inde yani 165 kuruluşta desen bölümü bulunmakta ve desenci çalışmaktadır.

DESEN ÇALIŞANI	Toplam
0	17
1	37
2	29
3	23
4-5	13
5-6	24
7-8	16
9-10	8
11-15	6
16-20	6
21-30	2
31-40	1

Geri kalan % 9 'luk 17 kuruluşta ise desenci çalışmadığını tespit ediyoruz. Bu kuruluşlar genelde desen hizmetini dışarıdan aldıkları gibi müşterilerinin kendilerinden istedikleri desen üzerine de üretim yapmakta olduklarını tespit ediyoruz.



Buna göre 37 kuruluşta 1 kişi, 29 kuruluşta 2 kişi, 23 kuruluşta 3 kişi, 13 kuruluşta 4 kişi, 14 kuruluşta 5 kişiden oluşan desen ekipleri görev yapmaktadırlar. Tablodan görüleceği gibi, 6 kuruluşta 11 ila 15 kişi, yine 6 kuruluşta 16 ila 20 kişi, 2 kuruluşta 21 ila 30 kişi, 1 kuruluşta da 31 ila 40 kişiden oluşan desen bölümleri bulunmaktadır.

Desen çalışanlarına, Tasarım Çalışanı başlığında belirttiğimiz gibi, 88 kuruluşta ihtiyaç bulunmaktadır.

<u>EN ÇOK ELEMAN İHTİYACI OLAN BÖLÜMLER</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>
DESEN/TASARIM	88

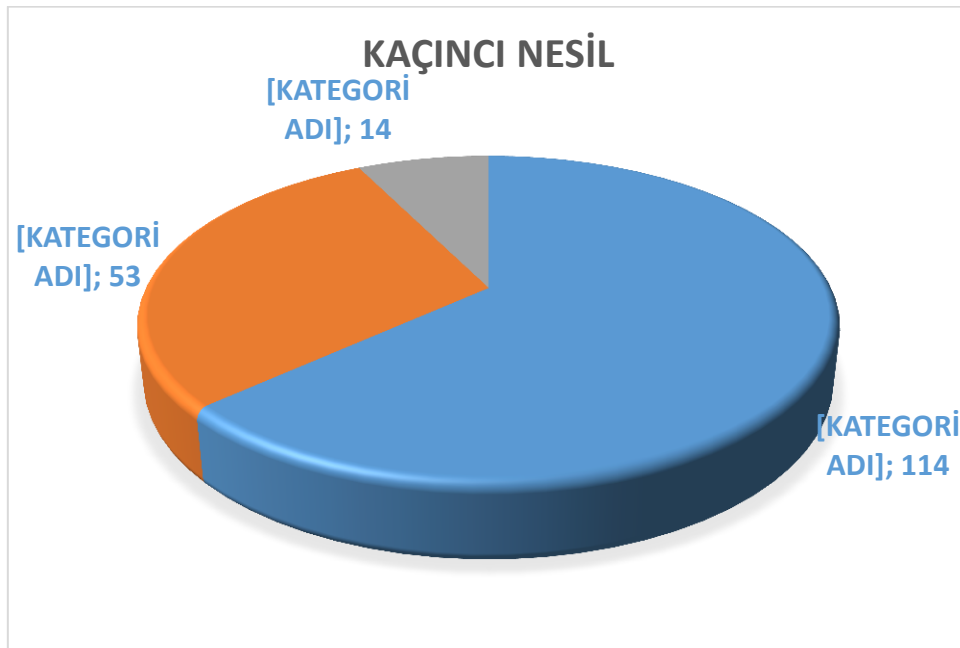
Desenci çalışmayan kuruluşlara baktığımızda 1-2 ve 4 tezgahlı ölçek olarak daha küçük ölçekli kuruluşlar olduğunu tespit ediyoruz. Tezgah sayısı arttıkça çalışan desenci sayısı da artmaktadır.

3.KAÇINCI NESİL

Ülkemizde halıcılığın geçmişi çok eskiye dayanmaktadır. Bu bağli olarak, halıcılık aile mesleği olarak ta birkaç kuşak eskiye dayanan bir geçmişle bağlıdır. Kuruluşlar, tarihlerini atölyeden fabrikaya geçiş ya da şirketleşme ya da organize sanayi bölgesinde fabrika kurma tarihlerinden başlattıkları için genç nesil bir sektör karşımıza çıkmaktadır.

<u>KAÇINCI NESİL</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>	<u>%</u>
1	114	63
2	53	30
3	14	7

Kuruluşların kaçınıncı nesil oldukları ile ilgili başlıkta 114 kuruluşun 1. nesil, 53 kuruluşun 2. nesil, 14 kuruluşunda 3. nesil kuruluşlar olduklarını görüyoruz.



Buna göre, kuruluşların % 63 'ü 1. nesil, % 30 'u 2. nesil, % 7'si de 3. nesildir.

En eski kuruluşun 52 yaşında, en eski 3 kuruluşun ortalamasının 45 olduğu bir tabloda kaçınıncı nesil sorusunun cevabi tablosunun bu şekilde çıkmış olması gayet normaldir.

Kuruluşlarda soruya cevap aranırken baba mesleğimiz dede mesleğimiz şeklinde ifadelere de çok sık rastlanmıştır.

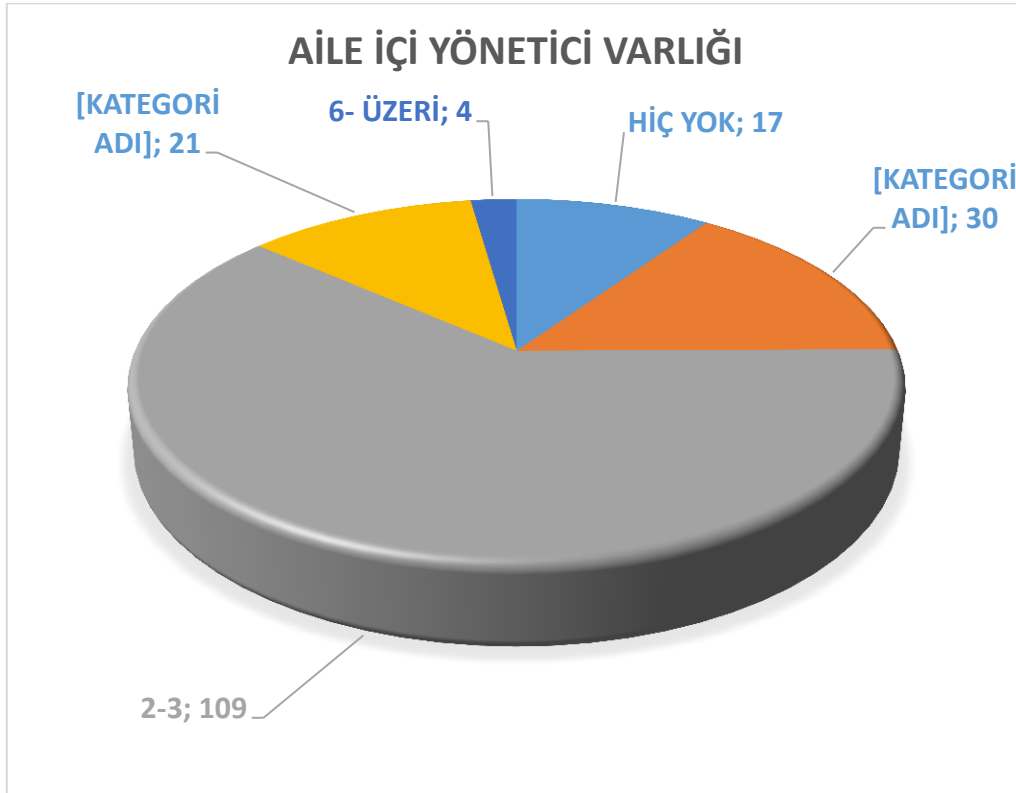
4.YÖNETİCİ PROFİLİ

Kuruluşlarda orta kademe yönetim (Müdür, Müdür Yardımcısı) yapısı incelendiğinde kullandığımız kıstasımız yöneticinin Aile içi ya da Profesyonel yönetici olup olmadığıdır.

Kuruluşların 17 'sinde yani % 9 'unda aileden yönetici bulunmazken, büyük çoğunluğunda kuruluşların 109 'unda 2-3 yöneticinin aileden yönetici olarak görev yaptığını tespit etmekteyiz.

<u>AİLE İÇİ YÖNETİCİ</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>	<u>%</u>
HİÇ YOK	17	9
1	30	17
2-3	109	60
4-5	21	12
6- ÜZERİ	4	2

Yine 30 kuruluşta % 17 'sinde en 1 aile içi yönetici görev yapmaktadır.



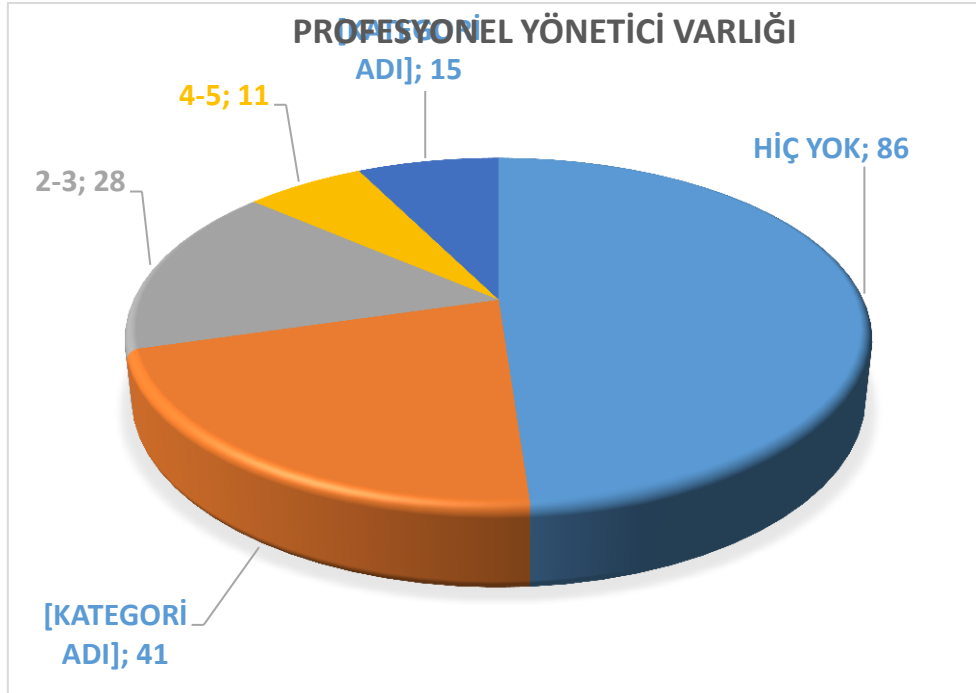
4 kuruluşta da 6 'dan fazla aile içi yöneticinin bulunduğunu belirtebiliriz.

Aile içi yöneticilerin büyük bir oranda aynı zamanda birer hissedar, şirket ortağı olduğunu da belirliyoruz.

<u>PROFESYONEL YÖNETİCİ</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>	<u>%</u>
HİÇ YOK	86	48
1	41	23
2-3	28	15
4-5	11	6
6-ÜZERİ	15	8

Aynı yaklaşımla profesyonel ya da aileden olmayan yönetici profiline baktığımızda da karşımıza yukarıdaki tablo çıkmaktadır. Buna göre 86 kuruluşta hiç profesyonel yönetici çalışmamaktadır. Bu bize 86 kuruluşta yönetimin tamamen aileye mensup kişiler tarafından yürütüldüğünü ifade etmektedir.

Buna karşılık 15 kuruluşta 6 'dan fazla sayıda aile dışı yönetici görev yapmaktadır.



41 kuruluşta yani kuruluşları % 23 'ünde en az 1 kişi aile dışından profesyonel yönetici görev YAPMAKTADIR.

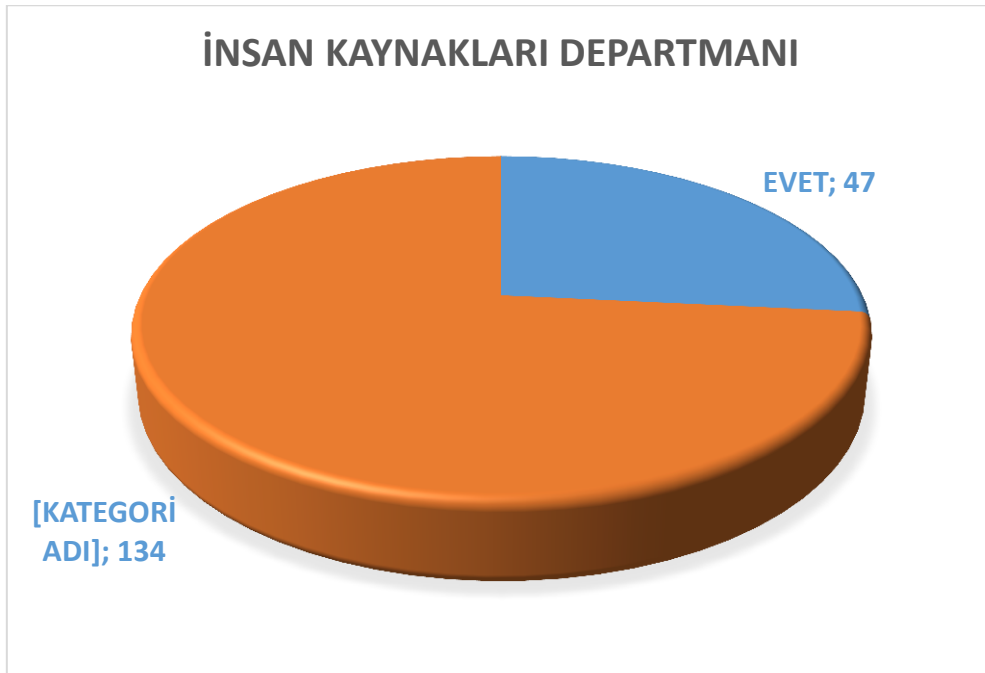
5.İNSAN KAYNAKLARI DEPARTMANI DURUMU

Halı sektörü hızla büyüyüp güçlenmesine rağmen, İnsan Kaynakları Yönetimi anlayışı maalesef aynı hızla kuruluşa, yönetimlerde etkin olamamıştır. Buradan sektörde İnsan kaynaklarının öneminin yeterince anlaşılmasını sonucunu çıkarabiliriz.

Bugün halı kuruluşlarının % 74 'ünde yani 134 firma da İnsan Kaynakları Departmanı bulunmamaktadır.

<u>İNSAN KAYNAKLARI DEPARTMANI</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>	<u>%</u>
EVET	47	26
HAYIR	134	74

İnsan kaynakları departmanı var diyen 47 kuruluşun olduğunu belirliyoruz. Bu da bize kuruluşların % 26 'sını vermektedir.



Kuruluşlarda İnsan Kaynakları varlığından bahseden 47 kuruluşu iyi niyetli girişimler olarak kabul etsek bile, var olduğu ifade edilen İnsan Kaynakları departmanlarının, Personel Özlük işleri dışında bir fonksiyonda bulunmadıklarını söyleyebiliriz. Şöyle ki; Kuruluşlardan 40 kuruluş Çalışan Memnuniyeti ile ilgili çalışmalarının olduğunu ifade ederken; 33 kuruluş Personel Devir hızı ile ilgili çalışmalarının olduğunu belirtmektedir.

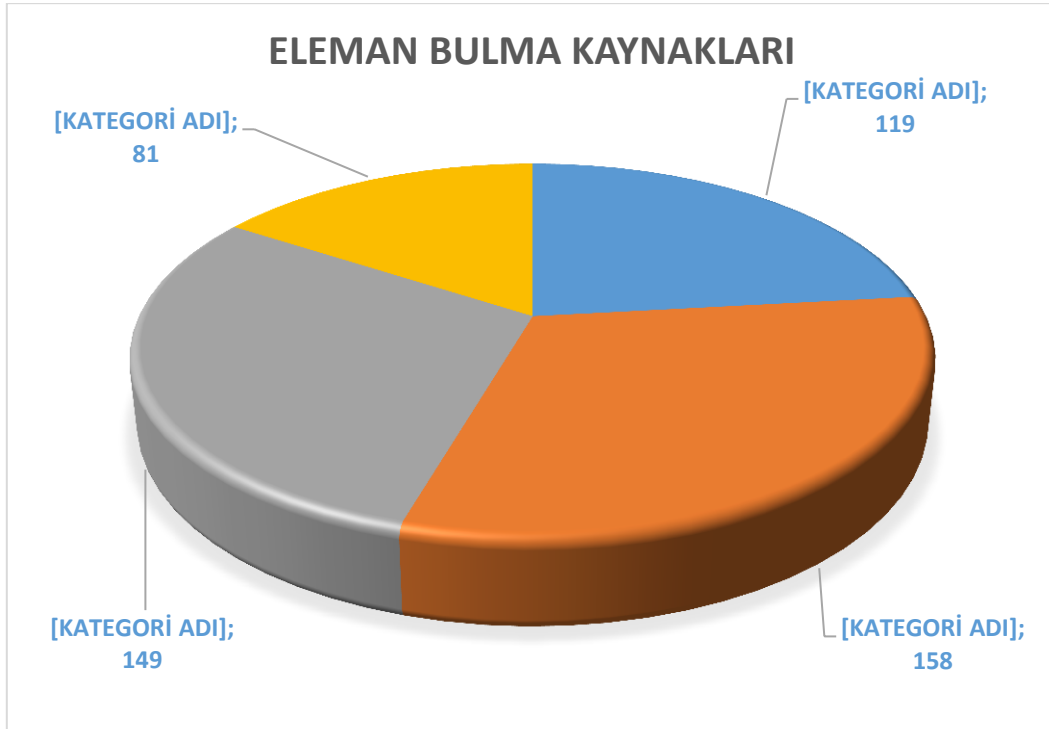
Yine kişi başı eğitim saati "0" olan kuruluş sayısı 117; 2 saat olan 60 (ki büyük çoğunluğu zorunlu İSG eğitimleri) kuruluş söz konusudur. Bu da bize İnsan Kaynakları departmanlarının en önemli işlevi olan Eğitim fonksiyonu ile ilgilenmediklerini sadece 4 kuruluşta formel eğitim faaliyetleri yapıldığını göstermektedir. Yine Mesleki eğitim faaliyetleri kuruluşların sadece 25 'inde yapılmaktadır. İnsan Kaynakları departmanlarının işlevlerini daha da artırmaları gerekir.

6.ELEMAN BULMA KAYNAKLARI

İnsan Kaynaklarının en önemli fonksiyonlarından biri de kuruluşun ihtiyaç duyduğu elemanları en kısa zamanda ve en doğru bir biçimde temin etmesidir. Bunun için çok değişik kaynaklar bulunmasına rağmen, halı kuruluşları 4 noktaya odaklanmışlardır.

<u>ELEMAN BULMA KAYNAKLARI</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>
ÇALIŞAN YAKINLARI/TANIDIKLAR	158
TANIDIKLAR	149
İŞKUR	119
İLAN YOLUYLA/WEB YOLUYLA	81

Kuruluşlardan 158 'i çalışan yakınları/tanıdıkları yoluyla ihtiyaç duyulan elemanları temin etmektedirler. Bu seçeneği 149 ile kendi tanıdıkları seçeneği takip etmektedir.



İŞKUR'dan yararlanan kuruluş sayısı 119 ile farklı bir seçenek oluşturmaktadır. Kuruluşların 81 'i de ilan (fabrikaya, servise veya yerel bir gazeteye ilan) ve internet ilanları yoluyla eleman temin etmektedirler.

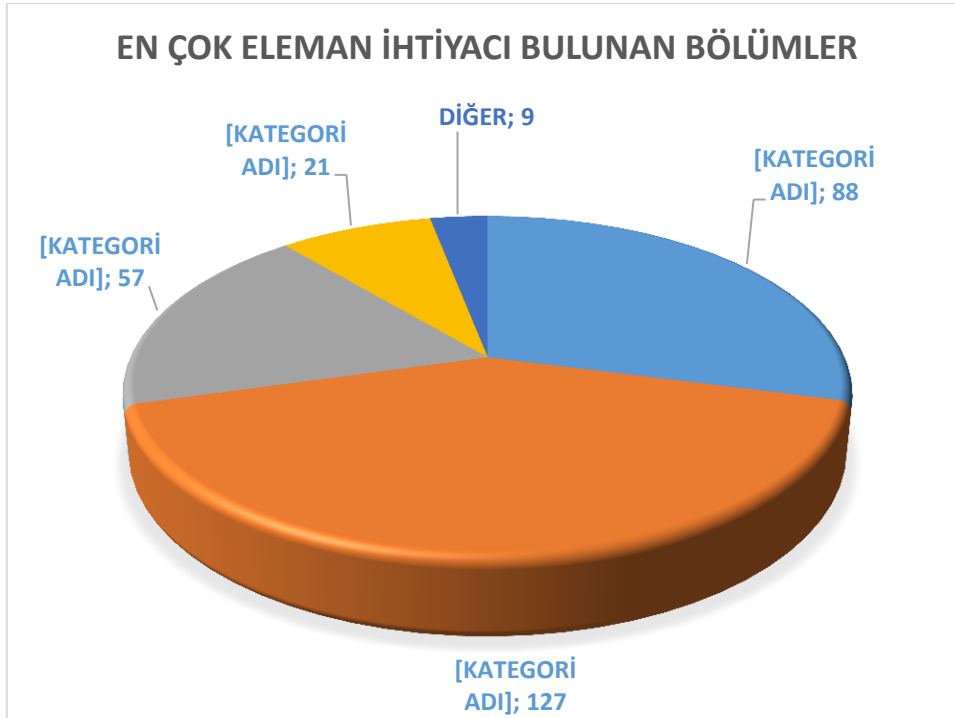
Bu seçeneklerin birbirine göre avantaj ve dezavantajları olduğu gibi, önemli olan temin edilen elemanın doğru eleman olması ve doğru bir şekilde çalıştırılarak, uzun süre kuruluş amaçlarına hizmet etmesidir.

7.EN ÇOK ELEMAN İHTİYACI BULUNAN BÖLÜMLER

Tüm sektörlerde olduğu gibi halı sektörü de gerek eleman giriş-çıkışlarından gerek yeni bölüm departman açılışlarından, gerekse de kapasite artışlarından etkilenerek, yeni elemanlara ihtiyaç duymaktadırlar.

EN ÇOK ELEMAN İHTİYACI OLAN BÖLÜMLER	KURULUŞ SAYISI
DOKUMA	127
DESEN/TASARIM	88
KONFEKSİYON- LARK (APRE)	57
DIŞ TİCARET- SATIŞ- PAZARLAMA	21
DİĞER ARGE-MUHASEBE-İDARİ	9

Kuruluşlar bölümler arasında en çok dokuma bölümüne eleman ihtiyacı duymaktadırlar. Dokuma bölümüne eleman ihtiyacı duyan kuruluş sayısı 127 olarak belirlenirken, dokuma bölümünü 88 kuruluş ile Desen/Tasarım bölümü takip etmektedir.



Daha sonra ihtiyaç duyulan bölüm ise, Konfeksiyon-Lark (Apre) bölümüdür. Bu bölümü ifade eden kuruluş sayısı, 57 'dir. Pazarlama, Dış Ticaret ve Satış bölümü de kuruluşların büyümeleri ve dışa açılmaları ihtiyacı açısından ihtiyaç duyulan diğer bir bölümdür. Bu bölümde ihtiyaç duyan kuruluş sayısı ise 21 kuruluştur. Ayrıca Muhasebe, İdari işler vb. diğer bölümlerde de 9 kuruluş eleman ihtiyacı duymaktadır.

8.MESLEKİ EĞİTİM DURUMU

Mesleki eğitimler, çalışanların niteliğinin dolayısıyla iş gücü verimliliğinin artırılması yönünde çok ciddi katkıları olan konudur. Gayet açıktır ki, makine halısı sektörünün de mesleki eğitim faaliyetlerine yoğun ihtiyacı vardır.

<u>MESLEKİ EĞİTİM DURUMU</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>	<u>%</u>
EVET	25	14
HAYIR	156	86

Mesleki eğitim açısından kuruluşların durumuna göz attığımızda, halı kuruluşlarının mesleki eğitime yeterince gereken önemin verilmediğini tespit etmiş bulunmaktayız. Buna göre kuruluşlar arasında Mesleki eğitim verildiğini ifade eden kuruluş sayısı 25 kuruluş yani % 14 'ler gibi düşük seviyelerdedir.

Bünyesinde hiç mesleki eğitim faaliyeti yapılmayan kuruluş sayısı 156 'dır. Bu da kuruluşların % 86 'sını işaret etmektedir.



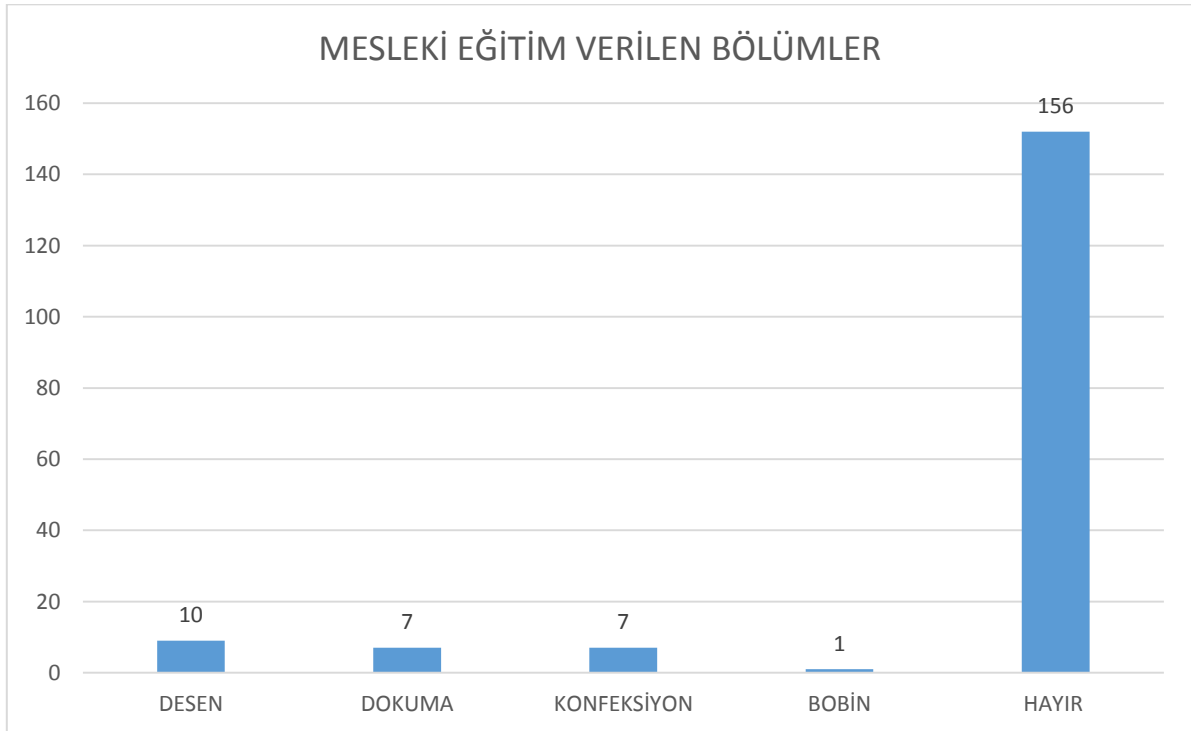
İnsan kaynakları yönetimi açısından da konuyu karşılaştırdığımızda aynı sonuç doğrulanmaktadır. İnsan kaynakları yönetimi departmanı var diyen 47 kuruluşa karşılık 25 kuruluştaki mesleki eğitim verildiğini ifade edilmektedir. Halbuki mesleki eğitimler İnsan kaynakları Yönetimi departmanlarının en öncelikli görevlerinden biridir.

MESLEKİ EĞİTİM VERİLEN BÖLÜMLER

Mesleki eğitim verilen kuruluşlardan 10 kuruluş Desen, 7 kuruluş Dokuma, ve 7 kuruluş ta konfeksiyon bölümlerinde mesleki eğitim faaliyeti yapmaktadır.

<u>MESLEKİ EĞİTİM VERİLEN BÖLÜMLER</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>
DESEN	10
DOKUMA	7
KONFEKSİYON	7
BOBİN	1
HAYIR	156

Rakamlardan anlaşılacağı üzere, mesleki eğitim faaliyetleri kuruluşların ihtiyaçlarının çok altındadır.

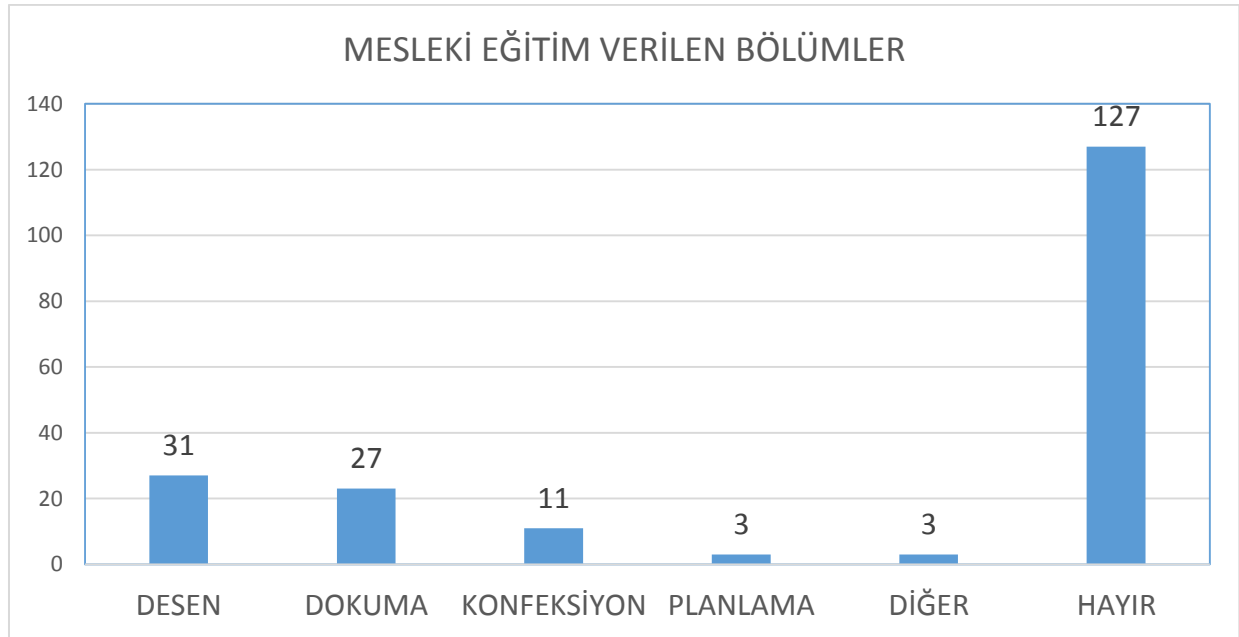


MESLEKİ EĞİTİM İHTİYACI DUYULAN BÖLÜMLER

Mesleki eğitim ihtiyacı duyulan bölümlerin başında da 31 kuruluş ile Desen bölümü gelmektedir. Desen bölümünden sonra en fazla mesleki eğitim ihtiyacı sırayla, dokuma bölümü 27 kuruluş, konfeksiyon bölümü 11 kuruluş ile gelmektedir.

<u>MESLEKİ EĞİTİM İHTİYACI DUYULAN BÖLÜMLER</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>
DESEN	31
DOKUMA	27
KONFEKSİYON	11
PLANLAMA	3
DİĞER	3
HAYIR	127

En farklı sonuç ise 127 kuruluşun mesleki eğitime her hangi bir ihtiyaçlarının bulunmadığı ifadesi ile ortaya çıkmaktadır.



Kuruluşların mesleki eğitim vermelerinin zorunluğu (26.05.2008 tarihinde Resmî Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe giren 5763 sayılı "İş Kanunu ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkındaki Kanun") bir yana; mesleki eğitimin gereği ve önemi halı kuruluşları tarafından vakit kaybedilmeden kabul edilmeli ve bu konuda harekete geçilmelidir.

MESLEKİ EĞİTİM DESTEK KURULUŞLAR

Mesleki eğitimle ilgili destek kuruluşlardan yararlanma da söz konusu, Bu kuruluşların başında 14 kuruluş ile İŞKUR gelmektedir. İŞKUR 'un yanında 5 kuruluşun Çıraklık Eğitimi Merkezinden, 3 kuruluşunda Halk Eğitim Merkezinden yararlandığını tespit ediyoruz.

<u>DESTEK KURULUŞLARI</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>
İŞKUR	14
ÇIRAKLIK EĞİTİM	5
HALK EĞİTİM	3
VAN DE WIELE	2
GAÜN	1
MEB	1
ÖZEL KURULUŞ	1

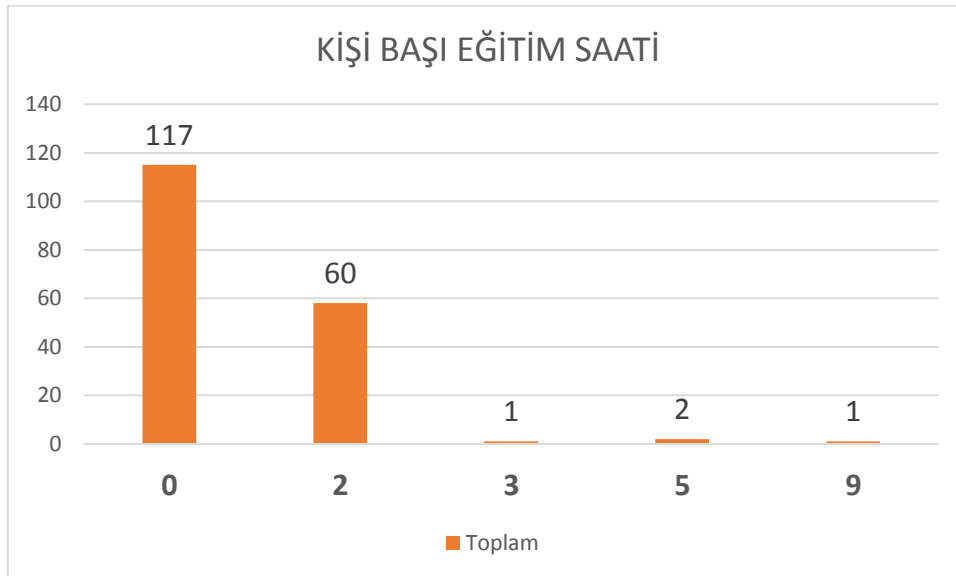
9.KİŞİ BAŞI EĞİTİM SAATI

Kişi başı eğitim saati, kuruluşun çalışanlarına o dönem içinde verdiği kişisel veya kurumsal gelişim eğitimleri ile her türlü işbaşı ve mesleki eğitimlerin toplam saatini belirtmektedir. Makine Halısı sektörünün çalışanlara eğitimle ilgili bir çalışma içinde oldukları söylenemez. Sadece 4 kuruluş programlı eğitim faaliyetleri yürüttüklerini ifade ederken, 1 kuruluş yıllık ortalama 3 saat, 2 kuruluş ortalama 5 saat ve 1 kuruluş ortalama 9 saat eğitim verildiğini belirliyoruz.

KİŞİ BAŞI EĞİTİM SAATI (SAAT/YIL)	KURULUŞ SAYISI	%
0	117	65
2	60	32
3	1	1
5	2	1
9	1	1

60 firmada kuruluşların % 32 'sinde ortalama 2 saat planlı eğitim faaliyeti sürdürülmektedir. Burada belirtmemiz gereken önemli bir nokta bahsedilen eğitim saatinin büyük oranda İş Sağlığı ve Güvenliği eğitimlerine ait olmasıdır.

Kuruluşlardan % 65 'inde yani 117 kuruluşta eğitimle ilgili herhangi bir faaliyet bulunmamaktadır.



İş dünyasının her ögesi gibi makine halısı sektörü de İnsan Kaynakları Yönetimi anlayışının en önemli fonksiyonu olan kuruluş içi eğitime gereken önemi vermek durumundadır.

10.ÇALIŞAN MEMNUNİYETİ ÇALIŞMASI

Çalışan Memnuniyeti, iş dünyasında verimliliğe ve büyümeye etki eden en önemli unsurlardan biridir. Bunun içindir ki büyüyen ve gelişen firmalar, çalışan memnuniyetini değişik yöntemlerle ölçümleyerek kontrol altında tutmaya çalışırlar.

<u>ÇALIŞAN MEMNUNİYETİ ÇALIŞMASI DURUMU</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>	<u>%</u>
EVET	40	22
HAYIR	141	78

Çalışan Memnuniyeti faaliyetleri kuruluşlarda İnsan Kaynakları Yönetimi anlayışı doğrultusunda yürütülmektedir. Kuruluşları İnsan Kaynakları Yönetimi yapısı ile Çalışan Memnuniyeti faaliyeti birbirine paraleldir.

<u>İNSAN KAYNAKLARI DEPARTMANI</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>	<u>%</u>
EVET	47	26

Kuruluşlardan % 26 'sı yani 47 kuruluş, İnsan kaynakları yönetimi departmanına sahipken, Çalışan memnuniyeti faaliyeti de bu sonuca yakın bir sonuç oluşturmuştur. Buna göre kuruluşlardan % 22 'si yani 40 kuruluşta Çalışan memnuniyeti çalışması yapılmakta olduğunu gözlemliyoruz.

141 kuruluşta yani kuruluşların % 78 'inde Çalışan Memnuniyetine yönelik herhangi bir çalışma yapılmamaktadır.



11.PERSONEL DEVİR HIZI ÇALIŞMASI

Çalışan Memnuniyeti gibi, Personel Devir Hızı da İnsan Kaynakları Yönetiminin en önemli göstergelerindendir. Memnuniyeti ölçümlenen çalışan, kurulacak diğer sistemler ve ya alınacak önlemlerle kuruluşta çalışmasına devam edecek, verimli ve uzun süreli bir çalışan olarak, kuruluşun amacına hizmet edecektir. Personel Devir Hızı da belli dönemler halinde ölçümlenmeli ve kontrol altında tutulmalıdır.

<u>PERSONEL DEVİR HIZI ÇALIŞMASI DURUMU</u>	<u>KURLUŞ SAYISI</u>	<u>%</u>
EVET	33	18
HAYIR	148	82

Kuruluşlardan 33 kuruluşta yani % 18 'inde Personel Devir hızı çalışması yapılmaktadır.

148 kuruluşta ki bu kuruluşların % 82 'si, personel devir hızı ile ilgili herhangi bir çalışma yapılmamaktadır.

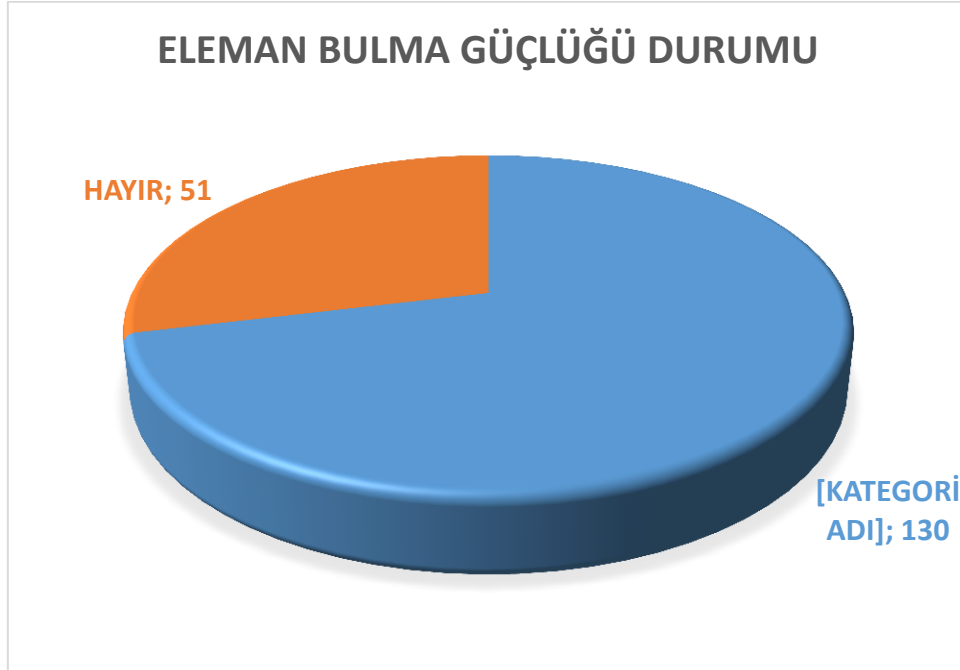


12.ELEMAN BULMA GÜÇLÜĞÜ

Genel iş gücü piyasasında meydana gelen daralma ve krizlerin etkisiyle halı sektörü iş gücü piyasası da sorunlar yaşamaktadır. Kuruluşlar her an istenen elemanları sağlamakta yıllar geçtikçe zorlanmaktadır.

<u>ELEMAN BULMA GÜÇLÜĞÜ DURUMU</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>	<u>%</u>
EVET	130	71
HAYIR	51	29

Kuruluşlardan % 71 'i yani 130 kuruluş eleman bulma güçlüğü yaşadıklarını ifade etmektedirler. Buna rağmen 51 kuruluşun yani % 29 kuruluşun eleman bulmada herhangi bir güçlük yaşamadıklarını belirliyoruz.



Eleman bulma güçlüğü durumu firmadan firmaya değişiklik göstermemekte, büyük veya küçük hemen her tür firmada eleman bulma güçlüğü yaşanmaktadır.

<u>TEZGAH SAYISI</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>	<u>ELEMAN BULMA GÜÇLÜĞÜ YAŞAYAN</u>	<u>%</u>
5 VE ALTI	109	68	62
6 VE ÜSTÜ	72	50	69

5 ve altı tezgah sayısına sahip kuruluşlarda eleman bulma güçlüğü % 62 iken; 6 ve üstü tezgah sayısına sahip kuruluşlarda ise, % 69 olarak tespit edilmektedir.

Çalışan sayılarından yola çıkarak aynı analizi yaptığımızda da sonuç aynı çıkmaktadır.

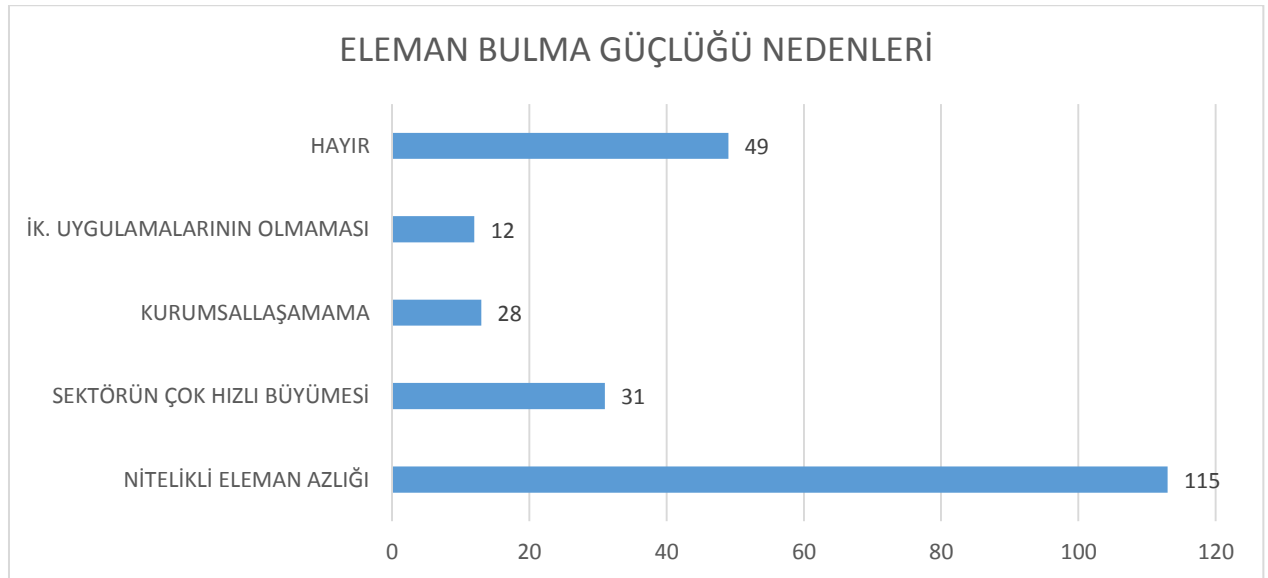
<u>ÇALIŞAN SAYISI</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>	<u>ELEMAN BULMA GÜÇLÜĞÜ - EVET</u>	<u>%</u>
200 ALTI	148	93	63
200 ÜSTÜ	33	23	70

200 altı çalışana sahip 148 kuruluşun % 63 'ü yani 93 kuruluş, 200 üstü çalışana sahip 33 kuruluşun % 70 'i yani 23 kuruluş eleman bulma da güçlük yaşamaktadır.

ELEMAN BULMA GÜÇLÜĞÜ NEDENLERİ

Kuruluşlar ölçekleri ne olursa olsun, eleman bulma güçlüğü yaşamaktadır. Bu güçlüğü nedenleri nelerdir sorusuyla konuyu irdelediğimizde 115 kuruluşun Nitelikli Eleman eksikliği cevabı ile yaklaştıklarını görüyoruz. 49 kuruluş herhangi bir neden ifade etmezken, 31 kuruluş ta sektörün çok hızlı büyümesi yoluyla işgücü talebinin aşırı artması olarak belirtmektedir.

<u>ELEMAN BULMA GÜÇLÜĞÜ NEDENLERİ</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>
NİTELİKLİ ELEMAN AZLIĞI	115
SEKTÖRÜN ÇOK HIZLI BÜYÜMESİ	31
KURUMSALLAŞAMAMA	28
İK. UYGULAMALARININ OLMAMASI	12
HAYIR	49



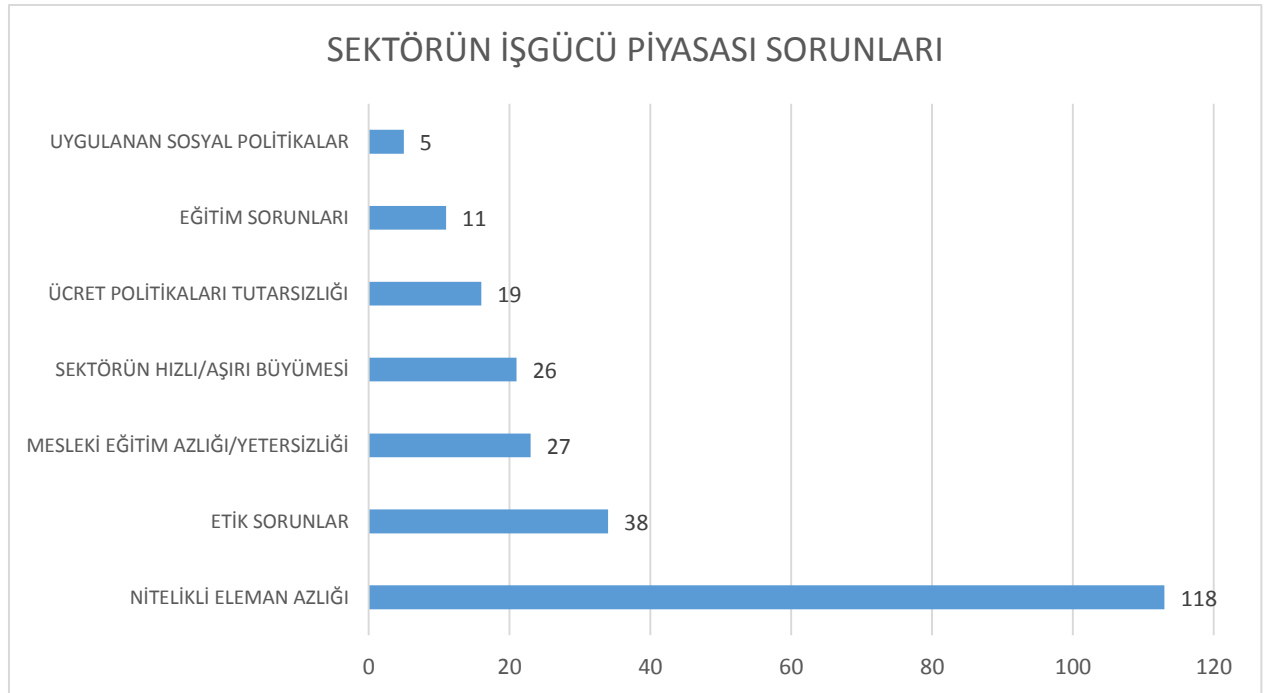
Bunun yanında 28 kuruluş Kurumsallaşamamak 12 kuruluşunda İK. Uygulamalarının olmamasını eleman bulma güçlüğü olarak belirtmişlerdir.

13. SEKTÖRÜN İŞGÜCÜ PİYASASI SORUNLARI

İş gücü piyasası sorunları açısından sektöre baktığımızda aşağıdaki tablo karşımıza çıkmaktadır. Sektörde iş gücü piyasasının bir numaralı sorunu Nitelikli Eleman Azlığı/Eksikliği dir. Nitelikli eleman eksikliği nedeni ifade eden kuruluş sayısı 118 kuruluş iken; 38 kuruluş Etik sorunlar şeklinde ikinci nedeni ifade etmişlerdir. Bu etik sorunlar, kuruluşlar arası eleman transferleri, kuruluşlar arası ücret politikalarındaki tutarsızlıklar gibi ifade edilmektedir.

SEKTÖRÜN İŞGÜCÜ PİYASASI SORUNLARI	<u>KURULUŞ SAYISI</u>
NİTELİKLİ ELEMAN AZLIĞI	118
ETİK SORUNLAR	38
MESLEKİ EĞİTİM AZLIĞI/YETERSİZLİĞİ	27
SEKTÖRÜN HIZLI/AŞIRI BÜYÜMESİ	26
ÜCRET POLİTİKALARI TUTARSIZLIĞI	19
EĞİTİM SORUNLARI	11
UYGULANAN SOSYAL POLİTİKALAR	5

27 kuruluş Mesleki Eğitim Azlığı/Yetersizliği, 26 kuruluş sektörün hızlı/aşırı büyümesi, 19 kuruluş ücret politikaları tutarsızlığı nedenlerini ifade etmişlerdir.



11 kuruluş Eğitim sorunlarını ve 5 kuruluşta hükümetin uyguladığı sosyal politikaları neden olarak göstermişlerdir.

14.KURUMSALLAŞMA

Son yıllarda değişen ve globalleşen iş dünyası ile birlikte en çok ifade edilen ve en çok duyulan kavramlardan birisi de kurumsallaşma kavramıdır. Zaman zaman yanlış anlaşılrsa, bazı ortamlarda tepki çekse, uzman olmayanlarca kavram karmaşasına konu olsa da kurumsallaşma kavramının sıcaklığını hissetmeye ve arayışlarda bulunmaya devam edilecektir. Kurumsallaşmanın birçok işareti olduğu gibi araştırmamızda 5 farklı konuyu kurumsallaşma işareti olarak değerlendirmeye tabi tutmuş bulunmaktayız.

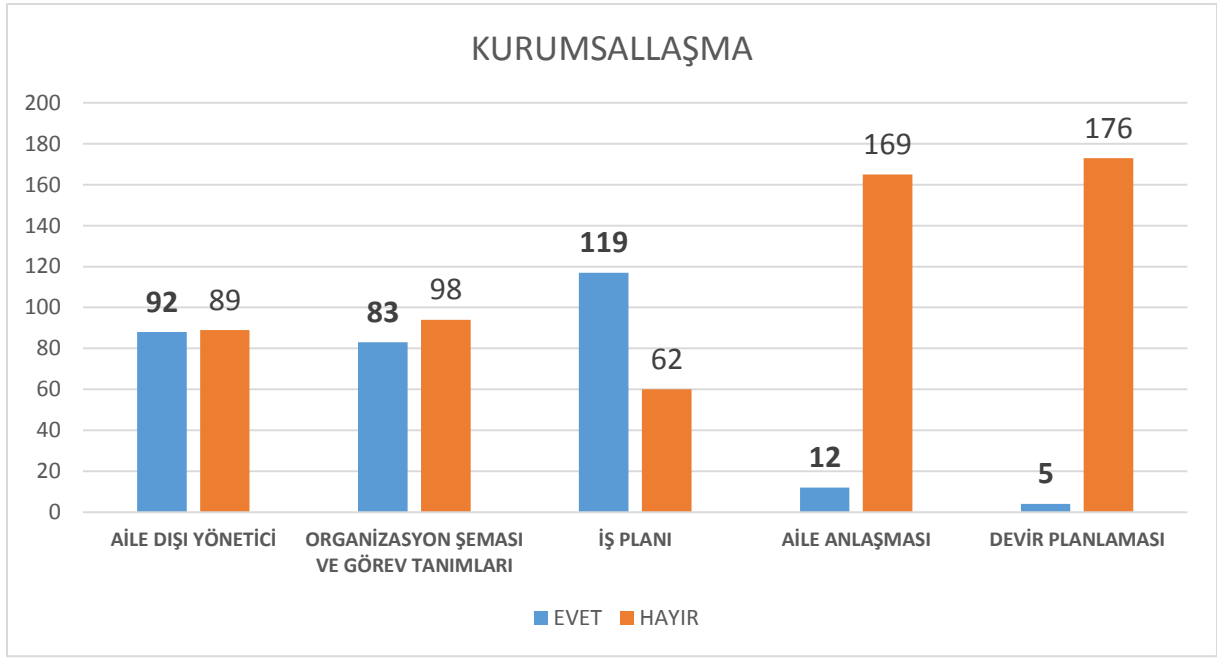
<u>KURUMSALLAŞMA</u>	<u>EVET</u>	<u>%</u>	<u>HAYIR</u>	<u>%</u>
AİLE DIŞI YÖNETİCİ	92	51	89	49
ORGANİZASYON ŞEMASI VE GÖREV TANIMLARI	83	46	98	54
İŞ PLANI	119	66	62	34
AİLE ANLAŞMASI	12	7	169	93
DEVİR PLANLAMASI	5	3	176	97

Katılımcı kuruluşların % 51 'i yani 92 kuruluş aile dışı yöneticinin varlığını işaret ederken, yakın bir oranda % 49 'u yani 89 kuruluş aile dışı yöneticinin bünyelerinde görev yapmadığını ifade etmektedirler.

İkinci konu Organizasyon Şeması ve Görev tanımları; bu konuda da az farkla eşitlik söz konusudur. 83 kuruluş yani kuruluşları % 46 'sı evet var derken % 54 'ü yani 98 kuruluş organizasyon şeması ve görev tanımlarının olmadığını belirtmişlerdir.

Üçüncü konu İş Planı olup olmadığı şeklindedir. Bu konuda 119 kuruluş Yani % 66 'sı olumlu ifade ederken 62 kuruluş yani % 34 'ü olumsuz yaklaşmışlardır.

Dördüncü konu Aile Üyesi ortaklar arasında aile anlaşmasının olup olmadığı konusudur. Bu konuda kuruluşların yüksek çoğunluğu % 93 'ü yani 169 aile anlaşmasının olmadığını belirtmektedir. 12 kuruluş yani kuruluşların % 7 'si de aile anlaşmasının var olduğunu ifade etmişlerdir.



Beşinci ve son konu da devir planlamasıdır. Devir planlamasında da kuruluşlar arasında açık ara fark vardır. 5 Kuruluş yani % 3 kuruluş devir planlaması var derken, 176 kuruluş yani kuruluşların % 97 'si gibi ezici çoğunluğu devir planlamasının kuruluşları bünyesinde olmadığını belirtmişlerdir.

KURUMSALLAŞMA VE ORTAKLIK YAPISI İLİŞKİSİ

	<u>AİLE İÇİ ORTAKLIK</u> <u>130 KURULUŞ</u>		<u>AİLE DIŞI ORTAKLIK</u> <u>50 KURULUŞ</u>	
	<u>KURULUŞ SAYISI</u>	<u>%</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>	<u>%</u>
1-İK DEPARTMANI	41	<u>32</u>	10	<u>20</u>
2-ISO 9000 KYS	35	<u>27</u>	13	<u>26</u>
3-ORGANİZASYON ŞEMASI VE GÖREV TANIMLARI	63	<u>48</u>	22	<u>44</u>
4-PERSONEL DEVİR HIZI	40	<u>31</u>	13	<u>26</u>

Her iki yapının 4 farklı değerlendirmesi yapıldığında sonuçlar arasında çok büyük farkın olmadığını tespit etmiş bulunmaktayız. İş dünyasında Aile dışı ortaklık yapısının sanki daha kurumsal kuruluşlara işaret ediyormuş gibi bir algıya sahip olduğunu söylememiz mümkündür. Fakat yukarıdaki tablonun kurumsallaşmanın aile dışı ya da aile içi ortaklık yapıları ile direkt bir ilgisinin olmadığını göstermektedir.

Elbette kurumsallaşmanın bir sonu ya da net bir ölçüsü yoktur fakat kurumsal kuruluşlarla kurumsal olmayan kuruluşları bir birinden ayırmaya yarayan araçlar, politikalar ve sistemler açısından rahatlıkla değerlendirme yapılabilir.

Genel bir değerlendirme yaptığımızda, makine halı sektörü kuruluşlarının kurumsallaşma yönünde daha çok yol almaları gerektiğidir.

15.İK YAZILIMI

Her alandaki bilgi iletişim yazılımları, işlerin yürütümünü ve bilgiye ulaşmayı hem hızlandıran hem de kolaylaştıran, etkin bir şekilde veri depolayan ve veri analizine yarayan önemli araçlardır. İnsan kaynakları açısından da çok değişik yazılımlar söz konusudur.

<u>İK YAZILIMI</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>	<u>%</u>
ERP YAZILIMLARI	6	3
HAYIR	175	97

Katılımcı kuruluşların İnsan Kaynakları (İK) yazılımlarına ilgi duymadıklarını gözlemliyoruz. Özel İK yazılımı kullanan kuruluş yoktur. Bunun yerine hayır diyen firmalar içinde yoğun bir şekilde Muhasebe Yazılımları paketinden yararlandıklarını ifade ettiklerini belirtmeliyiz. % 97 ve 175 kuruluş gibi büyük çoğunlukla İK yazılımlarının kullanılmadığını ifade etmektedirler.

Kuruluşlarda 6 kuruluş (% 3) ERP programları dahilinde yer alan İK yazılımlarından yararlandıklarını belirliyoruz.



III. ÜRETİM

1. ÜRETİLEN BİRİNCİL ÜRÜN

Halıcılık Sektörü Ürünleri ve Sınıflandırılması

Halılar makine ve el halısı olmak üzere kabaca iki şekilde sınıflandırılabilir gibi üretim yöntemi, kullanılan hammadde ve kullanıldıkları yere göre de sınıflandırılabilir.

Standart Uluslararası Ticaret Sınıflandırmasına Göre Halıcılık Sektörü

Standart Uluslararası Ticaret Sınıflandırması (Standard International Trade Classification-SITC Rev: 3) sınıflandırmasına göre halılar SITC: 659'da yer almaktadır. Armonize Sistem sınıflandırmasına göre halılar 57. fasılda yer almaktadır.

Bu ürün tanımında yer alan ürün grupları aşağıda yer almaktadır :

Halıcılık Sektörünün Armonize Sisteme Göre Sınıflandırılması

El Halısı ve Kilim	
GTİP KODU	GÜMRÜK TARİFELERİ VE İSTATİSTİK POZİYONU
5701	Düğümlü veya Sarmalı Halılar (El Dokuması Halılar)
570210	Kilim, Sumak, Karaman vb. Elde Dokunmuş Yer Döşemeleri
580500	El İşi Duvar Halıları
Makine Halısı	
570220 – 570299	Dokuma Makine Halıları
5703	Tüfte Edilmiş Halılar
5704	Keçeden Halılar
5705	Diğer Halılar ve Yer Kaplamaları

Kaynak: T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2012.

Üretim Yöntemine Göre Halıcılık Sektörünün Sınıflandırılması

1. Makine Halısı
2. El Dokuma Halısı

Makine halısı sektörü ile yapmış olduğumuz araştırma da kullanılan hammaddeye göre Akrilik, Polipropilen (PP) vb. hammaddelerden dokunmuş parça halı, yünden yapılmış parça halı ve ayrıca tufting halı olmak üzere 3 tür makine halısı çeşidine ulaşılmıştır.

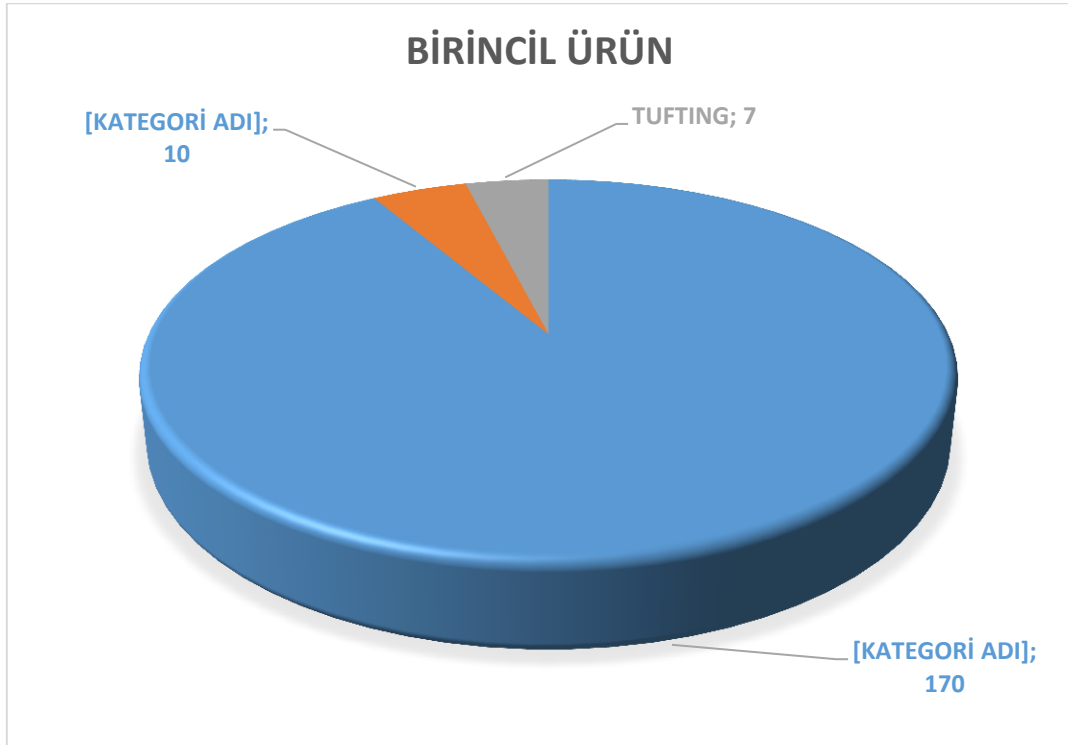
Buna göre, araştırmaya katılan 181 kuruluşun 166 'sı makine halısı, 10 kuruluş yün makine halısı ve 7 kuruluş tufting halı üretiminde faaliyet göstermektedir. Yani kuruluşların % 92 'si Makine Halısı, % 4 'ü Yün Makine Halısı, % 4 'ü de Tufting halı üretmektedir.

BİRİNCİL ÜRÜN	İLLER									Genel Toplam	%
	27	35	38	43	45	51	59	72	81		
MAKİNE HALISI	165		3			1		1		170*	91
MAKİNE HALISI - YÜN				1	9					10	5
TUFTING	3	1	1				1		1	7	4
Genel Toplam	168	1	4	1	9	1	1	1	1	187	

(*) Gaziantep'te 2 firma hem Makine Halısı (Parça Halı) hem de Tufting Halı faaliyetindedir.

170 Makine Halısı kuruluşunun 165 'i Gaziantep 'te faaliyet göstermektedir. 3 kuruluş Kayseri 'de, 1 kuruluş Niğde 'de, 1 kuruluşta Batman ilinde kurulu bulunmaktadır.

Yün Makine halısı üreticisi 9 kuruluş Manisa 'nın Demirci ilçesinde ve 1 kuruluş Kütahya 'nın Simav ilçesinde faaliyet göstermektedir.



Tufting halı üreticisi 7 kuruluştan 3 'ü Gaziantep 'te, 1 'i İzmir 'de, 1 'i Kayseri 'de, 1 'i Tekirdağ 'da, 1 'i de Düzce 'de üretim yapmaktadır.

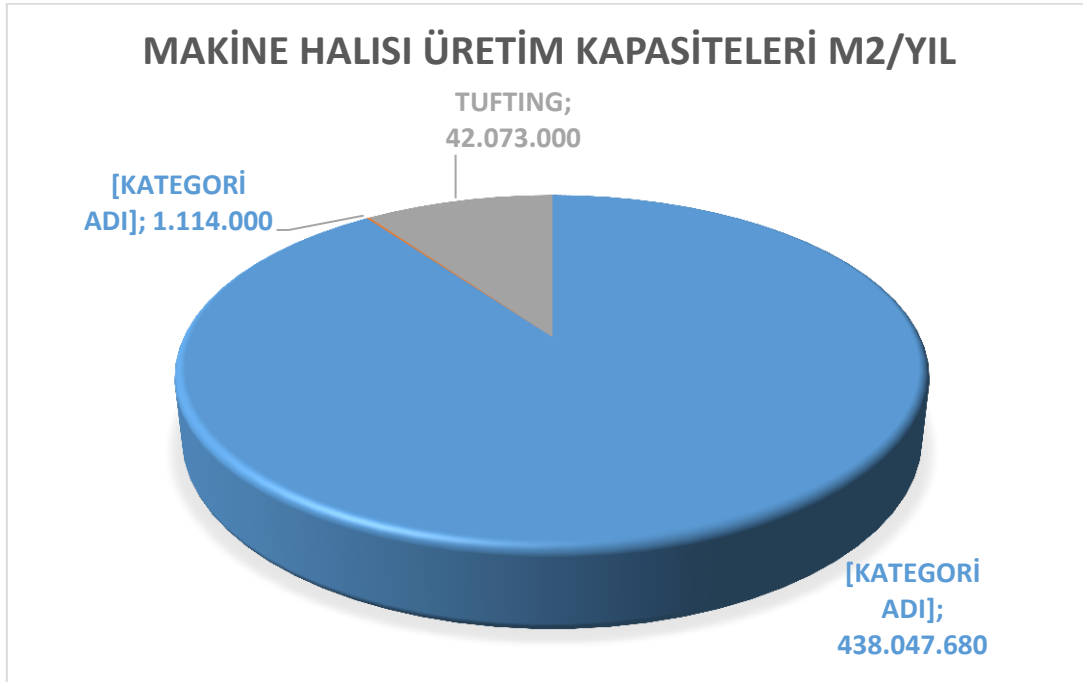
Gaziantep 'te 2 kuruluş hem Makine Halısı hem de Tufting halı üretiminde bulunmaktadır.

2.BİRİNCİL ÜRÜN (MAKİNE HALISI) ÜRETİM KAPASİTESİ

Kuruluşların makine halısı toplam üretim kapasiteleri aşağıdaki tablo da özetlenmiştir. Buna göre, 172 Makine Halısı üreticisi kuruluşun toplam kapasiteleri 438.047.680 m²/Yıl iken;

<u>BİRİNCİL ÜRÜN</u> <u>ÜRETİM KAPASİTESİ</u>	<u>KURULUŞ</u> <u>SAYISI</u>	<u>M2/YIL</u>
MAKİNE HALISI	168	438.047.680
MAKİNE HALISI - YÜN	12	1.114.000
TUFTING	7	42.073.000
TOPLAM	187	481.234.680

Yün Makine Halısı Üretim kapasitesi 11 kuruluşun toplamı 1.114.000 m²/Yıl, Tufting Halı üretimi yapan 7 kuruluşun toplam üretim kapasitesi 42.073.000 m²/Yıl olarak belirlenmektedir.



Makine halısı olarak toplam üretim kapasitesi yıllık 481.234.680 m²/Yıl. olduğunu belirlemiş bulunmaktayız.

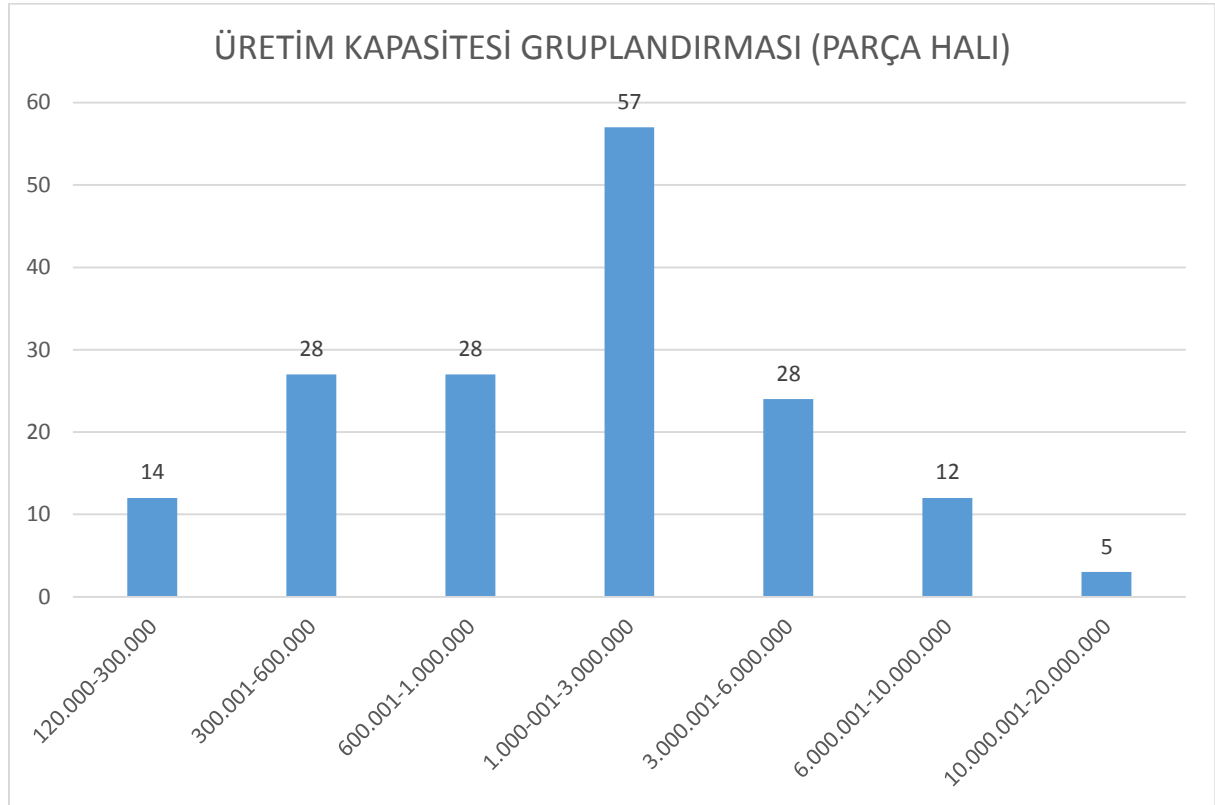
Tezgah başına kapasite: 329.171 m²/Yıl ve

Çalışan başına kapasite: 29.948 m²/Yıl olarak hesaplanmıştır.

ÜRETİM KAPASİTESİ GRUPLARINA GÖRE KURULUŞLARIN DAĞILIMI

<u>ÜRETİM KAPASİTESİ</u> <u>M²/YIL</u>	<u>KURULUŞ</u> <u>SAYISI</u>	<u>%</u>
120.000-300.000	14	8
300.001-600.000	28	16
600.001-1.000.000	28	16
1.000.001-3.000.000	57	34
3.000.001-6.000.000	28	16
6.000.001-10.000.000	12	7
10.000.001-20.000.000 ve üzeri	5	2

Kuruluşlardan üretim kapasitesi 120.000 – 300.000 m²/Yıl arasında olan % 8 kuruluş yani 14 kuruluş, 300.000 – 600.000 m²/Yıl arasında olan % 16 yani 28 kuruluş, yine kuruluşların % 16 'sı 28 kuruluşta 600.000 – 1.000.000 m²/Yıl arasında kapasiteye sahiptirler.



En fazla kuruluş, üretim kapasitesi 1.000.000-3.000.000 m²/Yıl arasında yer almaktadır. Burada 57 kuruluş ve % 34 . Kapasitesi 3.000.000 – 6.000.000 m²/Yıl arasında olan 28 kuruluş yani % 16, 6.000.000 – 10.000.000 m²/Yıl arasında kapasite sahibi 12 kuruluş yani % 7; 10.000.000 ve üzeri kapasiteye sahip 5 kuruluş yani kuruluşların % 2 'si olarak belirlenmektedir.

ÜRETİM KAPASİTESİ İLLERE GÖRE DAĞILIMI

	MAKİNE HALISI		MAKİNE HALISI-YÜN		TUFTING		GENEL TOPLAM	
	KURULUŞ SAYISI	KAPASİTE M ² /YIL	KURULUŞ SAYISI	KAPASİTE M ² /YIL	KURULUŞ SAYISI	KAPASİTE M ² /YIL	KURULUŞ SAYISI	KAPASİTE M ² /YIL
GAZİANTEP	165	416.447.680			3	34.000.000	168	450.447.680
KAYSERİ	3	12.000.000			1	2.500.000	4	14.500.000
MANİSA/DEMİRCİ			9	714.000			9	714.000
NİĞDE	1	3.000.000					1	3.000.000
BATMAN	1	600.000					1	600.000
İZMİR					1	60.000	1	60.000
KÜTAHYA/SİMAV			1	100.000			1	100.000
TEKİRDAĞ					1	513.000	1	513.000
DÜZCE					1	5.000.000	1	5.000.000
DiĞER	2	6.000.000	1	300.000			3	6.300.000
Genel Toplam	172	438.047.680	11	1.114.000	7	42.073.000	190	481.234.680

İllere göre üretim kapasitelerinde en yüksek il Gaziantep 'tir. Gaziantep 'in makine halısı üretim kapasitesi toplamı 450.447.680 m²/Yıl'dır. Bu kapasitenin 416.447.680 m²/Yıl 'lık kısmı Makine Halısı Parça halı, geri kalan 34.000.000 m²/Yıl 'lık kısmı ise tufting halı olarak tespit edilmiştir.

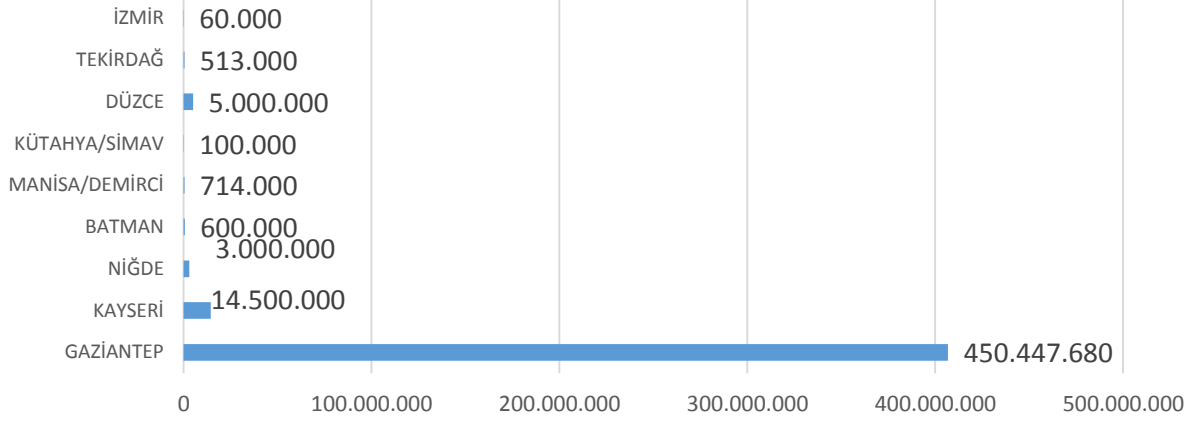
Gerek toplamda gerekse de parça halıda Gaziantep 'ten sonra ikinci büyük kapasite aradaki çok büyük farkla birlikte Kayseri 'dedir. 12.000.000 m²/Yıl parça halı kapasitesi yanında Kayseri de 2.500.000 m²/Yıl tufting halı kapasitesi mevcuttur.

Bunların dışında Makine halısı parça halı kapasitesinde Niğde 'de 3.000.000. m²/Yıl; Batman 'da 600.000 m²/Yıl, diğer ilde de 6.000.000 m²/Yıl kapasitenin olduğunu belirtebiliriz.

Yün makine halısında en yüksek kapasite Manisa ili Demirci ilçesindedir. Demirci 'deki yün makine halısı kapasitesi 714.000 m²/Yıl olarak ifade edilmiştir.

Tufting halıda en yüksek kapasite ise 5.000.000 m²/Yıl kapasite ile Düzce 'de bulunmaktadır.

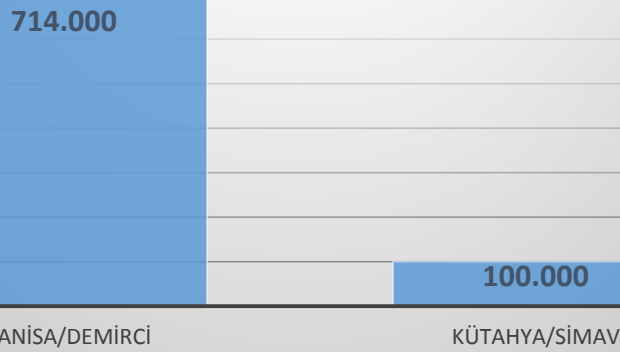
İLLERE GÖRE TOPLAM MAKİNE HALISI ÜRETİM KAPASİTELERİ - M²/YIL



İLLERE GÖRE MAKİNE HALISI ÜRETİM KAPASİTELERİ



İLLERE GÖRE MAKİNE HALISI - YÜN - ÜRETİM KAPASİTELERİ





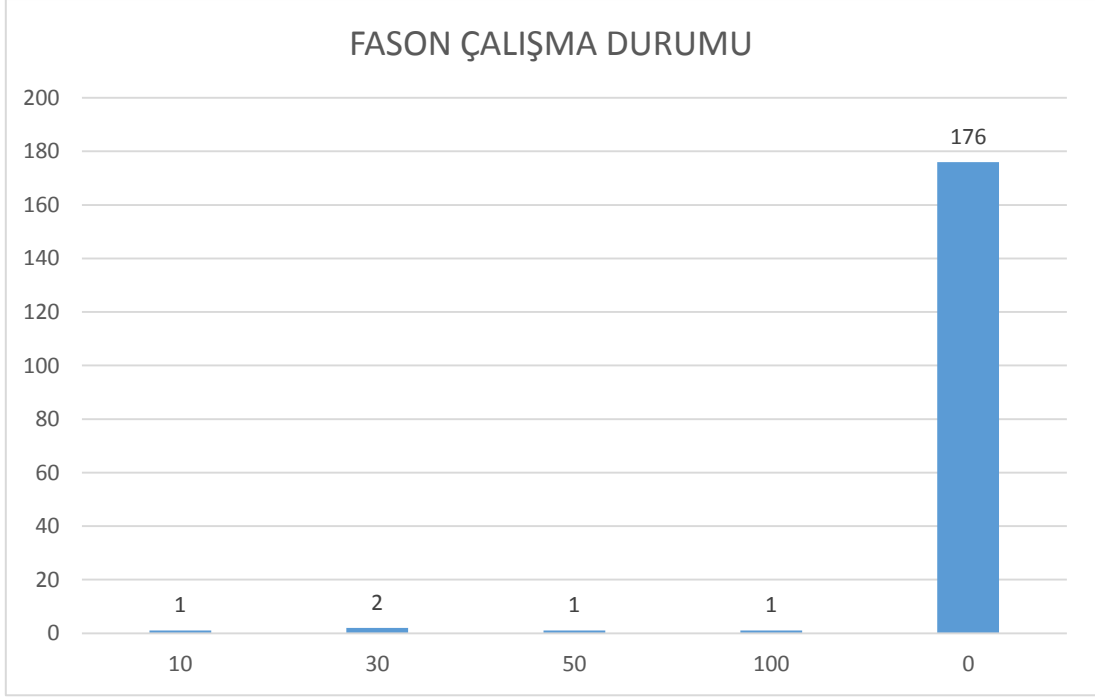
3.FASON ÜRETİM DURUMU

Katılımcı kuruluşlarda fason üretim hemen hemen yok gibidir. 176 kuruluşta fason üretim miktarı 0 'dır.

1 kuruluş % 10 düzeyinde fason üretim yaparken, 2 kuruluşta % 30, 1 kuruluşta da % 50 fason üretim olduğunu belirlemekteyiz.

<u>FASON ÜRETİM YÜZDESİ</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>
0	176
10	1
30	2
50	1
100	1

1 kuruluşta % 100 yani üretiminin tamamını fason üretim olarak gerçekleştirmektedir.



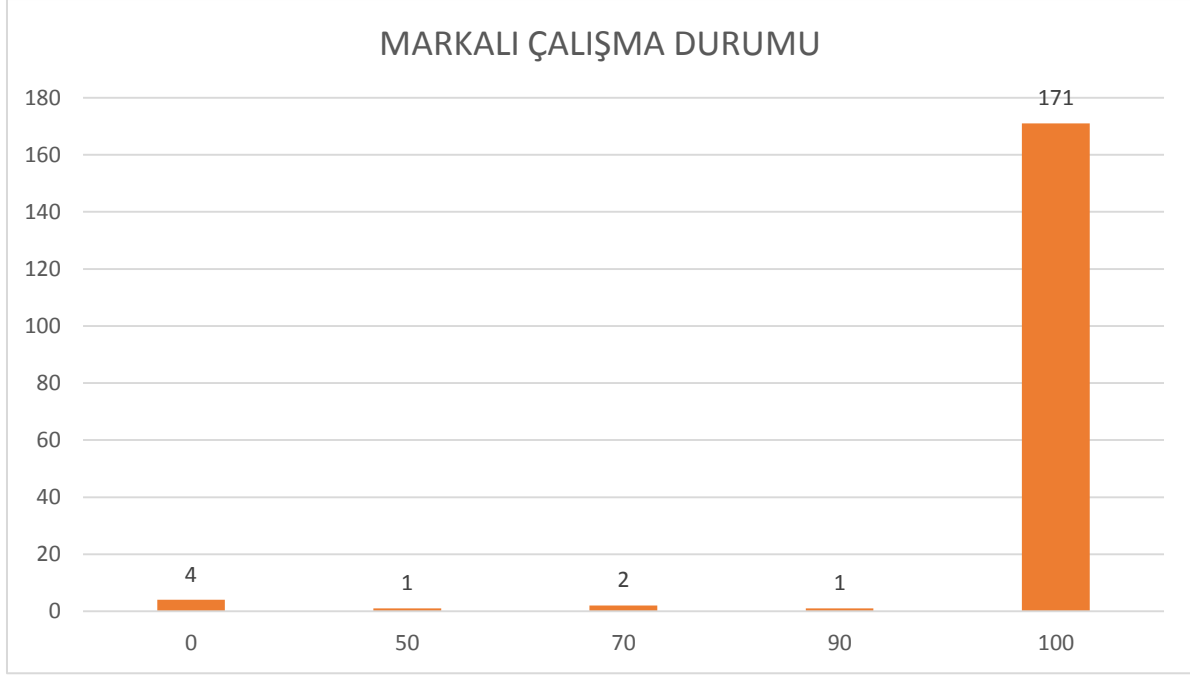
Kuruluşların ihracat müşterilerin markaları ile üretim yapmaları fason üretim olarak değerlendirilmemektedir.

4.MARKALI ÜRETİM DURUMU

Katılımcı kuruluşların 171 'i kendi markaları ile üretim yapmakta iken, 1 kuruluş % 90 oranında kendi markası ile üretim yapmaktadır.

<u>MARKALI ÜRETİM YÜZDESİ</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>
0	4
50	1
70	2
90	1
100	171

Kuruluşlardan 2 kuruluş % 70 oranında, 1 kuruluşta % 50 oranında kendi markası ile üretim yapmaktadır.



4 kuruluşta ise, hiç markalı üretim yapılmamaktadır.

5. TOPLAM TEZGÂH SAYISI

Makine halısı sektörü üretimlerini son teknoloji, bilgisayarlı üretim tezgâhlarında yapmaktadırlar. Bir kuruluşteki tezgah sayısı, doğal olarak, kuruluşun kapasitesini, kuruluşun üretim miktarını, kuruluşta çalışan sayısı gibi büyüklükleri doğrudan etkilemektedir. Dolayısıyla tezgah sayısı bir halı kuruluşu için en önemli verilerden birisidir.

Makine halı sektöründe toplam tezgâh sayısı tezgah sayısı 1.473 'tür.

TOPLAM TEZGAH SAYISI	1.473
-----------------------------	--------------

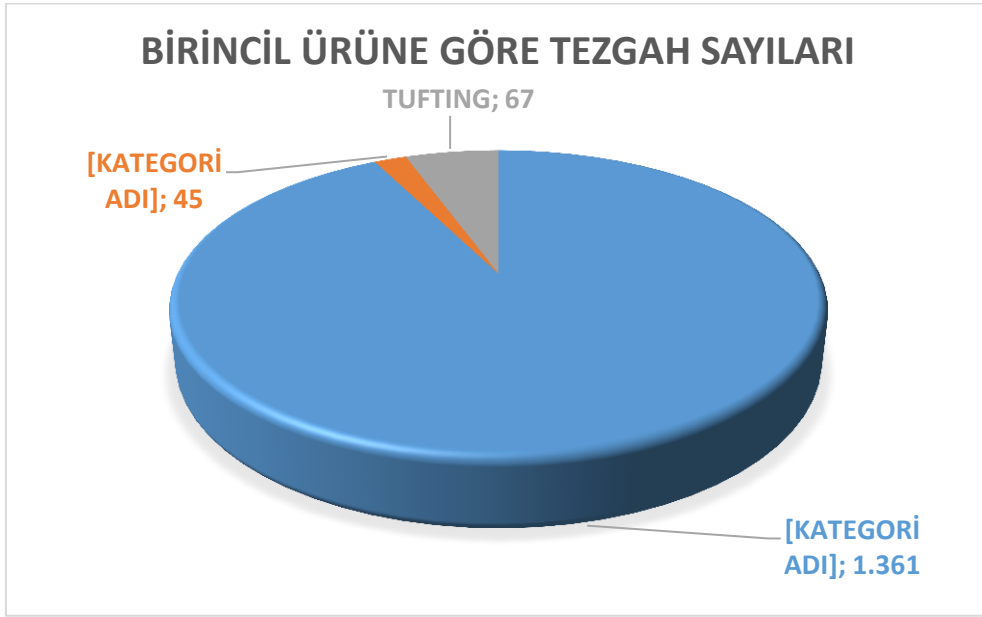
BİRİNCİL ÜRÜNE GÖRE TEZGÂH SAYILARI

Makine halısı sektöründe toplam 1.473 tezgah bulunmaktadır. Bu tezgahların üretilen birincil ürüne göre dağılımı şu şekildedir;

<u>BİRİNCİL ÜRÜN</u> <u>ÜRETİM KAPASİTESİ</u>	<u>KURULUŞ</u> <u>SAYISI</u>	<u>TEZGAH</u> <u>SAYISI</u>	<u>%</u>
--	---------------------------------	--------------------------------	----------

MAKİNE HALISI	172	1.361	92
MAKİNE HALISI - YÜN	11	45	3
TUFTING	7	67	5
TOPLAM	190	1.473	

1.361 tezgah ile toplam tezgahların % 92 'si Makine halısı (Yün olmayan-Akrilik, Polipropilen vd.) parça halı üretimi yapmaktadır. % 3 yani 45 tezgah Makine halısı Yün halı üretimi yapmaktadır. 67 tezgah yani % 5 'i ise Tufting halı üretimi yapmaktadır.



İLLERE GÖRE TEZGAH SAYILARI

Makine Halısı tezgahlarının 1.193 tezgahı 165 kuruluş ile Gaziantep 'te toplanmıştır. Bu sayı tezgahları % 88 'ine denk gelmektedir. Kayseri 'de 3 kuruluşta 56 tezgah üretimde yer almaktadır. Niğde 'de 1 kuruluşta 11 tezgah ve Batman 'da 1 kuruluşta 4 tezgah bulunmaktadır.

Diğer illerde ise bulunan tezgah sayısı 97 tezgahdır.

	MAKİNE HALISI		MAKİNE HALISI-YÜN		TUFTING		GENEL TOPLAM	
	SAYI	TEZGAH	SAYI	TEZGAH	SAYI	TEZGAH	SAYI	TEZGAH
GAZİANTEP	165	1.193			3	24	168	1.217
KAYSERİ	3	56			1	10	4	66
MANİSA/DEMİRÇİ			9	29			9	29
NİĞDE	1	11					1	11

BATMAN	1	4					1	4
İZMİR					1	8	1	8
KÜTAHYA/SİMAV			1	3			1	3
TEKİRDAĞ					1	21	1	21
DÜZCE					1	4	1	4
DİĞER	2	97	1	13			3	110
Genel Toplam	172	1.361	11	45	7	67	190	1.473

Yün halı üretiminin Ege bölgesine toplandığı gözlenmektedir. “Halının Başkenti” olarak adlandırılan Manisa ‘nın Demirci ilçesinde 9 kuruluşta toplam 29 kuruluş, Kütahya ‘nın Simav ilçesinde 1 kuruluşta 3 tezgah üretim yapmaktadır.

Tufting halı üretiminde, Gaziantep ‘te 3 kuruluşta 24 tezgah; Kayseri ‘de 1 kuruluşta 10 tezgah; İzmir ‘de 1 kuruluşta 8 tezgah; Tekirdağ ‘da 1 kuruluşta 21 tezgah; Düzce ‘de 1 kuruluşta 4 tezgah olmak 7 kuruluşta 67 tezgah tufting halı üretimi yapmaktadır.

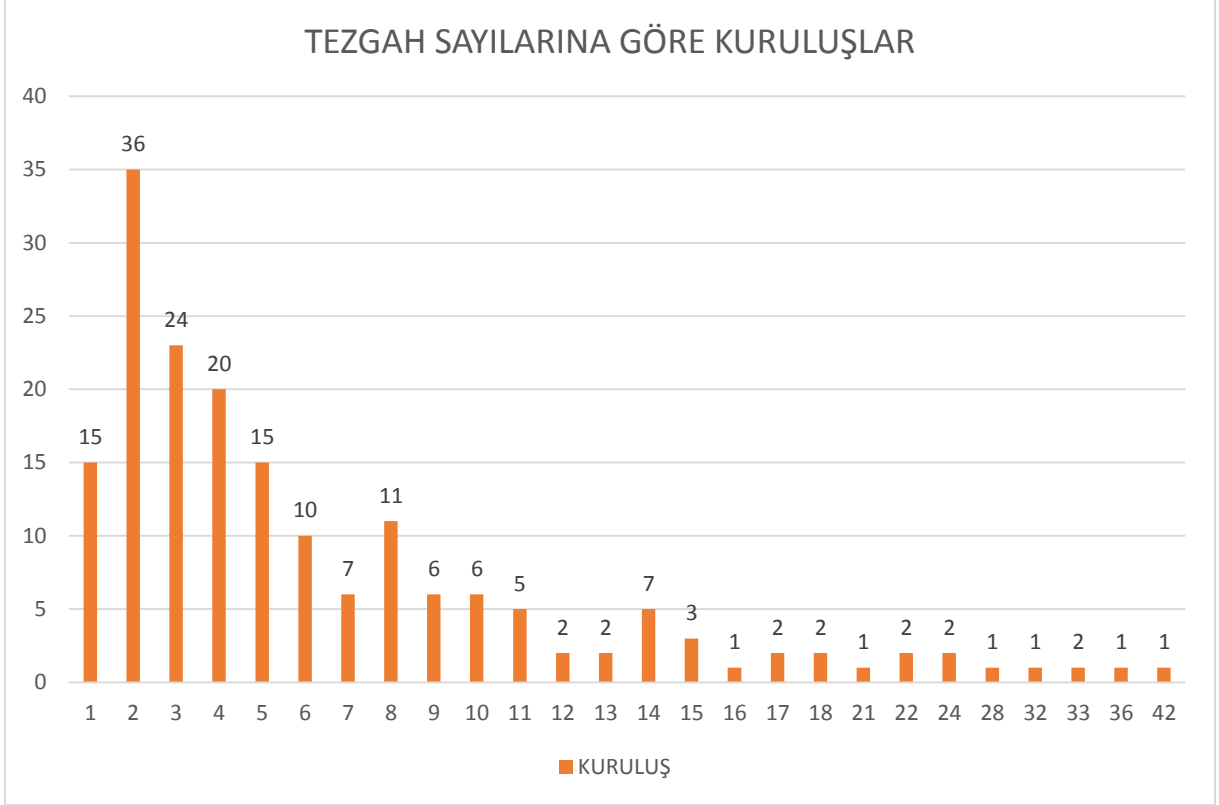
TEZGÂH SAYISINA GÖRE HALI KURULUŞLARI

Tezgah sayılarına göre kuruluşları incelediğimizde karşımıza aşağıdaki tablo çıkmaktadır.

<u>TEZGAH SAYISI</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>	<u>TOPLAM TEZGAH</u>	<u>TEZGAH SAYISI</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>	<u>TOPLAM TEZGAH</u>
1	15	15	14	7	98
2	36	72	15	3	45
3	24	69	16	1	16
4	20	80	17	2	34
5	15	75	18	2	36
6	10	60	21	1	21
7	7	49	22	2	44
8	11	88	24	2	48
9	6	54	28	1	28
10	6	60	32	1	32
11	5	55	33	3	33

12	2	24	36	1	36
13	2	26	42	1	42
				TOPLAM	1.240

Sadece 1 tezgah sahibi 15 kuruluş varken, 36 kuruluş 2, 24 kuruluş 3, 20 kuruluş 4, 15 kuruluş 5 ve 10 kuruluş 6 tezgah ile üretim yapmaktadır.



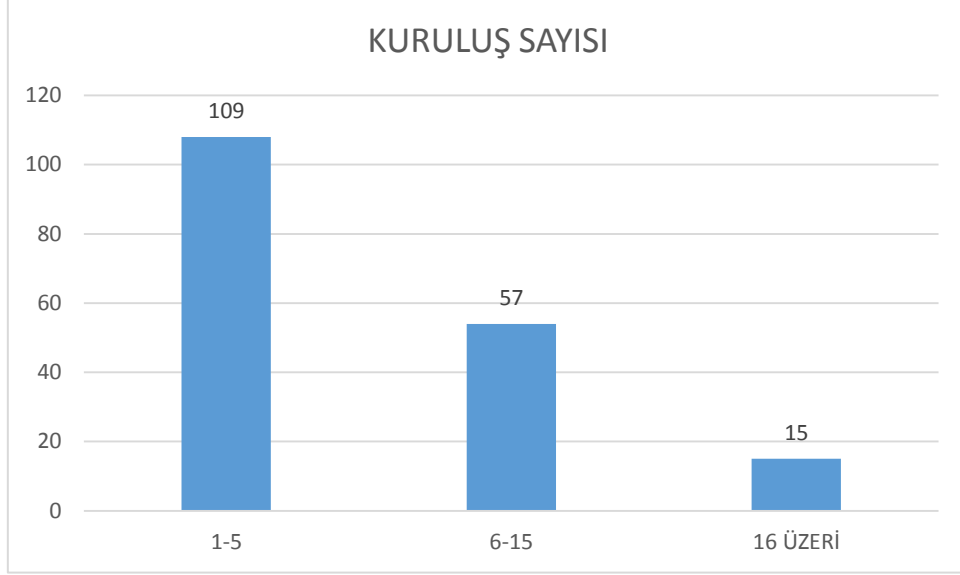
7 kuruluşun 14, 3 kuruluşun 15, 2 'şer kuruluşun 22, 24 ve 33 tezgahları bulunurken; 1 'er kuruluşunda 28, 32, 36 ve 42 tezgahları ile üretime katılmakta olduklarını belirliyoruz.

TEZGÂH SAYILARINA GÖRE KURULUŞLARIN GRUPLANDIRILMASI

Kuruluşların büyüklüğü ve tezgah sayıları gruplandırılması ile ilgili 2 yaklaşım söz konusudur. Bunlardan birincisi 3'lü skala (ayrım), ikincisi 5'li skaladır (ayrım).

TEZGAH SAYISI (3'LÜ SKALA)	KURULUŞ SAYISI	%
1-5	109	60
6-15	57	32
16 ÜZERİ	15	8
TOPLAM	181	

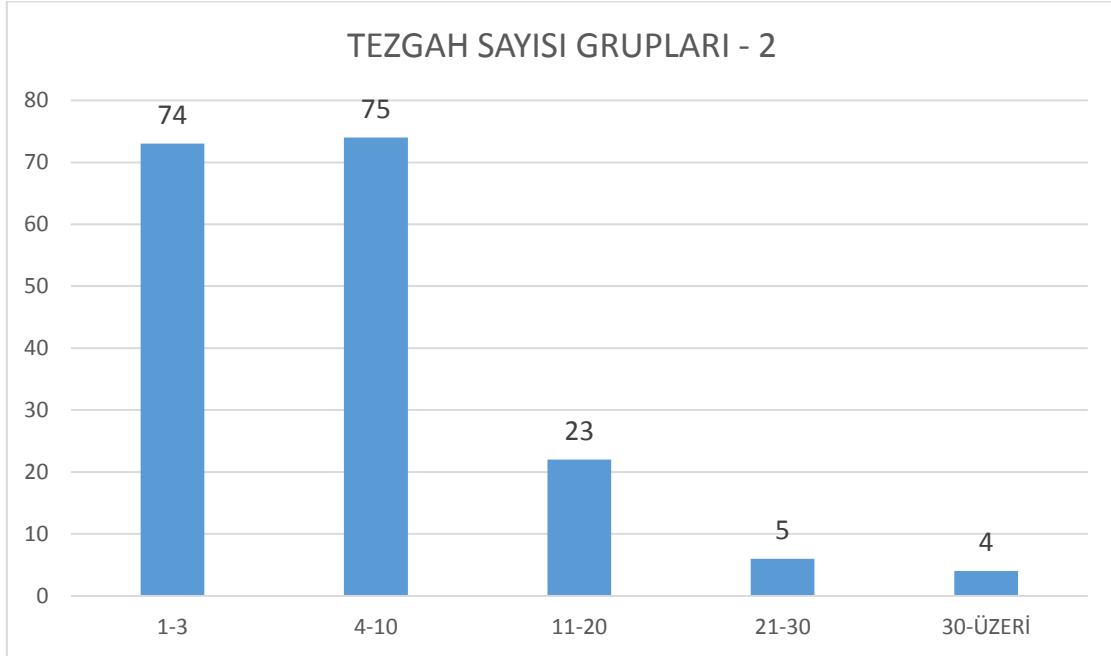
3 'lü skalaya göre, 1-5 tezgâha sahip kuruluşlar toplam kuruluşların % 60 'ı yani 109 kuruluştur. Kuruluşların % 32 'si yani 57 kuruluş ise 6 ila 15 arasında tezgâha sahip iken; 16 ve üzeri sayıda tezgâha sahip kuruluşların % 8 'ini belirliyoruz.



İkinci yaklaşım yani, 5 'li skalaya göre tezgah sahibi kuruluşlara baktığımızda, 1-3 tezgah sayısına sahip 74 kuruluş yani kuruluşların % 41 'ini; 4 ila 10 tezgaha sahip 75 yani kuruluşların % 42 'sini tespit ediyoruz.

<u>TEZGAH SAYISI</u> <u>(5'Lİ SKALA)</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>	<u>%</u>
1-3	74	41
4-10	75	42
11-20	23	12
21-30	5	3
30-ÜZERİ	4	2
TOPLAM	181	

11 ila 20 arasında tezgaha sahip % 12 'lik 23 kuruluşu, 21 ila 30 arasında tezgaha sahip 5 kuruluş yani % 3, 30 ve üzeri tezgaha sahip 4 kuruluşu yani kuruluşların % 2 'sini belirlenmiş bulunmaktadır.



Ölçü ne olursa olsun makine sektörü kuruluşların henüz büyümelerini tamamlamamış kuruluşlardan oluştuğunu belirtebiliriz. Tezgah sayısı 10 tezgahın altında olan 149 kuruluş ve 1-5 tezgaha sahip 109 kuruluş halı kuruluşlarını büyümeye tezgah sayılarını artırmaya eğilimlerinin olduğu sonucunu ifade edebiliriz.

TEZGÂH MARKALARI DAĞILIMI

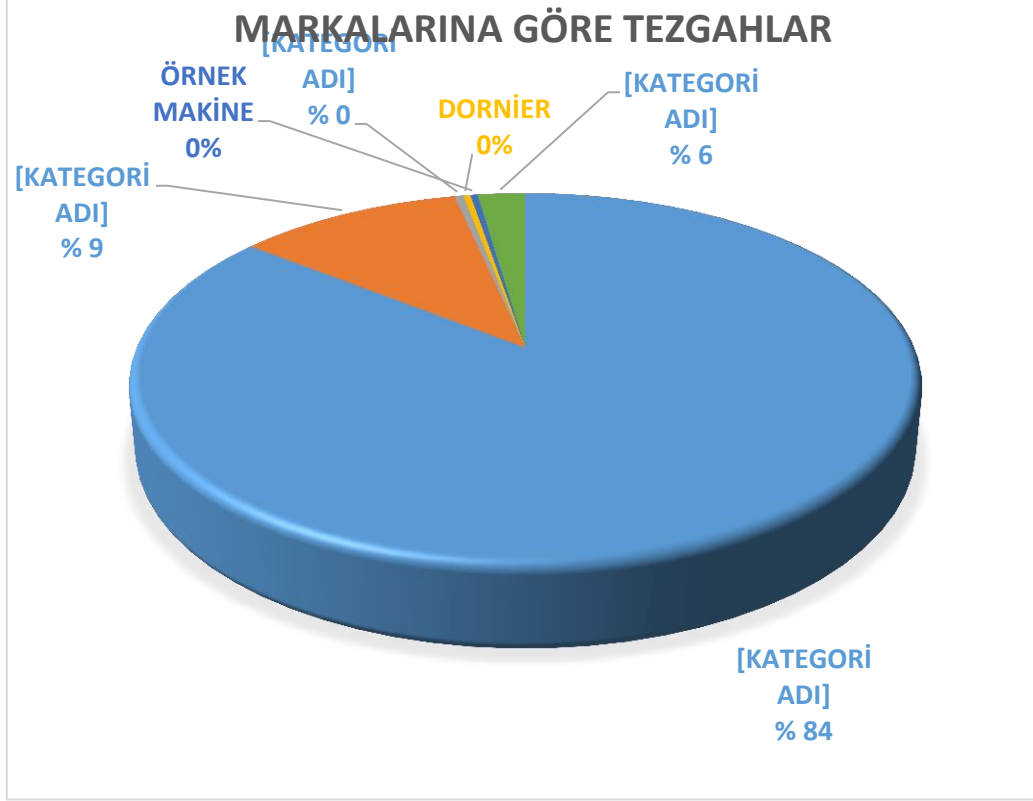
Tezgâhların büyük çoğunluğu % 84 'ü yani 1238 tezgâhın Van De Wiele marka tezgâhlar olduğunu tespit etmiş bulunmaktayız.

Van De Wiele marka tezgahların dışında en fazla sayıda tezgahın % 9 yani 128 tezgah ile Schonner marka tezgahlardan oluşmaktayız.

MARKA	TEZGAH SAYISI	%
VAN DE WIELE	1.238	84
SCHONNER	128	9
HEMAKS	5	0
DORNİER	4	0
ÖRNEK MAKİNE	4	0
BELİRTMEYEN	94	6

Genel Toplam	1.473	
--------------	-------	--

Diğer tezgah markaları ise 5 tezgah ile Hemaks, 4 Tezgah ile Dornier ve 4 tezgah ile Örnek Makine olduğunu belirliyoruz.



Halı üreticisi kuruluşların son yıllarda kesin olarak Van De Wiele marka tezgahları tercih ettiklerini söyleyebiliriz.

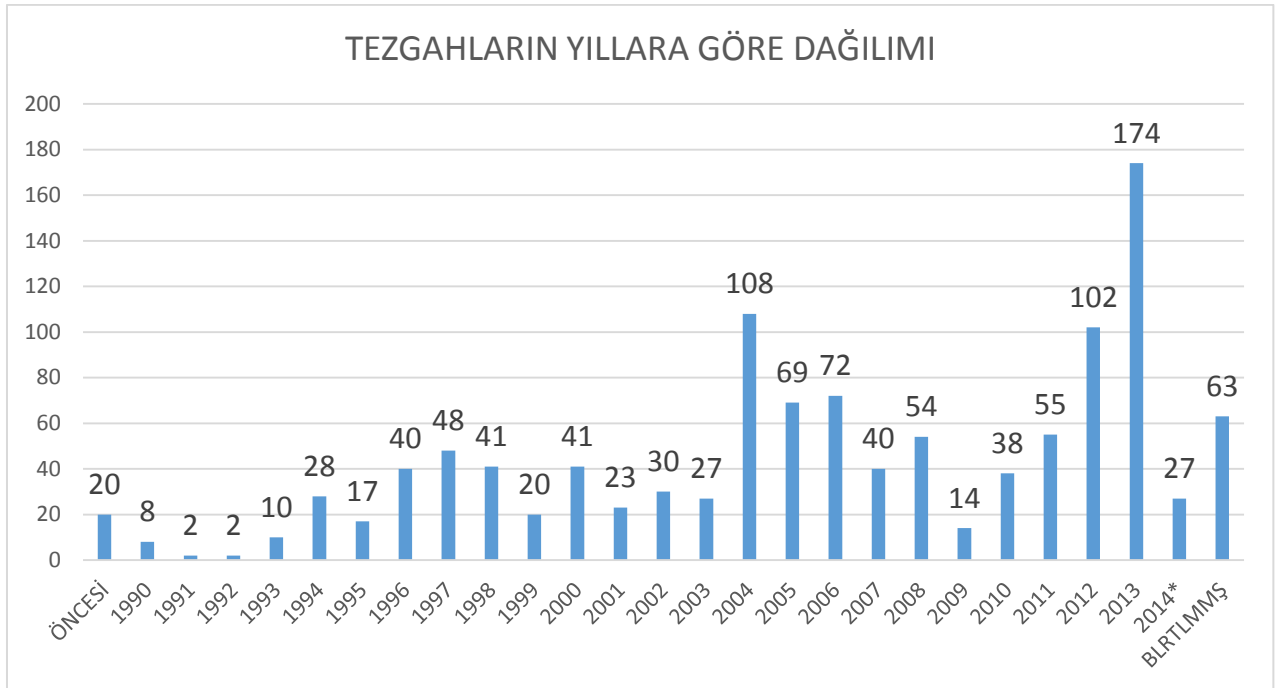
TEZGÂHLARIN YILLARA GÖRE DAĞILIMI

Kuruluşların tezgâhlarına tezgah yaşları itibarıyla yaklaşımı aşağıdaki tablo göstermektedir. Tezgah yaşları belirlenirken tezgahların elde edildikleri değil, üretildikleri tarihleri baz alınmıştır. Buna göre en eski tezgah 1967 yılına aittir. En fazla tezgahın ise sırasıyla 2013 yılına ait 174, 2004 yılına ait 108 ve 2012 yılına ait 102 tezgah olduklarını belirlemektediriz.

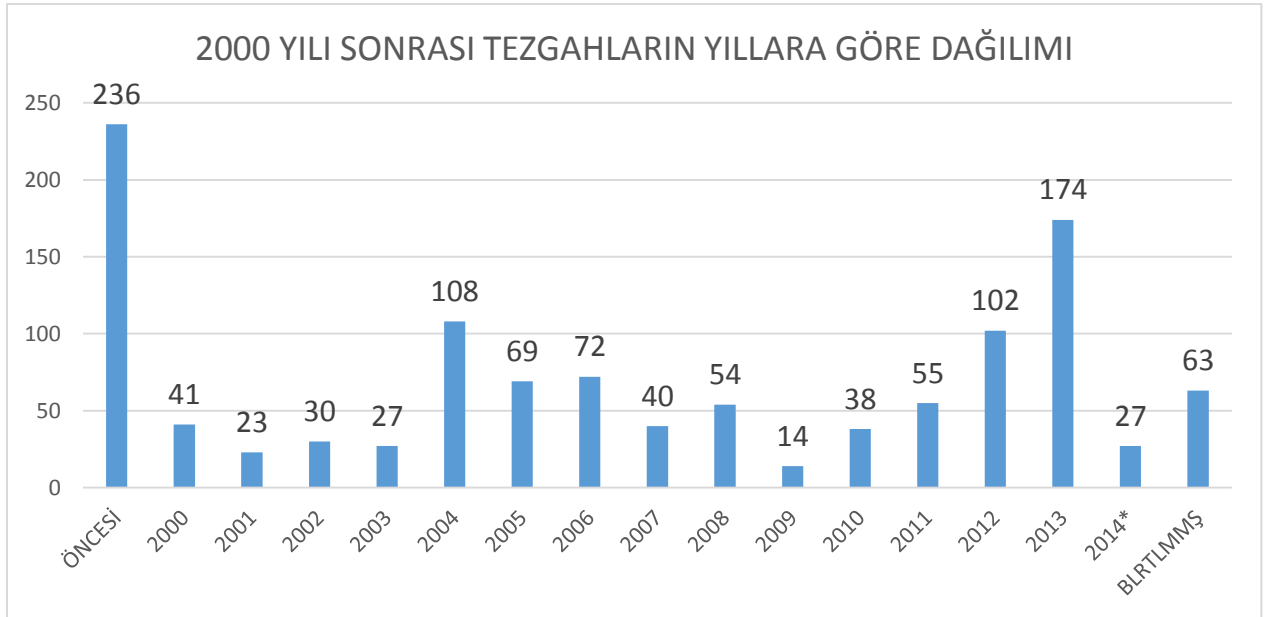
YIL	ADET	YIL	ADET	YIL	ADET
1967	1	1994	28	2006	72
1970	1	1995	17	2007	40
1974	1	1996	40	2008	54
1976	1	1997	48	2009	14
1978	3	1998	41	2010	38
1980	10	1999	20	2011	55
1986	2	2000	41	2012	102

1989	1	2001	23	2013	174
1990	8	2002	30	2014*	27
1991	2	2003	27	BELİRTİLMEMİŞ	63
1992	2	2004	108	TOPLAM	1136
1993	10	2005	69		
(*) 2014 İLK 3 AY					

2004 yılından sonra 2005, 2006 ve 2008 yıllarında sırasıyla 69, 72 ve 54 tezgahı tespit edebiliyoruz.



2000 yılı öncesine ait toplam 236 tezgah varken, bu yıldan sonra tezgah sayıları hızla artmaya başlamıştır. Artış trendi genel ekonomik kriz dönemlerinde (2001 – 2008-2009) yavaşlamış olsa bile tezgah sayısında artış devam etmiştir.

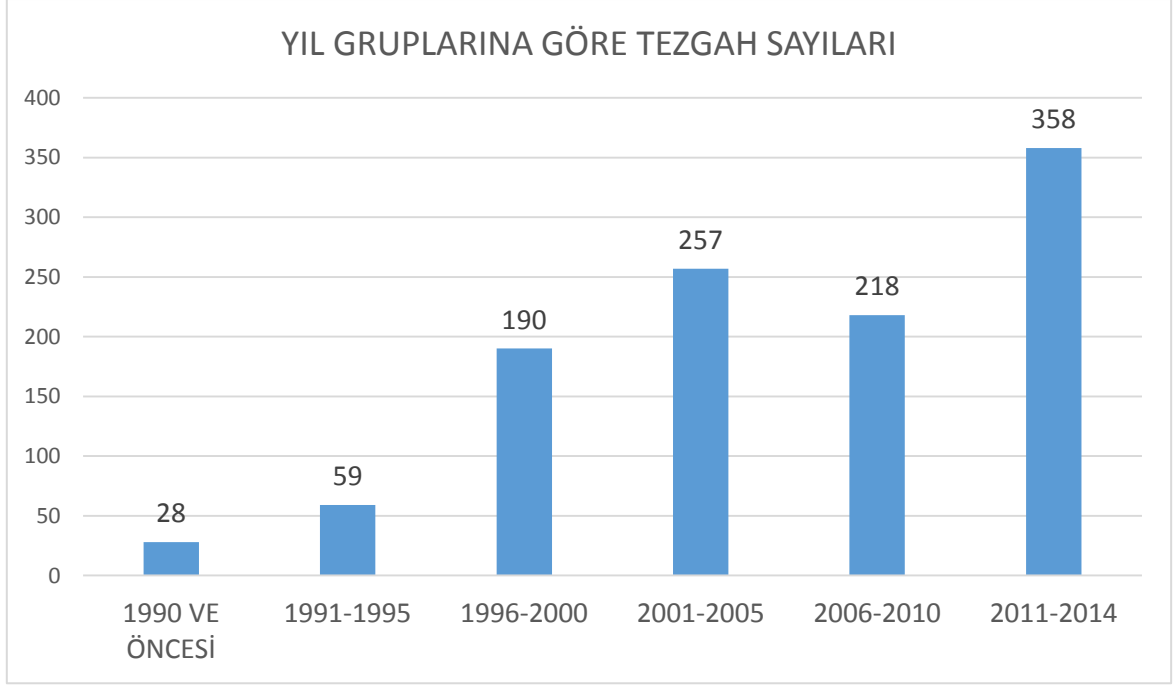


TEZGAHLARIN YIL GRUPLARINA GÖRE DAĞILIMI

Tezgahların 5 'er yıllık yıl gruplarına göre dağılımını incelediğimizde 1990 ve öncesinde 28 tezgah söz konusu iken; 1991-1995 döneminde 59 tezgah, 1996-2000 dönemimde 190 tezgah,

<u>YILLAR</u>	<u>TEZGAH SAYISI</u>	<u>ARTIŞ ORANI</u> %
1990 VE ÖNCESİ	28	
1991-1995	59	110
1996-2000	190	222
2001-2005	257	35
2006-2010	218	- 15
2011-2014*	358	64
(*) 2014 İLK 3 AY		

2001-2005 döneminde 257 tezgah, 2006-2010 döneminde 218 tezgah, 2011-2014 döneminde de 358 tezgah elde edilmiştir.



1996-2000 döneminden 2001-2005 dönemine artış oranı % 35 olarak gerçekleşirken 2001-2005 döneminden 2006-2010 dönemine % 15 'lik bir azalma söz konusu olmuştur.

2006-2010 döneminden 2011-2014 dönemine artış oranı % 64 olarak kaydedilmiştir.

Ortalama tezgah yaşı 9-10 yıl olarak belirlenmektedir.

TARAK SAYILARI DAĞILIMI

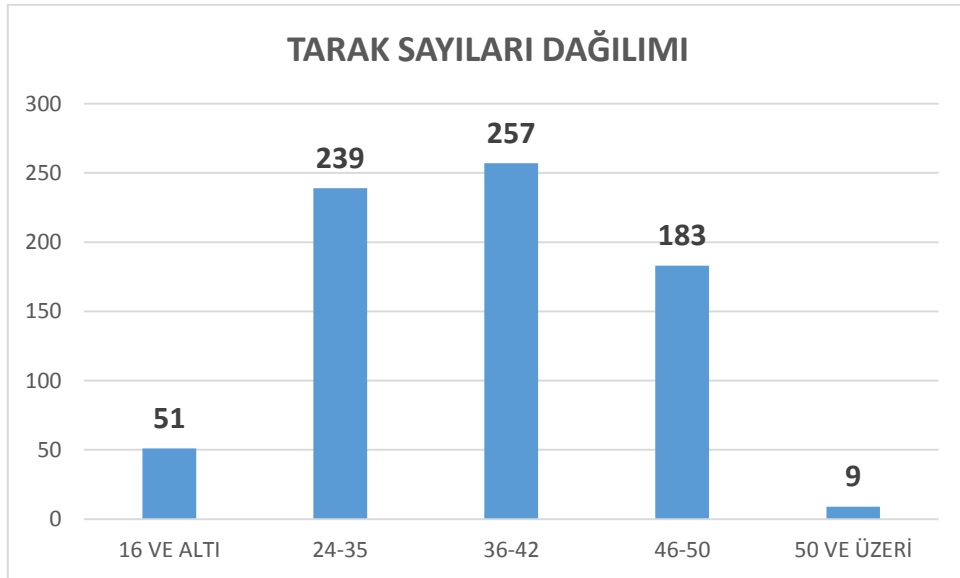
Tezgâhlarda kullanılan tarak sayıları ile ilgili aşağıdaki tablo oluşturulmuştur. Buna göre 16 ve altı tarak sayısına sahip tezgah sayısı 51 'dir.

TARAK	TEZGAH TOPLAMI	%
16 VE ALTI	51	7
24-35	239	32
36-42	257	35
46-50	183	25
50 VE ÜZERİ	9	1

24-35 arasında tarak sayısına sahip tezgah sayısı 239 iken, 36-42 arasında tarak sayısına sahip tezgah sayısı 257, 46-50 tarak sayısına sahip tezgah sayısı 183 tezgahdır.

50 ve üzeri tarak sayısına sahip tezgah sayısı da 9 olarak görülmektedir.

Yine tabloya göre tezgahların % 35 'i 36-42 tarak sayısı ile üretim yapmakta iken, % 32 'si 24-35 tarak sayısı ile üretim yapmaktadır.

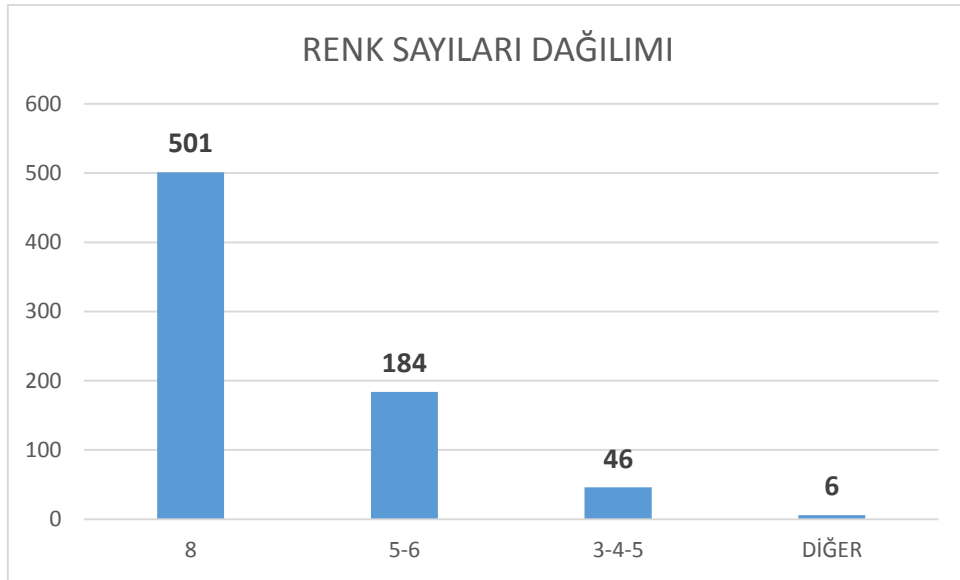


RENK SAYILARI DAĞILIMI

Tezgahların renk sayıları dağılımı ile ilgili aşağıdaki tablo oluşmuştur.

<u>RENK</u>	<u>TEZGAH TOPLAMI</u>	<u>%</u>
8	501	68
6-7	184	25
3-4-5	46	6
DİĞER	6	1

8 renk çalışan 501 tezgah toplam tezgahları % 68 'i iken, 5-6 renk çalışan tezgah sayısı 184 yani % 25 ve 3-4-5 renk çalışan tezgah sayısı da 46 yani % 6 'sı olarak belirlenmektedir.

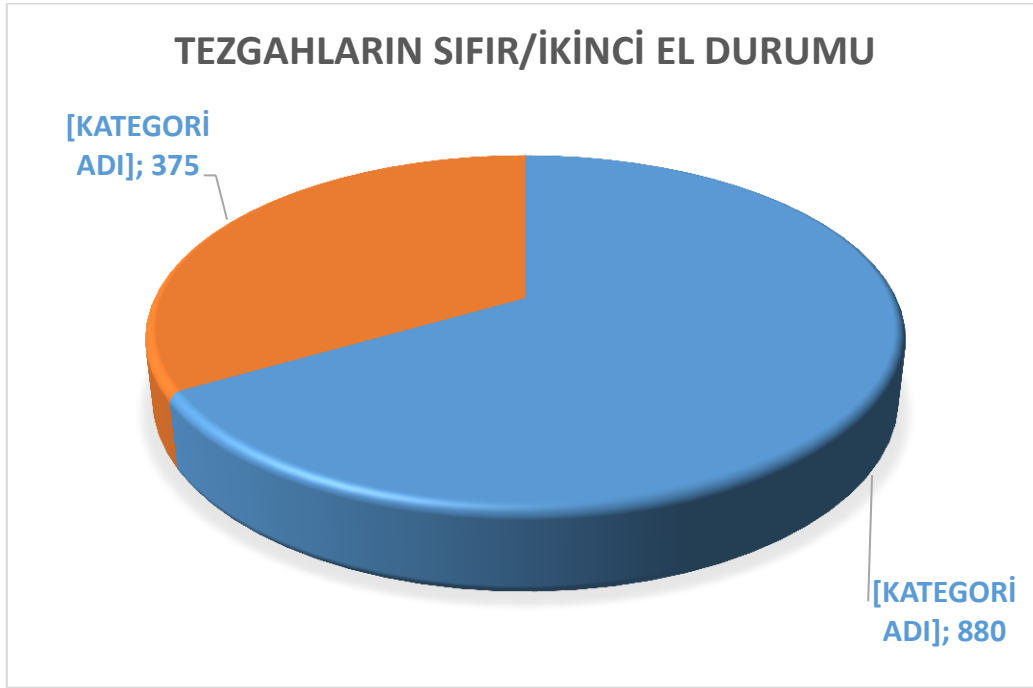


TEZGÂHLARIN İKİNCİ EL DURUMU

Tezgahları elde edilme durumunu sıfır ve ikinci el kategorileri ile incelenmiş olup aşağıdaki tablo oluşturulmuştur.

<u>SIFIR</u> <u>İKİNCİ EL</u>	<u>Toplam</u>	<u>%</u>
SIFIR	880	70
İKİNCİ EL	375	30

Tezgahları % 58 'i yani 880 tezgah kuruluşlar tarafından Sıfır olarak; yine tezgahların % 30 'u yani 375 tezgah İkinci el olarak elde edilmiştir.



6. GEÇMİŞ 3 YIL ÜRETİM KAPASİTESİ

Kuruluşların son üç yıl (2011-2012 ve 2013) üretim kapasiteleri incelenmesi amacıyla aşağıdaki tablo oluşturulmuştur. Buna göre toplam kapasiteleri açısından 2011 yılında 246.615.549 M²/Yıl, 2012 yılında 274.666.615 M²/Yıl, 2013 yılında toplam kapasite 332.393.889 M²/Yıl, Mevcut kapasite ise 481.234.680 M²/Yıl olarak belirlenmiştir.

	<u>MAKİNE HALISI</u> (M ² /Yıl)	<u>MAKİNE HALISI</u> <u>- YÜN -</u> (M ² /Yıl)	<u>TUFTING</u> (M ² /Yıl)	<u>TOPLAM</u> (M ² /Yıl)
MEVCUT	438.047.680	1.114.000	42.073.000	481.234.680
2013	320.843.463	937.000	10.613.426	332.393.889
2012	263.276.645	849.000	10.541.264	274.666.909
2011	237.851.783	730.000	8.033.766	246.615.549

Aynı döneme ait makine halısı (yün olmayan-akrilik, polipropilen vd.) üretim kapasiteleri, 2011 yılında 237.851.783 M²/Yıl, 2012 yılında 263.276.645 M²/Yıl, 2013 yılında 320.843.463 M²/Yıl ve mevcut 438.047.680 M²/Yıl olarak tespit edilmiştir.

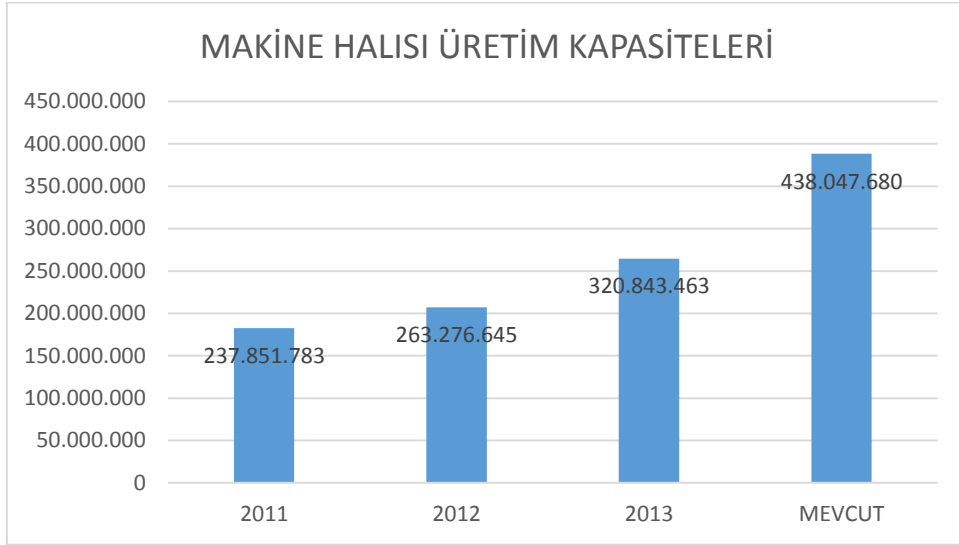
GEÇMİŞ 3 YIL ÜRETİM KAPASİTESİ DEĞİŞİMİ

	<u>MAKİNE HALISI</u>	<u>MAKİNE HALISI</u> <u>- YÜN -</u>	<u>TUFTING</u>	<u>TOPLAM</u>
MEVCUT	184,1	189,3	523,7	195,1
2013	134,8	148,1	132,1	134,7
2012	110,6	127,7	131,2	111,3
2011	100	100	100	100

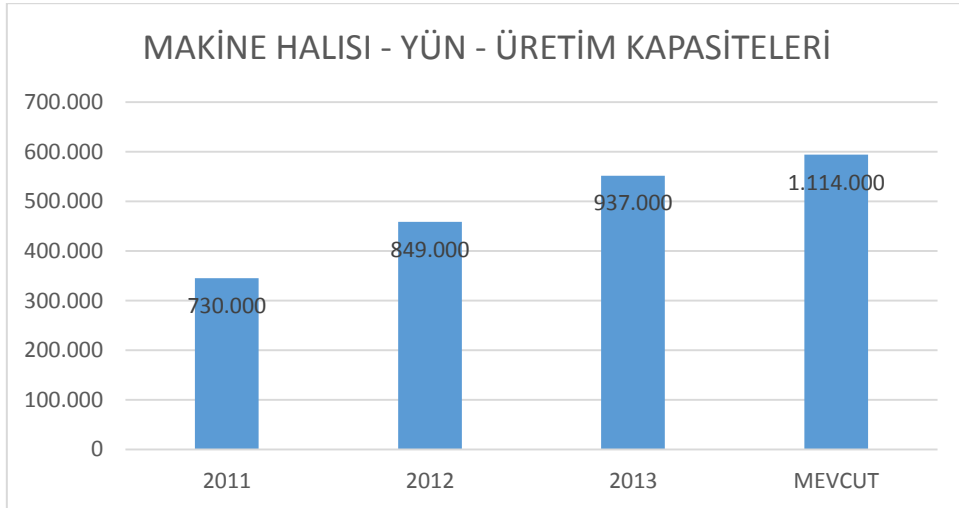
Geçmiş 3 yıl üretim kapasiteleri her üç yılda da artış göstermiştir. Artışı trend analizine tabi tuttuğumuzda 2011 'in baz yıl olarak 100 kabul edildiğinde toplam kapasiteleri 2012 yılında 111,3; 2013 yılında 134,7; mevcut kapasite 195,1 olarak yükseliş göstermiştir. Buna göre 2012 yılında artış % 11,3; 2013 yılında % 34,7; mevcutta ise % 95,1 artış göstermiştir.

Makine Halısı açısından 2012 yılında 110,6; 2013 yılında 134,8; mevcutta ise 184,1 olarak artış göstermiştir. Buna göre, 2012 yılında % 10,6 artış; 2013 yılında % 34,8 artış; % 84,1 artış belirlenmektedir.

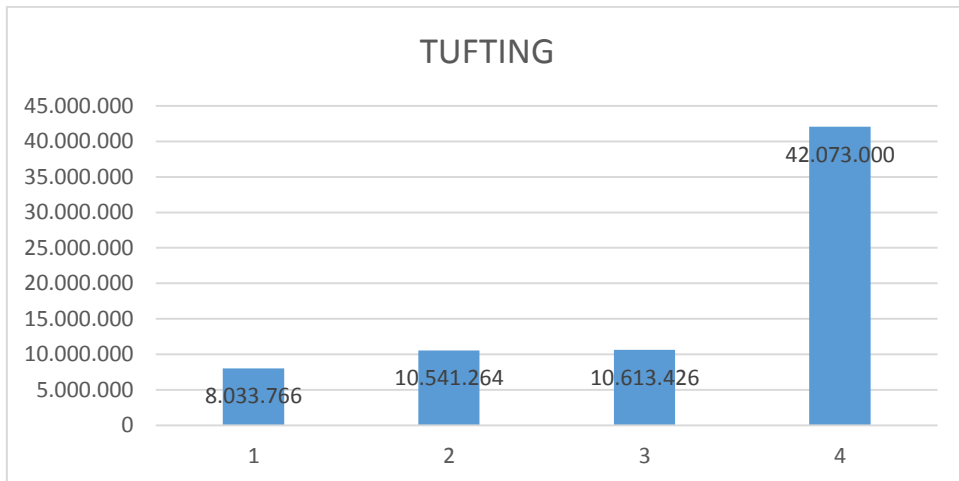
MAKİNE HALISI KAPASİTESİ



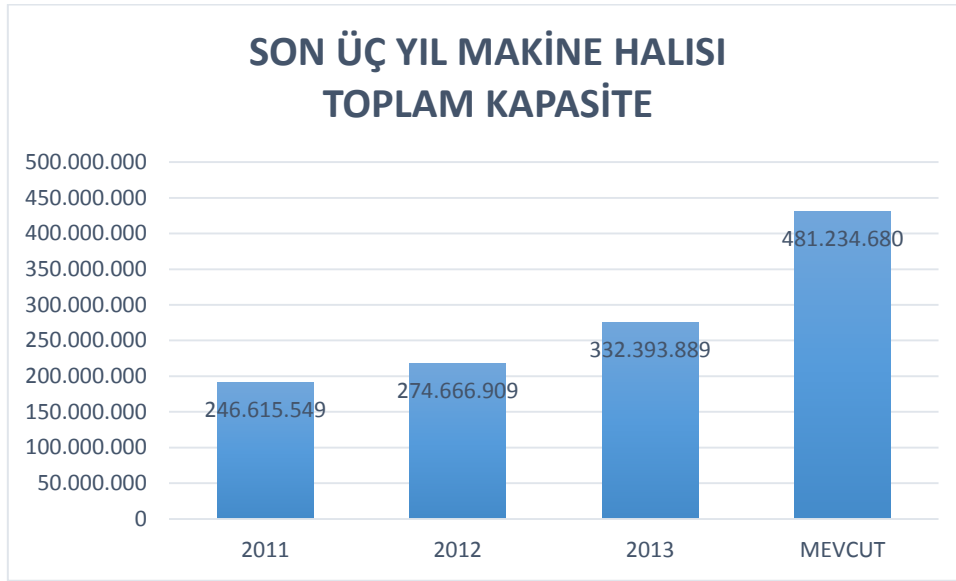
MAKİNE HALISI – YÜN – HALI KAPASİTESİ



TUFTING HALI



MAKİNE HALISI TOPLAMI



MAKİNE HALISI TEZGAH SAYISI İLE MAKİNE HALISI ÜRETİM KAPASİTESİ İLİŞKİSİ

	<u>MAKİNE HALISI TEZGAH SAYISI</u>	<u>ÖNCEKİ YILA GÖRE DEĞİŞİM %</u>	<u>TEZGAH BAŞINA ORTALAMA KAPASİTE M²/YIL</u>	<u>MAKİNE HALISI ÜRETİM KAPASİTESİ M²/YIL</u>	<u>DEĞİŞİM %</u>
MEVCUT	1.361	25,6	321.857	438.047.680	36,5
2013	1.083	19,1	296.254	320.843.463	21,8
2012	909	12,6	289.633	263.276.645	17,1
2011	807		278.625	224.851.783	

Makine halısı üretim kapasitesi açısından tezgâh sayısının artışı ve kurulan tezgahların daha ileri teknoloji olması doğal olarak kapasite artışını da beraberinde getirmektedir. Son üç yıl tezgâh sayısı değişimi ile üretim kapasitesi artışı paralel ve miktarsal olarak ta birbirine yakındır. Yani 2012 yılında tezgâh sayısı bir önceki yıla göre % 12,6 artış gösterirken Üretim kapasitesinde meydana gelen artış % 17,1 olarak gerçekleşmiştir.

Aynı şekilde 2013 yılında 19,1 'lik tezgâh sayısı artışına karşılık, % 21,8 oranında kapasite artış belirlenmektedir. Mevcut ta ise % 25,6 tezgâh sayısı artışına göre % 36,5 üretim kapasitesi artışı kaydedilmiştir.

Mevcut kapasite artışı ile tezgah sayısı artışı yüzdeleri arasındaki farka, son yıllarda makine tezgah teknolojilerindeki yükselme de etkili olmaktadır.

7.GEÇMİŞ 3 YIL KAPASİTE KULLANIM ORANLARI

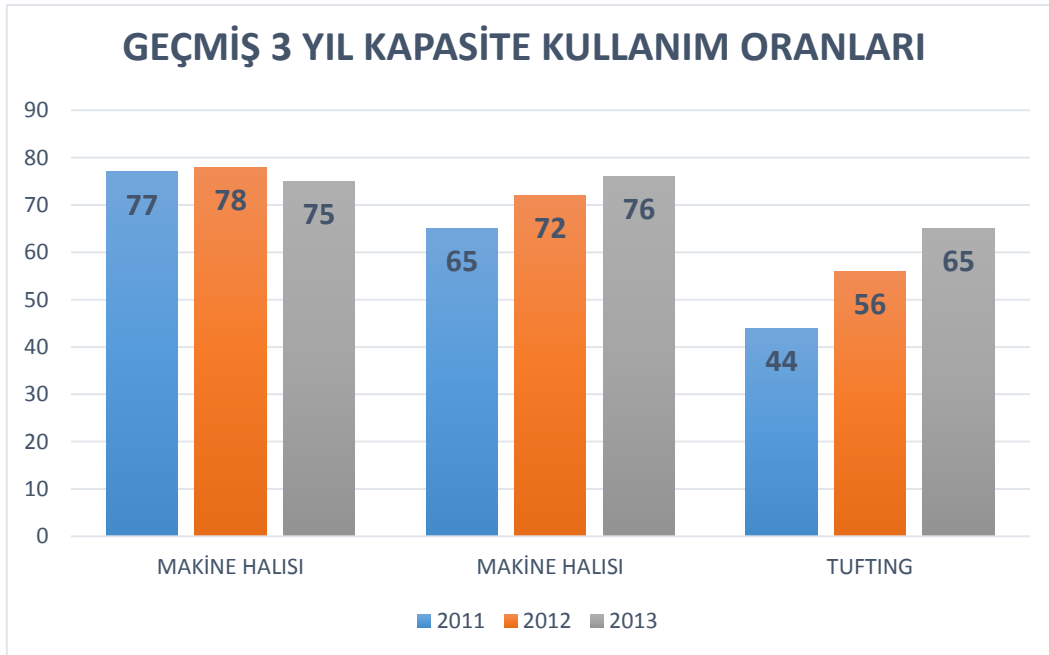
Son üç yıl kapasite kullanım oranları yıllar itibariyle çok büyük fark görülmemektedir.

Makine halısı kapasite kullanım oranlarının son üç yıl itibariyle, sırasıyla 77 – 78 ve 75 oranında gerçekleştiği belirlenmiştir.

	<u>MAKİNE HALISI</u> %	<u>MAKİNE HALISI</u> <u>- YÜN -</u> %	<u>TUFTING</u> %
2013	75	76	65
2012	78	72	56
2011	77	65	44

Yün halı üretiminde ise bir artış gözlenmektedir. 2011 yılında 65 olan oran, 2012 yılında 72 ve 2013 yılında 76 olarak gerçekleşmiştir.

Tufting halı üretim kapasite kullanım oranları da yıllar itibariyle artış göstermektedir. 2011 yılında kapasite kullanım oranı % 44 iken 2012 yılında % 56, 2013 yılında ise % 65 olarak belirlenmektedir



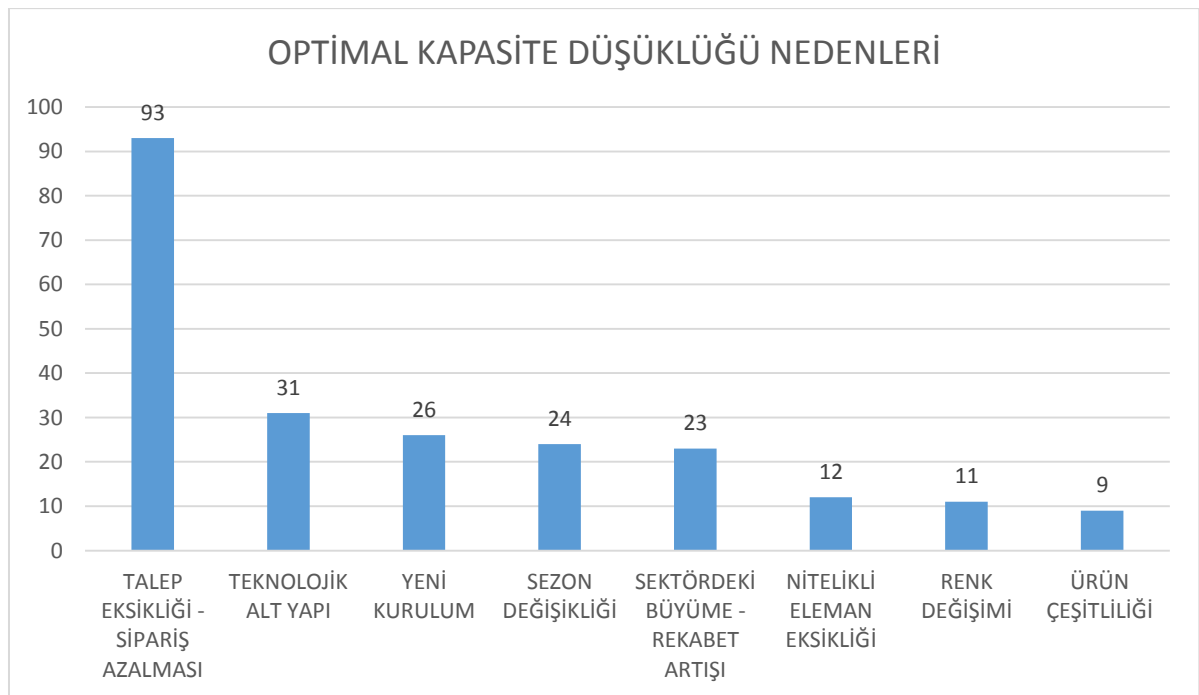
Sonuç olarak, yıllar itibariyle Makine halısı kapasite kullanım oranı az farkla da olsa düşerken, yün halı ve tufting halı üretim kapasite kullanım oranları yine az farkla da olsa artış göstermiştir.

8.OPTİMAL KAPASİTE DÜŞÜKLÜĞÜ NEDENLERİ

Optimal kapasite düşüklüğünün nedenleri ile ilgili kuruluşların çok farklı nedenler ortaya koydukları görülmektedir. Bun göre en yüksek neden Talep eksikliği ya da sipariş azalması olarak ifade edilmiştir.

OPTİMAL KAPASİTE DÜŞÜKLÜĞÜ NEDENLERİ -1	Toplam
TALEP EKSİKLİĞİ - SİPARİŞ AZALMASI	93
TEKNOLOJİK ALT YAPI	31
YENİ KURULUM	26
SEZON DEĞİŞİKLİĞİ	24
SEKTÖRDEKİ BÜYÜME - REKABET ARTIŞI	23
NİTELİKLİ ELEMAN EKSİKLİĞİ	12
RENK DEĞİŞİMİ	11
ÜRÜN ÇEŞİTLİLİĞİ	9
FİYAT İSTİKRARSIZLIĞI	7
HAMMADDE TEDARİK SORUNLARI	6
PAZARLAMA SORUNLARI	5
FİNANSMAN SORUNLARI	3

Teknolojik alt yapı (31), Yeni kurulum (26), Sezon değişikliği (24), Sektördeki büyüme-Rekabet artışı (23), Nitelikli eleman eksikliği (12) ve Renk değişikimi (11) Ürün çeşitliliği (9) olarak sıralanmaktadır. Fiyat istikrarsızlığı da (7) bir başka neden olarak ifade edilmiştir.

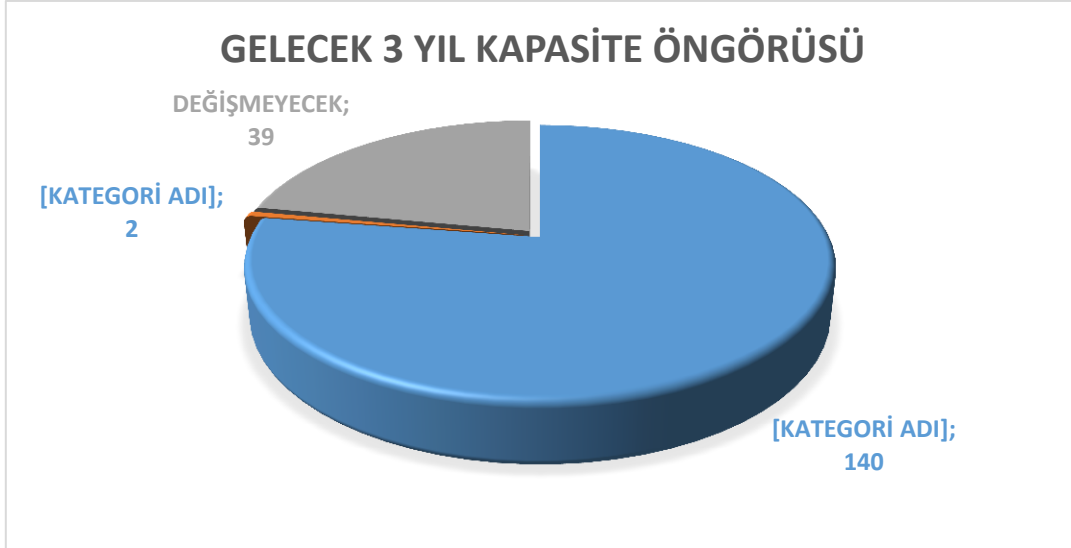


9.GELECEK 3 YIL KAPASİTE ÖNGÖRÜSÜ

Kuruluşların gelecek 3 yıl kapasite öngörülerini Artacak, Azalacak ve Değişmeyecek seçenekleri ile bu başlık altında incelenmiştir. Kuruluşların % 77 'si yani 140 kuruluş, mevcut kapasitelerini 3 yıl içerisinde artıracaklarını ifade etmişlerdir.

KAPASİTE ÖNGÖRÜSÜ	Toplam	%
ARTACAK	140	77
AZALACAK	2	1
DEĞİŞMEYECEK	39	22

Kuruluşlardan 39 kuruluş yani % 22 'si kapasitelerinin değişmeyeceğini ifade ederken, 2 kuruluşta kapasitelerinin azalacağını belirtmektedirler.



FİRMA BÜYÜKLÜĞÜ İLE KAPASİTE ÖNGÖRÜSÜ İLİŞKİSİ

TEZGAH SAYISI	KURULUŞ SAYISI	ARTACAK		DEĞİŞMEYECEK		AZALACAK	
		KURULUŞ SAYISI	%	KURULUŞ SAYISI	%	KURULUŞ SAYISI	%
10 VE ALTI	150	117	78	31	21	2	1
11 VE ÜZERİ	31	23	74	8	26	0	0
TOPLAM	181	140	77	39	21	2	1

Kapasite Artışı öngörüsünün tezgah sayısı açısından kuruluş büyüklüğü ile bir ilgisinin olmadığı görülmektedir. Tezgâh sayısı 10 'un altı ya da 10 'un üstü de olsa kuruluşların % 74-78 'i oranında kuruluşlar kapasitelerinin artacağını belirtmektedirler.

ÇALIŞILAN PİYASA VE KAPASİTE ÖNGÜRÜSÜ İLİŞKİSİ

<u>TEZGAH</u> <u>SAYISI</u>	<u>KURULUŞ</u> <u>SAYISI</u>	<u>ARTACAK</u>		<u>DEĞİŞMEYECEK</u>		<u>AZALACAK</u>	
		<u>KURULUŞ</u> <u>SAYISI</u>	<u>%</u>	<u>KURULUŞ</u> <u>SAYISI</u>	<u>%</u>	<u>KURULUŞ</u> <u>SAYISI</u>	<u>%</u>
% 50 VE ÜZERİ İÇ PİYASA	55	35	64	18	33	2	4
% 50 VE ÜZERİ DIŞ PİYASA	130	107	82	23	18	0	0

Kapasite Artışı öngörüsüne İç Piyasa Dış Piyasa ayrımı açısından baktığımızda, İç Piyasaya çalışan kuruluşların % 64 'ü yani 55 kuruluşun 35 'i kapasite artışını öngörmekte iken, Dış piyasaya çalışan kuruluşları % 82 'si yani 130 kuruluşun 107 'si kapasite artışını öngördüğünü belirtebiliriz.

Yani dış piyasaya çalışmak kapasite artışı öngörüsü için bir avantaj sağlamaktadır diyebiliriz.

10.GELECEK 3 YIL YATIRIM ÖNGÖRÜNÜZ

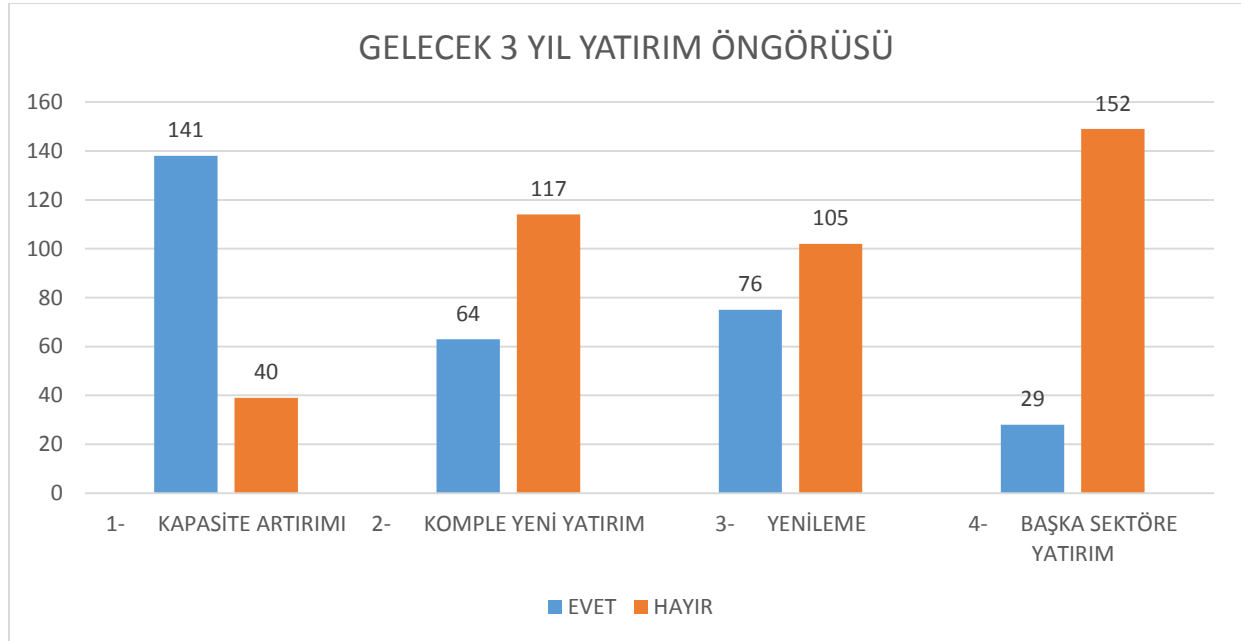
Makine Halısı sektörü kuruluşlarının gelecek 3 yıl yatırım öngörülerine göz attığımızda aşağıdaki tablo oluşmaktadır. Gelecek yatırım öngörüsü 4 ayrı başlıkta ifade edilmiştir. Bunlar; Kapasite artırımı, Komple yeni yatırım, Yenileme ve Başka sektöre yatırım şeklinde değerlendirilmiştir.

<u>YATIRIM</u>	<u>EVET</u>	<u>%</u>	<u>HAYIR</u>	<u>%</u>
1- KAPASİTE ARTIRIMI	141	78	40	22
2- KOMPLE YENİ YATIRIM	64	35	117	65
3- YENİLEME	76	42	105	58
4- BAŞKA SEKTÖRE YATIRIM	29	16	152	84

Buna göre kuruluşlar % 78 oranında yani 141 kuruluş kapasite artırımı öngörmektedir. Bir önceki gelecek 3 yıl kapasite öngörüsü sonuçları doğrultusunda da gördüğümüz üzere, kuruluşlar kapasitelerini artıracaklarını ifade etmektedirler.

Komple yeni yatırım konusunda kapasite artırımına nazaran bir çekince söz konusudur. 64 kuruluş yani kuruluşları % 35 'i komple yeni yatırım öngörürken 117 kuruluş yani kuruluşların % 65 'i komple yeni yatırım ile ilgili olumsuz yaklaşım sergilemişlerdir.

Yenileme konusunda da aynı komple yeni yatırımda olduğu gibi bir çekince söz konusudur. 105 kuruluş yani kuruluşları % 58 'i yenileme yatırımları konusunda olumsuz fikir beyan etmişlerdir. Bunda kuruluşların tezgâhlarının ve makine parklarının son teknolojiye yakın teknolojiye sahip olmalarındandır.



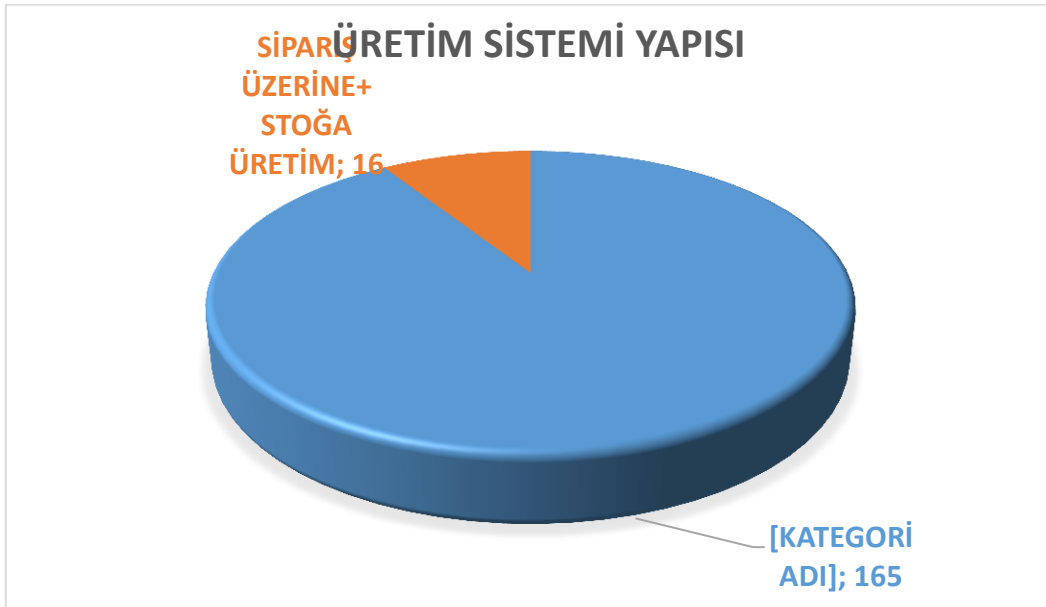
Halı kuruluşları 152 'ye 29 gibi açık farklı (% 84 'e % 16) bir şekilde başka sektöre yatırım düşünmediklerini belirtmişlerdir. Halı sektörünün geleneksel yapısı bu sonuçta büyük etkili olmaktadır.

11. ÜRETİM SİSTEMİ YAPISI

Üretim sistemi açısında 2 farklı yaklaşım söz konusudur. Kuruluşlar ya sipariş üzerine ya da stoğa üretim yapmaktadırlar. Halı kuruluşları yüksek oranda % 91 yani 165 kuruluş olmak üzere sipariş üzerine üretim yapmaktadırlar.

<u>ÜRETİM SİSTEMİ YAPISI</u>	<u>Toplam</u>	<u>%</u>
SİPARİŞ ÜZERİNE	165	91
SİPARİŞ ÜZERİNE+ STOĞA ÜRETİM	16	9

Geri kalan % 9 yani 16 kuruluşta hem sipariş hem de stoğa üretim yapmakta oldukları belirtebiliriz.



ÇALIŞILAN PİYASA İLE ÜRETİM SİSTEMİ İLİŞKİSİ

<u>TEZGAH SAYISI</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>	<u>SİPARİŞ ÜZERİNE</u>		<u>SİPARİŞ ÜZERİNE VE STOĞA ÜRETİM</u>	
		<u>KURULUŞ SAYISI</u>	<u>%</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>	<u>%</u>
% 50 VE ÜZERİ İÇ PİYASA	55	41	75	14	25
% 50 VE ÜZERİ DIŞ PİYASA	132	128	97	4	3

Tabloya göre dış piyasaya çalışan firmaları sipariş üzerine; iç piyasaya çalışan firmaların da hem sipariş üzerine hem de stoğa üretim yapmakta olduklarını belirlemiş bulunmaktayız. İç piyasaya çalışan kuruluşların % 75 'i sipariş üzerine % 25 sipariş üzerine ve stoğa üretim sistemi kullanmakta iken; dış piyasada ise % 97 oranında sipariş üzerine % 5 oranının da sipariş ve stoğa üretim yapılmaktadır.

12.2013 YILI KULLANILAN HAMMADDE DURUMU

Makine Halısı sektörü kuruluşlarının kullandıkları hammaddeler de üretimlerini çok yakından ilgilendirmektedir.

<u>KULLANILAN HAMMADDE</u>	<u>KURULUŞ SAYISI(*)</u>	<u>MİKTAR TON/YIL</u>
HAV İPLİĞİ - PP	134	366.100 TON
HAV İPLİĞİ - POLYESTER	49	151.557 TON
HAV İPLİĞİ - AKRİLİK	72	53.710 TON
HAV İPLİĞİ - YÜN	10	11.022 TON
ÇÖZGÜ İPLİĞİ	143	62.425 TON
JÜT İPLİĞİ	142	148.003 TON
LATEKS	102	59.252 TON

(*) Verilerini paylaşan kuruluşların sayısı ve bilgileri

Hav İpliği (Polipropilen - PP) kullanan 134 kuruluşun kullandığı toplam PP miktarı yıllık 366.100 ton dur. Hiç PP kullanmayan kuruluş sayısı 37 dir. Verilerin sonucu olarak, tezgah başına kullanılan PP miktarı ortalama 450 tondur.

Hav İpliği (Polyester) kullanan 49 kuruluşun toplam Polyester kullanımı 151.557 ton olarak görülmektedir. Hiç polyester kullanmayan kuruluş sayısı 117 dir. Tezgah başına düşen polyester kullanımı 225 tondur.

Hav İpliği Akrilik kullanan 72 kuruluşun kullandığı toplam Akrilik İplik miktarı 53.710 tondur. Tezgah başına düşen akrilik kullanımı 994 ton olarak belirlenmiştir.

Yün hav ipliği kullanan 10 kuruluşun toplan yün ipliği kullanımı 11.022 TON olarak görülmektedir. Tezgah başına düşen yün iplik kullanımı yıllık ortalama 245 ton dur.

Çözümlü ipliğinde kullanıcı 143 kuruluşun yıllık kullanımı toplam 62.425 tondur. Tezgah başına düşen çözümlü ipliği kullanımı yıllık ortalama 58 tondur.

Jüt ipliği kullanıcısı 142 kuruluşun yıllık kullanımı toplam 148.003 tondur. Tezgah başına düşen jüt ipliği kullanımı yıllık ortalama 151 tondur.

Lateks kullanıcısı 102 kuruluşun yıllık kullanımı toplam 59.252 ton olarak görülmektedir. Buna göre Lateksin tezgah başına yıllık kullanımı ortalama 78 tondur.

HALI SEKTÖRÜNÜN İHTİYAÇ DUYDUĞU YILLIK ORTALAMA HAMMADDE MİKTARLARI

Elde edilen verilere göre, yıllık kullanım miktarları ortalamasından yıllık tüketimleri tasarladığımızda aşağıdaki tablo ortaya çıkmaktadır.

<u>YILLIK İHTİYAÇ DUYULAN HAMMADDE</u>	<u>MİKTAR TON/YIL</u>
HAV İPLİĞİ - PP	371.828 TON
HAV İPLİĞİ - POLYESTER	153.300 TON
HAV İPLİĞİ - AKRİLİK	77.555 TON
HAV İPLİĞİ - YÜN	14.000 TON
ÇÖZGÜ İPLİĞİ	65.944 TON
JÜT İPLİĞİ	181.200 TON
LATEKS	60.730 TON

Bu tabloya göre makine halısı sektörünün Hav ipliği olarak 371.828 ton PP, 153.300 ton polyester, 77.555 ton akrilik ve 14.000 ton yün iplik ihtiyacı belirlenmektedir.

Hav ipliği yanında 65.944 ton çözgü ipliği ihtiyacı tespit edilmiştir.

Sektörün jüt ipliği ihtiyacı ise yıllık ortalama 181.200 tondur.

Lateks ihtiyacı ise 60.730 ton olduğu hesap edilmektedir.

13.2013 YILI KULLANILAN ENERJİ DURUMU

<u>KULLANILAN ENERJİ</u>	<u>KURULUŞ SAYISI(*)</u>	<u>ENERJİ MİKTARI</u>
AKARYAKIT	1	3 TON
KÖMÜR	13	10.697 TON
DOĞALGAZ	70	4.825.504 M3
ELEKTRİK	113	27.322.061 KWS
SU	71	106.377 TON

(*)Verilerini paylaşan kuruluşların sayısı ve bilgileri

Sektörün kullandığı enerji miktarları açısından değerlendirildiğinde, firmadan firmaya ve bölgeden bölgeye değişiklikler gösterdiği tespit edilmiştir.

Sadece 1 kuruluş akaryakıt kullanırken, 13 kuruluş kömür ve 70 kuruluş doğalgaz kullanarak buhar enerjisi ihtiyacını karşılamaktadır.

Verilerini paylaşan 113 kuruluşun elektrik tüketimi toplamı olan 27.322.061 kws verilerinden yola çıkarak hesap edildiğinde;

Tezgah başına düşen aylık elektrik tüketimi, 25.177 kws olarak hesaplanmıştır.

Kuruluşlardan 70 kuruluşun doğalgaz tüketimi 4.825.504 m³ olarak belirlenmiştir. Yapılan ortalama hesaplamaları doğrultusunda,

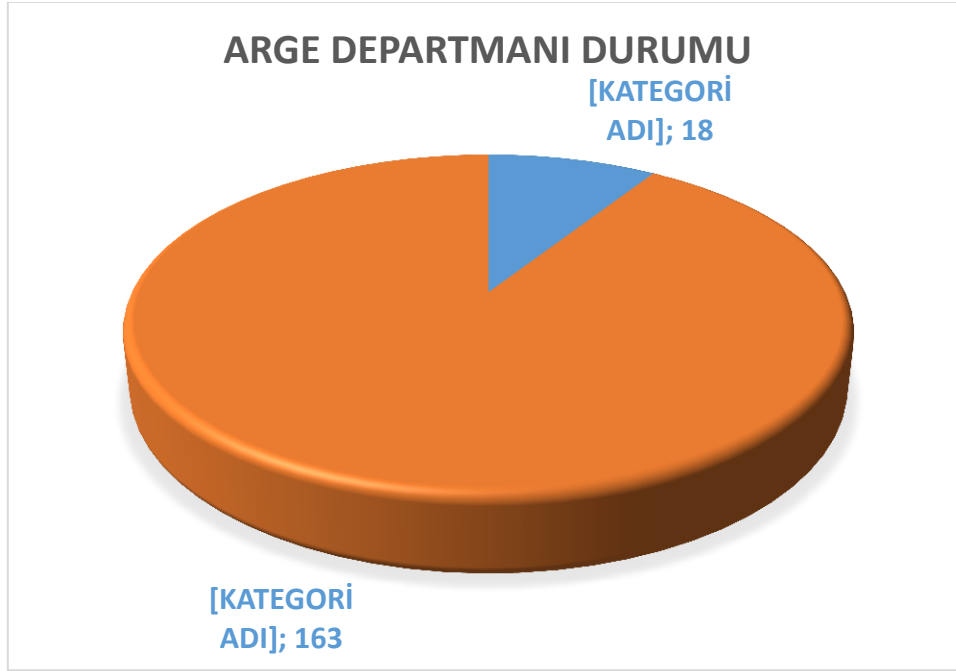
Tezgah başına düşen aylık doğalgaz tüketimi, 4.254 m³ olarak belirlenmiştir.

14.ARGE DEPARTMANI DURUMU

Her sektörde olduğu gibi, makine halısı sektörü içinde ARGE çalışmaları önemli bir faaliyettir. Bugün yeterli olmasa bile ARGE çalışmalarının önemi gün geçtikçe daha iyi anlaşılmaktadır.

<u>ARGE DEPARTMANI</u>	<u>Toplam</u>	<u>%</u>
EVET	18	10
HAYIR	163	90

Kuruluşlar arasında ARGE çalışmalarını değerlendirdiğimizde, kuruluşların % 10 'u yani 18 kuruluşta ARGE departmanının olduğuna karşılık kuruluşların % 90 'ının da yani 163 kuruluşta ARGE Departmanı bulunmamaktadır.



Var olan ARGE departmanlarında toplam 49 çalışan görev yapmaktadır.

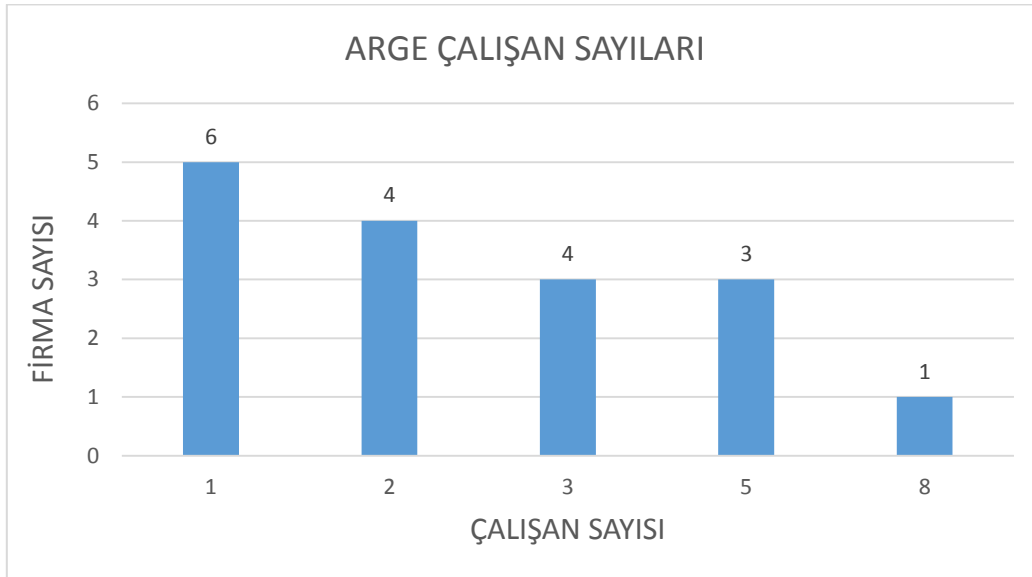
TOPLAM ARGE ÇALIŞAN SAYISI	49
-------------------------------	----

ARGE ÇALIŞAN SAYILARININ KURULUŞLARA GÖRE DAĞILIMI

Kuruluşlardan 1 ARGE çalışanı olan 6 kuruluş varken, 2 ve 3 çalışanı olan 4 'er kuruluş, 5 çalışanı olan 3 kuruluş bulunmaktadır. 1 kuruluşta ise 8 ARGE çalışanı görev yapmaktadır.

<u>ARGE ÇALIŞAN SAYISI</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>
1	6
2	4
3	4
5	3
8	1
0	163
Genel Toplam	181

Tablodan görüleceği üzere 163 kuruluşta hiç ARGE çalışanı yoktur.



KURULUŞ BÜYÜKLÜĞÜ İLE ARGE DEPARTMANI VARLIĞI ARASINDAKİ İLİŞKİ

<u>TEZGAH SAYISI</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>	<u>%</u>
10 VE ALTI	11	61
10 ÜZERİ	7	39

Tablodan görüleceği üzere ARGE departmanı varlığının kuruluşların büyüklüğü ile bir ilgisi yoktur. 10 ve altı Tezgah sahibi 11 kuruluşta ARGE departmanı varken; 10 üzeri tezgaha sahip 7 kuruluşta ARGE departmanı varlığı işaret edilmektedir.

ARGE FAALİYETLERİ DAĞILIMI

Kuruluşların ARGE faaliyetlerini 4 başlıkta değerlendirilmiştir. Bunlar Ürün Geliştirme, Süreç Geliştirme, Pazar Geliştirme ve Organizasyon Geliştirme faaliyetleridir.

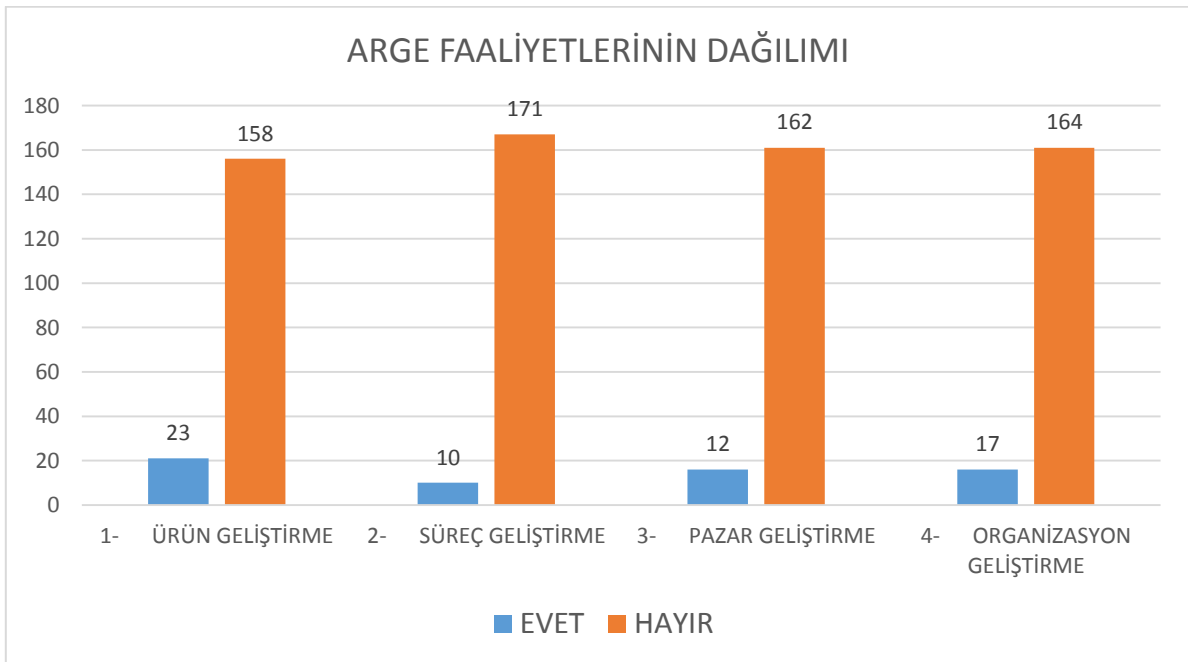
ARGE FAALİYETİ	EVET	%	HAYIR	%
ÜRÜN GELİŞTİRME	23	13	158	87
SÜREÇ GELİŞTİRME	10	6	171	94
PAZAR GELİŞTİRME	12	7	162	93
ORGANİZASYON GELİŞTİRME	17	9	164	91

Kuruluşların % 13 'ü Ürün geliştirme faaliyetlerinde bulunmakta iken, 158 kuruluş yani kuruluşların % 87 'si Ürün geliştirme faaliyetleri yapmamaktadır.

Süreç geliştirme faaliyetlerini yürüten % 6 yani sadece 10 firma bulunmaktadır.

Pazar geliştirme faaliyetleri yürüten % 7 yani 12 kuruluş bulunmakta iken;

Organizasyon geliştirme faaliyetleri yürüten 17 kuruluş yani kuruluşların % 9 'u kadardır.



ARGE faaliyetleri üretim sektörü için vazgeçilmez öneme sahip faaliyetlerdir. Kuruluşların mevcut pazarları geliştirebilmeleri ve yeni pazarlara girebilmenin en önemli araçlarından birisi de ARGE faaliyetleridir.

Makine halısı sektörü kuruluşları ARGE departmanlaşmasına ve faaliyetlerine yeterince önem vermesi gerekirken, bu önemin verildiğini söyleyemeyiz.

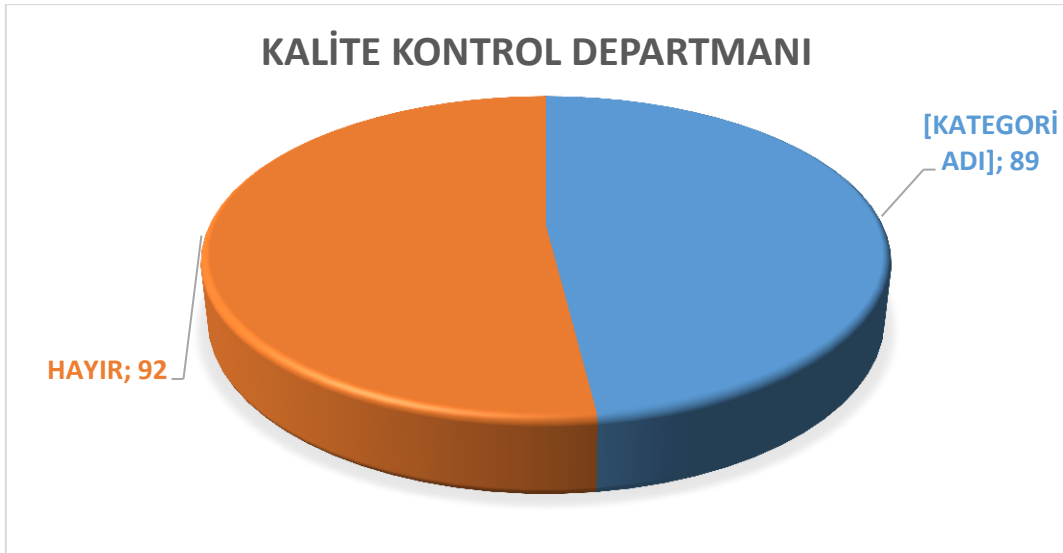
15.KALİTE KONTROL DEPARTMANI DURUMU

Sevkiyat öncesi yani nihai kalite kontrol faaliyetlerinin müşteri memnuniyeti üzerinde önemli bir yere sahiptir. Bu önemden yola çıkarak halı sektörü kuruluşlarına Kalite Kontrol departmanı açısından baktığımızda kuruluşları kalite kontrol faaliyetlerine çok yüksek olmasa bile ilgi gösterdiklerini söyleyebiliriz.

<u>KALİTE KONTROL DEPARTMANI</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>	<u>%</u>
EVET	89	49
HAYIR	92	51

Kuruluşların % 49 'u yani 89 kuruluşta Kalite Kontrol departmanı faaliyetlerinin bulunduğu belirlenmiş bulunmaktayız.

Aynı şekilde kuruluşlarda 92 'sinde yani % 51 'inde kalite kontrol departmanı bulunmamaktadır.



KURULUŞ BÜYÜKLÜĞÜ İLE KALİTE KONTROL DEPARTMANI VARLIĞI ARASINDAKİ İLİŞKİ

Tezgâh sayıları açısından kuruluş büyüklükleri ile Kalite kontrol departmanı varlığı arasında zayıfta olsa ilişki bulunduğunu ifade edebiliriz. Kalite kontrol departmanı var olan kuruluşların % 74 'ü tezgâh sayısı 10 ve altı sayıda tezgâha sahip kuruluşlar iken, % 26 oranında yani 23 kuruluşta 10 üzerinde tezgah sahibi kuruluşlardır.

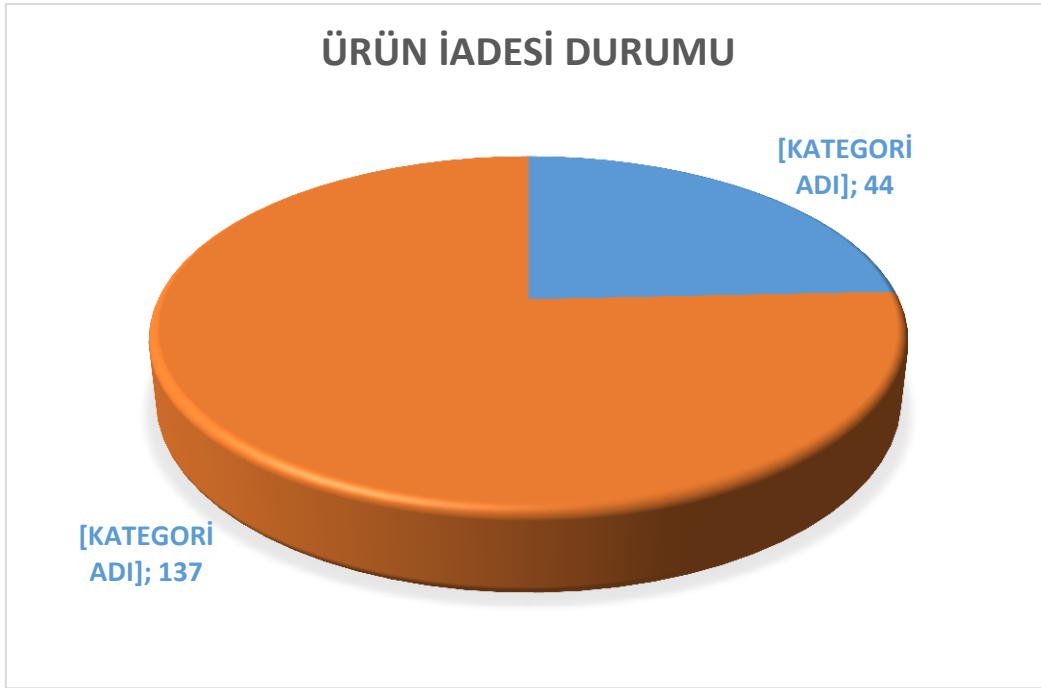
<u>TEZGAH SAYISI</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>	<u>%</u>
10 VE ALTI	66	74
10 ÜZERİ	23	26

Tezgah sayısı olarak daha küçük firmalar kalite kontrol departmanlarına daha yakın ilgi vardır.

16.ÜRÜN İADESİ DURUMU

<u>ÜRÜN İADESİ DURUMU</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>	<u>%</u>
EVET	44	24
HAYIR	137	76

Kuruluşların % 24 'ü yani 44 kuruluş ürün iadesi le muhatap olduklarını ya da ürün iadesi aldıklarını ifade etmişlerken, 137 kuruluş yani % 76 oranında kuruluştta ürün iadesi söz konusu değildir şekilde ifade etmişlerdir.



2013 YILI ÜRÜN İADESİ MİKTARI (M2) :

2013 YILI ÜRÜN İADESİ MİKTARI M2/YIL	475.525 M2
--	------------

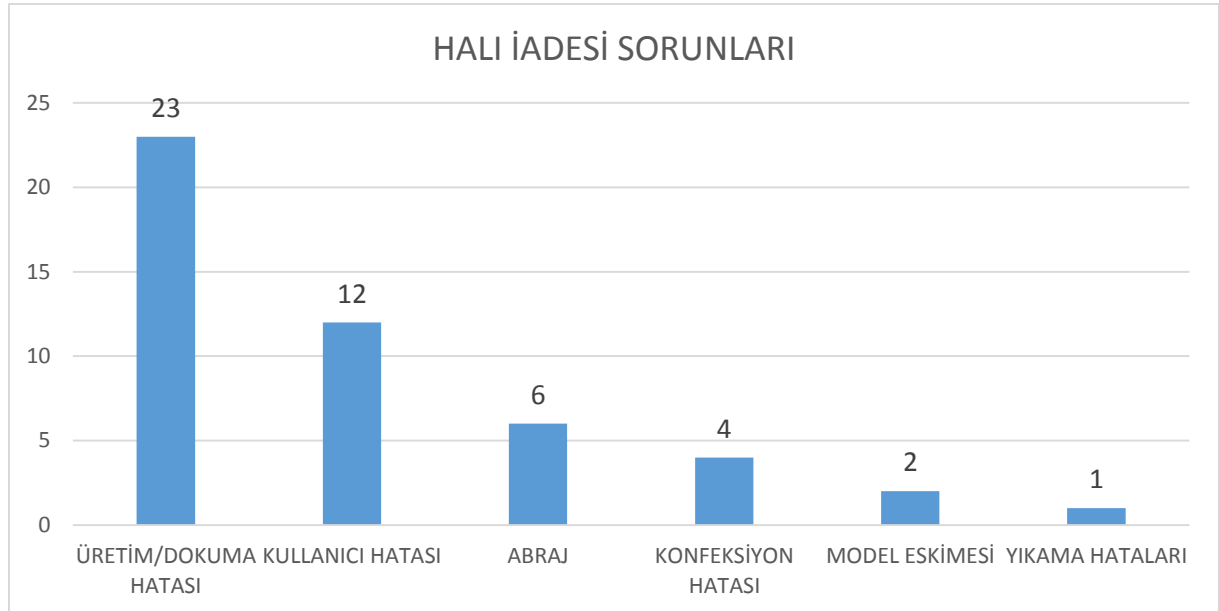
Ürün iadesi alan 44 kuruluşun toplam ürün iadesi miktarı 475.525 m² halidir. 2013 yılı kapasitesi (332.393.889 M²/YIL) ve kapasite kullanım oranlarından (% 72) yola çıkarsak, halı iadesi miktarı toplam halı üretiminin % 0,2 'si yani 1000 de 2 'si kadardır.

HALI İADESİ SORUNLARI

Halı iadesi kabul eden 44 kuruluşla yapılan değerlendirmelerde Halı iadesi nedenleri/sorunları içerisinde en önemli sorunun Üretim/Dokuma hatası olduğunu belirlemekteyiz. Üretim/Dokuma hatası ifade eden kuruluş sayısı 23 kuruluştur.

<u>HALI İADESİ SORUNLARI</u>	<u>Toplam</u>
ÜRETİM/DOKUMA HATASI	23
KULLANICI HATASI	12
ABRAJ	6
KONFEKSİYON HATASI	4
MODEL ESKİMESİ	2
YIKAMA HATALARI	1

12 kuruluş iade nedeni olarak kullanıcı hatası, 6 kuruluş yine üretim/dokuma hatası olan abraj, 4 kuruluş konfeksiyon hatası 2 kuruluş model eskimesi ve kuruluşta yıkama hataları olarak iade sorunlarını ifade etmişlerdir.

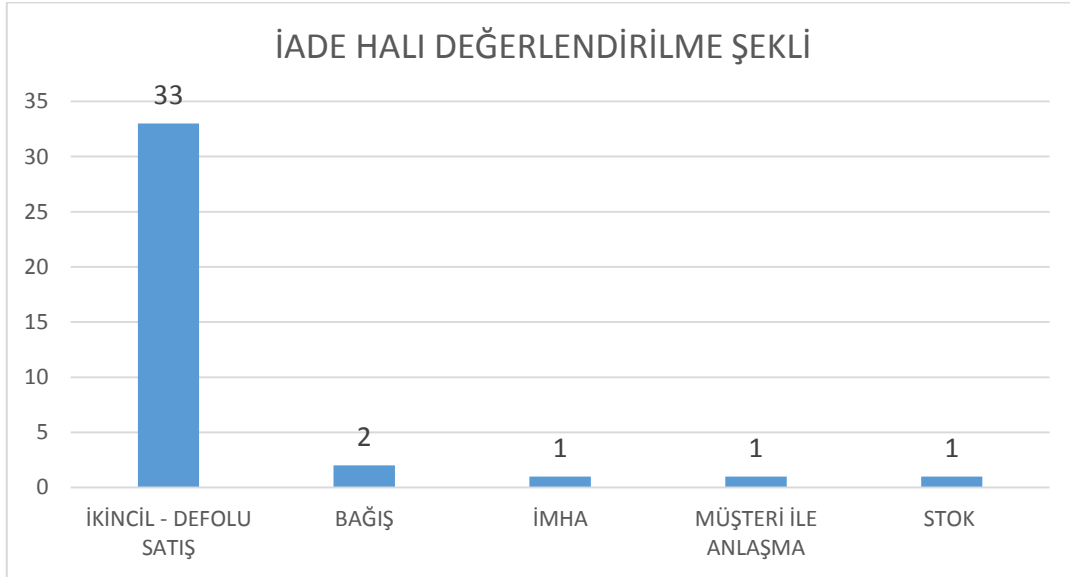


HALI İADESİNİN DEĞERLENDİRME ŞEKLİ

İade halı alan kuruluşlar, aldıkları halıları büyük oranda ikincil/defolu satış yöntemiyle değerlendirdiklerini belirlemekteyiz. İkincil/defolu satış şeklini kullanan kuruluş sayısı 33 iken 2 kuruluş bağış, 1 kuruluş imha, yönetimi uygulamışlardır.

<u>DEĞERLENDİRME ŞEKLİ</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>
İKİNCİL - DEFOLU SATIŞ	33
BAĞIŞ	2
İMHA	1
MÜŞTERİ İLE ANLAŞMA	1
STOK	1

Yine 1 kuruluş müşteri ile anlaşma yolunu seçerken 1 kuruluşta iade halıları stoğunda tutmakta olduğunu ifade etmiştir.



KURULUŞ BÜYÜKLÜĞÜ İLE ÜRÜN İADESİ ARASINDAKİ İLİŞKİ

<u>TEZGAH SAYISI</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>	<u>%</u>	<u>İADE MİKTARI</u> <u>M²</u>	<u>%</u>
10 VE ALTI	31	70	164.781	35
10 ÜZERİ	13	30	310.744	65

10 ve altı tezgah sayısına sahip kuruluşlarda iade konusunda kuruluş sayısı fazla (% 70) olsa bile 10 üzeri tezgaha sahip kuruluşlar (oranı % 30) iadenin % 65 'i ile muhatap olmuşlardır.

ÇALIŞILAN PAZAR İLE ÜRÜN İADESİ ARASINDAKİ İLİŞKİ

<u>PAZAR DAĞILIMI</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>	<u>ÜRÜN İADELİ KURULUŞ SAYISI</u>	<u>%</u>	<u>İADE MİKTARI</u> <u>M²</u>	<u>%</u>
% 50 VE ÜZERİ İÇ PİYASA	55	24	44	189.475	40
% 50 VE ÜZERİ DIŞ PİYASA	132	24	18	325.736	69

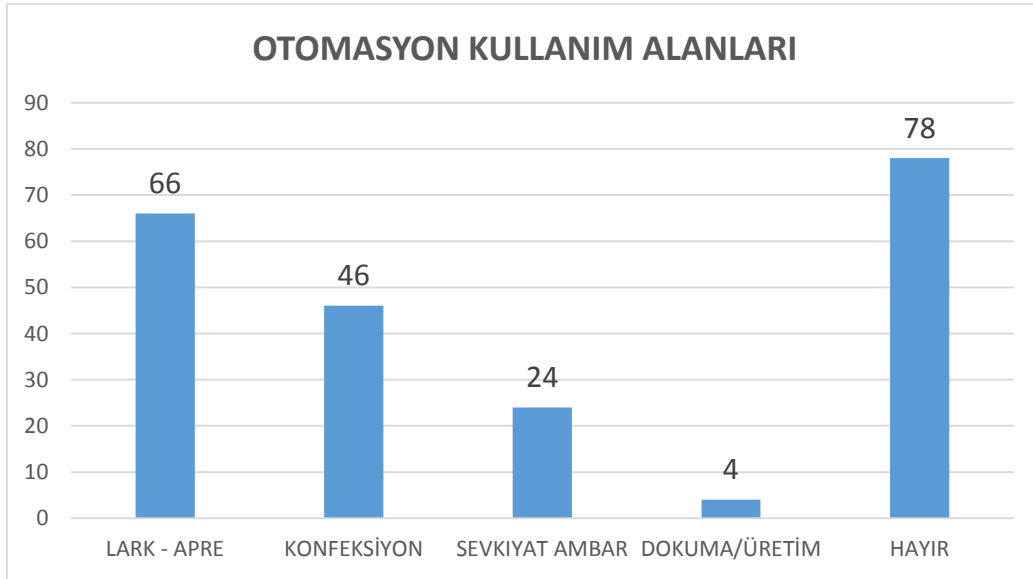
İç piyasaya çalışan kuruluşların % 44 'ü yani 24 kuruluşta iade halı söz konusu iken; Dış piyasaya çalışan kuruluşların % 18 'i yani 24 kuruluş iade halı ile karşılaşmaktadır. Satıştan iade konusunun muhatabının daha çok iç piyasaya çalışan kuruluşlar olduğunu söylesek bile iade miktarları açısından dış piyasaya çalışan kuruluşlar daha çok miktar olarak halı iadesi almaktadırlar.

17.OTOMASYON KULLANIMI DURUMU

Halı kuruluşları yeterli olmasa da teknolojik yatırımlara ya da otomasyona önem vermektedirler.

<u>OTOMASYON KULLANIM ALANLARI</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>
LARK - APRE	66
KONFEKSİYON	46
SEVKİYAT AMBAR	24
DOKUMA/ÜRETİM	4
HAYIR	78

Kuruluşların 66 'sı Lark-Apre bölümünde otomasyon kullandıklarını ifade etmişlerdir. Yine 33 kuruluşta Konfeksiyon, 24 kuruluşta Sevkiyat Ambar bölümlerinde otomasyonda faydalanmaktadır.



4 kuruluşta Dokuma/Üretim bölümlerinde otomasyon kullanılmaktadır.

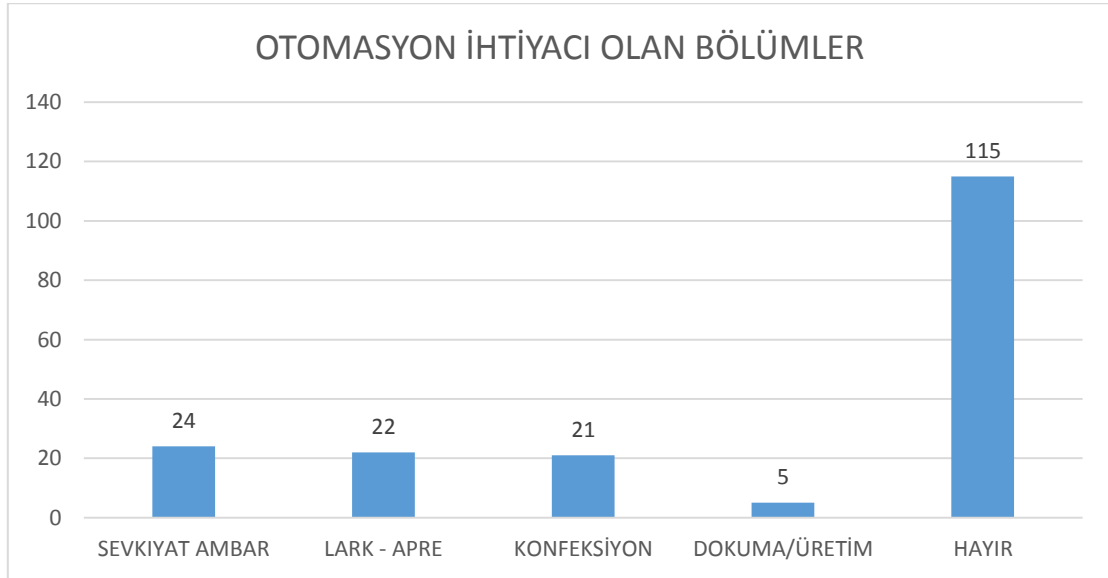
Kuruluşlarda 78 kuruluşta hiçbir otomasyon kullanımı söz konusu olmadığını belirlemekteyiz.

OTOMASYON İHTİYACI OLAN BÖLÜMLER

Kuruluşlardan 24 kuruluş Sevkiyat ve Ambar bölümünde otomasyon ihtiyacı olduğunu belirtirken, 22 kuruluşta Lark-Apre bölümünde otomasyona ihtiyacı olduğunu ifade etmişlerdir.

<u>OTOMASYON İHTİYACI OLAN BÖLÜMLER</u>	<u>TOPLAM</u>
SEVKİYAT AMBAR	24
LARK - APRE	22
KONFEKSİYON	21
DOKUMA/ÜRETİM	5
HAYIR	115

Konfeksiyon bölümünde otomasyon ihtiyacını ifade eden kuruluş sayısı 21 iken 5 kuruluşta Dokuma/Üretim bölümünde otomasyon ihtiyacı olduğunu ifade etmiştir.



Kuruluşlardan 115 kuruluş ise herhangi bir bölümde otomasyon ihtiyacı olmadığını ifade etmiştir.

18. YAZILIM KULLANIMI

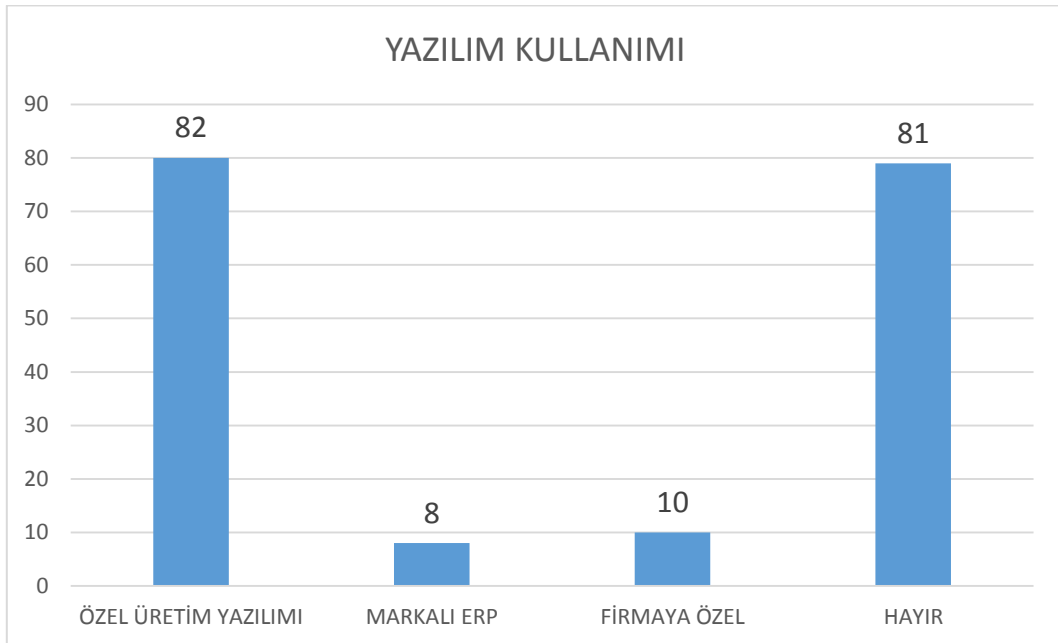
İş ve işlemlerin kolaylaştırılması, sistematikleştirilmesi ve işlemlerin sonucunda oluşan verilerin sağlıklı bir şekilde depolanması ve hızlı ve doğru bir şekilde raporlama gibi faydaları olan yazılım kullanımları üretim kuruluşlarında önemini giderek hissettirmektedir.

<u>YAZILIM KULLANIMI</u>	<u>Toplam</u>	<u>%</u>
ÖZEL ÜRETİM YAZILIMI	82	45
MARKALI ERP	8	4
FİRMAYA ÖZEL ERP YAZILIMI	10	6
HAYIR	81	45

Bu önemden yola çıkarak yazılım kullanımı değerlendirdiğimizde, 82 kuruluşta yani kuruluşların % 45 'i özel üretim yazılımı kullanılmaktadır.

8 kuruluş Markalı ERP yazılımı kullanmaktadır.

10 kuruluşta kuruluşa özel ERP yazılımı kullanılmaktadır.



81 kuruluşta ise herhangi bir yazılım kullanılmamaktadır.

Halı sektörü kuruluşlarının otomasyon ve yazılım kullanımına yeterince ilgi göstermediklerini ifade edebiliriz.

IV.PAZARLAMA / SATIŞ

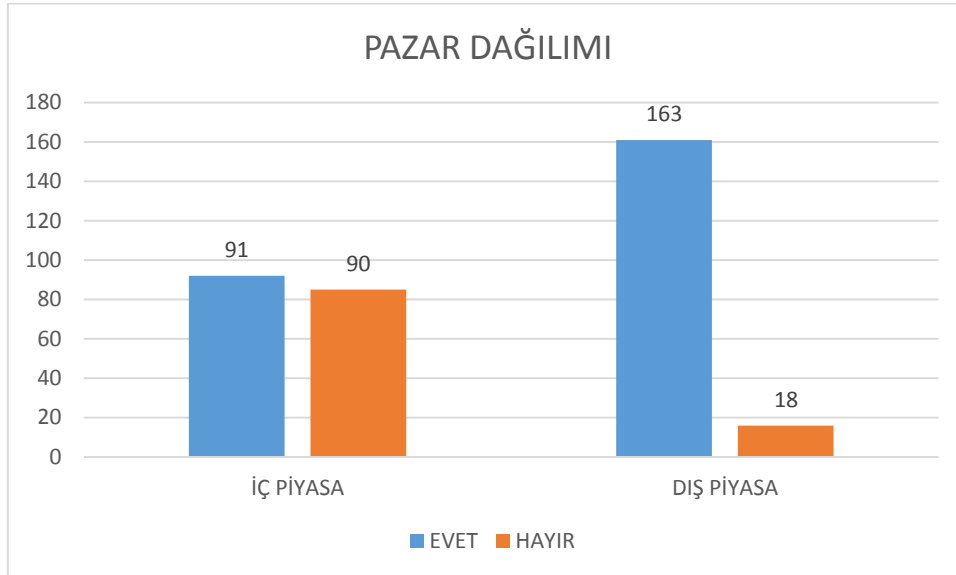
1.PAZAR DAĞILIMI

Makine Halısı sektörü kuruluşları hem iç piyasada hem de dış piyasa da kendilerine yer edinmeye çalışmaktadırlar. Envanter projesi çerçevesinde kuruluşların hangi piyasaya çalıştıkları Pazar dağılımı başlığı altında incelenmiştir.

Pazar dağılımı açısından 181 kuruluşun % 50 'si 91 kuruluş iç piyasaya evet derken % 50 'si yani 90 kuruluş hayır demmiştir.

PAZAR DAĞILIMI	İÇ PİYASA	%	DIŞ PİYASA	%
EVET	91	50	163	90
HAYIR	90	50	18	10

Kuruluşların % 90 'ı yani 163 kuruluş Dış piyasaya evet demekte % 10 kuruluş yani 18 kuruluşta dış piyasada faaliyetlerinin olmadığını ya hayır demektedir.



Halı sektörü kuruluşlarının büyük oranda dış piyasaya çalıştıklarını belirlemektediriz.

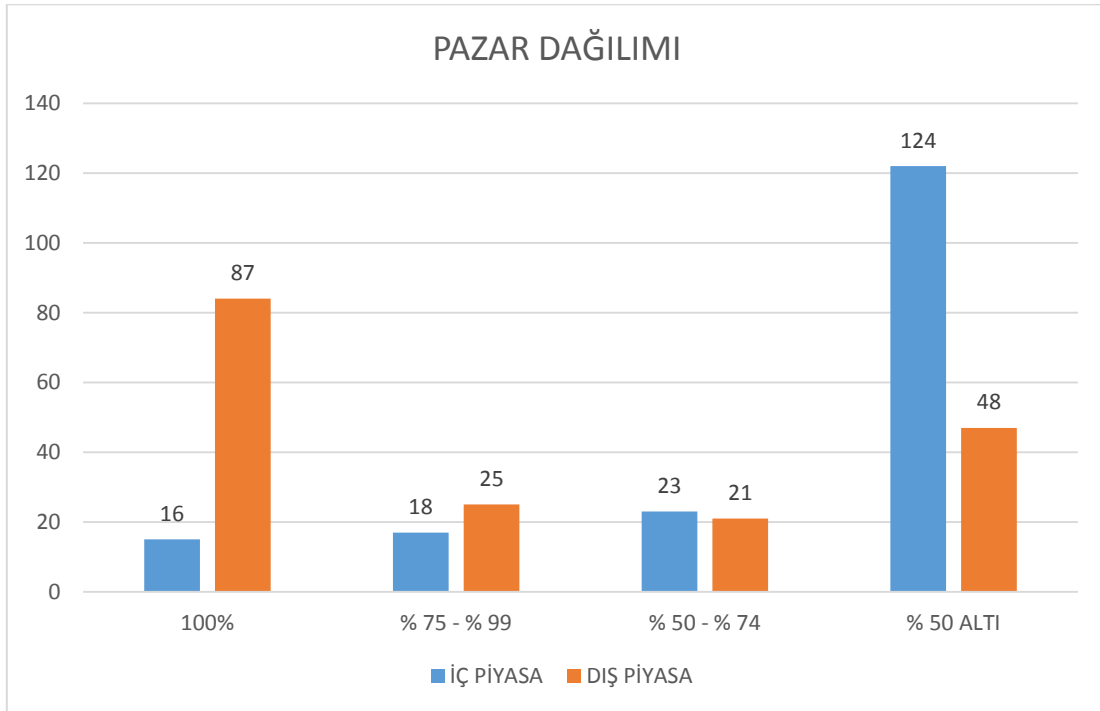
Kuruluşlardan % 100 iç piyasaya çalışan 16 kuruluşu yani % 9 iken; % 100 dış piyasaya çalışan % 48 yani 87 kuruluş olduğunu belirlemekteyiz.

% 75 ila % 99 oranında iç piyasaya çalışan kuruluş sayısı 18 yani % 10; aynı oranda dış piyasaya çalışan kuruluş sayısı 25 yani % 13 tür.

<u>PAZAR DAĞILIMI</u>	<u>İÇ PİYASA</u>	<u>%</u>	<u>DIŞ PİYASA</u>	<u>%</u>
% 100	16	9	87	48
% 75 - % 99	18	10	25	13
% 50 - % 74	23	12	21	12
% 50 ALTI	124	69	48	27

% 50 ila 74 oranında ise iç piyasada 23 kuruluş; dış piyasada 21 kuruluş faaliyet göstermektedir.

% 50 altında ise iç piyasa da kuruluşların % 69 'u yani 124 kuruluş faaliyet göstermekte iken, dış piyasada % 27 kuruluş yani 48 kuruluş faaliyet göstermektedir.



Kuruluşların 87 'sinin % 100 ve 25 inin % 75 ila 99 arasında oranla dış piyasaya çalışıyor olmaları halı ihracatı rakamlarının da artmasına ve genel ekonomi açısından halı sektörünü önemli bir konuma taşımaktadır. İç piyasaya çalışan firmalarda kendi markaları ve pazarlama dağıtım kanalları ile sektör için önemli bir yer sahip olmaktadır.

TEZGAH SAYISINA GÖRE FİRMA BÜYÜKLÜKLERİ VE PAZAR DAĞILIMI İLİŞKİSİ

Tezgah sayısına göre kuruluşları 5'li skalada çalışılan Pazara göre değerlendirdiğimizde aşağıdaki gibi sonuçlara ulaşılmış bulunmaktayız.

TEZGAH SAYISI (5'Lİ SKALA)	KURULUŞ SAYISI	İÇ PİYASA %				DIŞ PİYASA %			
		100	75-99	50-74	50 ALTI	100	75-99	50-74	50 ALTI
1-3	74	12	8	7	47	34	5	10	25
	%	16	11	9	64	46	7	1	34
4-10	75	4	6	11	54	39	10	7	19
	%	5	8	15	72	52	13	9	25
11-20	23	-	2	4	17	9	7	4	3
	%	0	9	18	74	39	30	17	13
21-30	5	-	2	-	3	3	-	-	2
	%	0	40	0	60	60	0	0	40
30-ÜZERİ	4	-	-	1	3	-	3	-	1
	%	0	0	25	75	0	75	0	25
	181	16	18	23	124	85	25	21	50

1 ila 3 tezgah sayısına sahip 74 kuruluşun 12 ' si yani % 16 'sı % 100 iç piyasaya çalışmaktayken, 34 kuruluş yani % 46 'sı % 100 dış piyasaya çalışmaktadır.

4 ila 10 tezgaha sahip 75 kuruluşun % 52 'si yani 39 kuruluş % 100 dış piyasaya çalışırken; 4 kuruluş yani % 5 kuruluş % 100 dış piyasaya çalışmaktadır.

11-20 tezgaha sahip kuruluşlardan 9 kuruluş, 21-30 tezgaha sahip kuruluşlardan 3 kuruluş ise % 100 dış piyasaya çalışmakta iken bu kategoride buluna iç piyasaya çalışan firma sayısı bulunmamaktadır.

2.PAZARA YÖNELİK TANITIM FAALİYETLERİ

Kuruluşlar ister iç piyasaya yönelsinler isterse de dış piyasa da faaliyet gösterebilirler pazara yönelik tanıtım faaliyetleri büyük önem taşımaktadırlar.

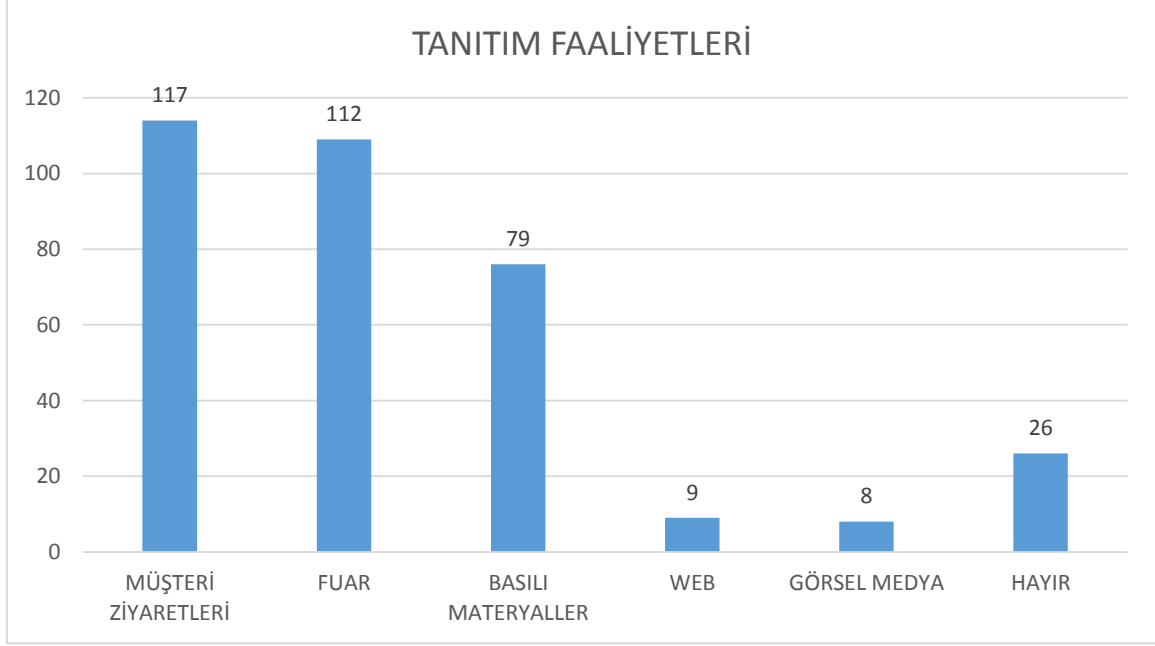
Her kuruluşun kendine özgü bir takım tanıtım faaliyetleri olsa da birçok kuruluş bir den fazla faaliyeti aynı anda uygulamaktadırlar.

PAZAR YÖNELİK TANITIM FAALİYETLERİ	SAYI
MÜŞTERİ ZİYARETLERİ	117
FUAR	112
BASILI MATERYALLER	79
WEB	9
GÖRSEL MEDYA	8
HAYIR	26

Tanıtım faaliyetlerinden en çok tercih edilen yöntem Müşteri Ziyaretleridir. 117 kuruluş Müşteri ziyaretleri yapmayı faaliyet edinmektedir. Yine ikinci en çok tercih edilen tanıtım faaliyetleri de 112 kuruluş ile fuarlara katılım faaliyetleridir.

79 kuruluş basılı materyaller yoluyla pazara yönelik tanıtım faaliyeti yürütmektedir.

Diğer seçenekler oldukça düşük başvurulan tanıtım faaliyetleridir. Bu faaliyetler 9 kuruluşun başvurduğu Web ilanları yoluyla tanıtımı, 8 kuruluşun başvurduğu faaliyette Görsel Medya ilanlarıdır.



26 kuruluş Pazara yönelik herhangi bir tanıtım faaliyetinde bulunmamaktadır.

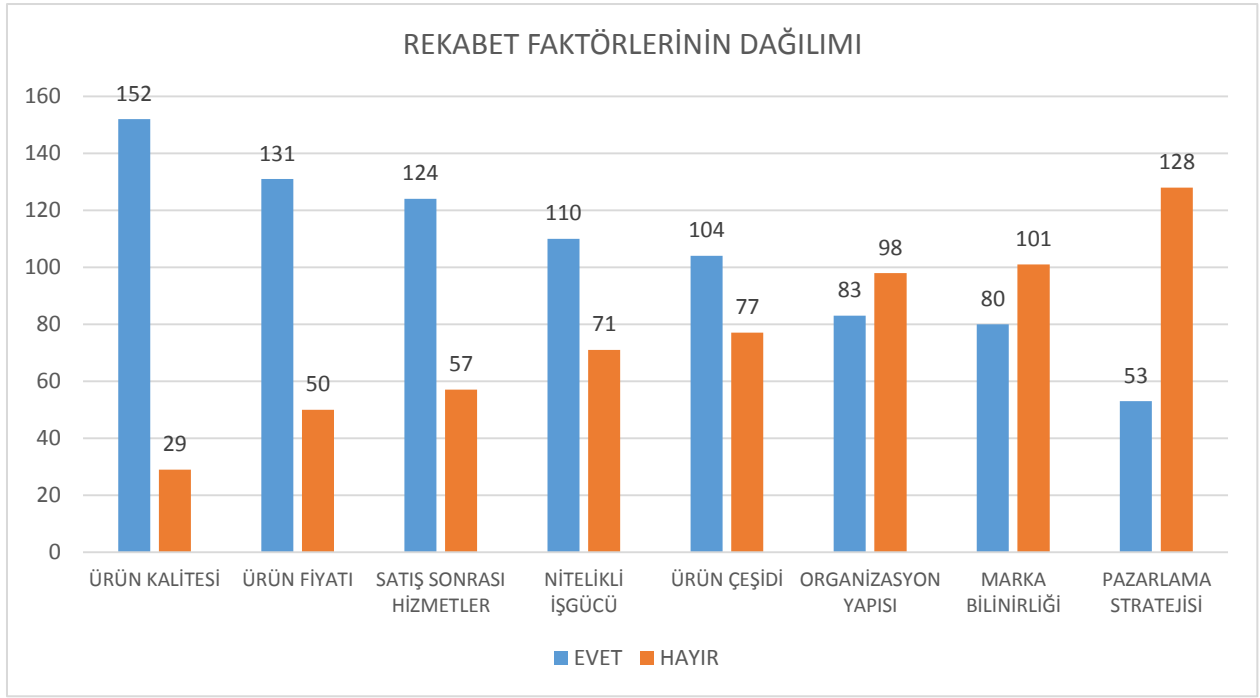
3.REKABET FAKTÖRLERİ

Çalışılan piyasa fark etmeksizin halı kuruluşları yoğun bir rekabet ortamı içerisinde üretim ve satış yapmaktadırlar. Bu rekabet ortamında kuruluşa diğer sektör kuruluşlarına karşı rekabet avantajı sağlayabilecek bir takım faktörlerde bulunmaktadır.

BAŞLICA REKABET FAKTÖRLERİ	EVET	%	HAYIR	%
ÜRÜN KALİTESİ	152	84	29	16
ÜRÜN FİYATI	131	72	50	28
SATIŞ SONRASI HİZMETLER	124	69	57	31
NİTELİKLİ İŞGÜCÜ	110	61	71	39
ÜRÜN ÇEŞİDİ	104	57	77	43
ORGANİZASYON YAPISI	83	46	98	54
MARKA BİLİNİRLİĞİ	80	44	101	56
PAZARLAMA STRATEJİSİ	53	29	128	71

Bu faktörler, Pazarlama stratejisi, Marka bilinirliği, Ürün çeşidi, Ürün kalitesi, Ürün fiyatı, Satış sonrası hizmetler, Organizasyon yapısı, Nitelikli işgücü olarak sıralanmaktadır. Kuruluşlar bu faktörlerden en fazla ürün kalitelerinin kendilerine rekabet avantajı sağladığını ifade ederken, bu başlığın açılımı 152 kuruluştur.

Ürün fiyatını rekabet faktörü olarak gören kuruluş sayısı 131 kuruluş yani %72 dir. 124 Kuruluş yani % 69 Satış sonrası hizmetleri, 110 kuruluş yani % 61 nitelikli işgücünü, 104 kuruluş yani % 57 Ürün çeşidini rekabet faktörü olarak sıralamışlardır.



Bunun yanında kuruluşlar, 83 kuruluş yani % 46 Organizasyon yapısı, 80 kuruluş yani % 44 Marka bilinirliği ve 53 kuruluş yani % 29 pazarlama stratejilerinin kendilerine rekabet avantajı sağladıklarını ifade etmişlerdir.

Kuruluşların ifadelerinin oluşturduğu bu tablo bir takım değerlendirmeleri de beraberinde getirmektedir.

Öncelikle kuruluşlardan 89 kuruluşta kalite kontrol departmanı bulunmakta iken, 152 kuruluşun ürün kalitelerini rekabet avantajı olarak ifade etmeleri kalite yönetimi anlamında bir karışıklığın varlığını göstermektedir. Çünkü kalite durduk yere üretilemez mutlaka planlı programlı bir şekilde kontroller ve faaliyetler yapılması ve bu kontrolleri ve faaliyetleri yürütecek bir departmanın olması gerekir. Bölüm ya da kadro söz konusu değilken, elde bir takım veriler olmadan kalitem yüksek demek çok gerçekçi değildir.

Yine kuruluşlardan 110 kuruluş nitelikli iş gücünün kendine avantaj sağladığını ifade ederken, nitelikli iş gücünün en büyük katkı sağlayıcısı İnsan kaynakları departmanı var olduğunu ifade eden kuruluş sayısı sadece 47 dir. İkinci nokta kişi başı eğitim saati 0 olan 117 kuruluş ve 2 olan 60 kuruluş göz önüne aldığımızda kuruluşların nitelikli eleman konusunda da aşırı iyimser olduklarını ifade edebiliriz.

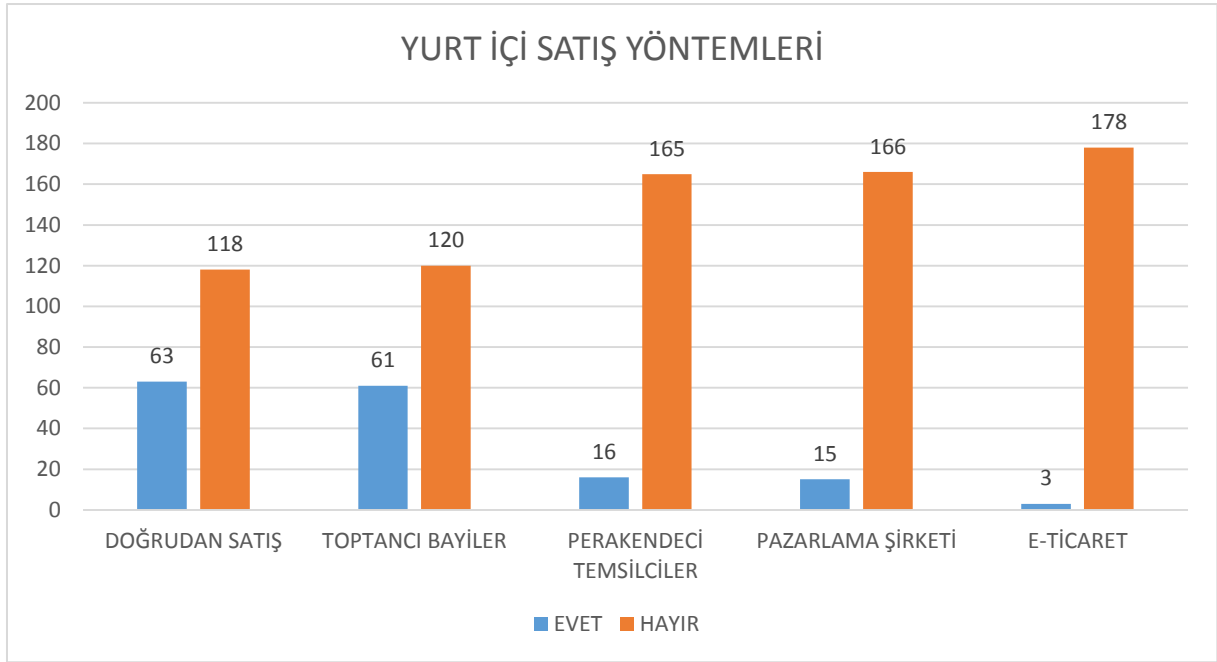
Aynı şekilde, 80 kuruluş Marka bilinirliğini rekabet avantajı olarak sayarken, sadece 62 kuruluşta markalaşma çalışmaları varlığı ifade edilmiştir. Markalaşma çalışmaları marka bilinirliğini artırmaya yarayan çalışmalardır. Marka bilinirliği yüksek demek için markalaşma amacıyla ciddi faaliyetler yapmış olmak gerekir. Markalaşma çalışmaları yokken marka bilinirliğini avantaj olarak ifade etmekte doğru bir değerlendirme yapıldığı anlamına gelmez.

4.YURT İÇİ SATIŞ YÖNTEMLERİ

Kuruluşların yurtiçi satış yöntemleri ile ilgili yapılan değerlendirmede aşağıdaki tablo ortaya çıkmaktadır.

<u>YURT İÇİ SATIŞ YÖNTEMLERİ</u>	<u>EVET</u>	<u>%</u>	<u>HAYIR</u>	<u>%</u>
DOĞRUDAN SATIŞ	63	35	118	65
TOPTANCI BAYİLER	61	34	120	66
PERAKENDECI TEMSİLCİLER	16	9	165	91
PAZARLAMA ŞİRKETİ	15	8	166	92
E-TİCARET	3	2	178	97

Kuruluşların % 35 'i yani 63 kuruluş Doğrudan satış yöntemini kullanırken, kuruluşların % 34 'ü yani 61 kuruluş toptancı bayiler yoluyla iç piyasaya ürün ve hizmet sunmaktadırlar.



Yine kuruluşların %9 'u yani 16 kuruluş perakendeci temsilciler, % 8'i yani 15 kuruluş pazarlama şirketi yoluyla satış yapmaktadırlar.

Kuruluşlardan sadece 3 'ü yani % 2 kuruluş E-ticaret yoluyla iç piyasada satış yapmaktadırlar.

Kuruluşların iç piyasaya satış açısından en çok tercih ettikleri yöntem doğrudan satış yöntemi olurken; iş dünyasının en hızlı yükselen satış yöntemi olan E-ticarete henüz yeterince ağırlık verilmediğini belirliyoruz.

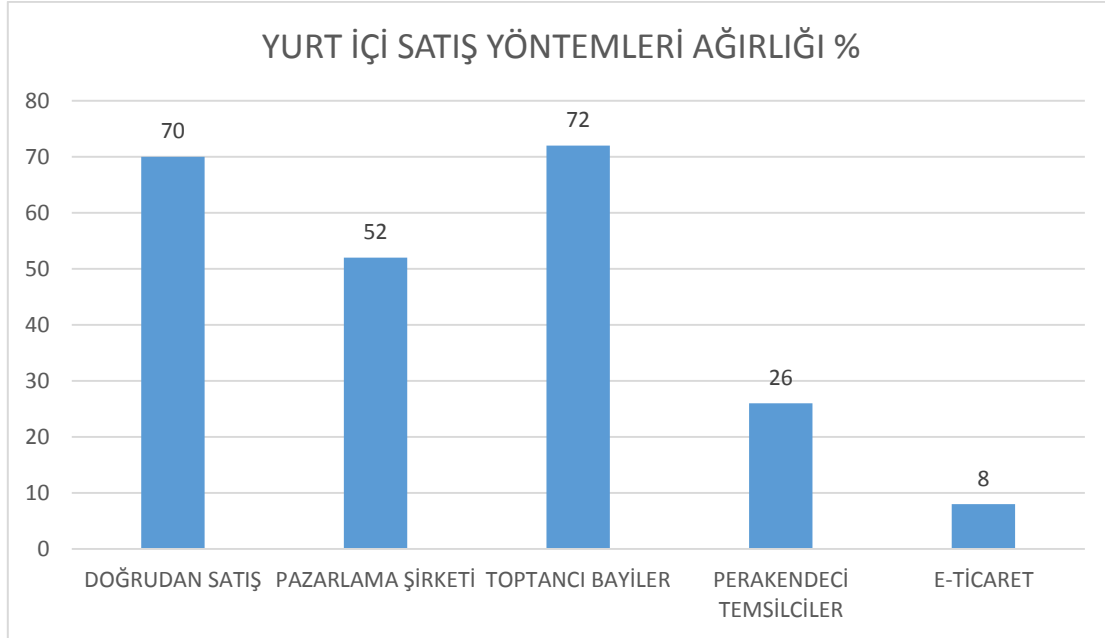
YURT İÇİ SATIŞ YÖNTEMLERİ AĞIRLIĞI

Yurt içi satış yöntemlerinin kuruluşlar içerisindeki ağırlığını değerlendirdiğimizde, ağırlıklı olarak % 72 Toptancı bayiler yer almaktadır.

YURT İÇİ SATIŞ YÖNTEMLERİ	%
TOPTANCI BAYİLER	72
DOĞRUDAN SATIŞ	70
PAZARLAMA ŞİRKETİ	52
PERAKENDECI TEMSİLCİLER	26
E-TİCARET	8

Doğrudan satış yönteminin ağırlığı % 70, Pazarlama Şirketi yönteminin ağırlığı % 52 oranındadır.

Perakendeci temsilciler yönteminin ağırlığı % 26 iken; E-ticaret yönteminin ağırlığı ise % 8 olarak belirlenmiştir.



5.İHRACATTA KULLANILAN YÖNTEMLER

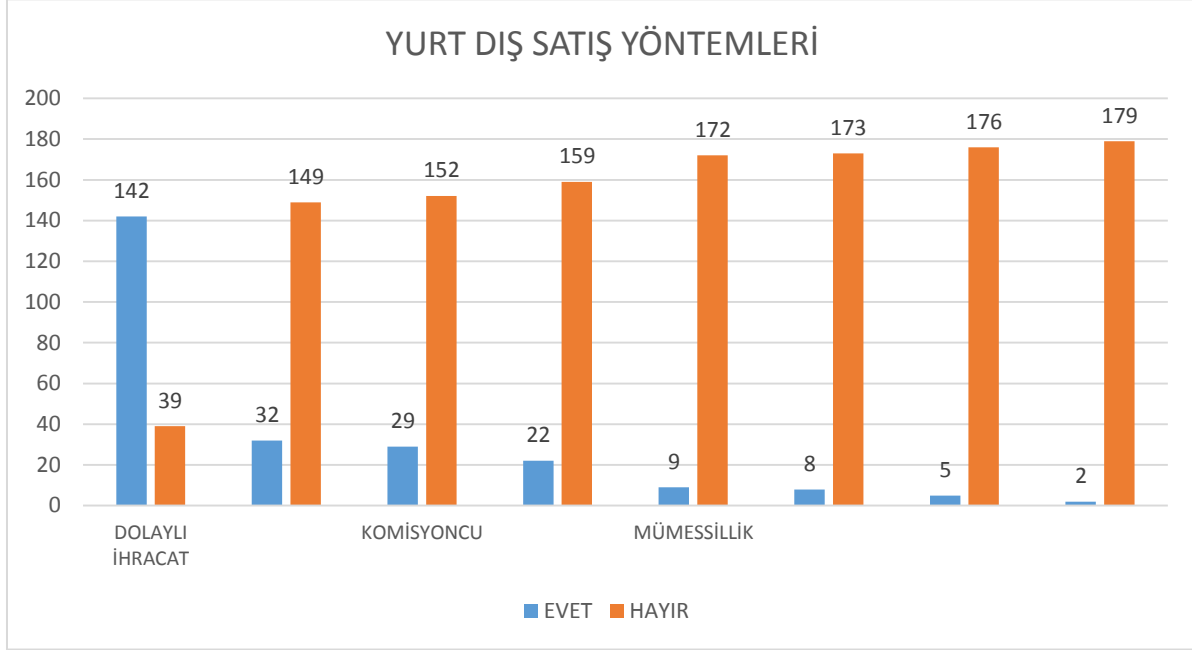
İhracatta kullanılan yöntemlerde değerlendirilmiş ve aşağıdaki tablo oluşturulmuştur.

YURT DIŞI SATIŞ YÖNTEMLERİ	EDET	%	HAYIR	%
DOĞRUDAN SATIŞ	142	78	39	22
DOLAYLI İHRACAT	32	18	149	82
TOPTANCI İTHALATÇILAR	29	16	152	84
KOMİSYONCU	22	12	159	88
KENDİ MAĞAZALARI	9	5	172	95
MÜMESSİLLİK	8	4	173	96
PERAKENDECI İTHALATÇILAR	5	3	176	97

ZİNCİR MAĞAZALAR	2	1	179	99
------------------	---	---	-----	----

Tabloya göre kuruluşların % 78 'i yani 142 kuruluş yurtdışı pazarlara doğrudan satış yöntemi ile ürün sunmaktadırlar.

Ayrıca % 18 oranında yani 32 kuruluş dolaylı ihracat yöntemini, % 16 oranında 29 kuruluş toptancı ithalatçılar yöntemini, % 12 oranında 22 kuruluşta komisyoncu yöntemini benimsediklerini belirliyoruz.



% 5 ile 9 kuruluş kendi mağazaları yöntemi ile; % 4 ile 8 kuruluş mümessillik; % 3 ile 5 kuruluş perakendeci ithalatçılar; % 1 ile 2 kuruluşta zincir mağazalar yöntemi ihracatta kullanılan yöntem olarak benimsenmektedir.

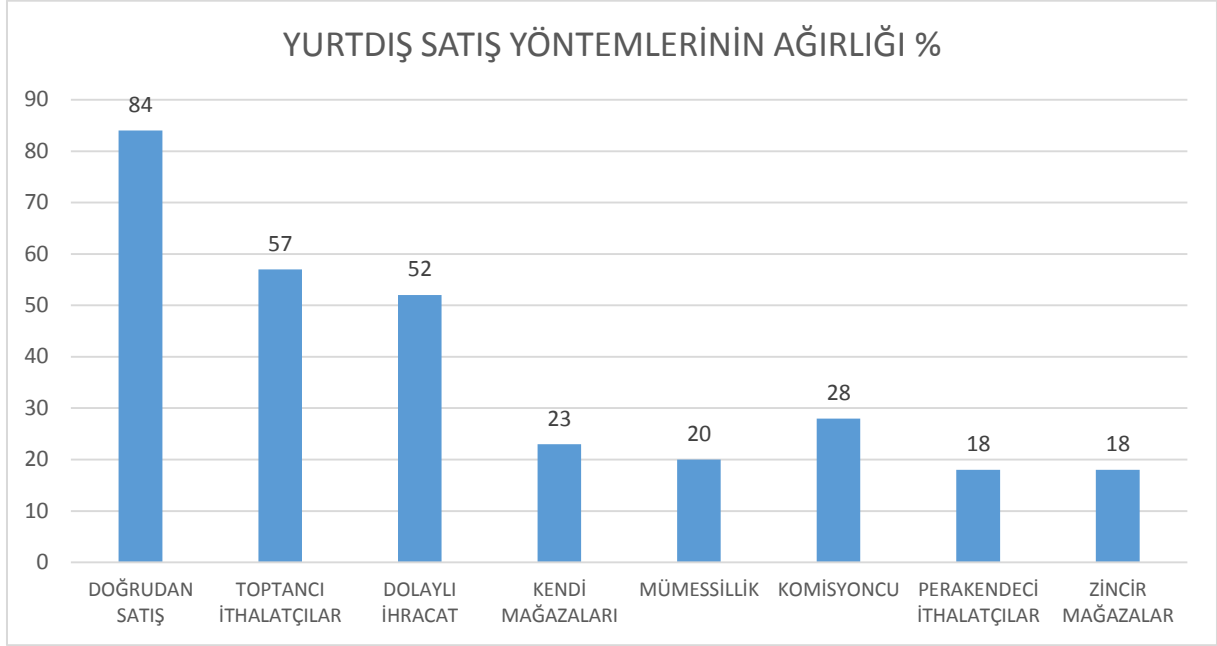
YURTDIŞI SATIŞ YÖNTEMLERİ AĞIRLIĞI

Yurt dışı satış yöntemlerinin ağırlığını değerlendirdiğimizde, önceliğin % 84 ile doğrudan satış yöntemi olduğunu görüyoruz. Toptancı ithalatçılar % 57 ikinci, dolaylı ihracat % 52 ile üçüncü ağırlıkta yöntem olduğunu belirliyoruz.

YURT DIŞI SATIŞ YÖNTEMLERİ AĞIRLIĞI	%
DOĞRUDAN SATIŞ	84
TOPTANCI İTHALATÇILAR	57
DOLAYLI İHRACAT	52
KOMİSYONCU	28
KENDİ MAĞAZALARI	23
MÜMESSİLLİK	20

PERAKENDECI İTHALATÇILAR	18
ZİNCİR MAĞAZALAR	18

Komisyoncu yönteminin ağırlığı % 28, Kendi Mağazaları ihracatta ağırlığı % 23, Mümessillik yönteminin ağırlığı % 20, iken Perakendeci ithalatçılar % 18 ve zincir mağazalar yine % 18 oranında ağırlığa sahiptir.



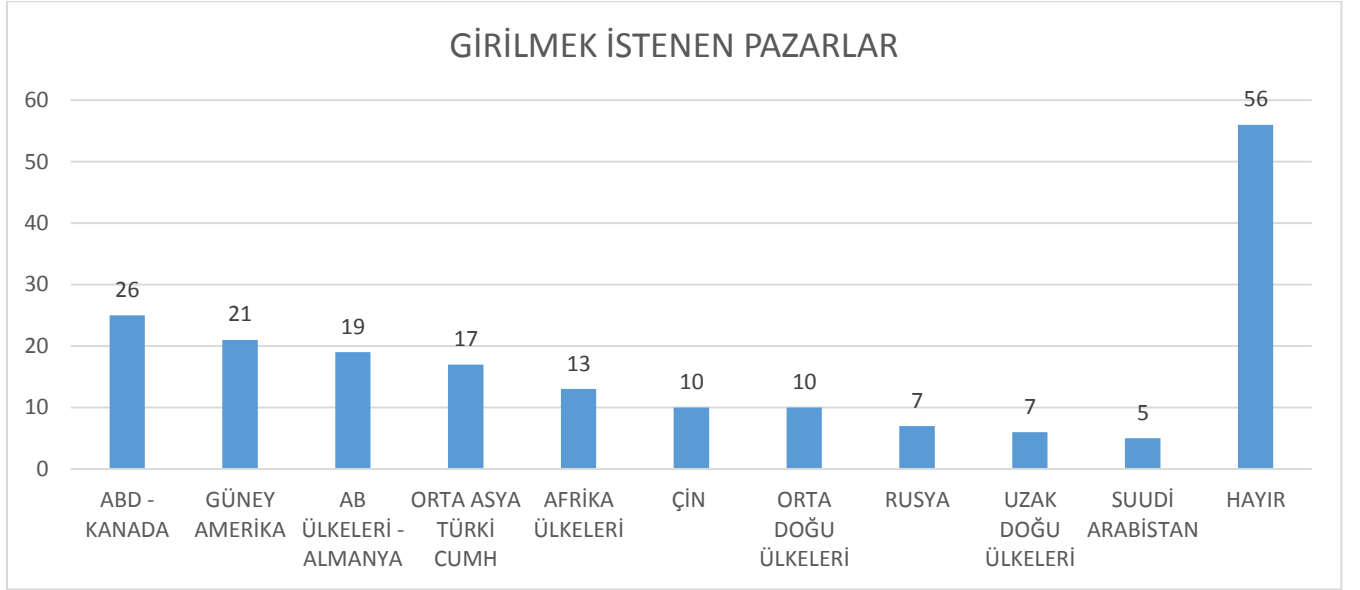
6.İHRACAT PLANLANAN PAZARLAR

İhracat planlana/hedeflenen pazarlar başlığında 3 ayrı kategori oluşturulmuştur. Bunlar, Girilmek istene pazarlar, Az satış yapılan pazarlar, geliştirilmek istene pazarlar şeklindedir. Kuruluşlar bu üç kategori de değerlendirmeye tabi tutulmuş olup sonuçları 3 ayrı başlık altında aşağıda çıkarılmıştır.

GİRİLMEK İSTENEN PAZARLAR

Kuruluşların girmek istedikleri pazarın başında Kuzey Amerika gelmektedir. 26 kuruluş ABD ve Kanada 'yı girilmek istenen pazarlara dahil etmektedir. 21 kuruluş Güney Amerika 'yı, 19 kuruluş Almanya başta AB ülkelerini, 17 kuruluş Orta Asya ve Türki cumhuriyetleri, 13 kuruluş Afrika ülkelerini, 10 'ar kuruluş Çin ve Ortadoğu ülkelerini girilmek istenen pazarlara dahil etmiştir. 7 'şer ülke Rusya ve Uzakdoğu ülkelerini, 5 kuruluşta Suudi Arabistan 'ı girilmek istenen pazarlar olarak nitelendirmiştir.

<u>GİRİLMEK İSTENEN PAZARLAR</u>	<u>SAYI</u>
ABD - KANADA	26
GÜNEY AMERİKA	21
AB ÜLKELERİ - ALMANYA	19
ORTA ASYA TÜRKİ CUMH	17
AFRİKA ÜLKELERİ	13
ÇİN	10
ORTA DOĞU ÜLKELERİ	10
RUSYA	7
UZAK DOĞU ÜLKELERİ	7
SUUDİ ARABİSTAN	5
HAYIR	56



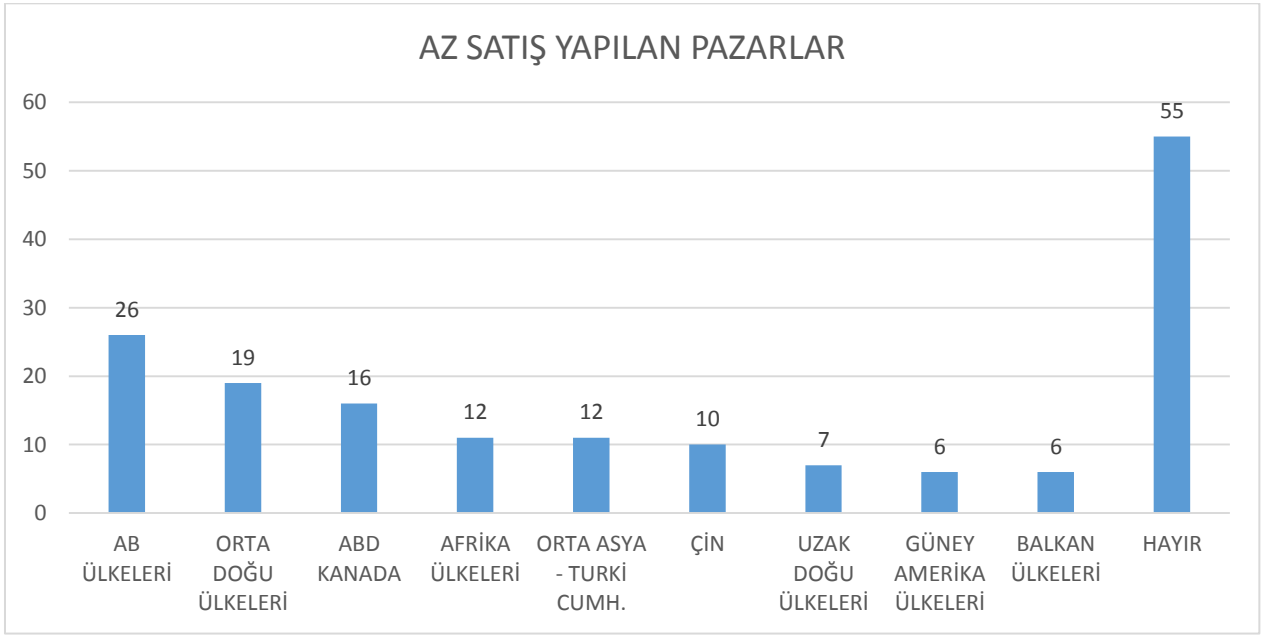
AZ SATIŞ YAPILAN PAZARLAR

Az satış yapılan ama satışların artırılması hedeflenen pazarların başında da AB ülkeleri gelmektedir. 26 kuruluş AB ülkelerini, 19 kuruluş Ortadoğu ülkelerini, 16 kuruluş ABD ve Kanada 'yı 12 'şer kuruluş Afrika ülkelerini ve Orta Asya ülkelerini, 10 ülke Çin 'i az satış yapılan ve satışları artırmayı hedeflenen pazarlar olarak sıralamıştır.

<u>AZ SATIŞ YAPILAN PAZARLAR</u>	<u>SAYI</u>
AB ÜLKELERİ	26
ORTA DOĞU ÜLKELERİ	19
ABD KANADA	16
AFRİKA ÜLKELERİ	12

ORTA ASYA - TURKİ CUMH.	12
ÇİN	10
UZAK DOĞU ÜLKELERİ	7
GÜNEY AMERİKA ÜLKELERİ	6
BALKAN ÜLKELERİ	6
HAYIR	55

6 'şar kuruluş Güney Amerika ülkelerini ve Balkan ülkelerini az satış yapılan hedef pazarlara dahil etmişlerdir.



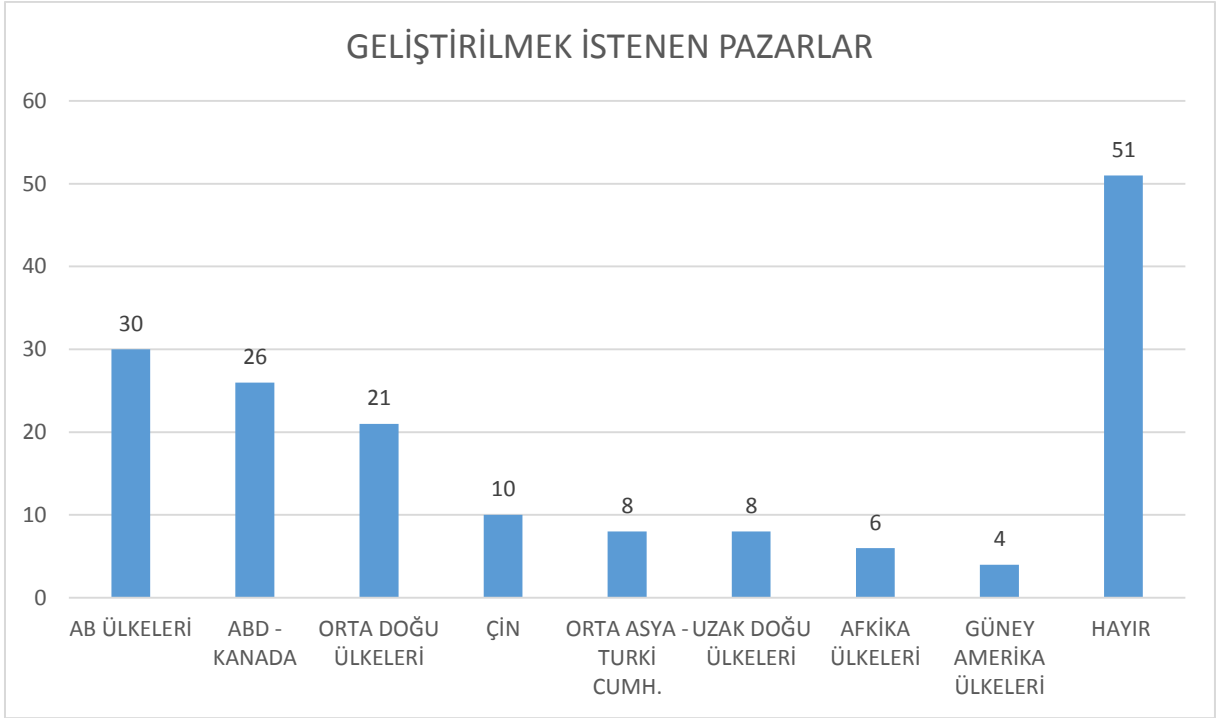
GELİŞTİRİLMEK İSTENEN PAZARLAR

Satış yapılan ama geliştirilmek istenen pazarlar olarak 30 kuruluş AB ülkelerini işaret etmişlerdir. 26 kuruluş ABD ve Kanada 'yı, 21 kuruluş Ortadoğu ülkelerini, 10 kuruluşta Çin 'i geliştirmek istenen hedef pazarlara dahil etmişlerdir.

<u>GELİŞTİRİLMEK İSTENENLER</u> <u>PAZARLAR</u>	<u>SAYI</u>
AB ÜLKELERİ	30
ABD - KANADA	26
ORTA DOĞU ÜLKELERİ	21
ÇİN	10
UZAK DOĞU ÜLKELERİ	8

RUSYA ORTA ASYA - TURKİ CUMH.	8
AFKİKA ÜLKELERİ	6
GÜNEY AMERİKA ÜLKELERİ	4
HAYIR	51

8 'er kuruluş Uzakdoğu ülkelerini ve Rusya, Orta Asya ülkelerini ve Türki Cumhuriyetleri, 6 kuruluş Afrika ülkelerini 4 kuruluşta Güney Amerika ülkelerini geliştirmek istenenler pazarlar olarak nitelemişlerdir.



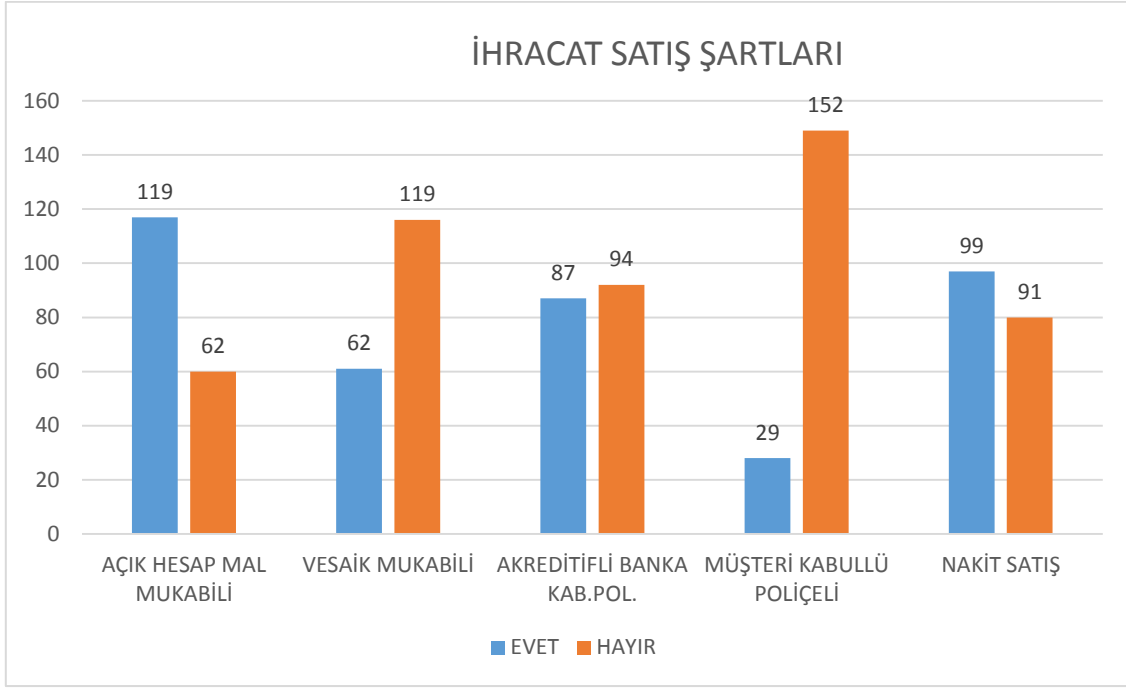
7.İHRACAT SATIŞ ŞARTLARI

İhracat satış şartlarını incelediğimiz bu bölümler kuruluşların 119 'unun yani % 66 kuruluş Açık hesap mal mukabili şartıyla ihracat yapmakta olduklarını belirlemekteyiz.

İHRACAT SATIŞ ŞARTLARI	EVET	%	HAYIR	%
AÇIK HESAP MAL MUKABİLİ	119	66	62	34
NAKİT SATIŞ	99	55	91	45
AKREDİTİFLİ BANKA KAB.POL.	87	48	94	52

VESAİK MUKABİLİ	62	34	119	66
MÜŞTERİ KABULLÜ POLİÇELİ	29	16	152	84

Kuruluşların 99 'u yani % 55 'i Nakit satış şartı iken, 87 kuruluş yani % 48 'i Akreditifli banka kabullü poliçeli, 62 kuruluş yani % 34 'ü vesaik mukabili ve 29 kuruluş yani % 16 'sı müşteri kabullü poliçeli şartıyla ihracat gerçekleştirilmektedir.



8.İTHALAT YAPILAN GİRDİLER

Kuruluşlardan 84 ' ü ithalat yaparken, 97 kuruluş ithalat faaliyeti içinde bulunmamaktadır. Yüzde olarak ifade edersek kuruluşların % 46 'sı ithalat yaparken % 54 'ünün ithalat yapmadığını göstermektedir.

<u>İTHALAT DURUMU</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>	<u>%</u>
EVET	84	46
HAYIR	97	54



KURULUŞLARIN BÜYÜKLÜĞÜ İLE İTHALAT YAPMASI ARASINDAKİ İLİŞKİ

Tezgah sayılarına göre kuruluş büyüklükleri açısından ithalat yapma durumunu incelediğimizde, 10 ve altı tezgah sahibi kuruluşların% 37 'si yani 55 kuruluş ithalat yaparken; 10 üzeri tezgah sayısına sahip büyük diyebileceğimiz kuruluşların % 71 'i ithalat yapmaktadır.

<u>TEZGAH SAYISI</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>	<u>EVET</u>	<u>%</u>	<u>HAYIR</u>	<u>%</u>
10 VE ALTI	150	55	37	95	63
10 ÜZERİ	31	22	71	9	29

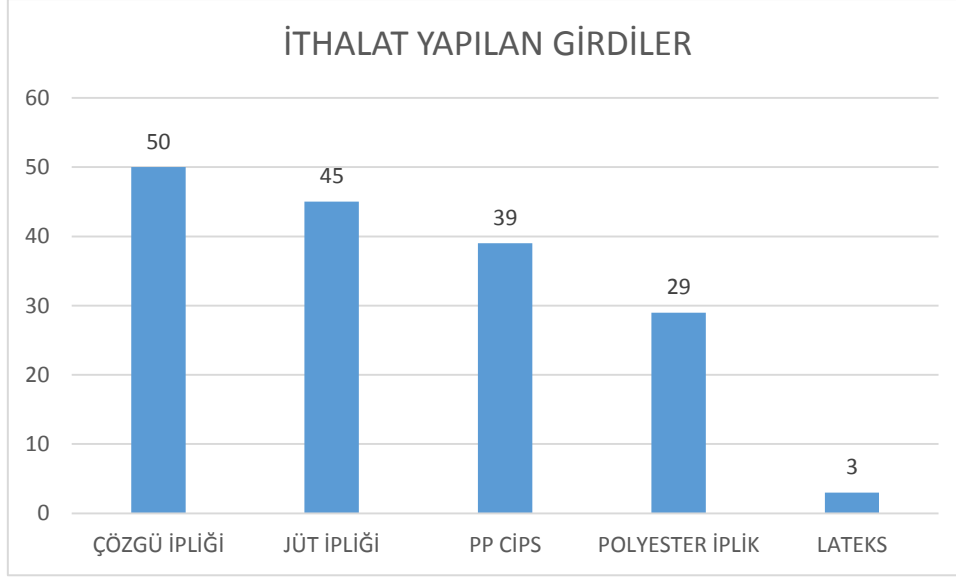
Buna göre tezgah sayılarına göre büyük olarak adlandırabileceğimiz kuruluşların daha fazla ithalat yapmakta olduklarını belirliyoruz.

İTHALAT YAPILAN GİRDİLER

<u>İTHALAT YAPILAN GİRDİLER</u>	<u>EVET</u>	<u>%</u>	<u>HAYIR</u>	<u>%</u>
ÇÖZGÜ İPLİĞİ	50	28	127	72
JÜT İPLİĞİ	45	25	136	75
PP CİPS	39	22	142	78
POLYESTER İPLİK	29	16	150	84

LATEKS	3	2	174	88
--------	---	---	-----	----

İthalat yapan kuruluşların % 28 'i yani 50 kuruluş ithalat olarak Çözgü İpliği ithal etmektedir. İkinci en fazla ithal edilen girdi % 25 ile 45 kuruluş tarafından Jüt İpliği ve kuruluşların % 22 'si yani 39 kuruluş ithalat olarak PP cips ithal etmektedirler.



İthal edilen bir başka girdi de % 16 ile 29 kuruluş ithali ile polyester ipliklidir. Yine Lateks 3 kuruluş tarafından ithal edilmektedir.

9.İTHALAT SATIŞ ŞARTLARI

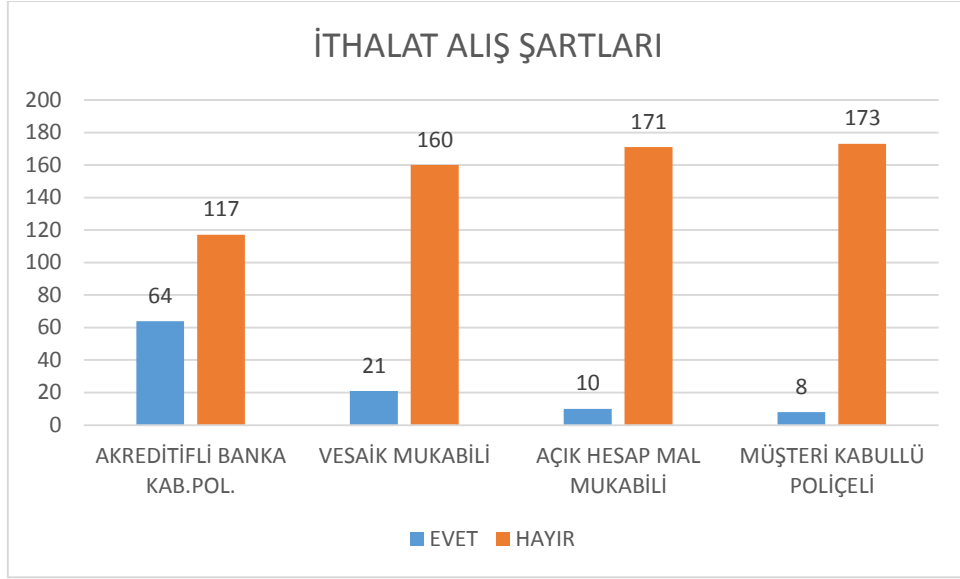
İthalat yapan kuruluşların ithalat şartları içerisinde en fazla % 35 ve 64 kuruluşla Akreditifli Banka kabullü poliçeli şartı ile ithalat yapmaktadırlar.

İTHALAT ŞARTLARI	EVET	%	HAYIR	%
AKREDİTİFLİ BANKA KAB.POL.	64	35	117	65
VESAİK MUKABİLİ	21	12	160	88
AÇIK HESAP MAL MUKABİLİ	10	6	171	94

MÜŞTERİ KABULLÜ POLİÇELİ	8	4	173	96
--------------------------	---	---	-----	----

Vesaik Mukabili şartı ikinci kullanılan ithalat şartıdır. % 12 yani 21 kuruluş vesaik mukabili şartı ile ithalat yapmaktadırlar.

Yine % 6 ile 10 kuruluş Açık hesap mal mukabili ve % 4 ile 8 kuruluşta müşteri kabullü poliçeli şartı ile ithalat yapmayı tercih ettiklerini ifade etmişlerdir.



10.SATIŞTA ORTALAMA VADE

Satışta ortalama vade konusunu yurt içi ve yurt dışı olarak iki başlıkta incelemiş bulunmaktayız. Yurt dışı satışta ortalama vade ile ilgili yapılan değerlendirme de 38 kuruluş 3 ay, 35 kuruluş 6 ay, 26 kuruluş 4 ay, 14 kuruluş 5 ay, 12 kuruluş 2 ay, 10 kuruluş 8 ay vade ile satış yaptıklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca Yurt dışı satışta 32 firma vadesiz satış yaptıklarını ifade etmişlerdir.

Yurt içi satışta ise 21 kuruluş 12 ay, 20 kuruluş 6 ay, 16 kuruluş 8 ay, 12 kuruluş 3 ay, 9 kuruluş 10 ay, 6 kuruluş 9 ay, 4 kuruluş 7 ay ve yine 4 kuruluş 4 ay vade ile satış yaptıklarını belirtirken 81 kuruluş vadesiz satış yaptıklarını belirtmektedirler.

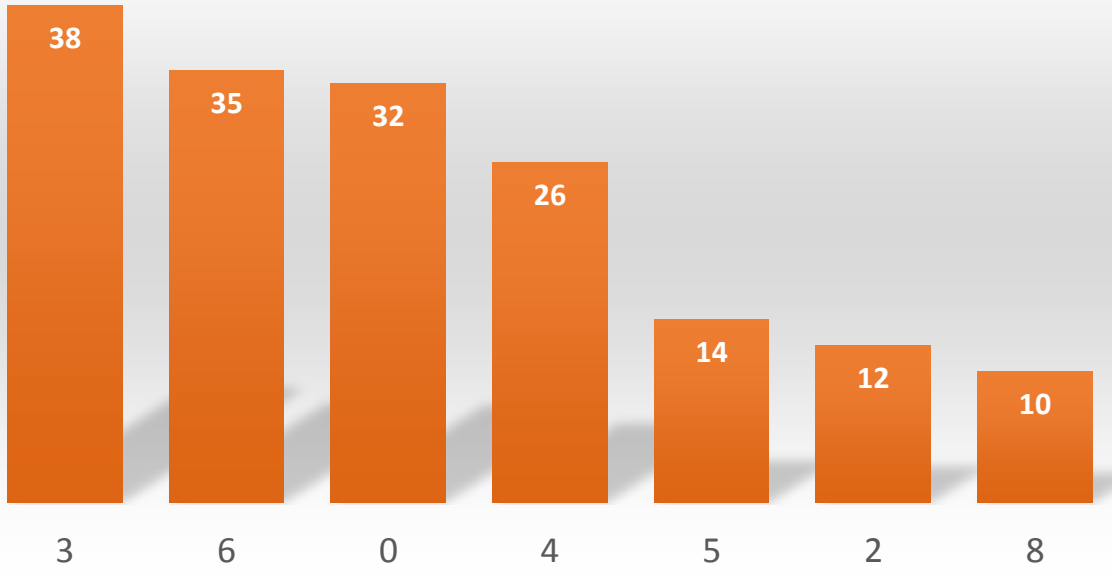
SATIŞTA ORTALAMA VADE			
<u>YURT DIŞI</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>	<u>YURT İÇİ</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>
<u>VADE (AY)</u>		<u>VADE (AY)</u>	
3	38	12	21
6	35	6	20
4	26	8	16
5	14	3	12
2	12	10	9
8	10	9	6
1	6	7	4
12	3	4	4
9	2	5	3
18	1	13	1
0	32	2	1
		1	1
		0	81

Yurt dışı satışta ağırlıklı ortalama vade 5 Ay;

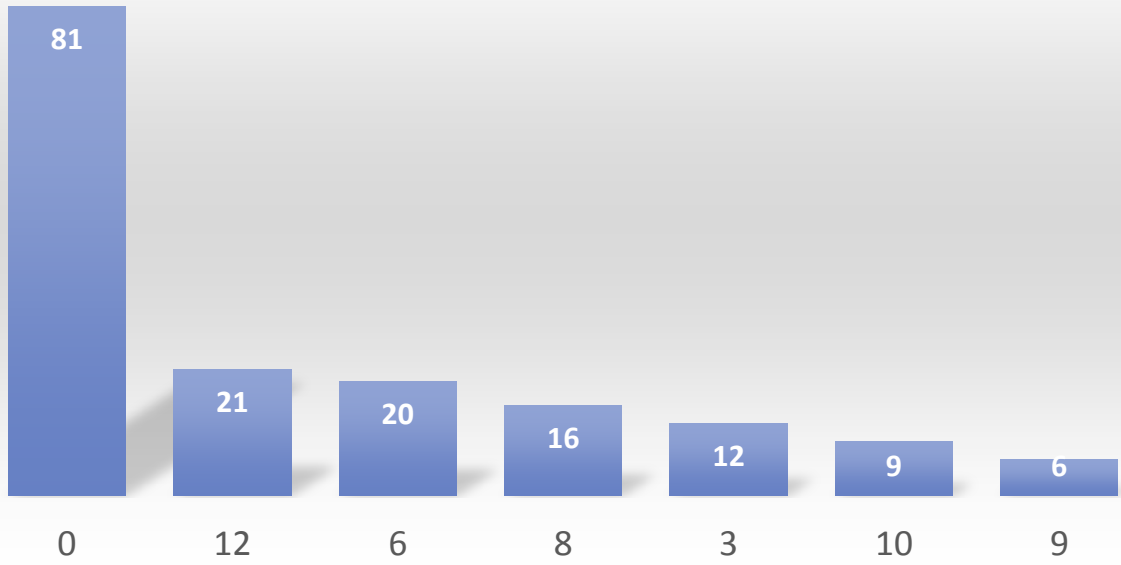
Yurt içi satışta ağırlıklı ortalama vade 8 Ay dır.

SATIŞTA AğIRLIKLI ORTALAMA	
YURT DIŞI	5 AY
YURT İÇİ	8 AY

YURT DIŞI SATIŞTA ORTALAMA VADE



YURT İÇİ SATIŞTA ORTALAMA VADE



11. ALIŞTA ORTALAMA VADE

Alışta ortalama vade ile ilgili yapılan değerlendirme de aşağıdaki tablo oluşmaktadır. Yurt dışı alışta ortalama vade için 12 kuruluş 12 ay, 9 kuruluş 6 ay, 4 kuruluş 2 ay, 4 kuruluş 3 ay, 4 kuruluş 8 ay, 3 kuruluş 1 ay, 2 kuruluş 5 ay vade ile alışta bulduklarını belirtmektedir.

ALİŞTA ORTALAMA VADE				
Y.DIŞI VADE (AY)	Toplam		YURT İÇİ VADE (AY)	Toplam
12	12		6	42
6	9		8	37
2	4		3	14
3	4		12	13
8	4		7	12
1	3		5	11
5	2		10	9
4	1		9	6
11	1		4	3
0	140		2	2
			11	2
			1	1
			13	1
			18	1
			0	25

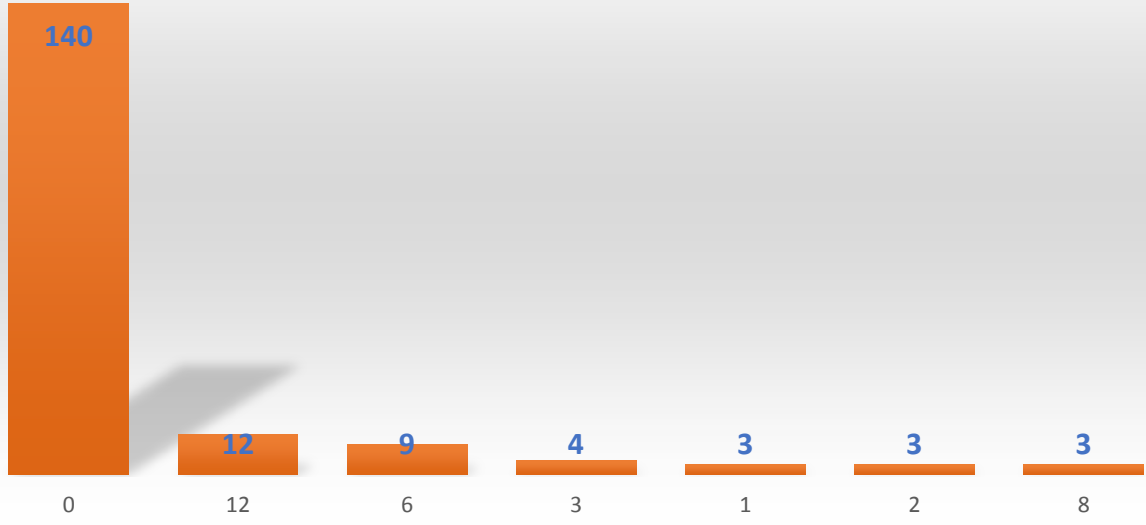
Yurt içi alışlarda vadeler ise 42 kuruluş için 6 ay, 37 kuruluş 8 ay, 14 kuruluş 3 ay, 13 kuruluş 12 ay, 12 kuruluş 7 ay, 11 kuruluş 5 ay ve 9 kuruluş 10 ay vade ile yurt içi alış gerçekleşmektedir.

Yurt dışı alışta ağırlıklı ortalama vade 7 ay,

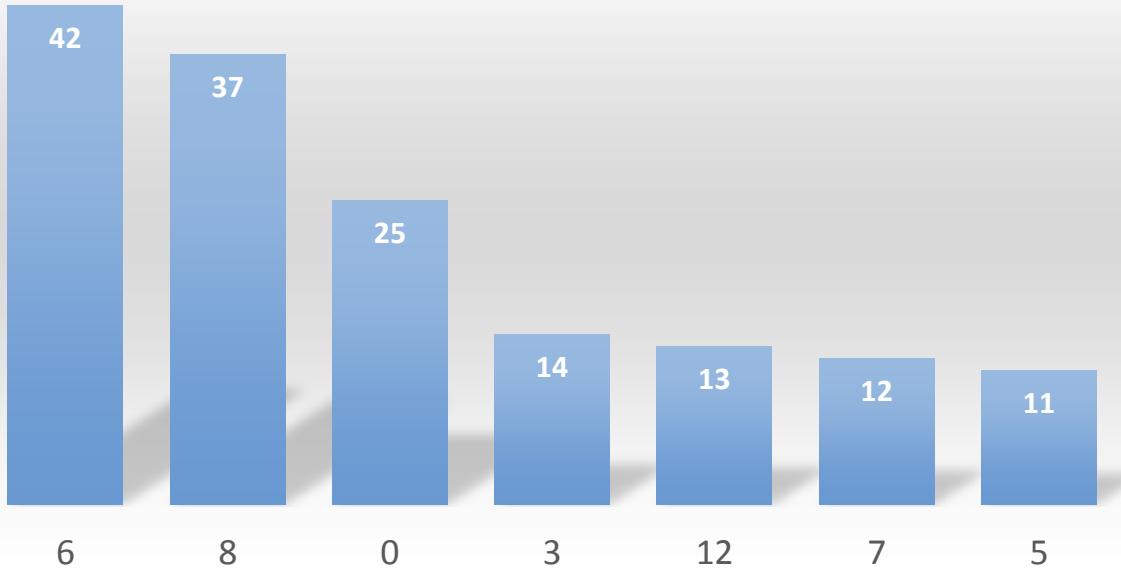
Yurt içi alışta ağırlıklı ortalama vade yine 7 ay olarak belirlenmektedir.

ALİŞTA AĞIRLIKLI ORTALAMA VADE	
YURT DIŞI	7 AY
YURT İÇİ	7 AY

YURT DIŞI ALIŞTA ORTALAMA VADE



YURT İÇİ ALIŞTA ORTALAMA VADE



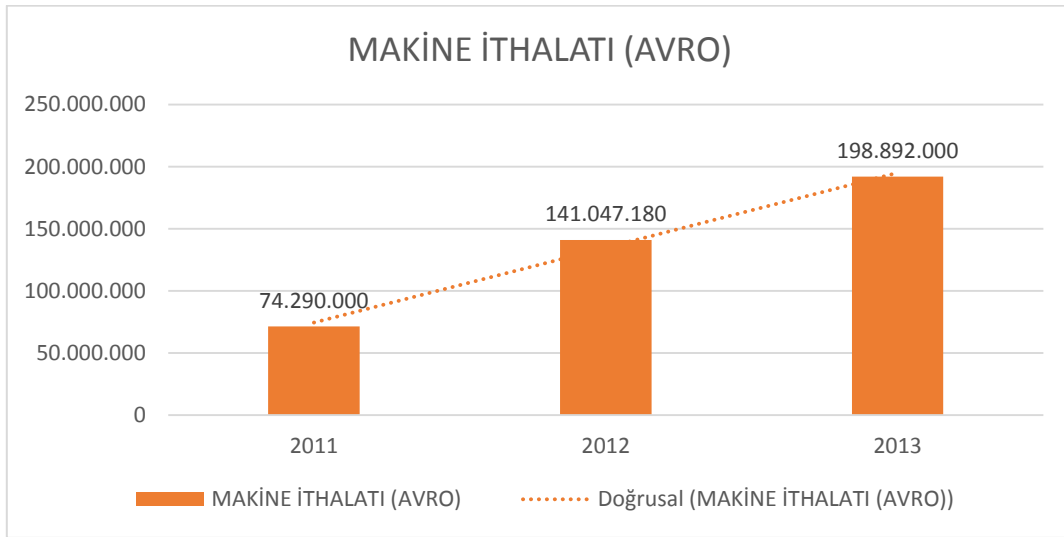
12.GEÇMİŞ 3 YIL MAKİNE İTHALATINIZ

Makine halısı sektörü kuruluşları makine olarak dışa bağımlı bir ortamdadır. Alınan tezgahların tamamı ithal edilmektedir. Bu açıdan baktığımızda yıldan yıla ithalat miktarı artarak devam etmektedir.

<u>YIL</u>	<u>MAKİNE İTHALATI (AVRO)</u>	<u>ARTIŞ</u> <u>%</u>	<u>TREND</u>
2011	74.290.000		100
2012	141.047.180	90	190
2013	198.892.000	41	268

Kuruluşlar, 2011 yılında 74 Milyon 290 bin Avro 'luk makine ithalatı yaparken, 2012 yılında ithalat miktarı 141 milyon 47 bin 180 Avro 'luk ithalat gerçekleştirilmiştir. 2013 yılında gerçekleşen makine ithalatı ise 198 milyon 892 bin Avro 'dur.

Yıllar itibariyle bir artış söz konusu olduğu açıktır. 2011 yılından 2012 yılına artış % 90; 2012 yılından 2013 yılına geçişte ise artış miktarı % 41 olarak gerçekleşmiştir.



KURULUŞLARIN BÜYÜKLÜĞÜ İLE MAKİNE İTHALATI ARASINDAKİ İLİŞKİ

<u>TEZGAH SAYISI</u>		<u>2011</u>	<u>%</u>	<u>2012</u>	<u>%</u>	<u>2013</u>	<u>%</u>
10 VE ALTI	150	27.550.000	37	57.236.000	40	95.265.000	48
10 ÜZERİ	31	46.740.000	63	83.811.180	60	103.627.000	52

Kuruluşların tezgah sayıları açısından büyüklüğü ile makine ithalatlari ilişkilendirildiğinde 10 üzeri tezgaha sahip büyük kuruluşların, 10 ve altı tezgah sayısına sahip kuruluşlara kıyasla daha fazla makine ithalatı yaptıklarını belirliyoruz.

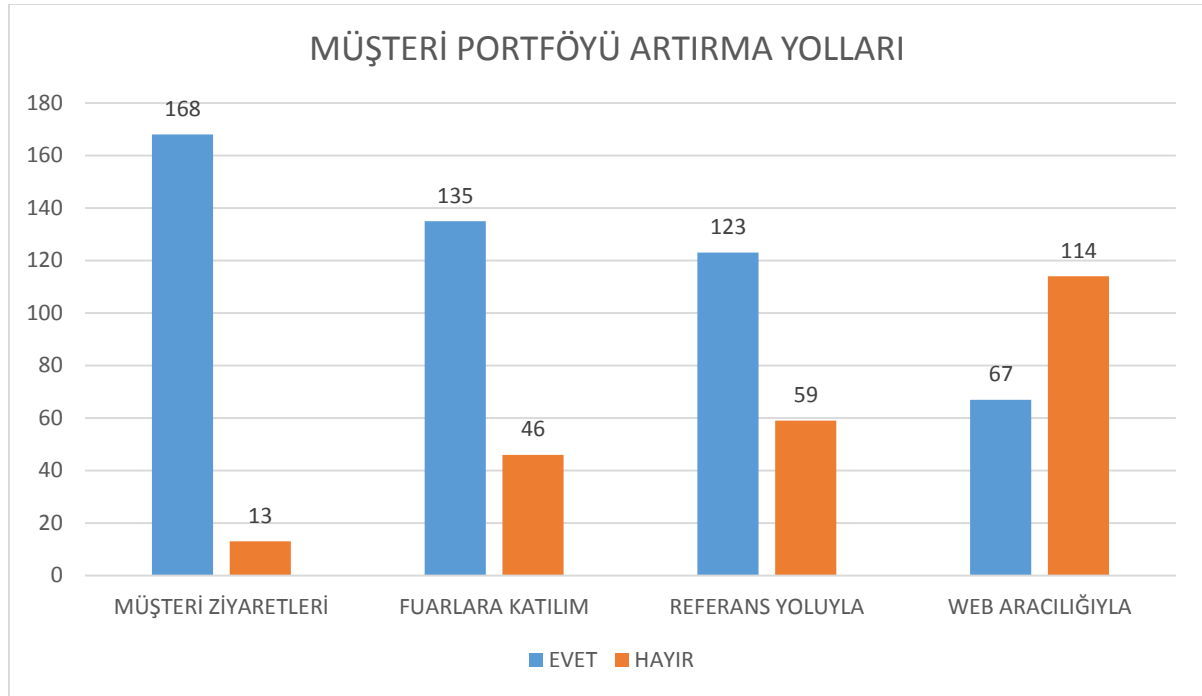
13.MÜŞTERİ PORTFÖYÜ ARTIRMA YÖNTEMLERİ

Kuruluşlar müşterilerini artırmak için yoğun bir faaliyette bulunmak zorundadırlar. Bunun için değişik yöntemler uygulamaktadırlar. Bu yöntemlerin başında Müşteri Ziyaretleri gelmektedir.

MÜŞTERİ PORTFÖYÜ ARTIRMA YÖNTEMLERİ	EVET	%	HAYIR	%
MÜŞTERİ ZİYARETLERİ	168	93	13	7
FUARLARA KATILIM	135	75	46	25
REFERANS YOLUYLA	123	68	59	32
WEB ARACILIĞIYLA	67	37	114	63

Kuruluşların % 93 'ü yani 168 kuruluş Müşteri Ziyaretleri yöntemini uyguladıklarını ifade etmişlerdir.

Fuarlara katılım yönteminde 135 kuruluş yani % 75 bulunurken, Referans yoluyla müşteri portföyünü artıran kuruluş sayısı da 123 kuruluş yani % 68 'dir.



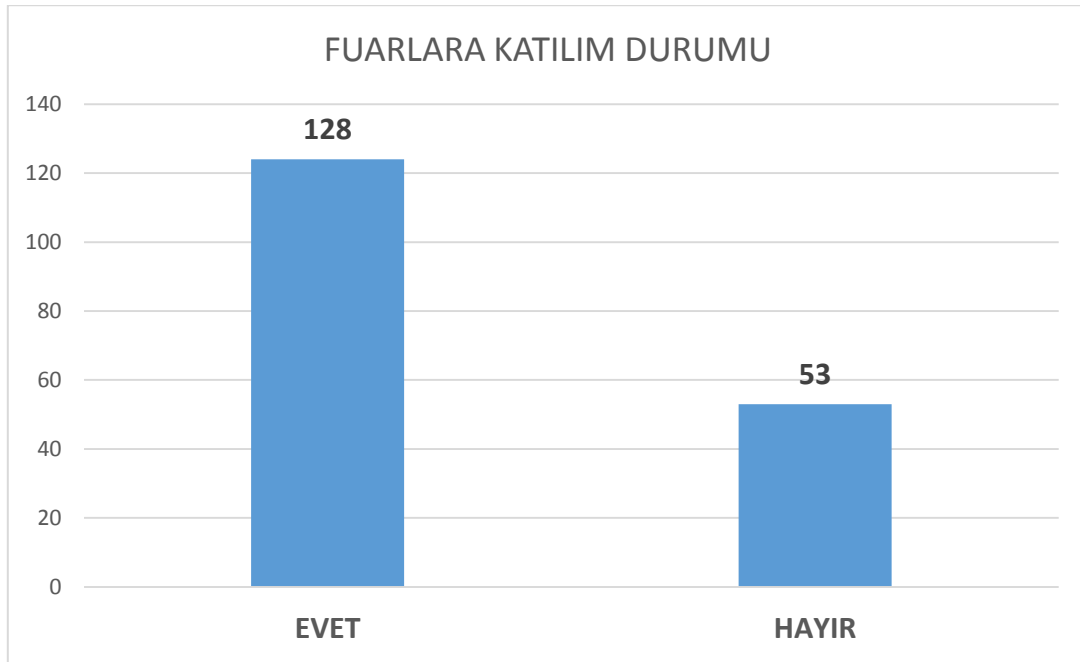
Kuruluşlar Web yoluyla da müşteri kazanabilmektedirler. Web yoluyla müşteri kazandığını ifade eden kuruluş sayısı da 67 yani % 37 'dir.

Her yöntemin de kuruluşların müşteri portföyünü artırmak için önemli katkısının olduğunu söyleyebiliriz. Ancak İnternet ve bilgi iletişim tekniklerinin hızla arttığı ve yaygınlaştığı bir ortamda kuruluşlar web yoluna daha fazla ilgi göstermeleri gerekmektedir.

14.FUAR ÇALIŞMALARINI DURUMU

Halı sektörü kuruluşlarının fuarlara katılım konusunda oldukça aktif olduklarını ifade edebiliriz. Kuruluşların % 70 'i yani 128 kuruluş fuarlara katılım göstermekte iken % 30 kuruluş yani 53 fuarlara katılmadığını ifade etmektedir.

FUARLARA KATILIM	Toplam	%
EVET	128	70
HAYIR	53	30



KURULUŞ BÜYÜKLÜKLERİNİ İLE FUARLARA KATILIM ARASINDAKİ İLİŞKİ

<u>TEZGAH SAYISI</u>		<u>EVET</u>	<u>%</u>	<u>HAYIR</u>	<u>%</u>
10 VE ALTI	150	99	66	51	34
10 ÜZERİ	31	29	94	2	6

10 ve altı tezgah sayısına sahip kuruluşların % 66 'sı fuarlara katılım gösterirken; 10 üzeri tezgah sayısına sahip kuruluşların % 94 'ü yani 29 firma fuarlara katılmaktadır.

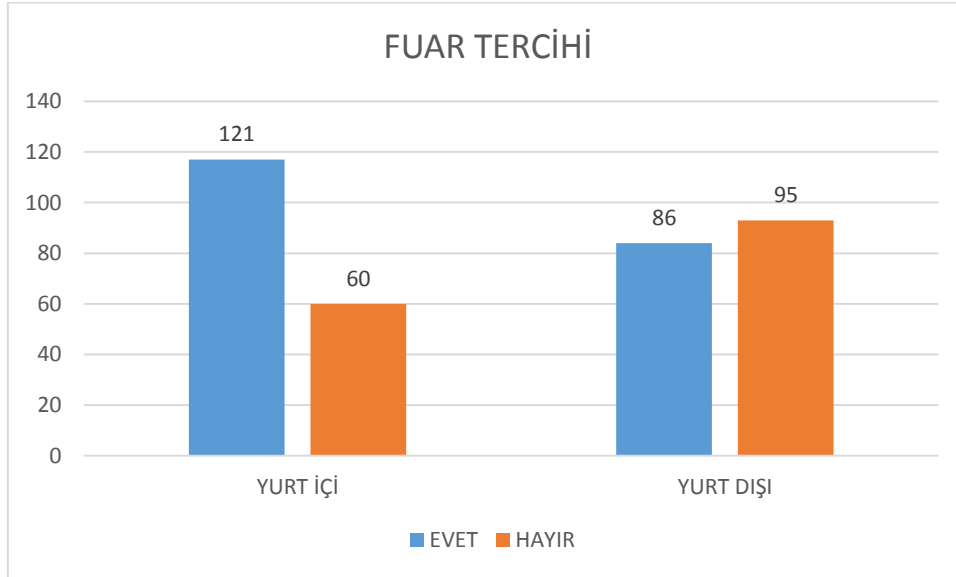
Buradan büyük kuruluşların fuar faaliyetlerine daha çok ilgi gösterdiklerini söyleyebiliriz.

YURT İÇİ YURT DIŞI FUAR TERCİHİ

Kuruluşların yeni müşteri kazanma yollarından en önemlilerinden biri de fuar çalışmalarınıdır. Nitekim % 75 oranında yani 135 kuruluş fuarlara katılımı ikinci sırada yeni müşteri kazanma yolu olarak sıralamışlardır.

Halı sektörü kuruluşlarının hem yurt içi hem de yurt dışı fuarlara katılım konusunda gayet ilgili olduklarını söyleyebiliriz. % 67 yani 121 kuruluş Yurtiçi fuarları tercih ederken, % 48 yani 86 kuruluşun da yurt dışı fuarları tercih etmekte olduklarını görüyoruz.

<u>FUAR TERCİHİ</u>	<u>EVET</u>	<u>%</u>	<u>HAYIR</u>	<u>%</u>
YURT İÇİ	121	67	60	33
YURT DIŞI	86	48	95	52



YURT İÇİ YURT DIŞI PİYASALARA ÇALIŞMA İLE FUAR TERCİHİ ARASINDAKİ İLİŐKI

<u>PAZAR PAYI</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>	<u>YURT İÇİ FUAR TERCİHİ</u>	<u>%</u>	<u>YURT DIŞI FUAR TERCİHİ</u>	<u>%</u>
İÇ PİYASA (% 50 VE ÜZERİ PAYA SAHİP)	57	44	77	24	42
DIŞ PİYASA (% 50 VE ÜZERİ PAYA SAHİP)	132	81	61	66	50

İç piyasaya çalışan kuruluşlardan % 77 'si yani 44 kuruluş yurt içi fuar % 42 yani 24 kuruluş yurt dışı fuar tercihinde bulunurken, dış piyasaya çalışan kuruluşlardan % 61 yani 81 kuruluş

yurt içi, % 50 yani 66 yurt dışı fuar tercihinde bulunmaktadır. Dolayısıyla hangi pazarda çalıŐılırsa alıŐılısın kuruluşlar yurt içi fuarları daha çok tercih etmektedirler.

KURULUŞ BÜYÜKLÜĞÜ İLE FUAR TERCİHİ ARASINDAKİ İLİŞKİ

TEZGAH SAYISI		YURT İÇİ	%	YURT DIŞI	%
10 VE ALTI	150	96	64	60	40
10 ÜZERİ	31	26	84	26	84

10 ve altı sayıda tezgaha sahip olan kuruluşlardan % 64 yani 96 kuruluş yurt içi, % 40 yani 60 kuruluş yurt dışı fuarları tercih etmektedirler.

10 üzeri sayıda tezgaha sahip olan kuruluşlardan % 84 yani 26 kuruluş yurt içi, yine % 84 yani 26 kuruluş yurt dışı fuarlar tercih ettiklerini belirtmiŐilerdir.

Dolayısıyla kuruluş büyüklüğü ne olursa olsun en fazla tercih yurt içi fuarlarıdır. Yurt dışı fuarlara da daha fazla oranda büyük firmalar katılım sağlamaktadırlar.

15.KULLANILAN SATIŞ YAZILIMI

Kuruluşlar satış yazılımı konusunda da değerlendirildiğinde, sadece % 3 yani 6 kuruluşta satış yada müşteri ilişkileri ile ilgili bir paket yazılım kullanılmaktadır.

<u>SATIŞ YAZILIMI</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>	<u>%</u>
EVET	6	3
HAYIR	175	97

Buna karşılık kuruluşların % 97 'si 175 kuruluşta her hangi bir satış yazılımı kullanılmamaktadır.



16. MAKİNE HALISININ DÜNYA DIŞ TİCARETİNDEKİ YERİ

Tüm dünyada halının bir lüks olmasından dekorasyon ögesi şekline değişen tüketici alışkanlıkları ve bakış açısı sayesinde tüketimindeki artış, beraberinde ticaretinde de artışı getirmektedir. Teknolojideki hızlı değişimde halıda kalite, renk ve desen unsurlarının bölgesel ve yerel kültürlerle uyumunu kolaylaştırması da halı ticaretinin son yıllarda yükselmesinin önemli nedenlerinden biridir.

Dış ticaretle ilgili değerlendirmeye geçmeden önce Gümrük Tarifeleri İstatistik Pozisyonu Cetvelini incelemekte fayda vardır.

57	Halılar ve Diğer Dokumaya Elverişli Maddelerden Yer Kaplamaları	
5701	Düğümlü veya sarmalı halılar ve diğer dokumaya elverişli maddelerden düğümlü veya sarmalı yer kaplamaları (hazır eşya halinde , olsun olmasın)	
5702	Dokunmuş halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer, kaplamaları (tuftte veya floke edilmemiş) (hazır eşya halinde olsun, olmasın) (kilim, sumak, Karaman ve elde dokunmuş benzeri yer , döşemeleri dahil)	
	570242	Dokunmuş Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları; Hazır Eşya Halinde Olanlar, Sentetik Ve Suni Liflerden
5703	Halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları, (tuftte edilmiş) (hazır eşya halinde olsun olmasın)	
5704	Keçeden halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer, kaplamaları (tuftte veya floke edilmemiş) (hazır eşya halinde olsun , olmasın)	
5705	Diğer halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer , kaplamaları (hazır eşya halinde olsun olmasın)	

GTİP : 57 KODUNA GÖRE TÜRKİYE HALILAR VE DİĞER DOKUMAYA ELVERİŞLİ MADDELERDEN YER KAPLAMALARI İHRACAT TUTARLARI (USD) (000)					
	2009	2010	2011	2012	2013
57	1.075.733	1.267.375	1.601.818	1.997.905	2.188.559
5702	774.623	966.619	1.278.948	1.680.778	1.877.164
5703	151.945	139.938	138.988	171.611	172.583
5701	115.452	139.326	166.335	129.315	123.116
5705	33.148	21.035	16.975	15.183	14.011
5704	565	457	572	1.018	1.685

GTİP NO:57 HALILAR VE DİĞER DOKUMAYA ELVERİŞLİ MADDELERDEN YER KAPLAMALARINA GÖRE DÜNYA İHRACAT

Halı ve diğer tekstil ürünü yer döşemelerine ait 57. numaralı GTİP (Gümrük Tarifeleri ve İstatistik Pozisyonu) koduna göre tüm dünya Halı ihracatı 2013 yılında toplam 15 Milyar 552 Milyon 167 bin Amerikan Dolarıdır (USD).

Tüm halı ve yer döşemelerinin yer aldığı bu ana başlık altında, Çin 2013 yılında 2 milyar 506 milyon, 7 bin dolar ile en fazla ihracat yapan ülke konumundadır.

Türkiye, 2013 yılında 2 milyar 188 milyon 559 bin dolar ile Çin 'den sonra en fazla ihracat yapan ikinci ülke konumundadır.

Belçika 1 milyar 975 milyon 599 bin dolar ile üçüncü sırada; Hindistan 1 milyar 715 milyon 697 bin dolar ile dördüncü sırada; Hollanda 1 milyar 231 milyon 588 bin dolar ile 5. Sırada yer almaktadır.

GTİP NO:57 HALILAR VE DİĞER DOKUMAYA ELVERİŞLİ MADDELERDEN YER KAPLAMALARINA GÖRE DÜNYA İHRACATI (İLK 20 ÜLKE)						
<u>İHRACATÇILAR</u>	<u>YILLARA GÖRE İHRACAT TUTARLARI (000) (USD)</u>					<u>AĞIRLIK</u>
	<u>2009</u>	<u>2010</u>	<u>2011</u>	<u>2012</u>	<u>2013</u>	<u>%</u>
DÜNYA	11.943.468	14.205.092	15.616.521	14.847.026	15.552.167	100
1. ÇİN	1.491.264	1.954.949	2.323.673	2.403.738	2.506.007	16,11
2. TÜRKİYE	1.075.733	1.267.375	1.601.817	1.997.905	2.188.559	14,07
3. BELÇİKA	2.050.842	2.044.920	2.093.624	1.850.973	1.975.599	12,70
4. HİNDİSTAN	978.190	1.330.358	1.279.522	1.350.669	1.715.697	11,03
5. HOLLANDA	1.131.559	1.155.147	1.306.240	1.139.433	1.231.688	7,91
6. ABD	857.872	1.004.740	1.074.490	1.105.539	1.122.245	7,21
7. ALMANYA	664.244	688.055	765.336	708.126	669.528	4,30
8. MISIR	301.942	359.094	412.074	389.557	405.129	2,60
9. İNGİLTERE	325.372	311.469	362.596	312.560	355.256	2,28
10. FRANSA	257.896	266.586	258.239	246.185	260.531	1,67

Tüm halı ve yer döşemeleri alanında görüldüğü gibi Türkiye önemli bir yer sahiptir. Dünya halı ihracatının % 14,07 sini tek başına gerçekleştirmektedir. Yıllar itibariyle ihracat miktarı büyümeye devam etmekte ve büyüme hızı Çin 'in artış hızından daha fazladır.

GTİP NO: 570242 DOKUNMUŞ HALILAR VE TEKSTİLDEN DİĞER YER KAPLAMALARI; HAZIR EŞYA HALİNDE OLANLAR, SENTETİK VE SUNİ LİFLERDEN HALI İHRACATI

570242 kodu bize başta Akrilik ve Polipropilen (PP) olmak üzere diğer petrol türevi sentetik ve suni liflerden dokunmuş parça halıları vermektedir. Bu başlığı göre dünya halı ihracatını değerlendirdiğimizde aşağıdaki tablo karşımıza çıkmaktadır.

GTİP NO: 570242 DOKUNMUŞ HALILAR VE TEKSTİLDEN DİĞER YER KAPLAMALARI; HAZIR EŞYA HALİNDE OLANLAR, SENTETİK VE SUNİ LİFLERDEN HALI İHRACATI (İLK 10 ÜLKE)						
İHRACATÇILAR	YILLARA GÖRE İHRACAT TUTARLARI (000) (USD)					AĞIRLIK
	2009	2010	2011	2012	2013	%
DÜNYA	1.492.019	1.824.395	2.274.380	2.568.155	2.801.144	100
1. TÜRKİYE	727.890	912.179	1.208.336	1.608.652	1.789.522	63,88
2. BELÇİKA	460.231	508.528	510.853	406.721	417.387	14,90
3. ÇİN	110.463	138.262	171.598	177.149	178.841	6,38
4. HİNDİSTAN	1.817	4.635	18.693	30.082	72.443	2,58
5. AVUSTURYA	8.392	19.920	58.246	65.363	64.697	2,30
6. ALMANYA	23.716	35.126	51.724	41.022	44.889	1,60
7. ABD	18.806	18.227	26.320	25.369	23.414	0,83
8. ÖZBEKİSTAN	2.713	7.203	17.016	24.101	23.131	0,82
9. MOLDOVA	10.605	13.206	17.266	19.457	21.264	0,75
10. ENDONEZYA	11.422	15.006	18.869	17.423	21.151	0,75

Bu türden dünya halı ihracatı 2013 yılında toplam 2 milyar 801 milyon 144 bin dolardır. Dünya halı ihracatı istikrarlı bir biçim de artış gösterdiğini söyleyebiliriz. Sentetik ve suni liflerden (Akrilik ve Polipropilen (PP) vd.) üretilen halı ihracatında da Türkiye lider ülke konumundadır.

Türkiye, 1 milyar 789 milyon 522 bin dolar olarak gerçekleştirdiği ihracat ile 1. Sıradadır. Türkiye toplam halı ihracatının % 63,8 'ini gerçekleştirmektedir. İkinci sırada 417 milyon 387 bin dolar ile Belçika ve 178 milyon 841 bin dolar ile Hindistan üçüncü sıradadır.

DÜNYA HALI İTHALATI

Makine halısı dış ticareti değerlendirilirken bir tarafta ithalat tarafıdır. Ünelere ithalat açısından da baktığımızda aşağıdaki tablo karşımıza çıkmaktadır.

Tabloya göre toplam makine halısı ithalatı 2013 yılında toplam 4 milyar 538 milyon 678 bin dolardır. En fazla halı ithalatını 896 milyon 904 bin dolar ile ABD yaparken, ABD 'yi 357 milyon 379 bin dolar ile Suudi Arabistan, 325 milyon 680 bin dolar ile Almanya, 205 milyon 585 bin dolar ile Libya ve 189 milyon 338 bin dolar ile Japonya izlemektedir.

GTİP NO: 5702 YER ALAN DOKUNMUŞ HALILAR VE DOKUMAYA ELVERİŞLİ MADDELERDEN DİĞER YER KAPLAMALARI İTHALATI (İLK 20 ÜLKE)						
İTHALATÇILAR	YILLARA GÖRE İTHALAT TUTARLARI (000) (USD)					AĞIRLIK
	2009	2010	2011	2012	2013	%
DÜNYA	2.851.293	3.386.649	3.960.169	3.959.310	4.538.678	100
1. ABD	550.688	690.549	758.219	828.297	896.904	19,76
2. S. ARABİSTAN	31.932	125.840	157.495	194.321	357.379	7,87
3. ALMANYA	257.509	296.922	375.235	280.733	325.680	7,18
4. LİBYA	3.195	2.505	28.499	127.399	205.585	4,53
5. JAPONYA	165.305	179.632	194.111	197.103	189.338	4,17
6. İNGİLTERE	190.551	194.874	203.287	164.877	177.611	3,91
7. IRAK	102.562	124.046	138.381	172.463	164.139	3,62
8. BAE	55.021	62.289	82.437	97.908	141.544	3,12
9. FRANSA	142.508	151.957	157.059	134.734	132.441	2,92
10. RUSYA	38.662	47.763	63.312	95.557	113.893	2,51
11. AVUSTURYA	61.184	85.655	124.786	115.396	110.625	2,44
12. AVUSTRALYA	61.591	69.202	89.163	95.507	88.441	1,95
13. KANADA	58.386	69.242	77.745	85.006	84.503	1,86
14. POLONYA	52.213	62.149	76.508	77.956	82.890	1,83
15. BELÇİKA	65.830	66.789	127.132	81.601	75.011	1,65
16. İTALYA	76.008	91.624	93.609	73.054	74.461	1,64
17. HOLLANDA	74.094	86.865	113.190	87.309	73.787	1,63
18. İSVEÇ	55.238	64.264	75.762	64.139	70.305	1,55
19. KAZAKİSTAN	9.823	21.204	35.947	53.869	57.203	1,26

20. İSVİÇRE	49.008	52.580	60.939	54.215	55.312	1,22
-------------	--------	--------	--------	--------	--------	------

17. MAKİNE HALISININ TÜRKİYE DIŞ TİCARETİNDEKİ YERİ

Tüm halı ihracatında % 14,07, Makine halısı ihracatında % 41,6 ve Sentetik ve Suni liflerden halı ihracatında % 63,8 'lik paya sahip Türkiye Dünya halı sektöründe söz sahibi bir konumdadır.

<u>GTİP KODU</u>	<u>DÜNYA İHRACATI TOPLAMI</u> <u>2013 (000) USD</u>	<u>TÜRKİYE İHRACATI</u> <u>2013 (000) USD</u>	<u>%</u>
57	15.552.167	2.188.559	14,07
570242	2.801.144	1.789.522	63,88

MAL GRUPLARI BAZINDA HALI İHRACATI DAĞILIMI

MAL GRUPLARI BAZINDA HALI İHRACATI DAĞILIMI (000) (USD)				
MAL GRUPLARI	2011	2012	2013	AĞIRLIK %
MAKİNA HALILARI	1.297.257	1.685.631	1.879.574	86
DEĞİŞİM %		30	12	
TUFTE HALILAR	141.893	173.817	172.165	8
EL HALILARI	179.985	142.444	135.349	6
KİLİMLER	9.308	10.050	9.179	0
TOPLAM	1.628.443	2.011.941	2.196.267	100
DEĞİŞİM %		24	9	

Makine halıları ihracat tutarı 1 milyar 879 milyon 574 bin dolar ile mal grupları içerisinde tartışmasız en yüksek paya sahip mal grubudur. Makine halısının payı % 86 iken tuftel halılarının ihracat miktarı 172 milyon 165 bin dolar ile ağırlık oranı % 8 dir.

Yıllar itibariyle makine halıları ihracatı yükseliş göstermektedir. 2012 yılında 2011 yılına göre ihracat miktarı % 30 artmıştır. Toplamda aynı artış % 24 olarak görülmektedir. 2013 yılında ise 2012 yılına göre artış % 12 iken toplam halı ihracatının artışı % 9 olarak gerçekleşmiştir.

BİRLİKLER BAZINDA HALI İHRACATI DAĞILIMI

Ülkemizde hizmet veren ihracatçı birliklerine göre halı ihracatımızı değerlendirdiğimizde toplam ihracatımızın % 70 'ini 1 milyar 529 milyon 399 bin dolar ile GAİB gerçekleştirmektedir.

İHRACATÇI BİRLİKLER BAZINDA İHTACATIN DAĞILIMI (000) (USD)				
BİRLİKLER	2011	2012	2013	AĞIRLIK %
GAİB	1.146.241	1.480.853	1.529.399	70
DEĞİŞİM %	-	29	3	-
İTKİB	357.143	395.200	490.113	22
DEĞİŞİM %	-	11	24	-
EİB	32.186	32.896	71.192	3
DEĞİŞİM %	-	2	116	-
AKİB	25.946	27.600	30.688	1
DEĞİŞİM %	-	6	11	-
DİĞER	66.927	75.393	74.875	3
TOPLAM	1.628.443	2.011.941	2.196.267	100
DEĞİŞİM %	-	24	9	

GAİB 'ten sonra en fazla ihracat gerçekleştiren birliğimiz İTKİB olarak görülmekte, İTKİB 'in toplam ihracattaki payı % 22 ile 490 milyon 113 bin dolardır. EİB, % 3 ihracat payı ile 71 milyon 192 bin dolar halı ihracatı gerçekleştirmiştir.

Yıllar itibariyle ihracat miktarlarında değişime baktığımızda toplamda 2011-2012 değişim oranı % 24 ve 2012-2013 değişim oranı 9 iken; GAİB 'e ait ihracat miktarlarındaki değişim oranı aynı dönemlerde % 29 ve % 3 olarak gerçekleşmiştir. 2012-2013 döneminde artış devam etmesine rağmen önceki döneme ve toplam değişime göre daha düşük artış oranı olan % 3 düzeyinde gerçekleşmiştir.

HALI İHRACAT YAPAN İLLERE GÖRE İHRACAT DAĞILIMI

Halı ihracatı yapan illerimizin ihracat miktarları dağılımı aşağıdaki tabloyu vermektedir. Buna göre, Gaziantep % 68,16 ağırlığı ve 1 milyar 497 milyon 3 bin dolarlık ihracatı ile açık ara en fazla ihracat gerçekleştiren il konumundadır.

HALI İHRACAT YAPAN İLLERE GÖRE İHRACAT DAĞILIMI (000) (USD)					
	İL ADI	2011	2012	2013	AĞIRLIK %
1	GAZİANTEP	1.123.866,98	1.451.662,89	1.497.003,21	68,16
	DEĞİŞİM %	-	29	3	
2	İSTANBUL	337.662,56	385.770,04	481.571,16	21,93
	DEĞİŞİM %	-	14	25	
3	UŞAK	999,85	8.498,15	50.930,67	2,32
	DEĞİŞİM %	-	750	500	
4	BURSA	31.736,37	34.711,09	34.329,82	1,56
5	DENİZLİ	35.647,21	22.598,80	24.174,48	1,10
6	KAYSERİ	12.170,39	13.276,78	19.024,28	0,87
7	İZMİR	25.464,48	20.430,54	17.757,77	0,81
8	NEVŞEHİR	14.096,69	14.172,56	14.139,18	0,64
9	ANKARA	13.184,32	11.096,15	11.237,94	0,51
10	KOCAELİ	3.061,50	6.779,76	7.358,65	0,34
	İLK 10 İL	1.597.890,35	1.968.996,76	2.157.527,16	98,24
	DİĞER	30.552,99	42.944,36	38.740,03	1,76
	TOPLAM	1.628.443,33	2.011.941,13	2.196.267,19	100,00

Gaziantep 'ten sonra en fazla ihracat gerçekleştiren il 481 milyon 571 bin dolar ile İstanbul 'dur. İstanbul 'un toplam ihracat içerisindeki ağırlık oranı % 21,93 tür. Ağırlık oranına göre 3. Sırada Uşak, 4.sırada Bursa, 5. Sırada Denizli ve 6. Sırada Kayseri illeri gelmektedir.

İlk on ilin toplam ihracatı, 2 milyar 157 milyon 527 bin dolardır. Yine ilk 10 ilin ihracat içerisindeki payı, % 98,24 olarak görülmektedir. İlk on il dışında kalan diğer illerin ihracattaki payları % 1,76 yani ihracat miktarları da 38 milyon 740 bin dolar olarak kaydedilmektedir.

Yıllar itibariyle değişim oranlarına baktığımızda, Gaziantep 'in 2011-2012 değişim oranı % 29 ve 2012-2013 değişim oranı ise % 3 iken, İstanbul 'daki aynı dönem değişim oranları 14 ve 15 tir. En dikkat çekici artış % 750 ve % 500 artış ile Uşak ilinde meydana gelmiştir.

ÜLKE GRUPLARINA GÖRE İHRACAT DAĞILIMI

Halı ihracatını gerçekleştirdiğimiz ülke gruplarına göre en fazla ihracat yaptığımız ülke grubu % 31,87 oranı ve 700 milyon 14 bin dolar ile Ortadoğu ülkeleri olduğunu belirlemiş bulunmaktayız.

ÜLKE GRUPLARINA GÖRE İHRACAT (USD) (000)				
ÜLKE GRUPLARI	2011	2012	2013	AĞIRLIK %
1.ORTA DOğU ÜLKELERİ	552.970	709.967	700.014	31,87
2.AVRUPA BİRLİğİ	396.998	381.889	418.640	19,06
3.AFRİKA ÜLKELERİ	93.540	256.881	336.012	15,30
4.AMERİKA ÜLKELERİ	177.236	213.207	253.298	11,53
5.TÜRK CUMHURİYETLERİ	128.885	145.806	170.366	7,76
6.ASYA VE OKYANUSYA UL	126.950	143.187	160.334	7,30
7.ESKİ DOğU BLOKU	122.010	138.253	142.060	6,47
8.DİğER AVRUPA ÜLKELER	13.830	13.429	11.735	0,53
9.SERBEST BÖLGELER	16.024	9.295	3.809	0,17
10.DİğER ÜLKELER		28		0,00
TOPLAM	1.628.443	2.011.941	2.196.267	100,00

Ortadoğu ülkelerini AB ülkeleri grubu takip etmektedir. AB ülkelerine gerçekleştirdiğimiz ihracat miktarı 418 milyon 640 bin dolar ve ağırlığı % 19,06 'dır. Afrika ülkeleri grubunun ihracat payı % 15,30 ve miktarı 336 milyon 12 bin dolar iken; Amerika ülkelerinin payı % 11,53 ve miktarı 253 milyon 298 bin dolardır.

Türki Cumhuriyetlerin ihracatımızdaki payı % 7,76 ve miktarı da 170 milyon 366 bin dolardır.

İHRACAT YAPILAN ÜLKELERE GÖRE İHRACATIN DAĞILIMI

İhracat yapılan ülkelere ilk 20 ülke payları ve ihracat miktarlarının yıllara göre dağılımını incelediğimizde en fazla ihracatın Suudi Arabistan 'a yapıldığını görmekteyiz. Suudi Arabistan 'ın 2013 yılı ihracat payı % 14,7, miktarı da 321 milyon 944 bin dolardır. 2013 yılında ihracat miktarında düşme de olsa Suudi Arabistan birinciliği devam etmektedir. İkinci en büyük ihracat yapılan ülke ABD 'dir. ABD 'nin ihracat miktarları yıllara göre % 20 'ler düzeylerinde artış göstererek, 2013 yılında toplam ihracat miktarı 220 milyon 790 bin dolar ve payı % 10,1 olarak gerçekleşmiştir.

	ÜLKELER	2011	2012	2011-12 DEĞİŞİM (%)	2013	PAY % 2013	2012-13 DEĞİŞİM (%)
1	S.ARABİSTAN	249.164	333.745	33,9	321.944	14,7	-3,5
2	ABD	149.847	184.322	23,0	220.790	10,1	19,8
3	LİBYA	29.689	130.740	340,4	206.429	9,4	57,9
4	IRAK	140.801	199.069	41,4	187.926	8,6	-5,6
5	ALMANYA	101.245	99.612	-1,6	108.952	5,0	9,4
6	RUSYA FED.	42.861	59.999	40,0	64.758	2,9	7,9
7	BAE	41.022	60.902	48,5	61.960	2,8	1,7
8	BİRLEŞİK KRALLIK	54.446	60.093	10,4	57.076	2,6	-5,0
9	ÇİN	19.163	29.739	55,2	46.980	2,1	58,0
10	MISIR	13.040	63.553	387,4	42.698	1,9	-32,8
11	AZERBAYCAN	28.540	32.204	12,8	41.162	1,9	27,8
12	UKRAYNA	35.994	36.908	2,5	36.127	1,6	-2,1
13	TACİKİSTAN	23.067	28.911	25,3	35.313	1,6	22,1
14	TÜRKMENİSTAN	25.150	29.878	18,8	34.315	1,6	14,9
15	POLONYA	33.066	30.743	-7,0	31.186	1,4	1,4
16	KIRGIZİSTAN	17.881	21.984	22,9	30.620	1,4	39,3
17	İSRAİL	27.051	30.855	14,1	30.542	1,4	-1,0
18	JAPONYA	33.193	30.066	-9,4	30.502	1,4	1,4
19	BELÇİKA	30.223	25.306	-16,3	29.761	1,4	17,6
20	KAZAKİSTAN	32.079	29.693	-7,4	26.425	1,2	-11,0
	İLK 20 ÜLKE	1.127.521	1.518.322	34,7	1.645.466	74,9	8,4
	DİĞER	500.922	493.619	-1,5	550.801	25,1	11,6
	TOPLAM	1.628.443	2.011.941	23,5	2.196.267	100,0	9,2

Son yıl ihracatımız % 57,9 artış gösteren Libya ihracat listemizde üçüncü sıradadır. Önceki yıllarda ikinci sırada olan Irak 4. Sırada yer almaktadır ve ihracatımız 2013 yılında düşerek 187 milyon 926 bin dolar olarak kaydedilmiştir. % 8,6 ihracat payına sahip Irak 'ı, % 5,0 paya sahip Almanya, % 2,9 paya sahip Rusya Federasyonu, % 2,8 paya sahip Birleşik Arap Emirlikleri ve % 2,6 paya sahip Birleşik Krallık ile % 2,1 paya sahip Çin Halk Cumhuriyeti takip etmektedir.

VI.FİNANSMAN

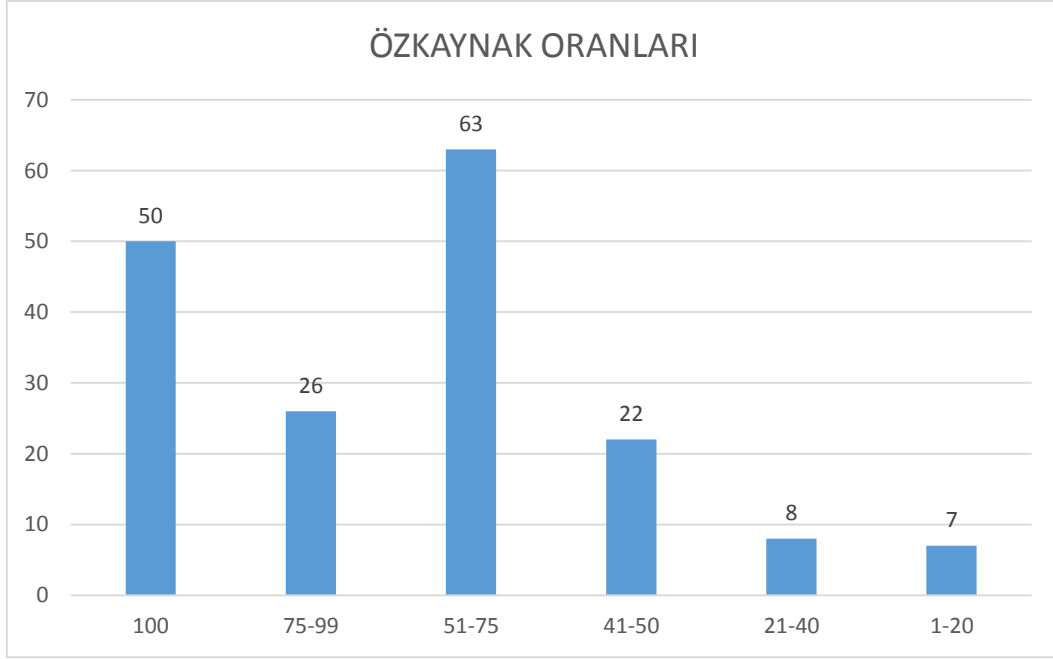
1.ÖZKAYNAK ORANI

Kuruluşların öz kaynak oranları üzerinde yapılan değerlendirme de % 100 öz kaynağa sahip 50 kuruluş yani kuruluşların % 28 'ini belirlemektedir. Öz kaynak oranı % 75 ila 99 arasında olan kuruluşların sayısı 26 ve oranı 14 olarak görülmektedir.

<u>ÖZKAYNAK ORANI</u>	<u>SAYI</u>	<u>%</u>
100	50	28
75-99	26	14
51-74	63	35
41-50	22	12
21-40	8	4
1-20	7	4

% 51 ila 75 arasında öz kaynağa sahip % 35 yani 63 kuruluşu, % 41 ila 50 arasında öz kaynağa sahip % 12 yani 22 kuruluşu, % 21 ila 40 arasında öz kaynağa sahip % 4 yani 8 kuruluşu ve % 1 ila 20 arasında öz kaynağa sahip % 4 yani 7 kuruluşu belirlemektedir.

Dolayısıyla makine halısı sektörü kuruluşlarının oldukça yüksek bir öz kaynağa sahip olduklarını ifade edebiliriz. Öz kaynağı % 50 'nin üzerinde olan kuruluş sayısı 139 dur yani % 77 oranında kuruluşur.



KURULUŞ BÜYÜKLÜĞÜ İLE ÖZ KAYNAK ORANI ARASINDAKİ İLİŞKİ

<u>TEZGAH SAYISI</u>		<u>% 100</u>	<u>%</u>	<u>% 75 – 99</u>	<u>%</u>	<u>% 51 – 74</u>	<u>%</u>
10 VE ALTI	150	44	29	24	16	63	42
10 ÜZERİ	31	6	19	5	16	17	55

Tezgah sayısı 10 ve altında olan kuruluşların % 29 'u yani 44 kuruluş % 100 öz kaynağa sahipken; % 16 'sı yani 24 kuruluş % 75 ile 99 öz kaynağa sahip ve % 42 yani 63 kuruluş % 51 ile 74 oranında öz kaynağa sahip olduklarını belirlemiş bulunmaktayız.

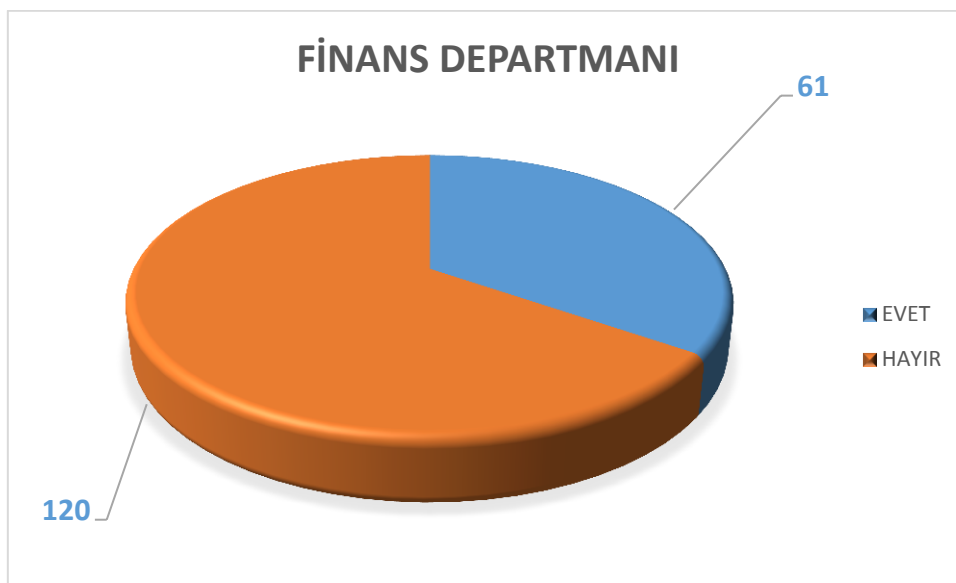
Tezgah sayısı 10 üzerinde olan kuruluşlardan 6 'sı yani % 19 'u % 100 öz kaynağa sahipken, % 16 'sı yani 5 kuruluş % 75 ile 99 oranında öz kaynağa sahip ve % 55 yani 17 kuruluş % 51 ile 74 oranında öz kaynağa sahip olduklarını ifade etmektedirler.

Dolayısıyla hem 10 ve altı sayıda tezgaha sahip kuruluşların hem de 10 üzeri sayıda tezgaha kuruluşların büyük çoğunluğu % 51 ile 74 oranında öz kaynağa sahip olduklarını söyleyebiliriz. Ayrıca 100 öz kaynağa sahip olma açısından 10 ve altı tezgah sayısına sahip kuruluşların oranı 10 üzeri tezgah sayısına sahip kuruluşların oranından daha yüksektir. Bu da daha küçük kuruluşların daha fazla % 100 öz kaynağa sahip oldukları sonucunu getirmektedir.

2.FİNANSMAN DEPARTMANI

Halı kuruluşlarının % 34 yani 61 'inde finans departmanı varken, % 66 yani 120 kuruluşta finans departmanının olmadığı görülmektedir.

<u>FİNANS DEPARTMANI</u>	<u>KURULUŞ SAYISI</u>	<u>%</u>
EVET	61	34
HAYIR	120	66



KURULUŞ BÜYÜKLÜĞÜ İLE FİNANS DEPARTMANININ VARLIĞI ARASINDAKİ İLİŞKİ:

<u>TEZGAH SAYISI</u>		<u>EVET</u>	<u>%</u>	<u>HAYIR</u>	<u>%</u>
10 VE ALTI	150	45	30	105	70
10 ÜZERİ	31	18	58	13	42

Kuruluşlardan 10 ve altı tezgah sayısına sahip olan kuruluşlar % 30 yani 45 kuruluşta Finansman departmanı varken, % 70 yani 105 kuruluşta finansman departmanının bulunmadığını belirlemekteyiz.

Tezgah sayısının 10 üzeri olduğu kuruluşlarda oransal daha fazla finansman departmanı olduğunu görüyoruz. Finansman departmanı olan kuruluşların oranı % 58 yani 18 kuruluş iken olmayan kuruluşların oranı % 42 yani 13 kuruluş olarak görülmektedir.

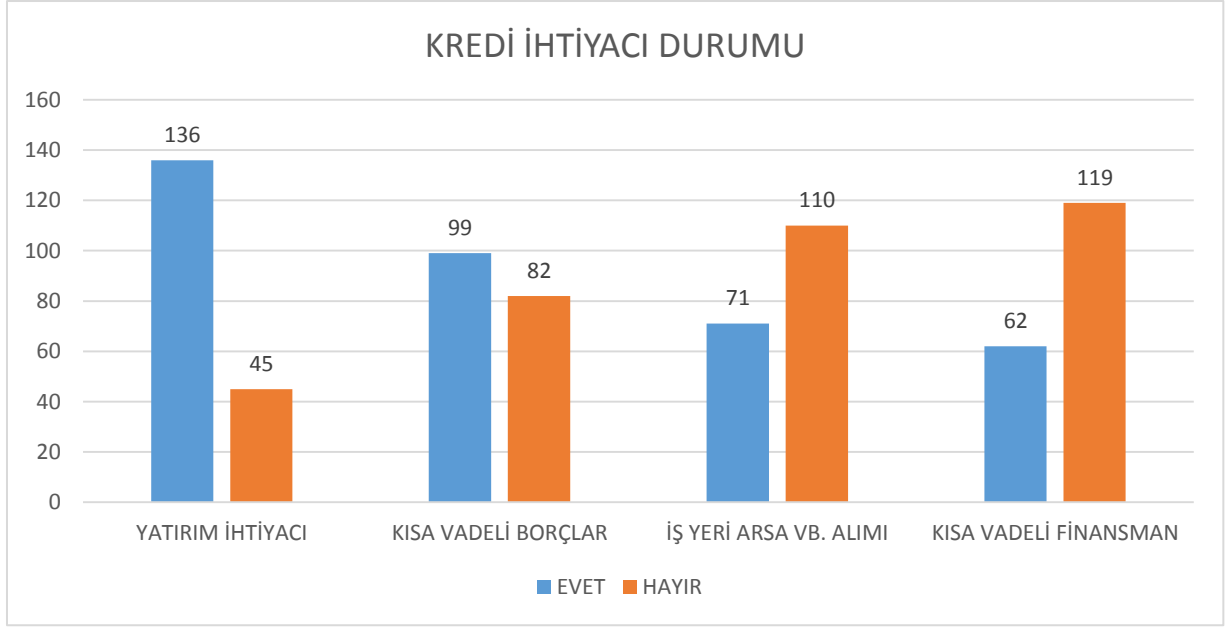
Kuruluşlar tezgah sayısı daha az olduğu dönemlerde finansman departmanına ihtiyaç duymazken, kuruluşlar büyüdükçe finansman departmanına daha fazla ihtiyaç duymaktadırlar.

3.KREDİ İHTİYACI DURUMU

Her sektörde olduğu gibi halı sektörü kuruluşlarında da dönemsel olarak kredi ihtiyacı oluşmaktadır. Kredi ihtiyacını kuruluşların % 75 'i yani 136 kuruluş yatırım ihtiyacı amacıyla, % 55 'i yani 99 kuruluşta kısa vadeli borçların karşılanması amacıyla talep ettiklerini belirliyoruz.

<u>KREDİ İHTİYACI DURUMU</u>	<u>EVET</u>	<u>%</u>	<u>HAYIR</u>	<u>%</u>
YATIRIM İHTİYACI	136	75	45	25
KISA VADELİ BORÇLAR	99	55	82	45
İŞ YERİ ARSA VB. ALIM	71	39	110	61
KISA VADELİ FİNANSMAN	62	34	119	66

Ayrıca 71 kuruluş (% 39) işyeri arsa vb. alımı amacıyla ve 62 kuruluş ise (% 34) kısa vadeli finansman amacıyla kredi ihtiyacı duymaktadırlar.



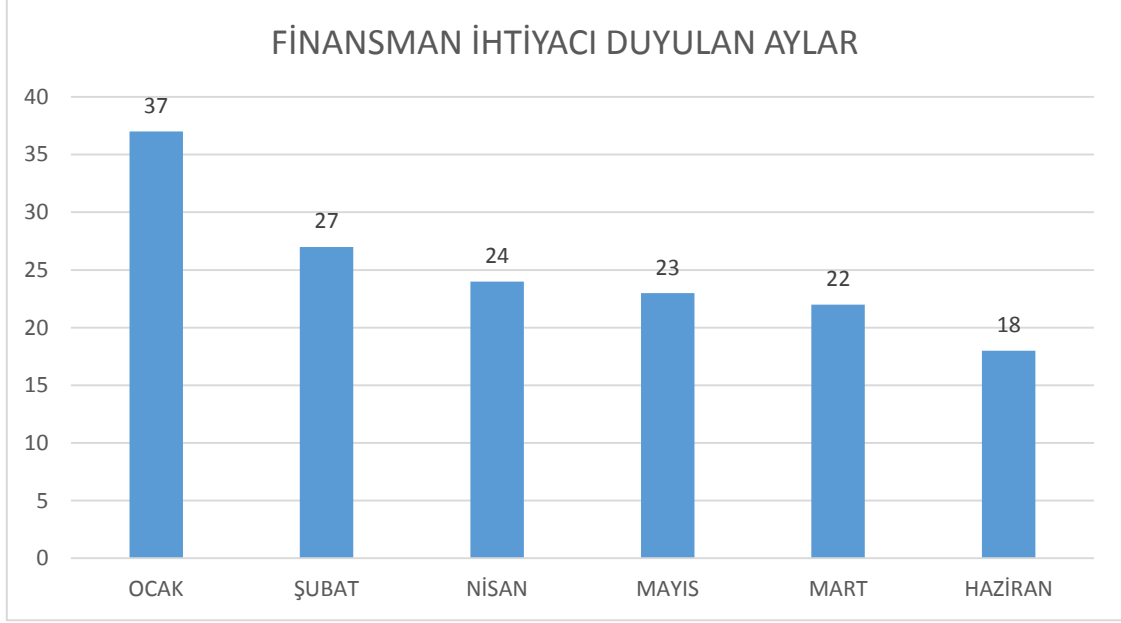
4.FİNANSMAN İHTİYACI DUYULAN AY

Halı sektörü kuruluşları yıl içerisinde özellikle bazı aylarda finansman ihtiyacı duyduklarını ifade etmektedirler.

Bu aylar 37 kuruluşun ifadesine göre en fazla Ocak ayıdır. Ocak ayından sonra Şubat 27 kuruluş, Nisan 24 kuruluş, Mayıs 23 kuruluş tarafından finansman ihtiyacı duydukları belirlenmiştir.

AYLAR	SAYI
OCAK	37
ŞUBAT	27
NİSAN	24
MAYIS	23
MART	22
HAZİRAN	18

Mart (22) ve Haziran (18) ayları da finansman ihtiyacı duyulan diğer aylardır.



5.FİNANS KURULUŞLARI İLE YAŞANILAN SORUNLAR

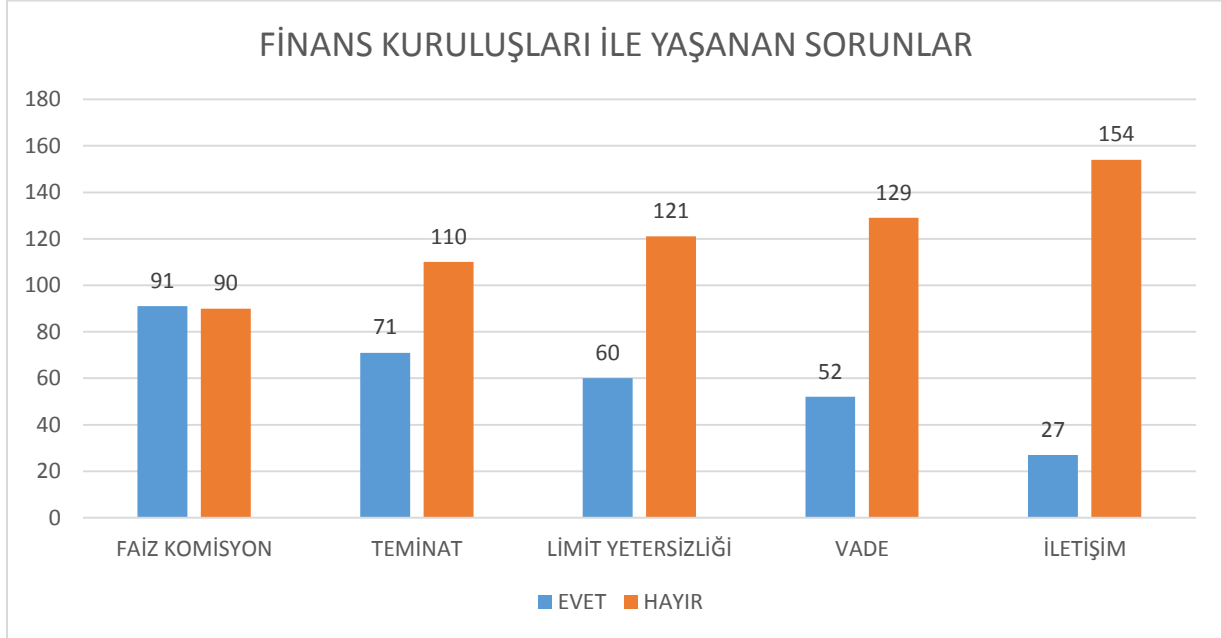
Halı sektörü kuruluşlarının da finans kuruluşları ile sorunlar yaşayabilmektedirler. Bu sorunları kuruluşlara göre değerlendirdiğimizde aşağıdaki tablo oluşmuştur.

<u>FİNANS KURULUŞLARI İLE YAŞANAN SORUNLAR</u>	<u>EVET</u>	<u>%</u>	<u>HAYIR</u>	<u>%</u>
FAİZ KOMİSYON	91	51	90	49
TEMİNAT	71	40	110	60
LİMİT YETERSİZLİĞİ	60	33	121	67
VADE	52	29	129	71
İLETİŞİM	27	15	154	85

Kuruluşların % 51 'i yani 91 kuruluş faiz ve komisyon konusunda finans kuruluşları ile sorunlar yaşadıklarını ifade etmişlerdir.

Teminat iki numaralı sorun olarak, kuruluşların % 40 'ı yani 71 kuruluş tarafından işaretlenirken kuruluşların % 33 'ü yani 60 kuruluş limit yetersizliği sorun olarak ifade edilmiştir.

Kuruluşlardan % 29 'u 52 kuruluş Vade sorununu konu ederken, % 15 yani 27 kuruluş İletişim sorununu belirtmişlerdir.



F. MAKİNE HALI SEKTÖRÜ SWOT ANALİZİ

İş dünyasında globalleşmenin getirdiği değişim beraberinde hem fırsatları hem de tehditleri de taşımaktadır. Makine halısı sektörünün son 10-15 yıllık geçmişine baktığımızda, sektörün değişim ve gelişimi kendi lehine oldukça iyi değerlendirdiğini göstermektedir.

Envanter projemizin bu kısmında Makine halısı sektörünün SWOT analizi de çıkartılmıştır.

	POZİTİF +	NEGATİF -
K T	S Güçlü Yanlar	W Zayıf Yanlar

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Sektörün Gaziantep bölgesinde yoğunlaşması, kümelenme ➤ Girişimcilik ruhu ➤ Teknolojik Yenilenme/Yatırımlar ➤ Güçlü finansman ➤ Kalite ➤ Markalaşma çalışmaları ➤ Yoğun pazarlara yakınlık ➤ Hammadde pazarına yakınlık ➤ Müşteri bölgelerine yakınlık 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Yoğun fiyat rekabeti ➤ Sektörün aşırı/bilinçsiz büyümesi ➤ Yetersiz ARGE faaliyeti ➤ Hammadde vb. Dışa Bağımlılık ➤ Kurumsallaşamama ➤ Yüksek Maliyet ➤ Finansman ➤ Bilgi birikimi eksikliği ➤ Kuruluşlar arası zayıf işbirliği/iletişim ➤ Yetersiz kalifiye elemanı ➤ Kamu desteğinin az olması
	<u>O Fırsatlar</u>	<u>T Tehditler</u>
DIŞ FAKTÖRLER	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Teknolojik Altyapı ➤ Hammadde pazarına yakınlık ➤ Pazarlara yakınlık ➤ Finansman ➤ Kalite altyapısı ➤ Markalaşma faaliyetleri ➤ Girişimci genç nüfus ➤ Bölgedeki yüksek kapasite ➤ Talep artışı 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Jeopolitik konum ➤ Bölgesel siyasi istikrarsızlık ➤ Yoğun rekabet ➤ Küresel Ekonomik Kriz ➤ Yüksek Maliyetler ➤ Dış pazarlarda yüksek gümrük vergisi

Sektörün güçlü yanlarının başında Sektörde var olan doğal kümelenme yani bölgesel yoğunlaşma gelmektedir. Bunun dışında Girişimcilik ruhu, Teknolojik yenilenme ve yatırımlar, Sektör üyesi kuruluşların Güçlü finansal yapıları, Kalite Çalışmaları ve Markalaşma çalışmaları gelmektedir.

Sektörün zayıf yanlarında ise, Sektörün yoğun/bilinçsiz ve aşırı büyümesi, buna bağlı olarak yoğun fiyat rekabeti, Kurumsallaşamama, Yetersiz ARGE faaliyeti, Yetersiz kalifiye elemanı sıkıntısı konularını sayabiliriz. Ayrıca Yüksek maliyetleri ve hammadde vb. dışa bağımlılıkta zayıf yanlar arasında sayılabilir.

Gerek sektörde yer alan birlik kuruluşları, meslek odaları vd. çatı örgütleri; gerekse de sektör üyesi kuruluşlar yapılan SWOT analizi sonucunda ortaya çıkan stratejileri uygulayarak çok daha sağlıklı ve güvenli bir iş ortamını yaratabilecekleri açıktır.

Yapılan SWOT analizi sonucunda ortaya çıkan 6 temel strateji şu şekilde sıralanabilir.

1. İnsan Kaynakları Yönetimi yapılandırması:

Emek yoğun bir sektör olarak Makine Halısı sektörü, insan kaynakları yönetimine daha fazla önem vermek durumundadır. Kalifiye eleman yetersizliği, mevcut insan kaynaklarının elde tutulması, geliştirilmesi ve daha fazla memnun edilmesi yönünde İnsan Kaynakları Yönetimine ihtiyacı daha da belirginleşmektedir. Mesleki eğitimlerin artırılması, Kişisel ve kurumsal gelişim eğitimlerinin verilmesi gibi insan kaynaklarını geliştirme ve kalitesinin

artırılması çalışmaları, Personel devir hızı çalışmaları ve Çalışan memnuniyeti araştırmaları yine aynı şekilde İnsan kaynakları Yönetiminin etkinliğini işaret etmektedir.

2. Kalite Yönetim Sistemi yapılandırması:

Başta ISO 9000 Kalite Yönetim sistemi olmak üzere yönetim sistemleri dahilinde çalışma kültürü, kuruluşların ürün, hizmet ve sistem kalitesinin etkin bir şekilde yönetilmesi anlamına gelecektir. Kalite Yönetim Sistemi, halı kuruluşlarını süreçlerin iyileştirilmesi yoluyla birçok ek yükten ve sorundan kurtaracak, çalışanların kalite bilinci daha yüksek şekilde çalışmalarını beraberinde getirecek ve ürün kalitesinde etkili bir yükselme görülecektir.

3. Markalaşma çalışmaları yapılması:

Her sektörde olduğu gibi halı sektörünün de markalaşma çalışmalarının getireceği artı değere ihtiyacı vardır. Son yıllarda özellikle tüketici tercihlerinin belirlenmesinde marka ve marka kültürü ön plana çıkmaktadır. Tüketici tercihleri doğrultusunda kuruluşların da markalaşma çalışmaları yapması kaçınılmaz bir sonuçtur.

4. ARGE çalışmaları yoğunlaştırılması:

Son yıllarda halı dayanıklı tüketim malı olmaktan, dekorasyon ürünü olmaya doğru yol almaktadır. Tüketim kültüründeki bu değişim, halıya bakış açısını da değiştirmiştir. Bu bakış açısı gerek Ürün Geliştirme (ÜRGE) ve gerekse de sisteme geliştirme açısından kuruluşların ARGE çalışmalarına daha fazla yoğunlaşmalarına mecbur bırakmıştır. ARGE faaliyetleri ile tüketici yararına oluşturulabilecek küçük bir kazanım dahi halı sektörü açısından da büyük önem kazanmıştır.

5. Yeni pazarlara açılma ve Pazar araştırmaları:

Halı kuruluşları sıkışık ve dar alanda satış kompleksinden kurtularak yeni pazarlara açılmalıdır. Özellikle yoğun fiyat rekabetinin karı azaltıcı etkisinden kurtulmanın en iyi yolu yeni pazarlara açılmaktır. Kuruluşlar kurumsallaşmalarını tamamlayarak, dış ticaret departmanlarını daha etkin kullanıp, Pazar araştırmaları yöntemi ile yeni pazarlar bulabilirler.

6. İşbirliği ve ortak çalışma kültürünün oluşturulması:

Halı sektörü kuruluşları daha fazla işbirliği ve iletişim içerisinde bulunarak, ortak girişimlerde bulunabilirler.

KATILIMCI FİRMALAR

NO	KURULUŞ ADI	İli
1	AÇIKGÖZ İPLİK VE HALI SAN. TİC.LTD.ŞTİ.	GAZİANTEP
2	ADEM AYHAN - KÖYLÜ İPLİK HALI TİC.İ	GAZİANTEP
3	ADİL HALI İPLİK TEKS. SAN. VE LTD ŞTİ.	GAZİANTEP
4	ADORE HALI SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ	GAZİANTEP
5	AHENK HALI TEKSTİL SAN. VE TİC.LTD.ŞTİ.	GAZİANTEP

6	AHS HALI TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
7	AKAN HALI GIDA TAŞIMACILIK SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
8	AKARSU YÜN HALI - İBRAHİM AKARSU	MANİSA
9	AKİF TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
10	ALTIN NEHİR HALI TEKS. SAN VE TİC LTD ŞTİ	GAZİANTEP
11	ALYANS HALI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
12	ANGEL HALI TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
13	ARDA HALI TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
14	ARICILAR TEKSTİL TAŞIMACILIK İNŞAAT SAN. VE TİC. A.Ş.	GAZİANTEP
15	ARMAĞAN TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
16	ART CARPET A.Ş	GAZİANTEP
17	ARYA HALI SAN. VE TİC LTD ŞTİ	GAZİANTEP
18	ASSOS HALI TEKS. SAN VE TİC LTD ŞTİ	GAZİANTEP
19	AŞKAR HALI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
20	ATLANTİK İPLİK VE HALI SAN. TİC. A.Ş.	KAYSERİ
21	AVŞAR HALI GIDA SAN. TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
22	AYYILDIZ HALI TEKS. GIDA SAN. VE TİC. A.Ş.	GAZİANTEP
23	AZİZ HALI TEKS. PLASTİK GIDA SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
24	BADE DOKUMA TEKSTİL HALI SAN VE TİC AŞ	GAZİANTEP
25	BAĞDAT TEKS. HALI SAN.TİC.LTD.ŞTİ.	GAZİANTEP
26	BALAT MENSUCAT SAN. VE TİC. A.Ş	GAZİANTEP
27	BALDO TEKS. SAN. VE TİC.LTD.ŞTİ.	GAZİANTEP
28	BAŞARAN HALI TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
29	BEĞENDİ HALI SAN. TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
30	BEHRAM HALI SAN. VE TİC LTD ŞTİ	GAZİANTEP
31	BELLA HALI SAN. TİC. LTD. ŞTİ (KÜBRA HALI)	GAZİANTEP
32	BERFİN CARPET TEKS. İTH İHR SAN VE TİC LTD ŞTİ	GAZİANTEP
33	BERTİNİ HALI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
34	BEYZADE HALI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
35	BGM HALI SAN. VE TİC. A.Ş.	GAZİANTEP
36	BİLKENT DOKUMA HALI TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
37	BİRİMOĞLU HALI TEKS. SAN. VE TİC.LTD.ŞTİ.	GAZİANTEP

38	BİRKO BİRLEŞİK KOYUNLULULAR MENS. SAN.VE TİC. A.Ş.	NİĞDE
39	BİRSA HALI TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
40	BODUR HALI TEKS. SAN. VE TİC.LTD.ŞTİ.	GAZİANTEP
41	BOYTEKS TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.	KAYSERİ
42	BÜKÜCÜ TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
43	BÜNYAN HALI SAN. VE TİC.LTD.ŞTİ.	GAZİANTEP
44	C.M.T HALI İPLİK VE GIDA SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
45	CANAN TEKS. SAN. VE TİC. A.Ş.	GAZİANTEP
46	CONFETTI HALI SAN.A.Ş.	DÜZCE
47	COVTEX-FEIZY HALI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
48	ÇOBANSER TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
49	DEHA TEKS. ELEKTRONİK SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
50	DELİKOYUN YÜNLÜ HALI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. İMPERYAL HALI	GAZİANTEP
51	DEM CARPET HALI SAN VE TİC. LTD.ŞTİ.	GAZİANTEP
52	DİLEK HALI SAN. VE TİC.LTD.ŞTİ.	GAZİANTEP
53	DİYARSER HALI SAN. VE TİC. LTD ŞTİ	GAZİANTEP
54	DOKUTEKS HALI TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
55	DORUK TEKSTİL SAN. TİC. A.Ş.	GAZİANTEP
56	DÖNMEZ HALI VE TEKS. SAN. TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
57	DURKAR HALI TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.	GAZİANTEP
58	EKOMAK HALI SAN.VE TİC.A.Ş.	KÜTAHYA
59	EMEK TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
60	ENVER ARMAĞAN ARMAĞAN HALI	MANİSA
61	ERKAPLAN İPLİK HALI GIDA SAN.TİC.LTD.ŞTİ.	GAZİANTEP
62	ERUSLU TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.	GAZİANTEP
63	EVA HALI TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
64	FELİS HALI İTHALAT İHRACAT A.Ş.	GAZİANTEP
65	FESTİVAL HALI SAN. VE TİC. A.Ş.	GAZİANTEP
66	GAP HALI SAN.VE TC.A.Ş.	BATMAN
67	GEZEĞEN HALI MOBİLYA TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
68	GLOBAL HALI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
69	GÖLDEN HALICILIK İHR.TİC.VA SAN.LTD.ŞTİ.	İZMİR

70	GRAND HALI TEKS. SAN VE TİC A.Ş	GAZİANTEP
71	GÜLYÜN HALICILIK SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ	GAZİANTEP
72	GÜMÜŞDERE HALI VE İPLİK SAN. VE TİC.LTD.ŞTİ.	MANİSA
73	GÜMÜŞOĞLU TEKSTİL SAN. VE TİC.A.Ş.	GAZİANTEP
74	GÜRBÜZ MENSUCAT SAN. VE TİC. A.Ş.	GAZİANTEP
75	GÜRTEKS HOME TEKS. SAN. VE TİC.AŞ.	GAZİANTEP
76	HAKAN TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
77	HAKSER HALI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
78	HALISAN TEKS. SAN. TİC . LTD ŞTİ	GAZİANTEP
79	HASAN SALİK-KARNAVAL HALI	GAZİANTEP
80	HASKAPLAN TEKS GIDA SAN VE TİC LTD ŞTİ	GAZİANTEP
81	HASKUL HALI SAN. VE TİC.LTD.ŞTİ.	MANİSA
82	HAYAT HALI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
83	İDEAL HALI İTHALAT İHRACAT SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
84	İHLASSER HALILARI-FADIL KİPER	GAZİANTEP
85	İLERİ KİMYA SAN. TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
86	İPEK MEKİK HALI TEKS. SAN TİC A.Ş	GAZİANTEP
87	İPEKSEL HALI TEKS. BİLG.İLET.SİS. SAN. TİC.LTD.ŞTİ.	GAZİANTEP
88	KAFKAS HALI SAN. VE TİC. A.Ş.	GAZİANTEP
89	KAPLAN KARDEŞLER HALI SAN.VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
90	KAPLANSER HALI GIDA VE TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
91	KARACA TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
92	KARAM HALI TEKS. PVC İM.VE İTH.İHR.SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
93	KARAR TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
94	KARDELEN HALI VE TEKS. SAN.LTD.ŞTİ.	GAZİANTEP
95	KARMEN TEKS. SAN.VE TİC.LTD.ŞTİ.	GAZİANTEP
96	KARMİNA TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
97	KARTAL HALI TEKS. SAN. VE TİC.A.Ş.	GAZİANTEP
98	KARTEKS TEKS. SAN. TİC. VE PAZARLAMA LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
99	KAYRA HALI SAN. VE TİC. LTD.ŞTİ.	GAZİANTEP
100	KAYSI TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
101	KEVSER HALI TEKS. SAN. VE TİC. LTD.ŞTİ.	GAZİANTEP

102	KRC CARPET SAN. TİC. LTD ŞTİ.	GAZİANTEP
103	KUTUR TEKS. HALI SAN.VE TİC.LTD.ŞTİ.	GAZİANTEP
104	LİNEA HALI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
105	MAHMUT YOLCU-SERGEN HALI	GAZİANTEP
106	MAJESTİC HALI SAN. VE TİC. A.Ş.	GAZİANTEP
107	MERKÜR HALI TEKS. SAN VE TİC LTD ŞTİ	GAZİANTEP
108	MODASER CARPET HALI İTH.İHR.TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
109	MODY TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
110	MOTİF DOKUMA HALI VE TEKS. SAN. VE TİC. A.Ş.	GAZİANTEP
111	MUTAŞ HALI A.Ş.	GAZİANTEP
112	NADİR HALI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
113	NAMİ TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
114	NAVRAS CARPET SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
115	NUPELLA HALI TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
116	OKKIRAN TEKSTİL GIDA SAN.TİC.LTD.ŞTİ.	GAZİANTEP
117	OLİMPİYAT HALI TEKS. TURİZM GIDA SAN İÇ DIŞ LTD ŞTİ	GAZİANTEP
118	ONUR TEKS. SAN. VE TİC. A.Ş.	GAZİANTEP
119	ORİJİNAL TEKS. GIDA SAN.VE TİC.LTD.ŞTİ.	GAZİANTEP
120	OTTOMAN HALI SAN VE TİC LTD ŞTİ	TEKİRDAĞ
121	ÖRYÜN TEKSTİL HALI SAN.TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
122	ÖZKAPLAN HALI TEKS. SAN VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
123	ÖZKUL HALI SAN. VE TİC.LTD.ŞTİ.	MANİSA
124	ÖZNUR TEKSTİL HALI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
125	ÖZRENK BOYA KİMYA TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD.	GAZİANTEP
126	ÖZULUTAŞ HALI İM. SAN VE TİC LTD ŞTİ	GAZİANTEP
127	PETEK HALI TEKS. GIDA VE SAN. TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
128	PİRAMİT GOLTEKS HALI VE İPLİK SA. TİC. A.Ş.	GAZİANTEP
129	PLAZA HALI TEKS. İNŞ.GIDA TAŞ.SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
130	POINT HALI TEKS. SAN TİC LTD ŞTİ	GAZİANTEP
131	POLAT TEKS. HALI SAN.TİC.LTD.ŞTİ. STAR HALI	GAZİANTEP
132	POLEN HALI SAN. VE TİC. LTD ŞTİ.	GAZİANTEP
133	POLYSAN TEKS. SAN. VE TİC. A.Ş.	GAZİANTEP

134	POYTEKS TEKS. AMBALAJ SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
135	RAVANDA HALI TEKS. LTD.ŞTİ.	GAZİANTEP
136	REİS HALI TEKSTİK SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ	GAZİANTEP
137	REYHAN HALI TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
138	RİVA KEÇECİ HALI SAN. VE TİC. LTD ŞTİ	GAZİANTEP
139	ROYAL HALI İPLİK TEKS. MOBİLYA SAN. VE TİC.A.Ş.	GAZİANTEP
140	ROZA HALI SAN.VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
141	RUMEYSA HALI İPLİK TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
142	RÜZGAR CARPET İMALAT SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ	GAZİANTEP
143	SAFA HALICILIK SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
144	SAFYÜN HALI TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.	GAZİANTEP
145	SAMET HALI TEKS. SAN. TİC. LTD ŞTİ	GAZİANTEP
146	SARAY HALI A.Ş.	KAYSERİ
147	SARYÜN HALI TEKS. SAN. VE TİC.A.Ş.	GAZİANTEP
148	SEBAT HALI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
149	SEBİLSER TEKS. NAK.SAN.VE TİC.LTD.ŞTİ.	GAZİANTEP
150	SER-AL HALI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
151	SERBEST CARPET SAN. VE TİC. LTD.ŞTİ.	KAYSERİ
152	SERTEKS HALI GIDA SAN.VE TİC.LTD.ŞTİ.	GAZİANTEP
153	SERYÜN TEKSTİL HALI SAN.TİC.LTD.ŞTİ	GAZİANTEP
154	SHOW HALI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
155	SIRMA HALI TEKS. SAN. VE TİC. A.Ş.	GAZİANTEP
156	SİM DOKUMA TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
157	SİMTEKS TEKS. SAN. VE TİC. A.Ş.	GAZİANTEP
158	SOYLUSER HALI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
159	SULTAN HALI MAD.SAN.TİC.LTD.ŞTİ.	MANİSA
160	ŞAHAN KARDEŞLER TEKS. HALI SAN TİC.LTD.ŞTİ.	GAZİANTEP
161	ŞEHZADE HALICIK SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
162	TAŞDELEN MONALİZA CARPET NAK. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
163	TAT CARPET SAN.VE TİC.A.Ş.	GAZİANTEP
164	TATAR TEKS. SAN. VE TİC.LTD.ŞTİ.	GAZİANTEP
165	TAVUS HALI A.Ş.	MANİSA

166	TÜMER HALI SAN VE TİC A.Ş	GAZİANTEP
167	UGURSER HALI TEKS. SAN VE TİC LTD	GAZİANTEP
168	UĞUR DEMİR HALI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
169	UĞUR YÜN HALI SAN.VE TİC. LTD.ŞTİ.	MANİSA
170	ÜÇLER TEKS. SAN. TİC. A.Ş.	GAZİANTEP
171	ÜSTÜN TEKS. SAN. VE TİC. A.Ş.	GAZİANTEP
172	VİLLA TEKS. PAZ. SAN. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
173	VİPOL HALI TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
174	YAKUT HALI TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
175	YALÇIN KARDEŞLER HALI TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ	GAZİANTEP
176	YAREN HALI TEKS. SAN VE TİC LTD ŞTİ	GAZİANTEP
177	YASİN KAPLAN HALI SAN. VE TİC. A.Ş.	GAZİANTEP
178	YENİ PASİFİK HALI SAN TİC LTD ŞTİ	GAZİANTEP
179	YUSUF HALI TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
180	YÜKSEL HALI VE TEKS. SAN. TİC. LTD. ŞTİ.	GAZİANTEP
181	YÜN-ER HALI CAHİT ÜNER	MANİSA