

BÖLGESEL KALKINMA ve REKABETTE TÜRK TEKSTİL SANAYİNİN ÖNEMİ

Yudum KARAÇAY
Muğla Üniversitesi
İ.İ.B.F İktisat-4
e-mail: yudumkaracay@yahoo.com

GİRİŞ

Küreselleşen dünyanın ya da kısaca bütünleşen dünyanın dışında kalmamak, sürekli büyüyen pazardan ya da dünya ticaretinden pay alabilmek için fırsat ve avantajlardan yararlanmak, ülkeler için öncelikli amaçlardan olmuştur.21. yüzyılın eşliğinde küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ), tüm ülkelerde rekabetin korunması, istihdam yaratma, müteşebbis geliştirme ve bölgesel kalkınma aracı olarak önemli işlevler üstlenmektedir. Küreselleşen dünya ile bütünleşmede ve dış pazarlara açılmada KOBİ'ler (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler)ön plana çıkmaktadır. Çağımızın değişen koşullarına ve yeniliklerine hızla uyma yeteneğine sahip olan KOBİ'ler, toplumun yaratıcı potansiyelinin ortaya çıkarılmasında önemli bir rol üstlenmektedir.

Bu çalışma ile, bölgesel kalkınmaya öncülük eden KOBİ'lerin uluslar arası pazarlara açılmalarını etkileyen faktörlerin analiz edilmesi, KOBİ'lerin dış pazarlara açılmasında karşılaştıkları sorunlar değerlendirilerek çözüm önerileri getirilmesi ve elde edilen sonuçların gelişmiş ülkelerle kıyaslanarak diskriptiv bir yöntem izlenmesi amaçlanmaktadır.Konumuza girmeden bazı tanımlar vermenin faydalı olacağı kanısındayım.Küçük ve orta ölçekli işletmelerin(KOBİ) tanımında hangi kriterlerin kullanılacağı konusunda gerek Türkiye'de gerekse diğer ülkelerde üzerinde mutabakata varılmış, evrensel geçerliliği olan bir tanım söz konusu değildir.İşletmenin faaliyet gösterdiği sektörün nitel ve nicel yapısı, işletmenin potansiyel üretim gücü, istihdam ettiği kişi sayısı, kar hacmi, pazar payı,ciro, aktif büyüklüğü gibi birçok faktöre göre değişen KOBİ tanımları yapılabilmektedir.

Genel anlamda “Küçük ve Orta Ölçekli İşletme, sahibi tarafından yönetilen,daha çok yöresel faaliyette bulunan ve büyümesini büyük ölçüde iç kaynaklarla finanse eden işletmeler şeklinde tanımlanmaktadır.”⁽¹⁾ Bu şekilde bir tanım verilse de işletmelerin küçük,orta ve büyük ölçekli olarak belirlenmesinde,literatürde genelde çalıştırılan kişi sayısına göre bir tanımlamaya gitmek daha yaygındır.

Türkiye'deki bu tanımlamalar ise; İstihdam edilen işçi sayısı kriterine göre: KOSGEB 1-150,Halk Bankası 1-250,EXİMBANK 1-200,Hazine Müsteşarlığı 1-250,Dış Ticaret Müsteşarlığı 1-200,DİE ve DPT 1-99,TOSYÖV 1-200 işçi istihdam edenler KOBİ kapsamındadırlar.⁽²⁾AB'de KOBİ tanımına ise gerek ulusal gerekse birlik bazında karışıklılığa neden olmamak için yeni bir anlam yüklenmiştir. Konsey kararı çerçevesinde belirgin bir şekilde ortaya konulan KOBİ tanımı, işçi sayısı, bilanço büyüklüğü ve bağımsızlık kriterlerinden oluşan ölçüleri kapsamaktadır. (Bağımsız işletmeler; sermayesinin ya da hisse senetlerinin %25 veya daha fazlası bir işletme tarafından üstlenilmemiş olan veya sermayesi küçük ve orta büyüklükteki işletme tanımı dışındaki işletmelerden meydana gelmemiş olan işletmelerdir.) ·Mikro Ölçekli İşletme : 10 işçiden az işçi çalıştıran ve bağımsızlık kriterine sahip olan işletmeler
.Küçük ölçekli işletmeler : 50 kişiden az işçi çalıştıran, yıllık satış cirosu 7milyon EURO'yu geçmeyen veya arsa ve bina hariç mevcut sabit sermaye tutarı, bilanço net değeri itibariyle 5 milyon EURO'yu geçmeyen ve bağımsızlık kriterine sahip olan işletmeler,

⁽¹⁾ Hülya Özdemir, “Gümrük Birliği Kapsamında Türkiye'deki KOBİ'ler İçin İhracatı Teşvik Olanakları”, Ekonomik Vizyon, İzmir Ticaret Odası, Yıl:68, Sayı:23, Eylül-Ekim 1996, s.31

⁽²⁾ KOSGEB, Mustafa H.Çolakoğlu, KOSGEB Başkanlığı, TOBB Yayın No Genel:359-PM:2,Nisan2002, www.kosgeb.gov.tr , (05.04.2004)

.Orta Ölçekli İşletmeler :50 ila 250 işçi çalıştıran ve yıllık satış cirosu 40 milyon EURO'yu geçmeyen veya arsa ve bina hariç mevcut sabit sermaye tutarı, bilanço net değeri itibariyle 27 milyon EURO'yu geçmeyen ve bağımsızlık kriterine sahip olan işletmeler, olarak tanımlanmaktadır.⁽³⁾Bu işletmelerin işlevlerine gelince;İlk olarak bölgesel farklılıkları giderici ve yakın çevreye hizmet getirici işlevleri;Küçük ve orta ölçekli işletmeler, rekabet ekonomisinin bölgesel olanakların iyi şekilde değerlendirilmesi ,tüketici ihtiyaçlarının optimal şekilde karşılanması vb. gibi- hedefleri sağlamada en önemli unsurdur. Diğer taraftan büyük işletmelerin hakim olduğu ekonomide;bölgesel farklılıklar daha bariz bir durumdayken;küçük ve orta ölçekli işletmelerle bu farklılık daha az seviyeye indirilmektedir.KOBİ'lerin bölgeler arası dengeli büyümeye katkısı da belirlenmiş olup, bununla ilgili çalışmalara ağırlık verilmektedir.AB, KOBİ'ler çerçevesinde "Partenariat" adlı işbirliği programıyla bölgesel kalkınmaya yönelik bir sistem geliştirmiştir.Amaç AB ülkelerinde ,nispeten geri kalmış bölgelerin ele alınıp, bu bölgelerde yatırımların,ticaretin geliştirilmesi için uluslar arası düzeyde bir organizasyon oluşturulmasıdır. Bu program 1998'den beri AB kapsamında uygulanmaktadır.Türkiye uygulama kapsamına 1992 yılında alınmış olup, çalışmaları devam etmektedir.Bu organizasyon çerçevesinde bir ülke ve bu ülkeden hedef bir bölge seçilmektedir.Bu bölgelerdeki küçük ve orta ölçekli firmalardan yapılan seçimler bir katalogta toplanmakta ve bu bilgiler AB ülkelerine organizatör kuruluşlar yardımıyla ki Türkiye'de organizatör kuruluş, İktisadi Kalkınma Vakfıdır- dağıtılmaktadır. Dağıtılan kataloglar firmaların faaliyet alanı, sektörü, üretim hacmi, teknolojisi, kapasitesi,ihtalat ve ihracat cirosu ve yabancı firmalardan ne tür bilgi istenildiğine dair unsurları içermektedir.Böylelikle bölgesel kalkınmada baz alınan bölgenin hiç bir maddi külfete katlanmadan uluslar arası piyasalara açılması sağlanmaktadır.⁽⁴⁾Diğer bir işlevi olan rekabet politikası açısından işlevlerinde ise,küçük ve orta ölçekli işletmeler sermaye piyasalarının etkin çalışmasını sağlamaktadır.Sermaye kaynaklarının hareketliliği ile sermayenin düşük karlı endüstrilerden yüksek karlı endüstrilere akış olmaktadır.Bu bağlamda KOBİ'lerin çok sayıda ekonomik hayatta yer almasıyla; piyasa ekonomisinin temel özelliklerinden olan çok merkezlilik söz konusu olmaktadır. Konjonktür politikası açısından işlevine gelince;Ekonomik süreç göz önünde tutulduğunda; konjonktürel dalgalanmaların ekonomik krize neden olduğu dönemlerde; KOBİ'ler konjonktürel dalgalanmaların olumsuzluklarına karşı daha dayanıklı bir yapıya sahiptir.Orta ölçekli işletmelerin toplam giderler içindeki sabit giderlerinin payının düşük olması nedeniyle;bu konjonktürel dalgalanmalarının çöküş dönemlerindeki dalgalanmalara karşı daha dayanıklıdırlar. Küçük ve orta ölçekli işletmelerin bu avantajları kendileri için olumlu bir unsur olmakla beraber;ülke ekonomileri için de önemlidir.Çeşitli büyüklükteki firmaların dengeli bir şekilde dağılması da ekonomide konjonktürel dalgalanmaların etkisini hafifletecektir. Ayrıca esnek üretim teknolojileri nedeniyle kısa dönemli talep farklılıklarına uyum gösterirken; talebin azaldığı dönemlerde ve arttığı dönemlerde piyasa hareketlerine uyum sağlamaktadırlar.Hatta geçici talep artışlarında ; bu talepleri karşılayarak ani fiyat yükselişlerinin engellenmesinde bir anlamda fren görevi yapmaktadırlar.⁽⁵⁾Teknolojik işlevinde ; Küçük ve orta ölçekli işletmeler hem geliştirilmiş patentleri kullanmada;hem de yeni patentlere sahip olma konusunda büyük işletmelere nazaran daha uygun yapıya sahiptirler.Karmaşık ve pahalı araştırmalar büyük işletmelerin kendi bünyelerindeki Ar-Ge Departmanları tarafından yapılmaktadır. Buna rağmen yeni ürünler ve üretim teknikleri daha çok KOBİ'ler kapsamında gerçekleştirilmektedir.⁽⁶⁾

⁽³⁾ www.kosgeb.gov.tr , s.1, (05.04.2004)

⁽⁴⁾ Şemsa Aşık,*Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Finansman Sorunlarının Çözümünde Türkiye Halk Bankası Desteği*, Muğla, 1998, s.7

⁽⁵⁾ Doğan Kargül, *Türkiye 'de KOBİ'lerin Yönetim Sorunları ve Çözümleri*, İTO Yayın No:1997-47,İstanbul 1997,s.2

⁽⁶⁾ Kenan Mortan, *Tatbiki İktisat*, Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları No:657,Eskişehir,1993, s.179

İstihdam politikası açısından işlevi ise, teknolojik işlevde ele alınan unsurlar ölçüsünde; KOBİ'ler ikinci el sermaye mallarının alınıp, kullanılmasında ve hatta devre dışı kalmış sermayeyi yeniden ekonomik sürece dahil etmede etkindirler.Bu unsur piyasaya giriş ve işletme döneminde uzun dönemli maliyetleri düşürücü bir etki sağlamaktadır.Bu etkinin yanı sıra atıl durumdaki sermaye teçhizatı harekete geçirilerek ulusal ekonomide istihdam arttırıcı bir üretim süreci oluşturulabilmektedir.⁽⁷⁾Pazar yaratma işlevi ;Gelişen teknoloji müşteri tercihleri yelpazesinde büyük ölçüde talep farklılaşması yaratmaktadır.Bu oluşumda en avantajlı konum KOBİ'lerin olup, yapıları gereği bu farklılaşmalara KOBİ'lerin daha çabuk ayak uydurdıkları söylenebilir.Talep farklılaşması sonucu doğan özel imalat, küçük serilerin üretimi, parça imali, ticaret ve hizmet sektöründeki değişmeler gibi unsurlarla KOBİ'ler özel avantajlara sahiptir.⁽⁸⁾Son olarak Eğitim işlevi ise KOBİ'ler ekonomide büyük bir istihdam olanağı sağlarken, aynı ölçüde mesleki eğitim olanakları da sağlamakta ve eğitimi sağlanan personelden büyük işletmeler de faydalanmaktadır.Bir örnek vermek gerekirse Almanya'da istihdam edilenlerin %86'sının mesleki eğitimi KOBİ'ler kapsamında sağlanmaktadır.⁽⁹⁾

KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ:

Türkiye'de uzun yıllar KOBİ'ler ile ilgili çalışmalar pek önemsenmemiş, planlı dönemde küçük işletmelerin teşvikiyle ilgili alınan kararlar uygulama imkanı bulamamıştır.Küçük işletmelerin kalkınma ve istihdam politikalarındaki etkinliğine son iki plan döneminde ağırlık verilmiştir.Türkiye'de işletmelerin %99'unu oluşturan KOBİ'lerin gelir dağılımı, istihdam, sosyal adalet, dengeli kalkınma, bölgeler arası dengeyi oluşturma gibi bir çok ekonomik olguda büyük bir önemi varken; bu işletmelerin kendi yapılarından kaynaklanan; başta finansman olmak üzere bir çok sorunu vardır.Bu işletmelerin ülkemizde banka kredilerinin sadece %4'ünü kullanmakta olduğu belirlenmiştir.

Avrupa'da KOBİ'ler kendi alanlarında uzmanlaşıp iç ve dış piyasalarda rekabet eder hale gelmelerine rağmen; Türkiye'de bu durum sağlanmamaktadır.Bunda az riskli, istikrarlı bir ekonomik ortamın bulunmaması neden olarak gösterilmektedir.Diğer atraftan bankacılık finans sisteminin yetersizliği; uzun yıllar Türkiye'de küçük işletmeleri olumsuz etkilemiştir.Bankadan kredi almak ve borsada hisse senedi satışı gibi en kolay finansman araçlarının yeterince sağlamamasıyla; KOBİ'ler bankaların kaynaklarından ve borsadan finans unsuru olarak faydalanamamaktadırlar.

Tüm bu gelişmeler ilk başta KOBİ'lere ekonomide yeteri kadar önem verilmediğini gösterse de; sonuçta ekonomi içindeki ağırlıkları nedeniyle ön plana çıkmışlardır.Özellikle Türkiye'de toptan işletmeler içinde %99 paya sahip olması konuyu daha da önemli hale getirmektedir.

KÜÇÜK ve ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN DÜNYA EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ :

Küçük ve orta boy işletmelerin (KOBİ) önemi ilk kez 1970'lerde kavranmaya başlanmıştır. 1970'te yaşanan petrol odaklı küresel ekonomik krize bağlı olarak, II.Dünya Savaşının sona ermesinden beri desteklenen büyük firmaların önemli bir bölümünün iflas etmesi, buna karşılık KOBİ'lerin fazla etkilenmemesi dikkatleri KOBİ'lere çekerek bu tür işletmelerin çok yönlü destek bulmalarına yol açmıştır. Verilen desteklerle güçlenen KOBİ'lerin sosyo-ekonomik yapıdaki

⁽⁷⁾ Kargül,a.g.e.,1997, s.2

⁽⁸⁾ Mortan, a.g.e., 1993, s.180

⁽⁹⁾ Mortan, a.g.e., 1993, s.180

işlevsellikleri daha belirgin biçimde anlaşılmaya başlanmıştır. Gelişmiş ülkelerin mevcut konumlarına ulaşmalarında bu işletmelerin önemli bir role sahip oldukları kabul edilmektedir. Öyle ki, bu ülkelerde küçük ve orta boy işletmelerin ekonomik yapının ana gövdesini oluşturdukları görülmektedir. Bu nedenle söz konusu ülkelerde ekonomik kalkınma programlarının ve sosyal gelişme stratejilerinin merkezi ögesi haline gelerek, devletin kalıcı politikaları arasında yer almaya başlamışlardır. Ulusların ekonomik kalkınma ve sosyal gelişme bakımından arzu edilir noktaya taşınmalarında KOBİ'lerin öneminin anlaşılmasıyla bu tür işletmeler gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkelerde de kabul görmeye ve hükümetlerce teşvik edilmeye başlanılmışlardır. Küçük işyerlerinin teknik yeniliklere daha yatkın, tüketicilerin değişen tercihleri karşısında daha esnek, konjonktürel dalgalanmalara uymadaki üstünlüğü; bölgeler arası dengeli kalkınmaya etkileri, rekabeti teşvik etmeleri, istihdamı artırıcı rol oynamaları gibi nedenlerle; Batı Avrupa'da üretimdeki payları ve sayısal oranları itibarıyla ekonomide önemli bir yere sahiptirler.

İleri derecede gelişmiş endüstri topluluklarının çoğunda ekonomik yapının temeli KOBİ'lere dayanmaktadır. Örneğin; ABD'de tüm işletmelerin %97.2'sini, Almanya'da %99'unu, Japonya'da %99.4'ünü, İngiltere'de %96'sını, Fransa'da %99'unu, İtalya'da %98'ini, Hindistan'da %98.6'sını, Güney Kore'de %98.8'ini, Türkiye'de ise %99.2'sini KOBİ'ler oluşturmaktadır. Bununla birlikte Avrupa Birliği kapsamında büyük işletmeler toplam işletmelerin %0,1'i kadar bir paya sahipken; geri kalan bölüm KOBİ'lerden oluşmaktadır.

Bu durum, çoğu ülkede ekonomik yapının KOBİ türü işletmeler üzerine oturduğunu göstermektedir. Dolayısıyla bir ülkede KOBİ'lerin güçlü olması, genel ekonomik yapının da güçlü olması anlamına gelmektedir. Zira, KOBİ'ler somut üretim etkinliğinin temelini oluşturan reel sektörü temsil etmektedirler. KOBİ odaklı reel sektörün güçlü olması, özellikle, son yıllarda artan spekülasyon etkinliği alanlarını daraltarak krizlere karşı dirençli bir ekonomik yapının inşasını mümkün kılmaktadır. Bu nedenle gelişmiş ülkelerin, küresel pazardaki rekabet güçlerini arttırmak ve bu durumu koruyup sürdürmek için KOBİ'leri güçlendirmeye yönelik politikalara ağırlık verdikleri gözlemlenmektedir.

KOBİ'ler AB ve OECD ülkelerinde de büyük öneme sahip olup; AB'de 1983 yılı "KOBİ yılı", OECD'de 1988 yılı "Kamu Yönetimi ile Orta Ölçekli İşletmeler arasındaki ilişkilerin iyileştirilmesi yılı" olarak belirlenmiştir. Ayrıca genel olarak dünya çapındaki ulusal oluşumlar da bu çalışmaları destekleyici uygulamalar içerisindedirler. Örneğin; GATT'ın –Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması- uluslararası bir kuruluş haline gelip; WTO, Dünya Ticaret Örgütü adını almasıyla; uluslar arası ticarete, uluslar arası tarife dışı engellerin ticareti kısıtlayan unsurları kaldırılmaya çalışılmıştır. Bu çalışmalardan KOBİ'ler için en önemli olanı, gelişmekte olan ülkeler için özel ve farklı uygulamalar yapılmasına imkan vererek, az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin küçük ölçekli ve el sanatları sanayileri de dahil olmak üzere ulusal sanayilerin kurulup, kalkındırılmasını ve ekonominin diğer sektörlerindeki ekonomik kalkınmayı geliştirme ihtiyacını göz önünde tutacaklarını hükme bağlamasıdır. Bu husus KOBİ'ler için çok önemlidir. Aynı kapsam çerçevesindeki yasal uygulamalarla kamu ihaleleri konusunda gelişmekte olan ülkelere kendi firmalarını kayırmalarında istisna yapılmaktadır. Gelişen ekonomilerde böyle bir ayırım söz konusu olmadığından; kamu ihalelerine katılmaları durumunda yabancı olmaları nedeniyle engel konulmayacaktır. Böylece KOBİ'lerin ihracat olanakları arttırılmıştır. ⁽¹⁰⁾

Uluslar arası alanda KOBİ'ler için örnek gösterilebilecek bir başka uygulama 1984 yılında Uluslar arası Çalışma Konferansı'ndaki İstihdam Politikaları Sözleşmesi'dir. Burada bazı bölümler küçük işletmelerle ilgili olup, KOBİ'ler istihdam artışının nedeni olarak gösterilmiş ve bu konudaki çalışmaların desteklenmesi gerektiği vurgulanmıştır. Ayrıca Avrupa Birliği Komisyonu, Avrupa Parlamentosu'na verdiği bir raporda KOBİ'lerin ekonomideki yeri ve önemi belirtilmiştir ⁽¹¹⁾

⁽¹⁰⁾ Kemal Erol, *Kamu İhaleleri ve Küçük ve Orta Boy İşletmeler*, TESAR Yayınları No:19, Ankara, 1996, s.120

⁽¹¹⁾ Nusret Ekin, *Büyüme, İhracat, İstihdam Boyutlarıyla Küçük İşyerleri ve Sosyal Koruma*, İTO Yayın No:1994-28, İstanbul, 1994, s.19

Tablo:1. Türkiye ve Çeşitli Ülkelerde KOBİ'lerin Ekonomideki Yeri (1996)

Küçük işletmelerin % or	A.B.D	ALM.	HİND.	JAP.	İNG.	G.KOR.	FRA.	İTA.	TÜRK.
Toplam İşletmeler Payı	97,2	99,8	98,6	99,4	96,0	97,8	99,9	97,0	98,8
İstihdam Payı	50,4	64,0	63,2	81,4	36,0	61,9	49,4	56,0	45,6
Yatırım Payı	38,0	44,0	27,8	40,0	29,5	35,7	45,0	36,9	6,5
Üretim Payı	36,2	49,0	50,0	52,0	25,1	34,5	54,0	53,0	37,7
İhracat Payı	32,0	31,1	40,0	38,0	22,2	20,2	23,0	-	8
Verilen Kredi Payı	42,7	35,0	15,3	50,0	27,2	46,8	48,0	-	3-4

Kaynak:İstanbul Ticaret,İTO Y.,s.1, KOSGEB, www.kosgeb.gov.tr ,(05.04.04)

Tablo.1'den anlaşılacağı üzere genel olarak KOBİ'ler ekonomide önemli bir yere sahiptirler.Bununla beraber her ülkede; ülke ekonomisindeki farklılıklar nedeniyle değişik uygulamalar mevcuttur.Örneğin, Asya ülkelerinde emek arzı fazlalığı olup, endüstrileşme süreçlerinde özellikle istihdam yaratma açısında küçük işletmelerin büyük bir önemi olmasına rağmen küçük işletmelere hükümetlerden yeterli teşvik yapılmamaktadır.Daha çok büyük işletmeler, hükümetin destek ve teşviklerinden faydalanmaktadır.Bunda, söz konusu ülkelerdeki KOBİ'lerin ülke ekonomilerinden kaynaklanan çarpıklıkları bünyesinde barındırması ve yapısal sorunlara sahip olması etkilidir.

KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN SORUNLARI:

Özellikle 1960'dan başlayarak, 1970'li yıllarda enerji kriziyle şiddetlenen dünya ekonomik bunalımı; beraberinde ileri teknoloji kavramını getirmiştir.Bu bağlamda tüketim kalıbında da değişimler olmuştur.Kitle üretiminden bireysel tercihlere uygun olarak değişen bir üretim yelpazesi gündeme gelmiştir.Bu şekildeki üretim yapısı ve büyük işletmelerin bunalım dönemlerindeki hantallıkları küçük işletmeleri ön plana çıkarmış; "küçük güzeldir" değerlendirmesi oluşmuştur.⁽¹²⁾

Bununla birlikte Tablo.1'in birinci sütunundaki KOBİ'lerin toplam işletmeler içindeki payı ile ilgili rakamlar incelendiğinde; baz alınan ülke ekonomilerinde KOBİ'lerin ne kadar büyük bir paya sahip oldukları; diğer taraftan istihdamın ortalama %50'sine sahip olduğu dikkati çekmektedir.Ayrıca diğer unsurlar da dikkate alındığında, KOBİ'lerin ekonomideki önemi rakamlarla kanıtlanmış olmaktadır.Bununla beraber aldıkları kredi payının özellikle Türkiye'de düşük olması; önemli bir tezat teşkil etmektedir.İşte bu bağlamda KOBİ'lerin sorunları gündeme gelmektedir.

Özellikle dünyada son yıllarda önem kazanan küreselleşme, dünyanın tek bir pazara dönüşmesi, Avrupa Birliği ile Gümrük Birliği'ne girilmesi gibi önemli gelişmeler yüzünden, bu sorunlar gittikçe KOBİ'lerimize ağır gelmeye başlamış; dış pazarlara açılma aşamasında, onlara devletin ve

⁽¹²⁾ Mortan, a.g.e., 1993, s.217

diğer ilgili kurumların yardımlarını zorunlu hale getirmiştir. KOBİ'lerin Türkiye'nin gelişmesine katkılarının sağlanabilmesi için, temel yönetim sorunlarının çözülmesi gerekmektedir.

KOBİ'LERİN ULUSLAR ARASI PAZARLARA AÇILMASINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER:

Uluslar arası ticaretin ülkeler arasında olduğunu düşünmek yanlıştır.İhracat ve ithalat işlemleri, işletmeler tarafından gerçekleştirilmektedir.Ancak, ülkeler;tarifeler, kotalar, sağlık standartları veya mali politikalarla yerli ve yabancı işletmeler için farklı düzenlemeler yapmaktadır.

Uluslararası piyasalarda işletmelerin başarısını etkileyen faktörler şunlardır: işletmenin uluslar arası piyasalara girmeye istekli olması, finansal ve insan kaynaklarının yeterli olması, uluslar arası nitelikte sağlam bir pazarlama yaklaşımına sahip olmasıdır.⁽¹³⁾

Gerek uluslar arası faaliyette bulunan, gerekse uluslararasılaşma durumunda olan KOBİ'lerin;uluslar arası piyasalara açılmasını etkileyen bir çok sorunu vardır.

Dış pazarlara açılmada karşılaşılan sorunlar, bir firmanın uluslararası pazarlara girmesi ya da varolan pazarlarını genişletmesini engelleyen her türlü yönetsel, işlevsel, yapısal kısıtlamaları içerir. Bu sorunlar, iç ve dış ihracat sorunları olarak ikiye ayrılabilir. İç sorunlar firmalara özgü olan ve organizasyonlarından ya da firmaların ihracat pazarlamasına yönelik olan tutumlarından doğan sorunlardır. Dış sorunlar ise firmanın içinde bulunduğu çevre koşullarından kaynaklanır. İhracat sorunları aynı zamanda yurtiçi ve yurtdışı ihracat sorunları olmak üzere ikiye ayrılabilirler.Yurt içi sorunları özellikle, işletme yöneticilerinin finansal bilgi sorunu, sermaye yapılarıyla ilgili sorunlar, finansmanla ilgili bölüm eksikliği.gibi.

İç Pazarlardaki Sorunlar:

İşletme Yöneticilerinin Finansal Bilgi Sorunu:KOBİ'lerin finansal zorluklarla karşılaşmasındaki temel sebeplerden başta geleni, işletme yöneticilerinden kaynaklanan sorunlardır. Özellikle işletme sahibinin işletme yöneticisi olarak tüm işleri üstlenmiş olması, sorunların daha büyük boyutlarda ortaya çıkması sonucunu doğurmaktadır. Gerçi profesyonel yönetim, her ne kadar uzmanlaşmayı gerektiriyorsa da ilk kuruluş safhasında böyle bir imkânâ sahip olunamamaktadır. İlk aşamada normal karşılanabilecek bu durum, ileriki aşamalarda yerini mutlaka uzmanlaşmanın olduğu bir ortama terk etmelidir.

Bilgi eksikliğinin sonuçları incelendiğinde; müşterilerde aranacak niteliklerin iyi tespit edilememesi, kredili satışlarda üstlenilecek riskin iyi değerlendirilememesi ve etkin bir tahsilat politikasının izlenememesi gibi olumsuzluklarla karşılaşmaktadır.

Finansmanla İlgili Bölüm Eksikliği:Büyük işletmelerde genel olarak ayrı bir finansman veya malî işler bölümü mevcut olup bu bölümlerde istihdam edilen uzmanlar, alternatif finansman imkânlarını ve kredi şartlarını değerlendirerek işletme için en uygun finansal kararların alınmasını sağlarlar. KOBİ'lerde ise böyle bir bölümün mevcudiyetinden bahsedilememektedir. Genelde bu işlerin takibi için “Malî İşler, İdari İşler ve Muhasebe Bölümü” bulunur. Fakat bu bölümde de finansal işlere bir “yan iş” gözüyle bakılır. Zaten burada istihdam edilen personel de finansal konularda uzman olmaktan ziyade; işletmenin tüm idarî, malî ve muhasebe işlerinden sorumlu kişi konumundadır. Bu nitelikte personelin istihdam edilemeyişinin sebebi, maliyetinin yüksek oluşudur.

Küçük işletmelerde ise bahsedilen nitelikte bir bölüm bile yoktur. Dolayısıyla, söz konusu şartlarda farklı finansman alternatiflerinin araştırılması, işletme için gerekli birtakım finansal kararlar alınması ve uygulanması ve etkin finansal düzenlemelere gidilmesi imkânâ ortadan kalkmaktadır.

⁽¹³⁾ Himmet Karadal, “KOBİ'lerin Uluslar arası Pazarlara Açılmasını Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma”,Aksaray, e:posta: hkaradal@hotmail.com ,(01.04.2004)

Sermaye Yapıları ile İlgili Sorunlar:Türkiye’de KOBİ’ler, sermaye yapıları dolayısıyla birtakım olumsuzluklarla karşılaşmaktadırlar. Karşılaştıkları bu tür sorunlar, finansal açıdan işletmeleri zora sokmakta ve büyümelerini engelleyici bir nitelik taşımaktadır.

KOBİ’ler, sahip oldukları sermaye yapıları dolayısıyla otofinansman açısından da bazı dezavantajlara sahiptirler. Genel itibariyle KOBİ’lerde sermaye yoğunluğunun düşük olması ve daha çok emek-yoğun sektörlerde faaliyet göstermeleri; ya da emek yoğunluğu yüksek teknolojiler kullanmaları dolayısıyla sabit varlıklar üzerinden ayrılan bir otofinansman unsuru olan amortisman tutarı, KOBİ’lerde düşük seviyelerde kalmaktadır. Dolayısıyla KOBİ’ler, bu yolla daha az fon ayırabilmekte; ayrıca, “amortismanların kapasiteyi genişletme etkisi” gibi önemli bir imkândan yeterince istifade edememektedir.

Firmaları uluslararası pazarlara yönelten çeşitli nedenler vardır. Bunların en önemlileri şunlardır:

İç pazardaki talebin azalması. Çeşitli nedenlerden, işletmede atıl kapasite var ise, üretim artırılarak, ihracat yoluyla satış ve kar artırılabilir. İç pazardaki rekabetten kurtularak, riski azaltmak. İç pazarlarda ömrünü tamamlamak üzere olan mamullerin ömrünü uzatmak. Dış pazarlardaki vergi ve diğer teşvik avantajlarından yararlanmak. Ülkemizde olduğu gibi, bazı ülkeler döviz girdisi sağlamak amacıyla, dış satımcılara vergi iadesi, ihracatı teşvik kredisi, vergi istisnası, gümrüksüz üretim faktörleri ithalatı ve benzeri teşvik imkanlarından yararlanmak. Dış pazarlarda, güçlü rakiplerin mamulleriyle rekabeti öğrenerek, iç pazarlarda da güçlü hale gelmek. İşletmenin politik etkinliğini arttırmak.⁽¹⁴⁾

Dış Pazarlara Açılmada Karşılaşılan Sorunlar:Türk ekonomisinde son yıllarda yaşanan gelişme ve değişimler, firmaların uluslararası pazarlara açılma olgusu, bu pazarlarda yaşanabilecek risk ve belirsizlikler, çeşitli fırsatlar, işletmeleri bazen olumlu, bazen de olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Dış pazarlara açılmak isteyen işletmeler için bazı belirgin sorunlar ve engeller vardır. İşletmelerin dış pazarlarda başarılı olabilmeleri ve rekabet edebilmeleri için bu sorunları ve engelleri analiz ederek aşmanın yollarını aramalıdırlar.

Güvenlik: CE- İşareti:Ürünler CE işareti vurulması bu ürünlerin AB ülkeleri için serbest dolaşım “pasaportu”na sahip oldukları anlamına gelir. Avrupa Birliği ülkelerinde malların serbest dolaşımının temini amacıyla yeni yaklaşım direktifleri ile test ve belgelendirmede küresel yaklaşım politikaları çerçevesinde ortak resmi bir işaret uygulaması 1989 yılında başlamıştır. Uygulamanın yeni olması nedeniyle söz konusu direktifler ve bunların üye ülke versiyonlarının yürürlüğe girmesi için bir tarih verilmekte, belirtilen bu tarih itibari ile CE işaretinin kullanımı başlamaktadır. Geçiş süresi sonunda ise bu işareti taşımayan malların toplulukta üretimi veya satışı yasaklanmaktadır. CE işareti her ne kadar bir kalite belgesi değilse de, hiç bir üretici CE işareti koyduğu malının kalitesiz olma riskini göze alamaz. Çünkü, CE işareti taşıyan herhangi bir ürün, tüketicinin canına, malına veya çevreye zarar verirse bunun yaptırımını 7 bin ile 70 bin ECU (EURO) civarında bir cezadır. AB’ne ihracat yapmak isteyen firmalar CE işareti koyarken muhakkak bir uzman kuruluşa danışmalıdır

Çevre:ISO 14000:Globalleşen dünyanın önde gelen unsurlarından biri çevresel değerlerin korunmasıdır. Çevre unsurlarının sorumsuz kullanımı, çevresel kirlenmeyi önemli boyutlara ulaştırmıştır. Kamuoyunun tepkisi çevre sorunlarına daha duyarlı hale gelmektedir. Kamuoyunda artan bu çevresel hassasiyet işletmelerin çevreye bakışı üzerinde etkili olmaktadır. Çevre yönetimi konusu genel işletme yönetiminin içinde ağırlıklı bir konu haline gelmeye başlamıştır. İşletmelerin çevreyi kirlenmeden üretim yapabilmelerini ve ürettikleri ürünlerin çevreye karşı duyarlı olmalarını

⁽¹⁴⁾ Özlem İpekçil Doğan ve Mehmet Marangoz, “KOBİ’lerin Dış Pazarlara Açılmada Karşılaştıkları Sorunlar , Çözüm Önerileri ve Bir Uygulama”, www.altavista.com ,(07.04.2004)

sağlamak için ISO 14000 Çevre Yönetim Sistemi standartları yayınlanmıştır. Bugün bu belgelere sahip işletmeler uluslararası pazarlara daha kolay girebilmektedir.

ISO 14000 Çevre Yönetim Sisteminin bir kuruluşa sağladığı başlıca avantajlar şunlardır: Tüketicinin çevre için beklentilerine cevap vermek, kuruluşun halkla ilişkilerini olumlu yönde geliştirmek, uluslararası yeni standartları uygulayarak alanında önder olmak, imajını ve pazar payını arttırmaktır.

Kalite : ISO 9000 Kalite Standartları:Rekabetçi, global dünya pazarlarında, küreselleşen ekonomilerde başarılı olabilmek için, rakip işletme ve ülkeler bazında asgari düzeyde sahip olunan bir Kalite Güvence Sisteminin geliştirilmesi gerekir. Bunun sağlanması için de geleneksel sistem ve düşüncelerin terk edilerek, çağdaş kalite düşüncesi ve yönetimi işletmelerde hakim kılınmalıdır. Günümüzde uluslararası pazarlarda bir çok ülke kendi ülkesinin sınırları içine girecek olan mal ve hizmetlerde çeşitli kalite belgelerini şart koşmaktadır.AB ve EFTA (Avrupa Serbest Ticaret Birliği) üyesi ülkeler üreticilerin kusursuzluğunu belgelemesi zorunluluğunu getirmişlerdir. Yayınladıkları ISO 9000 Kalite Standartları Serisi aranan şartları, bunları tutturabilmek için gerekli yönetim sisteminin nasıl kurulabileceğini, dokümanite edilebileceğini ve sürdürülebileceğini özetlemektedir

Nitelikli Personel Eksikliği:Nitelikli eleman ihtiyacının karşılanamaması, genelde tüm işletmeler için geçerli bir sorun olmakla birlikte,KOBİ'ler için özellikle önem taşımaktadır. KOBİ'lerin uluslar arası pazarlara açılmada, bugün en önemli sorunlarından biri dil sorunudur.Ülkelerarası ithalat ve ihracatın artması ve teknoloji transferinin hızlanması ile, dil konusu KOBİ'ler için önemli bir pazarlama sorunu haline gelmiştir.

Eğitim ya da insan kaynakları yatırımları ile ihracat performansı arasında doğrusal bir orantı vardır.Bu çerçevede, kişi başına eğitim harcaması yüksek olan ülkelerin kişi başına elde ettikleri ihracat miktarının yüksek olması rastlantı değildir.Örneğin; ülkemizde, 1997'de kişi başına 75 ABD doları eğitim harcaması yapılmış; buna karşılık, kişi başına 550 ABD doları ihracat yapılmıştır. Norveç'te ise, kişi başına 2200 ABD doları eğitim harcaması yapılmış olup, kişi başına 12500 ABD doları ihracat yapılmıştır.

Bürokratik Düzenlemeler ve Sorunlar:Uluslar arası piyasalarda özellikle düzenlemelerin etkisi fazladır.Bu nedenle, uluslar arası piyasalarda faaliyet gösteren işletmeler,düzenleyici sistemlerdeki farklılıklarla ilgilenmek, yerel dilde iletişim kurmak ve yerel yönetimin düzenlemelerine uyum sağlamak durumundadırlar.KOBİ'ler gerek kuruluş, gerekse de faaliyetleri sırasında, kamu kuruluşları ile olan ilişkilerinde bürokratik engellerle karşılaşmaktadırlar.KOBİ'lerle ilgilenen kamu kuruluşları arasında tam bir işbirliği ve koordinasyonun sağlanamaması; kavram kargaşasına, işlerin uzamasına ve sonuçta zaman ve para kaybına neden olmaktadır.Acilen devletin yeniden yapılandırılması bir zorunluluktur.

Yönetim ve Organizasyon Sorunları:Sorun çeşitlidir,fakat en yaygın olanı ise yönetim becerisindeki eksikliklerle ilişkilidir.İyi yönetimin varlığı, özellikle yeni kurulan işletmelerin verimliliği ve etkinliği açısından son derece önemlidir. Bazen, KOBİ sahipleri yönetimi profesyonel yöneticilere bırakmak istememe, büyümenin getireceği riskleri göze alamama gibi nedenlerle büyümek istememekte, sınırlı kapasite ile üretimlerine devam etmektedirler.Ayrıca, belirli bir büyüklükten sonra kurumsallaşmaya önem verilmemesi de genel sorunlar içinde sayılabilir.

Sorunlara Yönelik Çözüm Önerileri:

E-Ticaret: Telekomünikasyon alanındaki gelişmeler ve internet üzerinden yapılan ticaretin boyutları her geçen gün artmaktadır. Tüm dünyada e- ticaretten elde edilen gelirlerin yıllar itibariyle gelişimi şöyledir. 1996 yılında 2.7 milyar dolar, 1997 yılında 21.3 milyar dolar, 1998 yılında 73.9 milyar dolardır ve 2002 yılında 1.2 trilyon dolar olması beklenmektedir. 1996 yılında internet üzerinden gerçekleştirilen e-ticaret dünya ticaret hacminin % 2'si düzeyine ulaşmıştır. Bu oranın 2001 yılında % 3, 2003 yılında % 3 ve 2007 yılında % 14 seviyesine varacağı tahmin edilmektedir. Hangi sektör olursa olsun, küçük-büyük bütün işletmeler e- ticarete yönelmektedir. Günümüzde e-ticaretin dünya üzerinde global bir harekete dönüşümünü teşvik eden üç unsur göze çarpmaktadır.

- 1.E-ticaret, ticari anlaşmaların ve ekonomik büyümenin gerçekleşmesini teşvik etmektedir.
- 2.Global düzeyde koordine edilmeyen ve düzenlenemeyen faaliyetler, ticaretin ve bilginin hızlı gelişmesine engel teşkil etmektedir.
- 3.İşletmeler arasında ölçek farkı gözetmeksizin rekabet şansını dengelemektedir.

Genel olarak internette pazarlamanın avantajlarını kısaca şöyle sıralayabiliriz:

- 1.Rahatlık: Müşteriler günün 24 saati ve haftanın 7 günü sipariş verebilirler.
- 2.Bilgi: Bilgisayarlar herhangi bir klasik medya aracından (TV, gazete, dergi, vs.) ürünler ile ilgili veriyi daha iyi bünyesinde barındırabilir.
- 3.Pazar hareketlerine çabuk tepki verebilme: İnternette firmalar için karını arttıracak ürünleri eklemek, ürün açıklamalarını veya fiyatlarını değiştirip, güncelleştirmek çok kısa süren bir işlemdir.
- 4.Baskı ve posta masraflarının azaltılması: Normal bir broşürün sadece gönderim masraflarının (40.000 kişi için) 50.000 \$ olduğu düşünülürse, online katalog göndermenin bundan çok daha ucuza mal edilebileceği görülebilir.
- 5.Sabit giderlerin azaltılması :İnternette mağaza sahibi olan firmaların aylık kira, yakıt, sigorta, dekorasyon, personel giderleri gibi sabit giderleri olmamaktadır.
- 6.Alıcı-satıcı arasındaki ilişkileri: Müşteriler e-posta yolu ile satıcılarla ilişki kurabilirler, şikayet ve arzularını bildirebilirler ve kalıcı ilişkiler kurabilirler.

Takas (Barter): Bir pazarlama aracı olarak barter'in avantajlarını kısaca şöyle sıralayabiliriz

- 1.Barter organizasyonunda toplanan firmalar, nakit para kullanmadan birbirleriyle mal ve hizmet takası yapabiliyorlar.
- 2.Barter sisteminin amacı, üye firmaların atıl kapasite ve stoklarının eritilmesi, finansman maliyetinin düşürülmesi, yeni pazar ve müşteri kazanarak ciro artışının sağlanması.
- 3.Buna bağlı olarak firma, yoğun rekabet ortamında pazar payını ve etkinliğini arttırabiliyor.
- 4.Sistem, özellikle küçük ve orta ölçekli işletmeler için yurtdışı pazarlara açılmada kolaylık sağlar. Müşteri bulma, yurtdışına gitme gibi zorluklar ortadan kalkmakta ve hiçbir yere gitmeden ihracat yapabilmektedir.

5.Barter organizasyonuna giren her firma otomatik olarak bir pazarlama bilgi-iletişim hizmetinden yararlanmaktadır.

6.Barter organizasyonunun aylık olarak yayınladığı üyeler listesi ve ekonomi gazetelerindeki haberler, internet üzerindeki barter-shop sayfaları ücretsiz hedefine ulaşan bir reklam aracıdır. Barter üyeleri, internet ağı ve diğer üyelerin adres listeleri sayesinde erişim alanlarını genişletebilmekte ve aynı zamanda da ürünlerinin tanıtım maliyetlerini düşürebilmektedir.

Veri Tabanı Pazarlaması:Pazarlama çevresi ve müşteriye ilişkin bilgiler, giderek bir çok firma için stratejik rekabet aracı olmaktadır. Globalleşme ile birlikte rekabetin uluslararası boyut kazanması ve bilgi teknolojilerinde ortaya çıkan gelişmeler pazarlama stratejilerinin hazırlanması ve uygulanmasında önemli olmaktadır. Bu bağlamda son zamanlarda hızla yayılan ve hemen hemen her sektörde kullanılan veri tabanı pazarlaması uygulamaları yoğun rekabet ortamında uluslararası pazarlara açılacak olan firmalar için önemli bir pazarlama aracı olmaktadır.

Doğrudan pazarlamayı başarılı bir şekilde uygulamak için firmaların pazarlama veri tabanı sistemine yatırım yapmaları gerekir. Pazarlama veri tabanı; satışa götürecekt ipuçları bulmak, bunları önemlerine göre sınıflamak, derecellemek, ürün, hizmet satışı veya müşteri ilişkilerini devam ettirmek gibi amaçlarla, ulaşılabilir ve üzerlerinde çalışılabilir olan tek tek müşteriler, aday müşteriler vb gibi çeşitli kişi ve/veya kuruluşlar hakkında sistemli ve organize veri toplanmasıdır. Buna veri tabanı pazarlaması da (database marketing) denmektedir.

Veri tabanı pazarlama sisteminin rekabette üstünlük sağlamadaki en önemli katkıları şunlardır:

- 1.Pazarlama/satış maliyetlerinin düşürülmesi,
- 2.Satış elemanlarını, satış dışı faaliyetlerden kurtararak, mesleki çalışmalar için zaman kazandırması,
- 3.Sürekli güncelleştirilen, sağlıklı ve hızlı bilgi akışı ile karar vericilere destek sağlaması,
- 4.Piyasadaki tehlike ve fırsatların algılanmasında “erken uyarı sistemi” niteliği ile yönetimi uyarabilmesi.

Günümüzün gelişen koşulları içinde, uluslararası pazarlamanın ve işletmelerin uluslararası pazarlardaki faaliyetlerinin kazandığı önem ortadadır. Uluslararası pazarlara başarıyla açılma ve bu pazarlarda rekabetçi güce ulaşma, dünyanın her yerindeki firmalar açısından yaşamsal öneme sahiptir. Uluslararası pazarlarda başarı kazanmak, uluslararası pazarlama kuram ve deneyimlerini etkin bir şekilde kullanmakla mümkün olabilir. Duruma bu açıdan yaklaştığımızda, mevcut pazarların korunması ve yeni pazarların bulunması ve başarılı stratejilerin uygulanabilmesinde” veri tabanı pazarlamasının uluslararası pazarlama” açısından önemi ortaya çıkmaktadır

Fuarlar: Uluslararası ticaret ve sanayi fuarları ihracatçı için hem vitrin hem de pazar yeri görevini yaparlar. Buralarda ihracatçı malını sergileyebilir, ilgilenenlere ayrıntılı bilgi verebilir, alıcılarla bağlantı kurabilir ve hatta içinde bulunduğu sektörü uluslararası boyutta tanıma fırsatı bulur. Fuarların avantajları şöyle özetlenebilir;

- 1.Fuarlar, bayi ve dağıtıcı gibi malı sürekli şekilde alabilecek kişi veya kuruluşlarla malını sergileyen ihracatçı arasında bağlantı kurulmasına olanak sağlarlar. Uluslararası fuarlara fuarın yer

aldığı ülke dışından da ziyaretçi geldiğinden, ihracatçı böyle bağlantıları birkaç ülke içinde kurabilir.

2.Eğer fuarın yer aldığı ülkede ihracatçının bayii varsa, fuarda mallarını sergilemekle bayisinin satış çabalarını desteklemiş olacak, ona yeni müşteriler yaratacaktır.

3.Fuarlar ihracatçının pazarı yakından tanınmasına olanak sağlarlar. Fiyatlar, mallarda aranan özellikler, dağıtım kanalları konusunda yerinde bilgi edinilebilir.

4.Aynı şekilde rakipler de yakından incelenip, kuvvetli ve zayıf yönleri konusunda bilgi edinilebilir. Bir çatı altında önemli rakiplerin çoğu bulunacağından fiyatları, ambalaj şekilleri, ürün özellikleri, tahsilat ve finansman koşulları, sevk süreleri öğrenilebilir.

5.İhracatçı, sadece rakiplerinin neleri sattıklarını değil, nasıl sattıklarını da görebilir. İlettikleri reklam mesajları, fuarda uyguladıkları promosyonlar, başarılı standların özellikleri yakından incelenebilir.

6.İhracatçı, fuarda ziyaretçilere satışlar yapabileceği gibi, ilerisi için önemli satış bağlantılarını da gerçekleştirebilir.⁽¹⁵⁾

DENİZLİ TEKSTİL KÜMESİNDE REKABET GÜCÜNÜN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR UYGULAMA

Ekonomik faaliyetlerin coğrafi yoğunlaşması, bölgede faaliyet gösteren KOBİ'lerin rekabet gücünün gelişmesine katkıda bulunmaktadır.Araştırma kapsamında, Denizli tekstil bölgesi ekonomileri ile Denizli tekstil KOBİ'lerinin rekabetçi gelişme dinamikleri belirlenmeye çalışılacaktır.Öncelikle tekstil sektörüne yönelik bilgilerin yer aldığı sektörel analize yer verilmekte, daha sonra Denizli tekstil bölgesinin rekabet gücü analiz edilmektedir.Bu doğrultuda önce Denizli tekstil KOBİ'lerinin rekabet gücü araştırılıp, sonra bölge ekonomilerinin rekabet gücüne etkisi ekonometrik model yardımıyla ortaya konmaya çalışılacaktır.Araştırmanın konusu olan tekstil sektörünün tanımını yaparak, kapsamını belirleyelim.

Tekstil Sektörünün Tanımı ve Kapsamı:Tekstil sektörü konfeksiyon ve hazır giyim sanayisinin hammaddesini oluşturan kumaş üretiminde yoğunlaşmaktadır.Tekstil dar anlamda konfeksiyon sanayisinde kullanılan kumaşa karşılık gelirken, geniş anlamda büro ve konutların döşemesinde kullanılan kumaşlar, endüstriyel kumaşlar, hazır giyim üretimi, dikiş iplikleri, endüstriyel ipler ile bunların hammaddesi durumundaki liflerin üretimini içermektedir.⁽¹⁶⁾

Tekstil Sektörünün Tarihsel Gelişimi: Dünya tekstil sektörü son yıllarda, küreselleşme sürecinden diğer sektörler göre daha fazla etkilenmiştir.Aşırı fiyat rekabeti ortamında gelişmiş ülkelerden gelişmekte olan ülkelere kayan tekstil sektörü;işgücü, sermaye, üretim yeri, üretim faktörlerinin görece bolluğu, kullanılabilirliği ve verimliliği ile ilgili olarak çeşitli bölgeler taşınmıştır.İlk endüstri göçü 1950 ve 1960'larda Kuzey ve Batı Amerika'dan Japonya'ya olmuştur.İkinci göç Japonya'dan Hong Kong, Tayvan, G.Kore gibi üç büyük Asya tekstil üreticisi

⁽¹⁵⁾ Özlem İpekçil Doğan ve Mehmet Marangoz, "KOBİ'lerin Dış Pazarlara Açılmada Karşılaştıkları Sorunlar , Çözüm Önerileri ve Bir Uygulama", www.altavista.com ,(07.04.2004)

⁽¹⁶⁾ Hülya Özdemir, "GATT Kapsamında Türkiye Tekstil ve Konfeksiyon Sanayi Dış Ticaretinin Değerlendirilmesi", İzmir:İTO Yayınları, Yayın No:31, 1997, s.45

yönünde yaşanmıştır.Bu gruptaki ülkeler, 1970 ve 1980’li yılların en büyük küresel tekstil ve hazır giyim ihracatçısı olmuşlardır.Tekstil üretim sürecinde yaşanan bu dönüşüm, ucuz işgücü maliyetleri ile açıklanmaktadır.Üretim sürecinin emek yoğun bölümleri sürekli olarak işgücünün ucuz ve bol olduğu bölgelere yer değiştirmekte, söz konusu yerlerde ücretler yükseldiğinde ise işgücünün ucuz ve bol olduğu bir başka bölgeye kaymaktadır.Bu aşamada emeğin uluslar arası uzmanlaşmasında beceri yoğun faaliyetler Doğu Asya Ülkelerinde kalırken, emek yoğun faaliyetlerin yer değiştirmesi dikkat çekicidir.

Dünyada bu denli önemli gelişmeler yaşanırken, ülkemizde tekstil sektöründeki gelişme yalnızca yatırım artışı yönünde olmuştur.Türk tekstil sektörünün rekabet gücü hızla azalmaktadır. Dünya tekstil yatırımlarının yoğunlaştığı Hong Kong, Çin, G.Kore,Tayvan dünya tekstil ihracatında ilk sıralarda yer alırken, aynı ülkeler dünya tekstil ithalatında da ilk sıralarda yer almaktadır.Bilindiği gibi bu ülkelerde üretim girdilerinin ucuzluğu yabancı yatırımları çekmiş, kısa sürede Avrupalı girişimcilerin yatırımlarının yardımıyla dünya tekstil ticaretinin büyük bir bölümünü gerçekleştirmişlerdir.Diğer yandan AB ülkelerindeki hazır giyim üreticileri, üretimlerini işçilik ücretlerinin ve coğrafi yakınlıklarından dolayı taşıma maliyetlerinin düşük olduğu Polonya, Çek cumhuriyetleri, Macaristan, Romanya ve Bulgaristan’a kaydırmaktadırlar.⁽¹⁷⁾Küresel ekonominin bu kadar ilerlediği ve maliyetlerin azaldığı bir dönemde,Türkiye’nin bu piyasalarda düşük işgücü maliyetine dayalı bir rekabetle,Uzak Doğu Ülkeleri karşısında rekabet gücü mümkün görünmemektedir.

Türkiye’de 1980’lerde başlayan ve 1990’larad hızla süren bir bölgesel yapılanma süreci yaşanmıştır. Denizli, Gaziantep, Kayseri, Kahramanmaraş, Tekirdağ, Çorum gibi illerdeki ekonomik gelişme geleceğe dönük önemli işaretler taşımaktadır.Özellikle Denizli,Kahramanmaraş, Kayseri “tekstilde uzman iller” olmaları nedeniyle son yıllarda sanayileşmede ve ticarete önemli merkezler haline gelmişlerdir.

Günümüzde Türkiye’nin en büyük 500 sanayi kuruluşu içinde Denizli 13 sanayi kuyuluşu ile temsil edilmekte, 1990’lı yıllarda yapılan yatırımlardaki %2,4’lük payla Türkiye genelinde il olarak 10. sırada yer almaktadır.3000\$ civarındaki kişi başına gelir düzeyi ile Türkiye ortalamasına yakın bir gelir düzeyine sahip olan il, motorlu taşıt sayısından hasta yatak sayısına, bitkisel üretim miktarından, baka şube sayısına kadar 21 değişkenin kullanıldığı bir ekonometrik analizde de ekonomik ve sosyal gelişmişlik açısından Türkiye illeri içinde 18.sıraya girmiştir.Devlete ödediği vergilerde %9’luk bir paya sahip olan Denizli, tekstil ve hazır giyim ihracatının da %35’e yakınına karşılar duruma gelmiştir.⁽¹⁸⁾

Denizli Tekstil Bölgesinde Rekabet Gücünü Belirlemeye Yönelik Araştırma:

Alan araştırmasının coğrafi birimini Denizli Organize Sanayi Bölgesi oluşturmaktadır.Bu çalışma, Denizli tekstil bölgesinde yerleşmenin sağladığı bölge ekonomileri ile Denizli tekstil KOBİ’lerinin rekabetçi gelişme dinamiklerini ortaya koymayı amaçlamaktadır.Bu amaçla coğrafi yoğunlaşma ile KOBİ’lerin rekabet gücü; neden-sonuç ilişkilerine bağlı olarak incelenmekte, işletmeler arasındaki ilişkiler, işbirliği ve uzmanlaşmaya göre değerlendirilmektedir. Bölgedeki olaylar arasında gözlenen ilişkilerden yola çıkılarak “Denizli Tekstil Bölgesinin Rekabet Gücünün Gelişmesinde Bölge Ekonomilerinin Rolü Vardır” hipotezi test edilecektir..

⁽¹⁷⁾ Denizli Ticaret Odası, *Sanayi ve Ticaret Grubu Çalışmaları*, Denizli:DTO Yayını, Yıl:3, Sayı:30, s.9

⁽¹⁸⁾ Muhammet Akdiş, “Denizli Ekonomisi ve Globalleşme”, Denizli: DTO Yayınları, Yıl:3, Sayı:24, s.10

Araştırmada ihtiyaç duyulan bilgilere ulaşmada anket yöntemi kullanılacaktır. Ve ekonometrik model için gerekli niceliksel verileri sağlamaya yönelik olarak düzenlenecektir. Bunun yanında resmi veya resmi olmayan araştırma kurumlarının hazırladıkları yıllık, rapor, bülten, piyasa araştırması gibi ikincil veri kaynaklarından da zaman zaman yararlanılacaktır.

Elde edilen bilgiler SPSS programı kullanılarak değerlendirilecektir. Alınan sonuçların frekans dağılımı belirlenmiş, gerekli durumlarda t testi, varyans analizi uygulanarak veriler analiz edilecektir. Test sonuçlarının yorumlanmasında genelde %5 anlamlılık düzeyi alınmakla birlikte zaman zaman %1 ve %10 anlamlılık düzeylerinden yararlanılacaktır..

Denizli Tekstil Kümesinde Bölgesel Rekabet Gücünü Geliştirmeye Yönelik Araştırmanın Bulguları: Toplam 123 işletmenin faal olduğu kümede 76 tekstil işletmesi bulunmaktadır. Bu tekstil işletmelerinin de %90'ı KOBİ olduğu için, kümede KOBİ ölçekli yaklaşık 70 tane tekstil işletmesinin faaliyet gösterdiği belirlenmiştir. Denizli tekstil kümesinde rekabetçi değerleri, küme ekonomileri ile KOBİ'lerin rekabetçi gelişme dinamikleri belirlemektedir. Bölgede gelişme etkilerinin belirlenmesi için gelişmenin kaynağı incelenmiştir.

Tablo.2 Gelişmenin Kaynağına Göre İşletmelerin Dağılımı

Tekstil Sektöründe Gelişmenin Kaynağı	Sayı	%
Denizli Organize Sanayi Bölgesinde Toplanma	12	34
Devletin Verdiği Teşvik ve Sübvansiyonlar	8	23
KOBİ'lerin Yoğun Olduğu İşletme Yapısı	15	43
Toplam	35	100

Kaynak:Araştırma Verileri

Tabloya göre bölgedeki gelişmenin temel kaynağını KOBİ'lerin yoğun olduğu işletme yapısı oluşturmaktadır. Bunu %34 ile bölgede toplanma izlerken, %23'lük bir kesim bölgenin gelişmesinde devletin verdiği teşvik ve sübvansiyonların daha etkili olduğunu düşünmektedir.

Bölge ekonomilerine göre, verimliliğin uzmanlaşma veya çeşitlilik tarafından belirlendiği varsayılmaktadır. Denizli tekstil bölgesinde eğer verimlilik artışı söz konusu ise bunun kaynağının çeşit ekonomilerinden çok uzmanlaşma ekonomilerinin olması beklenmektedir. Sektörel sorunlara göre bölgesel ekonomiler hakkında bilgi edinmek mümkündür.

Tablo.3 İşletmelerin Karşılaştıkları Sektörel Sorunların Dağılımı

Sektörel Sorunlar	Sayı	%
Pazarlama Sorunu	9	26
Finansman Sorunu	7	20
Nitelikli İşgücü Temini	11	31
Hammadde ve Enerji Sorunları	8	23
Toplam	35	100

Kaynak:Araştırma Verileri

Nitelikli işgücü temini sorunların en başında yer almaktadır. Bunu %26 ile pazarlama sorunları izlemekte, %23'nü hammadde ve enerji sorunları oluşturmakta, %20'sini ise finansman ile ilgili sorunlar oluşturmaktadır.

Denizli tekstil bölgesinde, işgücünün niteliği, uzmanlaşmış işgücü ile ölçülmektedir.

Tablo.4 İşgücünün Uzmanlaşmaya Göre Durumu

Uzmanlaşma Durumu	Sayı	%
Temel Beceri Kazanmış İşgücü	13	37
Yarı Uzmanlaşmış İşgücü	20	57
İleri Derecede Uzmanlaşmış İşgücü	2	6
Toplam	35	100

Kaynak:Araştırma Verileri

İşgücünün %37'sini temel beceri sahibi olanlar oluştururken %57'si yarı uzmanlaşmış olup birçok sektörde verimliliği yükseltme yeteneğine sahiptir. Tekstil sektöründe; verimlilik, yenilik ve teknolojik kaynağın temelini oluşturabilecek ileri derecede uzmanlaşmış işgücünün oranı ise %6 gibi düşük düzeydedir. İşgücü piyasasının %94'ünü oluşturan temel becerili ve yarı uzmanlaşmış işgücü, tekstil sektöründe uzmanlaşma ekonomilerine bağlı olarak işgücü piyasası dışsallıklarının ortaya çıkmasını engellemektedir. Daha az uzmanlaşmış işgücü havuzu, ancak çeşit ekonomilerine hizmet etmektedir. Bu nedenle bölgede oluşan, geniş fakat nitelik açısından gerekli koşulları taşımayan işgücü piyasasının gelişmeye katkısının sınırlı kaldığı düşünülmektedir. İşgücü piyasası ile ilgili sorunlar işgücünü geliştirmeye yönelik eğitim faaliyetlerinin önemine dikkat çekmektedir. İşgücünün sektörün talebine uygun geliştirilmesini sağlayan meslek öncesi eğitim ya da meslek eğitimi ya hiç verilmemekte, ya da yetersiz kalmaktadır.

Tablo.5 Hizmet-içi Eğitim Yönünden İşletmelerin Dağılımı

Hizmet İçi Eğitim Verilmektedir.	Sayı	%
Hayır	12	34
Evet	23	66
Toplam	35	100

Kaynak:Araştırma Verileri

İşgücünün %34'ünün hizmet-içi eğitim almadığı, yani mesleki bilgisinin sınırlı olduğu görülmektedir. Nitelikli işgücü yetersizliği, düşük verimliliğe ve uluslar arası piyasalarda rekabet gücünün olumsuz etkilenmesine yol açmakta, işgücü verimliliğinin düşük olması ise maliyetleri arttırmaktadır.

Sektörkei işletmelerin girdi kaynaklarına göre dağılımı da yerel girdi ve hizmet piyasasının işleyişi konusunda önemli ipuçları vermektedir.

Tablo.6Girdi Kaynaklarına Göre İşletmelerin Dağılımı

İşletme girdileri nerden sağlanmaktadır?	Sayı	%
Uluslar arası piyasalardan	3	8
Ulusal piyasalardan	21	60
Yerel piyasalardan	11	32
Toplam	35	100

Kaynak:Araştırma Verileri

İşletmelerin %60'ı üretimde kullanılan hammadde ve ara girdileri ulusal piyasalardan sağlarken, %32'si yerel piyasalardan, %8'ise uluslar arası piyasalardan sağlamaktadır.

Türk tekstil sektörü kısmen de olsa geri sayılabilecek bir düzeydedir.1986 yılından itibaren uygulanan ithalat politikasının bir sonucu olarak, Türkiye'ye önemli sayıda ve farklı yaşlarda, kullanılmış tekstil makineleri gelmiştir.Bu nedenle tekstil sektörünün makine parkının yaşını ve teknoloji düzeyini belirlemek zorlaşmaktadır.Türkiye'de teknolojik yapının çoğunlukla eski olmasına karşılık, Denizli tekstil bölgesinde kullanılan teknolojinin büyük bölümü yenidir.

Tablo.7 Üretim Teknolojisine Göre İşletmelerin Dağılımı

Üretim Teknolojisi	Sayı	%
Son Model Tekstil Makineleri	3	9
Gelişmiş Tekstil Makineleri	8	23
Yarı Otomatik Makineler	20	57
Geleneksel Üretim Teknolojisi	4	11
Toplam	35	100

Kaynak:Araştırma Verileri

Tablo incelendiğinde tekstil KOBİ'lerinin %9'unun son model tekstil makineleri, %23'ünün gelişmiş tekstil makineleri, %57'sinin ise yarı otomatik makineler kullandığı görülmektedir.Geleneksel üretim teknolojisi kullanan tekstil KOBİ'ler ise %11 oranındadır.Denizli tekstil KOBİ'lerinde teknolojik yapının geleneksel üretimden, yarı otomatik ve gelişmiş tekstil makineleri yönünde hızlı bir dönüşüm süreci yaşadığı görülmektedir.Ancak bölgedeki tekstil ve hazır giyim üreticilerinin daha çok standartlaşmış teknoloji kullanmaları, yenilikleri teşvik etmemekte, benzer teknoloji kullanımının sağlayacağı teknoloji dışsallıklarının ortaya çıkmasını engellemektedir.

Rekabet gücü açısından bölgedeki girişimcilerin temel aldığı göstergeler de önem taşımaktadır.

Tablo.8 Rekabet Gücü Göstergelerine Göre İşletmelerin Dağılımı

Tekstil Sektöründe Rekabet Gücü Göstergeleri	Sayı	%
Verimlilik Düzeyi	12	34
Ucuz ve Bol İşgücü	0	0
Hammadde ve Girdi Bolluğu	12	34
Nitelikli ve Uzman İşgücü	11	32
Toplam	35	100

Kaynak:Araştırma Verileri

İşletmelerin %34'ü verimliliği, %34'ü hammadde ve girdi bolluğunu, %32'si ise nitelikli ve uzman işgücünü rekabet gücünün göstergesi saymaktadır.Ucuz ve bol işgücüne dayandırılan rekabet gücünün uzun süre devam edemeyeceğinin anlaşılmış olduğu görülmektedir. Rekabet gücünün geliştirilmesi ve sürdürülmesi açısından rekabetçi önceliklere önem verilmelidir.

Tablo.9 İşletmelerin Rekabetçi Önceliklerine Göre Dağılımı

Rekabetçi Öncelikler	Sayı	%
Maliyet	3	9
Kalite	24	69
Esneklik	8	22
Hız	0	0
Toplam	33	100

Kaynak:Araştırma Verileri

İşletmelerin %69'unun rekabet edebilmede kaliteyi öncelikli bulması, bölgenin rekabet gücünün geleceği hakkında olumlu ipuçları vermektedir.Esneklik unsuru ise %22'lik payı oluşturmaktadır.Esneklik unsuru rekabet gücü açısından ikinci sırayı almakla birlikte, diğer sorulara verilen yanıtlardan hareketle Denizli tekstil bölgesinin esneklik unsuruna göre geliştiği görülmektedir.Bunun yanında maliyetlerin rekabet edebilmede öneminin azalmasıyla kalitenin öneminin artması birbiriyle bağlantılı olgulardır.

Rekabet gücü açısından, öncelikler büyük önem taşımaktadır.Bu nedenle rekabetçi önceliklerin faaliyet alanına, çalışan sayısına, yönelilen piyasalara, kurulu kapasiteye ve kapasite fazlasını karşılama durumuna göre farklılık gösterip, göstermediği analiz edilmiştir.

1.Rekabetçi öncelikler faaliyet alanına göre%5 anlamlılık düzeyinde farklılık göstermemektedir.(F=0,992, sig.=0,0382).

2.Rekabetçi öncelikler çalışan sayısına göre %5 anlamlılık düzeyinde farklılık göstermemektedir(F=1,388, sig.=0,0264,sd=2).

3. Rekabetçi öncelikler yönelilen piyasalara göre %5 anlamlılık düzeyinde farklılık göstermemekle birlikte, %10 anlamlılık düzeyinde farklılık olduğu görülmektedir.(F=3,155, sig.=0,056,sd=2).

4. Rekabetçi öncelikler kurulu kapasiteye göre farklılık göstermemektedir.(F=0,599, sig=0,0555, sd=2).

Bölgede faaliyet gösteren tüm işletmelerin kaliteye önem verdiği ve rekabetçi önceliğin faaliyet alanına, çalışan sayısına, yönelilen piyasalar ve kurulu kapasiteye göre değişmediği belirlenmiştir.

Tekstil ve hazır giyim sektörünün uluslar arası piyasalarda rekabet edebilmesini sağlayan önemli unsurlardan biri de düşük fiyatlardır.Bu nedenle üretim faktörlerini uluslar arası fiyatlardan ya da daha düşük düzeylerde sağlamak önemlidir.Tekstil ve hazır giyim sektörü kendi içinde değerlendirildiğinde özellikle hazır giyim alt sektöründe üretim maliyetleri içinde en yüksek paya sahip olan maliyet kaleminin işgücü olduğu görülmektedir.Söz konusu sektörde işçilik maliyetleri, toplam maliyetlerin %60'ını oluşturmaktadır.2000 yılı verilerine göre tekstil sektöründe işgücü maliyetlerini bir tablo ile gösterirselim.

Tablo.10 Çeşitli Ülkelerin Saatlik Ortalama Tekstil İşgücü Maliyeti(2000)

Ülke Adı	İşçilik Saat Ücreti	Ülke Adı	İşçilik Saat Ücreti
İsviçre	24,08	Meksika	2,33
Danimarka	23,10	Slovakya	1,48
Belçika	21,70	Çin	0,62
Almanya	21,48	Pakistan	0,60
Norveç	20,25	Hindistan	0,50
Portekiz	4,51	Madagaskar	0,41
Türkiye	2,48	Bangladeş	0,40

Tekstil Sektörünün Sorunlarını Belirlemeye Yönelik Rapor
http://www.tbmm.gov.tr/komisyon/tekstil/gelen_29.htm, (05.04.2004)

Türkiye, tekstil sektöründe işgücü maliyetleri açısından, Avrupa ülkelerinden daha avantajlı olmasına rağmen AB pazarındaki diğer rakipleri olan Çin Halk Cumhuriyeti, Hindistan ve Pakistan'dan daha yüksek maliyetlere katlanmaktadır.

Sektörde çalışan her bir sigortalı işçi için, işçi-işveren sigorta kesintisi %40-45 oranında iken, AB ülkelerinde bu oran %22-25 arasındadır. Ayrıca yüksek enflasyon oranı ve enflasyona endeksli ücret sistemi işgücü maliyetlerini yükseltmektedir. İşgücü maliyetinin unsurları şunlardır⁽¹⁹⁾:

1. İşgücüne yapılan ödemeler,
2. İşçi için devlete ödenen sosyal güvenlik primleri,
3. Fonlar,
4. Kreş, spor ve eğitim sosyal sermaye harcamaları ,
5. Kıdem ve ihbar tazminatları,
6. İşsizlik sigortası primi

Sektörde işgücü maliyetlerinin yüksek olmasının en önemli nedenlerinden biri başta sosyal sigorta primleri olmak üzere sosyal ödentilerin yüksek olmasıdır. Türkiye'deki enflasyon oranı işgücü maliyetlerini yükseltmektedir.

Tekstil sektöründe işgücünün işverene maliyeti neredeyse işgücüne ödenenin iki katıdır. Bu durum sektörde kayıt dışı ekonomiye neden olmaktadır. 1997 yılından beri %70-80 oranına ulaşan kayıt dışılık, kayıt altında olan üreticilerin maliyetlerini dolaylı olarak yükseltmektedir.

Ayrıca Türk tekstil sektörünün uluslar arası piyasalarda işgücü maliyetleri ile ilgili rekabet gücünü olumsuz etkileyecek bir diğer faktör de, sektörde kaçak ve çocuk işçi çalıştırılmasıdır. Sosyal damping olarak nitelendirilen bu konu Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün uluslar arası piyasalarda pazar payını arttırabilmesi için alması gereken önlemlerin başında gelmektedir. İşgücü maliyetleri önemli olmakla beraber Türkiye'yi rekabet yönünden zorlayan; çeşitli uzak doğu ülkelerinde işgücünün düşük maliyetleri değil, gelişmiş ülkelerin verimliliği ve ücretleri yüksek işgücü istihdamına bağlı olarak daha fazla tekstil ürününü kaliteli ve değişen talep koşullarına göre üretip, ihraç edebilmeleri olmaktadır.

Tekstil ve hazır giyim sektöründe üretim maliyetleri içinde hammadde maliyeti en önemli kalemdir. Sektörün en çok kullandığı hammaddeler ise başta pamuk olmak üzere, sentetik ve suni liflerdir. Ancak, 2000 yılı boyunca Türkiye'de hammadde fiyatları istikrarlı olmamış, yürütülen

⁽¹⁹⁾ Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu, Türkiye'nin Rekabet Gücü, AB Ülkeleri, Japonya ve ABD Karşılaştırmaları, TİSK İnceleme Yayınları, 1996, s.40

istikrar programlarına rağmen hammadde fiyatları hızlı bir şekilde artmıştır. Özellikle pamuğun dolara endeksli olması ,yeterli miktarda üretilmediği için dışarıdan ithal edilmesi ,boya ve yardımcı maddelerin ithalat yoluyla sağlanması üretim maliyetlerini yükseltmektedir.

Dünyanın önemli pamuk üreticisi olan Brezilya, Hindistan, Endonezya, İtalya, Kore, Türkiye,ABD’de pamuk ipliğinde pamuğun hammadde olarak kg maliyeti ortalama 1,33\$’dır. En düşük maliyet kg başına 1,26 \$ ile Brezilya ve Hindistan’da iken en yüksek maliyet 1,45\$/kg ile Türkiye’dedir.⁽²⁰⁾

Sektörün önemli maliyetlerinden biri de yüksek enerji fiyatlarıdır.Denizli tekstil işletmelerinin çoğu gelişmiş teknoloji ürünü kullanmakta,böylelikle bu tesislerin en büyük gider kalemi enerji olmaktadır.Enerji ise ülkemizde diğer ülkelere göre daha pahalıdır.Elektriğin pahalı olmasında döviz kurundaki dalgalanma ile satış fiyatındaki vergi ve fonların payının yüksek olması etkili olmaktadır.Türkiye imalat sanayinde kullanılan elektriğin kilowatt saati 18 cente mal olurken, ABD’de 5cent, AB’de ise 6-8 centtir.

Denizli Tekstil Bölgesinin piyasasını üç grupta toplamak mümkündür.Birincisi, Denizli iline bağlı ilçelerle,yakın çevrede bulunan diğer il ve ilçelerdir.Isparta,Antalya,Burdur,Aydın illeri ve bunlara bağlı ilçeler ile Denizli’ye bağlı ilçeler,Denizli tekstil bölgesinin yerel piyasasını oluşturmaktadır.İstanbul,İzmir,Adana,Bursa gibi iller ise ulusal piyasaları oluşturmaktadır.ABD,Kanada,Ortadoğu Ülkeleri ve AB Ülkeleri ise uluslar arası piyasalar olarak sayılabilir.

ABD ve AB ülkeleri,Denizli için uluslararası piyasaların önemli bir bölümünü oluşturmaktadır.denizli tekstil üreticileri 100’e yakın ülkeye başta tekstil ve hazır giyim ürünleri olmak üzere kaliteli ürün satmaktadır.Bu çabalar sonucunda ilin ihracatında her yıl ortalama %25-30 arasında düzenli artış sağlanmaktadır.Bu artışa göre Denizli tekstil KOBİ’lerinin piyasa paylarının her geçen gün arttığı söylenebilir.

AB ülkeleri, Türkiye’nin hazır giyim ve konfeksiyon ihracatından %70’lik bir pay alırken,en büyük ve önemli pazar olma özelliğini korumaktadırlar.İkinci önemli ülke grubu ABD,Kanada,İsviçre,Norveç ve Japonya’nın yer aldığı diğer OECD ülkeleri grubudur.Hazır giyim ihracatından aldıkları pay %20 olmuştur.S.Arabistan,İsrail,Kuveyt’in yer aldığı Ortadoğu ülke grubu ise hazır giyim ihracatının en fazla arttığı (%8)ülke grubu olarak görülmektedir.⁽²¹⁾

Tablo.11 Denizli İlinin Tekstil İhracat Değerlerindeki Değişme

Yıl	İhracat(Milyon \$)
1994	190
1995	300
1996	285
1997	375
1998	400
1999	425
2000	460
2001	525

Kaynak:DSO,Ekonomik Gelişmeler,Şubat 2002,Sayı:11,s.

2001 yılı sonunda 525 milyon\$ dolayında ihracat yapılmıştır.

Ancak Türkiye’ye yasal ve yasal olmayan yollarla Uzakdoğu tekstil ürünlerinin girmesi,Denizli tekstil bölgesinin piyasa payını olumsuz yönde etkilemektedir.2001 yılında 1 milyar metre

⁽²⁰⁾ “Türk Tekstil Sektörünün Rekabet Gücü”, <http://aeri.org.tr/Pamuksempozyumu2002> ,(05,04,2004)

⁽²¹⁾ TSKB, *Pamuklu Tekstil Sektör Raporu*

kumaşın bu yolla ülkeye girdiği kaydedilmiştir.⁽²²⁾ Bu kumaşın ülkemizde üretilmesinin Denizli tekstil KOBİ'lerinin piyasa payının genişlemesinde önemli bir katkı olacağı kesindir.

Bugün Denizli'nin ekonomik yapısında ilk göze çarpan, sanayinin istihdam yaratma etkisidir. Denizli ekonomisinde yaratılan istihdamın %80'e yakını, tekstil KOBİ'leri tarafından yaratılmıştır. Bölgede 18bin kişi istihdam edilmekte ve bunların 15binini tekstil işçileri oluşturmaktadır.

Ekonomik gelişmeye katkıları değerlendirmede dikkate alınan diğer bir ölçüt ise yaratılan katma değerdir. Denizli tekstil bölgesinde, bir işletmenin yıllık katma değeri ortalama 1.435milyar iken, bölgedeki tekstil işletmelerinin toplam 109.060 milyarlık katkı sağladığı hesaplanmıştır.

Maliyet düşürücü ve rekabet gücü kazandırıcı unsurların başında işgücü verimliliği gelmektedir. Tekstil sektöründe istihdam edilen kişi başına katma değer açısından bir karşılaştırma yapacak olursak:

Tablo.12 Tekstil Sektöründe İşgücü Verimlilik Değerleri

Ülkeler	İşgücü Verimliliği (Dolar/Saat)	Kişi Başına Katma Değer (Bin Dolar)
Belçika	37,77	542
Fransa	36,06	442
Almanya	35,15	463
Danimarka	34,66	359
İtalya	30,70	310
İspanya	22,60	302
Türkiye	4,21	128
Denizli		180

Kaynak: TSKB, Pamuklu Tekstil Sektör Raporu, 2001

Türkiye hem işgücü verimliliği, hem de kişi başına yaratılan katma değer yönünden, tablonun en alt sırasında ve hem de büyük bir farkla yer almaktadır. Ayrıca bu tablo, bu ülkelerin AB'nin tam üyesi olmaları nedeniyle Türkiye'nin topluluk içindeki rekabet gücünün zayıflığını da ortaya koymaktadır.

Uluslar arası piyasalarda rekabet gücünün temel kaynağının verimlilik artışları olduğunu düşünürsek; işletmeler, üretim birimlerinde yeniden yapılanma, iş etütleri, kalite güvence sistemleri yada işgücünün yetiştirilmesi yollarıyla verimliliklerde artışa gidebilirler.

Denizli Tekstil Bölgesinde Rekabet Gücünün Kaynağı Olarak Bölge Ekonomilerinin Rolü: Ekonometrik Analiz

Şimdiye kadar araştırma ile ilgili yapılan çalışmalar, elde edilen bilgilere bağlı olarak Denizli tekstil bölgesinin rekabetçi özelliklerinin açıklanması şeklinde olmuştur. Veriler çoğunlukla basit tablo, grafik ve iki değişken arasındaki ilişkiler ele alınarak değerlendirilmiştir.

Ekonometrik Analizin Amaç ve Yöntemi: Bölgede KOBİ'lerin kümelenmesine dayalı rekabetçi gelişme anlayışında, rekabet gücü ile bölgesel yerleşim arasında bağlantı kuran bir model önerilmektedir.

Ekonomik faaliyetlerin bölgesel yoğunlaşmasının yarattığı bölgesel ekonomilerin, rekabet gücünü ne ölçüde etkilediğinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Anket çalışmasında yer alan sorulara karşılık elde edilen sayısal veriler bu bölümde kullanılacaktır.

Üretim fonksiyonunun tahmin edilmesinde En Küçük Kareler Yöntemi (EKKY) kullanılacaktır. Denizli tekstil KOBİ'lerinde bölgesel rekabet gücünün gelişmesine etki eden

⁽²²⁾ Denizli Sanayi Odası Dergisi, TBMM tekstil Araştırma Komisyonu Raporu, Haziran 2001, s.9

faktörlerin Cobb Douglos üretim fonksiyonu ile en küçük kareler tahminleri yapılarak, etkileri hesaplanacaktır.

Bölgesel Rekabet Gücü Modelinin Tahmin Edilmesi: Ekonometrik modelin tahmininde beş değişken kullanılmıştır. Bunlar; toplam faktör verimliliği, sermaye, işgücü, malzeme ve enerjidir. modelde kullanılacak değişkenler ve açıklamaları şöyledir:

Bölgesel rekabet gücü (BRG): Anketin yapıldığı anda bölgesel rekabet gücünün durumunu göstermektedir.

Modelde bölgesel rekabet gücü faktör stokundaki değişmeler; sermaye, işgücü, malzeme, enerjiye ve bölgesel ekonomilere göre belirlenmektedir.

Bölge ekonomileri (BE): Toplam faktör verimliliğine karşılık gelmektedir.

Sermaye (SER): Bina, makine, arazi alışı, islahı, inşaatı vb harcamaları ile ulaştırma aracı gibi maddi varlıkların toplamından oluşmaktadır.

İşgücü (İŞG): Çalışanlara yapılan brüt ödemeler, fazla mesai ödemeleri, ikramiye, prim, tazminat ve aynı yardımları içermektedir.

Malzeme (MAL): Malzeme için yapılan harcamalar (satın ve devralınan mal ve hizmetler, hammadde, yardımcı maddeler) malzeme kalemini oluşturmaktadır.

Enerji (EN): Elektrik tüketimi dışarıdan veya aynı teşebbüse bağlı diğer işyerlerinden alınan elektrik miktarıyla ölçülmektedir.

BRG=f(BE, SER, İŞG, MAL, EN) fonksiyonu doğrusal biçimdedir. Bu denklem normal bir fonksiyon olarak test edilmiştir.

Tablo.13 Bölgesel Rekabet Gücü Modelinin Sonuçları

Bölgesel Rekabet Gücünün Belirleyeni	Katsayılar	St.Hata	t-Satistiği	Sig.
Bölge Ekonomileri	0,537475	0,228852	2,348574	0,0256
Sermaye	0,832556	0,261349	3,185607	0,0034
Malzeme	8,796160	3,553262	2,475517	0,0192
İşgücü	18,17790	7,011448	2,592602	0,0146
Enerji	-227,8513	189,0651	-1,205147	0,2376

Kaynak: Araştırma Verileri

Bu denklemde bağımlı değişken ile bağımsız değişken arasındaki ilişkiyi açıklama gücü (R^2) ve düzeltilmiş R^2 %95 çıkmıştır. Dolayısıyla bölgesel rekabet gücündeki değişimin %95'i sermaye, malzeme, işgücü ve enerji değişkenlerine bağlı olarak açıklanmaktadır. %5'i ise modelde yer almayan faktörlerden etkilenmektedir. Katsayılar tablosu incelendiğinde enerji hariç diğer değişkenlerin anlamlı olduğu görülmektedir.

Ekonometrik Modelin Sonuçları: Ekonometrik sonuçlardan hareketle tablodan elde edilen model,

$$BRG=0,537475+0,832556SER+8,796160MAL+18,17790İŞG$$

şeklinde yazılabilir.

Katsayılar tablosuna göre bölge ekonomilerinde ortaya çıkan %1'lik artış, bölgesel rekabet gücünü %0,5 arttırmaktadır. Sermayedeki %1'lik bölgesel rekabet gücünü %0,8, malzeme harcamalarındaki %1'lik artış yaklaşık %9 ve işgücü harcamalarındaki artış da %18 arttırmaktadır. Modele göre bölgedeki rekabet gücünün en önemli kaynağının işgücü ve sermaye kullanımının olduğu görülmektedir. Bu durum bölgede tekstil sektörünün emek yoğun üretim yapısını sürdürdüğünü göstermektedir. Kümede rekabet gücünün artırılmasında işgücüne yapılan

harcamalar önem kazanmaktadır. Ancak bölgedeki yatırım politikaları değerlendirilirken yatırımlar daha çok makine ve teçhizat alımına yönelmekte, işgücünü geliştirmeye yönelik yatırımların çok az olduğu görülmektedir. Teknoloji ve yenilik geliştirme en dinamik kaynağının insan olduğu düşünüldüğünde, işgücüne yapılan yatırımların, teknoloji ve buna bağlı olarak verimlilik şeklinde rekabet gücüne yansıtacağı söylenebilir. Bu açıdan sosyal sermaye yatırımları önemlidir. Modelin sonucuna göre de özellikle işgücünün önemli olduğu ve bunu malzeme ve sermayenin takip ettiği görülmektedir. Tekstil sektörünün yaygın olduğu ve bu sektörün emek yoğun olduğu göz önüne alındığında modelin sonuçları ile gerçek durum uygunluk göstermektedir.

Sonuç ve Değerlendirme

Hem gelişmiş hemde gelişmekte olan ülkelerde ekonomik faaliyetlerin belirli alanlarda yoğunlaştığı görülmektedir. Gelişmiş ülkelerde var olmakla birlikte, gelişmekte olan ülkelerin ayırt edici özelliklerinden biri olarak görülen bölgesel gelişme farklılıkları, birçok sorunun doğmasına neden olmuştur. Ekonomik gelişme ülkenin her yerinde aynı hızla ve aynı anda başlamamaktadır. Bazı bölgeler coğrafi, ekonomik ve kültürel açılarından gelişmeye daha uygun olmanın avantajına sahiptirler. Bu bölgeler, birer gelişme merkezi olarak ekonomik faaliyetlerin yoğun olduğu yerlere dönüşmektedirler. Böyle bir gelişme modeli, KOBİ'lerin kümelendiği dinamik bir gelişme alanıyla ortaya çıkar. Rekabetçi kümeler olarak adlandırılan bu oluşum sektörel ve bölgesel düzeyde ele alınmaktadır. Rekabetçi kümelerdeki sektörler, bölgenin doğal kaynaklarına, mevcut üretim kaynaklarına ve gelişme düzeyine uygun olmalıdır. Bu aşamada bölgesel kaynakların etkin kullanımı önemlidir. Son olarak Türkiye'deki KOBİ kavramını konumuzla ilintili olarak ele alırsak Türkiye düşük kalitede iplik ve kumaş üreterek Pakistan, Çin gibi uzak doğu ülkelerinin rakibi olmamalıdır. 2005'ten itibaren GATT çerçevesinde de bu ülkelerle rekabet olanağı kalmayacaktır. Bu nedenle özellikle hazır giyim sektöründe kendi markasını ve modasını yaratarak İtalya, Fransa, İngiltere gibi ülkelerle rekabet edebilecek seviyeye gelmelidir.

KAYNAKÇA:

- Akdiş, Muhammet, “Denizli Ekonomisi ve Globalleşme”, Denizli: DTO Yayınları, Yıl:3, Sayı:24, s.10
- Aşık, Şemsa, (1998), Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Finansman Sorunlarının Çözümünde Türkiye Halk Bankası Desteği, Muğla, s.7
- Doğan,Özlem İpekgil ve Marangoz,Mehmet , “KOBİ’lerin Dış Pazarlara Açılmada Karşılaştıkları Sorunlar , Çözüm Önerileri ve Bir Uygulama”, www.altavista.com ,(07.04.2004)
- Ekin, Nusret ,(1994), Büyüme,İhracat, İstihdam Boyutlarıyla Küçük İşyerleri ve Sosyal Koruma, İTO Yayın No:1994-28,İstanbul, s.19
- Erol, Kemal ,(1996), Kamu İhaleleri ve Küçük ve Orta Boy İşletmeler, TESAR Yayınları No:19, Ankara, s.120
- Karadal, Himmet , “KOBİ’lerin Uluslar arası Pazarlara Açılmasını Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma”,Aksaray, e:posta: hkaradal@hotmail.com ,(01.04.2004)
- Kargül, Doğan ,(1997), Türkiye’de KOBİ’lerin Yönetim Sorunları ve Çözümleri, İTO Yayın No:1997-47,İstanbul , s.2
- Mortan, Kenan , (1993), Tatbiki İktisat, Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları No:657,Eskişehir, s.179
- Özdemir, Hülya , “Gümrük Birliği Kapsamında Türkiye’deki KOBİ’ler İçin İhracatı Teşvik Olanakları”, Ekonomik Vizyon, İzmir Ticaret Odası, Yıl:68, Sayı:23, Eylül-Ekim 1996, s.31
- Özdemir, Hülya ,(1997) “GATT Kapsamında Türkiye Tekstil ve Konfeksiyon Sanayi Dış Ticaretinin Değerlendirilmesi”, İzmir:İTO Yayınları, Yayın No:31, s.45
- Denizli Sanayi Odası Dergisi, TBMM tekstil Araştırma Komisyonu Raporu, Haziran2001, s.9
- Denizli Ticaret Odası, Sanayi ve Ticaret Grubu Çalışmaları, Denizli:DTO Yayını, Yıl:3, Sayı:30, s.9
- KOSGEB, Mustafa H.Çolakoğlu, KOSGEB Başkanlığı, TOBB Yayın No Genel:359 PM:2,Nisan2002, www.kosgeb.gov.tr , (05.04.2004)
- Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu,(1996), Türkiye’nin Rekabet Gücü, AB Ülkeleri, Japonya ve ABD Karşılaştırmaları,TİSK İnceleme Yayınları, s.40
- “Türk Tekstil Sektörünün Rekabet Gücü”, <http://aeri.org.tr/Pamuksempozyumu2002> ,(05,04,2004)
- TSKB, Pamuklu Tekstil Sektör Raporu

