

## KAYSERİ'DE HALI VE TEKSTİL İHRAÇ EDEN ÜRETİCİ İŞLETMELERİN DIŞ PAZARLAMA SORUNLARI

Yrd. Doç. Dr. M. Şükrü AKDOĞAN\*

Araş. Gör. Yunus DURSUN\*\*

Avrupa Topluluğu'na (AT) tam üyeliğinin gündeme geldiği ve yoğun çalışmaların sürdürüldüğü bir dönemde, tam üyeliğin gerçekleşmesiyle Türk işletmelerinin rekâbet güçlerinin ne olabileceği konusunun tartışması da canlılık kazanmaya başlamıştır. Sektörler itibariyle konuya bakıldığında, en avantajlı sektörlerden birisi tekstildir. Devlet İstatistik Enstitüsü'nün 1987 yılı ihracat istatistiklerine baktığımızda, tekstil ihracatımızın %27 ile ilk sırayı aldığını görmekteyiz. Bununla birlikte, uluslararası tekstil ticareti sıralamasında ilk beş ülkeden dördünün AT üyesi olması nedeniyle, Türk tekstilinin avantajlı sektör olmasına rağmen, Topluluktaki durumunun samıldığı kadar da rahat olmayacağı açıktır.

Türkiye için böylesi bir öneme sahip tekstil sektöründeki işletmelerin dış pazarlamada günümüzde karşılaştıkları problemlerin neler olduğunun bilinmesi ve çözüm yollarının araştırılması, gelecekteki koşullara daha kolay uyum için imkan sağlayacaktır.

Bu amaçla, Kayseri Bölgesinin makina halısı ve diğer tekstil ürün'leri ihracının hemen hemen tamamını gerçekleştiren yedi büyük tekstil işletmesinin dış pazarlamada karşılaştıkları problemler belirlenmeye çalışılmıştır. Verilerin toplanmasında yüz yüze görüşme yöntemi kullanılmış, üst yönetim birimi Kayseri'de bulunan işletmelerin genel müdür veya pazarlama müdürleriyle, üst yönetim birimi Kayseri'de bulunmayan işletmelerin ise diğer yetkilileriyle görüşülmüştür.

(\*) Erciyes Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğ. Üyesi.

(\*\*) Erciyes Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Araş. Gör.



Yapılan görüşmeler sonucunda, Kayseri'deki tekstil ihraç eden üretici işletmelerin dış pazarlamada karşılaştıkları tespit edilen problemleri şöyle sırlayabiliriz.

1. İşletmelerin Kayseri'de kurulmuş olmaları kendileri için bazı problemlerin kaynağını oluşturmaktadır. Bunlardan ilki, Kayseri'nin ihracat merkezi olmayışı; ikincisi ise, ilk problemle ilişkili olarak, yetiştirilmiş eleman teminindeki zorluklardır.

İstanbul, Türkiye'nin dış ticaret bağlantılarının gerçekleştirilmesinde, özellikle de tekstilde, çok önemli bir merkezdir. İstanbul'un bu niteliği nedeniyle, Türkiye'den mal ithal etmek isteyen ithalatçılar, bu merkezdeki üretici işletmeler veya aracı kuruluşlarla bağlantı kurma durumundadırlar. Kayseri'nin ise, İstanbul'a göre taşra niteliğinde olması, Kayseri'deki işletmeleri daha başlangıçta dezavantajlı duruma itmektedir.

İşlemler genellikle her alanda, özellikle de dış pazarlama konusunda, yetiştirilmiş eleman temininde, yine Kayseri'de kurulmuş ve Kayseri'den yönetiliyor olmanın yarattığı sıkıntı içerisindedir. İşletme dışındaki yetiştirilmiş elemanların Kayseri'de çalışma konusunda isteksiz olmaları ve ayrıca, işletme bünyesinde sınırlı imkanlarla yetiştirilen elemanların da ilk fırsatta büyük şehirlerde çalışmak istemeleri, Kayseri'deki işletmeleri sürekli olarak yetiştirilmiş eleman problemiyle karşı karşıya koymaktadır.

2. Kısaca hükümetlerin ithal edilecek mal hacmini fiziki miktar veya değer olarak sınırlandırmaları şeklinde tanımlanan kotalar, ihracatçı tekstil işletmelerinin karşılaştıkları en önemli problemlerden birini oluşturmaktadır. Türkiye'nin tekstil ihracatının büyük bir bölümü ABD ve AT'a yapılmaktadır. Ancak, 1970-1984 yılları arasında yılda ortalama 0,8 kadar azalan Batı Avrupa tekstil üretimi, bu ülkeleri, ve tekstil sanayilerini dış rekâbete karşı tedbirler almaya yöneltmiştir. Bu tedbirlerin başında ise, kotalar ve anti-damping vergileri gelmiştir. Konulan kotalardan ve anti-damping vergilerinden en fazla etkilenen ülkelerin birisi de Türkiye olmuştur. İsviçre'deki Prognos Enstitüsü'nce yapılan araştırmalara göre, 1984-1990 yılları arasında Batı Avrupa Tekstil üretimi yılda %0,5 1990-2000 yılları arasında ise %1 civarında bir büyüme gösterecektir. Ancak, bu değişikliklerin kota ve anti-damping vergisi uygulamalarında önemli bir değişmeye yol açması beklenilmemelidir. Çünkü, AT'ın nüfus artışının çok düşük bir



hıza sahip olması ve kişi başına düşen gelir artışıyla, kişi başına düşen tekstil tüketimi arasındaki elastikiyet faktörünün 1'den küçük (0,5-0,7) olması nedenleriyle tekstil tüketimi en az artacak olan topluluk olması, topluluk ülkelerini kendi tekstil sektörlerini korumaya yönelik tedbirleri önümüzdeki yıllarda da uygulamaya zorlayacaktır.

Diğer taraftan, Türkiye'nin ABD'ye yapmış olduğu tekstil ihracatının küçük bir miktarda olmasına rağmen, son yıllarda oransal olarak hızlı artışlar göstermesi, bu ülkenin Türk tekstiline uyguladığı kotaların bir nedeni olarak gösterilmektedir. Ancak, burada, ekonomik nedenlerin dışındaki bir takım siyasi nedenlerin de rol oynayabileceği gerçeğini de gözden uzak tutmamak gerekir.

3. İşletmelerce dile getirilen bir diğer problem ise finansal kaynak ihtiyacının yarattığı sıkıntılardır. Bunun nedenlerini birkaç alt başlık halinde toplamak mümkündür. İlki, uluslararası pazarlarda mamul standartlarının yüksek olması, tekstil işletmelerinin mevcut makinalarla standartlara uygun mal üretmelerini imkansız hale getirmektedir. Malların standartlara uygunluğu ise, ancak mevcut makinaların, yeni ve daha ileri teknoloji ürünleri olan makinalarla değiştirilmesiyle mümkündür. Bu ise yeni yatırımlar demektir ve yatırımların yapılabilmesi de yeterli ve uygun koşullarda finansal kaynak teminiyle mümkündür.

İkincisi, girdi maliyetlerinin, özellikle de ithal edilmesi gereken girdilerin maliyetlerinin yüksek olması ve ayrıca peşin ödemeyi gerektirmesi, bir taraftan işletmelerin maliyetlerini yükseltip, fiyat avantajlarını ortadan kaldırırken, diğer taraftan da ihracatlarını kredili yapan işletmeleri finansal sıkıntı içerisine sokmakta ve kaynak ihtiyacıyla karşı karşıya bırakmaktadır.

Ayrıca, tekel niteliğinde olan bazı kamu kuruluşlarının bütçe açığının kapatılmasında birer araç olarak kullanılması, işletmelere oldukça önemli boyutlarda yük yüklemektedir. Bu tür kuruluşların uyguladıkları fiyatlama politikalarının sonucu olarak, yaptıkları ani ve zamansız fiyat artışları ve hatta oldukça yüksek tutarlara varan depozito uygulamaları (TEK örneğinde olduğu gibi) zaten finansal sıkıntı içerisinde bulunan işletmeleri güç durumda bırakmaktadır. Örneğin, 1987 yılı sonunda, 1985 yılına göre OECD ülkelerinde ortalama olarak %2,6 oranında artan elektrik fiyatları, Türkiye'de %75,7 oranında artmıştır. (\*) Bu tür uy-



malar ise Türk Tekstil Üreticisi İşletmeleri, rakiplerine göre %40 daha pahalıya elektrik kullanma zorunda bırakarak, rekâbetteki gücünü önemli ölçüde zayıflatmaktadır.

4. İşletmelerin büyük bir bölümü, dış pazarlarda sınırlı sayıda müşteriyle sipariş üzerine çalışmaktadırlar. Bu ise, işletme riskini artıran önemli bir faktör olmaktadır. Çeşitli nedenlerden dolayı, ithalatçı müşterilerden bir veya birkaçının siparişlerinden vazgeçmeleri veya önemli ölçüde azaltmaları, işletmelerin ihracatında önemli düşüişlere neden olabilecektir. Bu durum özellikle yatırım kredilerini ihracat yapma koşuluyla alan işletmelerin taahhütlerini yerine getirmelerine engel olacak ve önemli finansal sıkıntılara yol açabilecektir. Ayrıca sipariş üzerine çalışılması da işletmelerin kısa sürede yeni müşterilere yönelmelerini engelleyecektir. Gerekli pazarlama araştırmasının etkin bir şekilde yapılmamış olması, tüketici zevk ve tercihlerinin yakından bilinmemesi işletmeleri bir ölçüde esneklikten yoksun bırakacak ve ihracat rakamlarının küçülmesine neden olabilecektir.

5. Kambiyo rejiminde sık sık yapılan değişiklikler, işletmeler için yeni sorunlar yaratabilmektedir. En son olarak, 4 Şubat kararlarıyla, ihracat bedellerinin üç aylık bir süre içerisinde yurda getirilmesi, bunu gerçekleştiremeyen veya gerçekleştirmeyen işletmelerin ise ihracat bedellerinin tamamını Merkez Bankasına devretmeleri zorunluluğu getirilmiştir. Bu da, kredili olarak alım yapan, gümrük işlemleri karmaşık, ulaşımı uzun zaman alan ve taahhütlerini gecikmeli olarak yerine getiren ülkelere ihracat yapan işletmeleri büyük ölçüde etkilemiştir. Bunların başında da işletmelerin girdi temini için kullandıkları döviz konusunda güçlüklerle karşılaşmaları ve ticari bankalarla olan döviz ve kredi ilişkilerinde daralmalar meydana gelmektedir.

## SONUÇ

Kayseri'de halı ve tekstil ihraç eden üretici işletmelerin dış pazarlama sorunlarının ilk ikisi işletmelerin Kayseri'de faaliyet göstermelerinden kaynaklanmaktadır. Bunların birincisi, ithalatçıların alımlarını tekstil ihracat merkezi durumunda olan İstanbul'dan yapmaları ve Kayseri'deki işletmelerin genellikle kısa zaman içerisinde değerlendirilmesi gereken fırsatları kaçırmalarıdır. Kayseri'nin büyük şehir niteliklerine sahip olmaması ise hem nitelikli dış pazarlama eleman teminini güçleştirmekte hem de güç



şartlarda temin edilen ya da işletme bünyesinde yetiştirilen elemanların İstanbul, İzmir ve Ankara gibi büyük şehirlere göçünü hızlandırmaktadır. Bu problemlerin hallinde ise işletmelerin üst yönetimlerini tamamen ya da kısmen İstanbul'a nakletmeleri en etkin çözüm olarak görülmektedir.

Az sayıda müşteri ile sipariş üzerine çalışma yönteminin muhtemel sakıncalarını ortadan kaldıracak yeni pazarlara girebilmek, mevcut müşterilere daha çok ve daha çeşitli mal sunabilmek, ülkemizde uygulanan teşvik tedbirlerinden maksimum düzeyde yararlanabilmek, kota uygulamalarının güçlüklerini aşabilmek için işletmelere yapılacak öneri uygun bir pazarlama karması geliştirmektir.

Genel olarak mevzuatta, özellikle de kambiyo rejiminde sık sık yapılan düzenlemeler, temel üretim girdilerini üreten kamu kuruluşlarının ihraç bağlantılarının belirlenen fiyatlar üzerinden gerçekleştirilmesini zorlaştıracak beklenmeyen fiyat ayarlamaları, iki yıl önce pamuk ihraç ve ithalinde olduğu gibi zaman zaman alınan yanlış ekonomik kararlar, finansman ihtiyacının uygun koşullarla teminindeki güçlükler ve ihracat sigorta sisteminin henüz işlerlik kazanmaması gibi ülke ekonomisinin içerisinde bulunduğu darboğazdan kaynaklanan sıkıntılar tüm işletmeleri olduğu gibi Kayseri'deki tekstil ihracatçısı işletmeleri de olumsuz yönde etkilemektedir.











