

KOBİ'LERİN İHRACATA YÖNLENDİRİLMESİNDE KÜMELENME MODELİ: ANKARA PLASTİKCİLER KÜMESİ

Hakan BAŞER

Fatih Üniversitesi Ankara Meslek Yüksekokulu Öğretim Görevlisi

hbaser@fatih.edu.tr

Doktora Öğrencisi

Serhat TEKELİOĞLU

Fatih Üniversitesi Tıp Fakültesi Uluslararası Öğrenci Ofisi Müdürü

Doktora Öğrencisi

tekeli@fatih.edu.tr

Muhammet ÖRTLEK

Fatih Üniversitesi Tıp Fakültesi Destek Hizmetleri Müdürü

Doktora Öğrencisi

muhammetortlek@fatih.edu.tr

Cumhur AYDINLI

Fatih Üniversitesi Tıp Fakültesi Bilgi İşlem Müdürü

Doktora Öğrencisi

caydinli@fatih.edu.tr

Özet

Günümüzde küreselleşme süreci ve bölgesel entegrasyonlar kendine özgü bir rekabet yapısı oluşturmaktadır. Bu yoğun rekabet içerisinde büyük işletmeler pek çok dışsallıklardan yararlanarak önemli bir rekabet avantajı elde edebilirken, Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ'ler) bu rekabet ortamından uzaklaşabilmektedirler. İşletmelerin rekabet ortamında ayakta kalabilmelerini sağlayan modellerden birisi de kümelenme modeli olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu çalışmada ülkemizde en hızlı büyüyen sektörler arasında yer alan plastik sektöründe üretim yapan işletmelerin kümelenme olgusu ile dış ticarete

uluslararası rekabet edebilirliğini korumak ve bu rekabet güçlerini sürdürülebilir kılarak işletmelerin sektörlerinde daha güçlü bir yapıya ulaşmalarını sağlayacak kümelenme modeli incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: KOBİ, Kümelenme, Plastik Sektörü

Alan Tanımı: Kobilerde Kümelenme

CLUSTER MODEL IN DIRECTION OF SMEs TO EXPORT: PLASTIC SECTOR CASE IN ANKARA

Abstract

Today, the process of globalization and regional integration is a unique competition structure. In this intense competition, many large enterprises achieve a competitive advantage in taking advantage of externalities but Small and Medium Sized Enterprises (SMEs) move away from the competitive environment. For enterprises, one of the models which provides to survive in competing position appears as cluster model.

In this study the cluster model is searched that helps to reach of manufacturers' cluster fact in plastic sector which is one of the fastest growing chain in our country and to keep their competition ability in global foreign trade and also by rendering their remainable power keep them a stronger formation.

Key words:SMEs, Clustering Model, Plastic Sector

Field Description:Clustering Model of SMEs

Jel Code: F14, M10, M16

1. GİRİŞ

Plastik işleme sanayi diğer sektörlerle çok kolay entegre olabilen bir yapıda olup bazen bu sektörlerin içinde değerlendirilmektedir. Plastik sanayinin temel girdileri; termoplastikler, termoset plastikler ve katkı maddeleridir. Bunun yanı sıra plastiklerin diğer malzemelerle birlikte kullanılmaları gelişen teknolojiye paralel olarak hızla artmakta, plastikler cam, metal, kauçuk, ağaç ve inorganik maddeler ile birlikte kullanılmaktadırlar.

Plastik sektörü ürünleri cam, metal, ağaç, kauçuk gibi maddeler ile birlikte kullanıldığı gibi, aynı zamanda demir, tahta ve cam gibi malzemelerin alternatifi olarak da kullanılmaktadır. Gerek ekonomik gerekse kolay uygulanabilir olması, plastiğin diğer maddelere göre tüketimini hızla artırmaktadır. Plastik tüketiminin

fazlalığı, ülkelerin gelişmişliğinin bir göstergesi olarak da değerlendirilmektedir. Plastik sektörünün temel girdileri termoplastikler, termoset plastikler ve diğer katkı maddeleridir. Plastik sektörü, girdilerinin %90'ını petrokimya sanayisinden temin etmektedir. Plastik sektörü ürünlerinin en önemli tüketicileri inşaat ve ambalaj sektörleri olup bunların yanı sıra otomotiv, elektrikli cihazlar, beyaz eşya ve ayakkabı sektörleri çok yoğun plastik parçalarının kullanıldığı sektörlerdir. Kısaca, plastikten mamul ürünler çok basit kullanımların yanı sıra elektronik, otomotiv ve yüksek teknoloji gerektiren sektörlerde de kullanılmaktadır.

Ambalaj, inşaat, tekstil, otomotiv, elektrik, elektronik, beyaz ve kahverengi eşya gibi sektörlerimize girdi temin eden plastik sektöründe halen 200 binden fazla kişi istihdam edilirken sektör her yıl 15.000 yeni kişiye istihdam sağlamaktadır. Sektörde % 98'i küçük ve orta ölçekli olmak üzere, 6.000 civarında firma faaliyet göstermektedir.

Türk Plastik sektörü, Türkiye'nin en hızlı gelişen sektörlerinden biridir. Kriz dönemlerini de kapsayan dönemde sektörün ton bazında yıllık ortalama büyüme hızı üretim ve ithalatta % 8, ihracatta % 13 ve yurtiçi tüketimde % 9 olarak gerçekleşmiştir. Bu dönemde GSMH artış hızı ortalama % 4,5 olarak gerçekleşirken, plastik sektörü ülke ekonomik büyümesini ikiye katlamıştır.

Kümelenme son dönemlerde ülkemizde de sıkça gündeme gelmeye başlayan bir kavramdır. Kümelenme, belli bir bölgede yoğunlaşmış olan sektörel faaliyetler arasında ağ yapılarının oluşturulması ve güçlendirilmesidir ve yeni bir kalkınma modeli olarak adlandırılmaktadır. Bu model, belirlenen sektörlerle odaklanarak, bu ağ yapısı içinde birbirini destekleyen firmalardan oluşan üretim bölgeleri oluşturmayı hedeflerken model içinde yer alan firmalara da rekabet avantajı sağlamaktadır. Ülkemizde KOBİ'ler, uluslararası rekabet gücü yüksek olan çok uluslu şirketler ile rekabet edebilmek için kümelenme şeklinde bir işbirliği sağlamalıdır. Türkiye'deki kümelenme çalışmalarında öncelikle turizm, tekstil, bilişim, gıda, otomotiv, finans ve inşaat sektörlerinin ön plana çıktığı görülmektedir (Sadettin Gültekin, 2011).

Kümelenme çalışmaları ile rekabet düzeyi güçlendirilmesi gereken sektörlerden biri de plastik ürünleri imalatıdır. Plastik alanında pek çok yapısal sorun ve bu sorunları aşmak için yıllardır sürdürülmekte olan çabalar vardır. Plastik ürün imalatı sadece bir üretim alanı değil, binlerce insanın yaşam alanı olması

nedeniyle, bu sektörün ekonomik anlamda rekabet edebilir duruma getirilmesi için kümelenme ile ilgili pek çok çalışma yapılması gereği vardır.

2. PLASTİK SEKTÖRÜ GENEL DURUMU

Plastik, kalıba dökme, haddelene ya da herhangi başka bir teknikle kolayca biçimlendirilebilen çok çeşitli yapay malzemelerin ortak adıdır. Plastik sözcüğü “biçimlendirme” anlamındaki Yunanca plastikos sözcüğünden gelir. Plastik’in kaynağı, ham petrol, gaz ve kömürdür. Plastik’in genelde ana kaynağı petrol rafinesinden arta kalan maddelerdir. Dünyada üretilen toplam petrolün sadece %4’ü plastik üretimi için kullanılmaktadır. Plastikler ağırlıkça hafif, dayanıklı güçlü ve kolayca kırılmaz olduğundan kumaş yapımı, paketleme, oyuncak, mobilya imalatı, şişe ve plastik levhalar gibi çeşitli malzemelerin üretiminde hammadde olarak kullanılmaktadır (Mustafa Öztürk, 2005).

2.1 Dünya Plastik Sanayi Sektörü

Global olarak bakıldığında Avrupa ve Asya’da konumlanmış petro-kimya kapasiteleri, yoğunlukla işleme yapan ülkeler için hammadde kaynağı rolündedir. Avrupa, petro-kimya’nın kalbi olarak nitelendirilmesine karşın, yatırımların petrol ve doğalgazın olduğu yerlere doğru kaydığı gözlenmektedir. Önümüzdeki yıllarda Ortadoğu ve Çin’de artan kapasiteler sebebiyle Avrupa ve Amerika’da üretim daralması ve ihracatta ise gerileme beklenmektedir. ABD ve Avrupa ve Çin’in hammadde üretimine yoğunlaşmasına karşın, işleme kapasitelerinin yetersiz olması bu ülkelere işlenmiş plastik ürün ihracatı konusunda önemli boyutta potansiyel yaratmaktadır.

Tablo 3: Bölgesel Bazda Dünya Plastik Malzeme Tüketimin Yüzdese Dağılımı

	<i>1990</i>	<i>2003</i>	<i>2010</i>
Afrika /Orta Doğu	4	6	5,5
Orta Avrupa	6	3,5	4
Latin Amerika	4	5,5	5,5
Japonya	12	6	5,5
Güney Asya (Jap. hariç)	16,5	32	36
Kuzey Amerika	29	25	24
Batı Avrupa	28,5	22	19,5
Toplam	100	100	100
Milyon Ton	86	176	250

Kaynak: Plastics Europe

Dünya plastik üretimi yaklaşık 235 milyon ton seviyesinde olup, toplam arz 2010 yılında 304 milyon tona ulaşmıştır. Dünya plastik üretiminde Asya %29'luk pay ile birinci sırada yer alırken, Kuzey Amerika %26 ile ikinci, Avrupa %24'lük payla üçüncü sırada yer almaktadır. Plastik arzında olduğu gibi talepte de Asya kıtası liderliğini korumaktadır. Dünya plastik talebinin %39'u Asya'da gerçekleşirken, %27'si ise Avrupa'dan gelmektedir. 2010 yılında kişi başına plastik talebi 37 kg'dır.

1990 yılında 86 milyon ton olan dünya plastik malzeme tüketimi, 2003 yılında 176 milyon tona çıkmıştır. Tüketim 2010 yılında 250 milyon ton seviyelerindedir. Bölgesel bazda değerlendirildiğinde, dünya plastik malzeme tüketiminde Japonya dışındaki Güney Asya, Kuzey Amerika ve Batı Avrupa ülkelerinin en büyük paya sahip oldukları gözlenmektedir.

2.2 Dünya Plastik Sanayi Sektörü

Türkiye petrokimya sanayi henüz pazar doygunluğuna erişmemiştir ve büyük bir gelişme potansiyeline sahiptir. Gelişmiş ülkelerde kişi başına termoplastik tüketimi 75-100 kg arasında iken, ülkemizde 21 kg civarındadır. Termoplastiklerin ülkemizdeki talep artış hızları da dünya ortalamalarının 2-3 katıdır.

Petrokimya sektörü, plastikler, lastik ve elyaf hammaddeleri ve diğer organik ara malları üreten geniş bir üretim yelpazesine sahip, büyük ölçekli, sermaye ve teknoloji yoğun bir sanayi kolu olup, Türkiye ekonomisi açısından büyük önem taşımaktadır. Ülkemizde plastik sektörü de petrokimya sanayiine paralel olarak gelişmiştir.

Türk plastik sanayisinin dünya plastik sektörü içindeki payı % 1,6 düzeyindedir. Diğer taraftan Türkiye, plastik işleme sektöründe yıllık 5,1 milyon ton işleme kapasitesiyle Avrupa'da İngiltere ile birlikte beşinci sırada yer alırken sentetik elyaf üretiminde ikinci, pencere profilinde de üçüncü sıradadır. Plastik sektörü Türkiye'de en hızlı büyüyen sektörler arasındadır.

Türkiye'de plastik kullanımında ambalaj sektörü %32 ile başı çekmektedir. Ambalaj sektörünü % 32 ile yapı malzemeleri, % 10 ile tarım, % 6 ile elektrikli cihazlar, % 6 ile giyim ve ayakkabı, %4 ile otomotiv ve % 17'lik pay ile diğer sektörler takip eder.

3. ALAN ARAŞTIRMASI

Ankara Plastik Sanayicileri Derneği'ndeki 24 işletmeye yönelik olarak dış ticaret ihtiyaçları çerçevesinde kümelenme üzerine analiz yapılmıştır. Plastik ürünleri sektöründeki kümelenme, rekabet olgusu, sektörün performansının sürekliliği; sektörün ekonomideki önemi, oluşturduğu istihdam ve ihracattaki durumu ile araştırmaya konu olarak görülmüştür. Proje Ankara bölgesine hitap edecektir.

3.1. Araştırmanın Amacı, Yöntem ve Kapsamı

Plastik sektöründeki rekabet olgusu, kaynakları ve sektörün performansının sürekliliği, sektörün ekonomideki önemi, oluşturduğu istihdam ve ihracattaki durumu araştırmanın ana konusunu oluşturmaktadır. Araştırmada izlenen yöntem, “odak grup görüşmeleri” ve “anket” olmak üzere iki aşama üzerine inşa edilmiştir. Odak grup içerisinde Ankara Plastik Sanayicileri Derneği'ne bağlı plastik ürünleri alanlarında faaliyet gösteren işletmeler yer almıştır. Odak grup görüşmelerinde anket sorularının tespit edilmesi ve işletme yöneticileri ile sektörün dış ticaret durumları ve sektörün ihracat beklentileri ile ilgili görüşleri alınmaya çalışılmıştır. Anket çalışmasına plastikçiler derneği üyesi olan 24 adet işletme ile yüzyüze mülakat yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın ana hatlarıyla aşağıda bulunan aşamalardan oluşmaktadır:

Dış Ticaret Eğilimleri ve İhtiyaç Analizi anketi dört ana başlık halinde düzenlenmiştir. İlk olarak firmalarımızın genel karakteristik özellikleri sorulmuştur. İkinci hususta firmalarımızın dış ticaret faaliyetleri düzeyleri, üçüncü aşamada ihtiyaç duyulan unsurlara yönelik sorular değinilmiş olup son olarak ise işletmelerin rekabet güçleri, rekabet güçlerini artırma yöntemleri ile rekabet stratejileri incelenmiştir.

3.2. Demografik Bilgiler

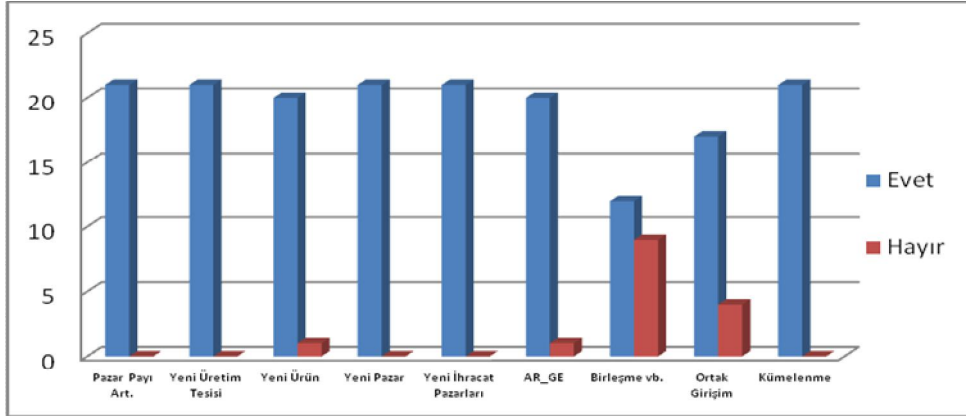
Bu bölümde çalışma grubunda yer alan odak grup ve ankete katılan işletmeler ile katılımcıların analizi yapılmıştır. İşletmelerin hukuki yapısı, işletmede çalışan sayısı, katılımcının pozisyonu ve işletmelerin dış ticaret bölümünün durumu, kapasite kullanım oranları ve devlet teşviği kullanma gibi hususlar ele alınıp incelenmiştir.

Tablo 3.1 İşletme ve Katılımcıların Profili

İşletmelerin Hukuki Yapısı	Sayı	%
• Limited Şirket	21	90
• Anonim Şirket	3	10
Katılımcıların İşletmedeki Pozisyonu		
• İşletme Sahibi	24	100
İşletmede Çalışan Kişi Sayısı		
• 1- 9 kişi	9	38
• 10- 19 kişi	11	43
• 20- 29 kişi	2	9
• 30- 49 kişi	2	10
İşletmelerin Dış Ticaret Departmanı		
• Evet	5	20
• Hayır	19	80
İşletmelerin Kapasite Kullanım Oranları		
• %40 kapasitenin altında	4	19
• %41 - %60 kapasite	5	19
• %61 - %80 kapasite	13	52
• %81 kapasitenin üzerinde	2	10
İşletmelerin Dış Ticaret Elemanına İhtiyacı		
• Evet	15	62
• Hayır	9	38
İhracatta Devlet Teşviği Kullanma		
• Evet	1	5
• Hayır	23	95
Toplam	24	100

İşletmelerin dış ticaretlerini geliştirmelerinde rekabet gücünü artırma planları aşağıdaki grafikte incelenmiştir.

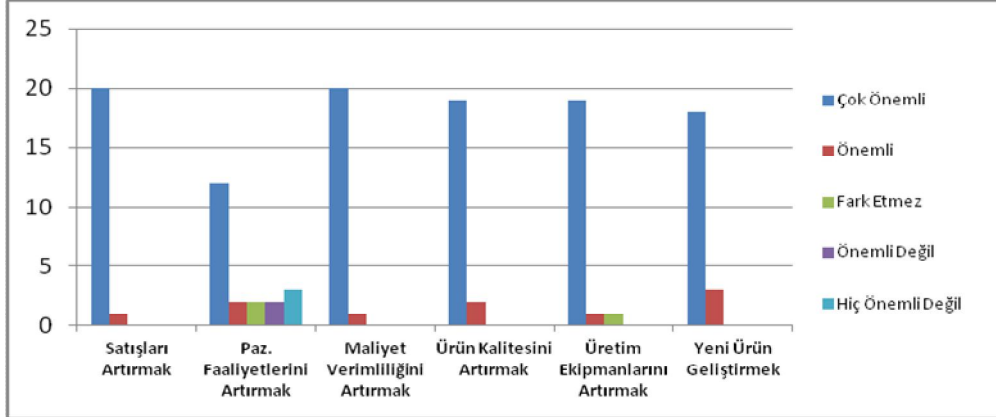
Grafik 1: İşletmelerin Rekabet Gücünü Artırma Planı



Plastik sanayicileri kümesi içerisinde yer alan işletmelerin rekabet gücünü artırma planlarına bakıldığında, Yeni üretim tesislerine veya makinelerine yatırım yaparak, Yeni ürün veya hizmetler sunarak, Yeni bölgesel pazarlara açılarak, Pazar payı veya satışları artırarak, Yeni ihracat pazarlarına açılmak şeklinde önem derecelerine göre sıralandığı görülmektedir. İşletmelerin rekabet gücünü artırmada yöntemlerinin tamamına yakını işletmeleri için uygun olduğu gözlemlenmiştir. Küme dâhilindeki işletmelerin küme çalışmalarında kümelenme yöntemine işletmelerin hızlı bir şekilde birbiri ile adapte olma durumunun yüksek olduğu gözlemlenmiştir. İşletmelerin başka işletmeler ile birleşme vb. bir faaliyete girme eğiliminde olmadıklarını vurgulamışlardır.

Ankara Plastik Sanayicileri Kümesinde işletmeler en önemli sorun olarak gördükleri konuların başında Pazarlama – Satış ve Pazar İmkânlarına Erişim olduğunu vurgulamışlardır. İşletmeler pazar sorununu çözdükleri zaman diğerlerini de giderilebileceklerini vurgulamışlardır. İşletmelerin sektörde rekabet gücünü artırma yöntemleri aşağıdaki grafikte incelenmiştir.

Grafik 2: İşletmelerin Rekabet Gücünü Artırma Yöntemleri



Plastik sektöründe bulunan işletmenin rekabet gücünü artırma yöntemlerini önem derecelerine göre sıralandığında; İç ve dış pazarda satışları artırarak, Maliyet verimliliğini artırarak, Ürün kalitesini artırarak, Yeni ürün geliştirmeye yatırım yaparak, Pazarlama faaliyetini artırarak sektörlerindeki rekabet güçlerini artıracaklarını düşünmektedirler. Bunlara paralel olarak işletmeler yurt içinde ve yurt dışında satışları artırdıkları zaman rekabet güçlerinin artacağına inanmaktadırlar. Satışlarını artırmanın yollarının en önemlileri ise pazarlama faaliyetini artırmak, maliyet verimliliğini artırmak ve ürün kalitesini artırarak olacaklarını söylemektedirler. Bunun içinde sektörel kümelenme firmalar açısından cazip gelmektedir.

4. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Kümelenme son dönemlerde ülkemizde de sıkça gündeme gelmeye başlayan bir kavramdır. Kümelenme, belli bir bölgede yoğunlaşmış olan sektörel faaliyetler arasında ağ yapılarının oluşturulması ve güçlendirilmesidir ve yeni bir kalkınma modeli olarak adlandırılmaktadır. Bu model, belirlenen sektörler odaklanarak, bu ağ yapısı içinde birbirini destekleyen firmalardan oluşan üretim bölgeleri oluşturmayı hedeflerken model içinde yer alan firmalara da rekabet avantajı sağlamaktadır. Ülkemizde KOBİ'ler, uluslararası rekabet gücü yüksek olan çok uluslu şirketler ile rekabet edebilmek için kümelenme şeklinde bir işbirliği sağlamalıdır.

Kümelenme çalışmaları ile rekabet düzeyi güçlendirilmesi gereken sektörlerden biri de plastik ürünleri imalatıdır. Plastik alanında pek çok yapısal sorun ve bu sorunları aşmak için yıllardır sürdürülmekte olan çabalar vardır. Plastik ürün

imalatı sadece bir üretim alanı değil, binlerce insanın yaşam alanı olması nedeniyle, bu sektörün ekonomik anlamda rekabet edebilir duruma getirilmesi için kümelenme ile ilgili pek çok çalışma yapılması gereği vardır.

Ankara plastik sektöründe kümelenme çalışmasının fizibilite incelemelerinde ilk olarak kümelenme olgusunun anlamını işletmelerin iyi bir şekilde kavramaları gerekmektedir.

Ankara Plastikçiler Derneğinde hayata geçirilen kümelenme ile, aynı zamanda plastiği kullanan diğer sektörlerin de uluslararası rekabet edilebilirlik düzeyine gelmesi için, sektördeki işletmelerin ihracat kapasitelerini geliştirmeleri ve dış pazarlara açılmaları gerekmektedir. Bu hedefe ulaşmak üzere işletmelerin dış ticaret eleman ihtiyacı ve ihracat bilgi eksikliklerini karşılamak maksadıyla işletmelere eğitim ve danışmanlık hizmetlerinin verilmesi gerekliliği açıktır.

KAYNAKLAR

81 İl Durum Raporu, Sanayi Genel Müdürlüğü, Nisan 2011 / ANKARA

Aynur Pala, Sektör Analizi/Plastik Sektörü,

http://www.ziraatyatirim.com.tr/raporlar/Sektor_Analizleri/PLASTIKSEKTORU_01-05-06.pdf

Demirci, Barbaros ve Neslihan Ergün Dünya Ve Türkiye Polipropilen (PP) Dış Ticaret Analizi Raporu, PAGEV – PAGDER, 2010

Demirci, Barbaros, Türkiye Plastik Sektör İzleme Raporu (2012 / 3 Ay), 2006

Dokuzuncu Kalkınma Planı, Plastik Ürünler Çalışma Grubu Raporu

Ekonomi Bakanlığı, Kimya Sektörü Raporu, 2012

Mehmet Cansız, Türkiye’de Kümelenme Politikaları ve Uygulamaları, Organize Sanayi Bölgeleri Üst Kurulu, Ankara, 2011

Mustafa Öztürk, “Daha İyi Bir Çevre İçin, Plastikleri Geri Kazanalım”, PAGEV Plastik Dergisi, Sayı: 82 (Eylül-Ekim), 2005, s.78

Nurettin CAN, Hakan BAŞER, “KOBİ’lerin Uluslararası Rekabette Farkındalık İle İhracata Yönlendirilmesi: Mobilya Sektörü” 2012

Sadettin GÜLTEKİN, “Küreselleşme Çağında Dış Ticarete Rekabet İçin Kümelenme Stratejisi: Türkiye’nin Tarım Kümelenmesi Gerekliliği” Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (22) 2011 / 2: 29-40

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Kimya Sektörü Raporları (2011-2012)

TEPAV; Türkiye’nin Rekabet Gücü İçin Sanayi Politikası Çerçevesi Raporu, (Ek1: Kümelenmeler ve Kümelenmelere Dayalı Sanayileşme Politikaları), 2007 Ankara.

Türk Plastik Sanayicileri Araştırma, Geliştirme ve Eğitim Vakfı (PAGEV)