



Turkish Studies

International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic
Volume 11/18 Fall 2016, p. 135-146

DOI Number: <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.9987>

ISSN: 1308-2140, ANKARA-TURKEY

Article Info/Makale Bilgisi

✍ Received/Geliş: 28.09.2016

✓ Accepted/Kabul: 18.11.2016

✍ Referees/Hakemler: Prof. Dr. Melda ÖZDEMİR - Doç. Dr. Fatma KOÇ -

This article was checked by iThenticate.

YOĞUNLAŞMA ÇERÇEVESİNDE TÜRK TEKSTİL VE HAZIR GIYİM SEKTÖRÜNÜN DEĞERLENDİRİLMESİ

Emine KOCA - Özlem KAYA***

ÖZET

Pazar yoğunlaşması işletmeler için çok önemli bir kavramdır. Yoğunlaşma derecesi işletmelerin sektördeki davranışlarını ve pazarlama faaliyetlerini belirlemektedir. Yoğunluk arttıkça pazardaki rekabet şansı da o kadar azalmaktadır. Ülkemizdeki sektörlerin çok büyük bir kısmında yüksek yoğunlaşma görülmektedir. Bu durum Türkiye'deki birçok sektörün verimliliğini azaltmaktadır.

Yoğunlaşma bir sektördeki üretim ve fiyatın az sayıda işletme tarafından kontrol edilmesidir. Pazar yoğunlaşması ise, belirli bir sektördeki işletmelerin sayısal veya büyüklük olarak dağılımını ifade etmektedir. İşletmeler piyasa gücünü ellerinde tutabilmek için yoğunlaşmaktadırlar. Bu durum, üretimin az sayıda ve birbirine yakın güçteki teşebbüslerin elinde yoğunlaştığı ve bunların herhangi birinin fiyat taktiğinin diğerlerinin pazar payını etkilediği "oligopolistic" yapıların oluşumuna neden olmaktadır.

Piyasa yoğunlaşma endeksleri, kolay hesaplanabilirler ve piyasanın ne kadar rekabetçi olduğuna ilişkin ipuçları verirler. Piyasada faaliyet gösteren işletme sayısının çokluğu ve bu işletmelerin birbirine denk olmaları oranında yoğunlaşma azalır ve rekabet artar. Piyasa yapısının rekabetçi olması ölçüsünde de, piyasada faaliyet gösteren işletmelerin piyasa değişkenlerini etkileme güçleri azalır. Bu nedenle piyasanın ne kadar rekabetçi olduğunun tespitinde piyasa yoğunlaşma oranlarının bilinmesi önemlidir.

Geçmişte olduğu gibi günümüzde de, ülkemizin ekonomik kalkınma süreçlerinde önemli rol oynamaya devam eden tekstil ve hazır giyim sektöründe oligopolleşmenin arttığı ve serbestleşmenin rekabet piyasası koşullarının oluşumunu sağlayamadığı görülmektedir.

Bu çalışmada, TÜİK 2012 yılı ekonomik faaliyet sınıflarındaki yoğunlaşma düzeyleri verileri çerçevesinde; tekstil ve hazır giyim sektöründeki yoğunlaşma oranları dikkate alınarak değerlendirmeler

* Doç. Dr. Gazi Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Moda Tasarımı Bölümü, El-mek: kocaemine@gmail.com

** Yrd. Doç. Dr. Hitit Üniversitesi TBMYO, Tekstil, Giyim, Ayakkabı ve Deri Bölümü, El-mek: ozlemkaya@hitit.edu.tr

yapılmış ve öneriler getirilmiştir. Tekstil hazır giyim sektörü genel olarak değerlendirildiğinde, “suni veya sentetik elyaf imalatı” ve “dokusuz kumaşların ve dokusuz kumaştan yapılan ürünlerin imalatı” faaliyet alanları dışında düşük yoğunlaşma durumu dikkati çekmektedir. Bu durum bu sektörlerde yüksek rekabet olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Yoğunlaşma, Tekstil, Rekabet, Hazır giyim, Yoğunlaşma düzeyleri, Oligopol

THE EVALUATION OF TURKISH TEXTILE AND CLOTHING SECTOR IN TERMS OF SATURATION

ABSTRACT

Market saturation is a very important concept for the firms. Degree of saturation determines the behaviour in the industry and marketing activities of the firms. When the saturation increases, competition chance in the market decreases accordingly. High saturation is seen in most of the industries in our country. This condition decreases the productivity of most industries in Turkey.

Saturation is the control of a few companies on price and production at a sector. Market saturation is the distribution of companies in terms of numbers and size at a certain sector. Companies condense in order to keep the market power. This situation brings about the oligopolistic structure in which several companies with approximately same ratios of power have the saturation and price strategies used by some of these companies affect the market share of the other business organizations.

Market condensation indexes are easily calculated and give clues to how much the market is competitive. The saturation decreases and competition rises in the ratio of high number of operating firms in the market and the equivalence of these firms against each other. In terms of being also competitive of the market structure, the effective power of market variables of operating firms in the market decreases. Therefore, in establishing how competitive the market is, it is important to know the ratios of market saturation.

It is observed that oligopolistic structures in textile and clothing sector which has played an important role in the economic development processes of our country in the past and recently are increasing and deregulation cannot guarantee the conditions of competitive market.

In this study some evaluations were made and some suggestions were brought forward by taking the saturation ratios of textile and clothing sector into saturation within the frame of saturation levels of economic activities in 2012 prepared by Turkish Statistical Institute. When textile clothing industry was evaluated, low saturation outside the activity areas of “artificial or synthetic fibre production” and non-woven cloth and “the production of nonwoven cloth products” draw our attention. This situation shows us that there is a high degree of competition in these industries.

Turkish Studies

STRUCTURED ABSTRACT

Market saturation is a very important concept for the firms. Degree of saturation determines the behaviour in the industry and marketing activities of the firms. When the saturation increases, competition chance in the market decreases accordingly. High saturation is seen in most of the industries in our country. This condition decreases the productivity of most industries in Turkey.

The increase and distribution of social wealth is very much closely related with market structure and competition. Saturation concept which show the structure in industry sector is an important feature which determines competition behaviour and performance. Saturation concept means that few of the firms control the economic activities. Bearing this in mind, as the saturation ratio increases the competition decreases (Baş, 2012).

Market saturation indexes provide beneficial and practical indicators in measuring market power. These indexes, because of being values for market basis, when it was evaluated together with other data in determining market power of a firm, are much more beneficial. Market condensation indexes are easily calculated and give clues to how much the market is competitive. The saturation decreases and competition rises in the ratio of high number of operating firms in the market and the equivalence of these firms against each other. In terms of being also competitive of the market structure, the effective power of market variables of operating firms in the market decreases. Therefore, in establishing how competitive the market is, it is important to know the ratios of market saturation (Durukan and Hamurcu, 2009, pp. 76-77).

In this regard, the importance in terms of competition in evaluating in terms of market saturation which contain the distribution of the firms numerically and in magnitude in Turkish textile and clothing industry determined the starting point of this study. In the study, saturation level in economic activities category of the textile and clothing industry products in Turkey were tried to be determined in terms of competition.

In this study where saturation levels in terms of competition of textile and clothing industries in Turkey are tried to be evaluated; by taking into account saturation levels of economic activity category of TÜİK (Turkish Statistical Institute) 2012, the situation of textile and clothing industry are interpreted and suggestions are put forward.

Saturation levels, by taking into account the turnover values according to classification of classes (four digit) level are calculated on the basis of activity type units of ventures within the context of the study of Industry and Service statistics in 2012. The venture which operates for each various economic activity category was counted as activity type unit. In this study saturation ratio (CR: Concentration Ratio) which was taken as a basis was obtained by dividing into total turnover value in that economic classification of the total of the four biggest ventures' turnover in the same economic classification (TÜİK 2014).

If saturation levels; $CR_4 < 30$ It means that the saturation is low, if $30 \leq CR_4 < 50$ it means that there is moderate saturation, if $50 \leq CR_4 < 70$ there is high level saturation, if $CR_4 \geq 70$ there is a very high level of

saturation. In light of this data, saturation ratios in the industry were evaluated.

Textile and clothing industry has a variety of activities like from thread to weaving, from accessories to supplementary material, from production line to marketing and is an industry which is constituted with various activities. When it was evaluated from this angle, the level of saturation in all sections aren't expected to be the same.

When Table 3 is studied, for the textile and clothing industries, the activity areas which have highest degree of saturation are; Artificial or synthetic fibre production and production of nonwoven fabrics and products which were made from nonwoven fabric, clothing is not included. According to the results, it can be said that the market structure is not competitive in these activity areas and the firms effective power on market variable increase. This condition can be interpreted as few number of firms and firms which have similar strength controlling market power and may cause to form "oligopolistic" structure where one specific firm's pricing policy affect the other firms' market share.

Activity area where high degree of saturation is only seen in the sale of textile, clothing, fur, shoes and leather product areas. Areas where medium degree of saturation are seen; areas of work wear production and other technic and industrial textile production. High number of firms operating in the market and when the saturation decrease and competition increase is taken into account according to the equal strength ratio; It can be said that activity areas which have high or medium saturation may take measures to decrease saturation levels.

The activity areas where low degree saturation are; knitting and made of knitting needle (crochet) sock production, textile production which was completed apart from clothing, production of other textile products which wasn't classified elsewhere, other knitting and needle clothing production, production of other clothing products and clothing accessories, weaving, preparation and twisting of textile fibre, knitting or needle clothe production, textile, production of the machines which are used in clothing and leather production, other outer garment products, finishing of textile products, production of underwear, retail sale of textile products in the stores which was designated for certain products, wholesale of textile products, retail selling of textile, clothing, and shoe products through stalls and bazaars, washing of textile and fur products and dry cleaning.

In general it seen that saturation is low in most of the activity areas and this situation shows that there is high competition. Especially to produce fast and quality products in the clothing industry is important for the firms in terms of keeping pace with the competitive environment. When we take into account of saturation rates in general of the textile and clothing industry, it is possible to say that there isn't an oligopolistic market structure. Especially the existence of low level saturation in retail and wholesale trade of production of textile industry and textile clothing area when we take into account of activity areas, this shows that there is high competition, high number of firms and at the same time there are less market entry barriers in these areas.

Turkish Studies

When we evaluate the saturation levels the products in the economic activity categories of textile and clothing industry in Turkey, in this study; when textile clothing industry was evaluated, low saturation outside the activity areas of “artificial or synthetic fibre production” and non-woven cloth and “the production of nonwoven cloth products” draw our attention. This situation shows us that there is a high degree of competition in these industries. Generally new venture number is quite a lot in textile clothing industry. The appearance of increase of venture number shows that there are opportunities in this area.

Textile and clothing industry which is an important part of our economy and of developing countries' economy in development process needs to be sensitive to researches related to saturation and evaluated accordingly. Besides in today's world where global firms are getting stronger day by day and it is necessary to develop strategies as a country to support the firms in the textile and clothing industries.

Keywords: Saturation, Textile, Competitive, Clothing, Saturation levels, Oligopolistic

1. Giriş

Yoğunlaşma derecesi, belli bir ekonomik bütünü kontrol eden ya da ona sahip olan birimlerin büyüklük ve sayısal dağılımını ifade etmektedir ve sektörün yapısını göstermenin yanı sıra rekabetçi davranış ve performansın da en önemli belirleyicisidir. Yüksek oranda yoğunlaşmış bir sektörde işletmenin pazara hakim olmak için çabalamaları, kaynakların yanlış dağılımlarıyla sonuçlanarak tüketicilerin zarar görmesine ve rekabetin olmadığı bir fiyat sistemine neden olabilmektedir (Davies, 1991). Yoğunlaşma kavramı genel tanımıyla, “bir sektördeki üretim ve fiyatlama davranışlarının az sayıda işletme tarafından kontrol edilmesidir. Bir diğer anlamda yoğunlaşma, ekonomiyi veya belirli bir sanayi dalını oluşturan işletmeler arasında çeşitli yollarla oluşan haksız rekabeti ölçmede kullanılan önemli bir piyasa yapısı analiz aracıdır” (Schmalensee, 1988: 643-681).

Pazar yoğunlaşması işletmeler için önemli bir kavramdır. Yoğunlaşma derecesi işletmelerin sektördeki pazarlama faaliyetlerini ve davranışlarını belirlemektedir. Yoğunluk arttıkça pazardaki rekabet şansı da o kadar azalmaktadır. Ülkemizdeki sektörlerin çok büyük bir kısmında yüksek yoğunlaşma görülmektedir. Bu durum Türkiye'deki birçok sektörün verimliliğini azaltmaktadır.

Toplumsal refahın dağılımı ve artışı, pazar yapısı ve rekabetle çok yakın ilişkilidir. Sanayi sektöründe yapıyı gösteren yoğunlaşma kavramı, rekabetçi davranış ve performansı da belirleyen en önemli olgudur. Yoğunlaşma kavramı, ekonomik faaliyetlerin az sayıda işletmenin elinde olması anlamına gelmektedir. Buna paralel olarak yoğunlaşma oranı arttıkça, rekabet zayıflamaktadır (Baş, 2012; Sandal ve Şen, 2016).

Sanayide yoğunlaşmayı ölçerken; satışlar veya çıktı, katma değer, istihdam ve sabit varlıklar gibi değişkenler kullanılmaktadır. En yaygın kullanılan değişken ise çıktıdır. Yoğunlaşmanın ölçülmesinde birçok endeks olmasına rağmen, hesaplama kolaylığı nedeniyle daha çok yoğunlaşma oranları kullanılmaktadır. “Yoğunlaşma oranı, sektörün toplam çıktısı içinde en yüksek paya sahip işletmenin paylarının toplamıdır. Yoğunlaşma kavramı, bir piyasada var olan yapının ne ölçüde rekabete açık olduğunun göstergesidir. Genel olarak piyasadaki işletme sayısının fazla olmasının rekabet şartlarının oluştuğunu garantiemesi mümkün değildir” (Zeybek, 2005).

Yoğunlaşmayı belirleyen faktörler şu şekilde sıralanabilir (Baş, 2012; Baysal ve Çavuşoğlu, 2009: 39).

- 1) Ölçek ekonomileri ve pazarın büyüklüğü
- 2) Birleşmeler
- 3) Pazara giriş engelleri
- 4) Reklam ve diğer tutundurma faaliyetleri
- 5) Kamu politikaları
- 6) Teknolojik gelişmeler

Piyasa yoğunlaşma indeksleri, piyasa gücünün ölçülmesinde yararlı ve pratik göstergeler sağlamaktadır. Bu indeksler, piyasa bazında değerler oldukları için, bir işletmenin piyasadaki gücünün belirlenmesinde başka verilerle birlikte ele alındığında çok daha yararlı olmaktadır. Piyasa yoğunlaşma endeksleri, kolay hesaplanabilirler ve piyasanın ne kadar rekabetçi olduğuna ilişkin ipuçları verirler. Piyasada faaliyet gösteren işletme sayısının çok olması ve bu işletmelerin birbirine denk olmaları oranında yoğunlaşma azalır ve rekabet artar. Piyasa yapısının rekabetçi olması ölçüsünde de, piyasada faaliyet gösteren işletmelerin piyasa değişkenlerini etkileme güçleri azalır. Bu nedenle piyasanın ne kadar rekabetçi olduğunun tespitinde en önemli husus piyasa yoğunlaşma oranlarının bilinmesidir (Durukan ve Hamurcu, 2009: 75-86). Bu bağlamda, Türk tekstil ve hazır giyim sektöründeki işletmelerin sayısal veya büyüklük olarak dağılımını içeren pazar yoğunlaşması açısından değerlendirilmesinin rekabet açısından önem taşıması çalışmanın çıkış noktasını oluşturmuştur. Çalışmada, Türkiye'deki tekstil ve hazır giyim sektörü ürünlerinin ekonomik faaliyet sınıflarındaki yoğunlaşma düzeyleri rekabet açısından değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Çalışmanın, tekstil ve hazır giyim sektörünün rekabet durumu dikkate alınarak 2023 Küresel Güç hedefler doğrultusunda yapılan çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2. Yöntem

Türkiye'deki tekstil ve hazır giyim sektörünün yoğunlaşma düzeylerinin rekabet açısından değerlendirilmeye çalışıldığı bu çalışmada; TÜİK 2012 yılı ekonomik faaliyet sınıflarındaki yoğunlaşma düzeyleri dikkate alınarak tekstil ve hazır giyim sektörünün durumu yorumlanmış ve öneriler getirilmiştir. (TÜİK'in ekonomik faaliyet sınıflarındaki yoğunlaşma düzeyleri bakımından hazırladığı en güncel veriler 2012 yılına aittir.)

Yoğunlaşma oranları, TÜİK'in hazırladığı 2012 yılı Sanayi ve Hizmet İstatistikleri çalışması kapsamındaki girişimlerin faaliyet türü birimleri bazında ciro değerleri kullanılarak NACE Rev. 2 sınıflamasına göre sınıflar (4 rakamlı) düzeyinde hesaplanmıştır. Girişimin faaliyet gösterdiği her farklı ekonomik faaliyet sınıfı, faaliyet türü birimi olarak alınmıştır. Bu çalışmada temel alınan yoğunlaşma oranı (CR4: Concentration Ratio), bir ekonomik sınıftaki en büyük 4 girişimin ciroları toplamının, o ekonomik sınıftaki toplam ciro değerine bölünmesiyle elde edilmiştir (TÜİK, 2014). Bu çalışmada CR4 değerleri dikkate alınarak değerlendirmeler yapılmıştır.

Tablo 1: Yoğunlaşma Düzeyleri Tablosu (DİE, Aktaran Baş, 2012)

Düşük	0-30
Orta	31-50
Yüksek	51-70
Çok Yüksek	71-100

Yoğunlaşma düzeyleri; $CR4 < 30$ ise düşük derecede yoğunlaşma, $30 \leq CR4 < 50$ ise orta derecede yoğunlaşma, $50 \leq CR4 < 70$ ise yüksek derecede yoğunlaşma, $CR4 \geq 70$ ise çok yüksek derecede yoğunlaşma olarak belirlenmiştir. Bu veriler doğrultusunda sektördeki yoğunlaşma oranları değerlendirilmiştir.

3. Bulgular ve Yorum

Serbest piyasa ekonomisinin oluşabilmesindeki en önemli unsur rekabettir. Yoğunlaşma oranı arttıkça pazardaki rekabet şansı azalmaktadır. Diğer bir ifadeyle yoğunluk ile rekabet derecesi arasında ters yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Düşük yoğunlaşma oranı rekabetin derecesinin yüksek olduğunu, yüksek yoğunlaşma oranı ise rekabetin düşük olduğunu veya hiç olmadığını göstermektedir. Bu oranın %100'e ulaşması halinde o pazarın tekelleşmiş olduğu açığa çıkmaktadır. Yani satışların tamamı tek bir işletme tarafından gerçekleştirilmektedir. Yoğunlaşma oranının yüksek olduğu bir sektörde işletmenin pazarda hakimiyet kurduğu, fiyatta rekabetin olmadığı ve dolayısıyla tüketicinin zarar gördüğü bir ortam oluşmaktadır. Bu durum genelde gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde görülmektedir. Aynı zamanda bu durum, ülkelerde rekabet ve tüketiciyi korumaya yönelik yeterli önlemlerin alınmadığı anlamına gelmektedir. Sektöre girmek isteyen işletmeler engellerle karşılaşabilmekte ve sektöre giriş oldukça zorlaşabilmektedir. Yoğunlaşmanın düşük olduğu sektörlerde ise giriş engelleri az olmakla birlikte, pazar tam rekabete yakındır. Tekstil ve hazır giyim sektöründe tekstil ürünlerinin toptan ve perakende ticaretine ilişkin ekonomik faaliyet sınıflarındaki yoğunlaşma düzeyleri Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2: Tekstil Sektörüne İlişkin Bazı Ekonomik Faaliyet Sınıflarındaki Yoğunlaşma Düzeyleri (TUIK, 2014)

	2009		2011		2009	2011	Girişim Sayısındaki Değişim
	CR4	CR8	CR4	CR8	Girişim Sayısı	Girişim Sayısı	
Tekstil ürünlerinin toptan ticareti	3,86	4,99	4,9	6,8	19,309	14,963	-4,346
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda tekstil ürünleri perakende ticareti	4,21	5,49	5,3	6,9	36,938	39,414	2,476
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda giyim eşyalarının perakende ticareti	15,59	21,97	19,8	26,0	60,171	52,653	-7,518

Tablo 2 incelendiğinde, Boran ve Uzunoğlu'nunda (2014: 25-28) ifade ettiği gibi, tekstil ve hazır giyim sektöründe 2011 yılında özellikle girişim sayılarındaki düşüş dikkat çekmektedir. Genel olarak sektör ticaretinde yoğunlaşmanın düşük olduğu görülmekte, bu durum yüksek rekabet olduğunu göstermektedir.

Tekstil toptan ve giyim eşyası perakende ticaretinde girişim sayılarının azalması, işletmelerin sektörden çıktığına işaret etmektedir. Giyim eşyası perakende ticaretinde 7.518 işletme, tekstil ürünleri toptan ticaretinde 4.346 işletme sektörden ayrılmıştır. Rekabetin yüksek olduğu bir ortamda toptan ticaretinde önemli sayıda işletmenin sektörden ayrılması, sektördeki diğer sorunların ne olduğu sorusunu düşündürmekte ve araştırılmasını gündeme getirmektedir.

2013 yılı Sanayi ve Hizmet Sektörlerinde Yoğunlaşma oranları tablosunun genel olarak (tüm sektörler) değerlendirilmesinde, 108 sınıfta yoğunlaşma oranı çok yüksek olarak gerçekleşmiştir. Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri (YSHİ) araştırması kapsamında girişimler 525 farklı sınıfta faaliyet göstermişlerdir. CR4'e göre 108 sınıfta çok yüksek, 75 sınıfta yüksek, 107 sınıfta orta, 235 sınıfta ise düşük derecede yoğunlaşma vardır (TUIK, 2016). Araştırma kapsamında bu tablodan tekstil ve hazır giyim sektörünün üretim ve ticaret sınıfları ile ilgili faaliyet grupları seçilerek yoğunlaşma düzeyleri Tablo 3'de sunulmuştur.

Tablo 3: Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründeki Ekonomik Faaliyet Sınıflarındaki Yoğunlaşma Düzeyleri

Kısım	Sınıf	Sınıf açıklama	CR ₄	CR ₈	H- indeksi	Girişim sayısı	Yoğunlaşma derecesi
			CR ₄	CR ₈	H- index		
	2060	Suni veya sentetik elyaf imalatı	98,90	100,00	0,4833	6	Çok yüksek
	1395	Dokusuz kumaşların ve dokusuz kumaştan yapılan ürünlerin imalatı (giyim eşyası hariç)	91,72	100,00	0,2645	8	Çok yüksek
	1412	İş giysisi imalatı	45,16	58,45	0,0693	370	Orta
	1396	Diğer teknik ve endüstriyel tekstillerin imalatı	32,43	39,97	0,0389	1 280	Orta
	1431	Örme (trikotaj) ve tığ işi (kroşe) çorap imalatı	22,37	33,82	0,0221	973	Düşük
	1392	Giyim eşyası dışındaki tamamlanmış tekstil ürünlerinin imalatı	20,31	29,17	0,0161	8 175	Düşük
	1399	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer tekstillerin imalatı	20,15	31,06	0,0191	2 468	Düşük
	1439	Örme (trikotaj) ve tığ işi (kroşe) diğer giyim eşyası imalatı	17,27	27,24	0,0133	2 372	Düşük
	1419	Diğer giyim eşyalarının ve giysi aksesuarlarının imalatı	14,83	23,19	0,0115	2 200	Düşük
İmalat	1320	Dokuma	12,72	19,56	0,0085	4 235	Düşük
	1310	Tekstil elyafının hazırlanması ve bükülmesi	12,01	17,50	0,0080	1 653	Düşük
	1391	Örgü (triko) veya tığ işi (kroşe) kumaşların imalatı	10,88	18,32	0,0092	910	Düşük
	2894	Tekstil, giyim eşyası ve deri üretiminde kullanılan makinelerin imalatı	9,11	14,06	0,0057	1 157	Düşük
	1413	Diğer dış giyim eşyaları imalatı	8,08	12,74	0,0038	38 510	Düşük
	1330	Tekstil ürünlerinin bitirilmesi	7,38	11,87	0,0049	3 445	Düşük
	1414	İç giyim eşyası imalatı	5,27	8,53	0,0029	8 232	Düşük
	4616	Tekstil, giysi, kürk, ayakkabı ve deri eşyaların satışı ile ilgili araçlar	53,74	69,53	0,1280	180	Yüksek
	4771	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda giyim eşyalarının perakende ticareti	19,38	25,72	0,0196	50965	Düşük
	4642	Giysi ve ayakkabı toptan ticareti	18,95	25,41	0,0123	15854	Düşük
4751	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda tekstil ürünleri perakende ticareti	6,21	8,35	0,0019	37130	Düşük	
4641	Tekstil ürünlerinin toptan ticareti	5,49	7,80	0,0017	14244	Düşük	

Turkish Studies

4782	Tezgahlar ve pazar yerleri vasıtasıyla tekstil, giyim eşyası ve ayakkabı perakende ticareti	0,82	1,04	0,0002	11719	Düşük
9601	Tekstil ve kürk ürünlerinin yıkanması ve (kuru) temizlenmesi	7,93	14,06	0,0046	7 221	Düşük

TÜİK, Sanayi ve Hizmet Sektörlerinde Yoğunlaşma, 2012 (TÜİK, 2014)

Tablo 3 incelendiğinde, tekstil ve hazır giyim sektörleri için, çok yüksek derecede yoğunlaşmanın görüldüğü faaliyet kolları; suni veya sentetik elyaf imalatı, dokusuz kumaşların ve dokusuz kumaştan yapılan ürünlerin imalatı (giyim eşyası hariç) alanlarıdır. Sonuçlar doğrultusunda bu faaliyet alanlarında piyasa yapısının rekabetçi olmadığı ve işletmelerin piyasa değişkenini etkileme güçlerinin arttığı söylenebilir. Bu durum, piyasa gücünü az sayıda ve birbirine yakın güçteki teşebbüslerin ellerinde tuttuğu ve birinin fiyat taktığının diğerlerinin pazar payını etkilediği “oligopolistic” yapılanmaların oluşumuna neden olabileceği şeklinde yorumlanabilir.

Yüksek derecede yoğunlaşmanın görüldüğü faaliyet kolu sadece tekstil, giysi, kürk, ayakkabı ve deri eşyaların satışı ile ilgili araçlar alanıdır. Orta derecede yoğunlaşmanın görüldüğü kollar; iş giysisi imalatı ve diğer teknik ve endüstriyel tekstillerin imalatı kollarıdır. Piyasada faaliyet gösteren işletme sayısının çokluğu ve bu işletmelerin birbirine denk olmaları oranında yoğunlaşmanın azalarak ve rekabetin arttığı dikkate alındığında; yüksek ve orta düzeyde yoğunlaşmanın olduğu bu faaliyet sınıflarının yoğunlaşma düzeylerini düşürmeleri için gerekli tedbirleri alması gerektiği söylenebilir.

Düşük derecede yoğunlaşmanın görüldüğü faaliyet kolları ise; Örmeye (trikotaj) ve tığ işi (kroşe) çorap imalatı, giyim eşyası dışındaki tamamlanmış tekstil ürünlerinin imalatı, başka yerde sınıflandırılmamış diğer tekstillerin imalatı, örme (trikotaj) ve tığ işi (kroşe) diğer giyim eşyası imalatı, diğer giyim eşyalarının ve giysi aksesuarlarının imalatı, dokuma, tekstil elyafının hazırlanması ve bükülmesi, örgü (triko) veya tığ işi (kroşe) kumaşların imalatı, tekstil, giyim eşyası ve deri üretiminde kullanılan makinelerin imalatı, diğer dış giyim eşyaları imalatı, tekstil ürünlerinin bitirilmesi, iç giyim eşyası imalatı, belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda giyim eşyalarının perakende ticareti, giysi ve ayakkabı toptan ticareti, belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda tekstil ürünleri perakende ticareti, tekstil ürünlerinin toptan ticareti, tezgahlar ve pazar yerleri vasıtasıyla tekstil, giyim eşyası ve ayakkabı perakende ticareti, tekstil ve kürk ürünlerinin yıkanması ve (kuru) temizlenmesi kollarıdır.

Tekstil ve hazır giyim sektörü iplikten dokumaya, aksesuardan yardımcı malzemeye, ürün çıktısından pazarlamaya kadar çok geniş bir yelpazeye sahip ve çeşitli faaliyet bölümlerinin oluşturduğu bir sektördür. Bu açıdan bakıldığında tüm bölümlerde yoğunlaşma düzeyinin aynı olması da beklenemez. Genel olarak faaliyet kollarının pek çoğunda yoğunlaşmanın düşük olduğu görülmekte, bu durum yüksek rekabet olduğunu göstermektedir.

Özellikle hazır giyim sektöründe hızlı ve kaliteli üretim yapmak işletmelerin rekabet ortamına ayak uydurmaları açısından önemlidir. Tekstil ve hazır giyim sektörünün genel olarak yoğunlaşma oranları dikkate alındığında oligopolcü bir piyasa yapısının olmadığını söylemek mümkündür. Özellikle faaliyet kolları dikkate alındığında tekstil sektöründe üretim ve tekstil hazır giyim alanında yapılan perakende ve toptan ticaretinde düşük oranda yoğunlaşmanın olması, bu alanlarda yüksek rekabetin olduğu, işletme sayısının fazla olduğu ve aynı zamanda piyasaya giriş engellerinin fazla olmadığı yönünde bir durumu gösterir niteliktedir.

TÜİK'in (2014) yapmış olduğu araştırma bazı sektörlerin gelişme kaydettiğini, bazı sektörlerin ise kan kaybettiğini göstermektedir. Özellikle Türkiye'de rekabetçi olmayan piyasa yapısı, büyük işletmelerin egemenliğine izin vermektedir. Yoğunlaşma oranlarına bakıldığında ise,

Türk imalat sanayi içindeki işletmelerin çoğunun, yoğunlaşmış piyasa yapısı içinde faaliyette buldukları görülmektedir. Türkiye imalat sanayi yapısı ele alındığında oligopol piyasa yapısı açıkça göze çarpmaktadır. Yoğunlaşma oranları göstermektedir ki lider işletmelerin yer aldığı piyasa yapısı içerisinde rekabet düzeyi düşmektedir. Ancak Tablo 3 dikkate alındığında bu durumların tekstil ve hazır giyim sektörü için geçerli olmadığı ve sektörde yüksek oranda rekabetin olduğu yoğunlaşma oranları dikkate alındığında net bir şekilde görülmektedir. Genel tablo içinde tekstil ve hazır giyim sektörünün bu durumu sevindirici ve ülke ekonomilerindeki önemi açısından umut vericidir.

Akan'ın (2002: 91-97) belirttiği gibi yoğunlaşma, hem işletme sayısı hem de işletme büyüklüğü ile ilişkilidir. Bu durum, işletme sayısını azaltan ve işletme büyüklüğünü arttıran faktörlerle dolaylı veya dolaysız olarak yoğunlaşmanın artmasına neden olmaktadır. İşletme büyüklüğünü etkileyen faktörler arz ve talep yönlü olmak üzere iki grupta incelenebilir. İşletme büyüklüğünü talep açısından etkileyen faktörler, talebin mutlak büyüklüğü, ürünün homojenlik veya farklılaşma derecesi, coğrafi yerleşim, zaman, diğer piyasalardaki arz ve talep koşullarına bağımlılık, talebin değişebilirliği ve tahmin edilebilme özelliğidir. Arz yönlü faktörler ise işletmenin uzun dönem ortalama maliyet eğrisini etkilediklerinden dolayı ölçek ekonomileri ile ilişkilendirilebilir. Bu nedenle ölçek ekonomileri, yoğunlaşmayı arttıran en önemli faktör olarak kabul edilmektedir. Ölçek ekonomileri piyasaya yeni girecek işletmeler için bir engel teşkil ederken, yüksek karlarında devamlılığını sağlamaktadır. Ayrıca işletmenin kuruluşu ve faaliyete geçiş noktasında sermaye gereksinimi piyasaya girişe diğer bir engeli oluştururken, özellikle büyük miktarlardaki sermaye gereksinimi gerektiren durumlarda yoğunlaşmayı da önemli ölçüde etkilediği gözlenmektedir. Ancak bu durumun tekstil ve hazır giyim sektörü için önemli bir sorun olduğunu söylemek mümkün değildir. Çünkü piyasaya giriş için yüksek sermaye gerekli değildir. Bu bağlamda piyasada çok sayıda işletmenin varlığından söz etmek mümkündür ve bu durum da sektördeki düşük yoğunlaşma durumunu açıklar niteliktedir.

4. Sonuç

Türkiye'deki tekstil ve hazır giyim sektörü ürünlerinin ekonomik faaliyet sınıflarındaki yoğunlaşma düzeylerinin rekabet açısından değerlendirildiği bu çalışmada; Tekstil ve hazır giyim sektörü genel olarak değerlendirildiğinde, "sunı veya sentetik elyaf imalatı" ve "dokusuz kumaşların ve dokusuz kumaştan yapılan ürünlerin imalatı" faaliyet alanları dışında düşük yoğunlaşma durumu dikkati çekmektedir. Bu durum bu sektörlerde yüksek rekabet olduğunu göstermektedir. Genel olarak tekstil ve hazır giyim sektöründe yeni girişim sayısı oldukça fazladır. Girişim sayısında artış görülmesi ise fırsatların olduğunu işaret etmektedir.

Tekstil ve hazır giyim sektörü, sağladığı katma değer, yarattığı istihdam olanakları ve sürekli etkileşim içinde olduğu diğer sanayi kollarıyla, ülke ekonomilerindeki öncü sektörlerden biri olmuştur. İhracat büyüklüğünün tekstil ve ham maddelerinde 20 milyar dolara, hazır giyim ve konfeksiyonda 52 milyar dolara ulaşmasının hedeflendiği 2023 vizyonu doğrultusunda, üretim ve istihdamın devamlılığı için ilave ve mevcut yatırımların modernizasyonu ile rekabetçi üretim yapısının korunması ve verimlilik artışı büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda Ar-Ge ve Ür-Ge faaliyetlerine, moda-marka ve tasarım odaklı özgün ürünlerle katma değerli ihracat payının artırılarak devamının sağlanması, öncelikli önem verilmesi gereken konuların başında görülmektedir.

Kalkınma süreçlerinin önemli dayanağı olarak gelişen ülkelerin ekonomisinde güçlü bir yer tutan ve ülkemiz ekonomisi için de önem teşkil eden tekstil ve hazır giyim sektörünün, yoğunlaşma ile ilgili araştırmalara duyarlı olması ve değerlendirmesi gerekmektedir. Ayrıca çok uluslu işletmelerin giderek daha güçlü konuma geçtiği günümüzde, tekstil ve hazır giyim sektöründe de yer alan işletmelerin desteklenmesi için ülke olarak strateji geliştirilmesi önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Akan, Y. (2002). "Türk İmalat Sanayinde Yoğunlaşma: 1980-96", *İktisat İşletme ve Finans*, C. 17, S. 198, 91-97.
- Baş, M. (2012). Rekabeti Etkileyen Faktörlerden Pazar Yoğunlaşması ve Türkiye'deki Bazı Sektörlerin Yoğunlaşma Dereceleri, <http://www.mehmetbas.com> Erişim Tarihi: 21 Ekim 2014.
- Baysal, B. ve Çavuşoğlu, N. (2009). Türk İmalat Sanayinde Yoğunlaşma ve Rekabet, *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 2009 Cilt: 46 Sayı: 528, 39.
- Boran, Ş. ve Uzunoğlu, H. (2014). Sektörlerdeki Rekabetçi Yapı Mercek Altında, *Ar-Ge Bülten*, 2014 Ocak, Sektörel, İzmir Ticaret Odası, 25-28.
- Davies, H. (1991). *Managerial Economics for Business Management and Accounting*, Pitman Public Co, 2. Ed, New York.
- Devlet İstatistik Enstitüsü, Haber Bülteni, 29.09.1998 aktaran, Baş, M., (2012). Rekabeti Etkileyen Faktörlerden Pazar Yoğunlaşması ve Türkiye'deki Bazı Sektörlerin Yoğunlaşma Dereceleri, <http://www.mehmetbas.com> Erişim Tarihi: 21 Ekim 2014.
- Durukan, T. ve Hamurcu, Ç. (2009). Mobil İletişimde Pazar Yoğunlaşması, *Journal of Black Sea Studies*, C. 6, S. 22, 75-86.
- Sandal, E. K. ve Şen, Ö. (2016). The Agglomerated Industrial Sectors in Gaziantep and These Sector's Distribution In Turkey, *Turkish Studies - International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, Volume 11/8 Spring 2016, p. 313-334, ISSN: 1308-2140, www.turkishstudies.net, DOI Number: <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.9612> ANKARA-TURKEY
- Schmalensee, R. (1988). Industrial Economics: An Overview, *The Economic Journal*, C. 98, S. 392, 643-681.
- Tüik, (2014). Sanayi ve Hizmet Sektörlerinde Yoğunlaşma, 2012, www.tuik.gov.tr Erişim Tarihi: 21 Ekim 2014.
- Tüik, (2016). Sanayi ve Hizmet Sektörlerinde Yoğunlaşma, 2012, www.tuik.gov.tr Erişim Tarihi: 01 Nisan 2016.
- Zeybek, A. (2005). Türkiye Sanayi Yapısının Yoğunlaşma Verileri Kapsamında İrdelenmesi, *Uzmanlık Tezi*, Teşvik ve Uygulama Genel Müdürlüğü Hazine Müsteşarlığı.

Citation Information/Kaynakça Bilgisi

Koca, E. & Kaya, Ö. (2016). “Yoğunlaşma Çerçevesinde Türk Tekstil Ve Hazır Giyim Sektörünün Değerlendirilmesi / The Evaluation of Turkish Textile and Clothing Sector in Terms of Saturation”, *TURKISH STUDIES -International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic-*, ISSN: 1308-2140, Volume 11/18 Fall 2016, ANKARA/TURKEY, www.turkishstudies.net, DOI Number: <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.9987>, p. 135-146.