

**T.C.**  
**ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**İŞLETME ANABİLİM DALI**  
**İŞ - YL - 2005 - 0002**

**REKABET VE İŞBİRLİĞİ STRATEJİLERİNİN**  
**FİNANSAL YÖNETİM AÇISINDAN**  
**DEĞERLENDİRİLMESİ:**  
**EGE BÖLGESİ TEKSTİL SEKTÖRÜ ÖRNEĞİ**

**HAZIRLAYAN**  
**D. Ali KIZILYALÇIN**

**DANIŞMAN**  
**Yrd. Doç. Dr. Osman BAYRİ**

**AYDIN – 2005**

## **ÖZ**

“Rekabet ve işbirliği stratejilerinin finansal yönetim açısından değerlendirilmesi: Ege Bölgesi tekstil sektörü örneği” konulu çalışmanın amacı, rekabet ve işbirliği stratejilerinin tekstil sektöründe uygulanması ve bunların sektördeki işletmelerde etkilerinin ortaya konulmasıdır. Bu çalışmada, İ.M.K.B.’de işlem gören üç tekstil şirketinin rekabet güçleri, maliyet-hacim-kâr analizi, oran analizi, eğilim yüzdeleri analizi ve dikey analiz teknikleri kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz sonuçları değerlendirilerek, şirketlerin finansal yapıları ortaya konulmuştur.

## **ANAHTAR KELİMELER**

Rekabet Stratejileri, İşbirliği Stratejileri, Tekstil Sektörü, Ege Bölgesi, Finansal Analiz Teknikleri.

## **ABSTRACT**

The aim of the study entitled “Evaluation of Competition and Cooperation Strategies According to Financial Administration: The case of Textile Sector in the Aegean Region” is about the application of competition and cooperation strategies on textile sector and explaining the impact of those strategies on the companies in textile sector. In the study, the competition power of three textile companies enrolled in the İstanbul Stock Exchange were analysed by using cost-volume-profit analysis, ratio analysis, tendency percentage and percentage analysis techniques. By evaluating the results of analysis, financial statements of the companies has been explained.

## **KEY WORDS**

Competition Strategies, Cooperation Strategies, Aegean Region, Textile Sector, Financial Analysis Techniques.

## İÇİNDEKİLER

ÖZ .....	i
ANAHTAR KELİMELEER .....	i
ABSTRACT.....	i
KEY WORDS .....	i
İÇİNDEKİLER .....	ii
ÇİZELGELER LİSTESİ .....	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ .....	xi
KISALTMALAR VE SİMGELER .....	xiii
GİRİŞ .....	1
MATERYAL VE METOT .....	4

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### REKABET VE İŞBİRLİĞİ KAVRAMLARI

1. Rekabet ve Rekabet Gücü Kavramları .....	8
1.1. İşletmelerde Rekabet Gücünün Belirlenmesi .....	15
1.2. İşletmelerde Rekabet Analizini Etkileyen Güçler .....	16
1.3. Rekabet Stratejileri .....	23
1.3.1. Toplam Maliyet Liderliği .....	24
1.3.2. Farklılaştırma .....	26
1.3.3. Odaklanma .....	27
1.3.4. Birleşik Rekabet Stratejileri .....	28
2. İşbirliği Kavramı .....	29
2.1. İşbirliğinin Tanımı ve Önemi .....	31
2.2. İşbirliğinin Yönleri .....	33
2.2.1. Yatay İşbirliği .....	33
2.2.2. Dikey İşbirliği .....	35
2.2.3. Karma İşbirlikleri .....	36
2.3. İşletmeleri İşbirliği Yapmaya Yönlendiren Temel Etkenler .....	37
2.3.1. Rekabetin Azaltılması, Rekabet Avantajı Elde Etmek ..	38
2.3.2. Sinerji Yaratma, Ölçek Ekonomilerinden Yararlanma ..	38

2.3.3.	Finansal Nedenler ve Finansal Riskleri Azaltmak .....	40
2.3.4.	Çeşitlendirme ve Riskleri Azaltma .....	41
2.3.5.	Teknolojik Gelişmelerden Yararlanma .....	42
2.3.6.	Sermaye Yetersizliği .....	43
2.3.7.	Nitelikli Elemanlardan Yararlanma .....	43
2.3.8.	İşbirliğinin İç Büyümeye Göre Avantajlı Olması .....	44
2.3.9.	Yeni Pazarlara Girme .....	44
2.3.10.	Vergi Avantajları .....	45
3.	İşletmeler Arası İşbirliği Türleri .....	46
3.1.	Kartel .....	46
3.2.	Tröst .....	46
3.3.	Konsern .....	47
3.4.	Konsorsiyum .....	47
3.5.	Lisans Anlaşmaları .....	47
3.6.	Holding .....	48
3.7.	Franchising .....	48
3.8.	Ortak Girişim .....	49
3.8.1.	Genel Olarak Ortak Girişim Türleri .....	51
3.8.2.	Ortak Girişimin Avantajları .....	53
3.9.	Birleşmeler .....	53

## İKİNCİ BÖLÜM

### DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE TEKSTİL SEKTÖRÜ

1.	Dünya Ekonomisi ve Ticaretinde Gelişmeler .....	57
2.	Dünyada Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü .....	59
2.1.	Tekstilde Kullanılan Hammaddeler ve Bunların Genel Sınıflandırması .....	59
2.1.1.	Doğal Lifler .....	60
2.1.1.1.	Dünya Pamuk Üretim ve Tüketimi .....	62
2.1.1.2.	Türkiye'de Pamuk Üretim ve Tüketimi .....	64
2.1.2.	Yapay Lifler .....	66
2.2.	Dünyada Tekstil-Konfeksiyon ve İplik Üretimi .....	66

2.2.1.	Dünya İplik Üretimi ve Kapasitesi .....	66
2.2.2.	Dünya Tekstil ve Konfeksiyon Üretimi .....	68
2.3.	Dünya Tekstil-Konfeksiyon ve İplik Ticareti .....	70
2.3.1.	Dünya Ticaretini ve Tekstil-Konfeksiyon Ticaretini Düzenleyen Genel Anlaşmalar .....	70
2.3.2.	Dünya İplik Ticareti .....	73
2.3.3.	Dünya Tekstil ve Konfeksiyon Ticareti .....	74
3.	Türkiye’de Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü .....	80
3.1.	Türkiye’de Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Ekonomideki Yeri ve Önemi .....	80
3.1.1.	Tekstil-Konfeksiyon Sektörünün Tarihçesi .....	82
3.1.2.	Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün İstihdamdaki Yeri ve Önemi .....	83
3.1.3.	Türk Tekstil Sektöründe Makine Parkı ve Teknoloji Düzeyi .....	84
3.1.4.	Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Katma Değer ve Kapasite Durumu .....	85
3.1.5.	Türk Tekstil Sektörüne Verilen Teşvikler ve Krediler ...	86
3.2.	Türkiye’de Tekstil-Konfeksiyon ve İplik Üretimi .....	88
3.2.1	Türkiye İplik Üretimi .....	88
3.2.2.	Türkiye’de Tekstil ve Konfeksiyon Üretimi .....	91
3.2.3.	Genel Olarak Türkiye’nin Dış Ticareti ve Dış Ticarette Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Yeri ve Önemi .....	93
3.2.3.1.	Türkiye İplik Ticareti .....	95
3.2.3.2.	Türkiye Tekstil ve Konfeksiyon Ticareti .....	97

### ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

#### ARAŞTIRMA BÖLGESİ HAKKINDA GENEL BİLGİLER

1.	Genel Bilgiler .....	103
1.1.	Coğrafi Konum ve Doğal Yapı .....	103
1.2.	İklim Özellikleri ve Bitki Örtüsü .....	105

1.3.	Bölgenin Sosyal Göstergeleri .....	105
1.3.1.	Bölgenin Nüfus Yapısı .....	105
1.3.2.	Bölgenin İstihdam Yapısı .....	106
1.3.3.	Bölgenin Eğitim Düzeyi .....	108
2.	Bölgenin Ekonomik Potansiyeli .....	108
2.1.	GSYİH Açısından Ege Bölgesi .....	109
2.2.	Bölgenin Sanayi Sektörünün Yapısı .....	112
2.3.	Bölgenin Tarımsal Yapısı .....	114
2.4.	Bölgenin Teşvik Durumu .....	116
3.	Genel Olarak Ege Bölgesinde Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü .....	117

## **DÖRDÜNCÜ BÖLÜM**

### **ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA**

1.	Maliyet-Hacim-Kâr Analizi .....	121
1.1.	Maliyet-Hacim-Kâr Analizinin Varsayımları .....	123
1.2.	Başabaş Noktasının Hesaplanması .....	125
2.	Maliyet-Hacim-Kâr Analizlerinin Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş., Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi A.Ş. ve Söktaş Pamuk ve Tarım Ürünlerini Değerlendirme Ticaret ve Sanayi ve A.Ş.'ye Uygulanması.....	126
2.1.	Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin Başabaş Noktasının Hesaplanması .....	128
2.2.	Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi A.Ş.'nin Başabaş Noktasının Hesaplanması .....	132
2.3.	Söktaş Pamuk ve Tarım Ürünlerini Değerlendirme Ticaret ve Sanayi ve A.Ş.'nin Başabaş Noktasının Hesaplanması.....	135
3.	Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş., Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi A.Ş. ve Söktaş Pamuk ve Tarım Ürünlerini Değerlendirme Ticaret ve Sanayi ve A.Ş.'de Oran Analizi Tekniğinin Uygulanması.....	140
3.1.	Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin Oran Analizi Tekniğine Göre Değerlendirilmesi .....	144

3.2.	Söktaş Pamuk ve Tarım Ürünlerini Değerlendirme Ticaret ve Sanayi ve A.Ş.'nin Oran Analizi Tekniğine Göre Değerlendirilmesi .....	149
3.3.	Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi A.Ş.'nin Oran Analizi Tekniğine Göre Değerlendirilmesi .....	155
3.4.	Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş., Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi A.Ş. ve Söktaş Pamuk ve Tarım Ürünlerini Değerlendirme Ticaret ve Sanayi ve A.Ş.'nin malî Tablolarının Karşılıklı Olarak Oran Analizi Tekniğine Göre Analizi.....	161
4.	Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş., Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi A.Ş. ve Söktaş Pamuk ve Tarım Ürünlerini Değerlendirme Ticaret ve Sanayi ve A.Ş.'de Eğilim Yüzdeleri Tekniğinin Uygulanması .....	175
4.1.	Söktaş Pamuk ve Tarım Ürünlerini Değerlendirme Ticaret ve Sanayi ve A.Ş.'nin Eğilim Yüzdeleri Tekniğine Göre Analizi ...	177
4.2.	Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin Eğilim Yüzdeleri Tekniğine Göre Analizi .....	183
4.3.	Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi A.Ş.'nin Eğilim Yüzdeleri Tekniğine Göre Analizi .....	190
5.	Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş., Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi A.Ş. ve Söktaş Pamuk ve Tarım Ürünlerini Değerlendirme Ticaret ve Sanayi ve A.Ş.'de Yüzde Tekniğinin Uygulanması .....	196
5.1.	Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin Yüzde Tekniğine Göre Analizi .....	202
5.2.	Söktaş Pamuk ve Tarım Ürünlerini Değerlendirme Ticaret ve Sanayi A.Ş.'nin Yüzde Tekniğine Göre Analizi .....	213
5.3.	Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi A.Ş.'nin Yüzde Tekniğine Göre Analizi .....	224

5.4.	Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş., Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi A.Ş. ve Söktaş Pamuk ve Tarım Ürünlerini Değerlendirme Ticaret ve Sanayi ve A.Ş.'nin Yüzde Tekniğine Göre Birlikte Olarak Analizi.....	230
5.5.	Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi .....	234
	SONUÇ VE ÖNERİLER .....	240
	ÖZET .....	243
	SUMMARY .....	245
	TEŞEKKÜR .....	247
	KAYNAKLAR .....	248
	ÖZGEÇMİŞ .....	258
EK – 1.	Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin 2000-2003 Dönemine Ait Mali Tabloları.....	xiv
EK – 2.	Söktaş Pamuk ve Tarım Ürünlerini Değerlendirme Ticaret ve Sanayi ve A.Ş.'nin 2000-2003 Dönemine Ait Mali Tabloları....	xviii
EK – 3.	Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi A.Ş.'nin 2000-2003 Dönemine Ait Mali Tabloları.....	xxii
EK – 4.	Şirketlerin 2003 Yılı Gelir Tablosu Dipnotları .....	xxvi



## ÇİZELGELER LİSTESİ

Çizelge 1.	Rekabetçi Üstünlük Yaratmada Başlıca Stratejik Yaklaşımlar ve Özellikleri .....	14
Çizelge 2.	Dünya Mal Ticaretinde Yüzde Değişim .....	58
Çizelge 3.	Başlıca Ülkelerde Pamuk Ekim Alanları ve Üretim Durumu (2003) .....	63
Çizelge 4.	Dünya Pamuk Tüketimi .....	64
Çizelge 5.	Türkiye’de Pamuk Ekim Alanı, Üretim ve Verim Durumu .....	64
Çizelge 6.	Türkiye Pamuk Tüketim ve Dış Ticareti (Ton) .....	65
Çizelge 7.	Türkiye Pamuk Fiyatları ve Prim Miktarları (1998-2003) .....	66
Çizelge 8.	Kıtalar İtibariyle 2002’de Kurulu İplik Makineleri Kapasitesi (Bin Adet) .....	67
Çizelge 9.	Dünya İplik İhracatı ( 1.000 Dolar) .....	74
Çizelge 10.	Dünya İplik İthalatı ( Milyon Dolar) .....	74
Çizelge 11.	Başlıca Tekstil İhracatçısı Ülkeler .....	77
Çizelge 12.	Başlıca Tekstil İthalatçısı Ülkeler .....	77
Çizelge 13.	Başlıca Konfeksiyon İhracatçısı Ülkeler .....	79
Çizelge 14.	Başlıca Konfeksiyon İthalatçısı Ülkeler .....	80
Çizelge 15.	Türkiye’de Sanayi Sayımı Sonuçları (1927) .....	82
Çizelge 16.	Tekstil ve Konfeksiyon Makine İthalatı (Milyon Dolar) .....	85
Çizelge 17.	Yıllar İtibariyle Tekstil ve Konfeksiyon Sektörlerine Verilen Yatırım Teşvikleri .....	87
Çizelge 18.	Bankacılık Sektörünce Tekstil ve Konfeksiyon Sektörlerine Sunulan Krediler .....	88
Çizelge 19.	Türkiye’de Pamuk İpliği Üretim, Kapasite ve Kapasite Kullanım Oranları (1990-2000) .....	90
Çizelge 20.	İmalat Sanayiinde Yıllar İtibariyle Üretim Ağırlıklı Kapasite Kullanım Oranları .....	92
Çizelge 21.	1980-2003 Dönemi Türkiye’nin Dış Ticaret Rakamları .....	94
Çizelge 22.	Türkiye’nin İplik İhracatı (Dolar) .....	95

Çizelge 23.	Türkiye'nin İplik İthalatı (Dolar) .....	96
Çizelge 24.	Yıllar İtibariyle Tekstil Ve Konfeksiyon İhracatının Türkiye Toplam İhracatında Payı .....	98
Çizelge 25.	Türkiye Tekstil ve Konfeksiyon İhracatı .....	99
Çizelge 26.	Yıllar İtibariyle Tekstil Ve Konfeksiyon İthalatının Türkiye Toplam İthalatında Payı .....	101
Çizelge 27.	Türkiye Tekstil ve Konfeksiyon İthalatı .....	102
Çizelge 28.	Sayım Yıllarına Göre Ülke ve Bölge Nüfusu İle Yıllık Nüfus Artış Hızları (1980-2000) .....	106
Çizelge 29.	Türkiye ve Ege Bölgesi'nde İktisadi Faal Nüfusun Faaliyet Kollarına Göre Dağılımı (2000) .....	107
Çizelge 30.	Ege Bölgesi İllerinde Aktif Nüfusun Dağılımı (2000) .....	108
Çizelge 31.	GSYİH Açısından Ege Bölgesi .....	110
Çizelge 32.	Kişi Başına Düşen GSYİH Açısından Ege Bölgesi ve Türkiye. ....	112
Çizelge 33.	Ege Bölgesi Sanayi Sektörü Hasılasının Yıllar İtibariyle Gelişimi .....	113
Çizelge 34.	Ege Bölgesi İllerinin Sanayi Hasılası (2003) .....	113
Çizelge 35.	Ege Bölgesi Tarımsal Hasılasının Türkiye İçindeki Yeri .....	115
Çizelge 36.	Bölgelere göre Pamuk Ekim Alanı, Üretim ve Verim Değerleri .....	116
Çizelge 37.	Ege Bölgesi'ne Verilen Teşvikler .....	117
Çizelge 38.	Ege Bölgesi'nden Sektörlere Göre İhracat (1993-2003) .....	119
Çizelge 39.	Ege Bölgesi Tekstil ve Hammaddeleri İhracatı (2002-2003) ....	120
Çizelge 40.	Analizde Kullanılan Oranlar .....	174
Çizelge 41.	Söktaş Pamuk Ve Tarım Ürünleri Değerlendirme Ticaret Ve Sanayi A.Ş. Eğilim Yüzdelerine Göre Düzenlenmiş Bilançosu	177
Çizelge 42.	Söktaş Pamuk Ve Tarım Ürünleri Değerlendirme Ticaret Ve Sanayi A.Ş. Eğilim Yüzdelerine Göre Düzenlenmiş Gelir Tablosu .....	179
Çizelge 43.	Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş. Eğilim Yüzdelerine Göre Düzenlenmiş Bilançosu .....	183

Çizelge 44.	Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş. Eğilim Yüzdelerine Göre Düzenlenmiş Gelir Tablosu .....	185
Çizelge 45.	Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi A.Ş. Eğilim Yüzdelerine Göre Düzenlenmiş Bilançosu .....	190
Çizelge 46.	Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi A.Ş. Eğilim Yüzdelerine Göre Düzenlenmiş Gelir Tablosu .....	192
Çizelge 47.	Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin Dikey Analize Göre Hazırlanmış Bilançoları .....	199
Çizelge 48.	Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin Dikey Analize Göre Hazırlanmış Gelir Tabloları .....	201
Çizelge 49.	Söktaş Pamuk ve Tarım Ürünlerini Değerlendirme Ticaret ve Sanayi A.Ş.'nin Dikey Analize Göre Hazırlanmış Bilançoları .	209
Çizelge 50.	Söktaş Ticaret A.Ş.'nin Dikey Analize Göre Hazırlanmış Gelir Tabloları .....	212
Çizelge 51.	Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi A.Ş.'nin Dikey Analize Göre Hazırlanmış Bilançoları .....	220
Çizelge 52.	Gimsan Gediz İplik Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin Dikey Analize Göre Hazırlanmış Gelir Tabloları .....	223

## ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.	Rekabet Analizini Etkileyen Beş Güç .....	18
Şekil 2.	Rekabet Stratejileri .....	24
Şekil 3.	Tekstilde Kullanılan Hammaddeler ve Sınıflandırılması .....	60
Şekil 4.	Ege Bölgesi Coğrafi Haritası .....	104
Şekil 5.	Şirketlerin 2000-2003 Dönemine Ait Cari Oranları .....	162
Şekil 6.	Şirketlerin 2000-2003 Dönemine Ait Likidite Oranları .....	162
Şekil 7.	Şirketlerin 2000-2003 Dönemine Ait Nakit Oranları .....	163
Şekil 8.	Şirketlerin 2000-2003 Dönemine Ait Alacak Devir Hızı Oranları .....	164
Şekil 9.	Şirketlerin 2000-2003 Dönemine Ait Alacakların Ortalama Tahsil Süresi Oranları .....	165
Şekil 10.	Şirketlerin 2000-2003 Dönemine Ait Stok Devir Hızı Oranları .....	166
Şekil 11.	Şirketlerin 2000-2003 Dönemine Ait Varlık Devir Hızı Oranları .....	167
Şekil 12.	Şirketlerin 2000-2003 Dönemine Ait Öz Sermaye Devir Hızı Oranları .....	168
Şekil 13.	Şirketlerin 2000-2003 Dönemine Ait Kaldıraç Oranları .....	169
Şekil 14.	Şirketlerin 2000-2003 Dönemine Ait Öz Sermaye/Varlık Toplamı Oranları .....	169
Şekil 15.	Şirketlerin 2000-2003 Dönemine Ait Yabancı Kaynak/Öz Sermaye Oranları .....	170
Şekil 16.	Şirketlerin 2000-2003 Dönemine Ait Net Kâr/Öz Sermaye Oranları .....	171
Şekil 17.	Şirketlerin 2000-2003 Dönemine Ait Net Kâr/Varlık Toplamı Oranları .....	172
Şekil 18.	Şirketlerin 2000-2003 Dönemine Ait Net Kâr/Net Satışlar Oranları .....	173
Şekil 19.	Menderes Tekstil A.Ş. Duran Varlıklar-Dönen Varlıklar Karşılaştırması .....	202

Şekil 20.	Menderes Tekstil A.Ş. Yabancı Kaynaklar-Öz Kaynaklar Karşılaştırması .....	203
Şekil 21.	Menderes Tekstil A.Ş. Dönen Varlıklar-Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar Karşılaştırması .....	205
Şekil 22.	Menderes Tekstil A.Ş. Duran Varlıklar-Öz Kaynaklar Karşılaştırması .....	206
Şekil 23.	Menderes Tekstil A.Ş. Ticarî Alacaklar-Ticarî Borçlar Karşılaştırması .....	206
Şekil 24.	Söktaş A.Ş. Duran Varlıklar- Dönen Varlıklar Karşılaştırması	213
Şekil 25.	Söktaş A.Ş. Yabancı Kaynaklar-Öz Kaynaklar Karşılaştırması	214
Şekil 26.	Söktaş A.Ş. Dönen Varlıklar-Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar Karşılaştırması .....	215
Şekil 27.	Söktaş A.Ş. Duran Varlıklar-Öz Kaynaklar Karşılaştırması .....	217
Şekil 28.	Söktaş A.Ş. Ticarî Alacaklar-Ticarî Borçlar Karşılaştırması ....	218
Şekil 29.	Gimsan A.Ş. Duran Varlıklar-Dönen Varlıklar Karşılaştırması	224
Şekil 30.	Gimsan A.Ş. Yabancı Kaynaklar-Öz Kaynaklar Karşılaştırması .....	225
Şekil 31.	Gimsan A.Ş. Dönen Varlıklar-Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar Karşılaştırması .....	226
Şekil 32.	Gimsan A.Ş. Duran Varlıklar-Öz Kaynaklar Karşılaştırması ...	228
Şekil 33.	Gimsan A.Ş. Ticarî Alacaklar-Ticarî Borçlar Karşılaştırması ..	229

## KISALTMALAR VE SİMGELER

AR-GE	: Araştırma ve Geliştirme
DİE	: Devlet İstatistik Enstitüsü
DTM	: Dış Ticaret Müsteşarlığı
DTÖ	: Dünya Ticaret Örgütü
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
EBSO	: Ege Bölgesi Sanayi Odası
GATT	: Tarifeler ve Ticaret Genel Anlaşması
GSMH	: Gayri Safi Milli Hasıla
GSYİH	: Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
İGEME	: İhracatı Geliştirme Merkezi
İTKİB	: İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri
KOBİ	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletme
MFA	: Çok Elyafıllar Düzenlemesi
OECD	: Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı
TUBİTAK	: Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu

## GİRİŞ

Günümüzde işletmeleri etkileyen dış çevre faktörlerinin en önemli özellikleri karmaşıklık, belirsizlik ve değişimdir. Bu faktörler, maliyetlerin artmasına ve pazar payları üzerinde rekabetin aşırı yoğunlaşmasına neden olmuştur. Bu durum işletmeler için esneklik ve ölçek ekonomisine sahip olmayı zorunlu hale getirmiştir. Bu ortamda bir çok işletmenin tek başına başarılı olması mümkün olmayabilir. İşletmelerin tek başlarına rekabete girme yerine, başka işletmeler ile işbirliği içinde bulunması, işletmelerin daha başarılı olmasında önemli katkı sağlamaktadır.

Birçok işletmenin stratejik hedeflerine ulaşmasını engelleyen en önemli faktör, kaynak yetersizliğidir. İşletmeler tedarikçi işletmeleri, ya da ürettiği malları satın alan işletmelerin mülkiyetini ve denetimlerini ele geçirmek yoluyla ileriye, ya da geriye doğru büyüme gösterebilirler. Ancak, bu tür büyüme, bazı riskleri de beraberinde getirecektir. Ayrıca işletmelerin mülkiyetini ve denetimini ele geçirmek için, yeterli finansal güce sahip olmayan işletmeler için, işbirliği önemli bir rekabet avantajı sağlayabilir.

İşbirliği iki, ya da daha fazla işletmenin bir araya gelerek bazı alanlarda birlikte hareket etmeleridir. Son yıllarda küreselleşme akımı ile birlikte, işletmelerin başarıya ulaşmalarında, işbirliği daha da önemli hale gelmiş ve işletmelerin müşterileri, tedarikçileri, ya da rakipleri ile işbirliği yapmasını zorunlu hale getirmiştir. Artık sadece bir ürünü üretmek değil, müşteriye bütün bir hizmeti sunmak giderek önem kazanmaktadır. Ürünün tanıtımını yapmak, ürünü teslim etmek ve ürünle ilgili finansal ve teknik hizmetleri sunmak gibi hususlar, ürünün üretimi ile bütünleşen faaliyetler haline gelmeye başlamıştır.

İşbirliği anlaşmaları ile her bir işletme, kendisinin sahip olmadığı kaynakları diğer işletmelerden daha etkin bir şekilde temin ederek ve işbirliği içinde bulunduğu işletmenin deneyimlerinden yararlanarak, kârlılığını ve faaliyetlerinin sürekliliğini sağlayabilecektir. İşbirliği işletmelerin rekabet avantajı kazanmalarında önemli bir rekabet stratejisi olarak kullanılabilir.

İşbirliği anlaşmaları genellikle, mevcut durumda birbirlerinin rakibi olan işletmeler arasında kendi yetenek ve rekabet durumlarını artırmak için rekabet halinde bulunulmayan pazar veya çalışma çizgisinde gerçekleştirilir. Ortaklar aynı zamanda değişik pazarlarda rakip olabilirler.

İşletmeler tedarikçiler, ya da müşterilerle işbirliği yaparak, ya da uzun süreli anlaşmalar yaparak müşterilerin ihtiyaçlarının karşılanmasında birlikte çalışabilirler. Böylece, her iki taraf da kendi deneyimlerini uygulayabilir ve sonuçta düşük maliyetler elde edilerek kârlılık artırılabilir.

Örneğin Türkiye’deki tekstil işletmeleri, kaliteli üretim alanında deneyim ve tecrübeye sahiptirler. Fakat tekstil işletmelerinin en önemli sorunları, uluslararası pazarlarda marka yaratamama ve pazarlama olanaklarındaki eksiklikler olarak belirtilebilir. Tekstil işletmeleri işbirliği kurma yoluyla bu eksikliklerini diğer işletmelerden karşılayarak tek başına ulaşamadığı hedeflere, birlikte ulaşabilme imkanına sahip olabilirler.

Tekstil ve konfeksiyon sektörü, geniş ürün yelpazesi, yarattığı istihdam olanağı ve kazandırdığı döviz girdisi ile ekonomiye katkısı önemli olan bir sanayi dalıdır. Özellikle 1980 sonrası dışa açılma politikalarının uygulanması sonucunda, Türkiye ekonomisi için kalkınmada önemli bir güç oluşturmuştur.

Bu çalışmanın amacı, rekabet ve işbirliği stratejilerinin finansal yönetim açısından değerlendirilmesi ve Ege Bölgesi tekstil sektöründe uygulanmasıdır.

Çalışma, dört bölümden oluşmaktadır.

Birinci bölümde, rekabet ve işbirliği kavramları hakkında literatür taraması yapılmış ve rekabet ve işbirliği kavramlarının işletmeler için önemi ortaya konulmuştur.

İkinci bölümde, dünyada tekstil ve konfeksiyon sektörü ile beraber Türkiye tekstil ve konfeksiyon sektörü incelenmiştir. Bu amaçla Türkiye’de tekstil ve



konfeksiyon sektörünün dünyadaki ve Türkiye ekonomisi içerisindeki yeri belirlenmeye çalışılmıştır.

Üçüncü bölümde, araştırmada temel olarak alınan Ege Bölgesi hakkında bilgiler verilmiştir. Bu amaçla Ege Bölgesi'nin coğrafi yapısı, demografik özellikleri ve Türkiye ekonomisi içerisindeki yerini belirlemeye yönelik bilgiler verilmiştir.

Dördüncü bölümde, Ege Bölgesi'nde faaliyet gösteren ve İ.M.K.B.'de işlem gören üç tekstil şirketinin malî tabloları esas alınarak uygulama yapılmıştır. Uygulamada, başabaş analizi, oran analizi, eğilim yüzdeleri tekniği ve dikey analiz olmak üzere dört finansal analiz türü kullanılmıştır ve sonuçların değerlendirilmesi yapılmıştır.

## **MATERYAL VE METOT**

### **Çalışmanın Amacı**

Günümüzde globalleşme sonucu artan rekabet, işletmelerin tek başlarına geliştirebilmelerini ve rekabet edebilmelerini güçleştirmektedir. Bu nedenle dünyadaki büyük işletmeler de dahil olmak üzere, bir çok işletme diğer işletmelerle işbirliğine gitme ihtiyacı duymaktadır.

Özellikle son yıllarda rekabet ile ilgili teori ve uygulamalar tartışılmakta ve geliştirilmesi için çözüm yolları bilimsel zeminde aranmaktadır. Ülkemizde işletmelerin yabancı ülke işletmeleri ile rekabet edebilmesi için gerek yurtiçindeki gerekse yurtdışından işletmelerle işbirliği yapmaya ihtiyaç vardır. Çünkü işbirliğinin yaratacağı sinerji ve diğer yararlar işletmelerin uluslararası arenadaki rakipleriyle rekabetinde yararlı sonuçlar verecektir. Bu yüksek lisans tezi ile öncelikle rekabet ve işbirliği kavramları açıklanmaya çalışılacak ve bu iki kavramın işletmelere sağlayabileceği yararlar ortaya konmaya çalışılacaktır. Tezin uygulamaya dayanan kısmında ise; ülkemiz ekonomisine gerek istihdam ve gerekse ekonomik açıdan katkısı büyük olan tekstil sektörünün incelenmesine ve bu kavramların sektörde uygulanabilirliği araştırılacaktır.

### **Çalışmanın Sınırları**

Bu yüksek lisans tez çalışması, rekabet ve işbirliği stratejilerinin işletmelerin rekabet gücü elde edebilmesinde taşıdığı önemi ortaya koymayı hedeflemektedir. Uygulamaya yönelik kısımda ise Ege Bölgesi'nde faaliyet gösteren tekstil ve konfeksiyon işletmelerinin rekabet ve işbirliği olanakları analiz edilmeye çalışılacaktır. Bu çalışmada Ege Bölgesi tekstil sektörünün seçilmiş olmasının ana nedenleri şunlardır:

Dünyada ülkelerin rekabet gücünü etkileyen en önemli kriter ve unsur, o ülkenin işletmelerinin gerek iç piyasalarda ve gerekse de dış piyasalarda gösterdiği

performans ve yarattığı katma değerdir. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de tekstil sektörü ülkenin gelişmesinde ve kalkınmasında ilk ele alınan sektörlerden biri olmuştur.

Tekstil sektörü, ekonomideki diğer sektörlerle olan bağılılığı açısından da önemlidir. Sektörün önemli girdilerinden olan pamuk tarım sektörünün, sentetik hammaddelerin, tekstil terbiyesinde kullanılan boyar maddelerin ve kimyasalların üretimi kimya sanayiinin faaliyet alanına girmektedir.

Mevcut rakamlar ışığında, konfeksiyon sektörü Türkiye’nin en fazla ihracat yapan sektörü, tekstil ve hammaddeleri sektörü ise, konfeksiyon, taşıt araçları ve yan sanayii, demir ve demir dışı metaller ile elektrik-elektronik sektörlerinin ardından beşinci sektör durumundadır.

Tekstil sanayiinin stratejik hammaddesi pamuktur. Türkiye pamuk üretimi bakımından elverişli ekolojik koşullara sahiptir. Ege Bölgesi Türkiye pamuk üretiminde Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nden sonra pamuğun en çok üretildiği bölgedir. Bunun yanında bölgede yetiştirilen pamuk türleri tekstil sanayinin istediği kalite ve lif boyutundadır. Bu nedenle Ege Bölgesi geçmiş yıllardan bu yana Türkiye’deki pamuklu tekstil sektöründe önemli bir konumda bulunmaktadır. Ayrıca sentetik tekstil konusunda da uzmanlaşmış ve dünya çapında kabul gören bir çok işletme bölgede faaliyet göstermektedir. Tekstil sektörü bölgenin istihdamına ve ekonomisine büyük katkıları olan bir sektördür.

Bu esaslar çerçevesinde Ege Bölgesi tekstil sektörünün gerek yurtiçindeki rakiplerine karşı gerekse uluslararası pazarlarda rekabet gücünün artırılmasında rekabet ve işbirliği stratejilerinin uygulanmasının etkisi araştırılmaya çalışılacaktır. Tez çalışmasında genel olarak tekstil sektörü hakkında bilgi verilecek, fakat uygulama sadece Ege Bölgesi tekstil sektörü ile sınırlı tutulacaktır.

## **Çalışmanın Kavramsal Çerçevesi**

Çalışma, rekabet ve işbirliği stratejilerinin Ege Bölgesi tekstil sektörü işletmelerinde uygulanabilirliğinin irdelenmesi amacıyla yönelmiştir. Bu anlamda kavramsal çerçeve içerisinde öncelikle rekabet ve işbirliği kavramlarının ne anlama geldiği önem kazanmaktadır.

Genel olarak literatürde rekabet kavramı, piyasada ekonomik amaç ve çıkarlarını gerçekleştirmek isteyen ekonomik birimler arasında zaman içerisinde ortaya çıkan yarış ve karşıtlık süreci olarak tanımlanmaktadır. Rekabet stratejisi ise, kurumların ve bireylerin uzun vadeli kaynaklarını değerlendirirken, rakiplerin durumunu dikkate alarak, ona göre politikalarını belirlemesi işlemlerinden oluşmaktadır. Buna bağlı olarak, rekabetçi stratejiler denildiğinde kurumların ve bireylerin faaliyet gösterdiği her bir alanda nasıl bir rekabet avantajı gerçekleştirebileceği ile ilgili stratejiler anlaşılmalıdır.

İşbirliği, iki ya da daha fazla şirketin bir araya gelerek belirli bir pazar alanında birlikte hareket etmeleridir. 2000’li yıllara gelindiğinde küreselleşme, rekabetin yoğunlaşması, güçlü şirketlerin ortaya çıkışı gibi pek çok önemli değişiklik gerçekleşmiştir. Bu nedenle işbirliğinin önemi artmaktadır.

## **Çalışmanın Yöntemi ve Tekniği**

Bu çalışmanın ana materyalini İ.M.K.B.’de İşlem gören Ege Bölgesi tekstil şirketlerinin malî tabloları oluşturmaktadır. Araştırmanın teorik çerçevesinin oluşturulabilmesi için literatür taraması yapılmıştır. Bu amaçla, çeşitli yayınlar ve konuyla ilgili daha önce yapılmış çalışmalar incelenmiştir. Materyal bu şekilde elde edildikten sonra, maliyet-hacim-kâr, oran, eğilim yüzdeleri ve dikey analiz teknikleri kullanılarak çalışmanın uygulama kısmı oluşturulmuştur. İşletmeler arası yapılan işbirliğinin faydası kendini daha çok işletme maliyetleri üzerinde gösterdiği için maliyet-hacim-kâr analizleri işbirliğinin analizinde kullanılacak en kapsamlı analiz yöntemidir. Diğer analiz teknikleri de maliyet-hacim-kâr analizini

desteklemek ve şirketlerin konumlarını daha açık bir şekilde ortaya koyabilmek amacıyla yapılmıştır. Böylelikle elde edilen analiz sonuçlarına göre sektörel bazda rekabet gücü belirlenerek, işletmelerde işbirliği yapmanın yararları ortaya konulabilecektir.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### REKABET VE İŞBİRLİĞİ KAVRAMLARI

#### 1. Rekabet ve Rekabet Gücü Kavramları

Rekabet kavramının literatüre girmesi, piyasada üretici ve ürün sayısının artması ile gerçekleşmiştir. Üretici ve ürün sayısının artması ile, tüketicilerin farklı ürünler arasında seçme şansı ortaya çıkmıştır. Bu da, üreticiler ve dolayısıyla ürünler arasında rekabet kavramının doğmasına ve gelişmesine neden olmuştur. Daha sonraları üretim yöntemlerinde değişiklikler ve seri üretimin uygulanması ile, rekabet piyasada önemli bir belirleyici unsur olmuştur.

Rekabet, bir pazarda tüketicilerin ilgisini kazanmak için satıcıların birbirleri ile yarıştıkları bir mücadele biçimidir. Rekabet, içinde bir çok tarafın kıt kaynaklar, güç, bağımlılık, ya da başka amaçlar için aktif olarak yarıştıkları bir durum olarak da tanımlanabilir. Rekabet, taraflardan her birinin kendi pazar pozisyonunu nispi olarak geliştirecek yöntemleri araştırıp bulduğu bir savaşma hareketidir (İslamoğlu, 2000: 226).

Rekabeti aynı tüketiciler ve kaynaklar için çatışma şeklinde de tanımlayabiliriz. Bir işletmenin rakipleriyse, kendi ürünlerine alternatif ürünler sunan işletmeler olarak kabul edilebilir. Ayrıca rakipleri aynı işi yapan veya pazarın aynı bölümünde faaliyet gösteren işletmeler olarak da ele alabiliriz. Direkt rakipler şeklinde başka bir sınıflama yapıldığıdaysa tanım, aynı müşterilere hizmet ettikleri ve benzer faydaları sundukları için zaman içinde birbirlerinden ekstra müşteri kazanma ve kaybetme ihtimali olan işletmeler şeklinde yapılabilir. Rekabet aynı kaynağa ve müşteriye yönelme durumunda kendini hissettirmektedir (Koyuncu, 1998: 65).

Klasik iktisatçılar rekabete bir piyasa süreci olarak bakmışlar ve onu düzenleyici bir güç olarak algılamışlardır. Onlara göre, rekabet gücü sayesinde üretim unsurları düşük getirisi olan sektörlerden yüksek getirisi olan sektörlerle hareket edecek ve üretim unsurlarının getirileri eşitlenecektir. Rekabetin sadece piyasa içinde yer aldığını düşünmüşler, bu yüzden fiyat rekabeti üzerinde yoğunlaşmışlardır (Alpkent, 2000, 83).

İktisat teorisi, pazardaki dengeyi, kaynakların optimal dağılımını ve üretim faktörlerinin üretkenlikleri oranında pay alabilmelerini rekabetle açıklar. Bu açıdan bakıldığında rekabet bir yıkım değil; gelişmeyi, ilerlemeyi, büyümeyi ve ayakta kalmayı teşvik eden bir yaşam tarzı ve felsefesidir (İslamoğlu, 2000: 226).

Bono'ya göre (2000: 86) rekabet ayakta kalmak için gereklidir. Buna göre serbest pazar ekonomilerinde anahtar öge rekabettir. Rekabet tekeli fiyatları önler ve tüketicilerin satın alımlarını en iyi koşullarla yapmalarını güvenceye alır. Üreticilerin verimli olmak ve kaliteli mal üretmek için her türlü çabayı harcamalarını sağlar. Üreticiler bu çabayı göstermezlerse, daha iyi fiyat ve kalite sunan başka üreticiler tarafından pazar dışına atılma tehlikesini göze almış olurlar. Rekabetin amacı, fiyatları düşük, kaliteyi yüksek tutarak tüketiciye yarar sağlamaktır. Rekabet, kaynakların en verimli kullanımını sağlayarak ve girişimi teşvik ederek, bir bütün olarak ekonomiye de yarar sağlar. Yeni girişimciler herhangi bir iş alanına daha iyi fikir, fiyat, ya da kaliteyle girebilir ve kendilerinden öncekilerle rekabet edebilirler (Bono, 2000: 86).

Küreselleşme kavramı da rekabetin boyutunun değişmesine neden olmuştur. Önceleri sadece iç piyasadaki rakipleri ile rekabet eden işletmeler, küreselleşme ile birlikte uluslararası pazarlardaki rakipleri ile de rekabet etmek durumunda kalmışlardır. Çünkü, ürünler artık dünyanın farklı bölgelerinde üretilebilir hale gelmiş ve uluslararası işletmeler dünya pazarlarına girmişlerdir.

Rekabetin günümüzde ulaştığı boyut, bugünün koşullarına uyum sağlamayı kolaylaştıracak bir rekabet modelinden çok geleceğin rekabet koşullarını oluşturacak

pazar lideri konumunu sürdürecektir rekabet modelini öngörmektedir. Bir işletmenin pazarın lideri konumunda olması gelecekte de aynı konumda olacağını göstermez. Geleceğin rekabet modeli bugünün değil, geleceğin koşullarını tahmin ederek, yaratıcı bir tavırla farklılıklar yaratmaya dayanır. Rekabette öncü olabilmek için geleneksel olarak bilinen ölçütlerin dışında müşteriler için bilinenden farklı değerler yaratabilmek gereklidir. Ancak, bu ölçüt kalite, maliyet ve kaynak yeterliliği ölçütlerini de kapsamaktadır. Başka bir deyişle kendi yeterlik ve yetersizliklerinin farkında olan bir işletme yeterliliklerini vurgulama ve yetersizliklerini giderme konusunda çaba göstermeli, kaynaklarını ve yeterliliklerini müşteriler için değer üretmede kullanmalıdır (Özkara ve Yüksel, 1999: 9).

Küreselleşmeyle birlikte, ekonomik sınırların ortadan kalktığı dünya pazarlarında, başarının en önemli koşulu rekabet gücüdür. Bir işletmenin rekabet gücü, ürettiği malların, diğer işletmelerin mallarıyla; fiyat, kalite ve müşteri memnuniyeti bakımından yarışabilecek düzeyde olmasını ifade etmektedir (Güzelcik, 1999: 40).

Rekabet gücü kavramı iki bakış açısından tanımlanabilir: Mikro (işletme ve endüstri) ve makro (ülke) bakış açısı. Mikro düzeyli yaklaşımda ülke içindeki işletmeler arasındaki rekabet ve bu rekabetin ulusal/uluslararası pazardaki etkileri incelenirken, makro yaklaşımda ülkenin uluslararası rekabetteki konumu üzerinde durulmuştur. Dünya Ekonomik Forumu (World Economic Forum), rekabet gücünü girişimcilerin ürün ve hizmetleri tasarlama, üretme ve fiyatlandırma aşamalarında rakiplerine göre üstünlük kazanmaları olarak tanımlamıştır. Mikro düzeyden hareketle rekabet gücünü tanımlayan Sharples ve Milham (1990), rekabet gücünü üretilen ürün, ya da hizmetlerin mümkün olan en uygun fiyatlarla, uygun zamanda ve uygun yerde müşterilere teslim edilmesi ve bu işlemler sırasında en azından tüketilen kaynakların fırsat maliyeti kadar kazancın elde edilmesi olarak tanımlamışlardır (Çivi, 2001: 30).



Rekabet gücü, müteşebbislerin fiyat ve fiyat-dışı nitelikler itibariyle rakiplerine kıyasla daha cazip olacak şekilde, mal ve hizmetleri dizayn etme, üretme ve pazarlama kabiliyetleridir (Güran, 1990: 53).

Rekabet gücü, temelde, geliştirme, yenilik yapma ve değişmeden doğmaktadır. İşletmeler, rekabet için yeni bir temel buldukları veya eski usulle rekabette daha iyi araçlar keşfettikleri için rakiplerine karşı üstünlük sağlarlar. Rekabet gücünü sürdürmek, bir işletmenin iktisatçı Joseph Schumpeter'in yaratıcı yıkım dediği şeyi kendi üstünde uygulamasını gerektirmektedir. Yani yeni üstünlükler geliştirerek eski üstünlüklerini yok etmeleridir. Eğer bunu kendisi yapmazsa, onun yerine bir başka rakip yapacaktır (Thurow, 1994: 47).

İşletmelerin rekabet güçlerini artırılabilmesi için, işletme stratejilerini iyi bir şekilde seçmeleri ve bunu başarılı bir şekilde uygulamaları gerekmektedir. Papatya'ya göre (2003: 24-25), temel bileşenler üç başlık altında toplanmaktadır:

- **Değer Üretme:** Bir işletmenin içinde bulunduğu sektörde rekabetçi üstünlüğe sahip olabilmesi rakiplerinden daha fazla değer üretmesini gerektirir. Değerin üretilmesi, bazı değer yaratmaya ilişkin çevrelerinin tasarlanması ve bunların her birinin belirli bir duruma uygulanmasını gerektirir. Burada yaratılan değer benzersiz ve işlevsel olması önem taşımaktadır.

- **Ciddi Yaratıcılık:** Ciddi yaratıcılık, pratik ve yapıcı olmaktır. Ciddi yaratıcılıkta bilinenlerin, deneyimlerin ve değerlerin, ya da varolan potansiyelin etkin kullanılması önem taşır. Yani ciddi yaratıcılık, bilinenlerin, deneyimlerin ve değerlerin ek değer elde etme konusunda en etkili şekilde kullanılmasının bir yoludur.

- **Kavram Araştırma ve Geliştirme:** Rekabetteki gerçek başarı, konum ve üstünlük anlayışı, farklı düşünüp kavramların üretilmesini gerektirir. Dolayısıyla çoğu işletmelerin rekabet sorunlarının gerisinde kavram araştırma ve geliştirme yetersizliği bulunmaktadır. Rekabet alanında bu yetersizlikler, kendi yararına kavramların araştırılıp geliştirilmemesini ifade eder. Oysa amaç,

kavramların üretilmesi ve geliştirilmesi, rekabetçi üstünlük için vizyonun paylaşılmasıdır.

Porter'a göre, rekabet gücü statik değil dinamik bir kavramdır ve rekabet gücünün yaratılmasında dört faktör önemlidir. Bunlar (Kum, 1999: 166):

- **Faktör Koşulları:** Geleneksel yaklaşımlara göre uluslararası ticaret akımlarını üretim faktörleri belirlemektedir. Bir ülke en çok sahip olduğu faktörlerin kullanıldığı malların üretiminde uzmanlaşıp, bunları ihraç ederek o alanda rekabet üstünlüğüne sahip olmaktadır. Fakat Porter'e göre işgücü ve doğal kaynaklar teknoloji ağırlıklı endüstriler için bir avantaj olmaktan uzaktır. İşletmeler bu faktörleri, uygun bir strateji veya teknolojilerini adapte etmek yoluyla elde edebilmektedirler. Porter ülkelerin ihracat pazarlarındaki rekabet güçlerini belirleyen temel unsurlardan birinin, onların faktör yaratabilme yetenekleri ve kapasiteleri olduğunu belirtmektedir

- **Talep Koşulları:** Porter'e göre, bir ülkedeki tüketiciler kaliteli ve teknolojisi yüksek mallar talep ederlerse, firmalar bu talebe cevap verebilmek için kendilerini yeni ürün geliştirme konusunda sürekli zorlayacaktır. Bir ülkenin iç talebi, dış pazarlarda rekabet gücü kazanmasında önemli bir faktördür. Eğer bir ülke iç talebindeki zevk ve tercihleri uluslararası alana yayabiliyorsa, o ülkenin işletmeleri uluslararası piyasalarda rekabet üstünlüğü elde edeceklerdir.

- **Destek Endüstriler:** Porter'e göre, bir işletmenin ihracat pazarlarında rekabet gücüne sahip olabilmesinin koşullarından biri de, ülke içindeki ara mal üreticilerinin sayı olarak fazla olması ve yoğun bir rekabet içinde bulunmalarıdır. Böylece ara mal üreten firmalar, en etkin yöntemlerle en hızlı ve en ucuz şekilde girdi temin etmek için çabalayacaklardır.

- **İşletme Stratejisi, Yapısı ve Rekabet:** Firmaların amaçları, izlemekte oldukları stratejiler ve organizasyon yapıları uluslararası piyasalardaki rekabet güçlerine kaynaklık etmektedir.

Porter, rekabet gücünün belirleyicisi olarak ortaya koyduğu bu dört ana faktörün dışında, ayrıca dışsal faktörler olarak iki ilave değişkene daha değinmiştir. (Şahan, 2003: 31):

- **Fırsatlar ve Şans:** Şans hadiseleri, işletmelerin ve çoğu zaman hükümetlerin kontrolü dışındaki gelişmelerdir. Örneğin; icatlar, temel teknolojilerdeki hamleler, savaşlar, dış siyasi gelişmeler ve yabancı pazarların taleplerindeki büyük kaymalar gibi. Bunlar, sanayi yapısını çözen ve yeniden biçimlendiren ve bir ülkenin işletmelerine bir başka ülkenin işletmelerini alma fırsatı veren kopuşlara yol açarlar.

- **Devlet Politikaları:** Hükümetler, bütün kademelerde, ulusal üstünlüğün ilerlemesine sebep olabilirler. Antitröst politikaları dahili rekabeti etkiler. Düzenlemeler yurtiçi talep şartlarını değiştirebilir. Hükümet alımları bağlantılı ve yardımcı sanayileri teşvik edebilir.

Rekabetçi üstünlük, ortak olarak kabul edilmiş performans kriterlerine dayanan, belirlenen bir zaman içerisinde rakiplerine karşı sürekli olarak üstün performans elde edebilmektir. Sürdürülebilir rekabetçi üstünlük elde etmeye çabalayan işletmeler ya rakipleri tarafından uygulanan başarılı ve benzer stratejik çözümleri taklit etmeye çalışırlar, ya da pazarda yeni rekabet yollarını araştırırlar. Bu iki seçim benzer oyun ve yeni oyun stratejileri olarak adlandırılır. (Papatya, 2003: 14).

Çizelge 1. Rekabetçi Üstünlük Yaratmada Başlıca Stratejik Yaklaşımlar ve Özellikleri

	<b>Benzer Oyun Teorisi</b>	<b>Yeni Oyun Teorisi</b>
<b>Özellikler</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pazar bölümlerinin belirlenmesi,</li><li>• Pazar bölümleri içindeki pozisyonlara karar vermek,</li><li>• Rakiplerden çok daha etkili pazar hizmeti.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Stratejik yenilik; ürünü süreç, ya da pazarın keşfedilmesi,</li><li>• Pazar içinde ilk hareket üstünlüğü,</li><li>• Başa baş rekabetten sakınma,</li><li>• Gerekli olan temel yeteneklerin geliştirilmesi.</li></ul>
<b>Stratejik Amaç</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Üstün rekabet sağlamada rakiplerin kullandığı benzer stratejik yaklaşımları kullanma stratejisi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Yeni stratejik çözüm yollarıyla rakiplerine karşı rekabette üstünlük stratejisi</li></ul>
<b>Yaklaşım</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Rakiplerin yaptığı eylemleri değerlendirmeyi ve benzerlerinin daha iyisini yapma hareketini vurgular.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Müşteri gereksinimlerini karşılamak için yeni stratejik yetenekler oluşturan örgütler gibi vizyonu ve yenilikçiliği vurgular.</li></ul>

**Kaynak: Papatya, N., “Sürdürülebilir Rekabette Stratejik Yönetim ve Pazarlama Odağı, Kaynak Tabanlılık Görüşü Kavramsal ve Kuramsal Yaklaşım”, Nobel Yayın Dağıtım, 2003: 14**

Günümüzde üst düzeyde rekabet gücüne sahip işletmelerin ortak özellikleri aşağıdaki gibi verilebilir. Bu özellikleri başarılı olarak yerine getiren işletmeler, teknolojinin de yardımıyla yüksek rekabet gücünü sağlayabileceklerdir (Özcan, 2001: 39).

- **Müşteri odaklılık:** İşletmenin iç ve dış müşterilerinin talep, ihtiyaç ve beklentilerini tam olarak karşılayan bir anlayışa sahip olmasıdır. Çünkü günümüzde rekabetin ana hedefi müşteridir. Müşterilerin bakış açıları ve satın alma alışkanlıkları hızla değişmekle birlikte, yine de ilk aradığı faktör kalitedir.

- **Katılımcı:** Katılımcı olma; problem çözme, fikir üretme, öneri geliştirme ve karar almada tüm çalışanların görüşlerinin dinlendiği ve tüm çalışanların kalite politikaları bazında fikir birliği içinde olmalarıdır. Katılımcılık hem verimliliği artırmakta hem de işletmeye rekabette hız üstünlüğü sağlamaktadır.

- **Hedef birliği:** Tüm çalışanların ortak amacı gerçekleştirme yönünde birleştikleri ve her kademedeki yönetici ve çalışanların aynı amaca yönelmiş olmalarıdır.
- **Kaliteli işgücü:** Yüksek performans kaliteli işgücü ile sağlanır. Bu da çalışanların sürekli kendini yenilemesi ve geliştirmesi ile mümkündür.
- **Yüksek motivasyonlu:** İşletmeyi hedefe ulaştırma konusunda en çok çaba gösterenlerin çalışanlar olduğuna inanılarak, çalışanları gösterdikleri çabalar karşısında ödüllendiren bir sistemin varlığı gereklidir.
- **Sistem içinde çalışan:** Tespit edilen hedeflere ulaşmak için bir sistem içinde hareketi sağlayacak plan ve programların gerçekleştirildiği işletmeler, somut hedeflere ulaşabilirler.
- **Gerçek veriler ve hız:** Gelecek için verilen kararlarda görüşlerini gerçek verilere dayandıran ve kararlarını rakiplerine göre daha hızlı uygulamaya geçiren işletmeler rekabet güçlerini yükseltebilirler. Bunun için de doğru bilgilere zamanında ulaşmaları gerekir. Ancak bilgiye dayalı çalışırlarsa işletmeler rekabette başarılı olabilirler.
- **Sorumlu yönetim:** Sistemlerin geliştirilmesi ve demokratik bir idarenin oluşturulması konusunda üzerine düşen görevlerin bilincinde bir yönetim anlayışı olmalıdır.

### 1.1. İşletmelerde Rekabet Gücünün Belirlenmesi

İşletme düzeyinde rekabet gücünün geleneksel analizde kârlılık, pazar payı, maliyet ve verimlilik göstergelerine bakılarak belirlendiğini söylemek mümkündür. Kârlılık mevcut rekabet gücünü ölçmekle birlikte uzun dönemli kârlılığı dikkate almak daha doğru yaklaşımdır. Pazar payı da –şayet firma pazar payı için kârından fedakârlık etmiyorsa- işletmenin kâr maksimizasyonu doğrultusunda hareket ettiği durumunda rekabet gücünü ölçmede kullanılabilir (Dulupçu, 2001: 76).

İşletmelerin rekabet gücünün belirlenmesinde kullanılan faktörlerden başlıcaları aşağıdaki gibi belirtilebilir (Doğan, 2000: 5):

- **Üretim Maliyeti:** Rekabet gücünü belirlemede en önemli faktörlerden biri maliyettir. Özellikle işletmelerin üretim maliyetlerini azaltacak yöntemleri en iyi biçimde uygulamaları gerekmektedir. Başarıyla uygulanan kalite çalışmaları, kalitesizliğin maliyetlerini izleme ve önleme ile önemli maliyet avantajları yaratabilir. Azalan maliyetler, işletmelerin fiyat avantajı ile pazarda konumlarını güçlü tutmaktadır.

- **Kalite ve Standartlara Uygunluk:** Değişen müşteri ihtiyaç ve beklentilerine cevap verebilecek kalite anlayışı ve uygulamalarının benimsendiği ve sürekliliğinin sağlandığı işletmeler rakipleri karşısında üstünlüklerini koruyabileceklerdir.

- **Nitelikli İşgücü:** 1980 sonrası, işçilik ücretleri rekabet gücünü belirleyici ana faktör olmaktan çıkmıştır. Giderek artan rekabet ortamında yer alan endüstrilerde, toplam üretim maliyetleri içinde niteliksiz işgücü maliyeti azalmaktadır. İşçilik ücretlerinin rekabet gücü içinde belirleyici bir faktör olmaktan çıktığı bu yeni yapılanma çerçevesinde nitelikli ve eğitilmiş işgücü ön plana çıkmıştır.

- **Üretim Teknolojisi ve AR-GE Faaliyetleri:** Ulusal ve uluslararası pazarlarda rekabet avantajı sağlamak ve bu avantajlarını sürekli kılmak isteyen işletmelerin rakiplerine göre daha kaliteli ürünü, daha kısa sürede üretebilecek teknolojiyi seçmeleri gerekmektedir.

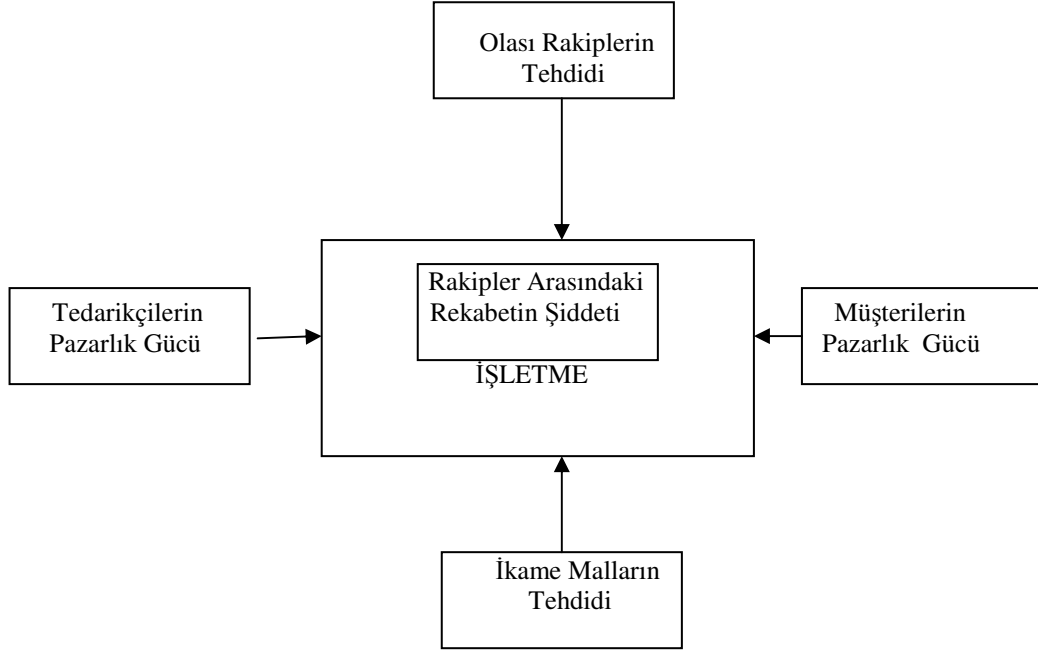
- **Pazar Payı:** Bir işletme ister iç pazara isterse dış pazarlara girmeye karar versin her iki pazarda da hedef alacağı pazar payını ve bu paya ulaşmak için izleyeceği stratejilerini belirlemek zorundadır. Çoğu durumda, hedefledikleri pazarın önemli payına sahip olmuş işletmeler, rakiplerine göre rekabet avantajına sahiptirler.

## 1.2. İşletmelerde Rekabet Analizini Etkileyen Güçler

Rekabet ederken, davranışlar sadece mevcut rakiplere göre belirlenmemelidir. Rakipler sektördeki en önemli rekabetçi güçtür fakat, işletmeler karar alırken sektörde bulunan başka unsurları da dikkate almak zorundadırlar. Porter, sektördeki rekabeti etkileyen beş güç bulunduğunu öne sürmüştür.

1. İş çevresine girecek yeni işletmelerin yarattığı tehdit,
2. İşletmenin ürününe alternatif olabilecek ikame ürünlerin yarattığı tehdit,
3. Tedarikçilerin pazarlık gücü,
4. Müşterilerin pazarlık gücü,
5. Sektördeki rakipler arası rekabetin şiddeti.

Bu faktörlerin ilk ikisi birer tehdit unsurudur. Yani, ilk iki ana faktör işletmenin şu anki iş çevresi içinde değildir. Ne var ki işletme, gelecekle ilgili stratejilerini belirlerken vereceği kararlar ve bulunacağı davranışlarda bu iki faktörün her an ana pazara girebileceğini ve kendisini etkileyebileceğini düşünerek karar ve davranışlarını yönlendirmek zorundadır. Sonraki iki faktör işletmenin mevcut iş çevresinin içinde ve doğrudan ilişkide bulunduğu iki önemli grupta ilgilidir. Bu iki grubun işletmeyle ilişkilerindeki pazarlık güçleri, işletmenin rekabet üstünlüğü sağlayarak ortalamanın üzerinde getiri temin etmesiyle ilgili alacağı stratejik kararları ve davranışlarını etkileyecektir. Son faktör ise, geleneksel rekabet analizlerinde ele alınan ve incelenen grupta ilgilidir. Pazarda aynı malları benzer müşteri gruplarına kabul ettirmek için rekabet eden irili ufaklı rakiplerin birbirleriyle yaptıkları rekabetin şiddet düzeyi, tüm rakiplerin ve bu arada işletmenin de alacağı kararları ve faaliyetlerini etkileyecektir. (Ülgen ve Mirze, 2004: 95).



**Şekil 1: Rekabet Analizini Etkileyen Beş Güç**

**Kaynak:Ülgen, H. ve Mirze, S.K., İşletmelerde Stratejik Yönetim, Literatür Yayıncılık, 2004, 95**

Beş rekabet gücünün hepsi bir arada, sektör rekabetinin ve kârlılığının yoğunluğunu belirler. Örneğin; sektöre yeni girecek olanların tehdit oluşturmadığı bir sektörde, çok güçlü bir pazar konumuna sahip bir işletme bile, kendisinden üstün ve düşük maliyetli bir ikame ürün ile karşılaşırsa düşük bir getiri elde edecektir. Ortada ikame bir ürün yoksa ve girişler bloke edilmişse bile, mevcut rakipler arasındaki yoğun rekabet, potansiyel getiriyi sınırlandıracaktır. Rekabet yoğunluğunun en uç noktası, girişin serbest olduğu, mevcut işletmelerin tedarikçiler ve müşteriler karşısında pazarlık gücüne sahip olmadıkları, sayısız işletme ve ürünün birbirine benzer olması nedeniyle rekabetin başıboş kaldığı, mükemmel rekabetçi olarak tanımlanan sektördür (Porter, 2000: 6).

- **Sektöre Girebilecek Yeni Firmaların Yarattığı Tehdit**

Bir sektöre yeni katılanlar, yeni kapasiteyi, pazar payı kazanma arzusunu ve genellikle önemli kaynakları da beraberlerinde getirirler. Bunun sonucu olarak, kârı azaltacak biçimde, fiyatlar aşağıya çekilebilir veya sektördeki işletmelerin maliyetleri artabilir (Porter, 2000: 7).



İşletmenin iş çevresinin çekiciliği aynı iş alanına başka firmaların da girebilmesini teşvik eder. Sektöre girişler, sıfırdan kurulan yeni işletmeler aracılığıyla olabileceği gibi, halen faaliyette bulunan mevcut işletmelerle birleşerek veya onları satın alarak da olabilir. Gelişim hızı ve kârlılık derecesinin yüksek, rekabet şiddetinin düşük olduğu büyüme evresindeki sektörler çekici sektörler olarak kabul edilirler. Çekici sektörler, işletmelerde atak stratejilerle büyüme arzularını kamçılarlar. Çekici olmayan sektörlerde ise işletmeler buldukları durumu muhafaza edebilme arzusunu taşırlar.

Sektöre giriş engellerinin bulunmadığı ve rakiplerin karşı davranışlarının beklenmediği durumlarda sektöre girişler kolaylaşacaktır. Sektöre girişin kolay olduğu durumlarda işletmeler, her zaman olası rakiplerle karşılaşabilecekleri düşüncesiyle kararlarını ve davranışlarını bu olasılığa göre düzenlemek zorunda kalacaklardır (Ülgen ve Mirze, 2004: 96).

- **İkame Malların Tehdidi**

İkame mallar, başka sektörlerde üretilen, işletmelerin ürünlerinin aynısı veya benzeri olmayan ancak alternatif olabilecek mallardır. Burada sektör içinde bir rekabet bulunmayıp, sektör dışından gelebilecek olası bir rekabet söz konusudur (Ülgen ve Mirze, 2004: 97).

Genel anlamda bir sektördeki tüm firmalar, ikame ürünler üreten sektörlerle rekabet içindedir. İkame ürünler, sektördeki firmaların kârlı bir şekilde belirleyebilecekleri fiyatlara bir üst sınır koyarak, bir sektörün potansiyel getirilerini sınırlar (Porter, 2000: 28).

İkame malların olası rakip olup olmayacağı konusu bazı koşullara bağlıdır. Bu koşullar; değişen tüketici eğilimleri, ikame mallara geçişin maliyeti ve ikame malların yarar-fiyat-kalite üstünlüğüne sahip olması şeklinde sayılabilir.

- **Tedarikçilerin Pazarlık Gücü**

Pazarlık gücü yüksek tedarikçiler işletmeyle ilişkilerinde her zaman kendi kararlarını kabul ettirebilecek, bu nedenle de işletme, kendi stratejik karar ve davranışlarını seçme ve uygulama konusunda tam esnekliğe sahip olmayacaktır. Tedarikçilerin pazarlık gücü az ise, bu durumda işletme tedarikçilerle olan ilişkilerinde arzu ettiği konuları tedarikçilere kabul ettirebilecek ve dolayısıyla kendi stratejilerini özgür olarak uygulayabilecektir (Ülgen ve Mirze, 2004: 97).

Tedarikçilerin pazarlık gücünün yüksek olması da bazı koşullara bağlıdır (Porter, 2000: 34):

- Birkaç şirket baskındır ve bu şirketler, satış yaptıkları sektörden daha yoğundur. Daha fazla kesime ayrılmış alıcılara satış yapan tedarikçiler, fiyat, kalite ve koşullar üzerinde genellikle dikkate değer etkilere sahiptir.
- Belli bir sektörde satış yapmak için diğer ikame ürünlerle çekişmek zorunda kalmaz. İkame ürünlerle rekabete girerlerse, büyük, güçlü tedarikçilerin bile gücü denetim altına alınabilir.
- Tedarikçinin ürünü, alıcının işletmesi için önemli bir girdidir. Bu tip bir girdi, alıcının üretim sürecinin veya ürün kalitesinin başarısı açısından önemlidir. Bu da, tedarikçinin gücünü artırır.
- Tedarikçi grubunun ürünleri farklılaştırılmıştır veya geçiş maliyetleri oluşturulmuştur. Eğer tedarikçi geçiş maliyetleriyle karşı karşıya kalırsa, durum tersine dönecektir.
- Tedarikçi grubu ciddi bir şekilde ileriye entegrasyona yönelmiştir.
- Tedarikçinin toplam satış cirosu içinde işletmenin faaliyette bulunduğu sektöre olan satışları önemli bir yer tutmamaktadır. İşletmenin faaliyette bulunduğu sektöre olan satışlarının çok düşük düzeylerde olması, tedarikçinin bu sektörü önemli bir sektör olarak görmemesine neden olur. Bu durumda kendini pazarlık yapma zorunluluğunda hissetmeyen tedarikçinin pazarlık gücü yükselir (Ülgen ve Mirze, 2004: 98).

- **Müşterinin Pazarlık Gücü**

İşletmenin faaliyette bulunduğu sektörde en önemli baskı gruplarından biri müşterilerdir.

Müşteriler, fiyatları aşağıya çekmeye zorlayarak, daha iyi kalite ve daha fazla hizmet için pazarlık ederek ve rakipleri birbirine düşürerek sektörle rekabet ederler. Sektörün önemli alıcılarının her birinin gücü, pazar durumunun birtakım özelliklerine ve toplam iş hacmiyle karşılaştırıldığında, sektörden yaptıkları alışverişlerin görece önemine bağlıdır (Porter, 2000:30).

Aşağıdaki durumlarda müşterilerin pazarlık gücü yüksektir (Ülgen ve Mirze, 2004:100).

- Müşterilerin alım miktarı işletmenin cirosunda önemli bir orana sahipse,
- İşletmenin ürünleri standartsa ve alternatifleri kolayca bulunabiliyorsa,
- Müşterilerin, malını satın aldığı işletmenin bulunduğu sektöre girme olasılığı yüksek ise,
  - Müşterilerin sektör ve diğer mal satan işletmeler hakkında gerekli bilgiye sahip olmaları halinde,
  - Müşterilerin, işletmeyi değiştirme veya başka birinden satın alma maliyetinin olmaması veya çok düşük olması halinde.

- **Pazardaki Rakipler Arası Rekabetin Şiddeti**

Geleneksel olarak işletmelerin rekabet analizini odakladığı grup, rakipler ve aralarındaki rekabetin şiddetidir. Her sektörde genel olarak aynı veya benzer ürünleri aynı müşterilere satmaya çalışan ve bu nedenle birbirleriyle rekabet içinde olan işletmeler bulunmaktadır. Bu rekabetin şiddeti bazen çok yüksek, bazen de düşük olabilmektedir (Ülgen ve Mirze, 2004: 100).

Rekabetin ortaya çıkmasının nedeni, bir ya da daha fazla rakibin baskıyı hissetmesi, ya da konumlarını geliştirme fırsatları görmesidir. Çoğu sektörde, bir firmanın rekabet hamlelerinin rakipleri üzerinde gözle görülür etkileri vardır ve firma böylece, misillemeyi veya karşı hamlede bulunma çabalarını körükleyebilir. (Porter, 2000: 21).

Rakipler arasındaki rekabetin şiddeti aşağıdaki koşullara bağlıdır (Ülgen ve Mirze, 2004: 96):

- Sektörde aynı yetenek ve kapasitedeki işletme sayısı: Sektörde aynı yetenek ve kapasitede çok sayıda işletme varsa bunların arasındaki rekabet şiddetlidir. Çünkü çok sayıda firma pazarını korumak veya başkalarından pazar payı kapmak arzusunu taşımaktadır. Sayının az olması ise, herkesin kendi pazar payına razı olmasına ve dolayısıyla rekabetin şiddetinin azalmasına yol açar.
- Pazarın büyüme hızının düşük olması: Faaliyette bulunulan pazarın büyüme hızı düşük ise veya daralan bir pazar söz konusu ise, bu durumda işletmelerin, en azından daralan pazarda mevcut durumlarını koruyabilmek için yapacakları agresif hareketler aralarındaki rekabetin şiddet derecesini yükseltir.
- Sektörden çıkma engelleri: Sektörün ve ana pazarın çekiciliğini yitirmesi sonucu bazı firmalar sektörden ayrılmak isteyecektir. Sektörü terk eden işletmeler nedeniyle sektörde doğal olarak rekabet şiddeti azalacaktır. Ancak işletmenin yatırımlarını ve varlıklarının son derece özel olması, başka bir sahada kullanılamaması, işi bırakmanın maliyetinin yüksek olması ve duygusal nedenlerle işletme arzu etse bile işini bırakamayabilir. Bu durum da ister istemez sektördeki rekabet şiddetini artıracaktır.
- Standart ürünler ve farklılaştırılmış ürünler: Çok sayıda standart malın ve üreticisinin bulunduğu sektörlerde işletmeler arası rekabetin şiddeti yüksektir. Kendini veya ürününü farklılaştırabilen işletmeler daha düşük bir rekabet ile karşılaşılırlar.

Porter, pazarda benzer mal ve hizmetlerle, aynı müşterilere veya müşteri gruplarına satış yapmak için rekabet içinde bulunan işletmelerin, rekabet üstünlüğü sağlayarak ortalamanın üzerinde getiri elde etmeleri için iki yol önermektedir.

- İşletme mal ve hizmetlerini rakiplerinden daha düşük bir maliyetle üretecek ve bunu piyasada oluşan fiyatlarla müşteriye sunacaktır. Böylece, rakiplerinden daha fazla kâr sağlayacak ve pazarda ortalamanın üzerinde getiri elde edecektir.
- İşletme mal ve hizmetlerini, pazardaki diğer mal ve hizmetlerden farklılaştıracak ve müşterilerin bu farklılık için ödemeyi kabul edeceği daha yüksek bir fiyattan onlara sunacaktır. Bu durumda da rakiplerinden daha fazla kâr sağlayacak ve pazarda ortalamanın üzerinde getiri elde edecektir.

### **1.3. Rekabet Stratejileri**

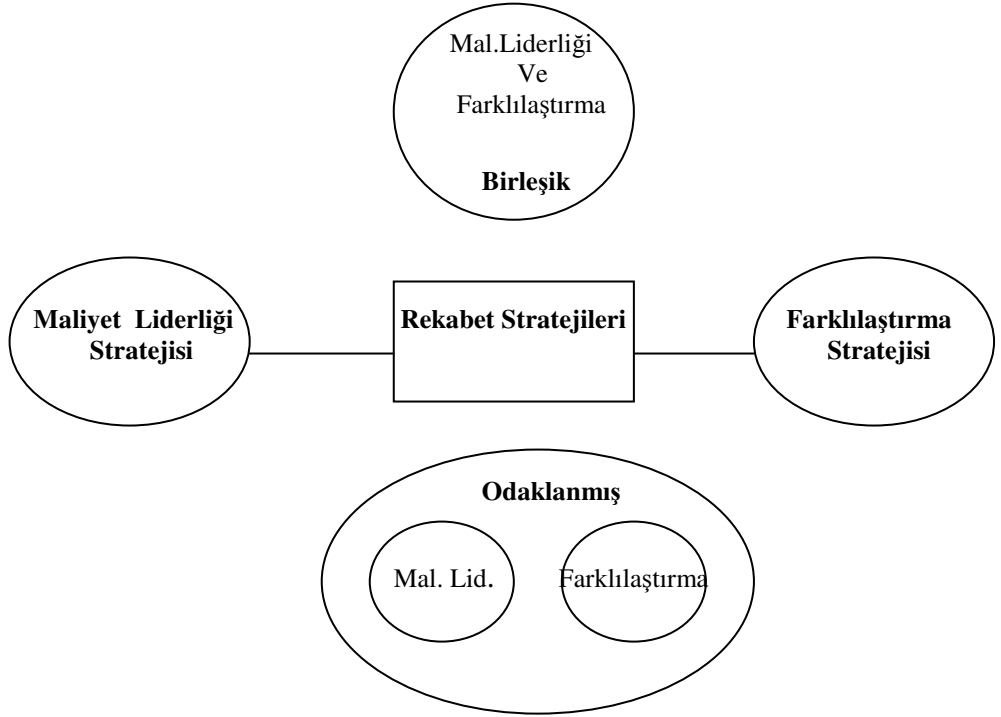
Strateji; işletme ile çevresi arasındaki ilişkileri analiz ederek işletmenin istikâmetinin ve amaçlarının belirlenmesi, bunları gerçekleştirecek faaliyetlerin tespiti ve örgütün yeniden düzenlenerek gerekli kaynakların tahsis edilmesidir (Dinçer, 1998: 7).

Rekabet stratejileri, belirli bir pazarda müşteriler için değer yaratan ve sahip olunan temel yetenekler aracılığıyla rekabet üstünlüğü sağlamaya yönelik karar ve davranışların bütünü olarak tanımlanabilir (Ülgen ve Mirze, 2004: 253).

Porter'e göre, rekabet avantajını ülkeler değil, firmalar yaratır. Bu nedenle firmaların rekabetçi stratejileri önemlidir. Bir ülkenin uluslararası düzeyde rekabetçi olması, belli bir rekabet üstünlüğü yaratmasına, bu rekabet üstünlüğünü korumasına ve geliştirmesine bağlıdır (Erkan, 1995: 85).

Rekabet avantajı yaratmanın en etkili yollarından biri olan strateji oluşturmak farklı bir yarışta koşmaktır. Strateji, aynı şeyi daha iyi yapmamayı seçip, farklı bir şey yapmayı seçmektir. Farklı bir sonuç elde etmek için, işlerin farklı bir şekilde yapılması gerekmektedir. Strateji, işletmenin ne açıdan benzersiz olacağına dair bir seçim yapmasıdır. Herkes aynı değişkenler dizisi üzerinden çalıştığında standart

yükselmekte, ama işletmelerin hiç biri ilerlememektedir. Stratejisi olan bir işletme, açık ve net sınırlar tayin edebilmektedir. İşletme yaptığı işte daha iyi olmaktan öte, farklı olmak zorundadır. Başkalarına benzemeyen bir stratejiye sahip olmanın önemi günümüzde gittikçe artmaktadır ve bu rakiplerle başabaş aynı şeylerle rekabet etmektense, seçimler yapmak, kendine sınırlar koymak ve böylece belli bir konuda benzersiz olmak anlamına gelmektedir (Güzeltik, 1999: 46).



Şekil 2: Rekabet Stratejileri

Kaynak: Ülgen, H. ve Mirze, S.K., İşletmelerde Stratejik Yönetim Literatür Yayıncılık, 2004, 259

### 1.3.1. Toplam Maliyet Liderliği

Maliyet üstünlüğü, bir işletmenin aynı ürünü rakiplerinden daha düşük fiyatla sunmasıdır.

Sektörde etkili bir şekilde rekabet edebilmek için önemli olan unsurlardan biri, müşterilerin gereksinimlerini ve beklentilerini, üretilen mal ve hizmetlerle ve pazarda oluşan fiyatlarla karşılarken, işletmenin tüm faaliyetlerinde maliyetleri düşürmektir. Maliyet liderliği stratejisinde, mal ve hizmet fiyatlarının düşürülmesi söz konusu olmayıp, tüm faaliyetlerde maliyetlerin düşürülmesi esastır. Böylece sektörde oluşan fiyatlarla, maliyetler arasındaki fark açılacak ve işletme ortalamasının üzerinde getiri elde ederek rakiplerine üstünlük sağlayacaktır (Ülgen ve Mirze, 2004: 260).

Birçok işletme kendilerini belirli bir sanayide düşük maliyet lideri haline getirerek rekabetçi üstünlük elde etmektedirler. Bu işletmeler, genellikle hayat eğrisinin olgunluk döneminde olan ürünleri büyük miktarlarda üreterek daha az miktarlarda yeni ürün imal eden işletmelere karşı daha düşük fiyatlar teklif edebilirler. Düşük maliyetler; yüksek verimlilik ve yüksek kapasite kullanımı sonucunda elde edilmiş olabilir. Bu ortam, uzun vadede az bir model seçeneği sunan ve çok az model değişikliği gerektiren bir durumdur. Düşük maliyetler kalitedeki artışlardan da doğmaktadır. Ürün tasarımı ve üretim süreci teknolojilerinde sağlanan yenilikler üretim maliyetlerini aşağıya çekerken, düşük maliyetli üretim için gösterilen dikkatli çabalar verimliliği de önemli ölçüde artırmaktadır (Akın, 2001: 255).

Düşük maliyetli bir konuma sahip olmak, büyük rekabet güçlerinin varlığına rağmen, firmaya sektöründe ortalamasının üstünde getiriler sağlar. Maliyet konumu, firmaya rakipleri karşısında bir savunma sağlar; çünkü düşük maliyetler, rakipleri rekabet sonucu kârlarını kaybettikten sonra bile, firmanın getiriler elde etmeye devam edeceği anlamına gelir. Düşük maliyetlilik konumu, firmayı güçlü alıcılara karşı korur. Çünkü, alıcılar fiyatları ancak bir sonraki en verimli rakibin fiyat düzeyine düşürmek için güç kullanabilirler. Düşük maliyet, firmaya girdi maliyetlerindeki artışla başa çıkabilmede daha fazla esneklik kazandırarak, güçlü tedarikçiler karşısında bir savunma sağlar. Düşük maliyetli bir konuma yol açan faktörler, genellikle ölçek ekonomileri ve maliyet avantajları açısından da önemli giriş engelleri sağlar. Son olarak, düşük maliyetli bir konum, genellikle firmayı

ikame ürünler karşısında sektördeki rakiplerine göre daha avantajlı bir yere oturtur. Bir kere ulaşıldığında, düşük maliyetli konum, maliyet liderliğini korumak için yeni bir donanım ve modern tesis yatırımlarında yeniden kullanılabilir yüksek marjlar sağlar (Porter, 2000: 45).

### **1.3.2. Farklılaştırma**

Özellikleri itibariyle tek olan ürün, imaj, teknoloji, servis veya üretim sistemi ile ilgili müşteriyi cezbedecek farklılıklar yaratılması üzerinde yoğunlaşma ve tüketici tercihlerini tek olan ürünü alım yönünde etkileyebilecek ürünler üretebilme, farklılaştırma olarak tanımlanmaktadır (Özel, 1998: 178).

Farklılaştırma stratejisinde genelde bir ayrıcalık vurgulanmakta olup; işletmenin marka, teknoloji, tasarım, müşteri hizmetleri, kalite vb. gibi rakiplerinden farklı olan ayrıcalıkları üzerine kurulan stratejilerdir (www. İşletme.istanbul.edu.tr.).

Pazara giren işletmeler, fiyat rekabeti ile karşılaşmamak için mallarını farklılaştırmaya ve farklılaştırmanın yarattığı yüksek fiyatla satış yapabilme olanağından yararlanmaya yönelirler. Malını, öteki rakipler karşısında farklılaştıran işletme, rakiplerine göre malını daha yüksek fiyatla fiyatlandırma şansına sahiptir. Çünkü, tüketiciler o işletmenin markasını öteki markalara göre farklı algılayacaklardır. Mal farklılaştırması, bir işletmenin kendi markasını rakip markalar karşısında mal nitelikleri ve imaj bakımından farklı bir pazar pozisyonunda konumlandırmasını ifade eder (İslamoğlu, 2000: 231).

Farklılaştırma stratejisi, müşteri tarafından kabul edilebilen yüksek fiyat yanında, müşterinin işletmeye veya onun ürünlerine bağlılığını da sağlamakta ve böylece sadık müşteriler yaratılabilmektedir. Bu durum, satışlarda istikrarı sağlamakta ve rakiplerinin stratejik ataklarının işletme üzerindeki etkilerini azaltmaktadır (Ülgen ve Mirze, 2004: 265).

Farklılaştırma stratejisini kullanabilmek için, bir işletmenin içinde bulunduğu sanayi kolunda tüketiciler tarafından geniş olarak kabul görmüş bazı konularda



kendine özgü farklara sahip olması gerekmektedir. Rekabetçi üstünlük sağlamak için farklılaştırma stratejisi izleyen bir işletme, maliyetleri tamamen göz ardı edemez. Farklılaştırma stratejisini etkileyebilecek tüm alanlardaki maliyetlerini azaltmalı ve rakipleriyle yaklaşık bir maliyet konumuna ulaşmaya çalışmalıdır (Akın, 2001: 256).

Gerçekleştirilebilmesi halinde, farklılaştırma bir sektörde ortalamanın üzerinde getiriler elde etmek açısından uygulanabilir bir stratejidir. Çünkü beş rekabet gücüyle başa çıkabilmek için savunulabilir bir konum yaratır. Müşterilerin marka sadakati ve bunun sonucunda fiyatlar karşısında oluşan daha düşük hassasiyeti nedeniyle farklılaştırma, rekabet hamlesine karşı yalıtım sağlar. Sonuçta ortaya çıkan müşteri sadakati ile rakibin benzersizliğin üstesinden gelme ihtiyacı, giriş engelleri yaratır. Farklılaştırma, tedarikçilerin gücüyle başa çıkabilecek yüksek marjlar yaratır ve alıcılar, karşılaştırma yapabilecekleri alternatiflerden yoksun oldukları ve bu nedenle fiyatlara karşı daha hassas oldukları için, bu durum, alıcının gücünü açıkça azaltır. Son olarak, müşteri sadakati elde etmek için kendini farklılaştıran firma, ikame ürünler karşısında daha iyi konuşlanmış olabilir (Porter, 2000: 47).

### **1.3.3. Odaklanma**

Odaklanma stratejisi diğerlerinden oldukça farklıdır. Çünkü; sektörde dar bir rekabetçi alan seçmeye dayanır. Özgül bir alıcı grubu, ürün yelpazesinin bir kesiti, ya da coğrafi pazar üzerinde odaklanmaktadır. Odaklanma stratejisi, iki farklılığa sahiptir. Maliyetlere odaklanan bir işletme, hedef kesimindeki farklılaştırmayı araştırır. Dahası farklılaştırmaya odaklanan bir işletme de hedef kesimindeki maliyet üstünlüğünü araştırır. Odaklanma stratejisindeki her iki farklılık, sektördeki diğer kesimler ve odaklanmış hedef kesimler arasındaki farklılıklara dayanır, ya da işletme ya belirli bir hedefin gereksinimlerini daha iyi karşılamakla farklılaştırmayı başarır, ya bu hedefe hizmet vermekle maliyetlerini azaltmayı, ya da her ikisini birden başarır (Papatya, 2003: 34).

Düşük maliyet ve farklılaştırma stratejileri hedeflerini tüm sektör çapında gerçekleştirmeyi amaçlamış olmalarına rağmen, odaklanma stratejisinin tamamı,

belirli bir hedefe çok iyi şekilde hizmet vermek etrafında kurulur ve her bir fonksiyonel politika, bu düşünce akılda tutularak geliştirilir. Strateji, firmanın bu yolla dar stratejik hedefine daha geniş bir alanda mücadele eden rakiplerinden daha etkin veya verimli bir şekilde hizmet verebildiği fikrine dayanır. Sonuç olarak firma, ya belirli bir hedefin ihtiyaçlarını daha iyi karşılamakla farklılaştırmayı, ya da bu hedefe hizmet vermekle maliyetlerini düşürmeyi veya her ikisini birden başarır. Odaklanma stratejisi, bir bütün olarak pazar perspektifinden düşük maliyetli veya farklılaştırmayı gerçekleştirememesine karşın, dar pazar hedefi karşısında bu noktaların birine veya ikisini birden ulaşmayı başarır (Porter, 2000: 48).

Odaklanmayı gerçekleştiren firma, potansiyel olarak sektör açısından ortalamanın üstünde getiriler elde edebilir. Odaklanma, firmanın ya stratejik hedefi ile ilgili olarak düşük maliyet konumuna ya yüksek farklılaştırmaya, ya da her ikisine sahip olduğu anlamına gelir (Porter, 2000: 49).

#### **1.3.4. Birleşik Rekabet Stratejileri**

Değişik pazarlarda faaliyette bulunan işletmeler, belirli bir pazarda uyguladığı bir rekabet stratejisini, farklı yapıda başka bir pazarda uygulayamayabilir. Bir çok işletme, bir pazarda maliyet liderliği stratejisi ile rekabet ederken başka bir bölgede farklılaştırma stratejisini uygulayabilir.

Birleşik rekabet stratejileri, işletmelerin ana faaliyet stratejilerini veya odaklanmış stratejilerden iki veya daha fazlasını aynı anda veya birbirine yakın aralıklarla uyguladığı durumlarda söz konusu olmaktadır. Bir işletme, farklılaştırma veya maliyet liderliği stratejilerini, ya da odaklanma stratejisini aynı anda beraberce uygulayabilir. Globalleşmenin arttığı uluslararası pazarların farklı beklentilerine, değişik pazar yapılarına ve ekonomilerinin içinde bulunduğu evrelere göre farklı stratejilerin uygulanması işletmeler için bir zorunluluktur. Gerekli zaman ve bölgelerde, farklı ve değişik stratejik uygulamalar, işletmenin uyum sağlama yeteneğine bağlıdır (Ülgen ve Mirze, 2004: 269).

## 2. İşbirliği Kavramı

Günümüzde globalleşme sonucu artan rekabet, işletmelerin tek başlarına gelişebilmelerini ve rekabet edebilmelerini güçleştirmektedir. Bu nedenle dünyadaki büyük işletmeler de dahil olmak üzere, bir çok işletme diğer işletmelerle işbirliğine gitme ihtiyacı duymaktadır.

Dünya genelinde ekonomik ve sosyal açıdan yaşanan her gelişme, bir neden sonuç ilişkisi içinde işletme bilimine de yansımakta ve işletme dünyasını sürekli bir yenilik arayışı içinde olmaya zorlamaktadır. Günümüzün etki alanı en büyük gelişmelerden biri olan küreselleşme, işletmeleri değişen pazar ve rekabet koşullarına uydurmak için yeni çözümler geliştirmek zorunluluğu ile karşı karşıya bırakmıştır. İşbirliği, işletmelerin çözüm arayışları sonucu gündeme gelmiş ve özellikle son yıllarda yaygınlık kazanmaya başlamış gelişmelerden biridir (Çetintaş, 2002: 1).

Üretim faktörleri tüm dünya ülkelerine homojen bir şekilde yayılmamıştır. Üretim faktörlerinin homojen şekilde yayılmamış olması, işletmelerin bu faktörleri belirli ülke sınırları içinde etkin bir şekilde kullanımını engellemektedir. İşletmeler gerek ülke sınırları içinde, gerek ülke sınırları dışındaki üretim faktörlerini daha etkin ve verimli bir şekilde kullanmak için işbirliğine gitmek zorunda kalmaktadırlar. İşletmelerin üretim faktörlerini daha etkin bir şekilde kullanabilmeleri, işletmenin değerini artırmada en önemli etkidir. İşletmelerin değerini artırmaları ortakların refah düzeylerini de artıracaktır. Finansal yönetimin amaçlarının en önemlilerinden biri de ortakların refah düzeyinin artırılması olduğuna göre, işletmelerin işbirliği sayesinde küreselleşen pazarlarda söz sahibi olacakları da bir gerçektir (Sevim, 2004: 332).

Bugün işbirliği yaparak büyüme, sadece kuvvetli rakipler için değil aynı zamanda hızlı bir şekilde gelişen yeni ve gelişmiş ürünler üretebilmek için de şarttır. Normal olarak başarılı bir şekilde ortaklık olanağı bulanlar, ürünlere yüksek fiyatlar koymak yerine, tasarruf sağlamak ve maliyetleri düşürmek suretiyle gelirleri artırmayı düşünmektedirler. İşbirliği yoluyla, bilgi, deneyim edinme ve kullanma

süreci genel olarak bir işletmenin doğrudan ele geçirilmesinden daha cazip olabilir. Ancak, işbirliklerinde, işletmeler başarılı oldukları alanlarda işbirliğine gittikleri için, bu durum karşılıklı bir değişimden ziyade yeni bir değer birlikte yeniden oluşturulması anlamına gelir (Ölçer, 2001: 1).

Gelişmiş, istikrarlı piyasalarda işletmelerin doğal büyümeleri ve varlıklarını devam ettirmeleri, çok yavaş ve aynı zamanda çok pahalı hale gelmiştir. Diğer yandan hem odaklaşma, hem de esnekliği gerektiren uluslararası global pazarlarda işletmelerin kendi kendilerine yetmeleri gün geçtikçe zorlaşmaktadır. Bu da, işletmelerin, birbirleriyle işbirliğine yönelmelerini teşvik eden önemli nedenlerden biridir. Bu tür işbirlikleri, işletmelerin yeteneklerini geliştirmelerine ve bilgi birikimine ulaşmalarına imkan sağlamakta; böylelikle de kendi güçlerini artırmaktadır. Ayrıca, ortakla sıkı ilişkiler içine girmek, işletmelerin yeni yetenekler kazanmasına da yardımcı olmaktadır. Bu şekilde işletmeler teknik kaynaklarını paylaşabilmekte, ölçek ekonomileri elde edebilmekte ve tamamlayıcı beşerî ve teknik varlıklarından sinerjiler sağlayabilmektedirler.

Ortaklıkları cazip hale getiren en önemli faktörlerden birisi de dünyadaki gelişmelerdir. Bu gelişmeler tek bir işletmenin üstesinden gelemeyeceği ölçüde karmaşıktır ve işletmeler arasında işbölümünü gerektirmektedir. Çünkü, bir işletmenin çeşitli disiplinlerin hepsinde başarılı olamayacağı kesin olarak ortaya çıkmıştır. İkincisi, işletmelerin her ülkede aynı başarıyı tekrarlamaları zorlaşmıştır. Yani, hem fonksiyonel açıdan hem de coğrafi açıdan işletmeler birbirlerine destek çıkarak daha başarılı olabileceklerini görmüşlerdir (Esener, 1997: 21)

İşbirliğine yönelik anlaşmaların hızla artmasının temel sebepleri arasında şunlar sayılabilir (Çetintaş, 2002: 4):

- İşbirliği, herhangi bir piyasaya özellikle de denizaşırı piyasalara girişi kolaylaştırmaktadır,
- İşbirliği, beklenmeyen olağan dışı maliyetleri beraber paylaşmaya, ya da riskleri azaltmaya imkan tanır,

- İşbirliği, işletmelerin işbirliği gerektiren tamamlayıcı kaynaklarını kullanmasını ve rekabetçi konumunu yükseltmesini sağlar.

## 2.1. İşbirliğinin Tanımı ve Önemi

İşbirliği, herhangi bir amacı gerçekleştirmek ve ortak bir hedefe ulaşabilmek için iki, ya da daha fazla işletmenin güçlerini birleştirmelerini içerir.

İşletmeler genelde bağımsız olarak kurulur, sonra temelde finansal olmak üzere, çeşitli amaçların ve nedenlerin etkisiyle başka işletmelerle işbirliğine giderler. Bu bağlamda işbirliği; “işletmelerin rekabet güçlerini artırarak büyümeyi ve sürekliliği sağlamak ve sonuçta işletmenin piyasa değerini maksimize etmek üzere, başka işletmelerle güçlerini birleştirmeleri” olarak tanımlanabilir (Çelikkol, 1994: 50).

Yüksek riskin uluslararası piyasaların temel özelliklerinden biri haline geldiği dünyada, resmî ve gayri resmî yollarla işletmeler arası ticari ve sınaî işbirlikleri kurulmakta, taraflar piyasaya ortak stratejilerle yönelmektedirler. Her ülkede, sanayi, ya da örgüt yapısında görülebilen işbirliği anlaşmaları çeşitli şekillerde yapılmaktadır. İhracat anlaşmaları, ortak girişimler, teknoloji anlaşmaları, pazarlama ve üretici-tedarikçi anlaşmaları, lisans anlaşmaları, satın alma ve birleşmeler, ortak Ar-Ge çalışmaları ekonominin birçok sektöründe yaygın olarak kullanılmaktadır (Dinçer, 1998: 287).

Son yıllarda özellikle ülkemizdeki işletmecilik uygulamalarında “işletme evlilikleri” olarak bilinen uygulamalar da stratejik birlik oluşturma örneklerindedir (Koçel, 1999: 330).

İşbirliği genellikle mevcut durumda birbirinin rakibi olan işletmeler arasında, kendi yetenek ve rekabet durumlarını artırmak için rekabet halinde bulunulmayan pazar, ya da çalışma çizgisinde gerçekleştirilir (Uluçay, 1999: 44).

Uluslararası düzeyde birbirlerinin rakibi olan ancak, güçlerini birleştiren büyük işletmeler arasındaki işbirliğinin ABD, Avrupa ve Japonya'da çok sayıda örneği bulunmaktadır. Örneğin, CD Japonya'daki Sony ve Hollanda'daki Phillips tarafından ortaklaşa gerçekleştirilmiştir. Thorn (İngiltere) ve Ericsson arasındaki işbirliği Ericsson'un İngiliz piyasasına girmesini sağlamıştır. Telekomünikasyondaki GEC (İngiltere) ve Siemens (Almanya) arasındaki girişim her iki işletmenin de daha büyük piyasalara girişini kolaylaştırmış ve teknolojik kapasitelerini artırmıştır. Dünyanın en büyük uçak üreticilerinden Boeing işletmesi 777 model uçak üretimini Japonya'dan Fuji, Kawasaki, Mitsubishi ile birlikte gerçekleştirmektedir. Dünya yarı-iletken endüstrisinin devleri ise tamamen birbirleriyle işbirliği halindedir: Texas Instruments ile Hitachi, NEC ve AT&T, Fujitsu ve Advances Micro Devices, Mathushita ve Intel, Toshiba ve Motorola (Çetintaş, 2002: 3).

İşletmelerin işbirliği içerisine girebileceği potansiyel işletmeler aşağıdaki gibi sıralanabilir (Öztürk, 1994: 75):

- **Müşteriler**

Müşterilerle faaliyet ve pazarlama konularında yapılacak işbirlikleri, yeni ve kârlı girişimler için önemli fırsatlar sağlayabilir. Pazarlama alanındaki işbirlikleri, işletmenin müşteri ihtiyaçları ve pazarın talepleri üzerindeki bilgileri ve anlayışını geliştirmede yardımcı olur. Faaliyet alanında yapılan işbirlikleri yoluyla üretim ve ürünleri pazara ulaştırmada etkin maliyete ulaşmak için gerekli bilgi ve tecrübe elde edilebilir. Ar-Ge işbirlikleri ise, pazarın tatmininde rakiplerden ileride olmak için gerekli teknik yetenek ve yaratıcılık sağlar.

- **Tedarikçiler**

Tedarikçilerin yatırımları işletmelerin kendi yatırımları kadar önemlidir. Çünkü bir işletmenin ürün ve işlemleri tedarikçinin durumu ile çok sıkı bir ilişki içerisindedir. Tedarikçiler ile yapılan ortaklıklar genellikle kazan-kazan şeklinde olmaktadır. Tedarikçi maliyetlerini düşürmeye ve girdi kalitesini yükseltmeye

yönelik işbirlikleri, işletmenin müşterilerine sunduğu kendi ürün ve hizmetlerinin çekiciliğini büyük oranda artırabilir.

- **Rakipler**

Rakipler potansiyel stratejik kaynaklar olarak değerlendirilmelidir. Rakipler arası işbirliğinden ortak kazanç elde edilebilmesi için, işletmeler arasındaki temel farklılıklar çok iyi anlaşılmalıdır.

- **Tamamlayıcı İşletmeler**

Tamamlayıcı işletmeler arası işbirlikleri, benzer teknoloji fakat değişik ürün hatlarına sahip olan işletmeler arasında gerçekleştirilebilir. Belirli bir teknoloji çeşitli pazarlarda değişik ürünlere sahip işletmeler tarafından farklı şekillerde uygulanabilir. Bu işletmelerin enerji ve kaynaklarının birleştirilmesi sonucu, söz konusu işletmelerin bireysel çabaları ile ulaşılabilecekleri gelişmenin daha ötesinde bir teknolojik gelişme sağlanabilir.

## **2.2. İşbirliğinin Yönleri**

İşletmelerde işbirliğinin yönleri yatay, dikey ve karma işbirlikleri olarak sınıflandırılabilir. Yatay işbirliği aynı faaliyet alanında çalışan işletmeler arasında yapılırken, dikey işbirliği mal veya hizmetin hammaddesinden tüketiciye kadar uzanan zincirin içerisinde ayrı noktalarda yer alan işletmeler arasında yapılan işbirliğidir. Karma işbirliği ise, aralarında dikey, ya da yatay ilişki bulunmayan işletmelerin riski dağıtmak, finansman sağlamak v.b amaçlarla yaptıkları işbirliğidir.

### **2.2.1. Yatay İşbirliği**

Aynı faaliyet alanında çalışan, dolayısıyla üretim süreci, ya da dağıtım zinciri aynı olan iki, ya da daha fazla işletmenin pazar paylarını artırmak, atıl kapasiteden yararlanmak, büyük çaplı girdi alımları yoluyla maliyet indirimleri sağlamak ve know-how, patent ve benzeri hakları elde etmek, diğer bir deyişle bir araya gelerek

ölçek ekonomilerinden faydalanmak amacıyla gerçekleştirdikleri işbirliğidir (Çelikkol, 1994: 51). Otomobil lastiği üreten iki işletmenin birleşmesi yatay işbirliğine örnektir.

Yatay işbirliği stratejilerinin temel hedefi, satışları artırmak ve üretim sonrası faaliyetlerde maliyet avantajı sağlamaktır. İşletmeler yatay işbirliği ile, ölçek ekonomisinin avantajlarını kullanabilmekte ve varlıkları üzerinden kârlılıklarını artırabilmektedirler. Üretim, ya da pazarlama alanındaki güçlerini birleştiren işletmeler, maliyet konusunda önemli avantajlar elde ederken, rakip işletmelere karşı da önemli bir güç elde etmektedirler (Bozkurt, 1999: 94).

Yatay birleşmelerde işletmeler birleşme öncesi rakip konumundadırlar. Bu tür birleşmeler, aynı piyasada yer alan iki işletmeyi içerdiğinden dikey ve karma birleşmelerde görülmeyen iki sonuca yol açarlar. (i) Birleşmeden sonra ilgili piyasadaki öncekine kıyasla en az bir işletme eksilmektedir. (ii) Birleşme sonrası ortaya çıkan işletme birleşmeyi gerçekleştiren işletmelerin sahip oldukları piyasa paylarından daha büyük bir paya sahip olmaktadır (Kulaksızoğlu, 2003: 13).

Akay (1997: 19), yatay işbirliklerinden beklenen yararları şu şekilde sıralamıştır:

- Kaynakların etkin kullanımına zemin hazırlamak,
- Üretimde ihtisaslaşma ve üretim maliyetlerinde tasarruf,
- Mal ve hizmet pazarlamasında, dağıtım kanallarında avantajlı duruma yükselmek,
- Üretim teknolojisinde ve diğer konularda işbirliği,
- İşbirliği öncesi aleyhte gelişen rekabetin ortadan kalkması ile ortak amaçlara yönelme imkanının doğması.

Amerika'da 347 işletmenin üst düzey yöneticilerine yollanan soru formlarından çıkan sonuçlara göre, işletmeleri yatay birleşmeye yönelten güdümler şunlardır (Uluçay, 1999: 62):



- Daha hızlı büyüme sağlamak,
- Ölçek ekonomilerinin sağlayacağı kazançlar,
- Pazar payını artırmak,
- Coğrafi olarak genişlemek,
- Pay senetlerinin piyasa değerini artırmak,
- Ürün karışımını geliştirmek ve genişletmek

### **2.2.2. Dikey İşbirliği**

Dikey işbirlikleri, aynı üretim çizgisinde fakat farklı üretim düzeyi, ya da dağıtım zincirinde olan işletmelerin gerçekleştirdiği işbirliğidir (Çelikkol, 1994: 52).

İşletmeler dikey işbirliğine giderek hammaddelerin nicelik, nitelik ve özellikleri ile dağıtım yöntemleri üzerinde denetim sağlayabilir. Büyük sanayi işletmeleri genellikle geriye, hammadde kaynaklarına doğru genişleyerek, üretim süreçleri üzerinde, olabilecek en yüksek düzeyde kontrol ve koordinasyon sağlamak isterler. Bunu yapmanın bir yolu, bir satıcıyla, ya da bir müşteriyle işbirliğidir (Brealey ve diğerleri, 2001: 609).

Dikey işletme birleşmeleri, ileriye ve geriye olmak üzere ikiye ayrılabilir.

Hammadde tedarik eden işletmeyle mamul imalatçısı işletmenin birleşmesine veya mamul imalatçısı işletmeyle, pazarlama işletmesinin birleşmesine ileriye doğru dikey birleşme denir. Bu tür birleşmeler, hammadde veya mamul kaynağını doğrudan, ya da yakından denetim altına alma olanağını vermektedir.

Pazarlama işletmesiyle mamul imalatçısı işletmenin veya mamul imalatçısı işletmeyle hammadde tedarik eden işletmenin birleşmesine geriye doğru dikey birleşme denir. Üreticiler tedarikçilerden hammadde ihtiyaçlarını karşılarlar. Geriye doğru dikey birleşme üreticilerin tedarikçiler üzerindeki kontrolü veya yönetim hakkını artırmayı kapsar. Bu yöntem genellikle işletmenin tedarikçileri güvenilir, maliyetli veya işletmenin ihtiyaçlarını karşılayamadığı durumlarda kullanılmaktadır (Uluçay, 1999: 61).

Geriye doğru işbirliğinde iki tür fayda söz konusudur. Birincisi istenen girdilerin istenen zamanda, istenen kalitede ve istenen miktarlarda elde edilmesidir. İkincisi işletmenin işbirliğinden önce, pazardan daha yüksek maliyetlerle sağladığı girdilerin kendi bünyesinde daha ucuza üretilmesidir. Böylece, hem işletmeler açısından, hem de tüketiciler açısından ekonomi sağlanmaktadır (Ceylan, 2001: 312).

Piyasalarda kârını maksimize etmeye çalışan işletmeler mal ve hizmetleri tüketicinin istediği kalite ve miktarda ve en ucuza üretmek durumundadırlar. Dikey birleşmeler bu yönde bir araç olarak kullanılarak maliyetlerin düşmesine, üretimin artmasına, yeni ve kaliteli ürünlerin sunulmasına ve nihâî olarak da fiyatların düşmesine yol açabilmekte ve böylece iktisadî etkinlikte birlikte etkin rekabeti de artırabilmektedir (Çınaroğlu, 2003: 7).

Dikey birleşme ile üreticiler uygun fiyat ve kalite arama, sağlayıcılar ise satış artırma amacıyla pazarlama maliyetlerinden kurtularak ve aralarında daha etkin iletişim sağlayarak işletme sinerjisi yaratabilirler. Örneğin, girdi üreten bir işletme, dikey bütünleşme sonucu reklâm giderlerinden kurtulur. Ayrıca, yönetim giderleri, reklâm gibi sabit maliyetler birden fazla üretim birimine dağılacığından, dikey bütünleşmiş işletme ölçek ekonomisinden yararlanarak kârlarını artırabilir (Çınaroğlu, 2003: 11).

Günümüzde en başarılı dikey birleşme tekstil, kimya, metalürji ve petrol sanayilerinde görülmektedir.

### **2.2.3. Karma İşbirlikleri**

Aralarında yatay ve dikey ilişki bulunmayan işletmelerin, riski dağıtmak, ya da finansman temellerini genişletmek üzere gerçekleştirdikleri işbirliğidir. Dolayısıyla işletmeler birbirleri ile rakip değildirler. Yer karosu üreten bir işletme ile bir turizm işletmesinin işbirliği, ya da çimento üretiminden otomobil lastiğine kadar varan alanlarda yatırım yaparak büyüyen bir holding bu yönlü işbirliğine örnek olarak gösterilebilir (Sabuncuoğlu ve Tokol, 1997: 107).

1960 ve 1970'li yıllarda yaygınlık kazanan bu birleşme türünde, farklı faaliyet alanlarında çalışan işletmelerin birleşmesi söz konusu olmaktadır. Farklı faaliyet alanlarında çalışan işletmelerin birleşmesi yolu ile bir "portföy" yaratılarak işletme riskinin azaltılması amaçlanmıştır. Bu tarz birleşmelerin gerçekte uygulanmasının oldukça güç olması, karma birleşmelerin az sayıda gerçekleşmesine neden olmuştur (Pernsteiner, 2004: 589).

ABD Federal Ticaret Komisyonu (FTC) karma işbirliklerini üç alt gruba ayırmıştır. (i) Ürün genişletme; bu türde, işletmelerin üretim veya dağıtım sistemleri fonksiyonel olarak benzer olmakta, ürünler arasında ise doğrudan rekabet bulunmamaktadır. Örneğin, çamaşır beyazlatıcısı mamulleri üretenlerle sabun üreticilerinin birleşmesi gibi. (ii) Pazar genişletme; bu türde birleşen işletmeler aynı ürünü üretirler, fakat farklı coğrafi piyasalarda faaliyet gösterirler, ya da ürünlerini farklı piyasalara sunarlar. Örneğin, Eskişehir'de süt işleyen bir işletmenin, İstanbul'da aynı faaliyette bulunan bir işletmeyle birleşmesi gibi. (iii) Saf, karma işletmeler; bu tür birleşmede işletmeler arasında herhangi bir ilişki bulunmamakta, işbirliği tamamen farklı dallarda faaliyette bulunan işletmeler arasında yapılamaktadır. Dondurma üreticisi bir işletmenin, gemi yapımıyla uğraşan bir işletmeyle birleşmesi bu türe örnek olarak verilebilir (Aydın, 1990: 12).

### **2.3. İşletmeleri İşbirliği Yapmaya Yönlendiren Temel Etkenler**

İşletmeleri işbirliğine yönlendiren faktörler, rekabetin azaltılması, ölçek ekonomilerinden yararlanma, sinerji yaratma, finansal riskleri azaltmak, çeşitlendirme ihtiyacı, teknolojik gelişmelerden yararlanma, sermaye yetersizliği, nitelikli elemanlardan yararlanma, işbirliği yapmanın iç büyümeye göre avantajı olması, yeni pazarlara girme ve vergi kolaylıkları olarak sıralanabilir. Bütün bu faktörler işletmelerin faaliyette bulunduğu ülkenin ekonomik koşullarına, toplumun tutum ve tavırlarına, zamana vb. gibi faktörler dolayısıyla farklılık gösterebilmektedir.

### **2.3.1. Rekabetin Azaltılması, Rekabet Avantajı Elde Etmek**

İşletmeler gerek büyümek, genişlemek ve gerekse mevcut durumlarını korumak amacıyla global rekabeti göz önüne almak durumundadır. Çünkü uluslararası rekabette globalleşme, istisnaî bir durum olmaktan çıkıp genel bir durum haline gelmiştir.

İşletmeler arasında serbest ekonomik düzenin bir sonucu olarak oluşan rekabetin olumsuz etkilerinden korunmak amacı başta gelir. İşletmeler üretim kapasitesi, pazarlama bölgesi ve özellikle satış fiyatı üzerinde anlaşarak aralarındaki rekabeti geçici, ya da sürekli olarak kaldırabilirler. Böylelikle daha kolay kâr elde etme ve piyasada tutunma şansı elde edilir (Sabuncuoğlu ve Tokol, 1997: 126).

Böylece işletmeler, tekelci eğilimlerle, aksak rekabet piyasasında pazarın koşullarından en iyi şekilde yararlanabilir ve koşulları çıkarlarına uygun hale getirebilirler. Aşırı üretimin önlenerek verimliliğin artırılması sonucu, kâr daha kolay ve daha çok elde edilebilir ve iç büyümeye kıyasla daha hızlı, fakat daha az riskli bir şekilde pazarda ekonomik güç sağlayabilirler (Aşıkoğlu, 1999: 378).

### **2.3.2. Sinerji Yaratma, Ölçek Ekonomilerinden Yararlanma**

İşbirliği ile ölçek ekonomilerinden yararlanabilen işletme için büyüme ve gelişmenin hızlı bir şekilde gerçekleştirilmesi mümkün olabilmektedir. İşletmeler faaliyetlerini sürdürürken üretim ve satış aşamalarında bir çok sabit gidere katlanmak zorundadırlar. İşletmeler arası işbirliği sonucunda her bir işletmenin katlanmış olduğu sabit giderlerin toplamının azalması söz konusu olur. İşbirliği ile işletmelerin daha büyük kapasitelerde üretim yapmaları, makine, araç ve gereçlerin daha verimli şekilde kullanılması verimlilik sonucunda birim maliyetlerin düşmesini sağlar (Uluçay, 1999: 56).

Genellikle ölçek ekonomileri, üretim faaliyetlerinde söz konusu edilmekle birlikte, pazarlama, finans ve hatta yönetimde bile aynı derecede önemlidir. Üretimde ölçek ekonomileri, birleşen işletmelerin daha büyük kapasiteli fakat daha az sayıda

makine, araç ve gereçleri kullanarak daha çok çıktı elde edilerek gerçekleştirilebilir (Aydın, 1990: 15).

Ölçek ekonomileri, bütün girdilerin, üretim faktörlerinin, eşit orandaki değişimleri sonucunda, çıktı düzeyinde meydana gelen değişikliklerin şeklini gösterir. Ölçek ekonomileri, genellikle şu etmenlerden doğar (Akgüç, 1998: 861):

- Araştırma ve geliştirme faaliyetlerinin daha etkin şekilde yürütülmesi,
- Yetenekli yönetici ve personel çalıştırma olanaklarının artırılması,
- Büyük ölçekte üretimde bulunmanın maliyetler üzerindeki olumlu etkisi,
- Riskin azaltılması,
- İşletmenin değerlendirilmesinde piyasa kapitalizasyon oranının düşmesi,

Büyük ölçekte faaliyette bulunmanın sağlayacağı faydalar, en çok yatay birleşmelerde gözlenmektedir. Dikey birleşmelerde, işletme hammadde kaynaklarını veya dağıtım kanallarını veya her ikisini birden kontrolü altında bulundurabileceğinden bu tür işbirliklerinde de ölçek ekonomilerinden yararlanılabilir. Karma birleşmelerde ise, farklı endüstri kollarında faaliyet gösteren işletmeler birleşme yaptıklarında ölçek ekonomilerinden yararlanma olanakları daha sınırlıdır (Akay, 1997: 16).

Ölçek ekonomileri gerçekleştiğinde sinerji etkisi meydana gelir. Sinerji, “iki madde veya faktörün beraberce, bağımsız olarak faaliyet gösterdiklerinde hesaplanandan daha büyük bir etki göstermeleridir.” Bir başka ifadeyle, “rekabet gücünde artış ve iki işletmenin bağımsız olarak elde etmesi beklenen tutardan daha fazla nakit akışı elde etmeleridir.” Birleşme sonrasında ortaya çıkan işletmenin değerinin, iki işletmenin birleşmesi öncesi ayrı ayrı değerleri toplamından daha fazla olması durumunda, işbirliğinden doğan pozitif sinerjik bir etki vardır ve bu etki aşağıdaki gibi ifade edilebilir.

$$PV_{AB} > PV_A + PV_B$$

V (AB), birleşmeden sonra varlığını sürdüren işletmenin veya birleşme sonucu oluşan yeni işletmenin değerini,

V (A) ve V (B) birleşmeye katılan işletmelerin ayrı ayrı birleşmeden önceki pazar değerlerini, göstermektedir.

Yukarıda belirtilen bu etki, satışlarda artış, maliyetlerde azalma ve kaynakların daha etkin kullanılmasına bağlı olarak oluşan faaliyet sinerjisi ile; daha yüksek Fiyat/Kazanç oranı, daha düşük sermaye maliyeti ve daha fazla borçlanma kapasitesini içeren finansal sinerjiden kaynaklanır (Yılıgör, 2004: 384).

Sinerji işletme stratejisinin temel elemanlarından birini oluşturur. İşletmenin özellikleri ve üretmiş olduğu ürünleri ile pazarlamanın gelişmesi arasında bir uygunluğun gerçekleştirilmesi söz konusu olursa sinerji, 2+2=5 eşitliğini sağlayan bir etki olarak ifade edilebilir. Bu ifade işletmenin kısmî sonuçlar toplamından daha çok yeni bir faaliyet bileşimi elde etmek istediğine işaret eder. Sinerji faktörü, işletmenin gelişme ve büyüme stratejilerinin seçilmesi ve plânlamasında ürünler, pazarlar ve işletmenin özellikleri arasında uygunluğun sağlanmasına yarayan bir analiz konusunu oluşturur. Aslında işletme sinerjisinin analizi, işletmenin birçok güçlü ve zayıf yönlerinin değerlendirilmesine olanak sağlaması açısından da çok önemlidir (Eren, 1990: 149).

### **2.3.3. Finansal Nedenler ve Finansal Riskleri Azaltmak**

İşbirliği sayesinde daha önce ayrı birimler olarak faaliyetlerini sürdüren ve borsa olanaklarından yararlanamayan işletmelerin bu olanaklardan yararlanabilmesi mümkün olabilmektedir.

Finansal riski içeren durumlarda potansiyel zararın boyutları daha yüksek ve zarar etme olasılığı fazladır. Böylesi durumlarda işletmeler riski azaltmak için işbirliği içerisine girerler. İşletmelerin işbirliği sonucunda varlığını sürdüren veya

işbirliği sonucunda ortaya çıkan işletmenin borçlanma kapasitesi, işbirliği yapan işletmelerin ayrı ayrı borçlanabilme kapasitelerinden daha yüksek olmaktadır. Borç verenler açısından risklilik derecesi düşmüş olacağından daha ucuza borçlanma mümkün olabilecektir.

İşletmelerin işbirliği yapmaları sonucu her bir işletmenin daha önce izlediği politikaların birlikte kullanılması, değişik alanlara yatırım yapılması, ya da değişik sektörlerde faaliyet gösterilmesi riski azaltır. Aynı sektörde faaliyette bulunan işletmelerin birleşmesi de rekabeti ortadan kaldıracığı, birlikte fiyat, üretim ve satış politikasının izlenmesine olanak sağlayacağından bir takım riskleri de ortadan kaldıracaktır (Uluçay, 1999: 56).

Büyük işletmelerin küçük işletmelerle işbirliğine gitmelerinin en önemli nedeni, öz sermayelerinin verimliliğini artırmada kaldıraç faktöründen faydalanmaktır. Birçok küçük işletme borç kullanmayı istemez ve bu nedenle borç oranları düşüktür. Borçtan daha fazla yararlanarak öz sermayelerinin verimliliğini artırmayı düşünen büyük işletmeler, bu tür işletmelerle işbirliğine giderek borçlanma kapasitelerini artırabilir (Aydın, 1990: 20).

Büyük işletmelerin gelirleri daha düşük bir iskonto oranından indirildiğinden piyasa değerleri de yüksek olmaktadır. Böylece işletmeler işbirliğine gittiklerinde yeni bir işletmenin hisse başına kazançları artacaktır. Ayrıca, iskonto oranı düşeceğinden, işletmenin değeri yükselecektir. Başka bir ifadeyle, işletmelerin birleşme sonucundaki piyasa değerleri, birleşmeden önceki tek tek toplam piyasa değerlerinden büyük olmaktadır (Ceylan, 2001: 315).

#### **2.3.4. Çeşitlendirme ve Riskleri Azaltma**

İşletmeler çeşitlendirme yoluyla, kaynaklarını daha istikrarlı ve büyüme potansiyeline sahip bir endüstriye aktararak, kârlarını ve nakit akımlarını daha istikrarlı hale getirebilir ve işletme riskini azaltabilirler (Yılgör, 2004: 385).

İşletmeleri çeşitlendirmeye yönelten amaçların başında, daha kârlı ve büyüme potansiyeline sahip bir endüstri kolunda faaliyet gösterme isteği gelmektedir. İşletmenin faaliyet gösterdiği endüstrinin olgunluk düzeyine erişmiş olması, büyüme oranının yavaşlaması, bu endüstrideki yoğun rekabetin kârlılığı azaltması, işletmeyi çeşitlendirme yoluyla genişlemeye sevk edebilir.

Çeşitlendirme ile, sermayenin hareket serbestisini ön plana alarak en çok ilgi çekici ve kârlı faaliyet alanlarına kayabilme, böylelikle az kârlı bölgelerden sermayenin geriye çekilebilme esnekliği sağlanır (Eren, 1990: 213).

Bu tür bir strateji, işletmelerin dış baskı ve güçlüklerini çözümüleme amacıyla yapılmaktadır. Doğal olarak tüm işletmeler dönemsel ve konjonktürel dalgalanmalara karşı aynı derecede hassas değildir. Çeşitli sektörler, hatta aynı sektördeki işletmeler arasında bile, dönemsel dalgalanmalara karşı tepki farklı farklıdır. Dolayısıyla, dönemsel dalgalanmalardan aşırı etkilenen işletmeler, istikrarlı işletmelerle işbirliğine giderek, bir dereceye kadar istikrarı sağlayabilecektir (Aşıkoğlu, 1999: 381).

Çeşitlendirme, işletmelerin faaliyet risklerini dağıtmak amacıyla birden fazla ürüne veya sektöre giriş yapabilmelerine imkan sağlayabilir. Durgun veya düşük büyüme hızına sahip bir sektör veya iş kolundaki bir işletme, daha hızlı büyüyen ve büyüme potansiyeli olan daha kârlı sektörlerle yatırım yaparak faaliyet alanını çeşitlendirmek isteyebilir. Çeşitlendirme sonucunda işletme kârları daha istikrarlı bir hale gelebilecektir. Kârların daha istikrarlı olması, çalışanlar, hissedarlar, yatırımcılar, müşteriler ve kredi verenler için önemlidir (Akgüç, 1998: 894).

### **2.3.5. Teknolojik Gelişmelerden Yararlanma**

İşletmeler globalleşme süreci ile birlikte yeniliğe ulaşabilmek ve bunu sürekli kılabilmek için teknolojik gelişmelere ayak uydurmak zorundadırlar. Ancak çoğu işletme kendisini yeniliğe ulaştıracak ve bu yeniliği sürekli kılacak teknolojik gelişmeyi, büyük finansal kaynak gerektirmesi nedeniyle tek başına sağlayamaz.



Büyük işletmelerin bile, ihtiyaç duydukları teknolojinin tamamını kendi Ar-Ge laboratuvarlarından temin etmesi imkanı hemen hemen kalmamıştır. Bu bağlamda işbirlikleri, işletmelerin teknolojik gelişmeyi sağlamak için başvurdukları bir yol olarak ortaya çıkmakta ve teknoloji ne kadar hızlı gelişirse, bu stratejilerin önemi de o derece artmaktadır (Aşıkoğlu, 1999: 383).

Bir işletme, teknolojik bakımdan gelişmiş ve bu gelişimi sürdürebilecek finansal kaynağa sahip olsa dahi işbirliğine yönelebilir. Şöyle ki; işletmenin mal satın aldığı, ya da ürünlerini sattığı işletmelerin yeni teknolojiler yönünden yetersiz bir düzeyde bulunması, işletmeyi endüstri kolunda daha etkin hale getirebilmek bakımından bu işletmelerle işbirliğine yönelmektedir (Çelikkol, 1994: 75).

### **2.3.6. Sermaye Yetersizliği**

Yeni rekabet şartlarının gerektirdiği büyük harcamalar, yeni teknikler geliştirmek, yeni mamuller bulmak, sanayileştirmek ve piyasaya sürmek için yapılan masraflar ve nihayet devamlı olarak yapılması gereken yatırımlar, günümüzde işletmelerin malî gücünü aşmakta ve onları yeni kaynaklar aramaya, başka bir deyişle, büyüklüğün sağladığı imkanlardan yararlanmaya zorlamaktadır. Bu da işbirliği ile mümkündür (Uluçay, 1999: 52).

Bir teşebbüs ölçeği ne olursa olsun belirli bir projeyi finanse edecek yeterli kaynağı tek başına bir araya getirme gücüne sahip olmayabilir, ya da böyle bir durumda tek bir teşebbüsün üstlenmesi gereken risk ağır olabilir. Bu yüzden teşebbüsler kaynaklarını başka teşebbüslerle birleştirerek sermaye yaratabilir ve karşılıklı teminat sağlayarak kredilerini geri ödeyecek kapasiteye ulaşabilirler (Kayıhan, 2003: 11)

### **2.3.7. Nitelikli Elemanlardan Yararlanma**

Başarılı yatırımcılar, işletmelerine dışarıdan profesyonel ve uzman yöneticiler ararken, büyük işletmeler de olağanüstü performans göstermekte olan yöneticileri seçerler. Büyük yeteneklere sahip yöneticiler bularak onları istihdam edemeyen

işletmeler ise, bu yetenekli yöneticilere sahip olan işletmelerle işbirliğine giderek büyük yararlar sağlarlar. İşbirliği ile, pazarlama, finans ve uluslararası işlemler alanında gereksinme duyulan deneyimli ve bilgili yöneticiler işletmeye kazandırılabilir (Uluçay, 1999: 56).

### **2.3.8. İşbirliğinin İç Büyüme Göre Avantajlı Olması**

İşletmelerin, normal içsel büyüme süreci ile büyümelerini gerçekleştiremediklerinde, ya da büyüme oranlarını mevcut iç büyüme stratejilerinin büyüme oranlarından daha çok artırma amacıyla oldukları durumlarda, başka bir işletme, ya da işletmelerle işbirliğine giderek büyümelerini gerçekleştirmeleri en uygun yol olmaktadır.

İşletmelerin oto-finansman veya borçlanma yoluyla büyümeleri ve bunu uygun bir biçimde gerçekleştirmeleri çoğunlukla zor ve yavaş olmaktadır. Günümüzde içsel büyümeye yönelecek şekilde kaynağa sahip olan çok az işletme vardır. Çünkü, dışsal yollarla büyüme (örneğin işbirliği) içsel büyüme göre daha az masrafı gerektirmektedir. Dışsal yolla büyümenin içsel büyüme göre üstün yönleri aşağıdaki gibi belirtilebilir (Akay, 1997: 17):

- Büyümenin hızla gerçekleştirilmesi ve büyümede dengenin sağlanması,
- Maliyetinin daha düşük olması,
- Finansman kolaylığı,
- Risk azlığı,
- İşletmeler arası rekabetin azaltılması.

### **2.3.9. Yeni Pazarlara Girme**

İşbirliğinin pazara giriş aşamasında önemli bir rolü vardır. Genellikle kaliteli bir ürün veya hizmete sahip olan işletme, bu özelliğini yeni pazarlara taşımak ister. Ancak henüz pazarda başarılı olmasını sağlayacak tecrübeye sahip olmayabilir. Müşteri isteklerini tam olarak tespit edememiş, ürünü veya hizmeti nasıl

tutunduracağını bilmiyor, ya da dağıtım kanallarına sahip olmayabilir. Bu deneyimleri kendi kendine geliştirmek yerine bu pazarda denetim sahibi olan bir işletme bulabilir. Burada, kaliteli ürün veya hizmete sahip olan işletmeyle, pazar bilgisine sahip diğer işletme işbirliği yaparak daha çabuk ve verimli bir şekilde hizmet verebilir (Uluçay, 1999: 51).

Dış pazarlara açılmak ve ürünlerini bu pazarlara sunmak isteyen işletmeler çeşitli seçeneklerle karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu ürünleri yurt içinde üretmek ihraç etmek, ya da dış ülkelerde direkt yatırım bu seçeneklerden bazılarıdır. Ancak, sadece ihracatla yetinmek beraberinde hem pazarlardan uzak kalmayı, hem de çok sayıda ve dünya çapında yayılmış rakiplerle rekabet etmeyi gerektirmektedir. Direkt yatırımlar ise, işletmelerde büyük sermaye ve uzun zaman gerektirmenin yanı sıra, önemli riskleri de içermektedir (Bozkurt, 1999: 54).

### **2.3.10. Vergi Avantajları**

İşbirliklerindeki en önemli finansal amaçlardan biri, vergi yasalarının sağladığı avantajlardan yararlanarak vergi yükünü azaltmak ve böylece, mevcut ve gelecekteki muhtemel net kazançları artırmaktır. İşletmeler başarısız oldukları durumlarda, uğradıkları zararları vergi yasaları uyarınca bir avantaja dönüştürebilir (Çelikkol, 1994: 66).

Vergi avantajlarından faydalanma çoğu birleşmenin en önemli nedenidir. ABD’de yapılan bir çalışmada, 7 yıllık bir dönemde gerçekleştirilen 1990 birleşmenin dörtte birinde, birleşme nedeni olarak vergi avantajı gösterilmiştir. Birleşmede vergi avantajı iki şekilde ortaya çıkabilir (Akay, 1997: 18):

- Vergi açısından herhangi bir birleşme ya “vergilendirilen,” ya da “vergilendirilemeyen” bir özellik gösterir. Vergilendirilme ve vergilendirilmeme, esas itibariyle işlem şekline bağlıdır. Şayet alıcı (birleşilen) işletme nakit olarak ödemede bulunmuş ise, bu işlem satışı yapan işletmenin, ya da ortaklarının vergilendirilmesini gerektirir. Diğer bir deyişle, ilgililerin satışın yapıldığı tarihte

varlıkların satışı üzerinden bir sermaye kazancını, ya da zararını kabul etmeleri gerekir. Aynı zamanda, nakit yerine, ya da nakitle birlikte herhangi bir “borç aracı” ile ödeme yapılması da vergilendirmeyi engellemez.

- Birikmiş zararları nedeniyle, gelecek yıllar kârlarından mahsup yapma olanağına sahip olan bir işletme, kârlı bir işletme ile birleştiği takdirde zarar mahsubu nedeniyle, vergi kanunlarının öngördüğü süre ve tutar sınırı içinde kalmak kaydıyla birleşmenin sağlayacağı kâr üzerinden vergi ödememe imkanına sahip olur.

### **3. İşletmeler Arası İşbirliği Türleri**

Günümüzde işletmeler arasında pek çok işbirliği türü gerçekleştirilmektedir. Bu işbirliği türleri, işletmelerin hukukî ve ekonomik bağımsızlıklarını korumaları, ya da kaybetmelerine göre başlıca dokuz farklı şekilde ortaya çıkmaktadır. Çalışmanın bu bölümünde, konuyla önemine göre bu işbirliği türlerine değinilecektir.

#### **3.1. Kartel**

Kartel, aynı dalda çalışan iki veya daha fazla işletmenin rekabeti azaltmak veya ortadan kaldırmak için hukuki bağımsızlıklarını yitirmeden yaptıkları anlaşma ile oluşturdukları birlikteliktir. Kartelin en önemli özelliği tüketicilere veya rakiplere karşı örgütlü bir grup olarak çıkararak, kollektif bir satıcı grubu veya kollektif tekel olmasıdır (Mucuk, 2001: 50).

#### **3.2. Tröst**

İki veya daha fazla işletmenin tekелci güç oluşturmak maksadıyla hukukî bağımsızlıklarını yitirerek, sermaye ve yönetimlerini birleştirmeleridir. Bu tür birleşmeler yatay, ya da dikey şekilde de ortaya çıkabilirler (Şimşek, 1998: 73).

Tröstler daha çok imalât sanayii ile petrol ve madencilik sektörlerindeki işletmelerde görülürler.

### **3.3. Konsern**

İki, ya da daha çok işletmenin finansal ve teknik yönden daha güçlü olmak için bir araya toplanmalarıdır. Konsernlerde işletmeler arası anlaşmadan bir adım öteye gidilerek birleşmeye yaklaşılmaktadır. Nitekim konsernlerde işletmeler ekonomik ve finansal bakımdan tek yönetim altında toplanırlar. Konsern birliklerde, başta finansal konular olmak üzere, üretim, teknik, pazarlama ve örgütlenme konularında işbirliğine gidilir. Örneğin, birbirini tamamlayıcı nitelikte olan işletmeler hammadde ve ara malını piyasaya başvurmadan birbirlerinden sağlarlar. Böylelikle maliyetlerini düşük tutarak piyasaya egemen olmaya çalışırlar (Sabuncuoğlu ve Tokol,1997: 129).

### **3.4. Konsorsiyum**

İki, ya da daha fazla işletmenin bir işi, ya da projeyi gerçekleştirmek üzere aralarında geçici olarak, hukukî ve ekonomik bağımsızlıklarını koruyarak, vardıkları işbirliğidir. Konsorsiyum, inşaat işletmelerinde sık görülür. Örneğin, baraj, otoban, köprü yapımında birden fazla işletmenin bir araya gelmeleri ve iş bitiminde ayrılmaları gibi (Akay, 1997: 22).

### **3.5. Lisans Anlaşmaları**

Lisans anlaşması, “bir işletmenin elinde bulundurduğu belirli haklarının kullanımını, belirli bir süre boyunca bir ücret karşılığında bir başka işletmeye devretmek amacıyla yapılan” hukuki sözleşmelerdir. (Karacasulu, 2003: 1).

Lisans anlaşmaları, doğrudan ürün satışına, ya da yatırım yapılmasına alternatif bir yoldur ve lisans sahibi açısından daima direkt yatırımdan çok daha az risklidir. Herhangi bir ekonomide millileştirme ihtimali varsa, ya da ülkenin mevzuatı doğrudan yatırıma izin vermiyorsa lisans anlaşmasının önemi daha da artmaktadır (Şimşek, 1988: 72).

### **3.6. Holding**

Holding, kendisi ticarî ve sınaî faaliyette bulunmayan, kontrol etmek amacıyla başka işletmelerin pay senetlerine sahip olan, hukuken bağımsız işletmedir (Akgüç, 1998: 932).

Holdinglerin esas amacı, rekabeti sınırlandırmaktan çok, bir şahsa veya işletmeye ait çeşitli işletmelerin yönetimini kontrol altına almak ve daha iyi denetlemektir.

Holdingler büyük işletme olmanın çeşitli faydalarından yararlanırlar. Ülkede sermaye birikiminin hızlanmasında ve sermaye birikiminin hızlanmasında olumlu etkileri vardır (Mucuk, 2001: 52).

Holdingi oluşturan işletmeler farklı alanlarda faaliyet gösterebilirler. Ancak bunların denetimi holding işletmenin denetimi altındadır. Holdingleşme, genellikle aynı kişi, aile, ya da sermaye grubunun yönetiminde çok sayıda işletmenin bulunması durumunda ortaya çıkar. Farklı işletmelerin holding kapsamında toplanması, onların yönetim, denetim, pazarlama ve malî kaynak gibi ortak ihtiyaçlarını bir elden sağlama ve holdinge aile ismi verme gibi avantajlar doğurur. Holdinge giren bütün işletmeler tüzel kişiliklerini korumaya devam ederler (Şimşek, 1998: 74).

Holdingler açık olarak kurulurlar, yani karteller ve tröstlerde olduğu gibi gizli ve kanunlara aykırılığı söz konusu değildir. Holdinge dahil olan işletmeler hukukî varlıklarını korurlar, üretim teknikleri ve satış faaliyetlerinde serbesttirler. Ancak iş programlarının kabulü, malî yönetimleri ve denetimleri bakımından holdinge bağlıdırlar.

### **3.7. Franchising**

Franchising sistemi, uygulandığı sektörler dikkate alındığında işletmeler arasında gerçekleştirilen diğer işbirliği sistemleri ile ulaşılamayan amaçlara ulaşma imkânı sağlayan ilginç bir tekniktir.

Franchising, belli bir ürün/hizmet imtiyaz hakkına sahip bir işletmenin belli süre, şart ve coğrafik sınırlamalar dahilinde, işin yönetim ve organizasyonuna ilişkin tam ve doğru bilgi ve destek (know-how ) sağlamak suretiyle, imtiyaz hakkına konu ticarî işleri yürütmek üzere, yerel pazarda faaliyet gösteren diğer bir işletmeye, ya da işletmelere verdiği imtiyazdan doğan, uzun dönemli ve sürekli bir işbirliği olarak tanımlanabilir (Taştan, 2003: 1).

### **3.8. Ortak Girişim (Joint Venture)**

Ortak girişimler, işletmelerin birleşmeleri ile meydana gelen tamamen bağımsız yeni bir işletmenin meydana gelmesi ve bu işletmenin sorumluluğunun değişik şekillerde kendini göstermesidir. Burada iki, ya da daha fazla işletme yeni teknolojiler geliştirmek, yeni pazarlara girmek vb. güdülerle bir araya gelip bir organizasyon kurarlar. İşletmeler sinerjik etki ile tek başlarına ulaşamayacakları bir güce kavuşurlar (Uluçay, 1999: 65).

Bir ortak girişim sözleşmesel bir düzenlemedir. Dolayısıyla, iki veya daha fazla taraf bu sözleşmeye çerçevesinde ortak kontrole tabi ekonomik bir faaliyet yürütürler. Ortak girişimler, ortak olarak kontrol edilen operasyonlar, ortak olarak kontrol edilen varlıklar, ve ortak olarak kontrol edilen hükmî şahıslar olarak üçe ayrılabilir (Sayılır, 2001: 4).

Bazı ortak girişimlerin operasyonları, yeni bir işletme oluşturulmadan, ortak girişimcilerin varlıklarının veya kaynaklarının kullanımını gerektirir. Her bir girişimci, operasyonda kendi şahsi malını, fabrikasını, ekipmanını, vb. kullanır ve kendi stokunu tutar. Her girişimci aynı zamanda kendi giderlerini, sorumluluklarını üstlenir ve kendi finansmanını kendi sağlar. Ancak ortak üründen kendine düşen hasıla payını alır. Örneğin, A ve B gibi iki girişimci bir çamaşır makinesini ortak üretmeye karar verebilirler. Aralarında yapılan sözleşmeye göre A çamaşır makinesinin motorunu, B'de geriye kalan kısmını üretecektir. A tarafından kendi tesislerinde üretilen motor, B tarafından kendi tesislerinde üretilen diğer parçalarla birleştirilecektir. Makinelerin satışlarından elde edilen hasılat sözleşmede belirtilen

oranlarda taraflar arasında paylaşılacaktır. Böyle bir girişimde sadece operasyon ortak olarak yapılmaktadır. Ortada girişimcilerden ayrı hükmî bir şahıs yoktur.

Bazı ortak girişimler ise, girişimcilerin kendi amaçları doğrultusunda maliyetlerine ve kontrollerine belli oranda katıldıkları ortak olarak sahip olunan ve kullanılan varlıkları gerektirir. Örneğin, A, B, ve C gibi üç işletme bir yatırıma 1/3 oranında ortak olarak sahip olabilirler. Her bir işletme yatırımın maliyetine 1/3 oranında katılırlar.

Gerek ülke açısından stratejik önemi bulunan, gerekse işletmeler için kârlı olan yatırım projelerinin, büyük sermaye ihtiyacı gerektirmesi nedeniyle dev işletmeler tarafından dahi gerçekleştirilemediği durumlarda, yerli ve yabancı özel, ya da kamu işletmelerinin ortak girişimiyle gerçekleştirilebilir. Gelişmiş ülke işletmelerinin sahip olduğu sermaye, döviz, teknoloji, yönetim ve pazarlama yetenekleri gibi işletme bazındaki spesifik bilgi ve değerler ile gelişmekte olan ülke işletmelerinin sahip olduğu düşük maliyetler, iş gücü kaynakları, yerel pazarı tanıma, politik trendler gibi o ülkeye ait özel bilgi ve değerler birbirini tamamlamakta ve bu değerlerin bir ortak girişimde bir araya getirilmesi hem ülkeye hem de bu işletmelere büyük faydalar sağlamaktadır (Eren, 1990: 219).

Ortak girişim türündeki işbirliği, uluslararası düzeyde çeşitli ülke işletme, ya da örgütleri ile de gerçekleştirilebilir. Ülke dışında, ortak girişim biçiminde faaliyete bulunmak, ya da diğer bir ortaklık şekliyle çalışmak, günümüzde işletmelerin en büyük tercihidir. Yabancı bir ülkeye en basit şekliyle girme olarak kabul edilebilen şube açma olayı, her koşulda en uygun yaklaşım değildir. Çünkü, bu yaklaşım %100 mülkiyete sahip olma şeklindedir. Bir çok ülke, en azından milliyetçi duygular nedeniyle, buna karşı çıkmaktadır. Gelişmemiş, ya da gelişmekte olan ülkelerin bu düşünceleri, ortak girişim yaklaşımını pazara girebilme için uygun bir yol olarak ortaya çıkarmaktadır. Gelişmiş ülkelerde ise, en etken faktör risk paylaşımıdır. Riskler arttıkça ve rekabet şiddetlendikçe ortaklık düşüncesi ağır basmaktadır (Çelikkol, 1994: 157).



Ortak girişim stratejisinin rekabet gücünü artırıcı etkileri genel olarak; finansal gücün artırılması, know-how'ların birleştirilmesi, yerel pazarlama ve yönetim becerisinden yararlanma, çeşitli ülkelere ait millî ve yasal sınırlamalara uyum sağlanması, kârlılık ve uzmanlaşmanın artırılması, tek başına girme olanağına sahip olunmayan ülkelerde temsil edilme fırsatının elde edilebilmesi ve ucuz iş gücü sağlanması şeklinde sıralanabilir (Çelikkol, 1994: 166).

Ortak girişimlerde, genel olarak üç çeşit strateji izlenmektedir (Uluçay, 1999: 65):

- Ömücek ağı stratejisi: Küçük bir işletme hayatta kalabilmek için birden fazla ortak girişime dahil olur. Bu bağlantılar sayesinde, kaynaklarını yaygın bir şekilde kullanarak riski dağıtır ve büyük rakiplerle eşit bir kuvvet oluşturabilir.
- Birlik ol - Ayrıl stratejisi: İşletmeler belirli bir proje için veya belirli bir süre için ortak girişime karar verirler. Proje tamamlandığında ise ayrılırlar. Bu yapıya giden işletmeler bağımsızlıklarını kaybetmeyerek finansal açıdan tek başlarına altından kalkamayacakları hedefleri gerçekleştirmeyi amaçlarlar.
- Başarılı bütünleşme stratejisi: Bu stratejide işletmeler başlangıçta zayıf ilişkiler kurarlar. Daha sonra, ileride tam bir birleşme haline gelecek bir ortak girişim oluştururlar. Bu şekilde ortak girişimler başarılı bir entegrasyon veya birleşme stratejisi uygulamanın başlangıçta laboratuvar çalışması veya pilot denemeleri olarak kullanılır.

### **3.8.1. Genel Olarak Ortak Girişim Türleri**

- **Üretim Amaçlı Ortak Girişimler**

Üretim amaçlı ortak girişimler, nihai hedefleri belirli bir ürünü üretmek, ya da hizmet tedarik etmek olan rakiplerin ortak kontrolleri altında ve ayrı bir işletme varlığı olarak kurdukları oluşumlar olarak tanımlanabilir (Kayar, 2003: 8).

- **Araştırma Geliştirme Amaçlı Ortak Girişimler**

Ekonomik rekabetin önemli ölçüde teknolojik yeniliklere bağlı olduğu günümüzde, yeni teknolojilerle üretilen ürünler büyük bir hızla eski ürünlerin yerine geçmekte, yeni buluşlarla üretilen bu daha kaliteli ve ucuz ürünler dünya pazarlarında üstünlük kazanmaktadır. Söz konusu teknolojik gelişmeler büyük ölçüde Ar-Ge faaliyetleri sonucunda ortaya çıkmaktadır. Bu faaliyetlerin yürütülmesi finansal kaynakların varlığına ve devamlılığına bağlıdır. Özellikle küçük ve orta ölçekli teşebbüslerin, Ar-Ge faaliyetlerinin gerektirdiği kaynakları tek başlarına karşılamaları ve bu yatırımların sonuçlarının kısa dönemde alınamaması sonucunda doğabilecek risklere katlanmaları kolay değildir. Dolayısıyla teşebbüslerin bu alanda işbirliğine gitmeleri kaçınılmazdır (Kayıhan, 2003: 48).

Teşebbüsler arasındaki Ar-Ge'ye yönelik işbirlikleri; risklerin paylaşılmasını, ölçek ekonomilerine ulaşılmasını, benzer faaliyetlerin tekrarlanmaması sonucu maliyetlerin azalmasını beraberinde getirmektedir.

- **Ortak Satın Alma Amaçlı Ortak Girişimler**

Ortak satın alma hedefi ile kurulan işbirlikleri, yeniden satış için önemli bir hammadde, ya da mamul ürününün alımı amacıyla, tarafların alım güçlerini bir araya getirmeleri şeklinde tanımlanabilir. Ortak satın alma anlaşmalarından kaynaklanan bir çok etkinlik artırıcı faydalar vardır. Bunlardan en önemlisi ise, satıcıların yüksek fiyat uygulama güçlerinin bulunması durumunda, alıcıların pazarlık güçlerini yükselterek fiyatların tekrar rekabetçi seviyelere inmesini sağlayabilmeleridir. Bir diğer önemli husus, satıcıların fazla kapasitelerini kullanmalarına, ya da ölçek ekonomilerine ulaşmalarına imkan tanınmasıdır.

- **Ortak Satış Amaçlı Ortak Girişimler**

Rakipler arasındaki işbirliği dağıtım seviyesinde gerçekleştiği takdirde, özellikle fiyat politikaları açısından rekabeti kısıtlayıcı etkilerin ortaya çıkma olasılığı yüksektir. Öte yandan, rakiplerin finansal güçlerini, satış personellerini ve

dağıtım ağlarını birbirine tamamlayıcı şekilde bir araya getirmeleri, tüketici açısından olumlu sayılabilecek etkileri de ortaya çıkacaktır. Özellikle yeni pazarlara tek başına girmek için yeterli kaynaklara sahip olmayan teşebbüsler için, ortak satışa yönelik bir işbirliği içerisinde girmek faydalı olabilecektir (Kayar, 2003: 14).

### **3.8.2. Ortak Girişimin Avantajları**

- **Genel olarak ortak girişimin avantajları**

- Ortaklığa katılan işletmelerin hepsi için finansal kaynak sağlar, bu durum yatırım maliyetlerini azaltır. Az sermaye ile büyük bir işin ortaklığına girilmiş olur,
- Pazar potansiyelinin artmasına ve gerçekleşen fiili satış miktarının çoğalmasına neden olur. Bu durum işletmenin tam kapasitede çalışmasını ve parça başına üretim maliyetlerinin düşük olmasını sağlar,
- Pazarlama kanallarının süratle gelişmesine ve satış hacmi ile birim başına pazarlama masraflarının azalmasına neden olur,
- İki, ya da daha fazla bağımsız işletmenin kurdukları bağımsız bir kuruluş olduğu için, ortaklığa giren işletmelerin bağımsızlıklarının korunması ve sürdürülmesi imkânını verir,
- Küçük bir işletme birden fazla ortak girişime dahil olarak büyük ve güçlü rakiplerinden korunma imkânını sağlayabilir,
- Başarılı bir entegrasyon veya birleşme stratejisi uygulamanın başlangıçta laboratuvar çalışması veya pilot denemeleri ortak girişimlerdir. Başlangıçta bu işletmeler zayıf biçimde başka işletmelerle giriştiği bazı ortak girişimlerden, başarılı olanları veya istikbâl vaat edenleri güçlü bir işletme birleşmesi stratejisi izleyerek satın alır. Böylece başlangıçtaki büyük yatırım riskini dağıtmış olur.

### **3.9. Birleşmeler**

Birleşmeler, TTK 146/I uyarınca “iki veya daha fazla ticaret işletmesinin birbiriyle birleşerek yeni bir ticaret işletmesi kurmalarından veya bir yahut daha fazla

ticaret işletmesinin mevcut diğer bir ticaret işletmelerine iltihak etmesinden ibarettir” şeklinde tanımlanmıştır (Bahtiyar, 2004: 5).

Birleşmede, bir işletmenin tüzel kişiliği devam ederken, diğer işletmenin tüzel kişiliği sona erdirilebilir, ya da her iki işletmenin de tüzel kişiliği sona erdirilerek yeni bir tüzel kişilikte faaliyet gösterilebilir. Görüldüğü gibi birleşmede en az bir işletmenin tüzel kişiliği sona erdirilmektedir (Aydın, 2004: 194).

İşletme birleşmesi, çıkarların birleştirilmesidir. İşletmeye ilişkin yararların ve risklerin birlikte paylaşılmasıdır. Birleşmede varlıklar, tüm borçlar ve alacaklar bir araya getirilir. Pazar ve ölçek sinerjisi yaratma hedefiyle gerçekleştirilen birleşmeler her sektörde işletmelerin yaşamsallığını koruyabilmesi açısından en önemli çözüm yollarından biri olarak görülmektedir. Birleşmeden doğan hacim artışı, sabit giderlerin azaltılması değişik coğrafi/demografik alanlara ulaşılabilmesi gibi faktörler genel olarak adlandırılan avantajların sayısallaştırılmasını sağlamaktadır. Ayrıca, başarılı olarak birleşen işletmelerin verimliliklerini artırması sonucunda sektörler daha verimli hale gelmekte ve bu etkiler son kullanıcılara olumlu olarak yansımaktadır (Sağlam ve Şengel, 2004: 306).

İşletme birleşmeleri iki şekilde ortaya çıkabilir.

- **Devralma Yoluyla Birleşme**

Satın alma, ya da katılma olarak da adlandırılan devralma yoluyla birleşme, bir işletmenin diğer işletme, ya da işletmeleri bütün aktif ve pasifiyle satın alarak içinde eritmesi olarak tanımlanabilir. Devralma yoluyla birleşmede, satın alınan işletmelerin tüzel kişilikleri sona ermekte ve bu işletmeler varlığını devam ettiren işletmenin kimliğine bürünmektedir. Devralma yoluyla birleşmede, dağılan işletme, ya da işletmelerin varlıkları ve borçları tasfiye edilmez yani paraya çevrilmez. Devreden işletme, ya da işletmelerin tüm aktif ve pasif değerleri devralan işletmeye geçtikten sonra, devralan işletme, devreden işletme, ya da işletmelerin alacaklarının sahibi ve borçlarının sorumlusu olur (Aşıkoğlu, 1999: 372).

- **Konsolidasyon**

Konsolidasyonda iki, ya da daha fazla işletmenin tüzel kişiliklerini kaybederek yeni bir sahiplik ve yönetim altında tek bir işletme formunda bir araya gelmesi söz konusudur. Bu stratejide, birleşen işletmelerin hisse senetleri yeni kurulan işletmenin hisse senetleri ile değiştirilir ve birleşen işletmelerin aktif ve pasifleri, tasfiye olayı gerçekleşmeksizin, yeni kurulan işletmenin varlığını oluşturur (Aşıkoğlu, 1999: 371).

Dünyada işletmeler arasında yaşanan birleşmelere paralel bir gelişme Türkiye’de de yaşanmaktadır. Türkiye’de işletme birleşmeleri, daha çok zor durumda olan işletmelerin ekonomiye tekrar kazandırılması amacıyla başlamış olup, daha çok da kamu kurumlarında ve bankacılık sektöründe görülmüştür. Özellikle 1950’li yıllarda bankalar arasında gerçekleştirilen birleşmelerin temel nedeni zor durumda olan bankaların ekonomiye kazandırılması olmuştur (Aydın, 2004: 203).

Türk işletmelerinin birleştirilmesi daha çok, getirilen vergi avantajları nedeniyle, aynı holding bünyesinde yer alan iki işletmeden zarar eden işletmenin kârlı işletmelerle birleştirilmesi şeklinde olmuştur. Ancak Türk işletmelerinin birleştirilmesindeki yegane neden, vergi avantajlarından yararlanma değil, ayrıca zor durumda olan bir işletmenin daha ucuza alınabilmesi, borç kapasitesinin genişletilebilmesi ve belirli bir pazara girebilmesi vb. de olabilir.

Vergi avantajları, ya da zordaki işletmelerin ucuza alınabilme fırsatlarını değerlendirebilme yanında Türkiye’de daha değişik amaçlarla yapılmış birleşmeler de bulunmaktadır. Örneğin, Ege Endüstri A.Ş. ile Karteks A.Ş.’nin birleşmesi gibi. Otomobil yan sanayinde üretim yapan Ege Endüstri A.Ş. ile ambalaj sanayinde üretim yapan Karteks, riski dengelemek amacıyla çeşitlendirmeye gitmek için birleşmişlerdir (Akay, 1997: 33).

Türkiye’de 4054 sayılı “Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’un” 1997 yılında yürürlüğe girmesiyle işletmeler arasında etkin rekabet durumunu ortadan

kaldırarak uygulamalara engel olmak üzere Rekabet Kurumu oluşturulmuştur. Birleşme ve satın almalar da bu kurumun iznine tabî olmaktadır. Son yıllardaki birleşme ve satın almalarla ilgili eğilimi görmek açısından Rekabet Kurumu'na yapılan başvurular önemli ipuçları verebilir.

Türkiye'de 1997 yılında yalnızca 8 işletme birleşme, ya da satın alma için başvururken, 2000 yılında 103, 2002 yılında 115, 2003 yılında da 113 işletme başvuruda bulunmuştur ([www.rekabet.gov.tr](http://www.rekabet.gov.tr)).

## İKİNCİ BÖLÜM

### DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE TEKSTİL SEKTÖRÜ

#### 1. Dünya Ekonomisi ve Ticaretinde Gelişmeler

Dünya ekonomisi 1990-1997 yılları arasında %2,3 büyümüştür. Büyüme gelişmiş ülkelerde ortalama %2,8, gelişmekte olan ülkelere ise, %3,1 olmuştur. Asya-Pasifik krizi ile başlayan global kriz nedeniyle dünya ekonomisindeki büyüme 1998 ve 1999 yıllarında gerilemiştir. 2000 yılında dünya ekonomisindeki büyüme hızlanarak %4,8'e ulaşmıştır. Bölgelere göre büyüme oranları incelendiğinde, gelişmiş ekonomilerin büyüme oranının dünya ortalamasına yakın gerçekleştiği ve yeni sanayileşen Asya ülkelerinin büyüme oranlarının oldukça yüksek olduğu görülmektedir (www.turksae.com).

Dünya ekonomisinde 2001 yılı ile birlikte başlayan yavaşlama süreci, 11 Eylül saldırılarının ardından daha da belirgin hale gelmiş ve 2001 yılında dünya ekonomisi ancak %2,4 artış ile son 10 yılın en düşük büyüme oranını gerçekleştirmiştir. 2002 yılında da durum çok fazla değişmemiş ve büyüme ancak %3 seviyesinde artmıştır. 2002 yılında gelişmiş ülke ekonomilerinin büyümesi, dünyadaki artış hızının altında kalırken, gelişmekte olan ekonomiler dünya ortalamasına göre daha iyi bir ekonomik performans göstermişlerdir. Buna paralel bir seyir izleyen dünya mal ihracatı, 2001 yılında %3,9'luk bir daralma yaşamış, 2002 yılında ise bir önceki yıla göre %4,2'lik bir büyüme göstermiş ve 6.5 trilyon dolar düzeyine yükselmiştir. 2003 yılına gelindiğinde ise, dünya ekonomisinin %3,9, dünya ihracatının ise %16 arttığı ve 7.3 trilyon dolar seviyesine yükseldiği görülmektedir.

1980 yılından bu yana dünya ticareti, dünya ekonomisinin üzerinde bir büyüme gerçekleştirmektedir. Özellikle 1980 sonrasında dünya ticaretinde görülen serbestleşme olgusu bu gelişmede etkili olmuştur. Dünya ticaretindeki bu genişleme 1998 yılında global ekonomik krizin yol açtığı talep daralması ile gerilemiştir.

1990-1995 yılları arasında ortalama %7,5, 1996 yılında %4,5 büyüyen dünya ticareti, 1997 yılında %3,5 ve 1998 yılında ise, %2 oranında gerilemiştir (www.turksae.com).

Dünya mal ticareti 1999 yılında %4 oranında büyürken, 2000 yılında önemli oranda hızlanarak %12 oranında artmıştır. Değer olarak ise, dünya mal ticareti 2000 yılında %12,5 oranında artarak 6.2 trilyon dolara ulaşmıştır. Bu artışın en önemli sebebi global ekonomik büyüme performansının 2000 yılında olumlu olarak gerçekleşmesidir (www.dtm.gov.tr).

Çizelge 2. Dünya Mal Ticaretinde Yüzde Değişim

	İhracat				İthalat			
	Ortalama	1998	1999	2000	Ortalama	1998	1999	2000
Dünya	6	-1,5	4	12,5	6	-1	4,5	12,5
Kuzey Amerika	7,3	-0,7	4,2	13,4	8,9	4,6	11,2	17,8
Latin Amerika	9,4	-1,3	6,4	20,8	11,9	5	-3,2	16
Batı Avrupa	4	3,5	0,3	2,4	4,1	5,6	1,6	4,4
Avrupa Birliği	4	4	0,1	1,9	4,2	6	2,2	4
Geçiş Ekonomileri	7,4	-4	-0,2	26,2	5,3	-2,1	-11,8	13,9
Ortadoğu	7,1	-21,3	25,7	51,4	5,9	0,2	2,2	14,3
Asya	8,4	-6,1	7,5	18,4	7,7	-17,8	10,3	23,5

Kaynak: www.dtm.gov.tr., "Dünya Ekonomisi ve Ticaretindeki Gelişmeler", 2001.

2000 yılında oransal olarak en büyük artış Ortadoğu bölgesinin ihracatında görülmüştür. Gelişmekte olan ülkelerin mal ihracatı dünya ortalamasının 3.5 puan üzerinde, %15,7 olarak gerçekleşmiştir. Mal ihracatı Kuzey Amerika ve Asya'da sırasıyla %13,4 ve %18,4 gibi yüksek oranlarda artış göstermiştir. Bu dönemde Batı Avrupa'nın ihracatında büyüme %4,2 ile oldukça düşük kalmıştır.

Dünya ticaret hacmi, 2000 yılındaki %12,5'lik artışın ardından 2001 yılında yalnızca %0,1'lik bir büyüme yaşamış, 2002 yılında ise bir önceki yıla göre %3,2'lik bir büyüme performansı sergilemiştir. Diğer taraftan, Dünya Ticaret Örgütü tarafından Nisan (2003) ayında yayınlanan 2002 yılında dünya ticaretine ilişkin değerlendirmelere göre; 1990-2000 yılları arasında ortalama %6 artış gösteren dünya mal ihracatının, 2000 yılında bu oranın yaklaşık iki katı arttığı, 2001 yılında %4'lük azalışla 6 trilyon dolara gerilediği, 2002 yılında ise, %4'lük artışla 6.24 trilyon dolar olarak gerçekleştiği ifade edilmiştir. Sözkonusu rakamlar sektörel bazda incelendiğinde ise, tarım ve madencilik ürünleri ihracat artışının, ortalama ihracat



artış hızının altında, sanayi ürünleri ihracat artışının ise ortalamanın üzerinde gerçekleştiği görülmektedir (www.dtm.gov.tr).

Elektronik ve elektrikli mamüller dünya ticaretindeki payı hızla artan ürünler olmuştur. Bunların dünya ticaretinin yaklaşık altıda birini oluşturmaktadır. Dünya ticaretindeki payı artan diğer ürünler olarak da tekstil-konfeksiyon ve ulaşım araçları sayılabilir.

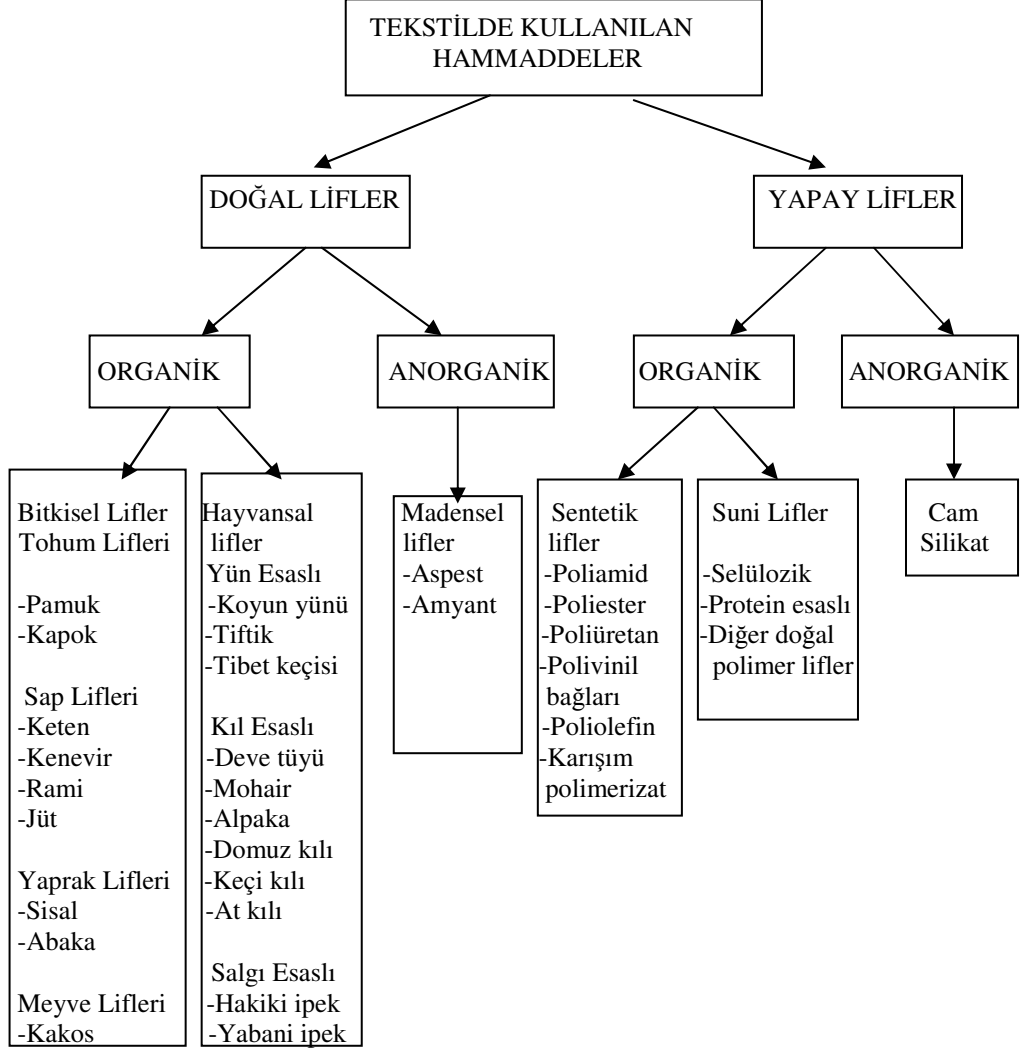
## **2. Dünyada Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü**

Tekstil ve konfeksiyon sektörü, genel olarak “dokuma (tekstil) ve “hazır giyim (konfeksiyon) olmak üzere başlıca iki gruba ayrılmaktadır. Türkiye’de tekstil sektörü denildiği zaman genellikle tekstil ve konfeksiyon birlikte düşünülmektedir. Bu nedenle çalışmada tekstil sektörü incelenirken, tekstil ve konfeksiyon sektörleri birlikte ele alınacaktır.

### **2.1. Tekstilde Kullanılan Hammaddeler ve Bunların Genel Sınıflandırması**

Bugün tüm dünyada tekstil sektöründe birçok hammadde kullanılmaktadır. Tekstil hammaddelerinden, doğal liflerde pamuk, yün ve ipek, yapay liflerde ise sentetik ve selülozikler ağırlıklı olarak kullanılmaktadır. Yıllar boyunca tekstil hammaddelerinde talep eğilimleri değişim göstermiştir. Önceleri toplam lif üretiminde, doğal lifler sınırlı üretime rağmen ağırlıkta iken yapay liflerdeki yenilikler nedeniyle eğilim yapay liflere yönelmiştir. Ancak bu eğilim, günümüzde çevre kirliliği faktörü nedeniyle, doğaya dönüşü yapay liflere göre daha kolay olan doğal liflere kayma eğilimi göstermiştir. Doğal ve yapay liflerin yanı sıra özellikle son yıllarda, bilinen mevcut liflerin bazı endüstriyel uygulamalarda yetersiz kalması ile ileri teknoloji lifleri adını alan tekstil lifleri elde edilmektedir. İleri teknoloji lifleri adını alan bu lifler ile bunlardan elde edilen ürünler, endüstriyel tekstil adıyla anılmaktadır. Şekil 3’de tekstil hammaddelerinin genel bir sınıflandırması

verilmiştir. Bu bölümde, tekstilde kullanılan bu hammaddeler kısaca açıklanırken, pamuk tekstil üretimindeki önemi nedeniyle daha ayrıntılı olarak açıklanacaktır.



Şekil 3: Tekstilde Kullanılan Hammaddeler ve Sınıflandırılması

Kaynak: Safel ve Dedeoğlu "Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü", Türkiye Vakıflar Bankası, Sektör Araştırmaları Serisi No:12, 1998, 2.

### 2.1.1. Doğal Lifler

Tekstilde kullanılan doğal lifler, hayvansal lifler ve bitkisel lifler olmak üzere ikiye ayrılarak incelenir.

Hayvansal lifler hayvanların deri üstü tüy ve kıllarından elde edilen liflerdir. Hayvansal lifler yün, kıl ve salgı lifleri şeklinde ayrılmıştır. Yün lifi daha çok koyun, tiftik, Tibet keçisi, alpaka ve lama yünü; kıl lifi, keçi ve sığır lifi; salgı lifi ise ipek olarak adlandırılır. Keçi kılından elde edilen kaşmir ve moher, deve tüyü, alpaka, angora lüks hayvansal lifler olarak bilinir. Yünün ana hammaddesi yapağıdır. Dünyada en çok üretilen ülkeler, Avustralya ve Yeni Zelanda'dır. İpek, ipek böceğinin ördüğü kozanın sağılmasıyla elde edilen doğal ve devamlı bir hayvansal lif türüdür. Dünyada en büyük ipek üreticisi Çin'dir. Türkiye'de ise ipek üretimi az olup, hammadde olarak talep ithalatla karşılanmaktadır (Safel ve Dedeoğlu, 1998: 11).

Tekstilde kullanılan bitkisel lifler bitkiden elde edilmiş yerine göre tohum lifleri, sap veya sak lifleri, yaprak lifleri ve meyve lifleri olarak sınıflandırılmıştır. Tohum lifleri, bitkinin tohumlarından elde edilir. En yaygın olarak bilinen tohum lifleri kapok ve pamuk lifidir.

Kapok lifi, cava pamuğu olarak da bilinir. İri gövdeli kapok ağacının tohum tüylerinden hazırlanan bir lifdir. Bu ağaçlar lif elde etmek amacıyla en çok Asya'da Endonezya'da yetiştirilir. Esnek olmaması ve kolay kırılması nedeniyle eğirmeye uygun değildir. Daha çok can yeleklerinde ve su geçirmez donanımlarda kullanılır (Safel ve Dedeoğlu, 1998: 3).

Bitkisel liflerden sak (sap) lifleri bitkinin sap kısmından elde edilir. Dünyada en tanınmış sap lifleri keten, kenevir, rami ve jüt lifleridir.

Keten en fazla Rusya, Polonya ve Romanya'da yetiştirilir. Türkiye'de tamamına yakın bölümü Marmara Bölgesi'nde yetişmektedir. Özellikle yazlık giysilerde kullanılır. Kenevir, en çok Hindistan, Rusya, Romanya, Çin, Macaristan, Polonya ve Türkiye'de yetiştirilir. Çok sağlam olması nedeniyle sicim, halat, çuval, çadır bezi vb. yapımında kullanılır. Rami, lifi en çok yetiştirilen bitkilerdendir. En çok yetiştirildiği ülkeler, Çin, Japonya, Tayvan, Filipinler ve Brezilya'dır. Keten, pamuk ve yünden daha sağlamdır. Ambalaj malzemesi, sanayi tipi dikiş ipliği, balık

ağı yapımında ve başka liflerle karıştırılarak döşemelik ve giysi yapımında kullanılır. Jüt ıhlamurgiller familyasından bir otsu bitkidir. Bitkinin saplarından lif elde edilir. Dünyada jüt üretimi pamuktan sonra ikinci sıradadır. En çok üretilen ülkeler, Bangladeş, Çin ve Hindistan'dır (Safel ve Dedeoğlu, 1998: 8).

Bitkinin yaprak kısmından elde edilen liflere yaprak lifi denir. En çok tanınan yaprak lifleri sisal ve abaka lifleridir.

Sisal bitkisinin anayurdu Orta Amerika'dır. En çok üreticiler Tanzanya ve Brezilya'dadır. Sağlam ve tuzlu suya dayanıklı olması nedeniyle gemicilikte, halat ve sicim yapımında, şapka ve fırça yapımında kullanılır. Abaka muzgiller familyasından bir bitkidir. Bitkinin yaprak sapından lifler elde edilir. Anayurdu Filipinler'dir. Nem çekme ve suda batmama özellikleri vardır. Kilim, kâğıt, bardak, tabak altı, şapka, ayakkabı vb. üretiminde kullanılır (Safel ve Dedeoğlu, 1998: 8).

### **2.1.1.1. Dünya Pamuk Üretim ve Tüketimi**

Pamuk, dünyada en önemli tekstil hammaddesi olarak, geniş bir kullanım alanına sahiptir. Sentetik elyaf ve iplik kullanımı yaygın olmasına rağmen, son yıllarda ortaya çıkan doğaya dönüş ve ekolojik tarım olgusu pamuğa eski öneminin verilmesini sağlamıştır.

Günümüzde, yarattığı yüksek katma değer nedeniyle tarım sektörü için ve önemli bir hammadde olması nedeniyle de sanayi sektörü için stratejik bir ürün olan pamuk, hem gelişmekte olan hem de gelişmiş bazı ülkeler için büyük önem arz etmektedir (Katırcıoğlu, 2002: 7).

Pamuk, bitkisel bir tekstil hammaddesidir. Sıcak, ovalık düz arazili ve sulu bölgelerde, tropik ve subtropik iklimlerde 41° kuzey ile 36° güney enlemleri arasında yetiştirilir. Lifinden tekstil için, çekirdeğinden yağ ve yem için öncelikle yararlanır. Doğal bir hammadde olması, belirli kesik boyda özel bir lif yapısına sahip olması, içeriğinde çok çeşitli madde ve mineraller bulunması, su, hava ve ısı tutma özelliklerinin mükemmelliği ile birlikte, insan yapısına ve sağlığına son derece

elverişli olması, giyimle birlikte dekorasyon, sportif, tıbbi ve teknik tekstillerde de kullanılabilmesi pamuk lifinin önemini göstermektedir (Müsiad, 1996: 3).

- **Dünya Pamuk Üretimi**

Dünya nüfusunun artması ve hayat seviyelerinin yükselmesine paralel olarak tüketim harcamalarının artması ile birlikte, tekstil ve konfeksiyon sektöründe de tüketimdeki artıştan dolayı, bu sektörün ana hammadde olan liflerin üretiminde önemli artışlar görülmektedir. Tüketilen tekstil lifleri içinde artış oranı son 10 yılda en yüksek olan pamuktur.

Dünya pamuk ekimi daha çok Asya kıtasında toplanmıştır. Bunu izleyen kıtalar ise sırasıyla, Amerika ve Afrika'dır. Dünyanın en büyük pamuk üreticisi ülkesi Çin'dir ve toplam dünya pamuk üretiminin %26'sını gerçekleştirmektedir. Dünyanın ikinci pamuk üreticisi ülkesi ise ABD'dir. ABD'nin dünya pamuk üretiminden aldığı pay %17,7'dir. Bu ülkeleri sırasıyla Hindistan, Pakistan ve Özbekistan izlemektedir. Türkiye ise, %4,3'lük payla dünyanın altıncı büyük pamuk üreticisi ülkesidir.

Çizelge 3: Başlıca Ülkelerde Pamuk Ekim Alanları ve Üretim Durumu (2003)

Ülkeler	Ekilen Alan (Ha)	Üretim (Ton)	Verim (Kg/Da)
Dünya	32.374.092	56.969.044	176
Çin	4.500.000	15.600.000	347
Amerika	4.879.750	10.100.000	207
Hindistan	8.390.000	6.300.000	75
Pakistan	3.000.000	5.455.000	181
Özbekistan	1.393.000	2.856.000	205
<b>Türkiye</b>	<b>711.000</b>	<b>2.489.000</b>	<b>350</b>
Brezilya	717.160	2.200.143	307
Türkmenistan	750.000	713.000	95
Avustralya	145.000	628.000	433
Yunanistan	365.000	1.300.000	356

**Kaynak: www.tzob.org.tr. Pamuk Çalışma Grubu Raporu, 2004.**

- **Dünya Pamuk Tüketimi**

Dünyanın en büyük pamuk üreticisi olan Çin, Hindistan, ABD ve Pakistan aynı zamanda en fazla pamuk tüketicisi konumundadır. Gelişen tekstil ve konfeksiyon sanayi, artan dünya nüfusu, fert başına gayri safi milli hasıladaki artış

ve bu unsurların yanında sentetik elyaf fiyatları ve tüketim eğilimi dünya pamuk tüketimini etkileyen başlıca unsurlardır (www.tzob.org.tr.).

Çizelge 4: Dünya Pamuk Tüketimi

Ülkeler	2001/2002	2002/2003	2003/2004
Çin	5.500	6.000	6.100
Hindistan	2.907	2.973	3.017
ABD	1.681	1.633	1.584
Pakistan	1.850	2.000	2.030
<b>Türkiye</b>	<b>1.230</b>	<b>1.365</b>	<b>1.385</b>
Diğer	6.970	6.876	6.912
Toplam	20.138	20.847	21.028

Kaynak: www.tzob.org.tr. Pamuk Çalışma Grubu Raporu, 2004.

### 2.1.1.2. Türkiye’de Pamuk Üretim, Tüketim ve Ticareti

Türkiye pamuk üretimi bakımından elverişli ekolojik koşullara sahiptir. Özellikle Ege, Güneydoğu, Akdeniz ve bir kısım Doğu ve Orta Anadolu illerinde pamuk ekimi yapılmaktadır. 2003 yılı pamuk üretiminin %22’si Çukurova, % 46,5’i Güneydoğu Anadolu, %30’u Ege Bölgesi’nde gerçekleşmiştir. Her yıl gittikçe üretimin düştüğü Akdeniz Bölgesi’nde üretimin sadece %1,5’lik kısmı gerçekleştirmiştir (Türkiye Ziraat Odaları Birliği, 2004: 3).

76 ülkede tarımı yapılan dünyada Türkiye pamuk ekim alanları yönünden 7. sırada, üretim yönünden ise 6. sırada bulunmaktadır. Ayrıca dekara lif verimi dünya ortalamasının çok üzerinde olup, İsrail, Avustralya ve Suriye’den sonra dördüncü sırada yer almaktadır (Özüdoğru, 2002: 8).

Çizelge 5: Türkiye’de Pamuk Ekim Alanı, Üretim ve Verim Durumu

Yıllar	Ekiliş Alanı (Ha)	Üretim (Ton)	Verim (Kg/Ha)
1997	721.723	831.672	1.152
1998	756.566	882.154	1.166
1999	719.294	791.298	1.100
2000	654.177	879.940	1.345
2001	696.566	919.661	1.214
2002	694.760	966.215	996
2003	629.384	898.824	1.324

Kaynak: www.tzob.org.tr. Türkiye Ziraat Odaları Birliği, “Pamuk Çalışma Grubu”, 2004.

Türkiye’de pamuk ekim alanında yıllar itibariyle bakıldığında, azalış olduğu görülmektedir. Ekim alanlarında azalışın tersine verim artışına bağlı olarak üretimde

artış gözlenmekle birlikte, 2003 yılı verileri Türkiye’de pamuğun hem ekim alanı, hem de üretim miktarı açısından düşüşlerin yaşandığını göstermektedir.

Türkiye’de tekstil sanayiinin gelişmesine paralel olarak pamuk tüketim miktarı da artmaktadır. Tüketimdeki bu artışa karşılık Türkiye’de pamuk üretimi azalmaktadır. Bu nedenle, Türkiye’nin pamuktaki dışa bağımlılığı artmaktadır.

Türkiye tekstil ve konfeksiyon ürünleri ithalatında en büyük pay pamuklu ürünlere aittir. Bu kategoride ise, ilk dikkati çeken ham pamuk alımlarıdır. Bunun en önemli nedeni ise bazı iç ekonomik nedenlerden dolayı, Türkiye’de üretilen ham pamuğun yerine daha ucuza gelen, dünya fiyatlarından ham pamuk tedarik etme tercihidir (Müsiad, 1996: 64).

Türkiye’de pamuk üretiminin iç tüketimi karşılayacak seviyede olmasından ve uygulanan ekonomik politikalar nedeniyle 1986 yılına kadar pamuk ithalatı yapılmamıştır. Fakat, bu yıldan sonra iç talebin artması nedeniyle üretilen pamuğun yetersiz oluşu ve yurtdışından daha ucuz fiyatla pamuk sağlanabilmesi dolayısıyla, pamuk ithalatı artarak devam etmiştir.

Çizelge 6: Türkiye Pamuk Tüketim ve Dış Ticareti (Ton)

Yıllar	Tüketim	İhracat	İthalat
1995/1996	950.000	60.000	129.000
1996/1997	1.050.000	46.000	342.000
1997/1998	1.150.000	28.000	408.000
1998/1999	1.076.000	86.000	287.000
1999/2000	1.200.000	44.000	491.000
2000/2001	1.250.000	20.000	450.000
2001/2002	1.230.541	22.000	326.943
2002/2003	1.254.833	13.000	493.819

Kaynak: [www.tzob.org.tr](http://www.tzob.org.tr), “Pamuk Çalışma Grubu”, 2004

Pamuk, Türkiye ihracatı içinde oldukça önemli bir yer tutmaktadır. Pamuğun lif olarak ihracı, üretimde görülen artışa paralel olarak 1960’lı yılların ortalarından itibaren artmaya başlamıştır. Bundan sonra tekstil ve konfeksiyon ürünlerindeki artıştan dolayı pamuk lif ihracı gittikçe düşmüştür. Bu düşüşte en önemli faktörlerden biri, devletin pamuk ihracı yerine, katma değeri daha yüksek olan pamuktan mamul tekstil ve konfeksiyon ürünlerinin ihracını teşvik amacıyla

pamuk lif ihracına fon uygulamasıdır. Çünkü, pamuk iplik haline geldiğinde iki buçuk, kumaş olduğunda dört ve konfeksiyona dönüştüğünde on üç kat değer kazanmaktadır.

Türkiye’de hızla gelişen tekstil ve konfeksiyon sektörüne paralel olarak tüketimin hızla artması, üretimin artırılmasının zorunluluk olmasını ortaya koymuş ve pamuk 1998 yılından itibaren kilogram başına verilen primle desteklenmeye başlanmıştır. Ancak 1998 yılında 10 cent/kg olarak belirlenen prim miktarı yıldan yıla azaltılarak 2002 yılında 75.000 TL/kg olarak verilmiştir. 2003 yılı için bu uygulama gerçekleştirilmemiştir.

Çizelge 7: Türkiye Pamuk Fiyatları ve Prim Miktarları (1998-2003)

Yıllar	Pamuk Fiyatı	Verilen Prim Miktarı	1 Kg Pamuk Fiyatı
1998	195.000	10 Cent/kg	223.058
1999	230.000	12 Cent/kg	287.278
2000	380.000	9 Cent/kg	440.970
2001	680.000	70.000 TL/kg	750.000
2002	800.000	75.000 TL/kg	875.000
2003	900.000		

Kaynak: www.tzob.org.tr. Türkiye Ziraat Odaları Birliği, “Pamuk Çalışma Grubu”, 2004

### 2.1.2. Yapay Lifler

Yapay lifler doğal olarak bulunmayan ve değişik yöntemlerle elde edilen liflerdir. Yapay lif cinsleri olarak en çok kullanılanlar akrilik, naylon ve aramidler, poliester ve selüloziklerdir (Safel ve Dedeoğlu, 1998: 12).

## 2.2. Dünyada Tekstil-Konfeksiyon ve İplik Üretimi

### 2.2.1. Dünya İplik Üretimi ve Kapasitesi

İplik, liflerin eğirilerek dokunmaya veya örülmeye hazır hale getirilmiş haline denir. İpliğin hammaddesini oluşturan tekstil liflerine göre iplikler, pamuk, yün, ipek gibi doğal lif esaslı ve akrilik gibi yapay lif esaslı olabilir

Genel anlamda iplik, tekstil ve konfeksiyon sektörünün ana unsurunu oluşturmaktadır. Pamuk ipliği üretim süreci teknolojik olarak balyalanmış pamuğun



açılması, hazırlanması, daha sonra eğirilerek ipliğin bobinlenmesidir. Pamuk ipliği sektöründe ring ve open-end olmak üzere iki sistem bulunmaktadır. Ring sistem de kendi içinde kısa elyaf ve uzun elyaf sistemi olarak ikiye ayrılır. Kısa elyaf sistemi pamuklu için, uzun elyaf sistemi ise yünlü için kullanılır (Özüdoğru, 2002: 1).

Çizelge 8: Kıtalar İtibariyle 2002’de Kurulu İplik Makinaları Kapasitesi (Bin adet)

KİTALAR	2002’de Kurulu İplik Kapasitesi					
	Kısa Elyaf İğ Sayısı	Toplamda % Pay	Uzun Elyaf İğ Sayısı	Toplamda % Pay	O-E Rotor Sayısı	Toplamda % Pay
Afrika	6.836	4	251	2	177	2
Kuzey Amerika	6.931	4	908	6	837	10
Güney Amerika	8.730	5	702	5	445	6
Asya-Okyanusya	126.606	75	6.881	46	2.482	31
Doğu Avrupa	8.206	5	1.386	9	3.172	39
Batı Avrupa	5.264	3	4.245	28	456	6
Avrupa (Türkiye)	5.978	4	743	5	507	6
Dünya Toplam	168.554	100	15.116	100	8.078	100

**Kaynak:** [www.tekstilisveren.org.tr](http://www.tekstilisveren.org.tr).

2003 yılında kısa elyaf iğ sevkiyatı 8.2 milyon adet olarak gerçekleşmiş ve 2002 yılı seviyesi ile karşılaştırıldığında %133 oranında artmıştır. 2003 yılında uzun elyaf (yünlü sistem) iğ sevkiyatı 240.000 adet olarak gerçekleşmiştir. 2002 yılı ile karşılaştırılacak olursa, %32 oranında bir düşüş yaşanmıştır. Yünlü sistem iplik sektöründe en önemli yatırımcılar Çin, Türkiye ve İran’dır.

Dünya sentetik elyaf ve iplik üretiminde yeni yatırımların ağırlıklı olarak gelişmekte olan ülkelerde gerçekleştiği görülmektedir. Bundaki temel neden hammadde, işçilik ve çevre maliyetlerinin üçüncü ülkelerde çok daha düşük seviyelerde olmasıdır (Vizyon 2023 teknoloji Öngörüsü Paneli Ön Raporu, Tubitak, 2003).

Sanayileşmiş ülkelerin dünya sentetik iplik üretiminde %84’e varan payı son yirmi beş yılda %44 seviyesine gerilerken, aynı dönemde Tayvan ve Kore’nin payı %1,7’den %19,3’e, Çin’in payı da %0,7’den %10,9’a yükselmiştir (DPT, 2001: 28).

### 2.2.2. Dünya Tekstil ve Konfeksiyon Üretimi

Tekstil ve konfeksiyon sektörü, dünyada gerek üretim sürecinde yaratılan katma değer ve gerekse ihracat gelirleri içindeki yüksek payı nedeniyle ekonomik kalkınma sürecinde önemli roller üstlenmektedir. Bu nedenle ülkelerin vazgeçemediği bir sektör konumundadır.

Dünya tekstil üretimi 1980-1999 döneminde %15 kadar artmıştır. İşgücü maliyetlerinin düşük olduğu gelişmekte olan ülkeler, tekstil ve konfeksiyon üretim ve ticaretindeki paylarını, gelişmiş olan ülkelere kıyasla giderek artırmaktadır. 1980-2000 yılları arasında tekstil üretimi Asya kıtasında yaklaşık %100, Amerika kıtasında yaklaşık %75 kadar artmış; Avrupa'da ise %33 kadar gerilemiştir. 1980'de tekstil üretiminin yaklaşık yarısını gerçekleştiren Avrupa'nın payı bugün %30 dolaylarına düşmüş; aynı dönemde Asya ülkelerinin payı ise %25'ten %35-40 dolaylarına yükselmiştir. Amerika kıtası, dünya tekstil üretimindeki payını son çeyrek yüzyılda %20'lerden %25-30 dolaylarına yükseltmiştir (Vizyon 2023 teknoloji Öngörüsü Paneli Ön Raporu, Tubitak, 2003).

1980 yılında 418 milyar dolar olan dünya tekstil üretim değeri 1995 yılında en yüksek değerine ulaşarak 517 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 1997 yılında Asya ülkelerinde başlayan ekonomik krizin etkileriyle fiyatlar gerilemeye başlamış ve 1998 yılında dünya tekstil üretimi 485 milyar dolara gerilemiştir.

2001 yılına gelindiğinde, Çin dünyanın en büyük tekstil ekonomisine sahip olmuştur. Tekstil ve hazır giyimde en büyük ihracatçı ve en büyük pamuk ve kısa elyaf üreticisi haline gelmiştir. Çin tekstil sektörü ülkenin ulusal gelirinin %10'unu ve ticari ürünlerin %20'sini oluşturmaktadır. Ayrıca, işgücünün %13'ü tekstil imalat sektöründe istihdam edilmektedir (Stolz, 2004: 2).

Tekstil ticaretinde giderek artan uluslararası rekabet nedeniyle sahip oldukları pazar payını korumak isteyen gelişmiş ülkeler, yeni kapasite artışı yaratmaksızın üretim süreçlerinin modernizasyonuna yönelik yatırımları gerçekleştirmişlerdir. Gelişmiş ülkeler gerçekleştirdikleri yatırımlarla bir taraftan üretim verimliliğinde

artış sağlamışlar, diğer taraftan ise Ar-Ge faaliyetleri sonucu tekstil ürünlerinin mukavemet, esneklik vb. gibi özelliklerini geliştirerek katma değeri yüksek ürünlerin üretimine yönelmişlerdir. Gelecekte, giyenlere ve kullananlara örtünme ve süslenmenin ötesinde, başta sağlık, güvenlik ve enformasyon alanlarında olmak üzere, başka hizmetler de sunabilen çok işlevli akıllı tekstil ürünlerinin üretimi ve kullanımı sağlanacak ve geliştirilecektir. Uzun dönemde çok işlevli akıllı tekstil ürünlerinin ciddi boyutlu pazar payı alacağı beklenmektedir. Ciddi Ar-Ge çalışmaları sonucu geliştirilecek bu ürünlerde know-how da önemli rol oynayacağından, bunların üretimi uzun yıllar güçlü Ar-Ge imkanlarına sahip gelişmiş ülkelerin tekelinde kalacak ve dolayısıyla sağladıkları katma değer de yüksek olacaktır ([www.tekstilisveren.org.tr](http://www.tekstilisveren.org.tr)).

Gelişmekte olan ülkelerde üretilen tekstil ürünlerinin daha emek yoğun olduğu ve emeğin de ucuz olduğu sıradan tekstil ürünleri, özellikle de konfeksiyon ürünleri olduğu söylenebilir. Sanayileşmiş ülkeler ise, teknik tekstiller dahil, katma değeri daha yüksek olan ürünlerin üretimine yönelmişlerdir. Konfeksiyon ürünleri dahil tekstil ürünleri 3 grupta incelenebilir.

- Ucuz, sıradan, seri üretilen tekstil ürünleri; hacim olarak pazarın %55-60 kadarını oluşturmaktadırlar. Tekstil sektöründe mevcut kapasite fazlasının hemen hemen tamamı bu gruba aittir. Diğer bir deyişle, bu türden ürünlerin üretimini artırmaya imkan sağlayacak atıl kapasite, dünyanın çeşitli yerlerinde mevcuttur. Bu ürünlerde fiyatlar düşmekte ve rekabette maliyetler belirleyici olmaktadır.

- Modaya yönelik ürünler; parti üretimi yapılan ve modaya yönelik olan bu ürünlerin sağladığı katma değer sıradan tekstil ürünlerine göre daha fazladır ve pazar payları yaklaşık %20 dolaylarındadır. Bu ürünlerde rekabette katma değer ve maliyetler belirleyici olmaktadır.

- Moda-marka ürünleri; pazar payları %5 civarındadır. Fakat sağladıkları katma değer diğer tekstil ürünlerine göre oldukça yüksektir.

Tekstil sektörünün geri kalan yaklaşık %20'sini teknik tekstiller oluşturmaktadır. Başlangıçta urgan, halat, çuval, yelken bezi, keçe gibi kısıtlı miktar

ve kullanım yeri olan teknik tekstillerin kullanım alanları artık tarımdan inşaata, taşıt ve taşıma araçlarından savunma sanayiine ve sağlık sektörüne kadar geniş bir alana yayılmaktadır.

Son on yıl içerisinde pazar paylarını artıran Türkiye'deki tekstil ve konfeksiyon üreticilerinin küresel rakipleri; AB pazarındaki rakipler; Çin, Hindistan, Bangladeş, Romanya, Polonya, Çek Cumhuriyeti, Tunus, Fas. ABD pazarındaki rakipler; Meksika, Honduras, Dominik Cumhuriyeti, Çin, Endonezya, Tayland, Hindistan, Bangladeş'tir (Eruygur ve diğerleri, 2004: 15).

Dünya konfeksiyon sektörü üretimi incelendiğinde ise, son 20 yıllık dönemde dünya konfeksiyon üretiminin tekstil sektörü üretiminden daha yüksek oranda arttığı görülmektedir. 1980 yılında 211 milyar dolar olan dünya konfeksiyon üretim değeri, 1998 yılında 335 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Konfeksiyon üretiminde, tekstil üretimindeki eğilime paralel ve hatta daha yüksek oranlarda, gelişmekte olan ülkelerin dünya ticaretindeki payları artmıştır. 1980-1995 döneminde değer bazında Asya kıtası ülkelerinin konfeksiyon üretimi %177 oranında artarken, Avrupa kıtası ülkelerinin konfeksiyon üretimi aynı dönemde %13 oranında azalmıştır. Aynı dönemde Amerika kıtası konfeksiyon üretim değeri ise %67 oranında artış göstermiştir. Sonuç olarak, 1980'de Avrupa kıtasının toplam konfeksiyon üretimindeki %48 olan payı, 1998'de %22'ye gerilemiş, Amerika kıtasının payı ise, %25'ten %27,6'ya yükselmiştir. Aynı dönemde, Asya kıtası ülkelerinin payı ise, %27'den %50'ye yükselmiştir (Kanoğlu ve Öngüt, 2003, 25).

## **2.3. Dünya Tekstil-Konfeksiyon ve İplik Ticareti**

### **2.3.1. Dünya Ticaretini ve Tekstil-Konfeksiyon Ticaretini Düzenleyen Genel Anlaşmalar**

Gelişmiş ülkeler, emeğin dolayısıyla maliyetin düşük olduğu gelişmekte olan ülkelerle tekstil ve konfeksiyon sektörlerinde rekabet edebilmek ve kendi sanayilerini koruyabilmek için önce tek taraflı, sonra ikili anlaşmalarla tekstil ve konfeksiyon

ticaretine kısıtlamalar getirmişlerdir. Tekstil ve konfeksiyon ticaretine miktar kısıtlaması getiren ilk anlaşma 1960 yılında ABD tarafından Japonya ve diğer gelişmekte olan ülkeleri kapsayacak biçimde, önce pamuklu tekstil ürünleri için uygulanmaya başlanmış, daha sonra da anlaşma kapsamına sentetik elyaf ve yünlü ürünler de dahil edilmiştir. Her defasında geçici olması amacıyla getirilen düzenlemelerin ilki 1961 yılında ortaya konulmuş, sadece pamuklu ürünleri kapsamak üzere uygulamaya konulan “uluslararası pamuklu tekstil ticaretine ilişkin kısa dönemli düzenleme” daha sonra “uzun dönemli pamuklu tekstil düzenlemesi” adı altında 1973 yılına kadar uzatılmıştır. Suni, sentetik ve yün elyafların üretiminde ve ticaretinde gelişmekte olan ülkelerin payının artması, bu malların da gelişmiş ülkelere kısıtlama kapsamına alınmasına neden olmuş ve 1974 yılında “Çok Elyaflılar Düzenlemesi” (MFA) yürürlüğe girmiştir. 1986 yılında yapılan uzatmada ipek ve bitkisel elyafların da ilavesi ile düzenlemenin kapsamı daha da genişletilmiştir.

MFA'nın temel amacı, gelişmekte olan ülkelere gelişmiş ülkelere yapılan tekstil ve konfeksiyon ticaretinin sürekli denetim altında tutulması ve gelişmiş ülkelerin pazarlarında oluşacak pazar bozulmalarının önlenmesidir. MFA dünya tekstil ve konfeksiyon ticaretini kısıtlayan bir anlaşma olmasına karşın, öne çıkarılan amacı çok farklıdır. Buna göre MFA'nın amacı, dünya tekstil ve konfeksiyon ticaretinin gelişmesini, bu ticarete uygulanan engellerin kaldırılmasını ve tekstil ve konfeksiyon ürünlerinde dünya ticaretinin serbestleştirilmesinin sağlanmasıdır. Ancak alınan önlemler ve uygulama tersi amaçlara yönelik olmuştur. MFA anlaşmasının yürürlüğe girmesi ile, dünya tekstil ve konfeksiyon ticareti tamamen serbest kuralların dışına çıkmıştır. Ulusal sanayilerini korumak isteyen ve istihdamın azalmaması için çaba gösteren gelişmiş ülkeler, MFA anlaşmasını buna yönelik olarak kullanmışlardır (Yaşar, 1994: 257).

Çok elyaflılar anlaşması yerini, 1 Ocak 1995 tarihinde yürürlüğe giren Dünya Ticaret Örgütü Anlaşması kapsamında bulunan Tekstil ve Giyim Anlaşmasına (ATC) bırakmıştır. Uruguay Round müzakereleri sonucu 1995 yılı başında oluşturulan Dünya Ticaret Örgütü Anlaşması çerçevesinde MFA yerine yürürlüğe giren Tekstil

ve Giyim Anlaşması (ATC), tekstil ve konfeksiyon ürünlerine uygulanan kısıtlamanın 2005 yılına kadar tedricen kaldırılmasını öngören bir anlaşma olarak, dünya tekstil ve konfeksiyon ticaretinin liberalleştirilmesini şekillendiren hükümleri içermektedir. ATC, 10 yıllık geçiş sürecinde, kota uygulayan ülkelerin kotalarını 4 kademedede ve her kademedede artan oranlarda kaldırılmasını öngörmektedir (Kanoğlu ve Öngüt, 2003: 27-28).

1994 yılında imzalanan Tarifeler ve Ticaret Genel Anlaşması (GATT) ile, 1998 yılı sonu itibariyle 138 ülke, (Türkiye 1951 yılında imzaladı), dış ticaretin düzenlenmesi hakkında önemli ölçüde vazgeçerek bu konuda uluslararası kurallara uymayı kabul etmektedir. Anlaşma ile gümrük tarifelerinin aşağı çekilmesi ve konsolide edilmesi, miktar kısıtlamaları ile ithalat ve ihracat müsaadeleri uygulamalarına son verilmesi, “en çok kayırılan ülke”, “tercihli ticaret” gibi ayrıcalıkların kaldırılması ve ayrıcalıkların tüm ülkelere tanınması, koruma araçlarının en aza indirilmesi sağlanacaktır. 1994 yılında tamamlanan GATT Anlaşması, taraf ülkelere 10 yıllık bir geçiş ve uyum süresi tanımıştır. Anlaşma 1 Ocak 2005 tarihinde yürürlüğe girmiştir. GATT Anlaşması ile özellikle gelişmekte olan ülkelerin ağırlıklı olarak yer aldığı tekstil ve tarım sektöründe gelişmeler yaşanacaktır. Bu tarihten itibaren bu sektörlerde kota ve diğer ithalat ve ihracat kısıtlamaları kaldırılmış olacaktır. GATT Anlaşması bölgesel ticarî birlikler kurulmasına engel değildir. Bölgesel birlikler GATT tarifelerinin üzerinde olmamak şartıyla, ortak gümrük tarifeleri ve oranları uygulanmasına olanak vermektedir. GATT Anlaşmasının Türkiye’ye önemli etkileri olacaktır. İhracat açısından tekstil sektörü olumlu etkilenecektir. Avrupa Birliği pazarı açısından gümrük birliği dikkate alındığında anlaşma ilave yarar getirmeyecektir. Ancak, ABD ve Kanada pazarına giriş engelleri kalkacaktır (www.turksae.com.).

GATT Anlaşması ile 2005 yılı başından itibaren, tekstil ve konfeksiyon ürünlerinde kotaların kalkması ile birlikte Türkiye’nin bu sektörde önemli pazarları olan Avrupa Birliği ve ABD pazarındaki rekabet yoğunlaşacaktır. Buna göre, özellikle Çin’in bu iki pazarda pazar payını artırması beklenmektedir.

Çin'in Tekstil ve Konfeksiyon Anlaşmasına tabî olan DTÖ'ye üye olması, 2005 yılında kotaların kaldırılmasından ve DTÖ'ye üye ülkelere uygulanan tarifelerden yararlanması, kısacası tekstil ve konfeksiyon ihracatçısı olarak daha da güçlü olmasını sağlayacaktır. Çin'in sahip olduğu bol ve ucuz emek, emek yoğun üretime dayanan konfeksiyon sektöründe avantaja sahip olmasını sağlar. Ancak Çin menşeli hazır giyim ürünlerinin çoğu düşük katma değerli ve orta kaliteli ürünlerdir. Türkiye tekstil ve konfeksiyon sektörünün Çin karşısındaki en büyük avantajı ise, katma değeri yüksek ürünler ve AB pazarına yakınlığıdır ([www.igeme.gov.tr](http://www.igeme.gov.tr)).

### **Bölgesel Anlaşmalar**

Bölgesel alanlar içinde ticaretin dünya ticaretinden daha hızlı artacak olması, tüm ülkeleri çeşitli bölgesel ekonomik ve ticarî işbirlikleri içinde yer almaya itmektedir. Bölgeselleşmenin başarısı ve refah getirisi; bir bölgesel birliğe katılan ülke sayısının fazla olması, ülkelerin nüfus ve millî gelir büyüklüğü, birbirini tamamlayan ülkelerden çok rekabet eden ülkeler olması, ülkelerin nüfus ve coğrafi yakınlığı, birlik öncesinde üyeler arası ticarî ve ekonomik ilişkilerin hacmi, birlik dışına karşı engellerin azlığı ile etkilemektedir ([www.turksae.com](http://www.turksae.com)).

Günümüzde üç ayrı kıtada bölgesel ticaret blokları oluşmaktadır. Avrupa Kıtasında AB (Avrupa Birliği) ve EFTA (Avrupa Serbest Ticaret Bölgesi), Amerika Kıtasında NAFTA (Kuzey Amerika Serbest Ticaret Bölgesi) ve MERCOSUR (Güney Amerika Ortak Pazarı), Asya Kıtasında ASEAN (Güney Doğu Asya Uluslar Birliği) ve Asya-Pasifik bölgesinde ise APEC (Asya Pasifik Ekonomik İşbirliği) en önemli bölgesel ekonomik entegrasyonlar arasındadır ([www.dtm.gov.tr](http://www.dtm.gov.tr)).

### **2.3.2. Dünya İplik Ticareti**

Dünya iplik ihracatında son yıllarda önemli bir değişiklik olmamıştır. 2002 yılında ihracat 26 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. İhracatı gerçekleştiren başlıca ülkeler; Çin, İtalya, ABD, Almanya, Hindistan ve Güney Kore'dir. Dünya iplik ihracatında Türkiye %2,8 payı ile on üçüncü sırada yer almaktadır.

Çizelge 9: Dünya İplik İhracatı ( 1.000 Dolar)

	1999	2000	2001	2002
Çin	2.158	2.685	2.722	3.074
Almanya	2.078	2.013	2.001	2.463
İtalya	2.435	2.554	2.464	2.420
Hindistan	1.628	2.002	1.606	1.822
ABD	1.817	2.058	1.674	1.663
G. Kore	1.438	1.577	1.297	1.420
Endonezya	1.178	1.327	1.244	1.230
Fransa	1.243	1.201	1.023	1.066
Japonya	1.075	1.130	1.011	991
Pakistan	1.098	1.189	1.097	973
<b>Türkiye</b>	<b>733</b>	<b>751</b>	<b>810</b>	<b>663</b>
Toplam	19.985	21.488	19.823	20.553
Diğer	5.836	6.216	3.956	6.294
Toplam	25.821	27.704	23.779	26.847

Kaynak: www.igeme.gov.tr.

Dünya iplik ithalatını gerçekleştiren başlıca ülkeler Çin, Hong Kong, ABD, İtalya, Almanya, Fransa, Güney Kore, İngiltere ve Belçika'dır.

Çizelge 10: Dünya İplik İthalatı ( Milyon Dolar)

	1999	2000	2001	2002
Çin	2.207	2.840	3.039	3.466
Hong Kong	3.104	3.662	3.565	3.440
İtalya	2.257	2.483	2.333	2.339
ABD	2.090	2.309	2.085	2.131
Almanya	2.088	1.919	2.004	1.837
Fransa	1.717	1.681	1.509	1.433
G. Kore	1.454	1.538	1.436	1.485
İngiltere	1.418	1.346	1.217	1.117
Belçika	1.258	1.191	1.121	1.102
Japonya	1.027	1.035	979	959
<b>Türkiye</b>	<b>631</b>	<b>778</b>	<b>657</b>	<b>959</b>
Toplam	22.131	23.825	22.769	22.970
Diğer	7.993	8.561	7.367	8.541
Toplam	30.124	32.386	30.136	31.511

Kaynak: www.igeme.gov.tr.

### 2.3.3. Dünya Tekstil ve Konfeksiyon Ticareti

Tekstil ürünlerinin insanın temel bir gereksinimini karşılıyor olmaları, ticarî önemlerinin başlıca nedenleridir. Her ailenin bütçesinde önemli bir yer tutan tekstil harcamaları tekstil ticaretinin dünya ticareti içinde önemli bir paya sahip olmasına yol açmaktadır. Diğer yandan, tekstil ürünleri sürekli yenilenmeleri gereken orta



dayanırılıkta tüketim maddeleridir. Bu nedenle büyük ölçeklerde üretilen ve yüksek hammadde ve işçilik girdileri nedeniyle parasal değerleri de oldukça yüksek olan tekstil ürünleri dünya ticaretinin buğday, şeker, petrol ve çelik ile birlikte beş temel maddesinden birini oluşturmaktadırlar.

Tekstil ve konfeksiyon sektörü aynı zamanda ülkelerin daha ileri sanayilere geçiş için yarattığı sermaye birikimi ve yetişmiş işgücü sebebiyle ellerindeki en önemli basamak taşlarından biri konumundadır. Tekstil ve konfeksiyon sanayiinin dünyadaki durumu incelendiğinde şu önemli hususlar dikkati çekmektedir (Kanoğlu ve Öngüt, 2003: 24):

- Dünya tekstil ve konfeksiyon ticareti, dünya tekstil ve konfeksiyon üretiminden çok daha hızlı oranda artmaktadır. Dünya tekstil üretimi 1980-1999 döneminde sadece %16 oranında artarken, ticaret %166 oranında artmıştır. Bu durum uluslararası kısıtlayıcı önlemlere rağmen ortaya çıkmıştır.

- Gelişmekte olan ülkelerde tekstil ve konfeksiyon üretim ve ticareti, gelişmiş ülkelere oranla daha hızlı oranda artmaktadır. Gelişmiş ülkeler, daha sermaye ve beceri yoğun olan tekstil üretiminde söz sahibi olmaya devam ederken, yeni geliştirilen üretim, haberleşme teknolojileri ve azalan taşıma maliyetlerinin teknik olarak yapılabilir ve ekonomik olarak daha kârlı hale gelmesiyle, daha emek yoğun olan konfeksiyon üretimini işgücü maliyetlerinin daha düşük olduğu ülkelere kaydırmaktadırlar.

- Dünyada ülkeler arası bölgesel işbirliklerinin gelişmesiyle bölge içi ticaret daha fazla önem kazanmıştır. Özellikle Amerika kıtasında tekstil ve konfeksiyon ticaretinin giderek daha fazla oranda bölge içi ticaret olduğu görülmektedir.

- Dünyada tekstil sanayii üretim değeri her zaman konfeksiyon sanayii üretim değerinden yüksek olmaktadır. Her ne kadar gelişmiş ülkelerin tekstil ve konfeksiyon sanayii üretiminden çekildikleri düşünülse de, gelişmiş ülkelerin gerek üretimde ve gerekse de ticaretteki payı gelişmekte olan ülkelere daha yüksektir.

1980-2003 yılları arasında ülkeler itibarıyla tekstil ve konfeksiyon ticareti incelendiğinde, Çin başta olmak üzere Hindistan, Türkiye ve Meksika gibi ülkelerin

dünya ticaretinde önemli bir pay edindiği görülmektedir. Bu dört ülkenin 1980 yılındaki toplam tekstil ve konfeksiyon ticareti 7 milyar dolardan 2002 yılında 96 milyar dolara yükselmiştir. Aynı dönemde dünya ticaretindeki payları ise, %7'den %26'ya çıkmıştır. Avrupa Birliği, ABD ve Japonya gibi gelişmiş ülkelerin ise, 1980 yılında %56 olan dünya tekstil ve konfeksiyon ticaretindeki payı 2002 yılında %34'e gerilemiştir .

Günümüzde dünya tekstil ve konfeksiyon ticareti yaklaşık 360 milyar dolar civarındadır ve bunun yaklaşık 200 milyar doları konfeksiyon ticaretinden oluşmaktadır. Başlıca konfeksiyon tüketicisi ülkeler; ABD, Avrupa Birliği ve Japonya olup, bu ülkelerin yıllık ithalatı sırasıyla 66 milyar, 52 milyar ve 17 milyar dolar dolayındadır. Bu üç büyük ithalatçı ülkeye dünyanın birçok bölgesinden ihracat yapılmakla birlikte, en büyük tedarikçiler; Çin, Güney Kore, Tayvan, Endonezya, Hindistan, Pakistan, Sri Lanka ve Bangladeş'tir. Bütün ürün kategorilerindeki dünya perakende satışlarının toplamı ise, 7 trilyon dolardır (www.tisk.org.tr.).

1990-2002 döneminde dünya tekstil ticareti %46'lık artışla 104 milyar dolar düzeyinden 152 milyar dolar civarına yükselmiştir. 2002 yılı itibariyle tekstil ticaretinin dünya toplam ticareti içindeki payı %2,4 olarak gerçekleşmiştir (Yılmaz ve Safel, 2004: 5).

Çizelge 11'de başlıca tekstil ihracatçısı ülkeler görülmektedir. Buna göre, 2002 yılı sonu itibariyle 149.5 milyar dolar olarak gerçekleşen dünya tekstil ihracatında, Avrupa Birliği 23.1 milyar dolarlık ihracatla birinci sırayı almaktadır. Avrupa Birliği'ni sırasıyla Çin ve ABD takip etmektedir. Türkiye ise, 2002 yılı itibariyle gerçekleştirdiği 4.2 milyar dolarlık ihracatla dokuzuncu sırada yer almaktadır. Buna göre Türkiye 1980'lerde %1 bile olmayan dünya tekstil ticaretinden aldığı payı 2002 yılında %2,8'e çıkarmayı başarmıştır.

Çizelge 11: Başlıca Tekstil İhracatçısı Ülkeler

	2002 Milyar \$	Dünya Tekstil Ticaretinden Alman Pay (%)			
		1980	1990	2000	2002
Avrupa Birliği	23.1	15,0	14,5	14,1	15,2
Çin	20.1	4,6	6,9	10,5	13,5
ABD	10.7	6,8	4,8	7,1	7,0
Kore	10.6	4,0	5,8	8,2	7,0
Taipei	9.5	3,2	5,9	7,7	6,3
Japonya	6.0	9,3	5,6	4,6	4,0
Hindistan	5.4	2,4	2,1	3,9	3,7
Pakistan	4.8	1,6	2,6	2,9	3,1
<b>Türkiye</b>	<b>4.2</b>	<b>0,6</b>	<b>1,4</b>	<b>2,4</b>	<b>2,8</b>
Endonezya	2.9	0,1	1,2	2,3	1,9
Meksika	2.2	0,2	0,7	1,7	1,5
Kanada	2.2	0,6	0,7	1,4	1,4
Tayland	1.9	0,6	0,9	1,3	1,3
İsviçre	1.4	2,8	2,5	1,0	0,9

Kaynak: Yılmaz H.ve Safel R., “Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü”, Türkiye Vakıflar Bankası, Sektör Araştırmaları Serisi No: 34, 2004: 8

Dünya tekstil ithalatında Avrupa Birliği birinci sırayı alırken, ABD ikinci sırada ve Çin üçüncü sırada yer almaktadır. Türkiye 2002 yılında gerçekleştirdiği 2.8 milyar dolarlık tekstil ithalatıyla dünya tekstil ithalatında %1,8’lik pay ile sekizinci sırada yer almaktadır. Türkiye, dünya tekstil ithalatında önemli bir yere sahip olan Avrupa Birliği’nin en önemli tedarikçisi konumundadır. Türkiye Avrupa Birliği’ne dahil ülkelerden İtalya’nın tekstil ithalatında %6, Almanya’nın tekstil ithalatında %5, Fransa ve İngiltere’nin tekstil ithalatında %4’lük paya sahiptir. ABD’nin tekstil ithalatında ise Türkiye’nin payı %2,5’tir.

Çizelge 12: Başlıca Tekstil İthalatçısı Ülkeler

	2002 Milyar \$	Dünya İthalatından Alman Pay (%)			
		1980	1990	2000	2002
Avrupa Birliği	17.3	14,0	13,2	10,7	10,8
ABD	17.0	4,5	6,2	9,8	10,6
Çin	13.1	1,9	4,9	7,9	8,1
Meksika	6.4	0,2	0,9	3,8	4,0
Japonya	4.5	2,9	3,8	3,0	2,8
Kanada	3.8	2,3	2,2	2,5	2,4
Kore	3.2	0,7	1,8	2,1	2,0
<b>Türkiye</b>	<b>2.8</b>	<b>0,1</b>	<b>0,5</b>	<b>1,3</b>	<b>1,8</b>
Polonya	2.7	0,5	0,2	1,5	1,7
Romanya	2.4	...	0,1	1,1	1,5
Birleşik Arap Emirlikleri	1.7	0,8	0,9	1,1	1,1
Tayland	1.5	0,3	0,8	1,0	0,9
Rusya Federasyonu	1.5	-	-	0,8	0,9
Avustralya	1.5	2,0	1,3	1,0	0,9

Kaynak: Yılmaz H.ve Safel R., “Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü”, Türkiye Vakıflar Bankası, Sektör Araştırmaları Serisi No: 34, 2004: 9

Çizelge 12’de görüldüğü gibi, Çin ve Meksika 13.1 ve 6.4 milyar dolarlık ithalatlarıyla tekstil ithalatında önemli yere sahip ülkelerdir. Fakat bu ülkeler ihtiyaçlarını coğrafi yakınlık ve tercihli anlaşmalardan kaynaklanan avantajlar nedeniyle, Asya ve Kuzey Amerika ülkelerinden tedarik etmektedirler. Önemli bir ithalat pazarı olan Japonya da ihtiyacını büyük oranda Asya ülkelerinden tedarik etmektedir. Bu nedenle bu ülkelerin ithalatında Türkiye’nin pazar payı bulunmamaktadır.

1990-2002 döneminde dünya konfeksiyon ticareti %86’lık artışla 108 milyar dolar düzeyinden yaklaşık 200 milyar dolar düzeyine yükselmiştir. 2002 yılı itibarıyla konfeksiyon ticaretinin dünya toplam ticareti içindeki payı %3,2 olmuştur (Yılmaz ve Safel, 2004: 10).

Bölgeler arası konfeksiyon ticaret artış oranlarına bakıldığında ise, Latin Amerika ülkelerinden Kuzey Amerika’ya yönelik ihracatın yıllık ortalama %23 gibi önemli bir oranda artış kaydettiği, Merkezi ve Doğu Avrupa Ülkelerinden Batı Avrupa Ülkelerine yönelik olarak ise, %15’lik bir artış kaydedildiği, Asya ülkeleri arası ticaret artışının ise %11 düzeyinde artış gösterdiği görülmektedir (www.foreigntrade.gov.tr).

Konfeksiyon sanayinin dünya ticareti içindeki payı, 2002 yılı itibarıyla %3,2 civarında gerçekleşmiştir. Dünya konfeksiyon ticareti, 1990 yılında 106 milyar dolardan, 2002 yılında yıllık ortalama %6 artışla, yaklaşık 201 milyar dolara yükselmiştir (www.igeme.org.tr).

Çizelge 13’de görüldüğü gibi, dünya konfeksiyon ticaretinde 41.3 milyar dolarlık ihracatla Çin birinci sırada yer almaktadır. Çin’i 16.6 milyar dolarla Avrupa Birliği ve 8.1 milyar dolarlık ihracatla Türkiye izlemektedir. Görüldüğü gibi, Türkiye’nin 1980’li yıllarda %0,3 olan payı 1990’lı yıllarda artmaya başlamış ve 2002 yılında %4’e ulaşmıştır.

Çizelge 13: Başlıca Konfeksiyon İhracatçısı Ülkeler

	2002 Milyar \$	Dünya Konfeksiyon İhracatından Alınan Pay (%)			
		1980	1990	2000	2002
Çin	41.3	4,0	8,9	18,3	20,6
Avrupa Birliği	16.6	10,4	10,5	7,4	8,3
<b>Türkiye</b>	<b>8.1</b>	<b>0,3</b>	<b>3,1</b>	<b>3,3</b>	<b>4,0</b>
Meksika	7.8	0,0	0,5	4,4	3,9
ABD	6.0	3,1	2,4	4,4	3,0
Hindistan	5.5	1,7	2,3	3,1	2,8
Bangladeş	4.1	0,0	0,6	2,1	2,1
Endonezya	4.0	0,2	1,5	2,4	2,0
Kore	3.7	7,3	7,3	2,6	1,8
Tayland	3.4	0,7	2,6	1,9	1,7
Romanya	3.3	-	0,3	1,2	1,6
Dominik Cumhuriyeti	2.7	0,0	0,7	1,5	1,4
Tunus	2.7	0,8	1,0	1,1	1,3
Filipinler	2.6	1,4	1,6	1,3	1,3

**Kaynak: Yılmaz H.ve Safel R., “Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü”, Türkiye Vakıflar Bankası, Sektör Araştırmaları Serisi No: 34, 2004: 10**

Dünya konfeksiyon ithalatına bakıldığında ise Avrupa Birliği dışında sıralama oldukça değişmektedir. Çizelge 14’e göre dünya konfeksiyon ithalatında ABD 66.3 milyar dolar ile birinci sırayı alırken, Avrupa Birliği 51 milyar dolar ile ikinci ve Japonya 17.6 milyar dolar ile üçüncü sırayı almaktadır. 1990’lı yıllara kadar dünyanın en büyük ithalatçısı Avrupa Birliği iken, 2000’li yıllardan itibaren ABD birinci sıraya yükselmiştir.

Türkiye’nin önemli konfeksiyon ithalatçısı ülkelerden Almanya’nın konfeksiyon ithalatında %12, Hollanda’nın konfeksiyon ithalatında %6, İngiltere’nin konfeksiyon ithalatında %5, Fransa’nın konfeksiyon ithalatında %3 ve İtalya’nın konfeksiyon ithalatında %1,6’lık paya sahip bulunmaktadır. Diğer önemli konfeksiyon ithalatçısı ülkelerden ABD’nin konfeksiyon ithalatında %1,9’luk paya sahipken Japonya’nın konfeksiyon ithalatında Türkiye’nin payı bulunmamaktadır (Yılmaz ve Safel, 2004: 12).

Çizelge 14: Başlıca Konfeksiyon İthalatçısı Ülkeler

	2002 Milyar \$	Dünya İthalatından Alınan Pay (%)			
		1980	1990	2000	2002
ABD	66.3	16,4	24,0	32,5	31,7
Avrupa Birliği	51.0	23,0	25,2	22,9	24,2
Japonya	17.6	3,6	7,8	9,5	8,4
Meksika	4.1	0,3	0,5	1,9	1,9
Kanada	4.0	1,7	2,1	1,8	1,9
Rusya Federasyonu	3.9	-	-	1,3	1,8
İsviçre	3.5	3,4	3,1	1,6	1,6
Kore	2.2	0,0	0,1	0,6	1,0
Avustralya	1.8	0,8	0,6	0,9	0,9
Singapur	1.8	0,3	0,8	0,9	0,9
Birleşik Arap Emirlikleri	1.6	0,6	0,5	0,7	0,8
Norveç	1.4	1,7	1,1	0,6	0,6
Çin	1.4	0,1	0,0	0,6	0,6
Suudi Arabistan	0.9	1,6	0,7	0,4	0,4

Kaynak: Yılmaz H.ve Safel R., “Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü”, Türkiye Vakıflar Bankası, Sektör Araştırmaları Serisi No: 34, 2004: 12

### 3. Türkiye’de Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü

#### 3.1. Türkiye’de Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Ekonomideki Yeri ve Önemi

Tekstil ve konfeksiyon sektörü, geniş ürün yelpazesi, yarattığı istihdam olanağı ve kazandırdığı döviz girdisi ile ekonomiye katkısı önemli olan bir sanayi dalıdır. 1980’li yılların başında ekonomide dışa dönük sanayileşme politikalarının izlenmesi sonucu sektörde büyük bir ihracat artışı yaşayan Türkiye, dünyanın önde gelen tekstil ve konfeksiyon ihracatçısı ülkeleri arasına girmiştir.

Gelişmiş ülkelerin 18. yüzyılda gerçekleştirdikleri sanayileşme sürecine damgasını vuran tekstil ve konfeksiyon sanayii, günümüzde de ülkelerin kalkınmasında benzer bir rol oynamakta, gelişmiş ülkelerde yaratılan katma değer sıralamalarında bu ülkelerin ileri teknoloji sektörlerinin ağırlığına rağmen, ilk sıralarda yer almaktadır. Tekstil ve konfeksiyon sektörü yatırım, katma değer, istihdam ve ihracat açısından diğer ülkelerde olduğu gibi Türk ekonomisinde de lokomotif sektör durumundadır.

Dünyada ülkelerin rekabet gücünü etkileyen en önemli kriter ve unsur, o ülkenin işletmelerinin gerek iç piyasalarda ve gerekse de dış piyasalarda gösterdiği performans ve yarattığı katma değerdir. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de tekstil sektörü ülkenin gelişmesinde ve kalkınmasında ilk ele alınan ve yatırımların yoğunlaştığı sektör olmuştur. Bunda hammaddenin ülkemizde üretilmesinin yanı sıra 20-25 sene önceki yapısıyla emek yoğun bir sektör olmasının da etkisi olmuştur. Ancak günümüze gelindiğinde sektörün hem emek yoğun yapısı tamamen (konfeksiyon sektörü hariç) ortadan kalkmış ve hem de üretilen hammadde tüketime yetmediği için ciddi bir pamuk ithalatçısı ülke konumuna gelinmiştir (Atılğan, 2001: 1).

Tekstil sektörü, ekonomideki diğer sektörlerle olan bağıllığı açısından da önemlidir. Sektörün önemli girdilerinden olan pamuk tarım sektörünün, sentetik hammaddelerinin, tekstil terbiyesinde kullanılan boyar maddeler ve kimyasalların üretimi kimya sanayiinin faaliyet alanına girmektedir (Vizyon 2023 Teknoloji Öngörüsü Paneli Ön Raporu, Tubitak, 2003).

Türkiye’de konfeksiyon sanayiinin %80’i KOBİ’lerden oluşmakta ve büyük bölümü fason imalat yapmaktadır. Tekstil sanayi ise ağırlıklı olarak büyük ölçekli firmalardan oluşmuştur. Sektörde faaliyette bulunan firma sayısı 40 bin civarında olup, bunun ¼’ü aktif ihracatçıdır. Tekstil sektöründe 93, hazır giyim sektöründe 201 olmak üzere yabancı sermayeli şirket sayısı 294’tür. Konfeksiyon firmalarının büyük bir bölümü Marmara Bölgesi’nde olup, tekstil firmaları Güneydoğu Anadolu, Akdeniz, Ege ve Marmara Bölgeleri’nde yoğunlaşmıştır (Vizyon 2023 Teknoloji Öngörüsü Paneli Ön Raporu, Tubitak, 2003).

Bu bölümde Türkiye tekstil sektörünün istihdam içindeki payı ve önemi, makina parkı ve kapasitesi, yatırım ve teşviklerden aldığı pay ve yarattığı katma değer ele alınacaktır. Veriler ışığında bu bilgiler dünyanın önde gelen tekstil ekonomisine sahip ülkeleri ile karşılaştırılmalı olarak verilecek, böylece Türkiye’nin tekstil ve konfeksiyon sanayiinde dünyadaki yeri belirlenmeye çalışılacaktır.

### 3.1.1. Türkiye’de Tekstil Sektörünün Tarihçesi

Türkiye Cumhuriyeti kuruluşunda Osmanlı İmparatorluğu’ndan 8 pamuklu ve 4 yünlü tekstil fabrikası devralmıştır ve cumhuriyetin ilk 10 yılı içerisinde önemli bir değişiklik meydana gelmemiştir (www.tekstilisveren.org.tr.).

1920’li yılların başında, kendi pamuklu dokuma gereksinimini yalnızca %10’unu karşılayabilen Türkiye’de 1923 yılından sonra başlatılan tekstil sektörünün öncelikli olma konumu, ülkedeki dokuma sanayi kapasitesinin hızla artmasını sağlamıştır (Yaşar, 1997: 45).

Türkiye Cumhuriyeti’nde geliştirilen ilk sanayi dalı tekstil olmuştur. 1923 İzmir İktisat Kongresi’nde kalkınma ve sanayileşmenin temel hedefleri tespit edilirken; öncelikle ele alınması gereken sektörler arasında tekstil sanayi önemle vurgulanmıştır (Tarakçıoğlu, 1993: 147).

1927 yılında yapılan sanayi sayımına göre dokumacılık sektörü maden ve tarım sektöründen sonra Türkiye’nin en büyük üçüncü sektörüdür. Toplam istihdamın %18’si dokumacılık sektöründedir.

Çizelge 15: Türkiye’de Sanayi Sayımı Sonuçları (1927)

	Sanayi	Dokumacılık
İstihdam	256.818	48.025
İşyeri Sayısı (adet)	65.223	9.353
Kullanılan Hammaddenin Toplam Hammadde Kullanımı İçindeki Payı (%)	100	17
Yaratılan Değerin Toplam Değer İçindeki Payı (%)	100	18

**Kaynak: Yaşar, E., Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü, İTKİB Yayın No: 0041, 1997: 47**

1931-1945 yılları arasında tekstil ürünleri %80 oranında iç talebi karşılamış, 1950-1954 döneminde tarım ürünleri ve pamuk üretimi artmıştır. Sektör 1963-1972 yılları arasında düzenli büyüme göstermiş, imalat sanayii içindeki katma değer payını artırmıştır (Yılmaz ve Safel, 2004:13).

1950’li yıllara kadar özel sektörün tekstil sanayindeki işletmeleri oldukça küçük ölçeklidir. Ancak bu tarihten sonra alınan teşvik tedbirleri ile özel sektörün bu



alandaki faaliyetleri gelişmeye başlamış ve özellikle Çukurova’da yeni işletmeler kurulmuştur. 1952 yılında %28 civarında olan özel sektör payı 1962 yılında %62’ye ulaşmıştır (Tarakçıoğlu, 1993: 147).

Emek yoğun bir teknolojiye sahip olması nedeniyle gelişmekte olan ülkeler için büyük bir önem taşıyan tekstil sanayi yatırımları planlı dönemde giderek artmaya başlamıştır. I. ve II. Plan dönemlerinde alınan tedbirler sonucu, tekstil sanayinde teşebbüslerin büyük işletmeler haline dönüşmesi hızlanmıştır. I. ve II. Beş yıllık kalkınma döneminde ithalatı tamamen yerli üretimle ikame ederek, Türkiye’yi tekstil sanayinde kendi kendine yeterli bir ülke haline getirmek amaçlanmıştır. 1972 yılında Türkiye’nin tekstil ürünleri ihracatı 51 Milyon Dolar olmuştur (www.tekstilisveren.org.tr.).

1970’li yılların sonlarında dokuma üretimi ve ihracatı artmaya başlayarak 1982 yılında 90 milyon metreyi bulmuştur. Aynı yıllarda konfeksiyon sanayinin de kurulup büyümeye başlamasıyla, 1982 yılında Türkiye’nin tekstil ve konfeksiyon ihracatı ilk kez 1 Milyar Dolar sınırını aşmıştır (www.tekstilisveren.org.tr.).

### **3.1.2. Tekstil Sektörünün İstihdamdaki Yeri ve Önemi**

Daha önce de değinildiği gibi tekstil sermaye yoğun, konfeksiyon ise emek yoğun bir sektördür. Bu nedenle konfeksiyon sektörü sanayileşme sürecinde işsizliğin azaltılması için büyük önem taşımaktadır. Nitekim Türkiye’de imalat sanayii içinde en büyük istihdamı tekstil-konfeksiyon sektörü yaratmaktadır.

Tekstil ve konfeksiyon sektörünün istihdama olan katkısı, Türkiye için çok önemlidir. Tekstil ve konfeksiyon sektörü Türkiye’de 2.5 milyon kişiye doğrudan, 10 milyon kişiye de dolaylı istihdam sağlamaktadır (Öz İplik-İş, 2005: 6).

### **3.1.3. Türk Tekstil Sektöründe Makine Parkı ve Teknoloji Düzeyi**

Türkiye önemli bir tekstil ve konfeksiyon ihracatçısı ülke olmakla birlikte aynı zamanda önemli bir tekstil ve konfeksiyon makinaları ve tekstil yan sanayii ürünleri ithalatçısı ülke konumundadır.

1994 yılına kadar tekstil ve konfeksiyon sektöründe ihracat performansının ve talebin gerektirdiği düzeyde yatırımlar yapılırken, 1 Ocak 1996 tarihi itibarıyla Avrupa Birliği ülkelerinin uyguladıkları kotaların kalkması neticesinde bu pazarların Türk mallarına açılacağı beklentisi 1995, 1996 ve 1997 yıllarında büyük bir yatırım hamlesini beraberinde getirmiştir. 1995, 1996 ve 1997 yıllarında yapılan yatırımların önemli bir bölümünü iplik üretimi konusunda yapılan yatırımların oluşturduğu bilinmektedir. Bu yatırımlar neticesinde Türkiye’de iplik üretim tesislerinin sayısı ve mevcut tesislerin kapasitesi artmış, neticede ülkenin iplik üretim kapasitesi ve makina parkı bir kaç misline katlanmıştır (Bayraktar, 2003: 1).

Türkiye’de 1998 ve 1999 yıllarında tekstil makine ve ekipmanlarına yapılan yatırımlar, önceki yıllarda oluşan aşırı kapasite nedeniyle, çok büyük bir düşüş göstermiştir. Buna bağlı olarak, tekstil makine ve ekipmanlarının ithalatı da büyük oranda gerileme göstermiştir. 2002 yılında 2.821 adet dokuma tezgahı ithalatı ile Türkiye, dünyada Çin’den sonra ikinci sıradadır.

Makine ihtiyacında dışa bağımlı olan Türkiye’nin yüksek teknolojiye sahip, kaliteli makineleri ülke içerisinde üretebilmesi sektör açısından önem arz etmektedir. Ancak bu makinelerin ülke içinde üretimi genel eğitim düzeyinin artması yanında bu konuda bilgi birikiminin oluşmasına ve işletmeler arası işbirliğine bağlıdır (Kanoğlu ve Öngüt, 2003: 42).

2001 yılında 650 milyon dolar olan tekstil makineleri ve ekipmanı ithalatı, 2002 yılında 1.650 milyon dolar, 2003 yılında ise 2.316 milyona yükselmiştir. 2003 yılı tekstil makineleri ithalatında en büyük kalem motorsuz, mekiksiz dokuma

makinelidir. Sektör, makine ithalatının 2001 yılı verileri çerçevesinde %68'ini Avrupa Birliği ülkelerinden, %12'sini İsviçre'den, %11'ini Japonya'dan ve %2'sini ABD'den gerçekleştirmiştir. Çizelge 14'de Türkiye'nin makine ithalatındaki durum görülmektedir (www.foreigntrade.gov.tr).

Çizelge 16: Tekstil ve Konfeksiyon Makine İthalatı (Milyon Dolar)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
AB	1.040	1.778	1.426	1.017	390	664	474
ABD	20	38	35	21	16	30	13
İsviçre	257	310	321	194	63	132	87
Japonya	173	237	241	174	66	103	77
Diğer	76	117	86	63	36	76	43
TOPLAM	1.567	2.481	2.110	1.468	571	1.005	694

Kaynak: www.foreigntrade.gov.tr.

Türk tekstil sektörünün ürün kalitesi üretim teknolojisi çağdaş dünya standartlarındadır. Üretimin yaklaşık ¾'ü on yaşından daha yeni makine ve teçhizatla gerçekleştirilmektedir (Vizyon 2023 teknoloji Öngörüsü Paneli Ön Raporu, Tubitak, 2003).

Tekstil terbiye sanayiindeki makine teçhizatın %50'sinden fazlası 5 yaşından, %80'inden fazlası da 10 yaşından gençtir. Yani tekstil terbiye sanayii modern sayılabilecek bir makine parkına sahiptir (DPT, 2001: 217).

### 3.1.4. Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Katma Değer ve Kapasite Durumu

Katma değer, bir işletmenin, bir sektörün, bir ekonominin belirli bir dönemde, genellikle bir yıl içinde yarattığı değer ölçüsüdür. Tekstil sektörü üretiminde yaratılan katma değer hammaddeden dokuma ve konfeksiyon üretimine kadar birçok aşamadan geçmektedir. Bu aşamaların çokluğu ve üretimin oldukça yüksek miktarlarda olmasına bağlı olarak tekstil sektöründe yaratılan katma değer oldukça yüksek olmaktadır.

Tekstil sektörü, ülkede yaratılan katma değer (GSMH) 1/10'undan fazlasını gerçekleştirmektedir. Tekstil ve konfeksiyon sektörünün imalat sanayii içindeki

katma değer payı 1/6'dır (Vizyon 2023 Teknoloji Öngörüsü Paneli Ön Raporu, Tubitak, 2003).

İmalat sanayii katma değeri içinde tekstil ve konfeksiyon sektörlerinin payı hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde sürekli azalma eğilimindedir. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde imalat sanayii içinde azalan tekstil ve konfeksiyon sektörleri katma değeri payına rağmen, bu sektörlerde üretilen katma değer miktarında gelişmekte olan ülkelerin payı sürekli artmaktadır. Buna rağmen bu sektörlerde üretilen katma değerin büyük kısmı hala gelişmiş ülkeler tarafından üretilmektedir.

Üretim kapasitesi açısından Türkiye, kurulu iş sayısı itibariyle dünyada altıncı, rotor sayısında ise dördüncü sıradadır ve iş sayısında dünya kapasitesinin %3,4'üne, rotor sayısında ise %5,5'ine sahiptir. Avrupa Birliği'nde kurulu pamuk tipi kısa elyaf kapasitesinin yaklaşık yarısı Türkiye'dedir. Dokuma ve örgü kumaş üretiminde, yaşlı mekikli tezgahlar dikkate alınmasa dahi, kurulu dokuma kapasitesi Avrupa Birliği toplamının ¼'ü kadardır ve Avrupa'daki en büyük yuvarlak örme kapasitesine sahiptir. Kumaş işleme kapasitesi, kurulu ham bez üretim kapasitesini rahatlıkla işleyecek seviyededir. Terbiye (boya, baskı, apre) sanayi gerek boyutu ve teknoloji düzeyi, gerekse ürün kalitesi açısından Avrupa Birliği kurulu kapasitesine en azından denk düzeydedir (Vizyon 2023 Teknoloji Öngörüsü Paneli Ön Raporu, Tubitak, 2003).

### **3.1.5. Tekstil Sektörüne Verilen Teşvikler ve Krediler**

Hazine Müsteşarlığı Teşvik ve Uygulama Genel Müdürlüğü'nce Kalkınma Planları ve Yıllık Programlarda öngörülen hedefler doğrultusunda yapılacak olan yatırımlara düzenlenen teşvik belgesi kapsamında;

- Gümrük Vergisi ve Toplu Konut Fonu İstisnası,
- Yatırım İndirimi,
- KDV İstisnası,
- Vergi, Resim ve Harç İstisnası,

- Yatırımları Teşvik Fonundan kredi tahsisi. sağlanabilmektedir.

Bu kapsamda verilen teşvik belgeleri yıllar içerisinde dalgalı bir seyir izlemiştir. Gümrük Birliği öncesi ve sonrası birkaç yıl çok yüksek sayılara ulaşan teşvik belgesi adeti 1999 yılında Asya ve sonrasında Rusya krizlerinin de etkisiyle 242'ye düşmüştür. 2000 yılında 515 adede çıkmış, Türkiye'nin kriz ortamına girdiği 2001 yılında ise, 370 adet olmuştur (Kanoğlu ve Öngüt, 2003: 43).

Çizelge 17: Yıllar İtibariyle Tekstil ve Konfeksiyon Sektörlerine Verilen Yatırım Teşvikleri

Yıllar	Adet	Toplam Yatırım Tutarı (Trilyon TL)	Döviz Gereği (Milyon \$)	İstihdam (Kişi)
1990	326	23	1.635	56.898
1991	253	14	1.231	60.187
1992	337	46	1.050	21.596
1993	742	190	2.887	57.554
1994	342	87	983	28.053
1995	2.260	2.580	18.244	241.370
1996	1.124	762	4.829	81.204
1997	1.213	826	3.470	92.237
1998	794	647	1.870	60.537
1999	242	233	437	22.983
2000	515	629	844	32.303
2001	1.093	837	370	21.066
2002	3.980	2.220	859	48.980
2003	5.630	3.241	1.103	59.906
Toplam	19.980	13.000	10.020	893.391

**Kaynak: Kanoğlu N ve Öngüt, E. Dünyada ve Türkiye'de Tekstil-Hazır Giyim Sektörleri ve Türkiye'nin Rekabet Gücü, DPT, Yayın No: 2668, 2003: 43**

Tekstil ve konfeksiyon sektöründeki teşvik belgesi kapsamında yatırım tutarı 2002 yılında 3.9 katrilyon TL. iken, 2003 yılında %44 oranında artarak 5.6 katrilyon TL'ye ulaşmıştır. Bu kapsamda öngörülen yeni istihdam 2002 yılında 48.980 iken, 2003 yılında 59.906 kişi olmuştur. 2004 yılının ilk çeyreğinde ise 2003 yılının aynı dönemine göre sektöre verilen belge sayısı ve teşviklerin yatırım tutarı azalmıştır.

Tekstil sektörüne yönelik krediler 2003 yılında 2002 yılına göre %12,5 oranında artış göstermiş, alt sektörler itibariyle bakıldığında kredilerdeki artış deri ve kürk işleme sanayinde %6,8, tekstil ve konfeksiyon sektörlerinde ise sırasıyla %12,5

ve %12,9 olarak gerçekleşmiştir. Tekstil sektörünün 2002 yılında tüm krediler içindeki payı %10,8 iken, bu pay 2003 yılında %11,3'e çıkmıştır (Yılmaz ve Safel, 2004: 24).

Çizelge 18: Bankacılık Sektörünce Tekstil ve Konfeksiyon Sektörlerine Sunulan Krediler

	2002	2003	Değişim (%)	2003 Mayıs	2004 Mayıs	Değişim (%)
Tekstil Sektörü	5.591	6.289	12,5	5.443	7.313	34,3
Konfeksiyon Sektörü	1.380	1	12,9	1.347	1.779	32,1
Deri Giyim ve Kürk İşleme	88	94	6,8	84	134	59,5
Toplam	7.059	7.941	12,5	6.875	9.226	34,2

**Kaynak: Yılmaz H.ve Safel R., "Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü", Türkiye Vakıflar Bankası, Sektör Araştırmaları Serisi No: 34, 2004: 23**

## 3.2. Türkiye'de Tekstil-Konfeksiyon ve İplik Üretimi

### 3.2.1. Türkiye İplik Üretimi

Türkiye'de tekstil ve konfeksiyon sanayiinin gelişimi iplik sanayiinin de gelişimini beraberinde getirmiş ve iplik sanayi iç piyasanın ihtiyacını karşılamının yanı sıra, ihracatta da önemli gelişmeler kaydetmiştir. Türk iplik sanayi, hammadde ihtiyacının önemli bir kısmını yurt içinden temin etmekle birlikte, belirli miktarda hammadde ihtiyacını da ithalat yoluyla karşılamaktadır. Türkiye'de üretilen başlıca iplik çeşitleri pamuk ipliği, polyester ve akrilik ipliklerdir. DPT verilerine göre 2002 yılında pamuk ipliği üretimi 989.000 ton civarında gerçekleşmiştir. Türkiye sentetik iplikler üretiminde de önemli bir paya sahiptir. Türkiye sentetik elyaf ve iplik üretim kapasitesinde dünyada sekizinci sırada bulunmaktadır. İplik üretimini yoğunlaştığı iller; İstanbul, Bursa, Kahramanmaraş, Gaziantep, Adana, İzmir, Kayseri, Malatya, Tekirdağ, Uşak, Hatay ve Denizli'dir ([www.igeme.gov.tr](http://www.igeme.gov.tr)).

Sektörde kapasitede ortaya çıkan gelişmeler genelde üretimdeki gelişme hızının üzerinde seyretmiştir. 1999 yılından itibaren yatırımların yavaşlaması ve rekabet gücünü kaybeden eski makinelerin kapasiteden çıkarılması ile kapasite artışı durmuştur. 2000 yılında üretimdeki artış ithalattaki yükselme ve doğrudan iplik ihracatındaki azalmaya rağmen devam etmiş, böylece 1998 yılında %62,4 olan

kapasite kullanım oranı 2000 yılında %70,6'ya yükselmiştir. 2000 yılında ring iplik üretimi bir önceki yıla oranla %8,9 artarak 573.000 tona, open-end iplik üretimi %11,7 oranında artarak 432.000 tona yükselmiştir (Özüdoğru, 2002: 3).

İTKİB tarafından yapılan araştırmada (Türkiye'de İplik Üretim Kapasitesi Ve Makine Parkı Üzerine Genel Bilgiler, Bayraktar, T., 2003) Türkiye'de iplik üretimi konusunda 617 firma tespit edilmiştir. Bunlardan tahminen 375 tanesi pamuk ve benzeri kısa elyaftan iplik üretmekte, 144 tanesi yün ve benzeri kısa elyaftan iplik üretmekte ve 49 tanesi kesiksiz sentetik elyaftan iplik üretebilir durumdadır. 14 firma hem pamuklu hem yünlü, 2 firma hem yünlü hem kesiksiz sentetik elyaftan iplik üretebilmektedir. Fantazi iplik, şönül, gipe iplik üreten fabrika sayısının ise 30'un üzerinde olduğu tahmin edilmektedir.

İplik üretim sistemlerine göre Türkiye'deki tesislerde üretim kapasitesine bakıldığında, pamuk ve benzeri kısa elyaftan iplik üretim kapasitesinin yıllık 2 milyon tona yaklaştığı ve toplam üretim kapasitesindeki payın da %69 civarında olduğu tahmin edilmektedir. Türkiye'de tespit edilebilen 617 iplik fabrikası içerisinde tahminen 400'e yakını pamuk ve benzeri kısa elyaftan iplik üretebilir durumdadır. Bu fabrikaların en yoğun olarak bulunduğu bölgeler sırasıyla Akdeniz, Marmara, Ege ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri olarak görülmektedir. Akdeniz Bölgesi'nde Kahramanmaraş, Isparta ve Adana, Marmara Bölgesi'nde İstanbul, Tekirdağ ve Bursa, Ege Bölgesi'nde Uşak, İzmir ve Denizli, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde ise Gaziantep en fazla iplik tesisi bulunan şehirlerdir 400'e yakın pamuk ipliği üreten fabrikada toplam üretim kapasitesinin yılda 1.9 milyon tonu geçtiği tahmin edilmektedir. Bu çerçevede, pamuk ve benzeri kısa elyaftan iplik üretim kapasitesi ülkenin toplam iplik üretim kapasitesinin %69 civarında bir bölümünü oluşturmaktadır Pamuk ve benzeri kısa elyaftan iplik üreten fabrikaların tahmini yıllık üretim kapasiteleri ele alındığında, sırasıyla Akdeniz, Marmara, Ege ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinin önde geldiği görülmektedir. Akdeniz Bölgesi kapasitenin %28'ine sahiptir. Marmara, Ege ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri'nin Türkiye toplamından aldıkları paylar ise %20'ler dolayında seyretmektedir. (Bayraktar, 2003: 32-33).

Çizelge 19: Türkiye’de Pamuk İpliği Üretim, Kapasite ve Kapasite Kullanım Oranları (1990-2000)

Yıllar	Üretim (Ton)	Kapasite (Ton)	K.K.O. (%)
1990	530.000	665.000	79,7
1991	484.000	727.000	66,6
1992	528.000	878.000	67,1
1993	530.000	867.000	61,1
1994	600.000	915.000	65,6
1995	630.000	1.010.000	62,4
1996	764.000	1.195.000	63,9
1997	870.000	1.350.000	64,4
1998	898.000	1.438.000	62,4
1999	913.000	1.396.000	65,4
2000	1.005.000	1.422.000	70,6

**Kaynak: Özüdoğru, T., “Pamuk İpliği”, T.E.A.E. Bakış, Sayı:1, 2002: 3**

Türkiye’de 160 kadar fabrikanın yün ve benzeri uzun elyaftan iplik üretimi yapabilir şekilde makina parkına sahip olduğu tahmin edilmektedir. 160 fabrikanın 55’i Marmara Bölgesi’nde, 43’ü Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nde ve 36’sı Ege Bölgesi’nde bulunmaktadır Yün ve yün benzeri uzun elyaftan iplik üretim kapasitesi yıllık 350 bin tonun üzerinde tahmin edilmektedir (Bayraktar, 2003: 34-35).

Fantazi, şönil, gipe benzeri diğer tür iplikleri üreten Türkiye çapında 33 kadar tesis tesbit edilmiştir. Bu tesislerin %60 kadarı Marmara Bölgesi’nde, %20 kadarı Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nde, %9 kadarının ise Ege Bölgesi’nde olduğu tesbit edilmiştir. Bu tesislerde yıllık 28 bin tonun üzerinde üretim kapasitesi olduğu hesaplanmaktadır (Bayraktar, 2003: 36).

Türkiye’de 1940’lı yıllardan beri devlete ait kuruluşlarca selüozik elyaf üretimi yapılmasına karşılık sentetik elyaf üretimi ilk kez 1964 yılında başlamıştır. Üretim çeşitleri içinde önceleri poliamid elyafın payı fazla iken daha sonraları akrilik ve poliester elyafın payı artmış, poliamid elyafın payı çok küçük seviyelerde kalmıştır (DPT, 2001: 1).

Türkiye suni-sentetik elyaf üretiminin büyük bir çoğunluğunu akrilik ve polyester elyaf üretimi oluşturmaktadır. Suni-sentetik iplik üretimi talebe yakın miktarda üretilmektedir (Sevim, 2002: 5).



Türkiye’de kesiksiz sentetik elyaftan iplik üretebilen fabrika sayısı 51 olarak tespit edilebilmiştir. 51 fabrikadan 37’si Marmara Bölgesi’nde, 14’ü Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nde kuruludur. Toplam iplik üretim kapasitesi içerisinde kesiksiz sentetik elyaftan iplik üretim kapasitesinin %18 olduğu hesaplanmıştır. Kesiksiz sentetik elyaftan iplik üretiminde yılda toplam 500 bin tonun üzerinde iplik üretim kapasitesi olduğu tahmin edilmektedir (Bayraktar, 2003: 34).

### **3.2.2. Türkiye’de Tekstil ve Konfeksiyon Üretimi**

Türkiye’deki tekstil ve konfeksiyon üretimini etkileyen temel faktörlerden en önemlisi gelişmiş ülkelerin tekstil ve konfeksiyon ürünü talebidir. Bunun nedeni ise tekstil ve konfeksiyon sektörlerinin daha çok ihracat odaklı olmalarıdır.

Türkiye’de üretilen kumaşların çok büyük bir kısmını pamuklu ve suni-sentetik dokuma kumaşlar oluşturmaktadır. DPT verilerine göre, 2002 yılı tahmini pamuklu dokuma kumaş üretimi yaklaşık 1.7 milyar metre, suni-sentetik dokuma kumaş üretimi ise 462 milyon metre civarındadır. Yünlü ve toplam keten, kendir ve jüt dokuma kumaş tahmini üretimi ise, sırasıyla 69 milyon metre ve 17 milyon metredir. Pamuklu dokuma sektöründen sonra en önemli üretim, suni-sentetik dokuma sektöründe yapılmaktadır. Türkiye’de suni-sentetik dokuma kapasitesinin 750-800 milyon metre/yıl olduğu tahmin edilmektedir. Suni-sentetik sektöründe, ürünler polyester filament ağırlıklı olup, bunu naylon ve viskon filament esaslı ürünler takip etmektedir. Türkiye’de suni-sentetik dokuma kumaş üreten yaklaşık 7.000 tezgah olduğu tahmin edilmektedir. Türkiye’de keten, kendir ve jütten dokuma kumaş üretimi, hammadde yetersizliği ve talebin çok kısıtlı olması nedeniyle oldukça düşüktür. Yıllık üretim 11 milyon metre civarındadır. Bu sektörde hammadde (keten ve jüt) ihtiyacı tamamen ithalata bağımlıdır ([www.igeme.gov.tr](http://www.igeme.gov.tr)).

Tekstil ve konfeksiyon ürünlerinin 2002 yılında 1 katrilyon 851 trilyon TL olarak gerçekleşen üretim değeri 2003 yılında %11,6 oranında artarak 2 katrilyon 66 trilyon Liraya ulaşmıştır. (Yılmaz ve Safel , 2004: 13).

Türkiye'nin 2002 yılı konfeksiyon üretimi 2.644 trilyon TL tutarında gerçekleşmiştir (1998 fiyatları ile). 2003 yılı tahmini üretim değeri ise 2.808 trilyon TL'dir. Buna göre 2003 yılı konfeksiyon üretiminin imalat sanayii üretimi içindeki payı %7,9 civarındadır. Türkiye'de üretilen konfeksiyon ürünlerinin büyük bir kısmını pamuklu ürünler oluşturmaktadır (www.igeme.gov.tr).

2000 ve 2001 yıllarında yaşanan krizler nedeniyle toplam sanayi üretimine benzer şekilde tekstil ve konfeksiyon sektörleri üretiminde de dalgalanmalar olmuştur. Türkiye'de tekstil ve konfeksiyon sektörleri üretiminin yıllar içinde değişimi incelendiğinde Türkiye'de ve dünyada yaşanan krizlere rağmen bu sektörlerin üretimindeki azalmanın sanayi üretimine göre daha az olduğu görülmektedir. DİE verilerine göre 1997 yılında 100 olan tekstil sektörü üretim endeksi 1998 yılında 93,6, 1999 yılında 87,0, 2000 yılında 95,7, 2001 yılında 90,9, 2002 yılında 106,7 olarak gerçekleşmiştir. Benzer şekilde 1997 yılında 100 olan konfeksiyon üretim endeksi 1998 yılında 106,7, 1999 yılında 102,0, 2000 yılında 108,7, 2001 yılında 105,3, 2002 yılında 118,7 olarak gerçekleşmiştir (Kanoğlu ve Öngüt, 2003: 40).

Tekstil ve konfeksiyon sektörleri kapasite kullanım oranları imalat sanayii ortalama kapasite kullanım oranının üzerinde yer almaktadır. Tekstil ve konfeksiyon sektörleri ayrı olarak değerlendirildiğinde ise, konfeksiyon sektörünün kapasite kullanım oranı sürekli olarak tekstil sektörü kapasite kullanım oranının üzerinde gerçekleşmiştir. DPT verilerine göre 2003 yılında tekstil sektörü kapasite kullanım oranı 2002 yılına göre gerilemiş ve %79,2 olarak gerçekleşmiştir. Konfeksiyon sektöründe ise 2003 yılında az da olsa bir artış gerçekleşmiş ve 2002 yılında 86 olan kapasite kullanım oranı %86,1 olarak gerçekleşmiştir.

Çizelge 20: İmalat Sanayiinde Yıllar İtibariyle Üretim Ağırlıklı Kapasite Kullanım Oranları

	1999	2000	2001	2002	2003
İmalat Sanayi	73,2	76,1	71,6	76,2	78,6
Tekstil Ürünleri	73,7	81,4	75,9	80,9	79,2
Konfeksiyon Ürünleri	83,1	87,5	85,1	86	86,1

**Kaynak:** www.dpt.gov.tr.

### **3.2.3. Genel Olarak Türkiye'nin Dış Ticareti ve Dış Ticarete Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Yeri ve Önemi**

Türkiye ülke ekonomisinin serbest piyasa mekanizması kurallarına göre işlemesi ve dünya ekonomisi ile bütünleşmek amacıyla 1980 sonrasında ithal ikamesine dayalı sanayileşme stratejisini terk etmiş ve ihracata dayalı sanayileşme stratejisini benimsemiştir. Bu durum Türkiye'nin dış ticaret hacminde ve ihracatında önemli artışlar meydana getirmiştir.

1990'lı yılların başında dünya ekonomisinde yaşanan durgunluk ve ülke içinde yaşanan ekonomik faktörler sonucunda Türkiye 1994 yılında ekonomik kriz yaşamış ve bunun sonucunda 1990-1993 döneminde ihracatın artış hızı %18 düzeyinde gerçekleşmiştir. 1994 yılında alınan ekonomik kararlardan ihracat olumlu etkilenmiş ve 1995 yılında ihracatın artış hızı %19,5'e yükselmiştir. 1997 yılında dünya mal ticaret hacmi 1976 yılından sonra en yüksek düzeyine ulaşmış ve %10,7 olmuştur. Bu durumdan Türkiye'nin ihracatı da olumlu etkilenmiş ve ihracat 26,2 milyar dolar düzeyine yükselmiştir. Ancak Asya krizi ve arkasından gelen Rusya krizi dünya ekonomisini olumsuz olarak etkilemiş ve dünya ekonomisinin büyümesi yalnızca %2,2 oranında olmuştur. Bu durumdan Türkiye'nin dış ticareti de etkilenmiş ve %2,7 oranında artarak 27 milyar dolar olmuştur.

2000 yılında ihracat %4,4 oranında bir artışla 27.8 milyar dolar olmuştur. 2000 yılı toplam ihracatının %91,2'lik bölümünü imalat sanayii ürünleri, %7,1'lik bölümünü tarım ve ormancılık ürünleri ve %1,4'lük bölümünü madencilik ürünleri oluşturmuştur. 2000 yılı ihracatının ülke ve ülke gruplarına ayırımına bakıldığında ise; en önemli ihraç pazarımız olan OECD ülkelerine yönelik ihracatın 19 milyar dolar gerçekleştiği görülmektedir. Avrupa Birliği'ne yönelik ihracatımız 14.5 milyar dolar olurken, OECD Ülkelerinin toplam ihracatımız içindeki payı ise %68,4 olmuştur. Aynı dönemde OECD üyesi olmayan ülkelere yönelik ihracatımız ise, bir önceki yıla göre değerinde %1,6 oranında artarak 7.9 milyar dolar olmuş ve genel ihracatımız içindeki payı %28,3 düzeyinde gerçekleşmiştir. Ülke sıralamasında ise,

ilk sırada 5.1 milyar dolar ile Almanya yer alırken, onu sırasıyla ABD, İtalya, İngiltere ve Fransa izlemiştir.

2001 yılında yaşanan ekonomik krizin ardından Türkiye'nin ihracatında ciddi oranda bir artış yaşanmıştır. Bunun nedeni Türk Lirası'nın büyük oranda devalüe edilmesi ve krizin etkisiyle iç pazardaki daralmadan işletmelerin ihracat yoluyla çıkacaklarını inanmalarıdır. Bunun sonucunda ihracat 2001 yılında, 2000 yılına göre %12,8 oranında artmış ve 31.3 milyar dolar olmuştur. 2002 yılında da ihracatın artış hızı devam etmiştir ve 2001 yılına göre %14,1 oranında artarak 35.8 milyar dolara ulaşmıştır. Bu artış 2003 yılında da devam etmiş ve bir önceki yıla göre %31 oranında artarak 47.3 milyar dolar düzeyine ulaşmıştır.

Çizelge 21: 1980-2003 Dönemi Türkiye'nin Dış Ticaret Rakamları

Yıllar	İhracat	İthalat	Denge	Hacim
1980	2.910	7.909	-4,999	10.819
1981	4.703	8.933	-4,230	13.636
1982	5.746	9.235	-3,489	14.981
1983	5.728	9.235	-3,507	14.963
1984	7.134	10.757	-3,623	17.891
1985	7.958	11.343	-3,385	19.301
1986	7.457	11.105	-3,648	18.562
1987	10.190	14.158	-3,968	24.348
1988	11.662	14.335	-2,673	25.997
1989	11.625	15.792	-4,167	27.417
1990	12.959	22.302	-9,343	35.261
1991	13.594	21.047	-7,453	34.641
1992	14.715	22.871	-8,156	37.586
1993	15.345	29.428	-14,083	44.773
1994	18.106	23.270	-5,164	41.376
1995	21.637	35.709	-14,072	57.346
1996	23.224	43.627	-20,403	66.851
1997	26.261	48.559	-22,298	74.820
1998	26.974	45.921	-18,947	72.895
1999	26.588	40.671	-14,083	67.259
2000	27.774	54.503	-26,729	82.277
2001	31.334	41.399	-10,065	72.733
2002	36.059	51.554	-15,495	87.613
2003	47.253	69.340	-22,087	116.593

Kaynak: www.dtm.gov.tr. 2004

2003 yılı ihracat rakamları sektörel olarak değerlendirildiğinde, ihracatın sektörel yapısında önemli değişiklikler olduğu görülmektedir. Bu dönemde ihracat içinde daha çok katma değeri yüksek malların yer aldığı görülmektedir. Bunlar

içinde otomotiv, elektrik-elektronik ve makine imalatı gibi sektörler sayılabilir. Aynı dönemde tekstil ve konfeksiyon sektörleri ihracatımız da 15 milyar doları aşmıştır. Bu sektörde de moda ve markaya dayalı ürün ihracatında da önemli artışlar yaşanmıştır.

### 3.2.3.1. Türkiye İplik Ticareti

Türkiye iplik sanayinde ihraç edilen iplikler içinde en önemli paya sahip olan iplikler; pamuk ipliği, sentetik filament iplikleri ve sentetik devamsız liflerden ipliklerdir. Pamuk ipliği ihracatı 2001 yılında yaklaşık 279 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. (Özüdoğru, 2002: 3).

Çizelge 22: Türkiye'nin İplik İhracatı (Dolar)

	1998	1999	2000	2001
Pamuk İpliği	294.061.925	314.604.835	255.765.844	278.640.532
Yün İpliği	7.600.593	13.392.622	14.648.714	39.441.252
Suni, Sentetik, İpek İplik	375.555.366	381.357.012	454.391.496	477.310.017
Keten, Kenevir, Jüt İpliği	649.610	188.645	160.384	153.362
Halat, İp, Sicim, Ağ	12.460.431	14.473.979	19.287.716	36.483.219
Toplam	690.327.925	724.017.093	744.254.154	832.028.382

**Kaynak: Özüdoğru, T., "Pamuk İpliği", T.E.A.E. Bakış, Sayı:1, 2002: 3**

Türkiye'nin iplik ihracatı 2002 yılında yaklaşık 674 milyon dolar, 2003 yılında ise 801 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Pamuk ipliği ihracatı 2003 yılında 239 milyon dolar olarak gerçekleşmiş olup, bunun 219 milyon dolarlık kısmını ağırlık itibariyle %85 veya daha fazla pamuk içeren pamuk ipliği oluşturmaktadır (www.igeme.gov.tr).

İgeme'den alınan verilere göre (www.igeme.gov.tr), Türkiye'nin 2003 yılı iplik ihracatının türler itibariyle dağılımı şu şekilde gerçekleşmiştir:

Sentetik ve suni filamentlerden iplik ihracatı 268 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. İhracatta başlıca ülkeler; İtalya (%14), Almanya (%10), İspanya (%9), Mısır (%6), İngiltere (%6), Fransa (%5), Belçika (%4), Tayvan (%4), Suudi Arabistan (%3) ve Amerika Birleşik Devletleri (%3)' dir.

Sentetik ve suni devamsız liflerden mamul iplik ihracatı 205 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. İhracatta başlıca ülkeler; İngiltere (%10), Almanya (%10), Suriye (%8), Amerika Birleşik Devletleri (%8), İtalya (%7), Yunanistan (%6), Polonya (%6), İspanya (%5) ve Fransa (%4)'dır.

Yün ipliği ihracatı 25 milyon dolar olarak gerçekleşmiş olup, ihraç edilen başlıca ülkeler; Belçika (%29), Almanya (%13), İngiltere (%11), Rusya (%5) ve Polonya (%3)'dır.

Çizelge 23: Türkiye'nin İplik İthalatı (Dolar)

	1998	1999	2000	2001
Pamuk İpliği	115.840.837	84.498.038	110.996.300	85.619.916
Yün İpliği	46.559.400	37.872.315	42.903.166	33.721.565
Suni, Sentetik, İpek İplik	551.286.501	460.562.602	565.184.385	484.040.974
Keten, Kenevir, Jüt İpliği	41.257.244	30.610.335	35.261.415	27.772.498
Halat, İp, Sicim, Ağ	18.885.729	11.966.723	15.567.521	13.386.075
Toplam	773.829.711	625.510.013	769.287	644.541.028

**Kaynak: Özüdoğru, T., "Pamuk İpliği", T.E.A.E. Bakış, Sayı:1, 2002: 3**

İgeme'den alınan verilere göre (www.igeme.gov.tr), Türkiye'nin 2003 yılı iplik ithalatının türler itibariyle dağılımı şu şekilde gerçekleşmiştir:

Pamuk ipliği ithalatı 236 milyon dolardır. Pamuk ipliği ithalatının gerçekleştirildiği başlıca ülkeler; Hindistan (%18), Türmenistan (%17), Pakistan (%17), Özbekistan (%16), İtalya (%8), Mısır (%7) ve Suriye (%6)'dir.

Sentetik ve suni filamentlerden mamül iplik ithalatı 536 milyon dolardır. İthalatta başlıca ülkeler; Güney Kore (%17), İtalya (%10), Almanya (%8), Tayvan (%7), İngiltere (%7), Malezya (%6), İsviçre (%6), Hollanda (%5) ve Japonya (%4)'dır.

Sentetik ve suni devamsız liflerden iplik ithalatı 300 milyon dolar olmuştur. İthalatta başlıca ülkeler; Hindistan (%36), Endonezya (%17), İtalya (%16), Çin (%5), Avusturya (%5), Tayland (%4), Romanya (%4) ve Almanya (%3)'dir. Yün ipliği ithalatı 55 milyon dolardır. İthalatta ülkeler; İtalya (%53), Almanya (%22), Tayland (%8), Bulgaristan (%4), Çin (%4) ve Fransa (%4)'dır.

### 3.2.3.2. Türkiye Tekstil ve Konfeksiyon Ticareti

Türk tekstil sektörünün 1980’li yıllardaki dünyada binde 25 olan pazar payı ile adı bile duyulmazken, Türkiye’nin 1980’li yıllardan itibaren uluslararası rekabete açılarak ihracatçı ülke olma özelliğini ekonomik ve politik parola olarak benimsemesiyle tekstil sektörü önemli bir gelişme göstermiştir. Türk tekstil sektörü ihracat performansı açısından yalnızca Türkiye ölçeğine göre değil, dünyanın da belli başlı sektörleri arasında yer almıştır (KOBİ Ekonomisi, 2004: 2).

Tekstil sektörü, bir taraftan kendisi doğrudan ihracat yaparken, diğer yandan, ihracata yönelik üretim yapan konfeksiyon sektörü için hammadde sağlamaktadır. Bu yüzden sektörün rekabet gücünü etkileyen faktörler, hem kendi rekabet gücünü, hem de konfeksiyon sektörünün rekabet gücünü belirlemektedir.

Mevcut rakamlar ışığında, konfeksiyon sektörü Türkiye’nin en fazla ihracat yapan sektörü, tekstil ve hammaddeleri sektörü ise, konfeksiyon, taşıt araçları ve yan sanayii, demir ve demir dışı metaller ile elektrik-elektronik sektörlerinin ardından beşinci sektör durumundadır (Yılmaz ve Safel, 2004: 5).

1980 yılında 671 milyon dolar değerinde tekstil (elyaf, iplik, kumaş) ihracatı yapılırken, 2000’li yıllara gelindiğinde bu rakam beş misline katlanarak 3 milyar doları aşmıştır. Konfeksiyon sektörü ise tekstil sektöründen aldığı güç ile önemli bir gelişme kaydetmiş, tek başına ülke ihracatının %25 kadarlık bir bölümünü gerçekleştiren güçlü bir konuma ulaşmıştır.

Yıllar itibariyle, tekstil ihracatımız 1980-1990 arası ve 1990-1995 arası dönemde %10 oranında artmıştır. 1995-2000 arası dönemde sektörde ve ülkemizde yaşanan ekonomik kriz nedeniyle sadece %7,4 oranında artmıştır. Yıllar itibariyle konfeksiyon ihracatımız ise, 1980-1990 arası dönemde %40 oranında, 1990-1995 arası dönemde %16,5 oranında artarken, sektörün içinde bulunduğu darboğaz neticesinde 1995-2000 arası dönemde %2 düzeyinde artmıştır. (www.foreigntrade.gov.tr).

Çizelge 24: Yıllar İtibariyle Tekstil Ve Konfeksiyon İhracatının Türkiye Toplam İhracatında Payı

Yıllar	Topl. İhr. (Milyon \$)	Konf. İhr. (Milyon \$)	Konf. Payı(%)	Tekstil İhr. (Milyon \$)	Tekstilin Payı (%)	Teks.+Konf. Payı (%)
1980	2.190	106	3,6	671	23,1	26,7
1981	4.730	302	6,4	915	19,5	25,9
1982	5.746	367	6,4	1.069	18,6	25,0
1983	5.728	544	9,5	1.055	18,4	27,9
1984	7.134	989	13,9	1.181	16,6	30,4
1985	7.958	936	11,8	1.151	14,5	26,2
1986	7.457	1.069	14,3	1.043	14,0	28,3
1987	10.190	1.728	17,0	1.133	11,1	28,1
1988	11.662	2.127	18,2	1.334	11,4	29,7
1989	11.625	2.448	21,1	1.338	11,5	32,6
1990	12.959	2.898	22,4	1.424	11,0	33,4
1991	13.593	3.219	23,7	1.374	10,1	33,8
1992	14.365	4.009	27,9	1.369	9,5	37,4
1993	15.345	4.158	27,1	1.457	9,5	36,6
1994	18.107	4.490	24,8	1.944	10,7	35,5
1995	21.637	6.188	28,6	2.130	9,8	38,4
1996	23.224	6.334	27,3	2.352	10,1	37,4
1997	26.261	7.088	27,0	2.730	10,4	37,4
1998	26.974	7.644	28,3	2.811	10,4	38,8
1999	26.588	7.145	26,9	2.733	10,3	37,2
2000	27.775	7.194	25,9	2.818	10,1	36,1
2001	31.340	7.335	23,4	3.060	9,8	33,2
2002	35.081	8.897	25,4	2.142	9,0	34,3
2003	46.877	11.150	23,8	3.926	8,4	32,2

Kaynak: www.dtm.gov.tr. 2004.

Tekstil ve konfeksiyon sektörü üretiminin yaklaşık yarısını ihraç etmektedir. Çizelge 25’de tekstil ve konfeksiyon sektörlerinin 1996-2003 yılları arasında belirli ülkeler itibariyle gerçekleştirdiği ihracat ile Türkiye toplam ihracatından aldığı pay verilmiştir. Türkiye tekstil ve konfeksiyon ihracatında en yüksek payı sürekli olarak Almanya almıştır. Tekstil ve konfeksiyon ihracatında Almanya’yı İngiltere, ABD, Fransa ve İtalya izlemektedir.



Çizelge 25: Türkiye Tekstil ve Konfeksiyon İhracatı

Ülkeler / Yıllar	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Almanya	3.124.952	3.027.611	3.109.071	2.932.977	2.865.648	2.759.471	2.970.914	3.687.910
İngiltere	649.506	759.139	814.805	901.181	1.094.895	1.235.822	1.599.483	1.835.759
ABD	743.426	866.968	1.001.752	1.150.199	1.475.287	1.427.439	1.697.980	1.749.743
Fransa	512.485	575.034	658.423	639.258	623.475	677.848	778.180	975.566
Hollanda	389.679	396.587	448.838	423.601	422.236	424.296	518.488	714.164
İtalya	370.286	453.272	491.611	501.826	508.782	564.144	532.647	716.228
İspanya	75.077	88.620	109.065	151.233	171.042	188.397	242.992	392.492
Belçika/Lüksemburg	182.290	224.637	309.024	288.018	273.270	267.974	287.122	318.956
Rusya Federasyonu	476.235	753.395	428.120	168.431	152.696	137.445	188.955	303.395
Danimarka	81.093	92.294	113.677	119.705	127.913	159.928	216.912	302.450
Topl. Teks. Konf. İhr.	8.696.393	9.819.089	10.455.814	9.878.708	10.101.641	10.396.803	12.156.185	15.076.623
Toplam İhracat	23.224.465	26.261.072	26.973.978	26.587.225	27.774.906	31.334.216	36.059.089	46.877.598
Teks./Konf. Toplam İhracat İçindeki Payı (%)	37,4	37,4	38,8	37,2	36,4	33,2	33,7	32,2

**Kaynak: www.itkib.org.tr.'den alınan verilerden oluşturulmuştur.**

Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne tekstil ve konfeksiyon ihracatı 2000 yılında 7.5 milyar Euro düzeyine ulaşmıştır. Buna göre Avrupa Birliği'ne tekstil ihracatı 1995 yılına göre %72 artmıştır. Aynı dönemde Avrupa Birliği'nin toplam tekstil ve konfeksiyon ithalatı sadece %54 oranında büyümüştür (KOBİ Ekonomisi, 2004: 2).

Konfeksiyon ihracatında en önemli pazarımız %72 payla Avrupa Birliği'dir. Avrupa Birliği'ne gerçekleştirilen konfeksiyon ihracatı; 2000 yılında 4.5 milyar dolar, 2001 yılında da 4.6 milyar dolar civarında gerçekleşmiştir. 2002 yılında bu pazara gerçekleştirilen konfeksiyon ihracatı %21 gibi çok önemli bir oranda artarak 5.6 milyar dolara yükselmiştir. 2003 yılında ise bu değer 6.9 milyar dolardır. Ülkeler bazında bakıldığında en önemli pazarlarımız; Almanya (%31), İngiltere (%16), ABD (%13), Fransa (%7), Hollanda (%6), Danimarka (%3), İtalya (%3), İspanya (%2), Belçika (%2) ve İsveç (%2)'tir (www.igeme.gov.tr.)

Uluslararası Ticaret Merkezi verilerine göre, Türkiye'nin 2002 yılında, dünya toplam kumaş ithalatı içindeki payı %2,8 civarında gerçekleşmiştir. Türkiye; dünya pamuklu dokuma ithalatında %2,1'lik payla 16., suni-sentetik dokuma ithalatında %1,5'lik payla 20., ipek,yün, keten vb. dokuma ithalatında %16'lık payla 16., örme kumaş ithalatında da % 0,6'lık payla 34. sırada yer almıştır (www.igeme.gov.tr).

Türkiye tekstil ithalatı 1980-1990 arası dönemde %23 oranında ve 1990-1995 arası dönemde %20 oranında artarken, 1995-2000 arası dönemde sektörde yaşanan ekonomik daralma nedeniyle sadece %4 oranında artmıştır. Tekstil ve konfeksiyon ithalatımızın ülkelere göre dağılımı incelendiğinde, Avrupa Birliği'nin %45 gibi belirgin bir paya sahip olduğu, Avrupa Birliği ülkeleri arasında İtalya %13 ve Almanya %10 paya sahip bulunmaktadır. Asya ülkeleri arasında ise, Kore %5,7, Çin %5,6 ve Hindistan %4,3 paya sahip bulunmaktadır.

Çizelge 26: Yıllar İtibariyle Tekstil Ve Konfeksiyon İthalatının Türkiye Toplam İthalatında Payı

Yıl	Toplam İthalat (Milyon \$)	Konf. İthalatı (Milyon \$)	Konf. Payı (%)	Tekstil İthalatı (Milyon \$)	Tekstil Payı (%)	Tekstil+Konf Payı (%)
1985	11.343	1	0,01	287	2,54	2,55
1986	11.105	2	0,02	334	3,01	3,03
1987	14.158	2	0,02	548	3,87	3,89
1988	14.335	3	0,02	521	3,64	3,66
1989	15.762	6	0,04	624	3,96	4,00
1990	22.302	17	0,08	1.049	4,70	4,78
1991	21.047	26	0,13	872	4,15	4,27
1992	22.871	35	0,15	1.189	5,20	5,35
1993	29.429	47	0,16	1.591	5,41	5,57
1994	23.270	36	0,16	1.600	6,88	7,04
1995	35.709	59	0,17	2.621	7,34	7,51
1996	43.626	169	0,39	2.812	6,45	6,84
1997	48.558	230	0,47	3.379	6,96	7,43
1998	45.921	230	0,50	3.305	7,20	7,70
1999	40.691	199	0,49	2.573	6,32	6,81
2000	54.502	256	0,47	3.197	5,87	6,34
2001	41.399	222	0,53	2.745	6,63	7,17
2002	51.553	263	0,51	3.830	7,43	7,94
2003	68.734	405	0,59	4.638	6,74	7,33

Kaynak: www.dtm.gov.tr. 2004

Çizelge 27’de Türkiye’nin tekstil ve konfeksiyon ithalatı verilmiştir. Tekstil ve konfeksiyon ithalatının Türkiye toplam ithalatı içindeki payı 1985 yılında %2,55 iken, düzenli bir artış izlemiş ve 1990’da %4,78, 1995’de %7,51, 2000 yılında %6,34 ve 2003 yılında ise, %7,3 olmuştur. En fazla tekstil ve konfeksiyon ürünü ithal edilen ülke 2003 yılı verilerine göre İtalya olmuştur. İtalya’yı sırasıyla ABD, Çin, ve Almanya izlemiştir.

Çizelge 27: Türkiye Tekstil ve Konfeksiyon İthalatı

Ülkeler/Yıllar	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
İtalya	358.697	402.948	393.398	346.699	389.040	391.104	500.497	599.440
ABD	119.620	309.853	342.533	144.287	319.968	282.821	339.003	457.184
Almanya	457.348	469.867	404.346	369.671	340.323	286.109	349.519	387.859
Yunanistan	97.196	158.019	93.235	128.038	160.504	22.278	130.367	154.377
İngiltere	103.066	129.595	130.122	118.965	131.035	109.809	124.100	151.390
Fransa	109.226	143.344	140.620	118.559	123.373	101.703	137.884	150.128
İspanya	29.314	47.184	51.088	43.121	55.063	59.572	89.969	109.654
Hollanda	65.887	81.529	89.242	89.721	95.209	87.791	108.723	89.705
Belçika/Lüks.	69.439	82.656	69.249	61.641	65.539	76.872	80.023	80.254
Avusturya	58.130	51.117	57.842	55.947	54.478	80.566	79.921	78.778
Topl. Teks./Konf. İth.	2.982.278	3.609.860	3.536.122	2.772.967	3.470.344	2.968.764	4.094.260	5.043.551
Toplam İthalat	43.626.642	48.558.721	45.934.923	40.671.272	54.502.821	41.399.083	51.553.797	68.734.070
Teks. / Konf. Toplam İth. İçindeki Payı (%)	6,8	7,4	7,7	6,8	6,4	7,2	7,9	7,3

Kaynak: www.itkib.org.tr.'den alınan verilerden oluşturulmuştur.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### ARAŞTIRMA BÖLGESİ HAKKINDA GENEL BİLGİLER

#### 1. Genel Bilgiler

##### 1.1. Coğrafi Konum ve Doğal Yapı

Ege Bölgesi, ismini kıyısı boyunca uzandığı Ege Denizi'nden alır. Kuzeyde Kaz Dağı'nın güney eteklerinden güneyde Marmaris'in doğusuna kadar uzanan bölgenin doğu sınırı Emir ve Sultan Dağları'nın doğusundan geçer. Bölge, Marmara, Akdeniz ve İç Anadolu bölgeleri ile komşudur. Yüzölçümü bakımından Türkiye topraklarının yaklaşık %10'unu kaplayan Ege Bölgesi, Güneydoğu Anadolu ve Marmara bölgelerinden sonra üçüncü küçük bölgedir.

Bölgenin kıyı kesiminde, yüzey şekillerinin ana özelliğini, kıyıya dik olarak uzanan sıra dağlar ile aralarındaki oluk biçimli çökük ovalar oluşturur. Bölgede, iç kısımlara doğru gidildikçe dağların doğrultusu değişir ve yükselti artar. İç kesimdeki dağlar genellikle kuzeybatı-güneydoğu yönünde uzanır ve burada platolar geniş yer kaplar (Genç, 2003: 5)

Bölge akarsu ağı bakımından zengindir. Akarsular, çöküntü ovaları içinde akarak denize döküldükleri yerlerde delta ovaları oluşturmuşlardır. Bunların başlıcaları; Bakırçay, Gediz, Küçük Menderes ve Büyük Menderes nehirleridir. Öte yandan bölge doğal göl bakımından zengin değildir (EBSO, 2003: 24).

Ege Bölgesi, doğal, beşerî ve ekonomik özellikleri bakımından farklı iki bölüme ayrılır. Bölgenin 79.140 km<sup>2</sup>'lik alanının 36.318 km<sup>2</sup>'si Ege Bölümüne, 40.522 km<sup>2</sup>'si İç Batı Anadolu Bölümüne girer.



Şekil 4 : Ege Bölgesi Coğrafi Haritası

Kaynak: www.esentepe.k12.tr.

a) Ege Bölümü: Ege Bölümü, kuzeyde Kaz Dağı'ndan güneyde Marmaris'in doğusuna kadar uzanır. Bölümü, iç kesimden Soma ile Denizli'nin doğusu arasında çizilen bir hat ayırır. Buraya kıyı Ege veya asıl Ege Bölümü de denir.

Ege Bölümü'nde nüfus, çöküntü ovalarında, kıyı şeridinde ve işlek yollar boyunca yoğunlaşmıştır. Nüfusun yarısından fazlası kentlerde yaşar. Bölümde yer alan başlıca yerleşim merkezleri; İzmir, Denizli, Manisa, Aydın ve Muğla'dır. Ülkemizin ve bölgenin önemli ihraç limanlarından biri olan İzmir, nüfus büyüklüğü itibariyle, Türkiye'nin üçüncü büyük kentidir. İç kısımlara düzgün kara ve demir yolları ile bağlanmış olan İzmir, bölgenin önemli ticaret, eğitim, kültür ve sanayi merkezidir (EBSO, 2003: 25).

b) İç Batı Anadolu Bölümü: İç Batı Anadolu Bölümü, Ege Bölümü ile İç Anadolu Bölgesi arasında yer alır. Ege Bölgesi'nin en dağlık kesimidir. Bu bölümde, yükseltileri ortalama 800-1.000 metre olan plâtolar geniş yer kaplar. Plâtoların üzerinde zirveleri 2.000 metre civarında olan dağlar bulunur.

Büyük Menderes, Gediz, Susurluk ve Sakarya gibi önemli akarsular kaynaklarını İç Batı Anadolu Bölümü'nden alır. Bu akarsular, sularını farklı denizlere ulaştırır. İç Batı Anadolu Bölümü, Ege Bölümü'ne göre tenhadır. Nüfus, su kaynaklarının çevresindeki tarıma elverişli düzlüklerde daha yoğundur. Bölümde kentleşme oranı düşüktür. Bölümün başlıca yerleşim merkezleri, Afyon, Kütahya ve Uşak'tır (Genç, 2003: 9).

## **1.2. İklim Özellikleri ve Bitki Örtüsü**

Ege Bölümü, Akdeniz ikliminin etkisi altındadır. Dağların uzanış biçimi nedeniyle kıyıda yaklaşık 100-200 km içeriye kadar bu iklimin etkileri görülür. Bölümde yazlar sıcak ve kurak, kışlar ılık ve yağışlı geçer. Günlük ve yıllık sıcaklık farkları azdır. Yıllık ortalama yağış miktarı 500-1.000 mm civarındadır. Denize olan uzaklık ve yükseltinin etkisiyle karasal iklimin egemen olduğu İç Batı Anadolu Bölümü'nde, kıyı kesimine göre yazlar daha serin, kışlar soğuk ve kar yağışlıdır. Yağışlar genellikle kışın ve ilkbaharda artar, don olaylarına sıkça rastlanır.

Bitki örtüsü iklime bağlı olarak alçak kesimlerde 500-800 metreye kadar maki, yüksek kesimlerde ise iğne yapraklı ağaçlardan oluşan ormanlardır. İç kesimlerin doğal bitki örtüsü bozkırdır. Yüksekliğin arttığı yerlerde ise, seyrek ormanlara rastlanır (Genç, 2003: 9).

## **1.3. Bölgenin Sosyal Göstergeleri**

### **1.3.1. Bölgenin Nüfus Yapısı**

2000 yılı genel nüfus sayımı sonuçlarına göre Ege Bölgesi'nin toplam nüfusu 8.938.781 olup, bölgenin 1990-2000 döneminde yıllık nüfus artış hızı %16,29'dur.

Çizelge 28'de görüldüğü gibi, 1980 yılında bölge nüfusu Türkiye nüfusunun %13,31'i iken, 2000 yılında bu oran %13,2 düzeyine inmiştir. 2000 genel nüfus sayımına kadar nüfus büyüklüğü açısından bölgeler sıralamasında Marmara, İç Anadolu ve Karadeniz'den sonra daima dördüncü sırada yer alan Ege Bölgesi, 2000

genel nüfus sayımı sonuçlarına göre üçüncü sıraya yükselmiştir. 1990-2000 döneminde Marmara, Güneydoğu Anadolu ve Akdeniz Bölgesi'nden sonra nüfusu oran itibariyle en fazla artan dördüncü bölge olan Ege Bölgesi'nin nüfus artış hızı (1985-1990 dönemi hariç) devamlı olarak Türkiye nüfus artış hızının altında gerçekleşmiştir (Genç, 2003: 10).

Çizelge 28: Sayım Yıllarına Göre Ülke ve Bölge Nüfusu İle Yıllık Nüfus Artış Hızları (1980-2000)

Yıllar	Türkiye		Ege Bölgesi		Türkiye / Ege (%)
	Nüfus	Artış Hızı (%)	Nüfus	Artış Hızı (%)	
1980	44.736.957	20,65	5.954.504	19,65	13,31
1985	50.664.458	24,88	6.746.769	24,98	13,32
1990	56.473.035	21,71	7.594.977	23,68	13,45
2000	67.803.927	18,28	8.938.781	16,29	13,18

**Kaynak: Genç, Ö., Ege Bölgesi Ekonomik ve Sosyal Durum Raporu, TKB, 2003: 10.**

Ege Bölgesi, net göç açısından Marmara'dan sonra en fazla pozitif değere sahip, başka bir ifadeyle net göç alan ikinci bölgemizdir. 1985-1990 döneminde Marmara, Ege ve Akdeniz, diğer bölgelerden net göç alan bölgeler olurken, Karadeniz, Doğu ve Güneydoğu Anadolu ile İç Anadolu net göç veren bölgeler konumundadır. 1985-1990 döneminde bölge illerine göç edenlerin sayısı 564.679, Ege Bölgesi'nden diğer bölge illerine yönelik göç edenlerin sayısı ise 381.698'dir. 1985-1990 döneminde Ege Bölgesi'nin net göç miktarı 182.981 kişi, net göç hızı ise %0,26'dır. Net göç miktarı açısından bölge illerinden Afyon ve Kütahya illeri net göç verirken, başta İzmir olmak üzere Muğla, Aydın, Manisa, Denizli ve Uşak illeri de net göç almaktadır (Genç, 2003: 11).

2000 genel nüfus sayımı sonuçlarına göre bölge nüfusunun %61,5'i il ve ilçe merkezlerinde, %38,5'i de bucak ve köylerde yaşamaktadır. 1985 yılında bölge nüfusunun % 54,8'i kentlerde yaşamaktayken, 2000 yılında kentlerde yaşayanların oranı % 61,5 seviyesine yükselmiştir.

### 1.3.2. Bölgenin İstihdam Yapısı

2000 genel nüfus sayım sonuçlarına göre bölgedeki 12 yaş üstü faal nüfus 3.931.973 kişi olup, toplam bölge nüfusunun % 43,2'sini oluşturmaktadır. İktisaden faal nüfusun iş kollarına göre dağılımı incelendiğinde ise, faal nüfusun tarımdaki



payının %50,5 olduğu görölmektedir. Bu aynı yıl %48,4 olan ülke ortalamasının % 2,1 üzerinde bir değerdir (Genç, 2003: 13).

Çizelge 29’da görüldüğü gibi, bölge aktif nüfusunun büyük çoğunluğu tarım sektöründe çalışmaktadır. Bölge imalat sanayinde çalışan nüfusun toplam istihdam içindeki payı incelendiğinde ise bu oranın Türkiye ortalamasının üzerinde olduğu görölmektedir.

Çizelge 29:Türkiye ve Ege Bölgesi’nde İktisadî Faal Nüfusun Faaliyet Kollarına Göre Dağılımı (2000)

Faaliyet Kolları	Türkiye		Ege Bölgesi	
	İstihdam	%	İstihdam	%
Ziraat, Avcılık, Ormancılık ve Balıkçılık	12.576.827	48,4	1.984.851	50,5
Madencilik ve Taş Ocakçılığı	96.035	0,4	24.507	0,6
İmalat Sanayii	3.276.173	12,6	505.122	12,8
Elektrik, Gaz ve Su	98.152	0,4	14.476	0,4
İnşaat	1.196.246	4,6	166.315	4,2
Ticaret, Lokanta ve Oteller	2.512.777	9,7	397.087	10,1
Ulaştırma, Haberleşme ve Depolama	853.255	3,3	118.026	3,0
Mali Hizmetler, Sigorta, Aracı ve Yard. Hizmetler	808.126	3,1	103.813	2,6
Toplum Hizmetleri, Sosyal ve Kişisel Hizmetler	4.545.535	17,5	614.232	15,6
İyi Tanımlanmamış Faaliyetler	34.015	0,1	3.544	0,1
TOPLAM	25.997.141	100	3.931.973	100

**Kaynak: www.die.gov.tr., “2000 Genel Nüfus Sayımı” Nüfusun Sosyal ve Ekonomik Nitelikleri.**

Ege Bölgesi aktif nüfusunun faaliyet kolları itibariyle dağılımı, 1990 yılı sonuçları ile karşılaştırıldığında, tarım sektöründe çalışanların oranının geçen on yıllık süre içinde 3,6 puan azalış gösterdiği dikkati çekmektedir. Yine aynı dönem içinde sanayii sektöründe çalışanların oranı 0,3 puan düzeyinde artarken, ticaret ve turizm sektöründe çalışanlar oranının 2,4 puan arttığı görülür.

Aktif nüfusun faaliyet kollarına göre dağılımı, bölgeyi oluşturan iller açısından incelendiğinde; tarım sektöründe çalışanlar oranının en düşük olduğu ilin İzmir, sanayi sektöründe çalışanlar oranının en yüksek olduğu ilin yine İzmir olduğu dikkati çekmektedir.

Çizelge 30: Ege Bölgesi İllerinde Aktif Nüfusun Dağılımı (2000)

İller	Aktif Nüfus	Tarım	Sanayi	İnşaat	Hizmetler
Afyon	366.277	70,1	6,4	3,4	20,0
Aydın	449.981	61,9	7,5	4,2	26,3
Denizli	423.500	53,5	19,0	3,9	23,6
İzmir	1.281.008	28,5	20,6	5,3	45,5
Kütahya	300.564	66,9	9,9	3,1	20,1
Manisa	577.033	61,5	11,9	3,0	23,5
Muğla	393.701	55,0	6,0	4,9	33,9
Uşak	139.909	60,1	14,9	3,4	21,5
Ege Bölgesi	3.931.973	50,5	13,8	4,2	31,4
Türkiye	25.997.141	48,4	13,3	4,6	33,5

Kaynak: www.tuik.gov.tr , “2000 Genel Nüfus Sayımı” Nüfusun Sosyal ve Ekonomik Nitelikleri.

### 1.3.3. Bölgenin Eğitim Düzeyi

2000 yılı nüfus sayımı sonuçlarına göre Ege Bölgesi’nde 6 yaş ve üzeri nüfus içinde okuma yazma bilenlerin oranı %89,8’dir. Bölgede okuma yazma bilen nüfusun içerisinde bir öğretim kurumundan mezun olanların oranı %78,4, bir öğretim kurumundan mezun olmadan okuma yazma bilenlerin oranı %21,5’dir. 2000 nüfus sayımına göre bir öğretim kurumundan mezun olanların %60,2’sini ilkokul, % 9,7’sini ortaokul ve dengi meslek okulu, %18,2’sini lise ve dengi okul mezunu ve % 8,1’ini ise yüksekokul ve fakülte mezunları oluşturmaktadır.

Bölgeyi oluşturan illerde okuryazarlık oranının en yüksek olduğu il %92,7 ile Muğla’dır. Bu ili %91,9 ile İzmir, %89,6 ile Denizli ve %89,1 ile Kütahya izlemektedir. Okuma yazma oranının en düşük olduğu il ise %86,3 ile Manisa’dır. Ülke genelindeki 75 üniversiteden 10 tanesi Ege Bölgesi’nde bulunmaktadır (EBSO, 2003: 32).

## 2. Bölgenin Ekonomik Potansiyeli

Gelişmişlik veya ekonomik kalkınma, bir ülkede toplumun sosyal ve ekonomik yapısının değişmesi ve nüfus başına düşen üretim hacminde meydana gelen artışlar ve refah seviyesindeki yükseliş olarak tanımlanabilir.

## 2.1. Gayri Safi Yurtiçi Hasıla Açısından Ege Bölgesi

Ege Bölgesi gayri safi yurtiçi hasıla rakamları incelendiğinde 1987 yılında 12.392 milyar TL. olan cari fiyatlarla GSYİH, 1987-2001 döneminde yaklaşık olarak 2.249 kat artış göstererek 2001 yılı itibariyle 27.863.436 milyar TL olarak gerçekleştiği görülmektedir. GSYİH'daki artış sabit fiyatlarla (1987 yılı üretici fiyatlarıyla ) değerlendirildiğinde, 1987-2001 döneminde bölge GSYİH'sının %48,1 (yıllık ortalama %2,8) oranında bir artış gösterdiği dikkati çekmektedir (Genç, 2003: 20).

Ege Bölgesi'nin toplam ülke GSYİH'sına katkısı (cari ve sabit fiyatlarla) incelendiğinde ise, 1987 yılında Türkiye GSYİH'sı içinde %16,6'lık bir paya sahip olan Ege Bölgesi'nin bölgeler sıralamasında Marmara ve İç Anadolu Bölgesi'nden sonra üçüncü sırada yer aldığı görülmektedir. 1987-2001 dönemi itibariyle bölge hasılasının Türkiye içindeki yeri cari fiyatlar bazında çok az miktar düşmekle birlikte sabit fiyatlar itibariyle ülke GSYİH'sı içindeki payı aynı kalmıştır. 2001 yılında bölge hasılasının Türkiye içindeki payı cari ve sabit fiyatlar itibariyle sırasıyla %15,6 ve %16,7 olarak gerçekleşmiştir. Ege Bölgesi ve Türkiye'nin gayri safi yurtiçi hasılasının yıllar itibariyle gelişimi (sabit ve cari fiyatlarla) Çizelge 31'de görülmektedir(Genç,2003:20).

Çizelge 31: GSYİH Açısından Ege Bölgesi

Yıllar	Türkiye				Ege Bölgesi				Bölgenin Türkiye İçindeki Yeri	
	Cari Fiyatlarla		Sabit Fiyatlarla		Cari Fiyatlarla		Sabit Fiyatlarla		Cari (%)	Sabit (%)
	Değer (milyar TL)	Gelişme Hızı (%)	Değer (milyar TL)	Gelişme Hızı (%)	Değer (milyar TL)	Gelişme Hızı (%)	Değer (milyar TL)	Gelişme Hızı (%)		
1987	74.722	-	74.722	-	12.392	-	12.392	-	16,58	16,58
1988	129.225	72,9	76.306	2,1	20.982	69,3	12.823	-3,5	16,24	16,80
1989	227.324	75,9	76.498	0,3	36.659	74,7	12.700	-1,0	16,13	16,60
1990	393.060	72,9	83.578	9,3	62.154	69,5	13.771	8,4	15,81	16,48
1991	630.117	60,3	84.353	0,9	97.282	56,5	13.674	-0,7	15,44	16,21
1992	1.093.368	73,5	89.401	6,0	171.045	75,8	14.631	7,0	15,64	16,37
1993	1.991.867	81,3	95.590	8,0	303.406	77,4	15.986	9,3	15,23	16,55
1994	3.868.429	95,2	91.321	-5,5	614.443	102,5	15.743	-1,5	15,88	17,24
1995	7.762.456	100,7	97.888	7,23	1.210.816	97,1	16.556	5,8	15,60	16,91
1996	14.772.110	90,3	104.745	7,0	2.375.479	96,2	17.936	7,7	16,08	17,12
1997	28.835.883	95,2	112.631	7,5	4.408.195	85,6	18.868	5,2	15,29	16,75
1998	52.224.945	81,1	116.114	3,1	8.022.598	82,0	19.448	3,1	15,36	16,75
1999	77.415.272	48,2	110.646	-4,7	11.722.004	46,1	18.310	-5,9	15,14	16,55
2000	124.583.458	60,9	118.789	7,4	19.036.527	62,4	19.904	8,7	15,28	16,76
2001	178.512.348	43,2	109.885	-7,5	27.863.436	46,4	18.351	-7,8	15,62	16,70

Kaynak: Genç, Ö., Ege Bölgesi Ekonomik ve Sosyal Durum Raporu, TKB, 2003: 77

Ege Bölgesi GSYİH'sinin faaliyet kollarına göre dağılımı incelendiğinde ise, 1987 yılı itibariyle (cari fiyatlarla) en yüksek payın %25,7 ile sanayi sektörüne ait olduğu ve bunu %21,8 pay ile tarım sektörü, %20,4 ile ticaret sektörü, %10,3 ile ulaştırma ve haberleşme sektörü ve %5,8 pay ile de inşaat sektörünün izlediği görülmektedir (Genç, 2003: 22).

2001 yılı itibariyle Ege Bölgesi GSYİH'si sektörler itibariyle incelendiğinde, cari fiyatlarla 27.863 trilyon TL olarak gerçekleşen GSYİH içinde en yüksek pay % 28,1 (7.840 trilyon TL) ile sanayi sektörüne ait olduğu görülürken, bunu %20 (5.584 trilyon TL) ile ticaret sektörü, %13,9 (3.862 trilyon TL) ile ulaştırma ve haberleşme sektörü, %13,4 (3.722 trilyon TL) ile de tarım sektörünün izlediği görülmektedir. İnşaat sektörünün bölge GSYİH içindeki payı ise 2001'de %3,9 olarak gerçekleşmiştir. Ege Bölgesi, Türkiye genelinde tarım sektöründe yaratılan GSYİH'nın %17,3'ünü oluştururken, sanayi sektöründe ülke genelinin %17,1'ini, ticaret sektöründe %14,9'unu, ulaştırma ve haberleşme sektöründe %13,7'sini ve inşaat sektöründe ise %11,8'ini oluşturmaktadır (EBSO, 2003: 18).

Kişi başına gelir düzeyi açısından Ege Bölgesi incelendiğinde; 1987 yılı itibariyle 2.021 dolar olan kişi başına gayri safi yurtiçi hasılanın devamlı olarak artış göstererek 1993'de 3.375 dolara yükseldiği dikkati çekerken, 1994'deki ekonomik kriz sürecinde yaşanan yüksek oranlı devalüasyon sonrasında 1994'te 2.548 dolar olduğu görülmektedir. 1995'den sonra sürekli olarak artış gösteren kişi başına gelir düzeyi 1998'de en yüksek değeri olan 3.630 dolara yükselmiştir. 2000 yılında 3.403 dolar olan Ege Bölgesi kişi başına düşen hasıla miktarı, 2001 yılında yaşanan ekonomik kriz neticesinde, 2001 yılı sonunda 2.545 dolar seviyesine gerilemiştir. Kişi başına düşen gayri safi hasılanın büyüklüğü açısından Ege Bölgesi, Marmara'dan sonra, bölgeler sıralamasında ikinci sırada yer almaktadır (Genç, 2003: 24).

Çizelge 32: Kişi Başına Düşen GSYİH Açısından Ege Bölgesi ve Türkiye

Yıllar	Türkiye		Ege Bölgesi	
	Değer (\$)	Gelişme Hızı %	Değer (\$)	Gelişme Hızı %
1987	1.629	-	2.021	-
1998	1.685	69,2	2.042	65,4
1989	1.933	72,1	2.323	70,6
1990	2.655	68,9	3.123	65,3
1991	2.603	57,2	2.984	53,2
1992	2.682	70,3	3.110	72,2
1993	2.981	77,9	3.375	73,8
1994	2.173	91,7	2.548	98,5
1995	2.727	97,2	3.133	93,3
1996	2.888	87,1	3.414	92,5
1997	3.021	95,9	3.436	88,4
1998	3.176	78,3	3.630	79,2
1999	2.847	46,2	3.208	44,1
2000	2.941	53,5	3.403	57,6
2001	2.146	40,8	2.545	44,2

Kaynak: Genç, Ö., Ege Bölgesi Ekonomik ve Sosyal Durum Raporu, TKB, 2003: 24.

Bölge illeri açısından kişi başına düşen GSYİH incelendiğinde ise, en yüksek kişi başına hasılabın 3.308 dolar ile Muğla iline ait olduğu görülürken, bunu 3.275 dolar ile İzmir, 2.459 dolar ile Manisa, 2.133 dolar ile Denizli, 2.017 dolar ile Aydın, 1.805 dolar ile Kütahya ve 1.436 dolar ile de Uşak izlemektedir. Kişi başına düşen gayri safi hasılabın en düşük olduğu il ise 1.263 dolar ile Afyon'dur (Genç, 2003: 25).

## 2.2. Bölgenin Sanayi Sektörünün Yapısı

Ege Bölgesi sanayi üretimi açısından bölgeler sıralamasında Marmara Bölgesi'nden sonra ikinci sırada yer almaktadır.

Ege ekonomisinde sanayi, bölgenin tarihi gelişimi sürecinde artan bir paya sahip olmuştur. Bölgenin tarımsal avantajını kullanan sanayi, öncelikle tarımsal sanayide başlamış, gıda ve tekstildeki yoğunlaşma, zaman içinde çeşitlenmiştir (EBSO, 2003: 34).

Bölge sanayi hasılabının dağılımında en büyük oran, imalat sanayine aittir ve bunu elektrik, gaz ve su sektörü izlemektedir. 2001 yılı itibariyle 7.840 trilyon TL olarak gerçekleşen sanayi hasılabının %71,6'sını imalat sanayii, %20,6'sını elektrik,

gaz ve su, %7,8'sini ise madencilik ve taşocakçılığı sektörü oluşturmaktadır. Bölge sanayi hasılasının Türkiye içerisindeki yeri incelendiğinde 1987 yılında %16,5 olan bu payın 1987-2001 döneminde artarak 2001 yılı itibariyle %17,1 düzeyine çıktığı görülmektedir (Genç, 2003: 40).

Çizelge 33: Ege Bölgesi Sanayi Sektörü Hasılasının Yıllar İtibariyle Gelişimi (Milyar TL)

	1987	1990	1995	2000	2001
Ege Böl. Sanayi Hasılası	3.180	15.404	326.826	4.802.617	7.839.531
Madencilik ve Taşocakçılığı	426	1.514	33.803	448.365	609.476
İmalat Sanayii	2.348	12.377	252.772	3.584.642	5.611.526
Elektrik, Gaz ve Su	406	1.503	40.251	769.610	1.618.529
Türkiye Sanayi Hasılası	19.276	100.321	2.042.395	29.027.782	45.881.462
Madencilik ve Taşocakçılığı	1.475	6.269	98.545	1.422.903	2.135.427
İmalat Sanayii	16.319	86.307	1.751.681	23.888.136	36.730.882
Elektrik, Gaz ve Su	1.482	7.745	192.169	3.716.743	7.015.153
Ege Bölgesi/Türkiye	16,50	15,35	16,00	16,54	17,09
Ege İm. San./Türkiye İm. San	14,39	14,34	14,43	15,01	15,28

**Kaynak: Genç, Ö., Ege Bölgesi Ekonomik ve Sosyal Durum Raporu, TKB, 2003: 40.**

Bölge sanayi hasılasının iller itibariyle dağılımına bakıldığında; bölge sanayi hasılasına en yüksek katkıyı İzmir ilinin yaptığı görülmektedir. 2001'de 4.167 trilyon TL üretim değeri ile bölge sanayi hasılasının %53,2'sini oluşturan İzmir sanayi hasılasının %88,3'ünü imalat sanayii oluştururken, %10,3'ünü de elektrik, gaz ve su sektörü üretimi teşkil etmektedir. Bölge sanayi hasılasına İzmir'den sonra ikinci katkıyı %19,6 pay ile Manisa ili yapmaktadır. Bölge sanayi hasılası içinde en düşük pay ise %1,1 ile Uşak iline ait olurken, bunu %2,1 ile Afyon, %2,6 ile Aydın, %5,7 ile Denizli, %7,2 ile Muğla, %8,7 ile Kütahya izlemektedir (EBSO, 2003: 36).

Çizelge 34: Ege Bölgesi İllerinin Sanayi Hasılası (2003)

İller	Sanayi Hasılası Milyar TL					Bölge İçindeki Payı (%)
	Maden. ve Taşocağı	İmalat Sanayii	Elektrik, Gaz ve Su	Toplam	Gelişme Hızı (%)	
Afyon	8.082	140.431	13.184	161.697	62,1	2,06
Aydın	14.499	167.715	22.082	204.296	56,0	2,61
Denizli	14.893	398.165	32.682	445.740	79,2	5,69
İzmir	57.904	3.680.852	428.661	4.167.417	59,5	53,16
Kütahya	307.658	85.116	287.882	680.656	78,4	8,68
Manisa	189.437	1.035.093	315.290	1.539.820	59,9	19,64
Muğla	16.558	37.360	506.945	560.863	75,2	7,15
Uşak	445	66.794	11.804	79.043	73,6	1,01
Ege Bölgesi	609.476	5.611.526	1.618.529	7.839.531	63,2	100,00

**Kaynak: Genç, Ö., Ege Bölgesi Ekonomik ve Sosyal Durum Raporu, TKB, 2003: 81.**

Ege Bölgesi imalat sanayiinin yaratmış olduğu katma değer incelendiğinde; 2000 yılı itibariyle katma değer 4.017 trilyon TL olduğu ve bunun %31,4'ünün kamu sektörünce, %68,6'sının ise özel sektör tarafından gerçekleştirildiği görülmektedir.

Bölge imalat sanayii katma değeri içinde en yüksek pay %25,6 oran ile rafine edilmiş petrol ürünleri sanayine aittir. 2000 yılı itibariyle petrol ürünleri sanayinde yaratılan katma değer, Türkiye geneli petrol ürünleri katma değerinin %34'lük kısmını oluşturmaktadır. İmalat sanayii içinde katma değer açısından ikinci önemli payı gıda ürünleri sektörü oluşturmaktadır. İşyeri sayısı bakımından tekstil ve giyim eşyası sanayinden sonra üçüncü sırada olan ve bölgedeki imalat sanayii firma sayısının %14,4'ünü oluşturan gıda sektörü, 2000'de yaratılan katma değer %13,4'ünü teşkil etmektedir. Tekstil sektörü katma değerinin %15,8'i devlet sektörü, %84,2'si ise özel sektör firmalarına aittir. Bölgede tekstil sanayii daha çok İzmir ve Manisa illerinde gelişmiş durumdadır. 2000 yılındaki gıda sanayine ait katma değer %64'ü İzmir ve %21'i de Manisa'daki sanayi firmaları tarafından gerçekleştirilmiştir. Bölgede gıda sektörüne ait katma değer, Türkiye genelinin %17,7'sini teşkil etmektedir (Genç, 2003: 42).

Ege Bölgesi imalat sanayii verileri Türkiye geneli ile mukayese edildiğinde, bölgede yaratılan katma değer Türkiye katma değerinin %17'sini oluşturduğu görülmektedir. Bölgede işyeri sayısı ise Türkiye genelinin %16,62'sini oluşturmaktadır (Genç, 2003: 42).

### **2.3. Bölgenin Tarımsal Yapısı**

Ege Bölgesi'nde, özellikle İzmir ve Manisa dışındaki illerde, ekonomik yaşam daha ziyade tarım ve hayvancılığa dayanmaktadır. Bu durum, işgücünün sektörel dağılımına bakıldığında daha net olarak karşımıza çıkmaktadır. Nüfusun sosyal ve ekonomik niteliklerini içeren 2000 genel nüfus sayımı sonuçlarına göre, 12 yaş ve üzeri bölge aktif nüfusunun %50,5'i tarım sektöründe çalışmaktadır. Bölgede tarım sektöründe çalışan aktif nüfus oranı %48,4 olan Türkiye ortalamasına yakın



olmakla iki puan üzerindedir. 2001 yılı itibariyle tarım sektörünün bölge GSYİH'si içindeki payı %13,4 seviyesinde gerçekleşmiştir. Bölge tarımsal hasılasının Türkiye tarımsal hasılası içindeki payı ortalama %17-20 seviyesindedir (EBSO, 2003: 44).

Çizelge 35'den görüldüğü gibi, 1987 yılında cari fiyatlarla bölge tarımsal hasılası 2.701 milyar TL iken, 1987-2001 döneminde 1.378 kat artarak (yıllık ortalama %51,6) 2001 yılında 3.722 trilyon TL olarak gerçekleşmiştir. Bölge tarımsal hasılasının Türkiye tarımsal hasılası içindeki payı 1987 yılında %20,3 iken, bu oran 2001'de %17,3 düzeyine inmiştir. (Genç, 2003: 48).

Çizelge 35: Ege Bölgesi Tarımsal Hasılasının Türkiye İçindeki Yeri

Yıllar	Türkiye		Ege Bölgesi		Türkiye /Ege Bölgesi
	Milyar TL	Gel. Hızı (%)	Milyar TL	Gel. Hızı (%)	
1987	13.314	-	2.701	-	20,29
1988	22.303	67,5	4.304	59,4	19,30
1989	37.704	69,1	6.962	61,8	18,46
1990	68.692	82,2	13.104	88,2	19,08
1991	96.074	39,9	17.850	36,2	18,58
1992	163.827	70,5	32.835	83,9	20,04
1993	305.525	86,5	55.782	69,9	18,26
1994	598.169	95,8	113.597	103,6	18,99
1995	1.218.178	103,7	221.943	95,4	18,22
1996	2.489.774	104,4	486.409	119,2	19,54
1997	4.170.001	67,5	742.405	52,6	17,80
1998	9.113.454	118,5	1.732.025	133,3	19,01
1999	11.851.055	30,0	2.045.916	18,1	17,26
2000	17.540.631	48,0	3.153.700	54,1	17,98
2001	21.521.023	22,7	3.722.238	18,0	17,30

Kaynak: www.die.gov.tr. 2004.

Bölgenin bitkisel üretiminde tarla ürünleri, sebze ve meyve yaklaşık eşit ağırlıklara sahiptir. Üretilen bitkisel ürünlerin üretim değerinin %36,7'sini tarla ürünleri, %31,1'ini sebze ürünleri ve %32,1'ini ise meyve üretimi oluşturmaktadır (EBSO, 2003: 46).

Tarla ürünleri üretiminde, üretim değeri olarak ağırlıklı payı endüstriyel bitkiler oluşturmaktadır. Bunların başlıcaları ise, pamuk ve tütün, şeker pancarı ve haşhaştır.

Türkiye’de en kaliteli denilebilecek pamuk Ege Bölgesi’nde yetiştirilmektedir. Pamuk ekim alanları Ege Bölgesi’nde Türkiye genelinin %35,7’sini oluşturur. İller içerisinde pamuk ekim alanları %35,9 ile en fazla Aydın ilinde görülür. İzmir ili %26 ile ikini sırada yer alırken, Manisa ili de %19’luk pay ile üçüncü sırada yer almaktadır. Diğer illerin payı %10’un altındadır.

Çizelge 36: Bölgelere göre Pamuk Ekim Alanı, Üretim ve Verim Değerleri

Bölgeler	Ekim Alanı (ha)	Üretim (ton)	Verim (kg/ha)
Ege	244.241	288.520	1.178
Çukurova	122.145	139.396	1.141
Antalya	18.000	22.000	1.189
Güneydoğu Anadolu	345.758	449.201	1.299

**Kaynak:** [www.aeri.org.tr](http://www.aeri.org.tr).

Bölge, pamuk üretiminin Türkiye toplamı içerisindeki payı %40,6’dır. Ekim alanına oranla üretim miktarının fazla olması Ege Bölgesi’nde pamuk ekim alanlarının düz, sulanabilir, verimli ovalarda yer almasından kaynaklanmaktadır. Sıcaklığın Çukurova ve diğer Akdeniz ovalarından daha düşük olması Ege Bölgesi’ndeki pamuğun daha uzun sürede olgunlaşmasına neden olmakta ve bu olay da pamuğun birim alandan elde edilen verim açısından daha fazla olmasına yol açmaktadır. İller içerisinde de ekim alanına oranla bölge içerisinde %42,1’lik üretimle başı çeken Aydın ili önemli bir yer tutmaktadır.

## 2.4. Bölgenin Teşvik Durumu

Ege Bölgesi’nde yatırım teşvik ve izin belgesi almış yatırım projeleri, diğer bölgeler ile karşılaştırıldığında, bölgede teşvik ve izin belgesi almış yatırım projeleri sayısının Marmara dışında kalan diğer bölgelere kıyasla sayıca daha fazla olduğu görülmektedir.

1990-2002 döneminde Ege Bölgesi’nde yatırım teşvik belgesi almış yatırımcı sayısı Türkiye genelinin %15’i civarında olup, bu teşvik belgelerinin yatırım tutarı Türkiye toplamının %12-15’ini, istihdamın ise %15-16’sını oluşturmaktadır (EBSO, 2003: 68).

Çizelge 37: Ege Bölgesi'ne Verilen Teşvikler (Milyar TL)

Yıllar	Ege Bölgesi			Türkiye/Ege Bölgesi (%)		
	Belge Sayısı (Adet)	Topl. Yat. Tutarı	İstihdam (Kişi)	Belge Sayısı (Adet)	Topl. Yat. Tutarı	İstihdam (Kişi)
1990	130	3.824	15.556	4,1	5,6	8,6
1991	180	6.574	13.666	10,1	6,9	8,0
1992	265	17.437	14.138	17,1	9,3	12,5
1993	528	60.175	29.192	17,3	8,6	14,7
1994	243	62.771	13.240	17,5	14,7	14,5
1995	1.008	816.685	70.597	20,3	17,5	18,8
1996	902	331.247	43.646	18,0	11,0	16,2
1997	884	627.964	51.351	17,2	14,5	15,3
1998	637	755.119	46.499	14,8	16,5	16,3
1999	519	809.046	31.014	17,5	12,3	16,0
2000	558	659.334	25.224	15,8	7,5	13,5
2001	348	1.120.296	17.932	16,1	10,4	16,7
2002	451	1.864.596	22.023	15,0	13,2	15,4

Kaynak: TC. Hazine Müsteşarlığı, Teşvik ve Uygulama Genel Müdürlüğü. [www.hazinegov.tr](http://www.hazinegov.tr).

### 3. Genel Olarak Bölgede Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü

Ege Bölgesi katma değeri içinde tekstil ürünleri sanayi önemli bir yer tutar. İşyeri sayısı açısından ilk sırada olan ve bölgedeki toplam işyeri sayısının %18,4'ünü oluşturan tekstil sektöründe, 2000 yılı itibariyle 359 trilyon TL katma değer yaratılmış olup, (üretimin tamamına yakın kısmı özel sektöre aittir) bu tutar bölge değerinin %9'unu oluşturmaktadır. Tekstil ürünleri sanayine ait katma değer başta Denizli olmak üzere İzmir illerindeki firmalara aittir. Bölgedeki bu sanayi dalında gerçekleştirilen katma değer Türkiye genelinin %13,7'sini içermektedir (Genç, 2003: 42).

Bölge imalat sanayiinde çalışılan işçi-saat toplamı, 2000 yılı itibariyle 360.255 saat olup, çalışılan işçi-saat toplamı açısından en yüksek pay %20,8 ile tekstil sanayiine aittir. Bunu %15,5 pay ile giyim eşyası sanayii izlemektedir (EBSO, 2003: 39).

Ege Bölgesi'nin ihracata dönük sektörleri geçmişten günümüze belli değişimler gösterse de, tütün, kuru meyve, yaş sebze, hububat, yağlı tohum, zeytin ve madenler bölgenin önemli ihracat kalemleri olmuştur. Bunlara ilave olarak, özellikle 1980 sonrası konfeksiyon ve tekstil sanayii ürünlerinin Ege Bölgesi ihracatı içinde

önemli bir yer tuttuğu görölmektedir. Ege İhracatçı Birlikleri'ne kayıtlı ihracatın 1/3'üne yakını tekstil konfeksiyon sanayii ürünleri oluşturmaktadır (EBSO, 2003: 70).

Ege İhracatçı Birlikleri kayıtlarına göre ihracatta en önemli kalemi konfeksiyon ürünleri oluşturmaktadır. Birlik ihracatında %20'ye yakın pay alan konfeksiyona tekstilin diğer ürünleri eklendiğinde pay 900 milyon dolarla %30'a çıkmaktadır. Buna Denizli'den yapılan ve 2003 yılında 800 milyon dolara yaklaşan tekstil ihracatı eklendiğinde, Ege'nin tekstil ihracatının 1.7 milyar dolara ulaştığı görölmektedir. Bu, 2003 Türkiye tekstil ihracatının %11'ine yaklaşmaktadır (EBSO, 2003: 73).

Çizelge 38: Ege Bölgesi'nden Sektörlere Göre İhracat ( Milyon \$)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Hazır Giyim	407	368	444	521	571	689	566	600	594	730	945
Tekstil ve Hammaddeleri	141	149	100	168	176	203	181	165	214	125	180
Deri ve Deri Mamulleri	194	165	156	146	148	160	122	120	127	122	129
Halı	14	11	8	8	8	9	9	6	-	5	9
Yaş Sebze-Meyve	115	150	188	204	192	212	206	175	228	64	68
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohum	100	112	133	119	123	136	102	98	101	140	184
Canlı Hayvan ve Su Ürünleri	27	43	71	85	97	71	85	66	51	98	120
Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri	24	31	36	39	42	50	55	58	82	88	106
Maden	30	32	35	44	53	68	92	125	159	199	273
Demir ve Demir Dışı Metaller	0	0	0	0	113	278	300	318	370	450	606
Zeytin ve Zeytin Yağı	19	30	155	104	98	85	185	41	153	45	164
Kuru Meyve ve Mamulleri	272	317	363	363	394	395	373	348	304	316	367
Tütün	470	416	402	654	690	587	555	488	419	379	420

**Kaynak: Ege İhracatçı Birlikleri**

Ege İhracatçı Birlikleri'ne kayıtlı üyelerin ihracatları 2002'de 2 milyar 866 milyon dolar iken 2003 yılında 3 milyar 700 milyon dolara çıkmıştır. Denizli'nin tekstil ihracatı ise, 2002'de 626 milyon dolardan 2003'te 778 milyon dolara çıkmıştır.

2003 yılında Ege Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği kanalıyla 180 milyon dolar tutarında ihracat gerçekleştirilmiştir. 2002 yılında gerçekleştirilen 125 milyon dolarla karşılaştırıldığında artış %44 oranında gerçekleşmiştir.

Çizelge 39: Ege Bölgesi Tekstil ve Hammaddeleri İhracatı (2002-2003)

	2002 (Bin \$)	Toplam Tekstilde Pay (%)	2003 (Bin \$)	Toplam Tekstilde Pay (%)	2002/2003 Değişim (%)
Almanya	4.779	3,81	6.723	3,73	40,68
Belçika-Lüksemburg	7.431	5,93	9.278	5,15	24,86
İngiltere	7.637	6,09	9.243	5,13	21,03
İtalya	18.480	14,74	30.134	16,73	63,06
ABD	11.577	9,23	11.922	6,62	2,98
Polonya	3.257	2,52	1.196	0,66	-62,12
Romanya	3.953	3,15	7.826	4,35	97,98
Rusya Federasyonu	705	0,56	280	0,16	-60,28
İsrail	2.764	2,20	2.129	1,18	-22,97
İran	1.058	0,84	2.817	1,56	166,26
Çin	1.006	0,80	5.623	3,12	458,95
Güney Afrika	5.577	4,45	9.169	5,09	64,41
Portekiz	3.615	2,88	7.854	4,36	117,26
Yunanistan	1.335	1,06	2.217	1,23	66,07
İspanya	3.292	2,63	4.737	2,63	43,89
Fransa	2.792	2,23	3.872	2,15	38,68
Hollanda	2.375	1,89	2.849	1,58	19,96
Kanada	317	0,25	300	0,17	-5,36
Avusturya	549	0,44	532	0,30	-3,10
İsveç	278	0,22	368	0,20	32,37
Toplam İhracat	125,403		180.089		43,61

**Kaynak: Ege Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği.**

Ege İhracatçı Birlikleri tarafından yapılan konfeksiyon ihracatı, 1980 yılında 8 milyon 638 bin dolar olan ihracat, 1990 yılında 325 milyon 981 bin dolara, 1998 yılında ise 689 milyon 250 bin dolara ulaşmıştır. 2002 yılında ise, yaklaşık 730 milyon dolar olarak gerçekleşmiş, 2003 yılında %29 artarak 944.7 milyona ulaşmıştır (Ege Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği, 2003: 1).

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA

Çalışmanın bu bölümünde yapılan analizde, Ege Bölgesi'nde faaliyet gösteren ve İ.M.K.B.'de işlem gören üç tekstil şirketi; Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş., Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi A.Ş. ve Söktaş Pamuk ve Tarım Ürünlerini Değerlendirme Ticaret ve Sanayi A.Ş.'nin 2000-2003 yılları arasındaki malî tabloları kullanılmıştır.

Analizde şirketlerin 2000-2003 yılları arasındaki malî tabloları kullanılarak dört finansal analiz yöntemi uygulanmıştır. Kullanılan finansal analiz yöntemleri şunlardır:

- Maliyet-Hacim-Kâr Analizi,
- Oran Analizi,
- Eğilim Yüzdeleri Analizi,
- Dikey (Yüzde) Analizi.

#### **1. Maliyet – Hacim – Kâr Analizi**

Maliyet-hacim-kâr analizleri, maliyet-hacim bağıntıları ile hacim-gelir bağıntılarını bir arada ele almak suretiyle, gerek söz konusu bağıntıların, gerekse bu bağıntılarda çeşitli nedenlerle meydana gelen değişmelerin sağlanacak kâr miktarı üzerindeki etkilerini araştıran bir inceleme alanı olarak belirtilebilir (Büyükmirza, 1998: 336).

Bir işletmede oluşturulan bir çok faaliyet plânı, üretim düzeyinin önceden tahmin edilmesine dayanır. Maliyet-hacim-kâr analizleri, çeşitli üretim düzeylerinde işletmenin satışları, faaliyet giderleri ve faiz vergi öncesi kârı arasındaki ilişkinin araştırılmasıdır (Moyer ve diğerleri, 1984: 195).

Maliyet, hacim ve kâr analizi dendiği zaman genellikle başabaş noktası ya da sıfır kâr noktası anlaşılmaktadır. Nitekim başabaş noktası analizi ile kastedilen bir firmada belli bir kârlılık düzeyine ulaşabilmek için gerekli harcamalar ile satış hacmi arasındaki ilişkinin belirlenmesidir (Türko, 1994: 151).

Başabaş analizi, maliyet-hacim-kâr faktörlerinin arasındaki ilişkiyi yönetime açık ve canlı olarak sergileyen faydalı bir araçtır. Başabaş noktası analizi, maliyet-hacim-kâr ilişkilerini gösteren faydalı bir araç olmasına ilaveten, alternatif kararların etkilerini tahmin etmede, yöneticilerce sıklıkla kullanılan bir yöntemdir (Özen, 1995: 1585).

Maliyet-hacim-kâr analizleri ile genellikle muhasebe başabaş analizleri anlaşılmasına rağmen, işletmelerin hangi üretim düzeylerinde para girişi ve çıkışı yönünden başabaş noktasına ulaşabileceğinin de bilinmesi istenebilir. Bu durumda, nakit başabaş noktasının hesaplanması gerekir.

Bunun için, sabit giderleri işletmeden para çıkışı gerektiren sabit giderler ve para çıkışı gerektirmeyen sabit giderler (özellikle amortismanlar) olarak iki gruba ayırmak gerekir (Akgüç, 1998: 125).

Muhasebe başabaş analizi, işletmede muhasebe zararının ortaya çıkmaması için, ne kadarlık satış yapılması ile ilgilidir. Net bugünkü değer başabaş analizi ile de, yatırımlardan elde edilecek nakit akışlarının bugünkü değerlerinin yatırım tutarına eşit olduğu nokta, yani yatırımın net bugünkü değerinin sıfır olması için yıllık satışının ne kadar olması gerektiği hesaplanabilir (Brealey ve diğerleri, 2001: 214).

Başabaş noktası analizi, bir analiz, bir denetim, bir yönetim aracı olarak işletmeye aşağıdaki yararları sağlar (Akgüç, 1998: 109):

- İşletmenin zarara uğramaması için ulaşılması gerekli iş hacmi düzeyinin saptanması,
- Çeşitli üretim düzeylerinde birim maliyetlerinin hesaplanması,



- Çeşitli çalışma düzeyleri için işletmenin işletme sermayesi gereksiniminin tahmini,
- Değişken giderler, sabit giderler ve birim satış fiyatlarındaki değişikliklerin, işletmenin kâra geçiş noktası ve toplam kârına olabilecek etkilerinin incelenmesi,
  - En kârlı ürün türlerinin seçilmesi, üretim bileşiminin değiştirilmesi,
  - Asgari satış fiyatının belirlenmesi,
  - Kâr hedefine ulaşılması için gerekli iş hacminin saptanması,
  - Firmanın üretim kapasitesinin artırılması halinde, böyle bir büyümeyi haklı kılabilecek satış hacminin belirlenmesi,
  - Yeni yapılacak yatırımlarda, risk derecesini ve emniyet marjını dikkate alarak, asgari üretim kapasitesinin ne olması gerektiğinin saptanması,
  - İşletmenin izleyeceği üretim, fiyat, yatırım politikaları konusunda alınacak kararlara yardımcı olması,
  - Kâra geçiş için önceden kabul edilen iş hacmi ile işletmenin kâra geçiş noktasına fiilen ulaştığı iş hacmi arasında karşılaştırmalar yapılarak, faaliyetlerin kontrol edilmesi, işletmenin izlediği politikaların ve yönetiminin değerlendirilmesi.

### **1.1. Maliyet-Hacim-Kâr Analizinin Varsayımları**

Maliyet-Hacim-Kâr analizleri, belirli bir takım varsayımlara dayanmaktadır. Bu varsayımlar, analizlerden elde edilen sonuçlara ilişkin belirli birtakım sınırlar koymaktadır. Bu nedenle analiz sonuçlarını değerlendirerek belirli kararlar almak zorunda olan yöneticilerin her şeyden önce, analizin ne gibi, varsayımlara dayandırıldığını bilmeleri ve daha sonra bu varsayımların kaldırılması durumunda, nasıl bir sonuçla karşılaşacaklarını kestirmeleri gerekir. Aksi halde, alınan kararlar ile beklenen sonuçlara ulaşmak olanaksızdır. Bu varsayımlardan önemlileri aşağıda incelenmiştir.

### **1. Tüm Maliyetler Sabit ve Değişken Olmak Üzere İki Kısma Ayrılabilir.**

Maliyet-hacim-kâr analizi, kısa dönemde işletmenin giderlerini sabit ve değişken giderler olarak ikiye ayrılabilceğini kabul eder. Fakat bu durum her zaman geçerli olmayabilir. Çünkü uzun dönemde işletmelerde bütün giderler değişkendir.

Tüm maliyetleri değişken, ya da sabit olarak sınıflamak oldukça zordur. Grev, yangın, ya da bunlara benzer oldukça seyrek karşılaşılan koşullar nedeniyle durdurulan bir işle ilgili maliyetler, kesinlikle düzensiz, ya da sürekli olmayan maliyetlerdir (Üstün, 1997: 63).

### **2. Sabit Maliyetlerin Kapasiteye Kadar Değişmemesi**

İşletme kapasitesinde değişiklik yapılması iş hacmi ile maliyetler arasındaki ilişkiyi etkiler. Çünkü böyle bir durumda işletmede sabit giderlerde değişme olacaktır. Gerçeğe uygun maliyet-hacim analizinin yapılması için sabit maliyet doğrusu üzerinde bulunan iki basamak arasında kalan alan, ya da bölge işletmenin normal faaliyet bölgesini ya da normal üretim bölgesini oluşturur.

### **3. Doğrusal Maliyet Fonksiyonu Varsayımı ya da Birim Değişken Maliyetin Kapasiteye Kadar Hep Aynı Kalması ve Değişken Maliyetlerin Kapasitedeki Değişmelere Paralel Olarak Değişmesi Varsayımı**

Başabaş grafiğinde toplam maliyetler, sabit maliyetler doğrusunun üzerinden başlar ve doğrusal bir grafik oluşturur.

Bazı endüstri kollarında üretim arttıkça birim başına değişken giderler azalma eğilimi göstermekle beraber, çoğu kez, tam kapasite kullanımına yaklaşıldığında birim başına değişken giderler artmaktadır. Bu nedenle, üretimle toplam değişken giderler arasındaki ilişkinin doğrusal olduğu varsayımı gerçeğe uygun düşmemektedir (Akgüç, 1998: 135).

**4. İşletmede Tek Tür Mamul Üretilmesi Ve Tek Bir Satış Fiyatının Uygulanması ( Yani Tümü Birbirine Eşittir), ya da Değişik Fiyatlara Sahip Değişik Türdeki Mamullerin Satılan Miktarlarının Toplam İçerisindeki Oranının (Satış Karmasının) Hep Aynı Kalması Varsayımı**

Başabaş noktası analizinde işletmenin tek bir mamul, ya da hizmet ürettiği varsayılır. İşletme birden fazla mamul, ya da hizmet üretiyorsa bunların satış karışımlarının sabit kaldığı varsayılır. Başabaş noktası, satış fiyatının sabit kalacağı varsayımına göre hesaplanmakta ve başabaş grafiği bu varsayım altında çizilmektedir.

**5. Analizi Yapılan Dönemin Üretim ve Satış Miktarının Aynı Olması Varsayımı**

Başabaş analizinin yapılabilmesi için, üretim ve satış miktarının aynı olduğunun, yani işletmede önemli stok değişmelerinin olmadığı kabul edilmesi gerekir. Fakat, işletmelerde üretim ve satış miktarları çoğunlukla aynı olmaz. İşletmeler ürettikleri ürünlerin tamamını çeşitli nedenlerle bir dönem içerisinde satmazlar.

**6. Analiz Yapılan Dönemde Hammadde ve Malzeme Fiyatlarında ya da Ödenen Ücretlerde, Mamul Biçiminde (Dizaynında), Üretim Yönteminde, Etkinlik ya da Verimlilikte Hiçbir Değişmenin Olmaması Varsayımı**

Dinamik işletmecilik yaşamında; mamul biçimi, üretim yöntemleri, etkinlik, işçilik ve maliyeti etkileyen öteki etkenler sürekli olarak değişmektedir.

**1.2. Başabaş Noktasının Hesaplanması**

Başabaş noktası satış birimi ve satış hacmi olarak hesaplanabilir. Satış birimi hesabında birim başına satış fiyatını, değişken giderleri, ya da birim başına sabit gider katkı payının bilinmesi gerekir (Gönenli, 1988: 103).

$$\text{BBN}_{(\text{Satış Miktarı})} = \frac{\text{Toplam Sabit Maliyetler}}{\text{Birim Satış Fiyatı} - \text{Birim Değişken Giderler}}$$

Başabaş noktası, birim değişken giderler, birim satış fiyatı ve satış miktarı bilinmiyorsa, satışların tutarı cinsinden hesaplanabilir. Buna göre satışların tutarı cinsinden başabaş noktası aşağıdaki gibi hesaplanabilir:

$$\text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} = \frac{\text{Toplam Sabit Maliyetler}}{1 - \frac{\text{Toplam Değişken Maliyetler}}{\text{Toplam Net Satışlar}}}$$

## **2. Maliyet-Hacim-Kâr Analizlerinin Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş., Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi A.Ş. ve Söktaş Pamuk ve Tarım Ürünlerini Değerlendirme Ticaret ve Sanayi A.Ş.'ye Uygulanması**

Faaliyet başabaş analizi, gelir tablosunun, “satışlar” kaleminden “net faaliyet kâr” (faiz ve vergiden önceki gelir) kalemine kadar olan bölümü ile ilgilidir. Bu bölümde, sadece normal üretim ve satış faaliyetleri ile ilgili gelirler ve giderler kayıtlıdır.

Başabaş noktasının hesaplanabilmesi için, toplam değişken giderlerin, toplam sabit giderlerin ve toplam satış tutarının bilinmesi gerekir. Bu tür bilgiler şirketlere ait gelir tablolarından elde edilebilir.

Şirketlerin gelir tablosu incelendiğinde, faaliyet giderleri bölümünün “genel yönetim giderleri” ve “pazarlama, satış ve dağıtım giderleri”nden oluştuğu görülmektedir. Ancak, bunların ne kadarının değişken, ne kadarının ise, sabit giderlerden oluştuğu bilinmemektedir. Bunun belirlenmesi ise, ancak işletme içinde yapılacak ve her türlü belgelerin incelenmesi sonunda ortaya çıkarılabilecek bir

durumdur. Bizler gibi, dışarıdan analiz yapanların durumunda bu ayırım, ancak belli varsayımlar altında belirlenebilir. Çalışmamda bu ayırım beş senaryo durumuna göre belirlenmeye çalışılacaktır. Bu senaryolar şu şekildedir:

- Faaliyet giderlerinin, %10'unun sabit, %90'ının değişken gider olarak kabul edilmesi,
- Faaliyet giderlerinin, %20'sinin sabit, %80'inin değişken gider olarak kabul edilmesi,
- Faaliyet giderlerinin, %30'unun sabit, %70'inin değişken gider olarak kabul edilmesi,
- Faaliyet giderlerinin, %40'ının sabit, %60'ının değişken gider olarak kabul edilmesi,
- Faaliyet giderlerinin, %50'sinin sabit, %50'sinin değişken gider olarak kabul edilmesi,

Şirketlerin gelir tablolarında yer alan satışların maliyeti kalemi içerisindeki değişken giderlerin payını bulabilmek gerekir. Ayrıca, yukarıda belirtildiği gibi faaliyet giderleri içerisindeki değişken ve sabit giderlerin paylarının bulunması gerekir. Bilindiği gibi, amortisman giderlerinin bir kısmı, üretim maliyetine verilmekte, bir kısmı da faaliyet giderleri içerisinde yer almaktadır. Satışların maliyeti kalemi içerisinde yer alan değişken giderlerin payının bulunabilmesi amacıyla, şirketlerin ilgili yıllar için ayırmış buldukları amortismanların satışların maliyeti kaleminden düşülmesi gerekir. Şirketlerin ilgili yıllar için ayırmış oldukları amortisman tutarları gelir tablosu dipnotlarından (ek:4) sağlanmıştır. Sabit gider olarak sınıflandırılan amortismanların faaliyet giderlerine ilavesi ile, şirketler için özet bir gelir tablosu düzenlenebilecektir. Bu gelir tablosu şu şekilde gösterilebilir:

Net Satışlar  
Satışların Maliyeti (-)  
AFVÖK  
Amortisman Giderleri (-)  
Faaliyet Giderleri (-)  
FVÖK

Çalışmanın devamında, yukarıda belirtilen senaryoların her birine göre başabaş noktası hesaplanacaktır. Hesaplanan bu başabaş noktalarının aritmetik ortalamasının alınması yolu ile de, şirketlerin başabaş noktaları belirlenmeye çalışılacaktır.

## **2.1. Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş.’nin 2003 Yılı Başabaş Noktasının Hesaplanması**

Menderes Tekstil A.Ş.’nin 2003 yılı gelir tablosu incelendiğinde, faaliyet giderlerinin 17.794.549 milyon TL. olduğu görülmektedir. Şirketin başabaş noktasının hesaplanabilmesi için, sabit ve değişken giderlerinin bilinmesi gerekir. Bu nedenle, öncelikle satışların maliyeti kalemi içerisindeki değişken giderlerin payı bulunmalıdır. Bunun için, satışların maliyeti içerisindeki sabit maliyetlerin çıkartılması gerekir. Daha sonra şirkete ait özet gelir tablosu düzenlenebilir.

Satışların Maliyeti	= 179.993.765
Dönemin Amortisman Giderleri	= (19.287.172)
Satışların Maliyeti İçindeki Değişken Giderler	= 160.706.593

Net Satışlar	208.596.792
Satışların Maliyeti	(160.706.593)
AFVÖK	47.890.199
Amortismanlar	(19.287.172)
Faaliyet Giderleri	(17.794.549)
FVÖK	10.808.478

### **1-Faaliyet Giderlerinin %10’unun sabit, %90’ının değişken olması durumu;**

Faaliyet giderleri	= 17.794.549
Sabit kısım	= 1.779.455
Değişken kısım	= 16.015.094

Buna göre;

$$\begin{aligned}\text{Toplam Değişken Giderler} &= 160.706.593 + 16.015.094 \\ &= 176.721.687\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Toplam Sabit Giderler} &= 1.779.455 + 19.287.172 \\ &= 21.066.627\end{aligned}$$

$$\text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} = \frac{\text{Toplam Sabit Giderler}}{\text{Toplam Değişken Giderler}} \cdot \frac{1 - \text{Satış Tutarı}}{1}$$

$$\text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} = \frac{21.066.627}{176.721.687} \cdot \frac{1 - 208.596.792}{1}$$

$$\text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} = 137.690.373$$

**2- Faaliyet Giderlerinin %20'sinin sabit, %80'inin değişken olması durumu;**

$$\text{Faaliyet giderleri} = 17.794.549$$

$$\text{Sabit kısım} = 3.558.910$$

$$\text{Değişken kısım} = 14.235.639$$

Buna göre;

$$\begin{aligned}\text{Toplam Değişken Giderler} &= 160.706.593 + 14.235.639 \\ &= 174.942.232\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Toplam Sabit Giderler} &= 3.558.910 + 19.287.172 \\ &= 22.846.082\end{aligned}$$

$$\text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} = \frac{22.846.082}{174.942.232} \div \frac{1}{208.596.792}$$

$$\text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} = 141.901.130$$

**3- Faaliyet giderlerinin %30'unun sabit, %70'inin değişken olması durumu;**

$$\text{Faaliyet giderleri} = 17.794.549$$

$$\text{Sabit kısım} = 5.338.365$$

$$\text{Değişken kısım} = 12.456.184$$

Buna göre;

$$\begin{aligned} \text{Toplam Değişken Giderler} &= 160.706.593 + 12.456.184 \\ &= 173.162.777 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Toplam Sabit Giderler} &= 5.338.365 + 19.287.172 \\ &= 24.625.537 \end{aligned}$$

$$\text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} = \frac{24.625.537}{173.162.777} \div \frac{1}{208.596.792}$$

$$\text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} = 144.856.100$$

**4- Faaliyet Giderlerinin %40'ının sabit, %60'ının değişken olması durumu;**

$$\text{Faaliyet giderleri} = 17.794.549$$

$$\text{Sabit kısım} = 7.117.820$$

$$\text{Değişken kısım} = 10.676.729$$

Buna göre;



$$\begin{aligned}\text{Toplam Değişken Giderler} &= 160.706.593 + 10.676.729 \\ &= 171.383.322\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Toplam Sabit Giderler} &= 7.117.820 + 19.287.172 \\ &= 26.404.992\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} &= \frac{26.404.992}{171.383.322} \\ &1 - \frac{26.404.992}{208.596.792}\end{aligned}$$

$$\text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} = 148.342.652$$

**5- Faaliyet Giderlerinin %50'sinin sabit, %50'sinin değişken olması durumu;**

$$\text{Faaliyet giderleri} = 17.794.549$$

$$\text{Sabit kısım} = 8.897.275$$

$$\text{Değişken kısım} = 8.897.274$$

Buna göre;

$$\begin{aligned}\text{Toplam Değişken Giderler} &= 160.706.593 + 8.897.274 \\ &= 169.603.867\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Toplam Sabit Giderler} &= 8.897.275 + 19.287.172 \\ &= 28.184.447\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} &= \frac{28.184.447}{169.603.867} \\ &1 - \frac{28.184.447}{208.596.792}\end{aligned}$$

$$\text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} = 150.718.968$$

Beş senaryo için de hesaplanan başabaş noktalarının aritmetik ortalaması yaklaşık olarak şirketin başabaş noktasını verecektir.

$$\text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} = \frac{148.342.652+137.690.373+141.901.130+144.856.100+150.718.968}{5}$$

$$\text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} = 144.701.845$$

## 2.2. Gediz İplik A.Ş. 2003 Yılı Başabaş Noktasının Hesaplanması

Gediz İplik A.Ş.'nin 2003 yılı gelir tablosu incelendiğinde, faaliyet giderlerinin 1.053.387 milyon TL. olduğu görülmektedir.

$$\begin{aligned} \text{Satışların Maliyeti} &= 18.157.703 \\ \text{Dönemin Amortisman Giderleri} &= (3.666.316) \\ \text{Satışların Maliyeti İçindeki Değişken Giderler} &= 14.491.387 \end{aligned}$$

Net Satışlar	17.284.951
Satışların Maliyeti	(14.491.387)
AFVÖK	2.793.564
Amortismanlar	(3.666.316)
Faaliyet Giderleri	(1.053.387)
FVÖK	(1.926.139)

### 1- Faaliyet giderlerinin %10'unun sabit, %90'ının değişken olması durumu;

$$\text{Faaliyet giderleri} = 1.053.387$$

$$\text{Sabit kısım} = 105.339$$

$$\text{Değişken kısım} = 948.048$$

Buna göre;

$$\begin{aligned} \text{Toplam Değişken Giderler} &= 14.491.387 + 948.048 \\ &= 15.439.435 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Toplam Sabit Giderler} &= 105.339 + 3.666.316 \\ &= 3.771.655 \end{aligned}$$

$$3.771.655$$

$$\text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} = \frac{15.439.435}{1 - \frac{17.284.951}{17.284.951}}$$

$$\text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} = 35.249.112$$

**2- Faaliyet giderlerinin %20'sinin sabit, %80'inin değişken olması durumu;**

$$\text{Faaliyet giderleri} = 1.053.387$$

$$\text{Sabit kısım} = 210.677$$

$$\text{Değişken kısım} = 842.710$$

Buna göre;

$$\begin{aligned} \text{Toplam Değişken Giderler} &= 14.491.387 + 842.710 \\ &= 15.334.097 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Toplam Sabit Giderler} &= 210.677 + 3.666.316 \\ &= 3.876.993 \end{aligned}$$

$$\text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} = \frac{3.876.993}{1 - \frac{15.334.097}{17.284.951}}$$

$$\text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} = 34.309.673$$

**3- Faaliyet giderlerinin %30'unun sabit, %70'inin değişken olması durumu;**

$$\text{Faaliyet giderleri} = 1.053.387$$

$$\text{Sabit kısım} = 316.016$$

$$\text{Değişken kısım} = 737.371$$

Buna göre;

$$\begin{aligned}\text{Toplam Değişken Giderler} &= 14.491.387 + 737.371 \\ &= 15.228.758\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Toplam Sabit Giderler} &= 316.016 + 3.666.316 \\ &= 3.982.332\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} &= \frac{3.982.332}{15.228.758} \\ &1 - \frac{\dots}{17.284.951}\end{aligned}$$

$$\text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} = 33.464.974$$

**4- Faaliyet giderlerinin %40'ının sabit, %60'ının değişken olması durumu;**

$$\text{Faaliyet giderleri} = 1.053.387$$

$$\text{Sabit kısım} = 421.355$$

$$\text{Değişken kısım} = 632.032$$

Buna göre;

$$\begin{aligned}\text{Toplam Değişken Giderler} &= 14.491.387 + 632.032 \\ &= 15.123.419\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Toplam Sabit Giderler} &= 421.355 + 3.666.316 \\ &= 4.087.671\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} &= \frac{4.087.671}{15.123.419} \\ &1 - \frac{\dots}{17.284.951}\end{aligned}$$

$$\text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} = 32.701.368$$

**5- Faaliyet Giderlerinin %50'sinin sabit, %50'sinin değişken olması durumu;**

$$\text{Faaliyet giderleri} = 1.053.387$$

$$\text{Sabit kısım} = 526.694$$

$$\text{Değişken kısım} = 526.693$$

Buna göre;

$$\begin{aligned} \text{Toplam Değişken Giderler} &= 14.491.387 + 526.693 \\ &= 15.018.080 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Toplam Sabit Giderler} &= 526.694 + 3.666.316 \\ &= 4.193.010 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} &= \frac{4.193.010}{15.018.080} \\ &= 1 - \frac{15.018.080}{17.284.951} \end{aligned}$$

$$\text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} = 32.007.710$$

$$\text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} = \frac{35.249.112 + 34.309.673 + 33.464.974 + 32.701.368 + 32.007.710}{5}$$

$$\text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} = 33.546.567$$

**2.3. Söktaş A.Ş. 2003 Yılı Başbaş Noktasının Hesaplanması**

Söktaş A.Ş.'nin 2003 dönemine ait tüm amortisman giderleri ile itfa ve tükenme payları toplamı; 5.990.617 milyon TL'dir.

2003 yılında amortisman giderleri ile itfa paylarının dağılımı şöyledir:

$$\text{Üretim maliyetine verilenler} = 5.663.217$$

$$\text{Faaliyet giderlerine verilenler} = 165.509$$

$$\text{Çalışmayan kısım giderlerine verilenler} = 161.891$$

Bu nedenle faaliyet giderleri içerisinde değişken giderlerin payı bulunmadan önce, amortismanlardan faaliyet giderlerine verilen toplam pay düşülmelidir.

Gediz İplik A.Ş.'nin 2003 yılı gelir tablosu incelendiğinde, faaliyet giderlerinin 1.053.387 milyon TL. olduğu görülmektedir.

Satışların Maliyeti	= 50.905.029
Dönemin Amortisman Giderleri	= (5.663.217)
Satışların Maliyeti İçindeki Değişken Giderler	= 45.241.812

Net Satışlar	65.843.190
Satışların Maliyeti	(45.241.812)
AFVÖK	20.601.378
Amortismanlar	(5.663.217)
Faaliyet Giderleri	(10.841.797)
FVÖK	4.096.364

**1- Faaliyet giderlerinin %10'unun sabit, %90'ının değişken olması durumu;**

Faaliyet giderleri = Faaliyet giderleri – Amortismanlardan faaliyet giderlerine verilen pay

$$= 10.841.797 - 165.509$$

$$= 10.676.288$$

Sabit kısım = 1.067.629 + 165.509

$$= 1.233.138$$

Değişken kısım = 9.608.659

Buna göre;

Toplam Değişken Giderler = 45.241.812 + 9.608.659

$$= 54.850.471$$

$$\begin{aligned}\text{Toplam Sabit Giderler} &= 1.233.138 + 5.663.217 \\ &= 6.896.355\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} &= \frac{6.896.355}{54.850.471} \\ &1 - \frac{6.896.355}{65.843.190}\end{aligned}$$

$$\text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} = 41.295.539$$

**2- Faaliyet giderlerinin %20'sinin sabit, %80'inin değişken olması durumu;**

$$\begin{aligned}\text{Faaliyet giderleri} &= 10.841.797 - 165.509 \\ &= 10.676.288\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Sabit kısım} &= 2.135.258 + 165.509 \\ &= 2.300.767\end{aligned}$$

$$\text{Değişken kısım} = 8.541.030$$

Buna göre;

$$\begin{aligned}\text{Toplam Değişken Giderler} &= 45.241.812 + 8.541.030 \\ &= 53.782.842\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Toplam Sabit Giderler} &= 2.300.767 + 5.663.217 \\ &= 7.963.984\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} &= \frac{7.963.984}{53.782.842} \\ &1 - \frac{7.963.984}{65.843.190}\end{aligned}$$

$$\text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} = 43.519.038$$

**3- Faaliyet giderlerinin %30'unun sabit, %70'inin değişken olması durumu;**

$$\begin{aligned} \text{Faaliyet giderleri} &= 10.841.797 - 165.509 \\ &= 10.676.288 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Sabit kısım} &= 3.202.886 + 165.509 \\ &= 3.368.395 \end{aligned}$$

$$\text{Değişken kısım} = 7.473.402$$

Buna göre;

$$\begin{aligned} \text{Toplam Değişken Giderler} &= 45.241.812 + 7.473.402 \\ &= 52.715.214 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Toplam Sabit Giderler} &= 3.368.395 + 5.663.217 \\ &= 9.031.612 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} &= \frac{9.031.612}{52.715.214} \\ &= 1 - \frac{9.031.612}{65.843.190} \end{aligned}$$

$$\text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} = 45.384.985$$

**4- Faaliyet giderlerinin %40'ının sabit, %60'ının değişken olması durumu;**

$$\begin{aligned} \text{Faaliyet giderleri} &= 10.841.797 - 165.509 \\ &= 10.676.288 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Sabit kısım} &= 4.270.515 + 165.509 \\ &= 4.436.024 \end{aligned}$$

$$\text{Değişken kısım} = 6.405.773$$

Buna göre;



$$\begin{aligned}\text{Toplam Değişken Giderler} &= 45.241.812 + 6.405.773 \\ &= 51.647.585\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Toplam Sabit Giderler} &= 4.436.024 + 5.663.217 \\ &= 10.099.241\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} &= \frac{10.099.241}{51.647.585} \\ &1 - \frac{10.099.241}{65.843.190}\end{aligned}$$

$$\text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} = 46.755.745$$

**5- Faaliyet giderlerinin %50'sinin sabit, %50'sinin değişken olması durumu;**

$$\begin{aligned}\text{Faaliyet giderleri} &= 10.841.797 - 165.509 \\ &= 10.676.288\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Sabit kısım} &= 5.338.144 + 165.509 \\ &= 5.503.653\end{aligned}$$

$$\text{Değişken kısım} = 5.338.144$$

Buna göre;

$$\begin{aligned}\text{Toplam Değişken Giderler} &= 45.241.812 + 5.338.144 \\ &= 50.579.956\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Toplam Sabit Giderler} &= 5.503.653 + 5.663.217 \\ &= 11.166.870\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} &= \frac{11.166.870}{50.579.956} \\ &1 - \frac{11.166.870}{65.843.190}\end{aligned}$$

$$\text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} = 48.133.060$$

$$\text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} = \frac{41.295.539+43.519.038+45.384.985+46.755.745+48.133.060}{5}$$

$$\text{BBN}_{(\text{Satış Hacmi})} = 45.017.673$$

### **3. Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş., Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi A.Ş. ve Söktaş Pamuk ve Tarım Ürünlerini Değerlendirme Ticaret ve Sanayi A.Ş.’de Oran Analizi Tekniğinin Uygulanması**

Şirket analizlerinde en yaygın kullanılan yöntem oran analizidir. Şirketin döneme ait gelir tablosu ile o dönem sonu bilançosunun oranlar kullanılarak analiz edilmesi şirketin finansal yapısının sağlamlığı hakkında önemli ipuçları verir. Analizde seçilen oranlar ve açıklaması aşağıdaki gibi açıklanmıştır.

- **Cari Oran:** Cari oran işletmenin kısa vadeli borç ödeme gücünü ölçmek ve net işletme sermayesinin yeterli olup olmadığının belirlenmesi amacıyla hesaplanır. Batı ülkelerinde cari oranın 2:1 olması genel kabul görmüştür. Fakat gelişmekte olan ülkelerde likidite çok yüksek olmadığından ve kurumsal yetersizlikler nedeniyle, işletmeler finansmanda daha çok kısa vadeli yabancı kaynak kullanmak zorunda kalmaktadırlar. Bu nedenle cari oranın bu ülkelerde 1,5:1, ya da % 150’ye yakın olması yeterli kabul edilir.

- **Likidite Oranı:** Likidite oranı cari oranı tamamlayan, onu daha anlamlı kılan bir ölçüdür. Oranın payında paraya çevrilmesi zaman alabilecek olan değerlere yer verilmediğinden, cari orana göre daha duyarlı bir ölçü olarak kabul edilir. Likidite oranının genel bir kural olarak 1:1 olması kabul edilmiştir. Fakat Türkiye’deki işletmelerde likidite oranı batı ülkelerine göre daha düşüktür. Buna göre Türkiye’de likidite oranının % 65-80 arasında olması yeterli kabul edilir.

- **Nakit Oranı:** Nakit oranının payında işletmenin kısa süreli alacakları da yer almadığından, bu oran likidite oranına göre daha katı bir ölçü olarak kabul edilir. Bu oran işletmenin satışlarının durması ve alacaklarını tahsil edememesi durumunda, kısa süreli yabancı kaynaklarını ödeme gücünü gösterir. Gelişmiş ülkelerde nakit oranının % 20'nin altına düşmesi istenmez.

- **Alacak Devir Hızı:** Alacak devir hızı oranı, alacakların tahsil kabiliyetini gösteren bir ölçü olarak kabul edilir. Bir işletmenin alacakları, uygun bir süre içinde alınabildiği takdirde, likiditesi yüksek değerler olarak kabul edilir.

- **Alacakların Ortalama Tahsil Süresi:** Bu oran ile işletmenin alacaklarını bir yıl içinde ortalama kaç günde tahsil ettiği belirlenir. Oran değerlendirilirken, geçmiş yıllar oranları ile, işletmenin içinde bulunduğu sektörün ortalama oranları ile, ya da işletmenin kredili satışlarda genellikle uyguladığı vade ile karşılaştırmalar yapılır.

- **Stok Devir Hızı:** Stok devir hızı oranı, bir işletmede stokların ne kadar hızla satıldığını göstermekle birlikte, stokların likiditesi hakkında da bilgi verir. Bir işletmede stok devir hızının artması, genellikle stokların daha etkin bir biçimde yönetilmesinin göstergesi olarak kabul edilir. Stok devir hızının yükselmesi, diğer koşullar aynı kalmak üzere, işletmenin daha fazla kâr etmesine olanak verdiği gibi, belirli bir iş hacmine ulaşmak için finansman gereksinmesini de azaltır. Stok devir hızı yüksek olan bir işletme genellikle daha etkili bir rekabet olanağına sahiptir.

- **Aktif (Varlık) Devir Hızı:** Aktif devir hızı, bir işletmede sermaye yoğun teknoloji kullanımının bir göstergesi olarak yorumlanabilir. Varlık devir hızı, büyük ölçüde, bir işletmenin varlık yapısı içinde duran varlıkların görece önemini yansıtır. Bir endüstride, ya da işletmede duran varlıklar, aktif toplamı içinde büyük bir yer tutuyorsa, bu endüstri kolunda, ya da işletmede varlık devir hızı yavaştır. Buna karşılık, varlık toplamı içerisinde duran varlıkların görece önemsiz olduğu endüstri dallarında, varlık devir hızı yüksek olma eğilimindedir.

Varlık devir hızı bir işletmenin kârlılığını belirleyen önemli etmenlerden biridir. Bir işletme, diğer koşullar aynı kalmak üzere, varlık devir hızını artırmak yoluyla öz sermaye kârlılığını yükseltebilir. Varlık devir hızı, bir işletmenin risk derecesinin göstergesi olarak da yorumlanabilir. Varlık toplamı içerisinde duran

varlıkların payı yüksek, dolayısıyla varlık devir hızı görece olarak düşük endüstrilerde kârlılık, büyük ölçüde, talebin gelecekteki gelişmesine bağlı olduğundan, bu endüstri kolları riski yüksek endüstriler olarak nitelendirilebilir (Akgüç, 1998: 58).

Türkiye’de varlık devir hızı, işletmelerin yüksek stok tutma eğilimleri ve kapasite kullanım oranlarının düşüklüğü nedeniyle, batı ülkelerine göre genellikle daha yavaştır.

- **Öz Sermaye Devir Hızı:** Bu oran bir işletmenin öz sermayesini ne ölçüde etkin kullandığını ifade eden bir göstergedir. Öz sermaye devir hızı, değişik yorumlara yol açabilecek oranlardan biridir. Analiz edilen işletmenin öz sermaye devir hızının yüksek oluşu, (i) işletmenin sermayesini ekonomik ve etkin bir biçimde kullandığını gösterebileceği gibi, (ii) işletmenin öz sermayesinin yetersiz oluşunun ve işletmenin finansmanda geniş ölçüde yabancı kaynaklardan yararlanması bir sonucu da olabilir. Bu yorumlardan hangisinin geçerli olduğu, işletmenin malî yapısı ile ilgili olarak yapılacak analize bağlıdır. Malî yapı ile ilgili olarak yapılan analiz sonucunda işletmenin öz sermayesinin yeterli olduğu saptanmışsa, bu işletmede öz sermaye devir hızının yüksekliği, sermayenin etkin bir şekilde kullanıldığını ifade eder. Büyük ölçüde yabancı kaynaklarla finanse edilen bir işletmede, öz sermaye devir hızının yüksek oluşu, öz sermayenin yetersiz oluşunun bir göstergesidir. Öz sermaye devir hızının düşüklüğü, sermayenin firmada verimli bir şekilde kullanılmadığını gösterebilir. Böyle bir durum, işletmenin öz sermaye kârlılığı üzerinde olumsuz etki yapar (Akgüç, 1998: 60).

- **Kaldıraç Oranı:** Bu oran varlıkların yüzde kaçının yabancı kaynaklarla finanse edildiğini belirler. Bu oranın yüksek olması, işletmenin spekülasyon tarzda finanse edildiğini, kredi verenler açısından emniyet marjının dar olduğunu, işletmenin faiz ve anapara taksitlerini ödeyememe nedeniyle malî yönden güç durumlara düşme olasılığının yüksek olduğunu gösterir. Batı ülkelerinde bu oranın % 50’nin üzerine yükselmesi genellikle bir tehlike işareti olarak yorumlanır. Ancak Türkiye gibi gelişmekte olan ekonomilerde öz sermaye sağlanmasındaki kurumsal güçlükler nedeniyle, oranın % 50’nin üzerinde olması normal kabul edilir.

- **Öz Sermaye / Varlık Toplamı:** Bu oran özellikle uzun süreli kredi verenlere işletmenin malî gücünü gösterir. Bu oranın yüksek olması, işletmenin uzun süreli yükümlülüklerini yerine getirememesi nedeniyle, malî yönden zor durumlara düşme olasılığının az olduğunu ifade eder. Öz sermayesi yeterli, iktisadî varlıklarının büyük bir bölümünü öz sermayesi ile finanse etmiş bir işletme, kredi verenler açısından emniyetli olarak değerlendirilir.

- **Yabancı Kaynak/Öz Sermaye:** Bu oran borçlanma katsayısı olarak da nitelendirilir ve işletmenin borçlanma yoluyla sağladığı yabancı kaynak ile, işletme sahip, ya da sahiplerinin koyduğu sermaye arasındaki ilişkiyi gösterir. Batı ülkelerinde bu oranın 1:1'i aşmaması genel bir kural olarak benimsenmiştir. Bu oranın yüksek olması, işletmenin ağır bir faiz yükü altında bulunduğunun, alacaklılar için emniyet payının düşük olduğunun bir göstergesi olarak kabul edilir. Oranın yüksek olduğu bir firma, ürettiği mal, ya da hizmetlerin fiyatlarında ani bir düşüş olması halinde, ya da satışlarının duraklama gösterdiği dönemlerde, borçlarını vadesinde ödeyememe durumuna düşebilir. Türkiye gibi öz sermaye sağlanmasında kurumsal güçlük bulunan ekonomilerde, genel bir kural olarak oranın 2:1'i aşması riskli olarak değerlendirilmelidir.

- **Net Kâr/Öz Sermaye:** Malî rantabilite oranı olarak ifade edilmektedir. İşletmenin sağladığı kâr ile, işletmeye sahip, ya da sahipleri tarafından konan sermaye arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla hesaplanır. Oran işletme sahip, ya da sahipleri tarafından konulan sermayenin bir birimine düşen kâr oranını ortaya koyar. Bir işletmenin net kâr/öz sermaye oranı, net kâr/net satışlar oranı ile öz sermaye devir hızının bir fonksiyonudur. Bir işletmenin öz sermaye kârlılığını artırabilmesi için, (i) diğer koşullar aynı kalmak üzere net kâr/net satışlar (kâr marjı) oranını yükseltmesi, (ii) veya öz sermayesinin devrini hızlandırması, (iii) veya hem kâr marjını hem de öz sermaye devir hızını olumlu yönde değiştirmesi gerekir.

- **Net Kâr/Varlık Toplamı:** Bu oran, bir işletmenin yapmış olduğu yatırımın kârlılığını, başka bir deyişle varlıkların ne ölçüde verimli kullanıldığını göstermek için kullanılır. Bir işletmenin finansman şekline veya finans yapısındaki değişikliklere göre bu oran yüksek veya düşük görülebilir. Geniş ölçüde yabancı kaynak kullanan, dolayısıyla ağır bir borç yükü altında bulunan işletmelerin net

kâr/net varlık toplamı oranının, varlıklarının büyük bir bölümünü öz kaynakları ile finanse eden işletmelere kıyasla daha düşük olması normaldir.

- **Net Kâr/Net Satışlar:** İşletme faaliyetlerinin net rantabilitesi hakkında bilgi verir. Bu oran ile net kârın net satışlar içindeki yüzde payı hesaplanmaktadır.

### 3.1. Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş.’nin Oran Analizi Tekniğine Göre Değerlendirilmesi

- **Cari Oran**

Menderes Tekstil Anonim Şirketi’nin cari oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Cari Oran	1,685	1,555	3,123	2,601

Şirketin cari oranı çizelgede de görüldüğü gibi oldukça dalgalı bir seyir izlemiştir. Fakat oranın aldığı değerlerin inceleme dönemindeki bütün yıllarda istenen standartlara uyduğu görülmektedir.

- **Likidite Oranı**

Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi’nin likidite oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Likidite Oranı	0,554	0,382	1,257	0,639

İşletmenin likidite oranının 2000-2001 yıllarında istenen ölçünün altında olduğu görülmektedir. Bunun nedeni olarak işletmenin menkul değerlere yatırım yapmamış olması ve bilançosunda hazır değerlere önemli bir pay vermemiş olması gösterilebilir. 2002 yılında ise, likidite oranının Türkiye şartlarındaki bir işletme için oldukça iyi, hatta yüksek olduğu söylenebilir. Bunun nedeni olarak da önceki yıllara

göre işletmenin hazır değerlerindeki artış gösterilebilir. 2003 yılında ise, likidite oranının düşmekle birlikte yeterli olduğu söylenebilir.

- **Nakit Oranı**

Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi'nin nakit oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Nakit Oranı	0,01	0,004	0,372	0,085

İşletmenin nakit oranının 2000-2001 yıllarında istenen ölçünün oldukça altında olduğu görülmektedir. Bunun nedeni olarak işletmenin bilançosunda hazır değerlere yeteri kadar yer vermemesi ve stoklarının dönen varlıklarının büyük bir bölümünü oluşturması gösterilebilir. 2002 yılında oran istenen ölçüye yakın olmakla beraber, 2003 yılında yine düşüş göstermiştir.

- **Alacak Devir Hızı Oranı**

Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi'nin alacak devir hızı oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Alacak Devir Hızı	4,897	6,881	5,643	5,762

İşletmenin alacak devir hızı oranı, yıllara göre oldukça dalgalı bir seyir izlemiştir. Buna göre, işletmenin kredili satışları için belli bir standart vade olmadığını söyleyebiliriz.

- **Alacakların Ortalama Tahsil Süresi Oranı**

Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi'nin alacakların ortalama tahsil süresi oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Alacakların Ortalama Tahsil Süresi	74	69	82	65

İşletmenin alacaklarını tahsil süresi, incelenen dönemde birbirine yakın olmakla beraber, farklı değerler aldığı görülmektedir. Buradan incelenen dört yılın ortalama değeri alındığında bunun, 72,5 gün olduğu görülmektedir.

- **Stok Devir Hızı Oranı**

Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi'nin stok devir hızı oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Stok Devir Hızı	3,31	3,9	4,3	3,54

İşletmenin stok devir hızının incelenen dönemde oldukça düşük olduğu söylenebilir. Sadece 2002 yılında biraz yükselme eğilimi göstermekle birlikte, diğer yıllarda birbirine yakın değerler almıştır.

- **Varlık Devir Hızı Oranı**

Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi'nin varlık devir hızı oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Varlık Devir Hızı	0,942	1,16	1,01	0,97

İşletmenin varlık devir hızı, 2001 ve 2002 yılları hariç, diğer yıllarda oldukça düşüktür. Bunun nedeni olarak aynı yıllarda işletmenin stok ve alacak devir hızı oranlarının birlikte yavaşlamış olması gösterilebilir.

- **Öz Sermaye Devir Hızı Oranı**

Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi'nin öz sermaye devir hızı oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.



	2000	2001	2002	2003
Öz Sermaye Devir Hızı	2,25	1,51	0,82	0,71

İşletmenin öz sermaye devir hızı, 2000 ve 2001 yılları hariç, diğer yıllarda oldukça düşük bulunmuştur. İşletmenin malî yapı analizine bakıldığında işletmenin 2000 yılında yabancı kaynaklardan yararlanma oranı, 0,58 ve 2001 yılında ise, 0,63 bulunmuştur. Buna göre ilgili yıllarda işletmenin öz sermayesinin yetersiz olduğunu söyleyebiliriz. 2002 ve 2003 yıllarında ise, yabancı kaynak/varlık toplamı oranı sırasıyla 0,22 ve 0,39 bulunmuştur. Dolayısıyla bu yıllarda işletme finansmanda büyük ölçüde öz sermayeden yararlanmıştır.

- **Kaldıraç Oranı**

Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi'nin kaldıraç oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Kaldıraç Oranı	0,58	0,63	0,22	0,39

İşletmenin kaldıraç oranı ilgili yıllara için incelendiğinde, 2000 ve 2001 yıllarında Türkiye ortalamasına yakın değerler aldığı görülmektedir. 2002 ve 2003 yıllarında ise, işletmede varlıkların finansmanında büyük ölçüde öz sermayeden yararlanıldığı görülmektedir.

- **Öz Sermaye/Varlık Toplamı**

Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi'nin öz sermaye/varlık toplamı oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Öz Sermaye/Varlık Toplamı	0,42	0,37	0,78	0,61

İşletmenin öz sermaye/varlık toplamı oranı incelendiğinde 2000 ve 2001 yıllarında varlıkların finansmanında büyük ölçüde yabancı kaynaklardan

yararlandığı, fakat 2002 ve 2003 yıllarında varlıklarını finansmanında öz sermayeden daha geniş yararlandığı görülmektedir.

- **Yabancı Kaynak/Öz Sermaye**

Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi'nin yabancı kaynak/öz sermaye oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Yabancı Kaynak/Öz Sermaye	1,39	1,69	0,28	0,63

Söz konusu oran, 2000 ve 2001 yıllarında oldukça yüksek olmakla beraber, yine Türkiye'deki bir işletme için normal kabul edilir. İşletmenin varlıklarını finansmanında büyük ölçüde öz sermayesinden faydalandığı 2002 ve 2003 yıllarında ise, oran oldukça düşük olarak hesaplanmıştır.

- **Net Kâr/Öz Sermaye**

Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi'nin net kâr/öz sermaye oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Net Kâr / Öz Sermaye	0,142	0,319	0,109	0,039

Görüldüğü gibi incelenen dönemde işletmenin net kâr/öz sermaye oranı oldukça düşük olarak hesaplanmıştır. Sadece 2001 yılında oran diğer yıllara göre yüksek olarak bulunmuştur. Bunun nedeni olarak da 2001 yılında sermayenin diğer yıllara göre düşük, kârlılığın ise yüksek olması gösterilebilir. 2003 yılında ise, sermayenin yükselmesine rağmen, kârın diğer yıllara göre azaldığı görülmektedir.

- **Net Kâr/Varlık Toplamı**

Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi'nin net kâr/ varlık toplamı oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Net Kâr / Varlık Toplamı	0,06	0,118	0,085	0,024

İşletmenin net kâr/varlık toplamı oranı sadece 2001 yılında % 10'un üzerinde bulunmuştur. Dolayısıyla işletmenin net kâr/varlık toplamı oranı yetersizdir. İşletmenin varlıkları üzerinden elde ettiği getiri düşük olarak değerlendirilebilir.

- **Net Kâr / Net Satışlar**

Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi'nin net kâr / net satışlar oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Net Kâr / Net Satışlar	0,063	0,141	0,099	0,028

Şirketin net kâr/net satışlar oranı yıllara göre dalgalanma göstermekle birlikte her yıl için yetersiz olarak değerlendirilebilir.

### **3.2. Söktaş Pamuk ve Tarım Ürünlerini Değerlendirme Ticaret ve Sanayi A.Ş.'nin Oran Analizi Tekniğine Göre Değerlendirilmesi**

- **Cari Oran**

Söktaş Pamuk ve Tarım Ürünlerini Değerlendirme Ticaret ve Sanayi Anonim Şirketi'nin cari oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Cari Oran	1,246	1,112	1,92	1,992

Şirketin cari oranı çizelgede de görüldüğü gibi inceleme dönemindeki her yılda 1'in üzerinde gerçekleşmiştir. Oranın, 2001 yılı hariç, diğer yıllarda istenen değerlere yakın olduğu görülmektedir.

- **Likidite Oranı**

Söktaş Pamuk ve Tarım ürünlerini Değerlendirme Ticaret ve Sanayi Anonim Şirketi'nin likidite oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Likidite Oranı	0,65	0,513	1,08	0,813

İşletmenin likidite oranının 2002 yılında istenen değer üzerinde, dolayısıyla yeterli olduğu görülmektedir. Diğer yıllarda ise, oran 1'in altında olmasına rağmen Türkiye ekonomisinde yer alan bir işletmeye göre normal değerlere sahip olduğu görülmektedir.

- **Nakit Oranı**

Söktaş Pamuk ve Tarım ürünlerini Değerlendirme Ticaret ve Sanayi Anonim Şirketi'nin nakit oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Nakit Oranı	0,078	0,071	0,284	0,14

Bilindiği gibi nakit oranının % 20'nin altına düşmemesi istenir. İşletmenin nakit oranının 2001 yılı hariç, diğer yıllarda % 20'nin altında gerçekleşmiştir. Bunun nedeni olarak ilgili yıllarda işletmenin bilançosunda hazır değerlere yeteri kadar yer

vermemesi ve stoklarının dönen varlıklarının büyük bir bölümünü oluşturması gösterilebilir.

- **Alacak Devir Hızı Oranı**

Söktaş Pamuk ve Tarım ürünlerini Değerlendirme Ticaret ve Sanayi Anonim Şirketi'nin alacak devir hızı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Alacak Devir Hızı	4,02	5,804	5,684	3,991

İşletmenin alacak devir hızı oranı, 2001-2002 yıllarında 6'ya yakın değerler almasına rağmen diğer iki yılda 4 civarında gerçekleşmiştir. Dolayısıyla işletmenin alacak devir hızı oranının yetersiz olduğunu söyleyebiliriz.

- **Alacakların Ortalama Tahsil Süresi Oranı**

Söktaş Pamuk ve Tarım ürünlerini Değerlendirme Ticaret ve Sanayi Anonim Şirketi'nin alacakların ortalama tahsil süresi oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Alacakların Ortalama Tahsil Süresi	95	71	70	76

İşletmenin alacaklarını tahsil süresinde incelenen dönemde birbirine yakın değerler olmakla beraber, farklı değerler aldığı görülmektedir. Alacak devir hızında olduğu gibi burada da değerler yeterli değildir. Dolayısıyla işletmenin satışlarda müşterilere uzun vadeler tanıdığını söyleyebiliriz.

- **Stok Devir Hızı Oranı**

Söktaş Pamuk ve Tarım ürünlerini Değerlendirme Ticaret ve Sanayi Anonim Şirketi'nin stok devir hızı oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Stok Devir Hızı	4,029	3,745	3,38	2,495

İşletmenin stok devir hızının incelenen dönemde oldukça düşük olduğu söylenebilir. Sadece 2000 yılında biraz yükselme eğilimi göstermekle birlikte, diğer yıllarda birbirine yakın değerler almıştır. Özellikle 2003 yılında stok devir hızı diğer yıllara göre oldukça düşük olarak gerçekleşmiştir.

- **Varlık Devir Hızı Oranı**

Söktaş Pamuk ve Tarım ürünlerini Değerlendirme Ticaret ve Sanayi Anonim Şirketi'nin varlık devir hızı oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Varlık Devir Hızı	0,986	1,37	1,193	0,693

İşletmenin varlık devir hızı, 2001 ve 2002 yılları hariç diğer yıllarda oldukça düşüktür. Bunun nedeni olarak aynı yıllarda işletmenin stok ve alacak devir hızı oranlarının birlikte yavaşlamış olmasıdır.

- **Öz Sermaye Devir Hızı Oranı**

Söktaş Pamuk ve Tarım ürünlerini Değerlendirme Ticaret ve Sanayi Anonim Şirketi'nin öz sermaye devir hızı oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Öz Sermaye Devir Hızı	3,483	5,04	3,272	1,402

İşletmenin öz sermaye devir hızı, her yıl için birbirinden oldukça farklı değerler almakla birlikte yeterli olduğu söylenebilir. Fakat bunun değerlendirilebilmesi için malî yapı ile ilgili oranlara da bakmak gerekir. İşletmenin malî yapı analizine bakıldığında işletmenin yabancı kaynaklardan yararlanma oranı

sırasıyla 0,712, 0,736, 0,565 ve 0,45 olarak gerçekleşmiştir. Buna göre 2003 yılı hariç diğer yıllarda işletmenin öz sermayesinin yetersiz olduğunu söyleyebiliriz. Dolayısıyla öz sermaye devir hızındaki yüksekliğin öz sermayenin etkin kullanılmasının bir sonucu değil, öz sermaye yetersizliğinden kaynaklandığı söylenebilir.

- **Kaldıraç Oranı**

Söktaş Pamuk ve Tarım ürünlerini Değerlendirme Ticaret ve Sanayi Anonim Şirketi'nin kaldıraç oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Kaldıraç Oranı	0,712	0,736	0,565	0,450

Bilindiği gibi kaldıraç oranının % 50'yi aşması istenmez. Fakat Türkiye'de % 50'nin biraz üzerinde olması normal kabul edilir. Buna göre işletmenin kaldıraç oranı incelendiğinde, 2002 ve 2003 yıllarında oranını yeterli olduğu söylenebilirken, 2000 ve 2001 yıllarında işletmenin varlıklarının finansmanında büyük ölçüde yabancı kaynaklardan yararlandığını söyleyebiliriz.

- **Öz Sermaye/Varlık Toplamı**

Söktaş Pamuk ve Tarım ürünlerini Değerlendirme Ticaret ve Sanayi Anonim Şirketi'nin öz sermaye/varlık toplamı oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Öz Sermaye/Varlık Toplamı	0,287	0,263	0,434	0,549

Kaldıraç oranının devamı olarak bu oran analiz edildiğinde, işletmede 2000, 2001 ve 2002 yıllarında işletmenin varlıklarının finansmanında yeterince öz sermayeden yararlanılmadığı görülmektedir.

- **Yabancı Kaynak/Öz Sermaye**

Söktaş Pamuk ve Tarım ürünlerini Değerlendirme Ticaret ve Sanayi Anonim Şirketi'nin yabancı kaynak/öz sermaye oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Yabancı Kaynak/Öz Sermaye	2,479	2,8	1,3	0,82

Söz konusu oran, 2000 ve 2001 yıllarında oldukça yüksek olmakla beraber, yine Türkiye'deki bir işletme için normal kabul edilebilir. İşletmenin varlıklarını finansmanında büyük ölçüde öz sermayesinden faydalandığı 2002 ve 2003 yıllarında ise, oran düşük olarak hesaplanmıştır.

- **Net Kâr/Öz Sermaye**

Söktaş Pamuk ve Tarım ürünlerini Değerlendirme Ticaret ve Sanayi Anonim Şirketi'nin net kâr/öz sermaye oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Net Kâr / Öz Sermaye	- 0,377	- 0,163	0,217	0,095

Görüldüğü gibi incelenen dönemde işletmenin net kâr/öz sermaye oranı oldukça düşük olarak hesaplanmıştır. Hatta 2000 ve 2001 yıllarında öz sermaye üzerinden elde edilen kâr negatif değer almıştır. Sadece 2002 yılında oran diğer yıllara göre yüksek olarak bulunmuştur.

- **Net Kâr/Varlık Toplamı**

Söktaş Pamuk ve Tarım ürünlerini Değerlendirme Ticaret ve Sanayi Anonim Şirketi'nin net kâr/varlık toplamı oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.



	2000	2001	2002	2003
Net Kâr / Varlık Toplamı	- 0,108	- 0,042	0,094	0,052

İşletmenin net kâr/varlık toplamı oranı 2000 ve 2001 yıllarında yine negatif olarak bulunmuştur. Dolayısıyla işletmenin net kâr/varlık toplamı oranı yetersizdir.

- **Net Kâr/Net Satışlar**

Söktaş Pamuk ve Tarım ürünlerini Değerlendirme Ticaret ve Sanayi Anonim Şirketi'nin net kâr/net satışlar oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Net Kâr / Net Satışlar	- 0,128	- 0,04	0,093	0,078

Şirketin net kâr/net satışlar oranı 2000 ve 2001 yıllarında negatif değerler almıştır. 2002-2003 yıllarında biraz yükselme eğilimi göstermekle beraber, yine de yetersiz olarak değerlendirilebilir.

### **3.3. Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi A.Ş.'nin Oran Analizi Tekniğine Göre Değerlendirilmesi**

- **Cari Oran**

Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi Anonim Şirketi'nin cari oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Cari Oran	0,912	1,353	1,350	1,575

Şirketin cari oranı sadece 2003 yılında Türkiye için yeterli kabul edilebilecek düzeydedir. 2000 yılında oldukça düşük olmakla beraber, diğer yıllarda standarda yakın bir değer almıştır.

- **Likidite Oranı**

Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi Anonim Şirketi'nin likidite oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Likidite Oranı	0,456	0,557	0,84	0,638

Şirketin likidite oranı 2000 yılı hariç Türkiye ortalamasına yakın değerler almıştır. 2000 yılında oranının yetersiz olmasının nedeni olarak işletmenin dönen varlıklarının bileşiminin büyük ölçüde stoklardan meydana gelmiş olmasını gösterebiliriz.

- **Nakit Oranı**

Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi Anonim Şirketi'nin nakit oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Nakit Oranı	0,135	0,236	0,159	0,286

İşletmenin nakit oranının sadece 2001 ve 2003 yıllarında istenen ölçüye yakın olduğu görülmektedir. Diğer yıllarda ise, istenen ölçüden oldukça düşük olarak gerçekleşmiştir.

- **Alacak Devir Hızı Oranı**

Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi Anonim Şirketi'nin alacak devir hızı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Alacak Devir Hızı	3,895	5,177	2,719	2,882

İşletmenin alacak devir hızı oranı, sadece 2001 yılında 5'in üzerinde gerçekleşmiş diğer yıllarda ise, oldukça düşük olarak gerçekleşmiştir. Buna göre

işletmenin alacaklarını tahsilde problemle karşılaştığını, ya da satışlarda vadeyi uzun tanıdığını söyleyebiliriz.

- **Alacakların Ortalama Tahsil Süresi Oranı**

Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi Anonim Şirketi'nin alacakların ortalama tahsil süresi oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Alacakların Ortalama Tahsil Süresi	60	40	94	26

İşletmenin alacaklarını tahsil süresinde incelenen dönemde 2001 ve 2003 yıllarında düşük değerler aldığı diğer yıllarda, özellikle 2002 yılında, ise oldukça yüksek değerler aldığı görülmektedir. Buradan incelenen dört yılın ortalama değeri alındığında bunun, 55 gün olduğu görülmektedir.

- **Stok Devir Hızı Oranı**

Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi Anonim Şirketi'nin stok devir hızı oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Stok Devir Hızı	1,745	3,252	2,970	3,107

İşletmenin stok devir hızının incelenen dönemde oldukça düşük olduğu söylenebilir. Sadece 2001 yılında biraz yükselme eğilimi göstermekle birlikte, diğer yıllarda birbirine yakın değerler almıştır.

- **Varlık Devir Hızı Oranı**

Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi Anonim Şirketi'nin varlık devir hızı oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Varlık Devir Hızı	0,320	0,452	0,381	0,446

İşletmenin varlık devir hızının oldukça düşük olduğu söylenebilir.

- **Öz Sermaye Devir Hızı Oranı**

Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi Anonim Şirketi'nin öz sermaye devir hızı oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Öz Sermaye Devir Hızı	1,046	1,539	1,210	1,425

İşletmenin öz sermaye devir hızı, her yıl için birbirinden oldukça farklı değerler almakla birlikte düşük olduğu söylenebilir. Fakat bunun değerlendirilebilmesi için malî yapı ile ilgili oranlara da bakmak gerekir. İşletmenin malî yapı analizine bakıldığında işletmenin yabancı kaynaklardan yararlanma oranı sırasıyla 0,465, 0,38, 0,361 ve 0,396 olarak gerçekleşmiştir. Buna göre işletmenin öz sermayesinin yeterli olduğunu söyleyebiliriz. Dolayısıyla öz sermaye devir hızındaki düşüklüğün sebebi öz sermayenin yeterli olmasıdır denilebilir.

- **Kaldıraç Oranı**

Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi Anonim Şirketi'nin kaldıraç oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Kaldıraç Oranı	0,465	0,38	0,361	0,396

İşletmenin kaldıraç oranı ilgili yıllar için incelendiğinde, oldukça düşük olduğu görülmektedir. Buna göre işletme varlıklarının finansmanında büyük ölçüde öz sermayesinden yararlanmıştır.

- **Öz Sermaye/Varlık Toplamı**

Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi Anonim Şirketi'nin öz sermaye/varlık toplamı oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Öz Sermaye/Varlık Toplamı	0,534	0,620	0,639	0,604

İşletmenin öz sermaye/varlık toplamı oranı incelendiğinde varlıkların finansmanında büyük ölçüde öz sermayeden yararlandığı görülmektedir.

- **Yabancı Kaynak/Öz Sermaye**

Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi Anonim Şirketi'nin yabancı kaynak/öz sermaye oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Yabancı Kaynak/Öz Sermaye	0,87	0,61	0,56	0,66

Söz konusu oranının aldığı değerler standart değerlerin oldukça altındadır. Buna göre işletme varlıklarını büyük ölçüde öz sermayesi ile finanse etmekte, finansmanda yabancı kaynakları kullanmamaktadır.

- **Net Kâr/Öz Sermaye**

Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi Anonim Şirketi'nin net kâr / öz sermaye oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Net Kâr / Öz Sermaye	- 0,123	0,016	- 0,093	- 0,025

Görüldüğü gibi incelenen dönemde işletmenin net kâr/öz sermaye oranı 2001 yılı dışında negatif olarak bulunmuştur. Oran 2001 yılında pozitif olmakla beraber oldukça düşüktür.

- **Net Kâr/Varlık Toplamı**

Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi Anonim Şirketi'nin net kâr/varlık toplamı oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Net Kâr / Varlık Toplamı	- 0,066	0,009	- 0,069	- 0,015

İşletmenin net kâr/varlık toplamı oranı sadece 2001 yılında pozitif olarak hesaplanmış, diğer yıllarda negatif değerler bulunmuştur.

- **Net Kâr / Net Satışlar**

Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi Anonim Şirketi'nin net kâr / net satışlar oranı 2000-2003 yılları arasında incelendiğinde, oranın şu değerleri aldığı görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003
Net Kâr / Net Satışlar	- 0,123	0,013	- 0,083	- 0,013

Şirketin net kâr/net satışlar oranı 2000, 2002 ve 2003 yıllarında negatif değerler almıştır. Sadece 2001 yılında değer pozitif olmakla beraber yine de yetersizdir.

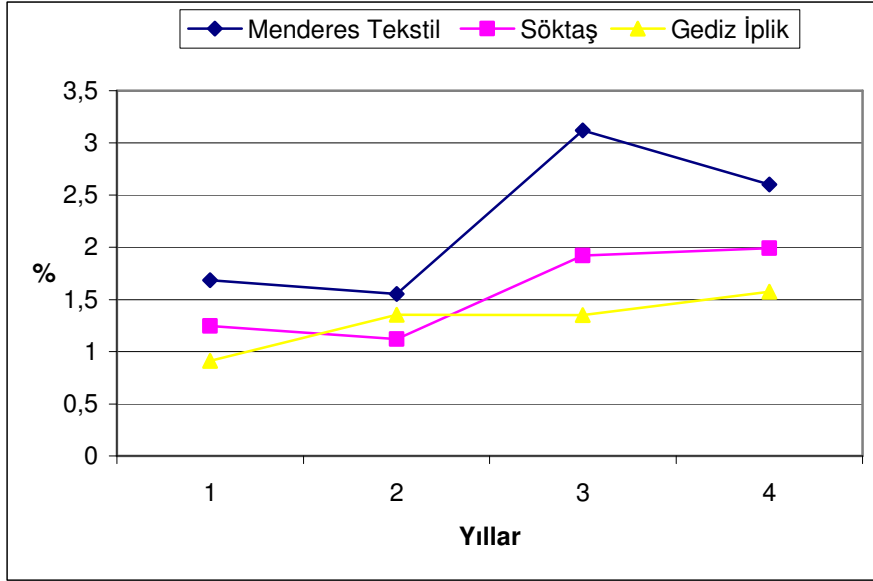
### **3.4. Menderes Tekstil, Gimsan Gediz İplik ve Söktaş A.Ş.'nin Mali Tablolarının Karşılıklı Olarak Oran Analizi Tekniğine Göre Analizi**

- **Cari Oran**

Şirketlerin cari oranları birlikte değerlendirildiğinde, 2003 yılını esas aldığımızda Menderes Tekstil A.Ş.'nin 2,60, Söktaş A.Ş.'nin 1,992 ve Gediz İplik A.Ş.'nin 1,575 değerlerini aldığımızı görmekteyiz

Buna göre her üç şirketin de cari oranının beklenen standart değerleri aldığımızı görüyoruz. Menderes Tekstil A.Ş.'nin aldığı değer, diğer şirketlere göre daha yüksektir. Buna göre Menderes Tekstil A.Ş.'nin kısa süreli yabancı kaynaklarını ödemede daha rahat olabileceğini söyleyebiliriz. Fakat böyle bir karara varmadan önce, şirketlerin dönen varlıklarının bileşimine ve kısa vadeli borçlarının vade yapısına bakılması gerekir. Dönen varlıkların bileşimine bakıldığında, Menderes Tekstil A.Ş.'nin dönen varlıkları içerisinde kısa süreli ticarî alacakların ve stokların büyük yer aldığını görmekteyiz. Söktaş A.Ş.'de ve Gediz İplik A.Ş.'de yine aynı durum söz konusudur. Kısa vadeli borçların dağılımı hakkında elimizde mevcut veri olmadığı için, değerlendirmede bunu dikkate almamız mümkün olmamıştır. Buna göre şirketlerin alacak ve stok devir hızları bu konuda bize ipucu verebilecektir. 2003 yılı için alacak devir hızı şirketlerde sırasıyla 5,76, 3,99 ve 2,88 şeklinde gerçekleşmiştir. Stok devir hızları ise, 3,54, 2,95 ve 3,1 şeklinde gerçekleşmiştir. Oranların düşük olmasına rağmen, kısa vadeli borç ödeme gücü açısından en rahat şirket olarak Menderes Tekstil A.Ş. görülmektedir.

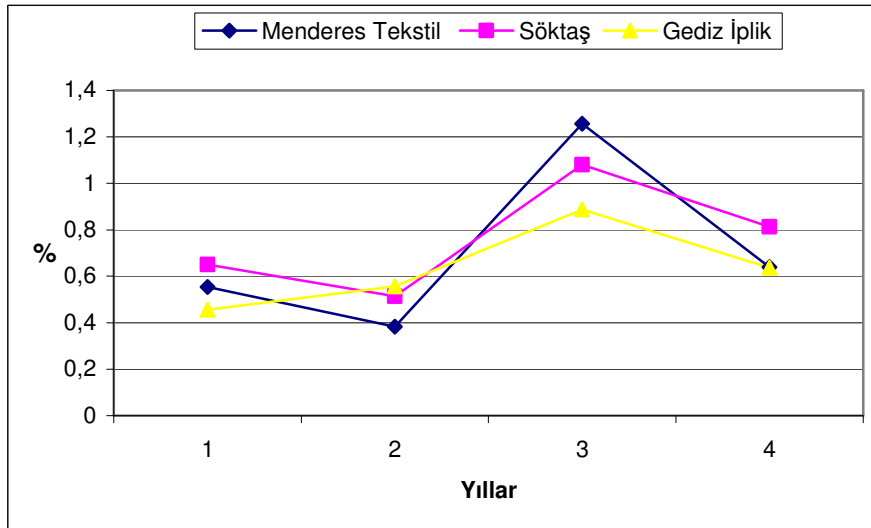
Tekstil üretimi alanında faaliyet gösteren şirketlerde 2003 yılı için Merkez Bankası tarafından hesaplanan standart oranlar ile karşılaştırılması yapıldığında, sektör içindeki yeri daha açık bir şekilde ortaya konulabilir. Buna göre 2003 yılında sektör ortalaması, 1.485 olarak hesaplanmıştır. Buna göre üç şirket içinde Menderes Tekstil A.Ş.'nin en iyi durumda olduğunu söyleyebiliriz. Diğer iki şirketin cari oranları da sektör ortalamasının üzerindedir.



Şekil 5: Şirketlerin 2000-2003 Dönemine Ait Cari Oranları

- **Likidite Oranı**

Şirketlerin likidite oranları birlikte değerlendirildiğinde, 2003 yılını esas aldığımızda Menderes Tekstil A.Ş.'nin 0,639, Söktaş A.Ş.'nin 0,813 ve Gediz İplik A.Ş.'nin ise, 0,638 değerlerini aldığını görmekteyiz.



Şekil 6: Şirketlerin 2000-2003 Dönemine Ait Likidite Oranları



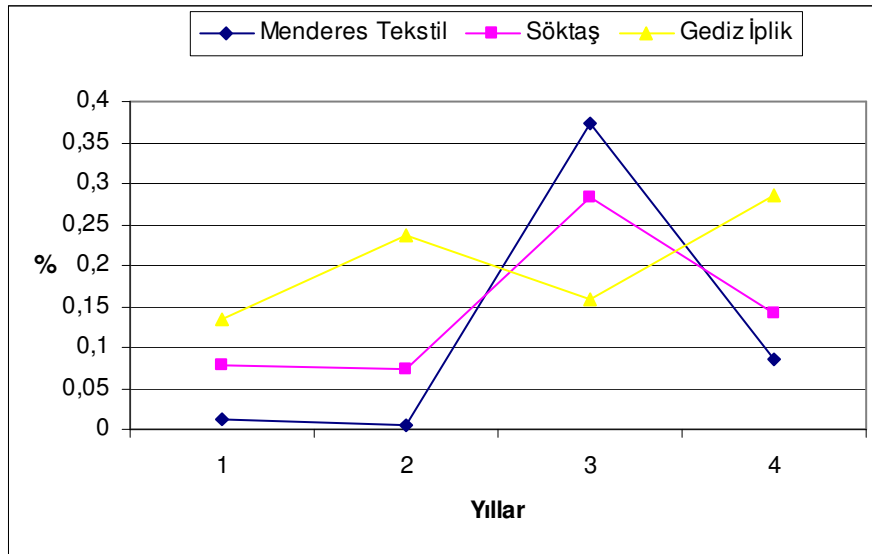
Bilindiği gibi likidite oranının 1:1 olması yeterli kabul edilmektedir. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde ise oranını % 65-80 arasında olması yeterli kabul edilmektedir. Buna göre şirketlerin likidite oranlarının yeterli olduğunu söyleyebiliriz. Fakat daha sağlıklı bir değerlendirme için alacak ve stok devir hızlarına da bakmak gerekmektedir. Bu konu cari oran konusunda belirtilmişti.

Sektör ortalaması 2003 yılı için, 0,804 olarak hesaplanmıştır. Buna göre Söktaş A.Ş. sektör ortalamasının üzerinde bir değer almıştır. Diğer iki şirketin aldığı değer sektör ortalamasının altındadır.

- **Nakit Oranı**

Şirketlerin nakit oranları birlikte değerlendirildiğinde, 2003 yılını esas aldığımızda Menderes Tekstil A.Ş.'nin 0,09, Söktaş A.Ş.'nin 0,14 ve Gediz İplik A.Ş.'nin ise 0,29 değerlerini aldığını görmekteyiz.

Nakit oranının yeterli olarak değerlendirilebilmesi için, % 20'nin altına düşmemesi istenmektedir. Buna göre sadece Gediz İplik A.Ş.'de oranının % 20'nin üzerinde olduğu görülmektedir. Buna göre şirketlerin yüksek stok tutma eğiliminde olduğunu ve hazır değerlerine bilançoda yeterli yer vermediğini söyleyebiliriz.

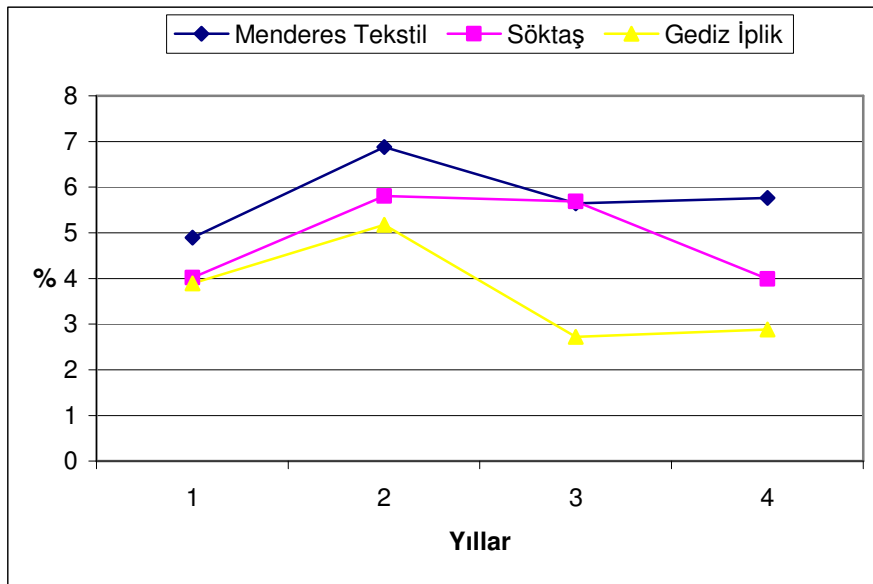


Şekil 7: Şirketlerin 2000-2003 Dönemine Ait Nakit Oranları

Sektör ortalaması 2003 yılı için, 0,177 olarak hesaplanmıştır. Buna göre Gediz İplik A.Ş. sektör ortalamasının üzerinde bir değer almıştır. Diğer iki şirketin aldığı değer sektör ortalamasının altındadır.

- **Alacak Devir Hızı**

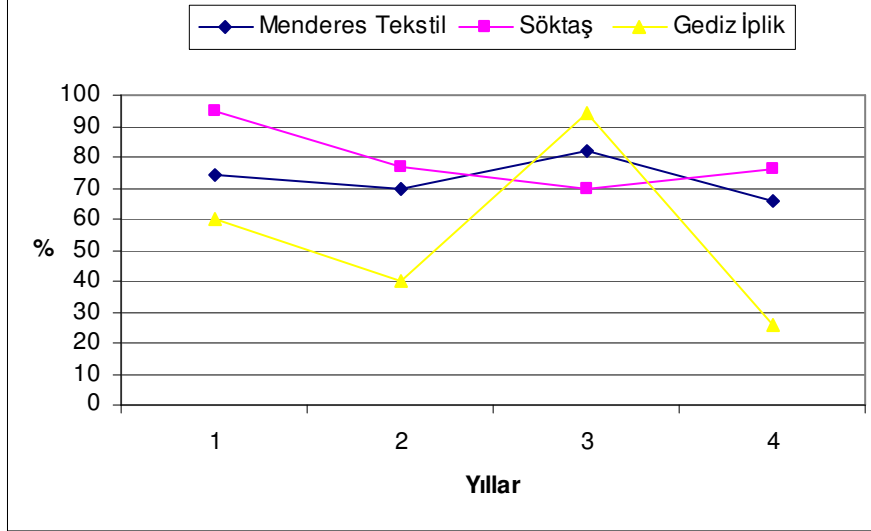
Şirketlerin alacak devir hızı oranları birlikte değerlendirildiğinde, 2003 yılını esas aldığımızda Menderes Tekstil A.Ş.'nin 5,76, Söktaş A.Ş.'nin 3,99 ve Gediz İplik A.Ş.'nin ise 2,88 değerlerini aldığını görmekteyiz. Buna göre alacak devir hızları her üç şirkette de yeterli olarak değerlendirilemez. Menderes Tekstil A.Ş.'de oran diğerlerine göre daha yüksek bulunmuştur. Alacak devir hızının değerlendirilebilmesi için şirketlerin önceki yılları ile karşılaştırma yapılması gerekmektedir. Buna göre Menderes Tekstil A.Ş. hariç diğer şirketlerde önceki yıllara göre düşüş gerçekleşmiştir.



Şekil 8: Şirketlerin 2000-2003 Dönemine Ait Alacak Devir Hızı Oranları

Sektör ortalaması 2003 yılı için, 5,4 olarak hesaplanmıştır. Buna göre Menderes Tekstil A.Ş. sektör ortalamasının üzerinde bir değer almıştır. Diğer iki şirketin aldığı değer sektör ortalamasının altındadır.

- **Alacakların Ortalama Tahsil Süresi**



Şekil 9: Şirketlerin 2000-2003 Dönemine Ait Alacakların Ortalama Tahsil Süresi Oranları

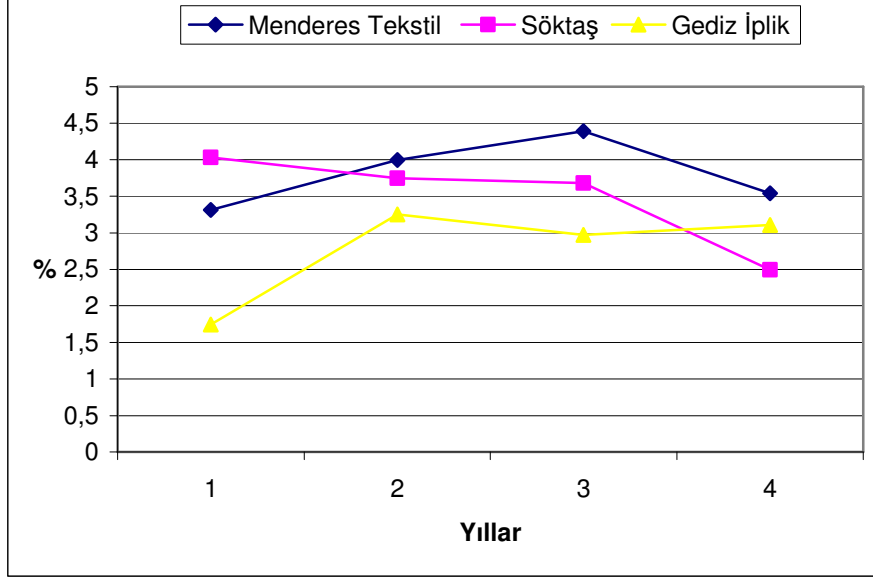
Şirketlerin alacakların ortalama tahsil süresi oranları birlikte değerlendirildiğinde, 2003 yılını esas aldığımızda Menderes Tekstil A.Ş.'nin 65, Söktaş A.Ş.'nin 76 ve Gediz İplik A.Ş.'nin ise 26 gün olarak gerçekleştiğini görmekteyiz. Oranını değerlendirilebilmesi için, önceki yıllarla, ya da sektördeki ortalama oranlarla karşılaştırma yapılması gerekmektedir. Hesaplanan oranlara göre en düşük değer Gediz İplik A.Ş.'de gerçekleşmiştir.

- **Stok Devir Hızı**

Şirketlerin stok devir hızı oranları birlikte değerlendirildiğinde, 2003 yılını esas aldığımızda Menderes Tekstil A.Ş.'nin 3,54, Söktaş A.Ş.'nin 2,94 ve Gediz İplik A.Ş.'nin ise 3,11 değerlerini aldığını görmekteyiz.

Buna göre şirketlerin stok devir hızlarının yeterli olduğunu söylemek mümkün değildir. Bunun nedeni olarak her üç şirketin de dönen varlıkları içinde stoklara diğer dönen varlık unsurlarına göre daha fazla yer vermesini söyleyebiliriz.

Sektör ortalaması 2003 yılı için, 5,1 olarak hesaplanmıştır. Buna göre, üç şirketinde 2003 yılında aldığı değer sektör ortalamasının altındadır.



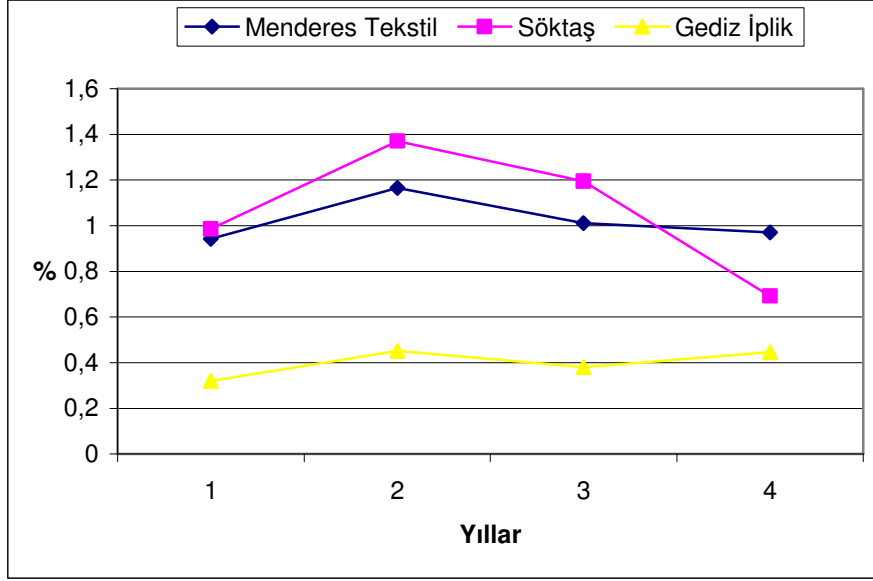
Şekil 10 : Şirketlerin 2000-2003 Dönemine Ait Stok Devir Hızı Oranları

- **Aktif (Varlık) Devir Hızı**

Şirketlerin aktif devir hızı oranları birlikte değerlendirildiğinde, 2003 yılını esas aldığımızda Menderes Tekstil A.Ş.'nin 0,97, Söktaş A.Ş.'nin 0,69 ve Gediz İplik A.Ş.'nin ise 0,45 değerlerini aldığını görmekteyiz.

Buna göre şirketlerin varlık devir hızlarının düşük olduğunu söyleyebiliriz. Diğer yıllarla karşılaştığımızda ise 2003 yılında varlık devir hızının daha düşük olduğunu görmekteyiz. Varlık toplamı içerisinde duran varlıkların payı yüksek, dolayısıyla varlık devir hızı görece olarak düşük endüstrilerde kârlılık, büyük ölçüde, talebin gelecekteki gelişmesine bağlı olduğundan, bu endüstri kolları riski yüksek endüstriler olarak nitelendirilebilir. Şirketlerin aktif toplamı içerisinde duran varlıkların aldığı değerler 2003 yılında sadece Menderes Tekstil A.Ş.'de dönen varlıklara göre daha düşüktür.

Buna göre diğer iki şirketin duran varlıklara daha fazla yatırım yaptığını ve varlık devir hızlarındaki düşük değerlerin de bu şekilde yorumlanabileceğini söyleyebiliriz.



Şekil 11 : Şirketlerin 2000-2003 Dönemine Ait Varlık Devir Hızı Oranları

Sektör ortalaması 2003 yılı için, 1,3 olarak hesaplanmıştır. Buna göre, üç şirketin de aktif devir hızı sektör ortalamasının altındadır.

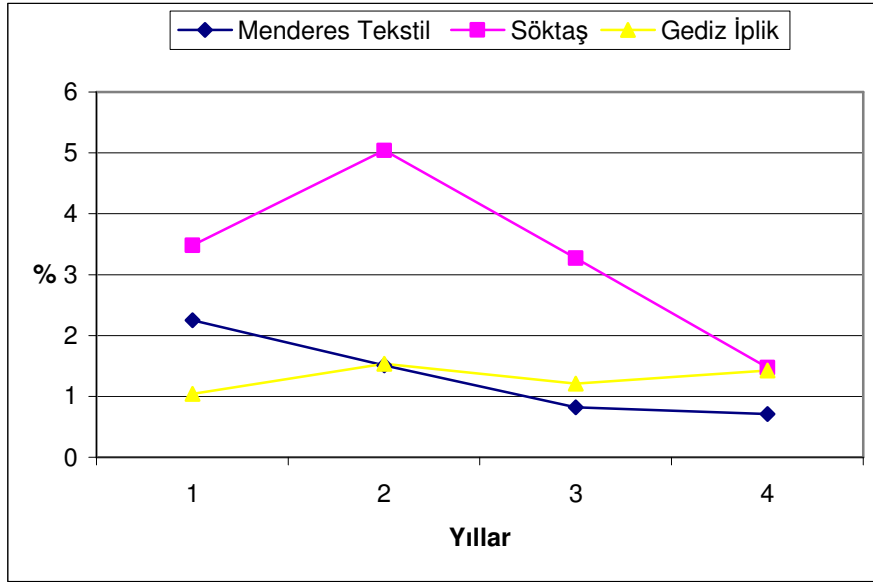
- **Öz Sermaye Devir Hızı**

Şirketlerin öz sermaye devir hızı oranları birlikte değerlendirildiğinde, 2003 yılını esas aldığımızda Menderes Tekstil A.Ş.'nin 0,71, Söktaş A.Ş.'nin 1,40 ve Gediz İplik A.Ş.'nin ise 1,43 değerlerini aldığını görmekteyiz.

Buna göre Menderes Tekstil A.Ş.'de öz sermaye devir hızının düşük olarak gerçekleştiğini söyleyebiliriz. Fakat diğer şirketler için oranlardaki yüksekliği değerlendirebilmek için öz sermaye yeterliliğine bakılması gerekmektedir. Çünkü, öz sermaye devir hızındaki yükseklik öz sermaye yetersizliğinden kaynaklanmış olabilir. Buna göre, Söktaş A.Ş.'de ve Gediz İplik A.Ş.'de varlıkların finansmanında öz sermayenin daha fazla kullanıldığını görmekteyiz. Dolayısıyla öz sermaye devir hızının diğer şirketten yüksek olması öz sermaye yetersizliğinden kaynaklanmamaktadır. Menderes Tekstil A.Ş.'de de varlıkların finansmanında öz sermayeden daha fazla yararlanılmıştır. Buna göre oranın düşük olmasını öz

sermayenin şirkette etkin olarak değerlendirilememesinden kaynaklandığını söyleyebiliriz.

Sektör ortalaması 2003 yılı için, 3,6 olarak hesaplanmıştır. Buna göre üç şirketin de 2003 yılında aldığı değerler sektör ortalamasının oldukça altında gerçekleşmiştir.

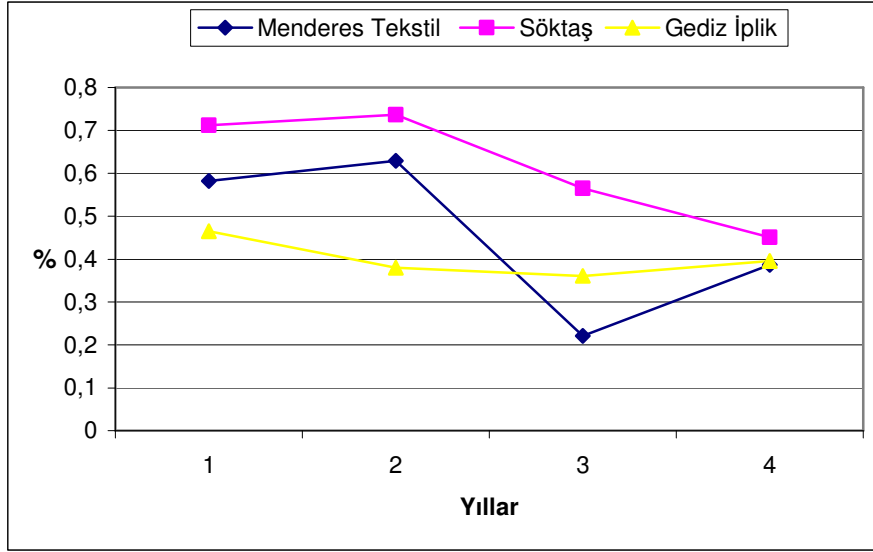


Şekil 12 : Şirketlerin 2000-2003 Dönemine Ait Öz Sermaye Devir Hızı Oranları

- **Kaldıraç Oranı**

Şirketlerin kaldıraç oranları birlikte değerlendirildiğinde, 2003 yılını esas aldığımızda Menderes Tekstil A.Ş.'nin 0,39, Söktaş A.Ş.'nin 0,45 ve Gediz İplik A.Ş.'nin ise 0,4 değerlerini aldığını görmekteyiz.

Buna göre her üç şirket de varlıklarının finansmanında daha fazla öz sermaye kullanmaktadır. Bu nedenle şirketlerin uzun vadede borç faizlerini ödemedeki bir sıkıntıyla karşılaşma olasılığının düşük olduğunu söyleyebiliriz.

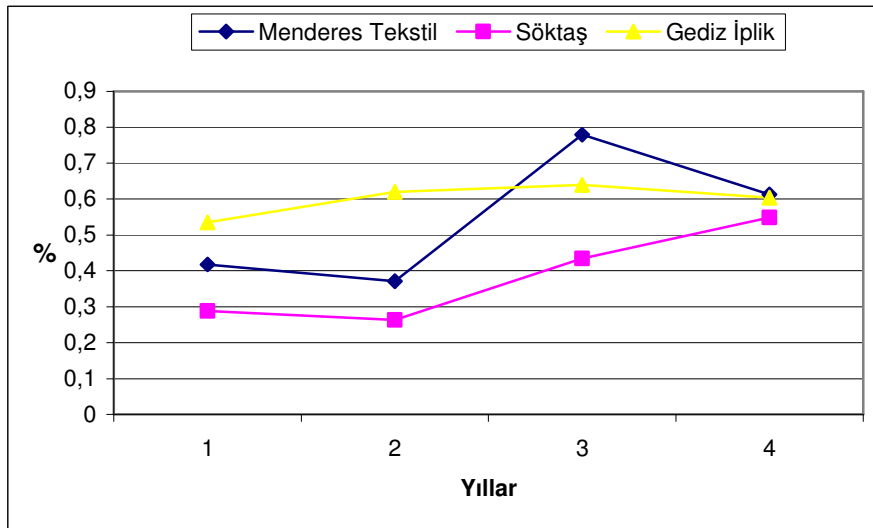


Şekil 13 : Şirketlerin 2000-2003 Dönemine Ait Kaldıraç Oranları

Sektör ortalaması 2003 yılı için, 0,579 olarak hesaplanmıştır. Buna göre üç şirketin de kaldıraç oranı sektör ortalamasından düşük olarak gerçekleşmiştir.

- **Öz Sermaye / Varlık Toplamı**

Şirketlerin öz sermaye/varlık toplamı oranları birlikte değerlendirildiğinde, 2003 yılını esas aldığımızda Menderes Tekstil A.Ş.'nin 0,61, Söktaş A.Ş.'nin 0,55 ve Gediz İplik A.Ş.'nin ise 0,60 değerlerini aldığını görmekteyiz. Buna göre her üç şirket de varlıklarının finansmanında öz sermayeden yararlanmaktadır.



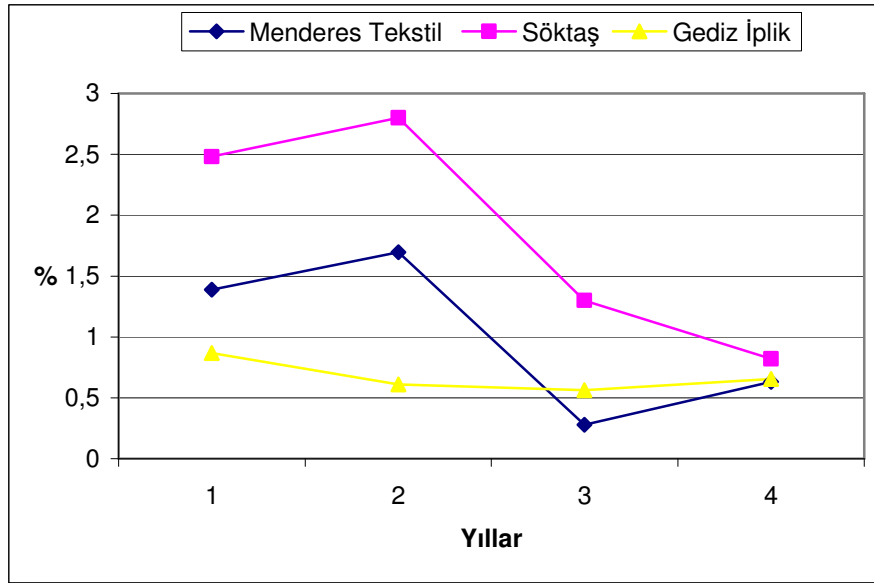
Şekil 14 : Şirketlerin 2000-2003 Dönemine Ait Öz Sermaye/Varlık Toplamı Oranları

Sektör ortalaması 2003 yılı için, 0,459 olarak hesaplanmıştır. Buna göre üç şirketin de aldığı değerler sektör ortalamasının üzerinde gerçekleşmiştir.

- **Yabancı Kaynak / Öz Sermaye**

Şirketlerin yabancı kaynak / öz sermaye oranları birlikte değerlendirildiğinde, 2003 yılını esas aldığımızda Menderes Tekstil A.Ş.'nin 0,63, Söktaş A.Ş.'nin 0,82 ve Gediz İplik A.Ş.'nin ise 0,65 değerlerini aldığını görmekteyiz.

Bu oran borçlanma katsayısı olarak da nitelendirilir ve işletmenin borçlanma yoluyla sağladığı yabancı kaynak ile, işletme sahip, ya da sahiplerinin koyduğu sermaye arasındaki ilişkiyi gösterir. Türkiye gibi öz sermaye sağlanmasında kurumsal güçlük bulunan ekonomilerde, genel bir kural olarak oranın 2:1'i aşması riskli olarak değerlendirilmelidir. Buna göre şirketlerin yabancı kaynak / öz sermaye oranlarının yeterli olduğunu söyleyebiliriz.



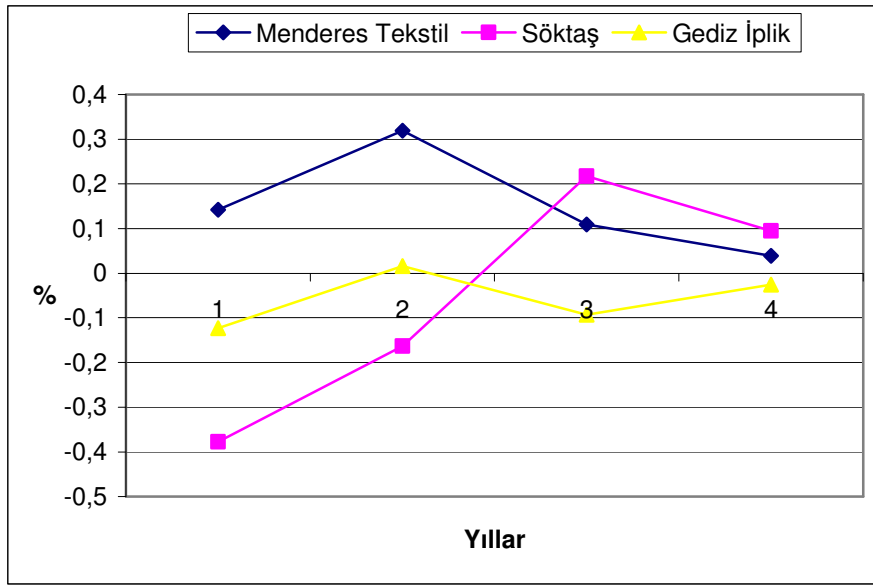
Şekil 15 : Şirketlerin 2000-2003 Dönemine Ait Yabancı Kaynak/Öz Sermaye Oranları

- **Net Kâr/Öz Sermaye**

Şirketlerin net kâr/öz sermaye oranları birlikte değerlendirildiğinde, 2003 yılını esas aldığımızda Menderes Tekstil A.Ş.'nin 0,039, Söktaş A.Ş.'nin 0,085 ve Gediz İplik A.Ş.'nin ise - 0,025 değerlerini aldığını görmekteyiz.



Oran işletme sahip, ya da sahipleri tarafından konulan sermayenin bir birimine düşen kâr oranını ortaya koyar. Oranın yeterli olup olmadığının belirlenmesi için öz sermayenin alternatif kullanım alanlarına bakılmalıdır. Bir işletmede kârlılık oranı ilk bakışta yüksek görülse dahi, işletme sermayesini daha kârlı şekilde kullanmak olanağına sahipse, bunu yeterli olarak değerlendirmemek gerekir. Buna göre hesaplanan oranlara göre Gediz İplik A.Ş.'de zararın söz konusu olduğu ve öz sermaye üzerinden şirket ortaklarının negatif getiri elde ettiği görülmektedir.

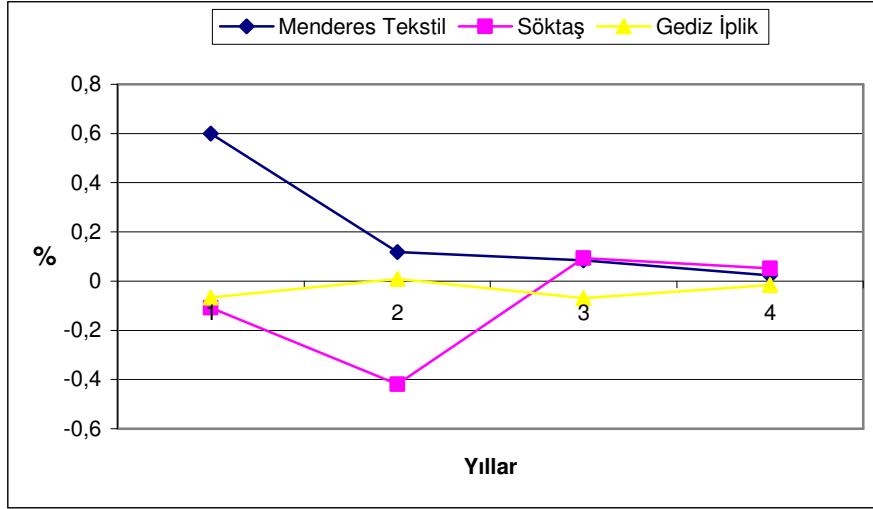


Şekil 16 : Şirketlerin 2000-2003 Dönemine Ait Net Kâr/Öz Sermaye Oranları

- **Net Kâr/Varlık Toplamı**

Şirketlerin net kâr/varlık toplamı oranları birlikte değerlendirildiğinde, 2003 yılını esas aldığımızda Menderes Tekstil A.Ş.'nin 0,024, Söktaş A.Ş.'nin 0,052 ve Gediz İplik A.Ş.'nin ise - 0,015 değerlerini aldığını görmekteyiz.

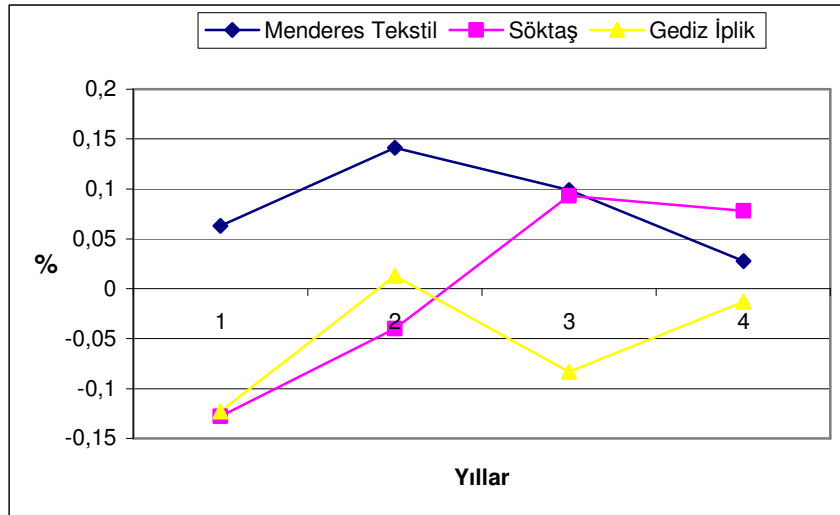
Oran, bir işletmenin yapmış olduğu yatırımın kârlılığını, başka bir deyişle varlıkların ne ölçüde verimli kullanıldığını göstermek için kullanılır. Buna göre şirketlerin hepsi için de varlıkların kârlılığının yeterli olmadığını söyleyebiliriz.



Şekil 17 : Şirketlerin 2000-2003 Dönemine Ait Net Kâr/Varlık Toplamı Oranları

- **Net Kâr / Net Satışlar**

Şirketlerin net kâr/varlık toplamı oranları birlikte değerlendirildiğinde, 2003 yılını esas aldığımızda Menderes Tekstil A.Ş.'nin 0,028, Söktaş A.Ş.'nin 0,078 ve Gediz İplik A.Ş.'nin ise - 0,013 değerlerini aldığını görmekteyiz. Buna göre şirketlerin net kâr / net satışlar oranlarına bakıldığında sonuçların yetersiz olduğunu söyleyebiliriz.



Şekil 18 : Şirketlerin 2000-2003 Dönemine Ait Net Kâr/Net Satışlar Oranları

Çizelge 40: Analizde Kullanılan Oranlar

Oranlar	2000			2001			2002			2003		
	Menderes Tekstil	Söktaş	Gediz İplik	Menderes Tekstil	Söktaş	Gediz İplik	Menderes Tekstil	Söktaş	Gediz İplik	Menderes Tekstil	Söktaş	Gediz İplik
Cari Oran	1,685	1,246	0,912	1,555	1,121	1,353	3,121	1,920	1,350	2,601	1,992	1,575
Likidite Oranı	0,554	0,651	0,456	0,383	0,514	0,557	1,257	1,080	0,887	0,640	0,813	0,638
Nakit Oranı	0,011	0,079	0,135	0,004	0,072	0,236	0,372	0,284	0,159	0,085	0,141	0,286
Alacak Devir Hızı	4,897	4,021	3,895	6,881	5,805	5,177	5,643	5,685	2,719	5,762	3,992	2,882
Alacakların Ortalama Tahsil Süresi	74	95	60	70	77	40	82	70	94	66	76	26
Stok Devir Hızı	3,311	4,029	1,745	3,993	3,746	3,252	4,393	3,681	2,970	3,542	2,496	3,107
Aktif Devir Hızı	0,942	0,986	0,320	1,165	1,370	0,452	1,011	1,194	0,381	0,971	0,693	0,446
Öz Sermaye Devir Hızı	2,252	3,483	1,046	1,511	5,041	1,539	0,825	3,273	1,210	0,711	1,475	1,425
Kaldıraç Oranı	0,582	0,712	0,465	0,629	0,737	0,380	0,221	0,565	0,361	0,387	0,451	0,396
Öz Sermaye / Varlık Toplamı	0,418	0,288	0,535	0,371	0,263	0,620	0,779	0,435	0,639	0,613	0,549	0,604
Yabancı Kaynak/Öz Sermaye	1,389	2,480	0,869	1,696	2,800	0,612	0,281	1,301	0,564	0,631	0,820	0,655
Net Kâr / Öz Sermaye	0,142	- 0,377	- 0,123	0,319	- 0,163	0,016	0,109	0,217	- 0,093	0,039	0,095	- 0,025
Net Kâr/Varlık Toplamı	0,60	- 0,108	- 0,066	0,118	- 0,042	0,009	0,085	0,094	- 0,069	0,023	0,052	- 0,015
Net Kâr/Net Satışlar	0,063	- 0,128	- 0,123	0,141	- 0,040	0,013	0,099	0,093	- 0,083	0,028	0,078	- 0,013

#### **4. Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş., Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi A.Ş. ve Söktaş Pamuk ve Tarım Ürünlerini Değerlendirme Ticaret ve Sanayi A.Ş.’de Eğilim Yüzdeleri Tekniğinin Uygulanması**

Eğilim yüzdeleri tekniğinde, işletmelerin mali tablolarında yer alan kalemlerin dönemler arasında göstermiş olduğu artış, ya da azalışlar saptanır ve bu değişikliklerin temel yıla göre oransal önemleri ortaya konularak işletmenin gelişme yönü incelenir (Akdoğan, 2004: 575).

Bu analiz tekniği uygulanırken, öncelikle temel bir yıl seçilir. Daha sonra temel olarak seçilen yıldaki malî tablolarda yer alan kalemlerin değeri 100 olarak kabul edilir ve her kalemin baz yılına göre artış, ya da azalışı ortaya konur.

Eğilim yüzdeleri tekniğinin uygulanmasındaki amaç, birbiriyle ilişkili olan kalemlerin göstermiş olduğu eğilimlerin karşılaştırılması yoluyla, inceleme döneminde işletme ile ilgili olumlu ve olumsuz gelişmeler hakkında sonuçlara varmaktır. Malî tablolar analiz edilirken, genellikle aşağıdaki değişimlerin karşılaştırılması anlamlı sonuçlar verebilir (Akgüç, 1998: 107):

- Ticarî alacaklar – Satışlar
- Stoklar – Satışlar
- Maddi duran varlıklar – Satışlar
- Dönen varlıklar – Kısa süreli yabancı kaynaklar
- Öz sermaye – Yabancı kaynaklar
- Net Satışlar – Satışların maliyeti
- Net Satışlar – Brüt Satışlar

**Ticarî Alacaklar – Satışlar** : Satışlardaki artış eğilimine karşılık, ticarî alacaklardaki artış eğiliminin bulunması işletmeler için olumlu olarak değerlendirilir.

Fakat ticarî alacaklardaki artış eğilimine karşılık satışlarda azalma eğilimi varsa bu olumsuz olarak değerlendirilir. Çünkü böyle bir işletmenin ticarî alacaklarını tahsilde problem yaşadığını gösterir.

- **Stoklar – Net Satışlar** : Satışlardaki artış eğilimi, stoklardaki artış eğiliminden daha fazla ise, bu durum işletme için olumlu olarak değerlendirilir. Stoklardaki artış eğilimine karşılık satışlarda azalış eğilimi, satışların azaldığı ve stoklara fazla miktarda yatırım yapıldığını göstereceğinden olumsuz olarak değerlendirilir.

- **Maddi Duran Varlıklar – Net Satışlar** : İşletmedeki maddi duran varlıklardaki artış eğilimine karşılık, satışlarda artış eğilimi olmaması, işletmede maddi duran varlıklara aşırı yatırım yapıldığı anlamına geleceğinden olumsuz olarak değerlendirilir.

- **Dönen Varlıklar – Kısa Süreli Yabancı Kaynaklar** : Dönen varlıklardaki artış eğilimine karşılık kısa süreli yabancı kaynaklarda azalış eğilimi varsa, işletme için olumlu olarak yorumlanır. Tersisi durum işletme için olumsuz olarak değerlendirilir. Çünkü böyle bir durum işletmenin kısa süreli yabancı kaynaklarını ödeme gücüne düşebileceği anlamına gelir.

- **Öz Sermaye – Yabancı Kaynaklar** : İşletmenin öz sermayesindeki artış eğilimine karşılık borçlarında azalış eğilimi olması olumlu olarak değerlendirilir. Bu durum işletmenin yabancı kaynaklarını ödemede güçlük çekmeyeceği şeklinde yorumlanır.

- **Net Satışlar – Satışların Maliyeti** : Net satışlar, satışların maliyetine göre daha hızlı bir artış eğilimine sahipse bu durum işletmede olumlu olarak değerlendirilir. Böyle bir durum işletmede maliyetler üzerinde kontrol sağlayabildiği ve brüt satış kârının arttığı anlamına gelir. Eğer satışların maliyetindeki artış net satışlardan fazla ise, bu durum işletmenin brüt satış kârının azalması anlamına gelir.

- **Net Satışlar – Brüt Satışlar** : İşletmede brüt satışlar ile net satışların aynı eğilimi göstermesi olumlu olarak yorumlanır. Bu durum işletmede satış iskontoları, satış iadeleri vb. giderlerinin az olduğu ve yıllık ciroya etki etmediği anlamına gelir.

#### 4.1. Söktaş Pamuk ve Tarım Ürünleri Değerlendirme Ticaret ve Sanayi A.Ş.'nin 2000- 2003 Dönemine Ait Malî Tablolarının Eğilim Yüzdeleri Tekniğine Göre Değerlendirilmesi

Çizelge 41: Söktaş Pamuk ve Tarım Ürünleri Değerlendirme Ticaret ve Sanayi A.Ş. Eğilim Yüzdelerine Göre Düzenlenmiş Bilançosu

	2000	2001	2002	2003
<b>AKTİF</b>				
<b>I. DÖNEN VARLIKLAR</b>	100	193	253	240
A. Hazır Değerler	100	199	610	282
1. Kasa	100	679	1239	1593
2. Bankalar	100	222	672	304
3. Diğer Hazır Değerler	100	42	184	120
B. Menkul Kıymetler	100	215	253	0
3. Kamu Kes. Tahvil, Senet ve Bonoları	100	215	253	0
C. Kısa Vadeli Ticarî Alacaklar	100	170	228	177
1. Alıcılar	100	151	173	139
2. Alacak Senetleri	100	234	429	319
5. Alacak Reeskontu (-)	100	69	63	50
6. Şüpheli Alacaklar Karşılığı (-)	100	203	246	225
D. Diğer Kısa Vadeli Alacaklar	100	1389	686	3676
4. Kısa Vadeli Diğer Alacaklar	100	1389	686	3676
E. Stoklar	100	212	234	287
1. İlk Madde ve Malzeme	100	241	235	392
2. Yarı Mamüller	100	233	202	230
4. Mamüller	100	173	257	269
6. Diğer Stoklar	100	3097	969	1851
8. Verilen Sipariş Avansları	100	93	155	142
F. Diğer Dönen Varlıklar	100	220	139	407
<b>II. DURAN VARLIKLAR</b>	100	163	263	312
A. Uzun Vadeli Ticari Alacaklar	100	2335	3431	3280
3. Verilen Depozito ve Teminatlar	100	2335	3431	3280
C. Finansal Duran Varlıklar	100	35	35	35
1. Bağlı Menkul Kıymetler	100	100	100	100
2. Bağlı Men. Kıy.Değ.Düş.Karşılığı (-)	100	569	569	569
3. İştirakler	100	100	100	100
D. Maddi Duran Varlıklar	100	164	264	311
1. Arazi ve Arsalar	100	100	100	100
2. Yerüstü ve Yeraltı Düzenleri	100	150	237	293
3. Binalar	100	162	259	318
4. Makine, Tesis ve Cihazlar	100	153	233	272
5. Taşıt Araç ve Gereçleri	100	107	176	253
6. Döşeme ve Demirbaşlar	100	164	242	288
7. Diğer Maddi Duran Varlıklar	100	205	397	552
8. Birikmiş Amortismanlar (-)	100	149	218	260
9. Yapılmakta Olan Yatırımlar	100	5650	909	83
10. Verilen Sipariş Avansları	100	1444	2673	4828
E. Maddi Olmayan Duran Varlıklar	100	194	317	373
2. Haklar	100	230	193	574
4. Diğer Mad. Olmayan Duran Varlıklar	100	194	244	233

Çizelge 41'in devamı

F. Diğer Duran Varlıklar	100	34	101	5158
<b>AKTİF TOPLAMI</b>	100	178	258	278
<b>PASİF</b>				
<b>I. KISA VADELİ BORÇLAR</b>	100	215	164	150
A. Finansal Borçlar	100	260	148	112
1. Banka Kredileri	100	255	89	106
2. Uzun Vad. Kredi Anapara Tak. ve Fa.	100	275	315	128
B. Ticarî Borçlar	100	195	148	157
1. Satıcılar	100	84	106	93
2. Borç Senetleri	100	1934	766	1115
4. Diğer Ticarî Borçlar	100	155	200	355
5. Borç Reeskontu (-)	100	80	28	36
C. Diğer Kısa Vadeli Borçlar	100	130	147	194
1. Ortaklara Borçlar	100	98	97	81
4. Ödenecek Giderler	100	168	206	158
5. Öden. Vergi, Harç ve Diğer Kesintiler	100	89	117	202
7. Kısa Vadeli Diğer Borçlar	100	170	163	203
D. Alınan Sipariş Avansları	100	189	1672	634
E. Borç ve Gider Karşılıkları	100	92	399	365
2. Diğer Borç ve Gider Karşılıkları	100	92	185	102
<b>II. UZUN VADELİ BORÇLAR</b>	100	147	253	205
A. Finansal Borçlar	100	142	270	181
1. Banka Kredileri	100	142	270	181
B. Ticari Borçlar	100	140	130	104
1. Satıcılar	100	140	130	104
E. Borç ve Gider Karşılıkları	100	161	234	281
1. Kıdem Tazminatı Karşılıkları	100	161	234	281
<b>III. ÖZ SERMAYE</b>	100	163	391	531
A. Sermaye	100	100	100	100
C. Emisyon Primi	100	100	100	100
D. Yeniden Değerleme Değer Artışı	100	157	249	307
1. Duran Varlıklardaki Değer Artışı	100	157	249	307
2. İştiraklerdeki Değer Artışı	100	100	100	100
E. Yedekler	100	100	100	100
1. Yasal Yedekler	100	100	100	100
4. Olağanüstü Yedek	100	100	100	100
G. Dönem Zararı (-)	100	70	0	0
H. Geçmiş Yıllar Zararları (-)	100	179	235	58
1. 1998 Yılı Zararı	100	614	1100	358
2. 1999 Yılı Zararı	100	95	67	0
<b>PASİF TOPLAMI</b>	100	178	258	278

Çizelge 42: Söktaş Pamuk ve Tarım Ürünleri Değerlendirme Ticaret ve Sanayi A.Ş. Eğilim Yüzdelerine Göre Düzenlenmiş Gelir Tablosu

	2000	2001	2002	2003
A. Brüt Satışlar	100	225	309	219
1. Yurtiçi Satışlar	100	128	166	100
2. Yurtdışı Satışlar	100	347	501	377
3. Diğer Satışlar	100	249	99	128
B. Satışlardan İndirimler (-)	100	170	351	194
1. Satıştan İadeler (-)	100	98	248	122
2. Satış İskontoları (-)	100	0	67	0,97
3. Diğer İndirimler (-)	100			
C. Net Satışlar	100	225	308	220
D. Satışların Maliyeti (-)	100	178	251	199
BRÜT SATIŞ KÂRI (ZARARI)	100	508	656	349
E. Faaliyet Giderleri (-)	100	169	234	207
1. Araştırma ve Geliştirme Giderleri (-)	100			
2. Pazarlama, Satış ve Dağıtım Gid. (-)	100	285	611	681
3. Genel Yönetim Giderleri (-)	100	153	183	143
ESAS FAALİYET KARI (ZARARI)	100	1339	1641	426
F. Diğer Faaliyetlerden Gelirler ve Kârlar	100	329	366	722
1. İştiraklerden Temettü Gelirleri	100	235	0	0
2. Bağlı Ortaklıklardan Temettü Gel.	100			
3. Faiz ve Diğer Temettü Gelirleri	100	2048	120	152
4. Faaliyetle İlgili Diğer Gelir ve Kârlar	100	142	392	784
G. Diğer Faaliyetlerden Gid ve Zararlar (-)	100	957	592	412
H. Finansman Giderleri (-)	100	377	152	56
1. Kısa Vadeli Borçlanma Giderleri (-)	100	799	191	71
2. Uzun Vadeli Borçlanma Giderleri (-)	100	219	138	49
FAALİYET KÂRI (ZARARI)	100	69	250	125
I. Olağanüstü Gelirler ve Kârlar	100	333	589	928
1. Konusu Kalmayan Karşılıklar	100			
2. Önceki Dönem Gelir ve Kârları	100	41	167	478
3. Diğer Olağanüstü Gelirler ve Kârlar	100	349	594	952
J. Olağanüstü Giderler ve Zararlar (-)	100	415	659	276
1. Çalışmayan Kıs. Gid. ve Zararları (-)	100	401	601	86
2. Önceki Dönem Gider ve Zararları (-)	100	835	1311	298
3. Diğer Olağanüstü Gid. ve Zararlar (-)	100	82	871	4033
DÖNEM KÂRI (ZARARI)	100	70	257	174
K. Ödenecek Vergi ve Yasal Yüküm. (-)	100			
NET DÖNEM KÂRI (ZARARI)	100	70	225	135

- **Ticarî Alacaklar – Net Satışlar**

Söktaş A.Ş.'nin ticarî alacakları temel yıl olarak seçilen 2000 yılına göre artış göstermiştir. Temel yılı 100 olarak aldığımızda ticari alacaklardaki artışlar, 2001 yılında 170, 2002 yılında 228 ve 2003 yılında ise, 177 olarak gerçekleşmiştir. Net



satışların gelişimi ise, 2001 yılında 225, 2002 yılında 308 ve 2003 yılında ise 220 olarak gerçekleşmiştir.

Buna göre Söktaş A.Ş.'de net satışlar incelenen dönemdeki her yılda ticarî alacaklardaki artıştan daha fazla olmuştur. Bu durumda Söktaş A.Ş.'nin alacaklarını tahsilde herhangi bir sorun yaşamadığını söyleyebiliriz.

- **Stoklar – Satışlar**

Söktaş A.Ş.'nin stokları temel yıl olarak seçilen 2000 yılına göre artış göstermiştir. Temel yılı 100 olarak aldığımızda stoklardaki artışlar, 2001 yılında 212, 2002 yılında 234 ve 2003 yılında ise, 287 olarak gerçekleşmiştir. Net satışların gelişimi ise, 2001 yılında 225, 2002 yılında 308 ve 2003 yılında ise, 220 olarak gerçekleşmiştir.

Buna göre stoklardaki artış hızı 2003 yılı hariç satışlardan daha az gerçekleşmiştir. 2003 yılında ise, stoklardaki artış hızı net satışlardan daha fazla gerçekleşmiştir. Buna göre şirketin 2003 yılında stoklara aşırı yatırım yaptığını söyleyebiliriz.

- **Maddi Duran Varlıklar – Net Satışlar**

Söktaş A.Ş.'nin maddi duran varlıkları temel yıl olarak seçilen 2000 yılına göre artış göstermiştir. Temel yılı 100 olarak aldığımızda maddi duran varlıklardaki artışlar, 2001 yılında 164, 2002 yılında 264 ve 2003 yılında ise, 311 olarak gerçekleşmiştir. Net satışların gelişimi ise, 2001 yılında 225, 2002 yılında 308 ve 2003 yılında ise, 220 olarak gerçekleşmiştir.

Buna göre, şirkette maddi duran varlıkların artış eğilimine karşılık net satışlarda da artış eğilimi görülmüştür. Fakat 2003 yılında maddi duran varlıklardaki artış eğilimine karşılık satışlarda düşüş gerçekleşmiştir. Bu nedenle 2003 yılı için şirkette maddi duran varlıkların etkin bir şekilde kullanılmadığını söyleyebiliriz.

- **Dönen Varlıklar – Kısa Süreli Yabancı Kaynaklar**

Söktaş A.Ş.'nin dönen varlıkları temel yıl olarak seçilen 2000 yılına göre artış göstermiştir. Temel yılı 100 olarak aldığımızda dönen varlıklardaki artışlar, 2001 yılında 193, 2002 yılında 253 ve 2003 yılında ise, 240 olarak gerçekleşmiştir. Kısa süreli yabancı kaynakların gelişimi ise, 2001 yılında 215, 2002 yılında 164 ve 2003 yılında ise 150 olarak gerçekleşmiştir.

Buna göre 2001 yılı hariç diğer yıllarda kısa süreli yabancı kaynaklardaki artışlar dönen varlıklardan daha az olarak gerçekleşmiştir. Dolayısıyla 2001 yılı hariç diğer yıllarda şirketin kısa süreli yabancı kaynaklarını ödeme gücüne sahip olduğunu söyleyebiliriz. 2001 yılında, dönen varlıklar iki kata yakın artış göstermiş fakat, kısa süreli yabancı kaynaklardaki artış daha hızlı olarak gerçekleşmiştir.

Bu karşılaştırmanın sağlıklı bir şekilde yapılabilmesi için şirketin dönen varlıklarının bileşimine de bakılmalıdır. Şirkette dönen varlıkların bileşimine bakıldığında genellikle yüksek stok tutma eğilimine sahip olduğunu görmekteyiz. Dolayısıyla şirket stoklarını zamanında çevirebilirse kısa süreli yabancı kaynaklarını ödeyebilecektir.

- **Öz Sermaye – Yabancı Kaynaklar**

Söktaş A.Ş.'nin öz sermayesi temel yıl olarak seçilen 2000 yılına göre artış göstermiştir. Temel yılı 100 olarak aldığımızda öz sermayesindeki artışlar, 2001 yılında 163, 2002 yılında 391 ve 2003 yılında ise, 531 olarak gerçekleşmiştir. Yabancı kaynakların gelişimi ise, kısa sürelielerde 2001 yılında 215, 2002 yılında 164 ve 2003 yılında ise 150 ve uzun sürelielerde 2001 yılında 147, 2002 yılında 253 ve 2003 yılında ise, 205 olarak gerçekleşmiştir.

Buna göre şirketin yabancı kaynaklarındaki artış eğilimi, öz sermayesindeki artış eğiliminden daha düşük olarak gerçekleşmiştir. Sadece 2001 yılında yabancı kaynakların artışı öz sermayeden fazla olarak gerçekleşmiştir. Dolayısıyla şirketin öz

sermayesinin yeterli olduğunu ve yabancı kaynaklarını ödemede güçlük çekmeyeceğini söyleyebiliriz.

- **Net Satışlar – Satışların Maliyeti**

Söktaş A.Ş.’nin net satışları temel yıl olarak seçilen 2000 yılına göre artış göstermiştir. Temel yılı 100 olarak aldığımızda net satışlardaki artışlar, 2001 yılında 225, 2002 yılında 308 ve 2003 yılında ise, 220 olarak gerçekleşmiştir. Satışların maliyetinin gelişimi ise, 2001 yılında 178, 2002 yılında 251 ve 2003 yılında ise, 199 olarak gerçekleşmiştir.

Buna göre satışların maliyeti kalemindeki artış eğilimi her yıl için net satışlardaki artış eğiliminden düşük olarak gerçekleşmiştir. Böyle bir durum, işletmenin maliyetler üzerinde kontrol sağlayabildiği ve brüt satış kârının arttığı anlamına geldiğinden şirket için olumlu olarak değerlendirilmelidir.

- **Net Satışlar – Brüt Satışlar**

Söktaş A.Ş.’nin net satışları temel yıl olarak seçilen 2000 yılına göre artış göstermiştir. Temel yılı 100 olarak aldığımızda net satışlardaki artışlar, 2001 yılında 225, 2002 yılında 308 ve 2003 yılında ise, 220 olarak gerçekleşmiştir. Brüt satış kârının gelişimi ise, 2001 yılında 508, 2002 yılında 656 ve 2003 yılında ise 349 olarak gerçekleşmiştir.

Buna göre brüt satış kârında 2003 yılında düşüş olmakla beraber her yıl için net satışların oldukça üstünde gerçekleşmiştir. Bu duruma göre faaliyet giderleri karşılandıktan sonra şirkete yeterli bir faaliyet kârı kalacağı şeklinde yorumlanabilir.

Eğilim yüzdelerine göre şirketin çeşitli kârlılık düzeyleri şu şekilde yorumlanabilir.

Şirketin esas faaliyet kârının 2001 ve 2002 yıllarında oldukça yüksek gerçekleştiği görülmektedir. Bunun nedeni olarak şirketin 2000 yılını zararla kapatmış olmasını gösterebiliriz. Şirketin 2000 yılında negatif olan faaliyet kârı 2001

yılında yine negatif olarak gerçekleşmiştir. 2002 ve 2003 yıllarında artış eğilimi göstermiştir. Dönem net kârı ise 2000 yılında negatif iken, 2001 yılında olumlu yönde biraz artmakla beraber yine negatif olarak gerçekleşmiştir.

## 4.2. Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin 2000 - 2003 Dönemine Ait Malî Tablolarının Eğilim Yüzdeleri Tekniğine Göre Değerlendirilmesi

Çizelge 43: Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş. Eğilim Yüzdelerine Göre Düzenlenmiş Bilançosu

	2000	2001	2002	2003
<b>AKTİF</b>				
<b>I. DÖNEN VARLIKLAR</b>	100	246	371	534
A. Hazır Değerler	100	101	6909	2726
1. Kasa	100	246	417	334
3. Diğer Hazır Değerler	100	32	0	0
C. Kısa Vadeli Ticari Alacaklar	100	186	326	353
1. Alıcılar	100	191	334	363
2. Alacak Senetleri	100	276	235	114
3. Verilen Depozito ve Teminatlar	100	296	1595	3225
5. Alacak Reeskontu (-)	100	150	244	124
6. Şüpheli Alacaklar Karşılığı (-)	100	11877	11877	12979
D. Diğer Kısa Vadeli Alacaklar	100	446	439	680
1. Ortaklardan Alacaklar	100	1281	1278	2152
4. Kısa Vadeli Diğer Alacaklar	100	13	18	41
E. Stoklar	100	159	251	547
1. İlk Madde ve Malzeme	100	147	258	510
2. Yarı Mamüller	100	66	105	186
3. Ara Mamüller	100	412	505	1307
4. Mamüller	100	80	67	135
5. Emtia	100	143	26	132
6. Diğer Stoklar	100	97	31	628
8. Verilen Sipariş Avansları	100	586	2105	4752
F. Diğer Dönen Varlıklar	100	251	407	492
<b>II. DURAN VARLIKLAR</b>	100	191	255	323
C. Finansal Duran Varlıklar	100	81	82	84
3. İştirakler	100	100	100	138
9. Diğer Finansal Duran Varlıklar	100	78	78	78
D. Maddi Duran Varlıklar	100	192	258	326
1. Arazi ve Arsalar	100	100	822	811
3. Binalar	100	186	258	335
4. Makine, Tesis ve Cihazlar	100	190	269	378
5. Taşıt Araç ve Gereçleri	100	128	444	931
6. Döşeme ve Demirbaşlar	100	184	272	349
8. Birikmiş Amortismanlar (-)	100	178	277	422
9. Yapılmakta Olan Yatırımlar	100	0	0	0

Çizelge 43'ün devamı				
10. Verilen Sipariş Avansları	100	70	158	0
<b>AKTİF TOPLAMI</b>	100	224	324	448
<b>PASİF</b>				
<b>I. KISA VADELİ BORÇLAR</b>	100	267	200	346
A. Finansal Borçlar	100	395	44	398
1. Banka Kredileri	100	369	44	397
2. Uzun Vad Kredi Anapara Taksit ve Faiz.	100	14624	478	536
B. Ticarî Borçlar	100	182	320	336
1. Satıcılar	100	185	321	305
2. Borç Senetleri	100	91	284	1139
5. Borç Reeskontu (-)	100	107	188	1769
C. Diğer Kısa Vadeli Borçlar	100	98	41	128
4. Ödenecek Giderler	100	137	0	0
5. Öde. Vergi, Harç ve Diğer Kesintiler	100	93	21	41
D. Alınan Sipariş Avansları	100	3	0,45	40
E. Borç ve Gider Karşılıkları	100	97	494	110
1. Vergi Karşılıkları	100	94	495	108
2. Diğer Borç ve Gider Karşılıkları	100	337	407	304
<b>II. UZUN VADELİ BORÇLAR</b>	100	204	3	225
A. Finansal Borçlar	100	204	0,65	0
1. Banka Kredileri	100	204	0,72	0
E. Borç ve Gider Karşılıkları	100	193	292	398
1. Kıdem Tazminatı Karşılıkları	100	1992	3008	4104
<b>III. ÖZ SERMAYE</b>	100	198	604	656
A. Sermaye	100	742	3821	3820
C. Emisyon Primi	100	9	11	11
D. Yeniden Değerleme Değer Artışı	100	97	193	247
1. Duran Varlıklardaki Değer Artışı	100	97	194	249
2. İştiraklerdeki Değer Artışı	100	5	5	5
E. Yedekler	100	274	1461	2699
1. Yasal Yedekler	100	186	961	1771
F. Net Dönem Karı	100	445	464	177
<b>PASİF TOPLAMI</b>	100	224	324	448

Çizelge 44: Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş. Eğilim Yüzdelerine Göre Düzenlenmiş Gelir Tablosu

	2000	2001	2002	2003
A. Brüt Satışlar	100	199	290	394
1. Yurtiçi Satışlar	100	161	208	243
2. Yurtdışı Satışlar	100	209	315	442
3. Diğer Satışlar	100	271	296	283
B. Satışlardan İndirimler (-)	100	109	18	101
1. Satıştan İadeler (-)	100	125	17	133
2. Satış İskontoları (-)	100	56	20	0
C. Net Satışlar	100	200	294	398
D. Satışların Maliyeti (-)	100	156	272	426
BRÜT SATIŞ KÂRI (ZARARI)	100	383	387	280
E. Faaliyet Giderleri (-)	100	387	623	727
2. Pazarlama, Satış ve Dağıtım Gid. (-)	100	217	529	669
3. Genel Yönetim Giderleri (-)	100	657	772	817
ESAS FAALİYET KÂRI (ZARARI)	100	382	312	139
F. Diğer Faaliyetlerden Gelirler ve Kârlar	100	749	549	1438
3. Faiz ve Diğer Temettü Gelirleri	100	683	414	424
4. Faaliyetle İlgili Diğer Gelir ve Kârlar	100	1039	1129	5800
G. Diğer Faaliyetlerden Gid ve Zararlar (-)	100	636	606	1459
H. Finansman Giderleri (-)	100	468	103	105
1. Kısa Vadeli Borçlanma Giderleri (-)	100	742	196	216
2. Uzun Vadeli Borçlanma Giderleri (-)	100	251	29	17
FAALİYET KÂRI (ZARARI)	100	361	465	163
I. Olağanüstü Gelirler ve Kârlar	100	313	188	467
2. Önceki Dönem Gelir ve Kârları	100	0	182	631
3. Diğer Olağanüstü Gelirler ve Kârlar	100	67	200	141
J. Olağanüstü Giderler ve Zararlar (-)	100	22	26	463
1. Çalışmayan Kıs. Gid ve Zararları (-)	100	137	139	0
2. Önceki Dönem Gider ve Zararları (-)	100	3	0	386
DÖNEM KÂRI (ZARARI)	100	371	471	163
K. Öde. Vergi ve Yasal Yükümlülükler (-)	100	94	495	108
NET DÖNEM KÂRI (ZARARI)	100	445	464	177

- **Ticarî Alacaklar – Net Satışlar**

Menderes Tekstil A.Ş.’nin ticarî alacakları temel yıl olarak seçilen 2000 yılına göre artış göstermiştir. Temel yılı 100 olarak aldığımızda ticarî alacaklardaki artışlar, 2001 yılında 186, 2002 yılında 326 ve 2003 yılında ise, 353 olarak gerçekleşmiştir. Net satışların gelişimi ise, 2001 yılında 200, 2002 yılında 294 ve 2003 yılında ise 398 olarak gerçekleşmiştir.

Buna göre Menderes Tekstil A.Ş.’de net satışlar incelenen dönemde 2002 yılı hariç diğer yıllarda ticarî alacaklardaki artıştan daha fazla olmuştur. 2002 yılında ise,

net satışlar artış eğilimi gösterirken ticarî alacaklardaki artış daha fazla olmuştur. Diğer yıllarda da artış oranları birbirine yakın gerçekleşmiştir. Bu durumda Menderes Tekstil A.Ş.'nin alacaklarını tahsilde güçlüklerle karşılaşma olasılığı olduğu söylenebilir.

- **Stoklar – Satışlar**

Menderes Tekstil A.Ş.'nin stokları temel yıl olarak seçilen 2000 yılına göre artış göstermiştir. Temel yılı 100 olarak aldığımızda stoklardaki artışlar, 2001 yılında 159, 2002 yılında 251 ve 2003 yılında ise, 547 olarak gerçekleşmiştir. Net satışların gelişimi ise, 2001 yılında 200, 2002 yılında 294 ve 2003 yılında ise 398 olarak gerçekleşmiştir.

Buna göre stoklardaki artış hızı 2003 yılı hariç satışlardan daha az gerçekleşmiştir. 2003 yılında ise, stoklardaki artış hızı net satışlardan daha fazla gerçekleşmiştir. Buna göre şirketin 2003 yılında stoklara aşırı yatırım yaptığını söyleyebiliriz. Ticarî alacaklar – net satışlar karşılaştırması ile birlikte değerlendirildiğinde 2003 yılında şirketin ticarî alacaklarındaki artış net satışlardaki artıştan daha fazla gerçekleşmişti. 2003 yılında şirketin stoklarını dağılımına bakıldığında ise, en büyük payı ilk madde ve malzeme ile mamul stoklarının aldığı görülmektedir. Buna göre şirketin satışlarını artırma yönünde güçlüklerle karşılaştığı söylenebilir.

- **Maddi Duran Varlıklar – Net Satışlar**

Menderes Tekstil A.Ş.'nin maddi duran varlıkları temel yıl olarak seçilen 2000 yılına göre artış göstermiştir. Temel yılı 100 olarak aldığımızda maddi duran varlıklardaki artışlar, 2001 yılında 192, 2002 yılında 258 ve 2003 yılında ise, 326 olarak gerçekleşmiştir. Net satışların gelişimi ise, 2001 yılında 200, 2002 yılında 294 ve 2003 yılında ise 398 olarak gerçekleşmiştir.

Buna göre, şirkette maddi duran varlıkların artış eğilimine karşılık net satışlarda da artış eğilimi görülmüştür. İncelenen dönemdeki her yılda net satışların

artışı maddi duran varlıklardan daha fazla olarak gerçekleşmiştir. Buna şirketin maddi duran varlıklarına aşırı yatırım yaptığı söylenemeyeceği gibi, maddi duran varlıklarını üretimde etkin bir şekilde kullandığını da söyleyebiliriz.

- **Dönen Varlıklar – Kısa Süreli Yabancı Kaynaklar**

Menderes Tekstil A.Ş.'nin dönen varlıkları temel yıl olarak seçilen 2000 yılına göre artış göstermiştir. Temel yılı 100 olarak aldığımızda dönen varlıklardaki artışlar, 2001 yılında 246, 2002 yılında 371 ve 2003 yılında ise, 534 olarak gerçekleşmiştir. Kısa süreli yabancı kaynakların gelişimi ise, 2001 yılında 267, 2002 yılında 200 ve 2003 yılında ise 346 olarak gerçekleşmiştir.

Buna göre 2001 yılı hariç diğer yıllarda kısa süreli yabancı kaynaklardaki artışlar dönen varlıklardan daha az olarak gerçekleşmiştir. Dolayısıyla 2001 yılı hariç diğer yıllarda şirketin kısa süreli yabancı kaynaklarını ödeme gücüne sahip olduğunu söyleyebiliriz.

Şirketin likiditesi için dönen varlıkların bileşimine bakıldığında ise, şirketin incelenen her yılda stoklarını ve ticarî alacaklarının dönen varlıklarının büyük bir bölümünü oluşturduğunu görüyoruz. Bu nedenle şirketin alacak devir hızı ve stok devir hızını yükseltmesi halinde kısa süreli yabancı kaynaklarını ödemede güçlükle karşılaşmayacağını söyleyebiliriz. Analizin daha sağlıklı yapılabilmesi için kısa süreli yabancı kaynakların vade yapısının da bilinmesi gerektiği unutulmamalıdır.

- **Öz Sermaye – Yabancı Kaynaklar**

Menderes Tekstil A.Ş.'nin öz sermayesi temel yıl olarak seçilen 2000 yılına göre artış göstermiştir. Temel yılı 100 olarak aldığımızda öz sermayesindeki artışlar, 2001 yılında 198, 2002 yılında 604 ve 2003 yılında ise, 656 olarak gerçekleşmiştir. Yabancı kaynakların gelişimi ise, kısa sürelielerde 2001 yılında 267, 2002 yılında 200 ve 2003 yılında ise 346 ve uzun sürelielerde 2001 yılında 204, 2002 yılında 3 ve 2003 yılında ise, 225 olarak gerçekleşmiştir.



Buna göre şirketin yabancı kaynaklarındaki artış eğilimi, 2001 yılı hariç diğer yıllarda öz sermayesindeki artış eğiliminden daha düşük olarak gerçekleşmiştir. Dolayısıyla şirketin öz sermayesinin yeterli olduğunu ve yabancı kaynaklarını ödemede güçlük çekmeyeceğini söyleyebiliriz. Yabancı kaynakların dağılımına bakıldığında ise, şirketin finansmanda daha çok kısa süreli yabancı kaynaklar kullandığı görülmektedir. Bu da şirketin yeterli likiditeyi sağlayamaması durumunda kısa vadede borç baskısı altına girebileceği şeklinde yorumlanabilir.

- **Net Satışlar – Satışların Maliyeti**

Menderes Tekstil A.Ş.'nin net satışları temel yıl olarak seçilen 2000 yılına göre artış göstermiştir. Temel yılı 100 olarak aldığımızda net satışlardaki artışlar, 2001 yılında 200, 2002 yılında 294 ve 2003 yılında ise, 398 olarak gerçekleşmiştir. Satışların maliyetinin gelişimi ise, 2001 yılında 156, 2002 yılında 272 ve 2003 yılında ise 426 olarak gerçekleşmiştir.

Buna göre satışların maliyeti kalemindeki artış eğilimi 2003 yılı hariç her yıl için net satışlardaki artış eğiliminden düşük olarak gerçekleşmiştir. Böyle bir durum, işletmenin maliyetler üzerinde kontrol sağlayabildiği ve brüt satış kârının arttığı anlamına geldiğinden şirket için olumlu olarak değerlendirilmelidir. Fakat bu olumlu değerlendirmenin 2003 yılı için yapılması mümkün değildir.

- **Net Satışlar – Brüt Satışlar**

Menderes Tekstil A.Ş.'nin net satışları temel yıl olarak seçilen 2000 yılına göre artış göstermiştir. Temel yılı 100 olarak aldığımızda net satışlardaki artışlar, 2001 yılında 200, 2002 yılında 294 ve 2003 yılında ise, 398 olarak gerçekleşmiştir. Brüt satış kârının gelişimi ise, 2001 yılında 383, 2002 yılında 387 ve 2003 yılında ise, 280 olarak gerçekleşmiştir.

Buna göre brüt satış kârındaki artış hızı 2003 yılı hariç diğer yıllarda net satışlardan daha yüksek olarak gerçekleşmiştir. Dolayısıyla bu yıllarda iade ve iskontoların fazla olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Eğilim yüzdelerine göre şirketin çeşitli kârlılık düzeyleri şu şekilde yorumlanabilir.

Şirketin esas faaliyet kârının 2001 ve 2002 yıllarında oldukça yüksek gerçekleştiği görülmektedir. Şirketin 2000-2001 yıllarında artış eğilimi gösteren faaliyet kârında 2003 yılında artış daha düşük olarak gerçekleşmiştir. Zaten dönem net kârı da 2003 yılında diğer yıllara göre düşük olarak gerçekleşmiştir.

### 4.3. Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi A.Ş.'nin 2000-2003 Dönemine Ait Mali Tablolarının Eğilim Yüzdeleri Tekniğine Göre Değerlendirilmesi

Çizelge 45: Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi A.Ş. Eğilim Yüzdelerine Göre Düzenlenmiş Bilançosu

	2000	2001	2002	2003
<b>AKTİF</b>				
<b>I. DÖNEN VARLIKLAR</b>	100	211	262	164
A. Hazır Değerler	100	116	193	219
1. Kasa	100	102	151	1750
2. Bankalar	100	105	196	218
3. Diğer Hazır Değerler	100	321	153	102
B. Menkul Kıymetler	100	1805	383	0
4. Diğer Menkul Kıymetler	100	1805	383	0
C. Kısa Vadeli Ticarî Alacaklar	100	142	375	105
1. Alıcılar	100	143	176	101
2. Alacak Senetleri	100	133	8736	1412
4. Diğer Kısa Vadeli Ticarî Alacaklar	100	99	115	0
5. Alacak Reeskontu (-)	100	242	25033	17987
6. Şüpheli Alacaklar Karşılığı (-)	100	116	116	500
D. Diğer Kısa Vadeli Alacaklar	100	1104	291	0,5
1. Ortaklardan Alacaklar	100	100	100	100
3. Bağlı Ortaklıklardan Alacaklar	100	144	0	1512
4. Kısa Vadeli Diğer Alacaklar	100	41082	53679	50858
E. Stoklar	100	183	194	212
1. İlk Madde ve Malzeme	100	238	159	110
2. Yarı Mamüller	100	147	172	219
4. Mamüller	100	116	235	329
6. Diğer Stoklar	100	161	613	743
8. Verilen Sipariş Avansları	100	3	0,6	525
F. Diğer Dönen Varlıklar	100	220	140	174
<b>II. DURAN VARLIKLAR</b>	100	137	152	99
A. Uzun Vadeli Ticari Alacaklar	100	100	100	79
3. Verilen Depozito ve Teminatlar	100	100	100	79
C. Finansal Duran Varlıklar	100	129	128	26
6. Bağlı Ortaklıklar	100	129	129	129
8. Bağlı Ortaklıklar Değer Düş Karş. (-)	100	100	100	76037
9. Diğer Finansal Duran Varlıklar	100	114	93	111
D. Maddi Duran Varlıklar	100	143	168	145
1. Arazi ve Arsalar	100	100	100	100
2. Yerüstü ve Yeraltı Düzenleri	100	147	338	401
3. Binalar	100	134	193	238
4. Makine, Tesis ve Cihazlar	100	154	196	222
5. Taşıt Araç ve Gereçleri	100	129	149	104
6. Döşeme ve Demirbaşlar	100	140	203	247
7. Diğer Maddi Duran Varlıklar	100	122	164	193
8. Birikmiş Amortismanlar (-)	100	154	211	273
9. Yapılmakta Olan Yatırımlar	100	0	97	0

Çizelge 45'in devamı

E. Maddi Olmayan Duran Varlıklar	100	897	1061	1673
2. Haklar	100	100	39	24
4. Diğer Maddi Olmayan Duran Varl.	100	922	1093	1725
<b>A K T İ F T O P L A M I</b>	100	156	179	116
<b>PASİF</b>				
<b>I. KISA VADELİ BORÇLAR</b>	100	142	177	95
A. Finansal Borçlar	100	83	157	43
1. Banka Kredileri	100	83	157	43
2. Uzun Vad. Kredi Anapara Tak. ve F.	100	0	0	0
B. Ticari Borçlar	100	227	207	147
1. Satıcılar	100	227	207	147
4. Diğer Ticari Borçlar	100	73	56	63
C. Diğer Kısa Vadeli Borçlar	100	106	137	95
1. Ortaklara Borçlar	100	89	83	78
3. Bağlı Ortaklıklara Borçlar	100	0	0	0
4. Ödenecek Giderler	100	109	159	121
5. Öd. Vergi, Harç ve Diğer Kesintiler	100	180	244	116
7. Kısa Vadeli Diğer Borçlar	100	39	26	55
E. Borç ve Gider Karşılıkları	100	145	304	250
2. Diğer Borç ve Gider Karşılıkları	100	145	182	250
<b>II. UZUN VADELİ BORÇLAR</b>	100	105	85	103
B. Ticari Borçlar	100	70	0,2	0
1. Satıcılar	100	70	0	0
3. Alman Depozito ve Teminatlar	100	214	243	0
E. Borç ve Gider Karşılıkları	100	142	173	209
1. Kıdem Tazminatı Karşılıkları	100	142	173	209
<b>III. ÖZ SERMAYE</b>	100	181	215	131
A. Sermaye	100	150	150	150
D. Yeniden Değerleme Değer Artışı	100	246	437	553
1. Duran Varlıklardaki Değer Artışı	100	246	437	552
2. İştiraklerdeki Değer Artışı	100	1025	1025	1025
E. Yedekler	100	100	100	104
1. Yasal Yedekler	100	100	100	100
4. Olağanüstü Yedek	100	100	100	100
5. Maliyet Artış Fonu	100	131	131	880
<b>PASİF TOPLAMI</b>	100	156	180	116

Çizelge 46: Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi A.Ş. Eğilim Yüzdelerine Göre Düzenlenmiş Gelir Tablosu

	2000	2001	2002	2003
A. Brüt Satışlar	100	218	239	248
1. Yurtiçi Satışlar	100	179	262	248
2. Yurtdışı Satışlar	100	316	181	239
B. Satışlardan İndirimler (-)	100	1484	357	1184
2. Satış İskontoları (-)	100	59	0	0
3. Diğer İndirimler (-)	100	5618	1377	561
C. Net Satışlar	100	216	239	246
D. Satışların Maliyeti (-)	100	194	236	265
BRÜT SATIŞ KÂRI (ZARARI)	100	1084	381	487
E. Faaliyet Giderleri (-)	100	179	136	139
2. Pazarlama, Satış ve Dağıtım Gid. (-)	100	400	241	258
3. Genel Yönetim Giderleri (-)	100	130	112	112
ESAS FAALİYET KÂRI (ZARARI)	100	-101	60	333
F. Diğer Faaliyetlerden Gelirler ve Kârlar	100	212	133	65
1. İştiraklerden Temettü Gelirleri	100	260	8	18
3. Faiz ve Diğer Temettü Gelirleri	100	789	430	121
4. Faaliyetle İlgili Diğer Gel. ve Kârlar	100	39	49	49
G. Diğer Faaliyetlerden Gid ve Zararlar (-)	100	129	2291	10777
H. Finansman Giderleri (-)	100	191	48	15
1. Kısa Vadeli Borçlanma Giderleri (-)	100	227	45	16
2. Uzun Vadeli Borçlanma Giderleri (-)	100	89	57	13
FAALİYET KÂRI (ZARARI)	100	-22	146	901
I. Olağanüstü Gelirler ve Kârlar	100	308	15	2694
3. Diğer Olağanüstü Gelirler ve Kârlar	100	308	15	559
J. Olağanüstü Giderler ve Zararlar (-)	100	97	2503	23792
1. Çalışmayan Kıs. Gid ve Zararları (-)	100	0	0	842295
2. Önceki Dönem Gider ve Zararları (-)	100			
3. Diğer Olağanüstü Gid. ve Zararlar (-)	100	99	94	108
DÖNEM KÂRI (ZARARI)	100	23	152	950
K. Öd. Vergi ve Yasal Yükümlülükler (-)	100			
NET DÖNEM KÂRI (ZARARI)	100	23	161	950

- **Ticarî Alacaklar – Net Satışlar**

Gimsan Gediz İplik A.Ş.’nin ticarî alacakları temel yıl olarak seçilen 2000 yılına göre artış göstermiştir. Temel yılı 100 olarak aldığımızda ticarî alacaklardaki artışlar, 2001 yılında 142, 2002 yılında 375 ve 2003 yılında ise, 105 olarak gerçekleşmiştir. Net satışların gelişimi ise, 2001 yılında 216, 2002 yılında 239 ve 2003 yılında ise, 246 olarak gerçekleşmiştir.

Buna göre Gimsan Gediz İplik A.Ş.’de incelenen dönemde 2002 yılında ticarî alacaklardaki artış hızı net satışların oldukça üzerinde olmuştur. Buna göre

2002 yılında şirketin alacaklarını vadelerinde tahsil edemediğini söyleyebiliriz. Diğer iki yılda ise, net satışlardaki artış hızı ticarî alacaklardaki artıştan daha fazla olmuştur. Dolayısıyla bu iki yılda şirketin alacaklarını tahsilde sorunla karşılaşmayacağını söyleyebiliriz.

- **Stoklar – Satışlar**

Gimsan Gediz İplik A.Ş.'nin stokları temel yıl olarak seçilen 2000 yılına göre artış göstermiştir. Temel yılı 100 olarak aldığımızda stoklardaki artışlar, 2001 yılında 183, 2002 yılında 194 ve 2003 yılında ise, 212 olarak gerçekleşmiştir. Net satışların gelişimi ise, 2001 yılında 216, 2002 yılında 239 ve 2003 yılında ise, 246 olarak gerçekleşmiştir.

Buna göre stoklardaki artış hızı incelenen dönemdeki her yılda net satışlardan daha az gerçekleşmiştir. Buna göre şirketin satış politikasında herhangi bir sorunla karşılaşmadığını söyleyebiliriz.

- **Maddi Duran Varlıklar – Net Satışlar**

Gimsan Gediz İplik A.Ş.'nin maddi duran varlıkları temel yıl olarak seçilen 2000 yılına göre artış göstermiştir. Temel yılı 100 olarak aldığımızda maddi duran varlıklardaki artışlar, 2001 yılında 143, 2002 yılında 168 ve 2003 yılında ise, 145 olarak gerçekleşmiştir. Net satışların gelişimi ise, 2001 yılında 216, 2002 yılında 239 ve 2003 yılında ise 246 olarak gerçekleşmiştir.

Buna göre, şirkette maddi duran varlıkların artış eğilimine karşılık net satışlarda daha fazla artış eğilimi görülmüştür. Bu nedenle şirkette maddi duran varlıklara aşırı yatırım yapılmadığını ve maddi duran varlıkların üretimde etkin bir şekilde kullanıldığını söyleyebiliriz.

- **Dönen Varlıklar – Kısa Süreli Yabancı Kaynaklar**

Gimsan Gediz İplik A.Ş.'nin dönen varlıkları temel yıl olarak seçilen 2000 yılına göre artış göstermiştir. Temel yılı 100 olarak aldığımızda dönen varlıklardaki

artışlar, 2001 yılında 211, 2002 yılında 262 ve 2003 yılında ise, 164 olarak gerçekleşmiştir. Kısa süreli yabancı kaynakların gelişimi ise, 2001 yılında 142, 2002 yılında 177 ve 2003 yılında ise, 95 olarak gerçekleşmiştir.

Buna göre şirkette kısa süreli yabancı kaynakların artış eğilimi incelenen dönemdeki her yılda dönen varlıklardan daha fazla gerçekleşmiştir. 2003 yılında dönen varlıklardaki azalma eğilimine karşılık kısa süreli yabancı kaynaklardaki azalış eğilimi daha fazla olmuştur. Dolayısıyla Gimsan Gediz İplik A.Ş.'nin kısa süreli yabancı kaynaklarını ödeme gücüne sahip olduğunu söyleyebiliriz.

Şirketin dönen varlıklarının bileşimine de bakıldığında genellikle stoklara ve ticarî alacaklara yatırım yapıldığı görülmektedir. Dolayısıyla likiditenin zamanında sağlanabilmesi için şirketin alacak ve stoklarının devir hızını artırması gerektiğini söyleyebiliriz.

- **Öz Sermaye – Yabancı Kaynaklar**

Gimsan Gediz İplik A.Ş.'nin öz sermayesi temel yıl olarak seçilen 2000 yılına göre artış göstermiştir. Temel yılı 100 olarak aldığımızda öz sermayedeki artışlar, 2001 yılında 181, 2002 yılında 215 ve 2003 yılında ise, 131 olarak gerçekleşmiştir. Yabancı kaynakların gelişimi ise, kısa sürelielerde 2001 yılında 142, 2002 yılında 177 ve 2003 yılında ise, 95 ve uzun sürelielerde 2001 yılında 105, 2002 yılında 85 ve 2003 yılında ise, 103 olarak gerçekleşmiştir.

Buna göre şirketin toplam yabancı kaynaklarındaki artış eğilimi incelenen her dönemde, öz sermayesindeki artış eğiliminden daha düşük olarak gerçekleşmiştir. Hatta şirketin toplam yabancı kaynakları 2003 yılında düşüş eğilimi göstermiştir. Dolayısıyla şirketin öz sermayesinin yeterli olduğunu ve yabancı kaynaklarını ödemede güçlük çekmeyeceğini söyleyebiliriz. Fakat şirketin öz sermayesindeki artış eğilimi 2003 yılında düşüş göstermiştir.

Şirketin yabancı kaynakları kendi içerisinde değerlendirildiğinde, 2003 yılı hariç diğer yıllarda kısa süreli yabancı kaynakların daha fazla olduğu görülmektedir.

Buna göre şirketin finansmanda daha çok kısa süreli yabancı kaynakları kullandığı söylenebilir. Dolayısıyla bu durum olumlu olarak değerlendirilemez. 2003 yılında ise, uzun süreli yabancı kaynaklar artarken, kısa süreli yabancı kaynaklarında düşüş eğilimi görülmüştür.

- **Net Satışlar – Satışların Maliyeti**

Gimsan Gediz İplik A.Ş.'nin net satışları temel yıl olarak seçilen 2000 yılına göre artış göstermiştir. Temel yılı 100 olarak aldığımızda net satışlardaki artışlar, 2001 yılında 216, 2002 yılında 239 ve 2003 yılında ise, 246 olarak gerçekleşmiştir. Satışların maliyetinin gelişimi ise, 2001 yılında 194, 2002 yılında 236 ve 2003 yılında ise 265 olarak gerçekleşmiştir.

Buna göre satışların maliyeti kalemindeki artış eğilimi 2003 yılı hariç her yıl için net satışlardaki artış eğiliminden düşük olarak gerçekleşmiştir. Böyle bir durum, işletmenin maliyetler üzerinde kontrol sağlayabildiği ve brüt satış kârının arttığı anlamına geldiğinden şirket için olumlu olarak değerlendirilmelidir. Fakat bu olumlu değerlendirmenin 2003 yılı için yapılması mümkün değildir.

- **Net Satışlar – Brüt Satışlar**

Gimsan Gediz İplik A.Ş.'nin net satışları temel yıl olarak seçilen 2000 yılına göre artış göstermiştir. Temel yılı 100 olarak aldığımızda net satışlardaki artışlar, 2001 yılında 216, 2002 yılında 239 ve 2003 yılında ise, 246 olarak gerçekleşmiştir. Brüt satış kârının gelişimi ise, 2001 yılında 1084, 2002 yılında 381 ve 2003 yılında ise 487 olarak gerçekleşmiştir.

Buna göre brüt satış kârında 2001 yılında oldukça yüksek bir artış eğilimi görülmüştür. Diğer yıllarda ise, düşüş olmakla beraber her yıl için net satışların oldukça üstünde gerçekleşmiştir. Bu duruma göre faaliyet giderleri karşılandıktan sonra şirkete yeterli bir faaliyet kârı kalacağı şeklinde yorumlanabilir.

Eğilim yüzdelere göre şirketin çeşitli kârlılık düzeyleri şu şekilde yorumlanabilir.



Şirketin esas faaliyet kârının 2001 yılında yükselme eğilimi gösterdiği görülmektedir. 2002 yılında düşüş gösteren oran 2003 yılında tekrar yükselmiştir. 2001 yılında şirkette negatif getiri elde edildiği görülmektedir. 2002 yılında artış gösteren dönem net kârı 2003 yılında artış eğilimini artırarak sürdürmüştür.

### **5. Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş., Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi A.Ş. ve Söktaş Pamuk ve Tarım Ürünlerini Değerlendirme Ticaret ve Sanayi A.Ş.'de Yüzde (Dikey) Tekniğinin Uygulanması**

Yüzde yöntemi ile analiz tekniğinde; malî tablolarda yer alan her kalem aynı tabloda yer alan belirli bir kaleme veya toplam kısmına oranlanmakta ve bulunan yüzdelere göre ifade edilmektedir. Yüzde yöntemi ile analiz, daha çok bilançoların ve gelir tablolarının dikey analizinde kullanılmaktadır. Bu yöntemden tek döneme ait malî tabloların analizinde yararlanılmaktadır. Bu nedenle statik bir analiz türüdür. Ancak istenirse, yüzde yöntemine göre hazırlanmış birden fazla döneme ait malî tabloların karşılaştırmasının yapılarak, bu analiz tekniğine dinamik bir nitelik kazandırılabilir (Akdoğan, 2004: 535).

Yüzde yöntemine göre analiz üç sütun üzerinde yapılır. Birinci sütuna bilanço verilerinin tutarları, ikinci sütuna her kalemin kendi grup toplamı içindeki oranı yazılır. Üçüncü sütuna ise, her kalemin bilanço toplamına olan oranı yazılır. Gelir tablolarının yüzde yöntemine göre analizinde, net satışlar yüz olarak kabul edilir ve diğer kalemler net satışlara oranlanır.

Bu yöntemde elde edilen yüzdelere, aynı faaliyet kolundaki diğer işletmelerle karşılaştırılır. Böylece, aynı faaliyet kolundaki diğer işletmeler içindeki malî durum ve faaliyet sonuçlarını karşılaştırarak değerlendirme yapılmış olur (Çetiner, 2000: 117).

## **A. Varlık Yapısının Analizi**

Şirketin varlık yapısının analizinde, duran varlıkların ve dönen varlıkların varlık toplamından aldığı pay analiz edilir.

Burada ticaret işletmelerinde dönen varlıkların dikey yüzdesinin, duran varlıkların dikey yüzdesinden fazla olması istenirken, üretim işletmelerinde, duran varlıkların dikey yüzdesinin dönen varlıkların dikey yüzdesinden fazla olması istenir.

## **B. Kaynak Yapısının Analizi**

Şirketin kaynak dağılımının incelenmesiyle, varlıkların hangi kaynaklar tarafından finanse edildiği belirlenmeye çalışılır. Dolayısıyla bu şekilde, şirketin malî yapısı hakkında da bilgi sahibi olunur.

## **C. Varlık – Kaynak Dağılımının İncelenmesi**

### **1. Dönen Varlıklar – Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar**

Şirketin kısa vadeli yabancı kaynaklarını ödeme gücünü ölçmek ve net işletme sermayesine sahip olup olmadığının belirlenmesi amacıyla bu karşılaştırma yapılır. Bunun için dönen varlıkların aktif toplamı içerisindeki dikey yüzdesinin, kısa vadeli yabancı kaynakların pasif toplamı içerisindeki dikey yüzdesinden her zaman daha fazla olması gerekir.

### **2. Duran Varlıklar – Öz Kaynaklar**

Şirkette öz kaynakların duran varlıkların finansmanı için yeterli olup olmadığının belirlenmesi amacıyla yapılır. Duran varlıkların finansmanında öncelikle öz kaynakların kullanılması, eğer öz kaynaklar yeterli değilse, uzun vadeli yabancı kaynakların kullanılması finansmanda uyum ilkesi için önemlidir. Eğer öz kaynaklar ve uzun vadeli yabancı kaynaklar duran varlıkların finansmanı için yeterli değilse, şirket duran varlıkların finansmanında kısa vadeli yabancı kaynaklar kullanmış olur. Bu durum da istenilmeyen bir durumdur.

### **3. Ticarî Borçlar – Ticarî Alacaklar**

Aktif ve dönen varlıklar toplamı içerisinde ticarî alacakların payının bilinmesi alacakların yönetimi için önemlidir. Bu, şirketin kredili satışlar dolayısıyla müşteriye tanıdığı vadenin bilinmesi ve kredili satış politikasının belirlenmesi için önemlidir.

Pasif toplamı ve kısa vadeli yabancı kaynaklar içerisinde ticarî borçların payının bilinmesi de önemlidir. İşletme yönetimi her zaman kredili alımlar ile kredili satışlar arasındaki ilişkiyi iyi ayarlamalıdır. Alımlarını peşin yapan ancak, satışlarını kredili yapan bir şirkette net işletme sermayesinin yeterli olabilmesi için öz kaynakların yeterli olması gerekir. Alıcılarına kredili satış yapan bir şirketin, aynı olanağı kendi satıcılarından da sağlaması gerekir. Bu nedenle özellikle enflasyon dönemlerinde ticarî alacakların toplam aktif içerisindeki payının, ticarî borçların toplam kaynaklar içerisindeki payından daha az olması gerekir (Akdoğan, 2004: 571).

Çizelge 47: Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin Dikey Analize Göre Hazırlanmış Bilançoları\*

	2000		2001		2002		2003	
	GRUP	GENEL	GRUP	GENEL	GRUP	GENEL	GRUP	GENEL
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
<b>AKTİF</b>								
<b>I. DÖNEN VARLIKLAR</b>	<b>100</b>	59,457	<b>100</b>	65,464	<b>100</b>	68,046	<b>100</b>	70,801
A. Hazır Değerler	-	-	-	-	11,934	8,121	3,273	2,317
2. Bankalar	-	-	-	-	11,926	8,115	3,268	2,314
C. Kısa Vadeli Ticarî Alacaklar	32,258	19,180	24,338	15,933	28,342	19,286	21,332	15,104
1. Alıcılar	31,810	18,913	24,639	16,130	28,605	19,464	21,641	15,322
D. Diğer Kısa Vadeli Alacaklar	27,811	16,120	49,104	31,146	32,106	21,847	34,563	24,471
1. Ortaklardan Alacaklar	8,008	4,761	41,657	27,270	27,585	18,771	32,307	22,874
2. İştiraklerden Alacaklar	-	-	4,600	3,011	2,357	1,604	-	-
3. Bağlı Ortaklıklardan Alacaklar	-	-	1,846	1,208	1,249	0,850	-	-
4. Kısa Vadeli Diğer Alacaklar	19,103	11,358	1,000	0,655	-	-	1,408	1,48
E. Stoklar	38,549	22,920	24,827	16,253	26,037	17,717	32,509	27,968
1. İlk Madde ve Malzeme	14,765	8,779	8,814	5,770	10,285	6,999	14,123	9,999
2. Yarı Mamüller	9,903	5,888	2,623	1,717	2,748	1,868	3,394	2,403
3. Ara Mamüller	5,441	3,235	9,092	5,952	7,406	5,039	13,327	9,435
4. Mamüller	7,554	4,492	2,459	1,610	1,357	0,954	1,908	1,351
8. Verilen Sipariş Avansları	-	-	1,772	1,160	4,229	2,877	6,637	4,699
F. Diğer Dönen Varlıklar	1,439	0,855	1,465	0,959	1,578	1,074	1,327	0,939
<b>II. DURAN VARLIKLAR</b>	<b>100</b>	40,543	<b>100</b>	34,536	<b>100</b>	31,954	<b>100</b>	29,199
C. Finansal Duran Varlıklar	1,639	0,664	-	-	-	-	-	-
9. Diğer Finansal Duran Varlıklar	1,431	0,580	-	-	-	-	-	29,055
D. Maddî Duran Varlıklar	98,360	39,877	99,30	34,293	99,450	37,778	99,510	-
3. Binalar	50,577	20,505	49,432	17,071	51,053	16,313	52,506	15,331
4. Makine, Tesis ve Cihazlar	100,826	40,877	100,347	34,655	106,253	33,951	118,213	34,516
5. Taşıt Araç ve Gereçleri	-	-	-	-	-	-	1,094	0,319
6. Döşeme ve Demirbaşlar	2,852	1,156	2,749	0,949	-	-	3,086	0,901
8. Birikmiş Amortismanlar (-)	57,725	23,403	54,022	18,656	62,544	19,985	75,589	22,070
10. Verilen Sipariş Avansları	1,404	0,569	-	-	-	-	-	-
<b>AKTİF TOPLAMI</b>		<b>100</b>		<b>100</b>		<b>100</b>		<b>100</b>

Çizelge 48 : Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin Dikey Analize Göre Hazırlanmış Gelir Tabloları

	2000	2001	2002	2003
	NET SATIŞLARA ORANI	NET SATIŞLARA ORANI	NET SATIŞLARA ORANI	NET SATIŞLARA ORANI
	(%)	(%)	(%)	(%)
A. Brüt Satışlar	101,4	100,759	100,083	100,355
1. Yurtiçi Satışlar	23,570	18,929	16,707	14,392
2. Yurtdışı Satışlar	76,473	79,990	82,007	84,996
3. Diğer Satışlar	1,356	1,839	1,368	-
B. Satışlardan İndirimler (-)	1,399	-	-	-
1. Satıştan İadeler (-)	1,062	-	-	-
<b>C. Net Satışlar</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
D. Satışların Maliyeti (-)	80,529	62,725	74,383	86,287
<b>BRÜT SATIŞ KÂRI (ZARARI)</b>	<b>19,471</b>	<b>37,275</b>	<b>25,617</b>	<b>13,713</b>
E. Faaliyet Giderleri (-)	4,673	9,029	9,903	8,530
2. Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderleri (-)	2,868	3,108	5,160	4,824
3. Genel Yönetim Giderleri (-)	1,805	5,921	4,743	3,706
<b>ESAS FAALİYET KÂRI (ZARARI)</b>	<b>14,798</b>	<b>28,066</b>	<b>15,714</b>	<b>5,183</b>
F. Diğer Faaliyetlerden Gelirler ve Kârlar	3,590	13,440	6,701	12,975
3. Faiz ve Diğer Temettü Gelirleri	2,910	9,924	4,097	3,101
4. Faaliyetle İlgili Diğer Gelir ve Kârlar	-	3,515	2,603	9,873
G. Diğer Faaliyetlerden Giderler ve Zararlar (-)	3,565	11,323	7,352	13,078
H. Finansman Giderleri (-)	6,811	15,914	2,383	1,798
1. Kısa Vadeli Borçlanma Giderleri (-)	3,007	11,145	2,004	1,634
2. Uzun Vadeli Borçlanma Giderleri (-)	3,803	4,768	-	-
<b>FAALİYET KÂRI (ZARARI)</b>	<b>8,011</b>	<b>14,447</b>	<b>12,678</b>	<b>3,279</b>
<b>DÖNEM KÂRI (ZARARI)</b>	<b>8,007</b>	<b>14,840</b>	<b>12,826</b>	<b>3,276</b>
K. Ödenecek Vergi ve Yasal Yükümlülükler (-)	1,678	-	2,827	-
<b>NET DÖNEM KÂRI (ZARARI)</b>	<b>6,328</b>	<b>14,050</b>	<b>9,999</b>	<b>2,819</b>

\* Analizde %1'den küçük değerler değerlendirilmemiştir.

Çizelge 47'nin devamı

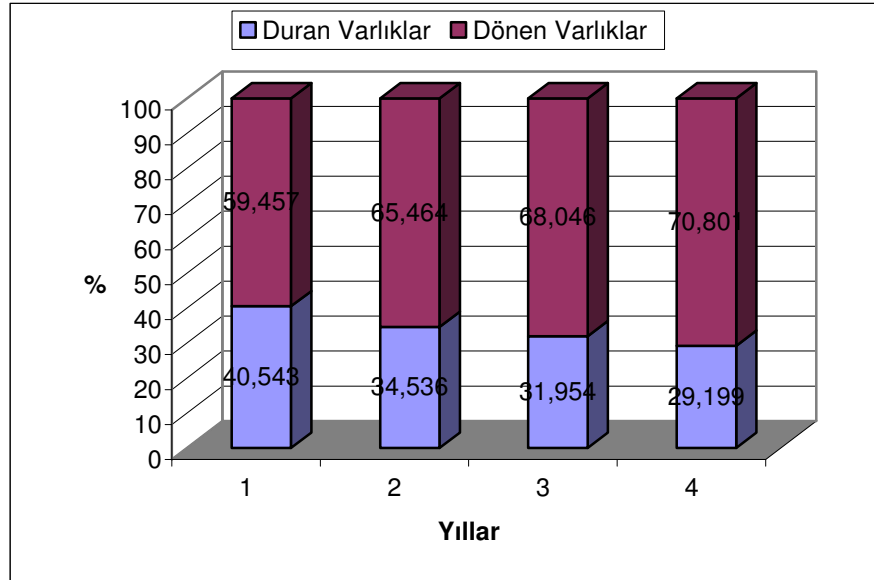
<b>PASİF</b>								
<b>I. KISA VADELİ BORÇLAR</b>	<b>100</b>	35,283	<b>100</b>	42,093	<b>100</b>	21,801	<b>100</b>	27,225
A. Finansal Borçlar	43,426	15,322	64,265	27,051	9,613	2,095	49,941	13,596
1. Banka Kredileri	43,347	15,294	59,916	25,220	9,424	2,054	49,818	13,563
2. Uzun Vad. Kredilerin Anapara Taksit ve F.	-	-	4,348	1,830	-	-	-	-
B. Ticarî Borçlar	49,441	17,445	33,625	14,153	78,953	17,213	47,996	13,067
1. Satıcılar	47,594	16,793	32,998	13,889	76,301	16,634	42,041	11,445
2. Borç Senetleri	1,918	0,676	-	-	2,718	0,572	6,318	1,720
C. Diğer Kısa Vadeli Borçlar	1,239	0,347	-	-	-	-	-	-
D. Alınan Sipariş Avansları	1,363	0,480	-	-	-	-	-	-
E. Borç ve Gider Karşılıkları	4,528	1,597	1,638	0,689	11,172	2,435	1,445	0,393
1. Vergi Karşılıkları	4,484	1,582	1,582	0,665	11,082	2,435	1,405	0,382
<b>II. UZUN VADELİ BORÇLAR</b>	<b>100</b>	22,863	<b>100</b>	20,811	<b>100</b>	0,220	<b>100</b>	11,459
A. Finansal Borçlar	99,146	22,668	99,190	20,643	20,446	0,045	-	-
1. Banka Kredileri	99,146	22,668	99,190	20,643	20,446	0,045	-	-
B. Ticarî Borçlar	-	-	-	-	-	-	98,487	11,286
1. Satıcılar	-	-	-	-	-	-	102,489	11,744
5. Borç Senetleri Reeskontu (-)	-	-	-	-	-	-	4,002	0,458
E. Borç ve Gider Karşılıkları	-	-	-	-	79,553	0,175	1,512	0,173
1. Kıdem Tazminatı Karşılıkları	-	-	-	-	79,553	0,175	1,512	0,173
<b>III. ÖZ SERMAYE</b>	<b>100</b>	41,854	<b>100</b>	37,096	<b>100</b>	77,979	<b>100</b>	61,316
A. Sermaye	9,451	3,955	35,377	13,123	59,791	46,623	55,005	33,726
C. Emisyon Primi	21,051	8,810	-	-	-	-	-	-
D. Yeniden Değerleme Değer Artışı	49,906	20,887	24,360	9,036	15,934	12,425	18,813	11,535
1. Duran Varlıklardaki Değer Artışı	49,587	20,753	24,353	9,033	15,932	12,423	18,811	11,534
E. Yedekler	5,340	2,235	7,389	2,741	12,917	10,072	21,965	13,467
1. Yasal Yedekler	-	-	-	-	-	-	1,102	0,676
4. Olağanüstü Yedek	-	-	7,005	2,598	12,266	9,565	20,862	12,791
7. Geçmiş Yıl Kârı	4,931	2,064	-	-	-	-	-	-
F. Net Dönem Kârı	14,248	5,963	31,935	11,846	10,958	8,545	3,849	2,360
<b>PASİF TOPLAMI</b>		<b>100</b>		<b>100</b>		<b>100</b>		<b>100</b>

\* Analizde %1'den küçük değerler değerlemeye alınmamıştır.

## 5.1. Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin 2000-2003 Dönemine Ait Malî Tablolarının Yüzde Tekniğine Göre Analizi

### A. Varlık Yapısının Analizi

Şirketin varlık dağılımı içinde dönen varlıkların ve duran varlıkların payları şu şekilde gerçekleşmiştir. 2000 yılında, duran varlıklar %40,543, dönen varlıklar %59,457; 2001 yılında duran varlıklar %34,536 dönen varlıklar %65,464; 2002 yılında, duran varlıklar %31,954 dönen varlıklar %68,046; 2003 yılında duran varlıklar %29,199 dönen varlıklar %70,801.

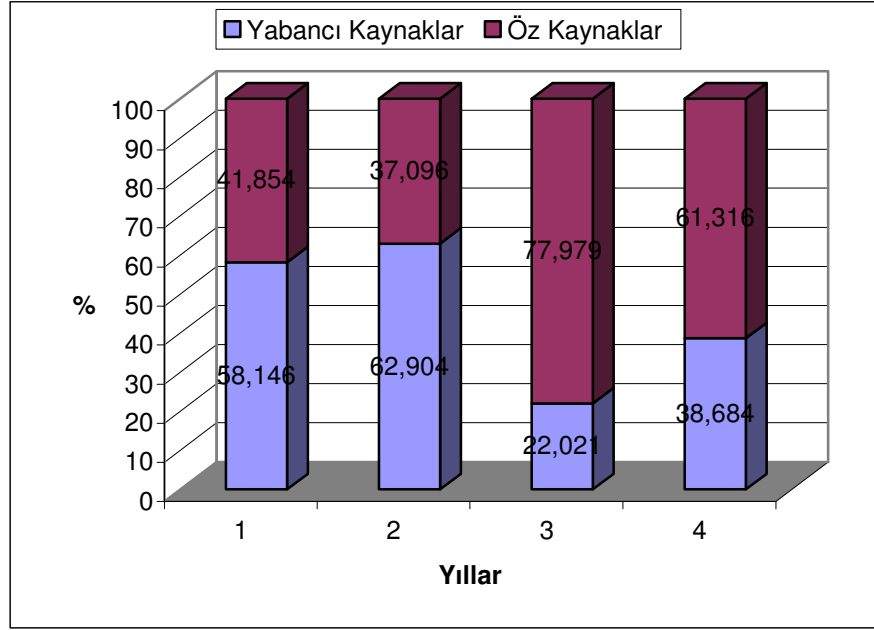


Şekil 19 : Menderes Tekstil A.Ş. Duran Varlıklar-Dönen Varlıklar Karşılaştırması

Buna göre, şirkette inceleme dönemindeki her yılda dönen varlıkların dikey yüzdesinin duran varlıkların dikey yüzdesinden daha fazla olduğu görülmektedir. Tekstil sektörü sermaye yoğun bir sektör olduğu için, duran varlıkların payının dönen varlıkların payından daha fazla olması gerekir. Fakat Menderes Tekstil A.Ş.'de dönen varlıkların dikey yüzdesinin daha fazla olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, Menderes Tekstil A.Ş.'nin varlık yapısının düzgün olduğu söylenemez.

## B. Kaynak Yapısının Analizi

Şirketin kaynak dağılımı şu şekilde gerçekleşmiştir. 2000 yılında, yabancı kaynaklar %58,146, öz kaynaklar %41,854; 2001 yılında yabancı kaynaklar %62,904 öz kaynaklar %37,096; 2002 yılında, yabancı kaynaklar %22,021 öz kaynaklar %77,979; 2003 yılında yabancı kaynaklar %38,684 öz kaynaklar %61,316.



Şekil 20 : Menderes Tekstil A.Ş. Yabancı Kaynaklar-Öz Kaynaklar Karşılaştırması

Şirketin yabancı kaynaklarının dağılımı incelendiğinde ise, şu sonuçlar ortaya çıkmaktadır. 2000 yılında kısa vadeli yabancı kaynakların payı %35,283, uzun vadeli yabancı kaynakların payı %22,863, 2001 yılında kısa vadeli yabancı kaynakların payı %42,093, uzun vadeli yabancı kaynakların payı %20,811, 2002 yılında kısa vadeli yabancı kaynakların payı %21,801, uzun vadeli yabancı kaynakların payı %0,220, 2003 yılında kısa vadeli yabancı kaynakların payı %27,225, uzun vadeli yabancı kaynakların payı %11,459.

Şirketin kaynak dağılımı incelendiğinde, 2000-2001 yılları arasında yabancı kaynakların payının öz kaynaklardan daha fazla olduğu görülmektedir. 2002-2003 yılları arasında ise, öz kaynakların payı daha fazla olmuştur. Kaynaklar içerisinde öz



kaynakların payının daha fazla olması şirketin malî gücü açısından önemlidir. 2002-2003 yıllarında bunun sağlandığı görülüyor.

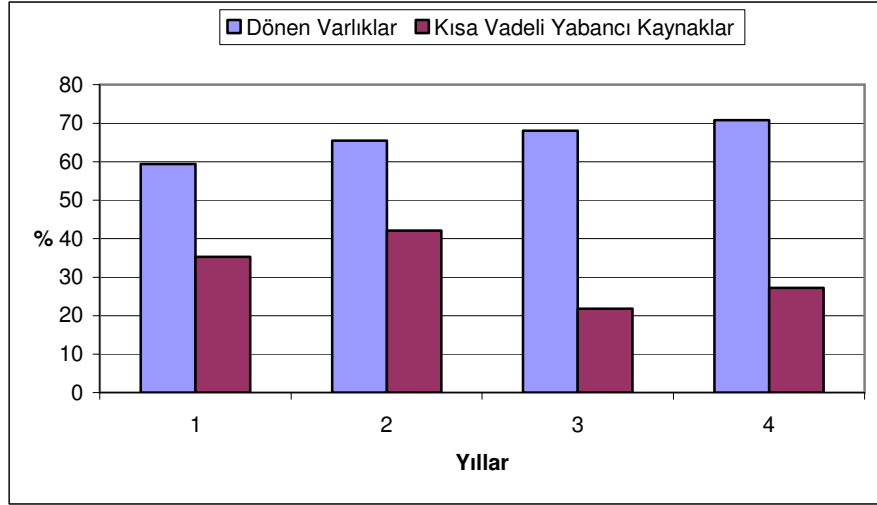
Şirketin yabancı kaynaklarının kendi içerisinde dağılımına bakıldığında ise, sürekli olarak kısa vadeli yabancı kaynakların payının, uzun vadeli yabancı kaynakların payından fazla olduğu görülmektedir. Dolayısıyla şirket finansmanda daha çok kısa vadeli yabancı kaynaklar kullanmaktadır.

## **B. Varlık – Kaynak Dağılımının İncelenmesi**

### **1. Dönen Varlıklar – Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar**

Şirketin dönen varlıklarının ve kısa vadeli yabancı kaynaklarının dikey yüzdeleri şu şekilde gerçekleşmiştir. 2000 yılında, dönen varlıklar %59,457, kısa vadeli yabancı kaynaklar %35,283; 2001 yılında dönen varlıklar %65,464 kısa süreli yabancı kaynaklar %42,093; 2002 yılında, dönen varlıklar %68,046 kısa vadeli yabancı kaynaklar %21,801; 2003 yılında dönen varlıklar %70,801 kısa vadeli yabancı kaynaklar %27,225.

Buna göre şirketin inceleme dönemindeki her yılda dönen varlıkları kısa vadeli yabancı kaynaklarından daha fazla olarak gerçekleştirmiştir. Dolayısıyla şirketin kısa vadeli borç ödeme gücüne ve net işletme sermayesine sahip olduğunu söyleyebiliriz. Fakat bunun için şirketin dönen varlıklarının likiditesinin de belirlenmesi gerekir. Bunun için, dönen varlıkların bileşimine bakılmalıdır. Dönen varlıklar grubunu 100 olarak kabul ettiğimizde, bunun içerisinde dönen varlık unsurlarının dağılımı şu şekilde gerçekleşmiştir. İnceleme dönemindeki her yılda en yüksek payı stoklar ve ticarî alacaklar kalemleri almıştır. Hazır değerlerin payı ise, oldukça düşüktür. Stoklar ve ticarî alacaklar likiditesi nispeten düşük varlıklardır. Dolayısıyla bunların paraya çevrilmesi zaman alabilir. Buna göre şirketin likiditesini artırabilmek için stok ve alacak devir hızlarını artırması gerekmektedir.



Şekil 21 : Menderes Tekstil A.Ş. Dönen Varlıklar-Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar Karşılaştırması

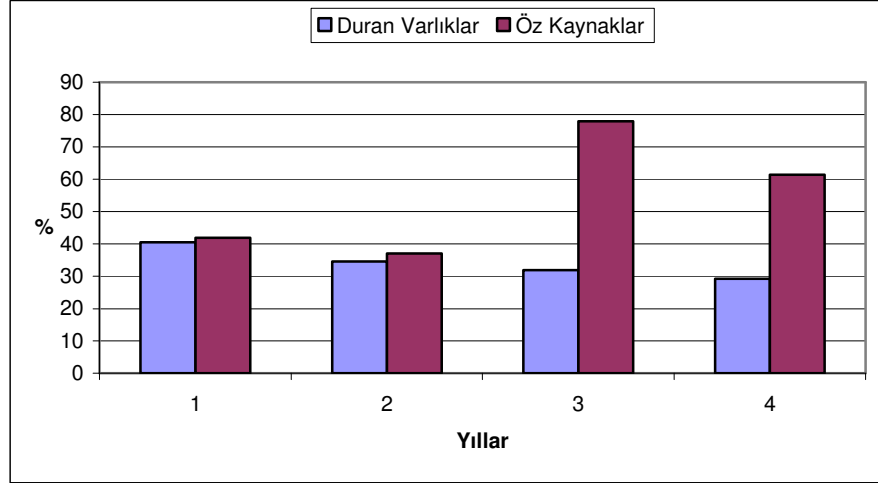
## 2. Duran Varlıklar – Öz Kaynaklar

Şirkette duran varlıkların ve öz kaynakların payları şu şekilde gerçekleşmiştir. 2000 yılında, duran varlıklar %40,543, öz kaynaklar %41,852; 2001 yılında duran varlıklar %34,536 öz kaynaklar %37,096; 2002 yılında, duran varlıklar %31,954 öz kaynaklar %77,979; 2003 yılında duran varlıklar %29,199 öz kaynaklar %61,316.

Şirkette öz kaynaklar toplamı ve uzun vadeli yabancı kaynaklar toplamından oluşan, devamlı sermayenin belirlenebilmesi için de, uzun vadeli yabancı kaynakların yıllar itibariyle aldığı payların bilinmesi gerekir. Buna göre uzun vadeli yabancı kaynaklar, 2000 yılında %22,863, 2001 yılında %20,811, 2002 yılında %0,220 ve 2003 yılında %11,459 olarak gerçekleşmiştir.

Şirketin inceleme dönemindeki her yılda öz kaynakların toplam kaynaklar içerisinde aldığı pay, duran varlıkların toplam aktif içerisinde aldığı paydan fazla olarak gerçekleşmiştir. Buna göre şirketin duran varlıklarının finansmanı için öz kaynaklarının yeterli olduğunu söyleyebiliriz. Fakat şirkette duran varlıklara yeterli yatırım yapılmadığının da burada belirtilmesi gerekir. Çünkü şirkette varlık yapısının

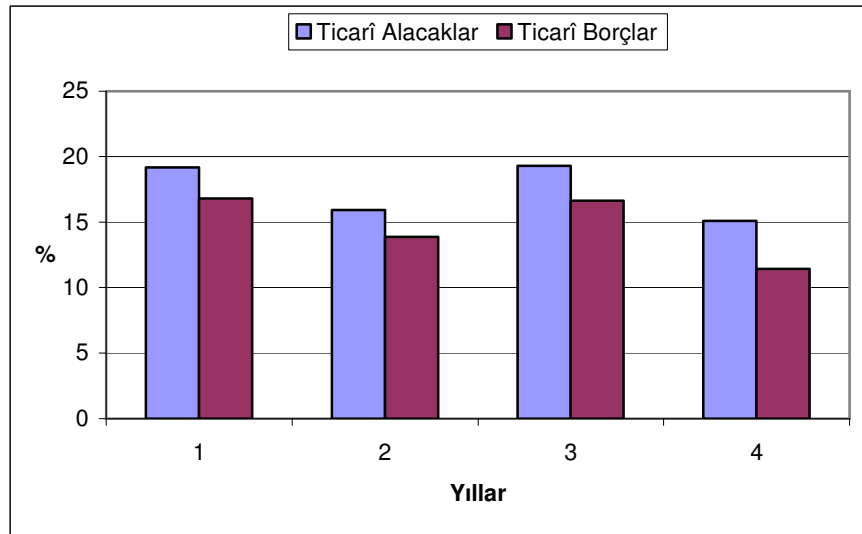
analizinde de belirtildiği gibi, aktif toplamı içerisinde her yılda dönen varlıkların payı duran varlıklardan daha fazla olarak gerçekleşmiştir.



Şekil 22 : Menderes Tekstil A.Ş. Duran Varlıklar-Öz Kaynaklar Karşılaştırması

### 3. Ticarî Borçlar – Ticarî Alacaklar

Şirketin varlıkları içerisinde ticarî alacakların payı şu şekilde gerçekleşmiştir. 2000 yılında %19,180, 2001 yılında %15,933, 2002 yılında %19,286 ve 2003 yılında %15,104. Ticarî borçların kaynaklar içerisindeki payı ise, şu şekilde gerçekleşmiştir. 2000 yılında %16,793, 2001 yılında %13,889, 2002 yılında %16,634 ve 2003 yılında %11,445.



Şekil : 23 Menderes Tekstil A.Ş. Ticarî Alacaklar-Ticarî Borçlar Karşılaştırması

Yıllara göre rakamlar incelendiğinde, her yıl ticarî alacakların az da olsa ticarî borçlardan daha yüksek değerler aldığı görülmektedir. Buna göre şirketin kredili satışlardan dolayı müşterilerine tanıdığı vadenin, kredili alışlardan dolayı satıcılardan sağladığı vadeden daha fazla olduğunu söyleyebiliriz. Dolayısıyla, şirkette alacaklarla borçlar arasındaki vade uyumunun sağlanamadığını söyleyebiliriz.

#### **D. Gelir Tablolarının Analiz ve Yorumu**

Şirketin 2000-2003 dönemine ait gelir tablolarının yüzde yöntemine göre analizi şu şekilde yapılabilir. Şirketin satışları incelendiğinde, her yılda yurtdışı satışların yurtiçi satışlardan daha fazla olduğu görülmektedir. Dolayısıyla şirketin ürünlerinin büyük bir kısmını ihraç ettiğini söyleyebiliriz.

Satışların maliyeti, incelenen dönemde değişiklikler göstermekle birlikte 2001 yılı hariç her yıl yaklaşık %80'ler civarında gerçekleşmiştir. 2001 yılında ise, %62,725 olarak gerçekleşmiştir. Brüt satış kârı, 2000 yılında %19,471, 2001 yılında %37,275, 2002 yılında 25,617 ve 2003 yılında ise, %18,712 olarak gerçekleşmiştir. 2003 yılındaki bu düşüş satışların maliyeti kaleminin 2003 yılındaki yükselişinden kaynaklanmaktadır. Bunun nedeni, maliyet artışları, miktar artışları ya da şirketteki verimsiz çalışma olabilir.

Esas faaliyet kârı, 2000 yılında %4,673, 2001 yılında %37,275, 2002 yılında %25,617 ve 2003 yılında ise, %13,713 olarak gerçekleşmiştir. Faaliyet giderleri ise, 2000 yılında %4,673, 2001 yılında 9,029, 2003 yılında %9,903 ve 2004 yılında ise, 8,530 olarak gerçekleşmiştir. Faaliyet giderleri içerisinde araştırma ve geliştirme giderleri incelenen dönemde hiç pay almamıştır. Buna göre şirketin araştırma ve geliştirmeye fon ayırmadığı görülmektedir.

Diğer faaliyetlerden gelir ve kârlar içerisinde, faiz ve diğer temettü gelirleri önemli bir yer tutmaktadır. Finansman giderleri içerisinde ise, kısa vadeli borçlanma giderlerinin payı daha fazladır. Zaten kaynak dağılımının analizinde belirtildiği gibi şirket daha çok kısa vadeli olarak borçlanmaktadır.

Şirketin faaliyet kârı 2000 yılında %8,011, 2001 yılında %14,447, 2002 yılında %12,678 ve 2003 yılında ise, %2,379 olarak gerçekleşmiştir. Buna bağlı olarak da net dönem kârı 2000 yılında %6,328, 2001 yılında %14,050, 2002 yılında %9,999 ve 2003 yılında ise, %2,819 olarak gerçekleşmiştir. Şirketin 2003 yılındaki net dönem kârının düşmenin nedeni olarak satışların maliyeti kalemindeki artışı gösterebiliriz.

Çizelge 49 : Söktaş Pamuk ve Tarım Ürünlerini Değerlendirme Ticaret ve Sanayi A.Ş.'nin Dikey Analize Göre Hazırlanmış Bilançoları\*

	2000		2001		2002		2003	
	GRUP	GENEL	GRUP	GENEL	GRUP	GENEL	GRUP	GENEL
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
<b>AKTİF</b>								
<b>I. DÖNEN VARLIKLAR</b>	<b>100</b>	47,918	<b>100</b>	52,085	<b>100</b>	46,918	<b>100</b>	41,470
A. Hazır Değerler	6,016	2,882	6,218	3,239	14,512	6,808	7,054	2,925
2. Bankalar	5,237	2,509	6,026	3,139	13,914	6,528	6,620	2,745
C. Kısa Vadeli Ticarî Alacaklar	45,908	21,998	40,394	21,039	41,432	19,439	33,756	13,998
1. Alıcılar	39,228	18,797	30,768	16,025	26,884	12,613	22,604	9,374
2. Alacak Senetleri	9,591	4,596	11,640	6,062	16,279	7,638	12,734	5,280
5. Alacak Reeskontu (-)	1,500	0,719	-	-	-	-	-	-
6. Şüpheli Alacaklar Karşılığı (-)	1,410	0,676	1,480	0,771	1,370	0,643	1,321	0,547
D. Diğer Kısa Vadeli Alacaklar	-	-	-	-	-	-	1,420	0,589
4. Kısa Vadeli Diğer Alacaklar	-	-	-	-	-	-	1,420	0,589
E. Stoklar	46,092	22,086	50,573	26,341	42,632	20,002	55,077	22,840
1. İlk Madde ve Malzeme	11,524	5,522	14,363	7,480	10,717	5,028	18,829	7,808
2. Yarı Mamüller	12,253	5,871	14,765	7,690	9,805	4,600	11,743	4,870
4. Mamüller	20,028	9,597	17,976	9,362	20,375	9,559	22,419	9,297
6. Diğer Stoklar	-	-	1,659	0,864	-	-	-	-
8. Verilen Sipariş Avansları	2,181	1,045	1,055	0,549	1,338	0,628	1,288	0,534
F. Diğer Dönen Varlıklar	1,591	0,762	1,812	0,944	-	-	2,691	1,116
<b>II. DURAN VARLIKLAR</b>	<b>100</b>	52,081	<b>100</b>	47,914	<b>100</b>	53,081	<b>100</b>	58,529
D. Maddi Duran Varlıklar	99,584	51,864	99,682	47,762	99,687	52,915	99,264	58,099
2. Yerüstü ve Yeraltı Düzenleri	1,264	0,658	2,023	0,555	1,140	0,605	1,186	0,694
3. Binalar	37,937	19,758	37,548	17,991	37,270	19,783	38,635	22,613
4. Makine, Tesis ve Cihazlar	167,305	87,134	156,252	74,868	147,973	78,546	145,781	85,325
5. Taşıt Araç ve Gereçleri	3,102	1,616	2,023	0,969	2,071	1,099	2,518	1,473
6. Döşeme ve Demirbaşlar	6,520	3,395	6,524	3,126	5,984	3,176	6,010	3,517
7. Diğer Maddi Duran Varlıklar	2,012	1,048	2,521	1,208	3,034	1,610	3,558	2,082
8. Birikmiş Amortismanlar (-)	118,649	61,794	108,453	51,965	98,289	52,173	98,926	57,901
9. Yapılmakta Olan Yatırımlar	-	-	1,824	0,874	-	-	-	-

Çizelge 49'un devamı

<b>AKTİF TOPLAMI</b>		<b>100</b>		<b>100</b>		<b>100</b>		<b>100</b>
<b>PASİF</b>								
<b>I. KISA VADELİ BORÇLAR</b>	<b>100</b>	38,451	<b>100</b>	46,467	<b>100</b>	24,432	<b>100</b>	20,811
A. Finansal Borçlar	43,758	16,826	53,077	24,664	39,433	9,634	32,512	6,766
1. Banka Kredileri	32,362	12,443	38,462	17,872	17,589	4,297	22,819	4,749
2. Uzun Vad. Kredilerin Anapara Taksit ve F.	11,396	4,382	14,615	6,791	21,843	5,336	9,692	2,017
B. Ticarî Borçlar	44,700	17,188	40,576	18,854	40,412	9,873	46,795	9,738
1. Satıcılar	43,456	16,709	16,934	7,869	28,002	6,841	26,948	5,608
2. Borç Senetleri	2,677	1,029	24,122	11,209	12,485	3,050	19,845	4,130
5. Borç Reeskontu (-)	1,595	0,613	-	-	-	-	-	-
C. Diğer Kısa Vadeli Borçlar	7,026	0,270	4,240	1,970	6,302	1,539	9,075	1,888
4. Ödenecek Giderler	1,196	0,460	-	-	1,503	0,367	1,259	0,262
5. Ödenecek Vergi, Harç ve Diğer Kesintiler	3,468	1,333	1,440	0,669	2,465	0,602	4,651	0,968
7. Kısa Vadeli Diğer Borçlar	2,341	0,900	1,851	0,860	2,322	0,567	3,153	0,656
D. Alınan Sipariş Avansları	-	-	-	-	3,753	0,917	1,554	0,323
E. Borç ve Gider Karşılıkları	4,145	1,593	1,781	0,827	10,098	2,467	10,061	2,093
1. Vergi Karşılıkları	-	-	-	-	5,427	1,325	7,242	1,507
2. Diğer Borç ve Gider Karşılıkları	4,145	1,593	1,781	0,827	4,670	1,141	2,819	0,586
<b>II. UZUN VADELİ BORÇLAR</b>	<b>100</b>	32,809	<b>100</b>	27,217	<b>100</b>	32,092	<b>100</b>	24,256
A. Finansal Borçlar	66,544	21,833	64,200	17,473	71,012	22,789	58,486	14,186
1. Banka Kredileri	66,544	21,833	64,200	17,473	71,012	22,789	58,486	14,186
B. Ticarî Borçlar	4,906	1,609	4,661	1,268	2,526	0,810	2,478	0,601
1. Satıcılar	4,906	1,609	4,661	1,268	2,526	0,810	2,478	0,601
E. Borç ve Gider Karşılıkları	28,549	9,366	31,137	8,474	26,460	8,491	39,034	9,468
1. Kıdem Tazminatı Karşılıkları	28,549	9,366	31,137	8,474	26,460	8,491	39,034	9,468
<b>III. ÖZ SERMAYE</b>	<b>100</b>	28,738	<b>100</b>	26,315	<b>100</b>	43,475	<b>100</b>	54,932
A. Sermaye	23,570	6,773	14,490	3,813	6,030	2,621	4,438	2,438
C. Emisyon Primi	1,805	0,518	1,109	0,292	-	-	-	-
D. Yeniden Değerleme Değer Artışı	136,261	44,707	150,467	0,292	99,303	43,172	90,034	49,457
1. Duran Varlıklardaki Değer Artışı	155,504	44,689	150,428	39,585	99,287	43,165	90,022	49,451
E. Yedekler	4,330	1,244	2,661	0,700	1,107	0,481	-	-

Çizelge 49'un devamı

4. Olağanüstü Yedek	3,379	0,971	2,077	0,546	-	-	-	-
F. Net Dönem Kârı	-	-	-	-	21,701	9,434	9,593	5,270
G. Dönem Zararı (-)	37,701	10,834	16,307	4,291	-	-	-	-
H. Geçmiş Yıllar Zararları (-)	47,572	13,671	52,421	13,794	28,605	12,436	5,221	2,868
1. 1998 Yılı Zararı	7,748	2,226	29,245	7,695	21,818	9,485	5,221	2,868
2. 1999 Yılı Zararı	39,824	11,444	23,176	6,098	6,787	2,950	-	-
<b>PASİF TOPLAMI</b>		<b>100</b>		<b>100</b>		<b>100</b>		<b>100</b>

\* Analizde %1'den küçük değerler değerlemeye alınmamıştır.



Çizelge 50: Söktaş Ticaret A.Ş.'nin Dikey Analize Göre Hazırlanmış Gelir Tabloları

	2000	2001	2002	2003
	NET SATIŞLARA ORANI	NET SATIŞLARA ORANI	NET SATIŞLARA ORANI	NET SATIŞLARA ORANI
	(%)	(%)	(%)	(%)
A. Brüt Satışlar	101,263	100,951	101,436	101,112
1. Yurtiçi Satışlar	55,661	31,600	29,873	25,222
2. Yurtdışı Satışlar	43,628	67,171	70,927	74,746
3. Diğer Satışlar	1,974	2,179	-	1,144
B. Satışlardan İndirimler (-)	1,263	-	1,436	1,112
<b>C. Net Satışlar</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
D. Satışların Maliyeti (-)	85,713	67,804	69,629	77,312
<b>BRÜT SATIŞ KARI (ZARARI)</b>	<b>14,286</b>	<b>32,195</b>	<b>30,370</b>	<b>22,687</b>
E. Faaliyet Giderleri (-)	17,500	13,107	13,273	16,466
2. Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderleri (-)	2,079	2,626	4,116	6,428
3. Genel Yönetim Giderleri (-)	15,421	10,480	9,157	10,038
<b>ESAS FAALİYET KARI (ZARARI)</b>	<b>(3,214)</b>	<b>19,088</b>	<b>17,096</b>	<b>6,221</b>
F. Diğer Faaliyetlerden Gelirler ve Kârlar	2,487	3,636	2,948	8,150
3. Faiz ve Diğer Temettü Gelirleri	-	2,221	-	-
4. Faaliyetle İlgili Diğer Gelir ve Kârlar	2,242	1,415	2,853	7,981
G. Diğer Faaliyetlerden Giderler ve Zararlar (-)	2,415	10,247	4,638	4,522
H. Finansman Giderleri (-)	9,858	16,465	4,870	2,487
1. Kısa Vadeli Borçlanma Giderleri (-)	2,671	9,464	1,657	-
2. Uzun Vadeli Borçlanma Giderleri (-)	7,187	7,000	3,213	1,628
<b>FAALİYET KARI (ZARARI)</b>	<b>(13)</b>	<b>(3,987)</b>	<b>10,536</b>	<b>7,362</b>
I. Olağanüstü Gelirler ve Kârlar	-	1,283	1,657	3,655
3. Diğer Olağanüstü Gelirler ve Kârlar	-	1,275	1,585	3,559
J. Olağanüstü Giderler ve Zararlar (-)	-	1,303	1,513	-
1. Çalışmayan Kısım Giderleri ve Zararları (-)	-	1,120	1,228	-
<b>DÖNEM KARI (ZARARI)</b>	<b>(12,839)</b>	<b>(4,007)</b>	<b>10,680</b>	<b>10,132</b>
K. Ödenecek Vergi ve Yasal Yükümlülükler (-)	-	-	1,316	2,253
<b>NET DÖNEM KARI (ZARARI)</b>	<b>(12,839)</b>	<b>(4,007)</b>	<b>9,364</b>	<b>7,879</b>

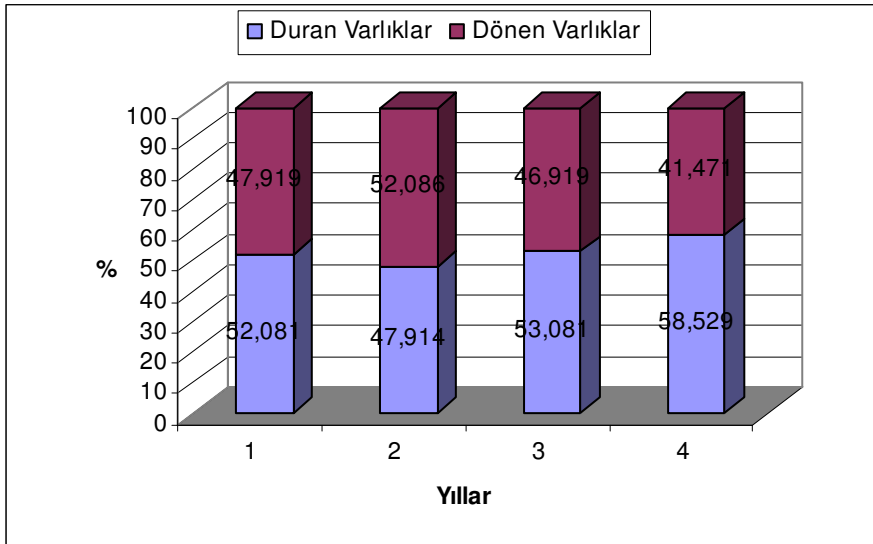
\* Analizde %1'den küçük değerler değerlemeye alınmamıştır.

## 5.2. Söktaş Pamuk ve Tarım Ürünlerini Değerlendirme Ticaret ve Sanayi A.Ş.'nin 2000-2003 Dönemine Ait Malî Tablolarının Yüzde Yöntemine Göre Analizi

### A. Varlık Yapısının Analizi

Şirketin varlık dağılımı içinde dönen varlıkların ve duran varlıkların paylar şu şekilde gerçekleşmiştir. 2000 yılında, duran varlıklar %52,081, dönen varlıklar %47,919; 2001 yılında duran varlıklar %47,914 dönen varlıklar %52,086; 2002 yılında, duran varlıklar %53,081 dönen varlıklar %46,919; 2003 yılında duran varlıklar %58,529 dönen varlıklar %41,471.

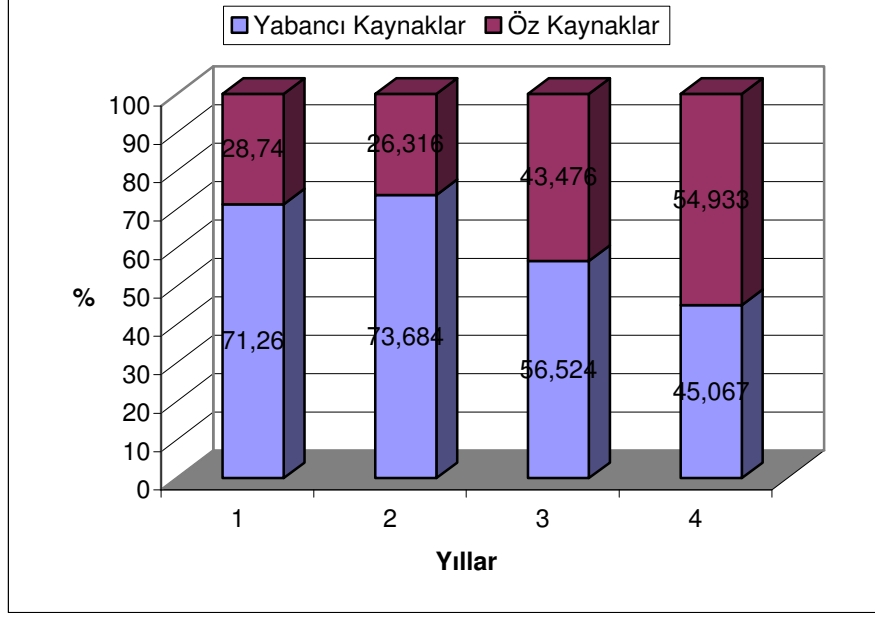
Buna göre şirkette inceleme döneminde 2001 yılı hariç, diğer yıllarda duran varlıkların payının dönen varlıklardan fazla olduğu görülmektedir. Tekstil sektörü sermaye yoğun bir sektör olduğu için, duran varlıkların payının dönen varlıkların payından daha fazla olması gerekir. Dolayısıyla, Söktaş A.Ş.'nin varlık yapısının düzgün olduğu söylenebilir.



Şekil 24 : Söktaş A.Ş. Duran Varlıklar- Dönen Varlıklar Karşılaştırması

## B. Kaynak Yapısının Analizi

Şirketin kaynak dağılımı şu şekilde gerçekleşmiştir. 2000 yılında, yabancı kaynaklar %71,26, öz kaynaklar %28,74; 2001 yılında yabancı kaynaklar %73,684 öz kaynaklar %26,316; 2002 yılında, yabancı kaynaklar %56,524 öz kaynaklar %43,476; 2003 yılında yabancı kaynaklar %45,067 öz kaynaklar %54,933.



Şekil 25 : Söktaş A.Ş. Yabancı Kaynaklar-Öz Kaynaklar Karşılaştırması

Şirketin yabancı kaynaklarının dağılımı incelendiğinde ise, şu sonuçlar ortaya çıkmaktadır. 2000 yılında kısa vadeli yabancı kaynakların payı %38,451, uzun vadeli yabancı kaynakların payı %32,809, 2001 yılında kısa vadeli yabancı kaynakların payı %46,467, uzun vadeli yabancı kaynakların payı %27,217, 2002 yılında kısa vadeli yabancı kaynakların payı %24,432, uzun vadeli yabancı kaynakların payı %32,092, 2003 yılında kısa vadeli yabancı kaynakların payı %20,811, uzun vadeli yabancı kaynakların payı %24,256.

Şirketin kaynak dağılımı incelendiğinde, 2003 yılı hariç diğer üç yılda yabancı kaynakların payının öz kaynakların payından daha fazla olduğu görülmektedir. Dolayısıyla şirket bu üç yılda varlıklarını büyük ölçüde yabancı kaynaklarla finanse etmiştir. 2003 yılında ise, öz kaynakların payı yabancı kaynakların payından daha fazla olarak gerçekleşmiştir. Buna göre 2003 yılı için

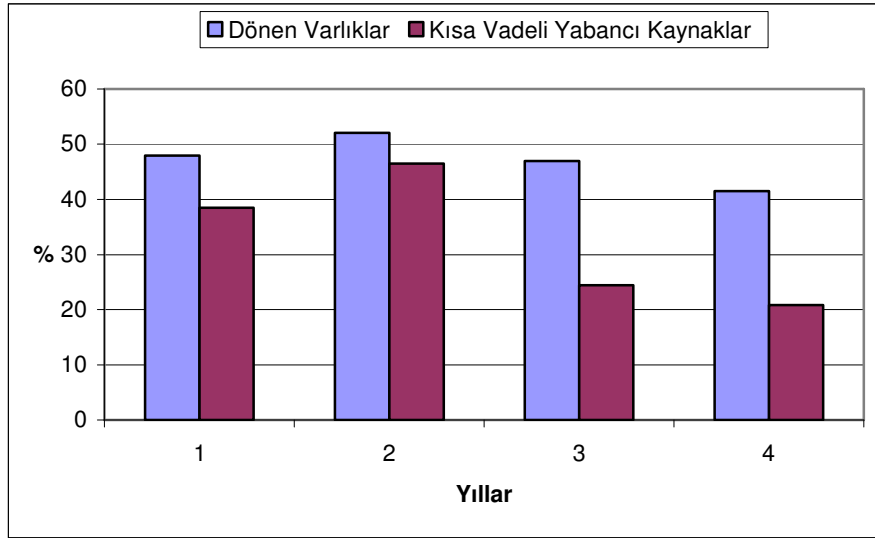
şirketin malî yapısını düzelttiğini söyleyebiliriz. Çünkü kaynaklar içerisinde öz kaynakların payının fazla olması şirketin malî açıdan güçlü olduğunu gösterir.

Şirketin yabancı kaynaklarının kendi içerisinde dağılımına bakıldığında ise 2000 ve 2001 yıllarında kısa vadeli yabancı kaynakların, 2002 ve 2003 yıllarında ise, uzun vadeli yabancı kaynakların payının fazla olduğu görülmektedir. Dolayısıyla şirkette finansmanda 2000-2001 yılındaki olumsuzluk 2002-2003 yıllarında düzeltilmiştir.

## B. Varlık – Kaynak Dağılımının İncelenmesi

### 1. Dönen Varlıklar – Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar

Şirketin dönen varlıklarının ve kısa vadeli yabancı kaynaklarının payları şu şekilde gerçekleşmiştir. 2000 yılında, dönen varlıklar %47,919, kısa vadeli yabancı kaynaklar %38,451; 2001 yılında dönen varlıklar %52,086 kısa süreli yabancı kaynaklar %46,467; 2002 yılında, dönen varlıklar %46,919 kısa vadeli yabancı kaynaklar %24,432; 2003 yılında dönen varlıklar %41,471 kısa vadeli yabancı kaynaklar %20,811.



Şekil 26 : Söktaş A.Ş. Dönen Varlıklar-Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar Karşılaştırması

Buna göre şirketin inceleme dönemindeki her yılda dönen varlıkları kısa vadeli yabancı kaynaklarından daha fazla olarak gerçekleştirmiştir. Dolayısıyla şirketin

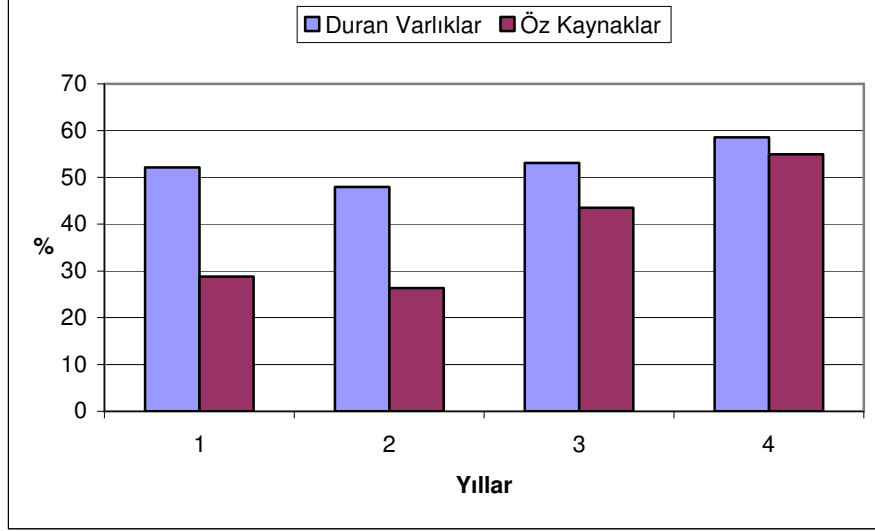
kısa vadeli borç ödeme gücüne ve net işletme sermayesine sahip olduğunu söyleyebiliriz. Fakat, bunun için şirketin dönen varlıklarının likiditesinin de belirlenmesi gerekir. Bunun için, dönen varlıkların bileşimine bakılmalıdır. Dönen varlıklar grubunu 100 olarak kabul ettiğimizde, inceleme dönemindeki her yılda en yüksek payı stoklar ve ticarî alacaklar kalemleri almıştır. Hazır değerlerin payı ise, oldukça düşüktür. Stoklar ve ticarî alacaklar likiditesi nispeten düşük varlıklardır. Dolayısıyla bunların paraya çevrilmesi zaman alabilir. Buna göre şirketin likiditesini artırabilmek için stok ve alacak devir hızlarını artırması gerekmektedir.

## **2.Duran Varlıklar – Öz Kaynaklar**

Şirkette duran varlıkların ve öz kaynakların payları şu şekilde gerçekleşmiştir. 2000 yılında, duran varlıklar %52,081, öz kaynaklar %28,740; 2001 yılında duran varlıklar %47,914 öz kaynaklar %26,316; 2002 yılında, duran varlıklar %53,081 öz kaynaklar %43,476; 2003 yılında duran varlıklar %58,529 öz kaynaklar %54,932.

Şirkette öz kaynaklar toplamı ile uzun vadeli yabancı kaynaklar toplamından oluşan, devamlı sermayenin belirlenebilmesi için de, uzun vadeli yabancı kaynakların yıllar itibariyle aldığı payların bilinmesi gerekir. Buna göre şirkette devamlı sermaye, 2000 yılında %61,549, 2001 yılında %53,533, 2002 yılında %75,568 ve 2003 yılında %79,188 olarak gerçekleşmiştir.

Şirketin inceleme dönemindeki her yılda duran varlıkların toplam aktif içerisinde aldığı pay, öz kaynakların toplam kaynaklar içerisinde aldığı paydan daha fazla olarak gerçekleşmiştir. Buna göre şirketin duran varlıklarının finansmanı için öz kaynakları yeterli değildir. Dolayısıyla duran varlıkların finansmanı için devamlı sermayenin yeterli olup olmadığına bakılması gerekir. Devamlı sermaye duran varlıklar karşılaştırmasına bakıldığında, incelenen dönemdeki her yılda devamlı sermaye, duran varlıklar toplamından daha fazla pay almıştır. Şirket uzun vadeli olarak büyük ölçüde banka kredilerinden yararlanmıştır.

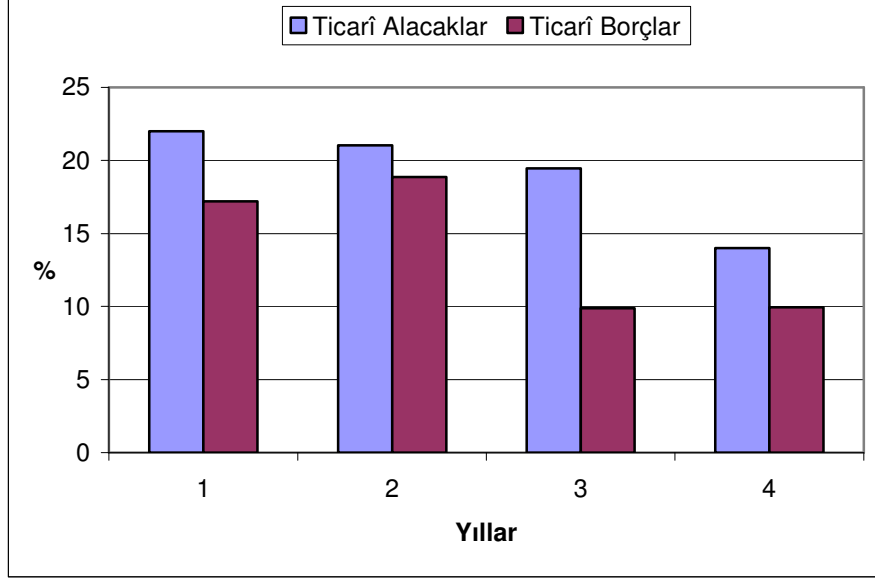


Şekil 27 : Söktaş A.Ş. Duran Varlıklar-Öz Kaynaklar Karşılaştırması

### 3. Ticarî Borçlar – Ticarî Alacaklar

Şirketin varlıkları içerisinde ticarî alacakların payı şu şekilde gerçekleşmiştir. 2000 yılında %21,998, 2001 yılında %21,039, 2002 yılında %19,439 ve 2003 yılında %13,998. Ticarî borçların kaynaklar içerisindeki payı ise, şu şekilde gerçekleşmiştir. 2000 yılında %17,188, 2001 yılında %18,854, 2002 yılında %9,873 ve 2003 yılında %9,938.

İncelenen dönemdeki her yılda ticarî alacakların varlıklar içerisindeki payının, ticarî borçların kaynaklar içerisindeki payından daha yüksek değerler aldığı görülmektedir. Buna göre şirketin kredili satışlardan dolayı müşterilerine tanıdığı vadenin, kredili alışlardan dolayı satıcılardan sağladığı vadeden daha fazla olduğunu söyleyebiliriz. Dolayısıyla, şirkette alacaklarla borçlar arasındaki vade uyumunun sağlanamadığını söyleyebiliriz.



Şekil 28 : Söktaş A.Ş. Ticarî Alacaklar-Ticarî Borçlar Karşılaştırması

#### D. Gelir Tablolarının Analiz ve Yorumu

Şirketin 2000-2003 dönemine ait gelir tablolarının yüzde yöntemine göre analizi şu şekilde yapılabilir. Şirketin satışları incelendiğinde, 2000 yılında yurtiçi satışlar ile yurtdışı satışların birbirine yakın olduğu görülmektedir. Diğer yıllarda ise, yurtdışı satışlar yurtiçi satışlardan daha fazla olduğu görülmektedir. Dolayısıyla şirketin 2001 yılından itibaren daha çok ihracata yöneldiğini söyleyebiliriz.

Satışların maliyeti, 2000 yılında %85,173, 2001 yılında %67,804, 2002 yılında 69,629 ve 2003 yılında 77,312 olarak gerçekleşmiştir. Dolayısıyla şirkette 2001 yılından itibaren maliyetler üzerinde kontrol sağlanmış olabileceğini söyleyebiliriz. Fakat bu düşüş üretim miktarındaki düşüşten dolayı da ortaya çıkmış olabilir. Brüt satış kârı, 2000 yılında %14,287, 2001 yılında %32,196, 2002 yılında 30,371 ve 2003 yılında ise, %22,688 olarak gerçekleşmiştir.

Esas faaliyet kârı, 2000 yılında % (3,214), 2001 yılında %19,088, 2002 yılında %17,096 ve 2003 yılında ise, %6,221 olarak gerçekleşmiştir. Faaliyet giderleri ise, 2000 yılında %17,500, 2001 yılında %13,107, 2003 yılında %13,273 ve 2004 yılında ise, %16,466 olarak gerçekleşmiştir. 2001 yılında esas faaliyet kârının payının az olmasının nedeni olarak satışların maliyetinin yüksekliği gösterilebilirken,

2003 yılında faaliyet giderlerinin yüksekliği gösterilebilir. Faaliyet giderleri içerisinde araştırma ve geliştirme giderleri incelenen dönemde hiç pay almamıştır. Buna göre şirketin araştırma ve geliştirmeye fon ayırmadığı görölmektedir.

Şirketin faaliyet kârı 2000 yılında %(13), 2001 yılında %(3,978), 2002 yılında %10,536 ve 2003 yılında ise, %7,362 olarak gerçekleşmiştir. 2001 yılında kârdaki bu düşüklüğün nedeni olarak finansman giderlerindeki artışı gösterebiliriz. Net dönem kârı 2000 yılında %(12,389), 2001 yılında %(4,007), 2002 yılında %9,364 ve 2003 yılında ise, %7,789 olarak gerçekleşmiştir. Buna göre 2003 yılında her 100 TL'lik satışın yaklaşık 8 TL'lik kısmı şirkete net kâr olarak kalmıştır.



Çizelge 51 : Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayii A.Ş.'nin Dikey Analize Göre Hazırlanmış Bilançoları\*

	2000		2001		2002		2003	
	GRUP	GENEL	GRUP	GENEL	GRUP	GENEL	GRUP	GENEL
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
<b>AKTİF</b>								
<b>I. DÖNEN VARLIKLAR</b>	<b>100</b>	25,117	<b>100</b>	34,005	<b>100</b>	36,573	<b>100</b>	35,716
A. Hazır Değerler	13,588	3,413	7,448	2,532	10,033	3,669	18,148	6,481
2. Bankalar	12,811	3,218	6,342	2,156	9,579	3,503	16,957	6,056
3. Diğer Hazır Değerler	-	-	1,072	0,364	-	-	-	-
B. Menkul Kıymetler	1,172	0,294	10,026	3,409	1,715	0,627	-	-
4. Diğer Menkul Kıymetler	1,172	0,294	10,026	3,409	1,715	0,627	-	-
C. Kısa Vadeli Ticarî Alacaklar	35,208	8,843	23,696	8,057	50,436	18,445	22,380	7,993
1. Alıcılar	34,356	8,629	23,303	7,924	23,088	8,443	21,016	7,506
2. Alacak Senetleri	-	-	-	-	27,936	10,216	7,181	2,565
D. Diğer Kısa Vadeli Alacaklar	3,398	0,853	17,774	6,044	3,779	1,382	-	-
3. Bağlı Ortaklıklardan Alacaklar	3,318	0,833	2,270	0,771	-	-	-	-
4. Kısa Vadeli Diğer Alacaklar	-	-	15,504	5,272	16,352	5,980	-	-
6. Şüpheli Alacaklar Karşılığı (-)	-	-	-	-	12,573	4,598	-	-
E. Stoklar	43,557	10,940	37,848	12,869	32,387	11,844	56,206	20,074
1. İlk Madde ve Malzeme	23,142	5,812	26,049	8,857	14,057	5,141	15,491	5,533
2. Yarı Mamüller	3,742	0,940	2,601	0,884	2,455	0,898	4,986	1,781
4. Mamüller	15,580	3,913	8,591	2,921	14,023	5,128	31,194	11,141
6. Diğer Stoklar	-	-	-	-	1,850	0,676	3,568	1,274
F. Diğer Dönen Varlıklar	3,073	0,772	3,204	1,089	1,646	0,602	3,254	1,162
<b>II. DURAN VARLIKLAR</b>	<b>100</b>	74,883	<b>100</b>	65,995	<b>100</b>	63,427	<b>100</b>	64,284
C. Finansal Duran Varlıklar	38,911	29,138	36,451	24,056	32,623	20,692	10,360	6,659
6. Bağlı Ortaklıklar	109,776	27,572	34,692	22,895	31,338	19,877	48,034	30,878
8. Bağlı Ortaklıklar Değer Düşüklüğü Karş. (-)	-	-	-	-	-	-	40,094	25,774
9. Diğer Finansal Duran Varlıklar	2,160	1,618	1,797	1,186	1,319	0,836	2,420	1,555
D. Maddi Duran Varlıklar	61,076	45,736	63,476	41,891	67,299	42,686	89,455	57,505
3. Binalar	26,897	20,141	26,298	17,355	34,078	21,615	64,386	41,390
4. Makine, Tesis ve Cihazlar	128,086	95,915	143,309	94,578	164,770	104,510	287,433	184,774

Çizelge 51'in devamı

5. Taşıt Araç ve Gereçleri	1,088	0,815	1,020	0,673	1,072	0,679	1,140	0,733
6. Döşeme ve Demirbaşlar	4,030	3,018	4,115	2,716	5,369	3,405	10,023	6,443
7. Diğer Maddi Duran Varlıklar	1,619	1,212	1,435	0,947	1,748	1,108	3,154	2,028
8. Birikmiş Amortismanlar (-)	100,907	75,562	112,901	74,509	140,196	88,923	277,428	178,342
<b>AKTİF TOPLAMI</b>		<b>100</b>		<b>100</b>		<b>100</b>		<b>100</b>
<b>PASİF</b>								
<b>I. KISA VADELİ BORÇLAR</b>	<b>100</b>	27,513	<b>100</b>	25,141	<b>100</b>	27,087	<b>100</b>	22,675
A. Finansal Borçlar	47,725	13,131	27,681	6,959	42,416	11,489	21,674	4,914
1. Banka Kredileri	47,711	13,127	27,681	6,959	42,416	11,489	21,674	4,914
B. Ticarî Borçlar	38,763	10,665	61,608	15,498	45,273	12,263	59,668	13,530
1. Satıcılar	38,692	10,645	61,607	15,489	45,243	12,255	59,621	13,519
C. Diğer Kısa Vadeli Borçlar	11,578	3,185	8,649	2,174	8,987	2,434	11,559	2,621
4. Ödenecek Giderler	3,641	1,001	4,577	0,704	3,263	0,884	4,607	1,044
5. Ödenecek Vergi, Harç ve Diğer Kesintiler	3,618	0,995	4,577	1,150	4,995	1,353	4,393	0,996
7. Kısa Vadeli Diğer Borçlar	3,979	1,094	1,085	0,272	-	-	2,315	0,525
D. Alınan Sipariş Avansları	-	-	-	-	-	-	2,023	0,458
E. Borç ve Gider Karşılıkları	1,932	0,531	1,973	0,496	3,322	0,899	5,073	1,150
1. Vergi Karşılıkları	-	-	-	-	1,328	0,359	-	-
2. Diğer Borç ve Gider Karşılıkları	1,932	0,531	1,943	0,496	1,994	0,540	5,073	1,150
<b>II. UZUN VADELİ BORÇLAR</b>	<b>100</b>	19,001	<b>100</b>	12,826	<b>100</b>	8,974	<b>100</b>	16,887
B. Ticarî Borçlar	51,024	9,695	33,904	4,348	-	-	-	-
1. Satıcılar	50,983	9,687	33,822	4,338	-	-	-	-
E. Borç ve Gider Karşılıkları	48,975	9,306	66,095	8,477	99,883	8,963	100	16,887
1. Kıdem Tazminatı Karşılıkları	48,975	9,306	66,095	8,477	99,883	8,963	100	16,887
<b>III. ÖZ SERMAYE</b>	<b>100</b>	53,486	<b>100</b>	62,033	<b>100</b>	63,939	<b>100</b>	60,438
A. Sermaye	68,310	36,535	56,657	35,145	47,721	30,512	78,428	47,399
C. Emisyon Primi	-	-	1,441	0,894	1,214	0,776	1,996	1,206
D. Yeniden Değerleme Değer Artışı	28,157	15,059	38,331	23,777	57,330	36,656	119,096	71,977
1. Duran Varlıklardaki Değer Artışı	28,151	15,056	38,298	23,757	57,302	36,638	118,972	71,902
E. Yedekler	15,862	8,483	8,784	5,448	7,398	4,730	12,606	7,618
4. Olağanüstü Yedek	15,224	8,142	8,418	5,222	7,090	4,533	11,653	7,042

Çizelge 51'in devamı

F. Net Dönem Kârı	-	-	1,585	0,983	-	-	-	-
G. Dönem Zararı (-)	12,329	6,594	-	-	9,273	5,929	89,668	54,192
H. Geçmiş Yıllar Zararları (-)	-	-	6,800	4,218	4,392	2,808	22,458	13,573
1. 1998 Yılı Zararı	-	-	6,800	4,218	4,392	2,808	15,239	9,210
2. 1999 Yılı Zararı	-	-	-	-	-	-	7,218	4,362
<b>PASİF TOPLAMI</b>		<b>100</b>		<b>100</b>		<b>100</b>		<b>100</b>

\* Analizde %1'den küçük değerler değerlemeye alınmamıştır.

Çizelge 52: Gimsan Gediz İplik Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin Dikey Analize Göre Hazırlanmış Gelir Tabloları\*

	2000	2001	2002	2003
	NET SATIŞLARA ORANI	NET SATIŞLARA ORANI	NET SATIŞLARA ORANI	NET SATIŞLARA ORANI
	(%)	(%)	(%)	(%)
A. Brüt Satışlar	100,145	100,997	100,216	100,699
1. Yurtiçi Satışlar	72,163	59,790	79,035	72,755
2. Yurtdışı Satışlar	27,982	40,908	21,105	27,128
<b>C. Net Satışlar</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
D. Satışların Maliyeti (-)	97,445	87,212	95,942	105,049
<b>BRÜT SATIŞ KARI (ZARARI)</b>	<b>2,555</b>	<b>12,788</b>	<b>4,058</b>	<b>(5,049)</b>
E. Faaliyet Giderleri (-)	10,786	8,957	6,127	6,094
2. Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderleri (-)	1,979	3,660	1,993	2,073
3. Genel Yönetim Giderleri (-)	8,806	5,296	4,133	4,020
<b>ESAS FAALİYET KARI (ZARARI)</b>	<b>(8,231)</b>	<b>3,830</b>	<b>(2,069)</b>	<b>(11,143)</b>
F. Diğer Faaliyetlerden Gelirler ve Kârlar	8,529	8,362	4,730	2,250
3. Faiz ve Diğer Temettü Gelirleri	1,903	6,949	3,418	-
4. Faaliyetle İlgili Diğer Gelir ve Kârlar	6,416	1,161	1,305	1,298
G. Diğer Faaliyetlerden Giderler ve Zararlar (-)	-	-	7,770	35,555
H. Finansman Giderleri (-)	11,840	10,426	2,395	-
1. Kısa Vadeli Borçlanma Giderleri (-)	8,739	9,152	1,652	-
2. Uzun Vadeli Borçlanma Giderleri (-)	3,100	1,274	-	-
<b>FAALİYET KARI (ZARARI)</b>	<b>(12,354)</b>	<b>1,282</b>	<b>(7,504)</b>	<b>(45,178)</b>
J. Olağanüstü Giderler Ve Zararlar (-)	-	-	-	2,887
1. Çalışmayan Kısım Giderleri ve Zararları (-)	-	-	-	2,875
<b>DÖNEM KARI (ZARARI)</b>	<b>(12,344)</b>	<b>1,326</b>	<b>(7,814)</b>	<b>(47,624)</b>
K. Ödenecek Vergi ve Yasal Yükümlülükler (-)	-	-	-	-
<b>NET DÖNEM KARI (ZARARI)</b>	<b>(12,344)</b>	<b>1,326</b>	<b>(8,319)</b>	<b>(47,624)</b>

\* Analizde %1'den küçük değerler değerlemeye alınmamıştır.

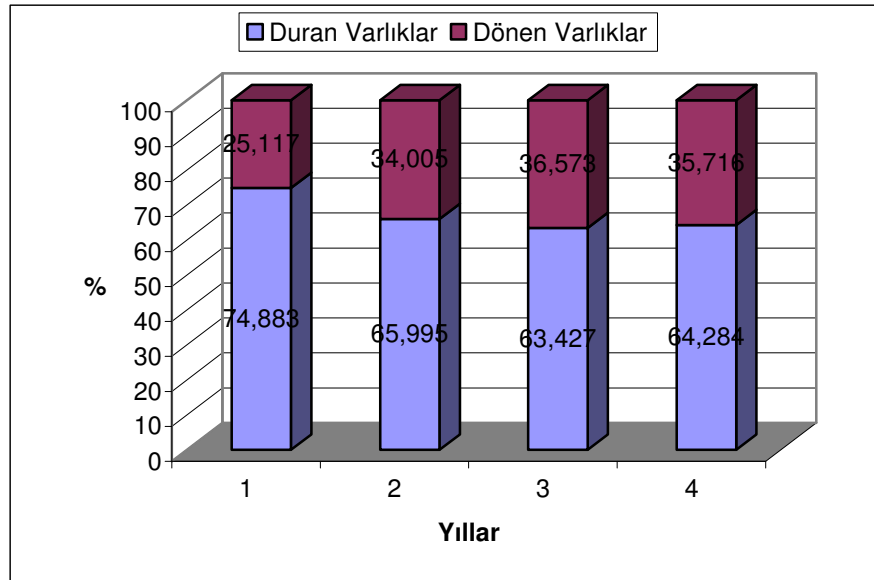
### 5.3. Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi A.Ş.'nin 2000-2003 Dönemine Ait Malî Tablolarının Yüzde Yöntemine Göre Analizi

#### A. Varlık Yapısının Analizi

Şirketin varlık dağılımı içinde dönen varlıkların ve duran varlıkların paylar şu şekilde gerçekleşmiştir. 2000 yılında, duran varlıklar %74,883, dönen varlıklar %25,117; 2001 yılında duran varlıklar %65,995 dönen varlıklar %34,005; 2002 yılında, duran varlıklar %63,427 dönen varlıklar %36,573; 2003 yılında duran varlıklar %64,284 dönen varlıklar %35,716.

Buna göre şirkette inceleme döneminde 2001 yılı hariç, diğer yıllarda duran varlıkların payının dönen varlıklardan fazla olduğu görülmektedir.

Tekstil sektörü sermaye yoğun bir sektör olduğu için, duran varlıkların payının dönen varlıkların payından daha fazla olması gerekir. Dolayısıyla, Gimsan Gediz İplik A.Ş'nin varlık yapısının düzgün olduğu söylenebilir.

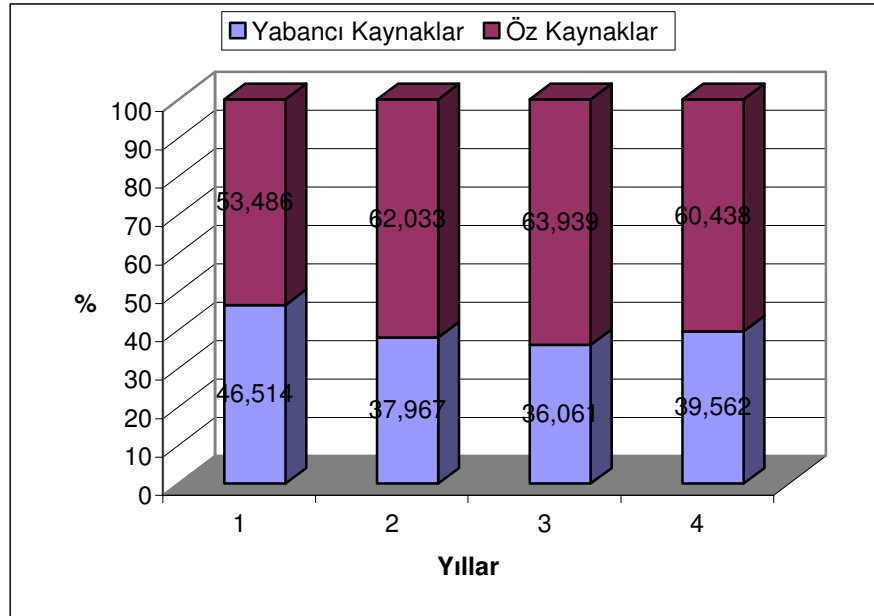


Şekil 29 : Gimsan A.Ş. Duran Varlıklar-Dönen Varlıklar Karşılaştırması

## B. Kaynak Yapısının Analizi

Şirketin kaynak dağılımı şu şekilde gerçekleşmiştir. 2000 yılında, yabancı kaynaklar %46,514, öz kaynaklar %53,486; 2001 yılında yabancı kaynaklar %37,967 öz kaynaklar %62,033; 2002 yılında, yabancı kaynaklar %36,061 öz kaynaklar %63,939; 2003 yılında yabancı kaynaklar %39,562 öz kaynaklar %60,438.

Şirketin yabancı kaynaklarının dağılımı incelendiğinde ise, şu sonuçlar ortaya çıkmaktadır. 2000 yılında kısa vadeli yabancı kaynakların payı %27,513, uzun vadeli yabancı kaynakların payı %19,001, 2001 yılında kısa vadeli yabancı kaynakların payı %25,141, uzun vadeli yabancı kaynakların payı %12,826, 2002 yılında kısa vadeli yabancı kaynakların payı %27,087, uzun vadeli yabancı kaynakların payı %8,974, 2003 yılında kısa vadeli yabancı kaynakların payı %22,675, uzun vadeli yabancı kaynakların payı %16,887.



Şekil 30 : Gimsan A.Ş. Yabancı Kaynaklar-Öz Kaynaklar Karşılaştırması

Şirketin kaynak dağılımı incelendiğinde, inceleme dönemindeki her yılda öz kaynakların payının yabancı kaynakların payından daha fazla olduğu görülmektedir. Dolayısıyla şirketin malî gücünün yeterli olduğunu ve yabancı kaynaklarını ödeme gücüne sahip olduğunu söyleyebiliriz. Şirket varlıklarını büyük ölçüde öz kaynakları

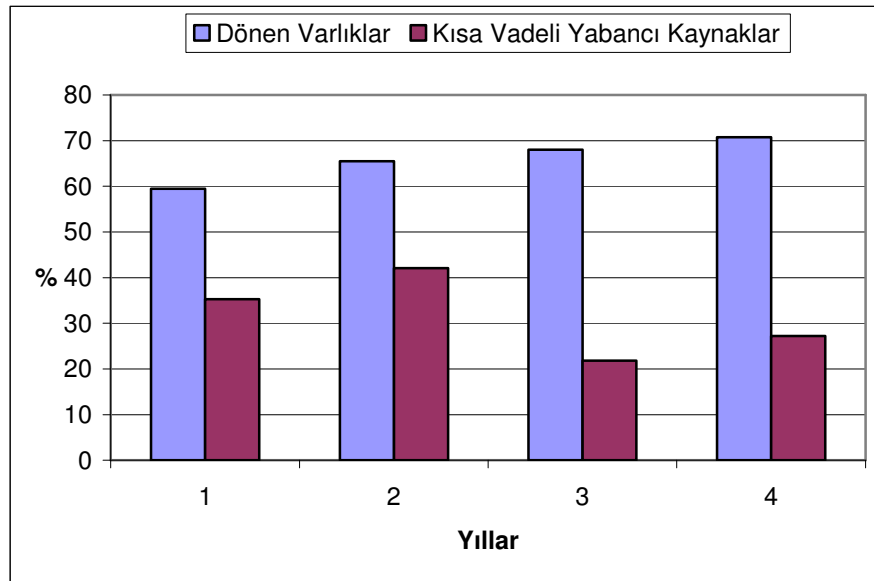
ile finanse etmiş, finansmanda yabancı kaynaklardan fazla miktarda yararlanmamıştır.

Şirketin yabancı kaynaklarının kendi içerisinde dağılımına bakıldığında ise, incelenen yıllarda kısa vadeli yabancı kaynakların payının, uzun vadeli yabancı kaynaklardan daha fazla olduğu görülmektedir. Bu durum şirketin kısa dönemde yeterli likiditeyi sağlayamaması durumunda borç baskısı altına girmesine neden olabilir.

## B. Varlık – Kaynak Dağılımının İncelenmesi

### 1. Dönen Varlıklar – Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar

Şirketin dönen varlıklarının ve kısa vadeli yabancı kaynaklarının payları şu şekilde gerçekleşmiştir. 2000 yılında, dönen varlıklar %25,117, kısa vadeli yabancı kaynaklar %27,513; 2001 yılında dönen varlıklar %34,005 kısa süreli yabancı kaynaklar %25,141; 2002 yılında, dönen varlıklar %36,573 kısa vadeli yabancı kaynaklar %27,087; 2003 yılında dönen varlıklar %35,716 kısa vadeli yabancı kaynaklar %22,675.



Şekil 31 : Gimsan A.Ş. Dönen Varlıklar-Kısa Vadeli Yabancı kaynaklar Karşılaştırması

Buna göre şirketin inceleme döneminde 2000 yılı hariç diğer üç yılda dönen varlıkların payı kısa vadeli yabancı kaynakların payından daha fazla olmuştur.

Dolayısıyla şirketin 2000 yılı hariç diğer yıllarda kısa vadeli borç ödeme gücüne ve net işletme sermayesine sahip olduğunu söyleyebiliriz. Fakat bunun için şirketin dönen varlıklarının likiditesinin de belirlenmesi gerekir. Bunun için, dönen varlıkların bileşimine bakılmalıdır. Dönen varlıklar grubunu 100 olarak kabul ettiğimizde, inceleme dönemindeki her yılda en yüksek payı stoklar ve ticarî alacaklar kalemleri almıştır. Hazır değerlerin payı ise, oldukça düşüktür. Stoklar ve ticarî alacaklar likiditesi nispeten düşük varlıklardır. Dolayısıyla bunların paraya çevrilmesi zaman alabilir. Buna göre şirketin likiditesini artırabilmek için stok ve alacak devir hızlarını artırması gerekmektedir.

## **2.Duran Varlıklar – Öz Kaynaklar**

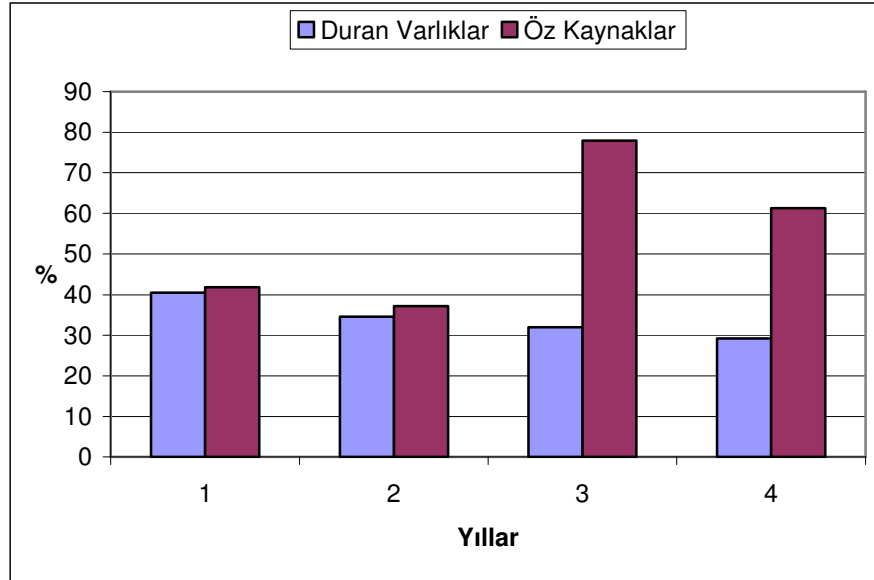
Şirkette duran varlıkların ve öz kaynakların payları şu şekilde gerçekleşmiştir. 2000 yılında, duran varlıklar %74,883, öz kaynaklar %53,486; 2001 yılında duran varlıklar %65,995 öz kaynaklar %62,033; 2002 yılında, duran varlıklar %63,427 öz kaynaklar %63,939; 2003 yılında duran varlıklar %64,284 öz kaynaklar %60,438.

Şirkette öz kaynaklar toplamı ve uzun vadeli yabancı kaynaklar toplamından oluşan, devamlı sermayenin belirlenebilmesi için de, uzun vadeli yabancı kaynakların yıllar itibariyle aldığı payların bilinmesi gerekir. Buna göre şirkette devamlı sermaye, 2000 yılında %72,487, 2001 yılında %74,859, 2002 yılında %72,912 ve 2003 yılında %77,325 olarak gerçekleşmiştir.

Şirketin inceleme dönemindeki her yılda duran varlıkların toplam aktif içerisinde aldığı pay, öz kaynakların toplam kaynaklar içerisinde aldığı paydan daha fazla olarak gerçekleşmiştir. Buna göre şirketin duran varlıklarının finansmanı için öz kaynakları yeterli değildir. Dolayısıyla duran varlıkların finansmanı için devamlı sermayenin yeterli olup olmadığına bakılması gerekir. Devamlı sermaye duran varlıklar karşılaştırmasına bakıldığında, incelenen dönemdeki her yılda devamlı



sermaye, duran varlıklar toplamından daha fazla pay almıştır. Dolayısıyla, şirketin duran varlıklarının finansmanında öz kaynaklar yeterli olmamış, bunun için duran varlıkların finansmanında uzun vadeli yabancı kaynaklar da kullanılmıştır.

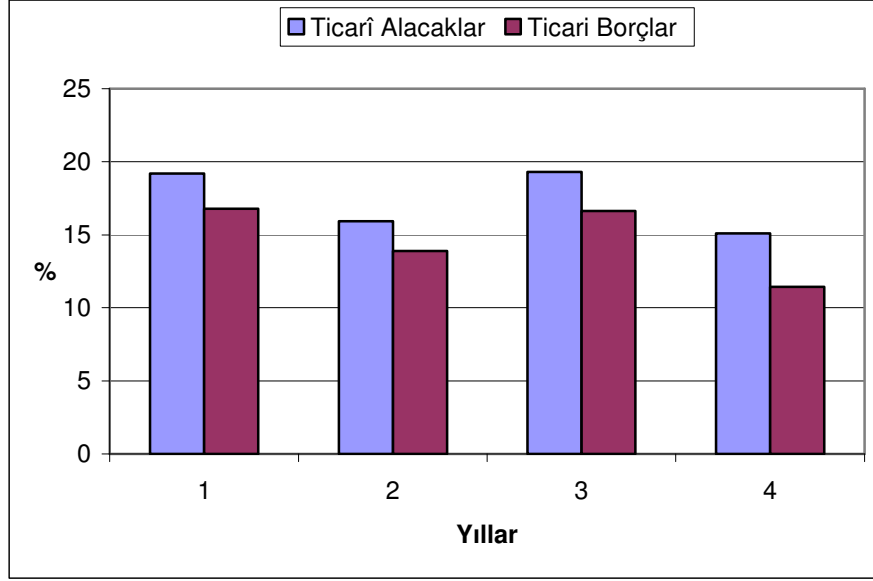


Şekil 32 : Gimsan A.Ş. Duran Varlıklar-Öz Kaynaklar Karşılaştırması

### 3. Ticarî Borçlar – Ticarî Alacaklar

Şirketin varlıkları içerisinde ticarî alacakların payı şu şekilde gerçekleşmiştir. 2000 yılında %8,843, 2001 yılında %8,057, 2002 yılında %18,445 ve 2003 yılında %7,993. Ticarî borçların kaynaklar içerisindeki payı ise şu şekilde gerçekleşmiştir. 2000 yılında %10,665, 2001 yılında %15,498, 2002 yılında %12,263 ve 2003 yılında %13,530.

İncelenen dönemde 2002 yılında ticarî alacakların varlıklar içerisindeki payı, ticarî borçların kaynaklar içerisindeki payından fazla olarak gerçekleşmiştir. Diğer yıllarda ise, ticarî borçların payı ticarî alacaklardan fazla olmuştur. Buna göre, şirketin kredili satışlardan dolayı müşterilerine tanıdığı vadenin, kredili alışlardan dolayı satıcılardan sağladığı vadeden daha az olduğunu söyleyebiliriz. Dolayısıyla, şirkette alacaklarla borçlar arasındaki vade uyumunun sağlanabildiğini söyleyebiliriz.



Şekil 33 : Gimsan A.Ş. Ticari Alacaklar-Ticari Borçlar Karşılaştırması

#### D. Gelir Tablolarının Analiz ve Yorumu

Şirketin 2000-2003 dönemine ait gelir tablolarının yüzde yöntemine göre analizi şu şekilde yapılabilir. Şirketin brüt satışları incelendiğinde, yurtiçi satışların yurtdışı satışlardan daha fazla olduğu görülmektedir. Sadece 2001 yılında oranlar birbirine yakın olarak bulunmuştur.

Satışların maliyeti, 2000 yılında %97,445, 2001 yılında %87,212, 2002 yılında %95,942 ve 2003 yılında %105,049 olarak gerçekleşmiştir. Dolayısıyla şirkette satışlarının maliyetinin oldukça yüksek olarak gerçekleştiği görülmektedir. Bu durum da brüt satış kârının düşük, ya da negatif olarak gerçekleşmesine neden olmuştur. Brüt satış kârı, 2000 yılında %2,555, 2001 yılında %12,787, 2002 yılında %4,058 ve 2003 yılında ise, %(5,049) olarak gerçekleşmiştir.

Esas faaliyet kârı, 2000 yılında %(8,231), 2001 yılında %3,830, 2002 yılında %(2,069) ve 2003 yılında ise, %(11,143) olarak gerçekleşmiştir. Faaliyet giderleri ise, 2000 yılında %10,786, 2001 yılında %8,957, 2002 yılında %6,127 ve 2003 yılında ise, %6,094 olarak gerçekleşmiştir. Faaliyet giderleri içerisinde araştırma ve geliştirme giderleri incelenen dönemde hiç pay almamıştır. Buna şirketin araştırma ve geliştirmeye fon ayırmadığı görülmektedir.

Şirketin inceleme döneminde 2001 yılı hariç diğer her yılda zarar ettiği görülmektedir.

#### **5.4. Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş., Söktaş Pamuk ve Tarım Ürünlerini Değerlendirme Ticaret ve Sanayi A.Ş. ve Gimsan Gediz İplik ve Mensucat Sanayi A.Ş. Malî Tablolarının Yüzde Yöntemine Göre Analizi**

##### **A. Şirketlerin Varlık Yapısının Analizi**

Şirketlerin varlık yapısı analiz edildiğinde, Menderes Tekstil A.Ş.'nin varlık dağılımı içinde dönen varlıkların dikey yüzdelerinin duran varlıkların dikey yüzdelerinden daha fazla değere sahip olduğu görülmektedir. Söktaş A.Ş.'de varlık dağılımı içerisinde dönen varlıkları ve duran varlıkları arasında dağılımında dikey yüzdelerin birbirlerine yakın değerler aldığı görülmektedir. 2001 yılı hariç diğer yıllarda duran varlıkların dikey yüzdeleri dönen varlıklardan daha yüksek değerler almıştır. Gediz İplik A.Ş.'de ise inceleme dönemindeki her yılda duran varlıkların dikey yüzdeleri dönen varlıkların dikey yüzdelerinden daha yüksek değerler almıştır.

Buna göre şirketlerin varlık dağılımlarına göre analizinde, Gediz İplik A.Ş.'nin varlık dağılımının daha düzgün olduğu söylenebilir.

Şirketlerin duran varlıklarının ve dönen varlıklarının bileşimlerine baktığımızda her üç şirkette de dönen varlıkları içerisinde en büyük pay stoklara ve sonra ticarî alacaklara aittir. Duran varlıklar içerisinde ise, en büyük pay maddi duran varlıklara aittir.

Her üç şirkette de dönen varlıkların bileşimi içinde hazır değerlerin dikey yüzdesinin oldukça düşük olduğu görülmektedir. Gediz İplik A.Ş.'nin hazır değerleri diğer iki şirkete göre daha yüksek değer almıştır.

## **B. Kaynak Yapısının Analizi**

Şirketlerin kaynak yapısı analiz edildiğinde, Menderes Tekstil A.Ş.'nin kaynak dağılımı içinde 2000 ve 2001 yıllarında yabancı kaynakların payı öz kaynaklardan daha fazla iken, 2002 ve 2003 yıllarında öz kaynaklar yabancı kaynaklara göre daha yüksek değer almıştır. Söktaş A.Ş.'de kaynak dağılımı içerisinde 2000-2002 arası dönemde yabancı kaynakların payı öz kaynaklardan daha fazla olmuştur. Özellikle 2000 ve 2001 yıllarında kaynaklar içerisinde yabancı kaynakların dikey yüzdesi oldukça yüksek gerçekleşmiştir. 2003 yılında ise, az da olsa öz kaynakların payı yabancı kaynaklardan daha yüksek gerçekleşmiştir. Gediz İplik A.Ş.'de de 2000-2001 yıllarında yabancı kaynakların payı daha fazla iken 2002-2003 yıllarında öz kaynakların dikey yüzdesi yabancı kaynakların dikey yüzdesinden daha yüksek gerçekleşmiştir.

Şirketlerin yabancı kaynaklarının dağılımı kendi içerisinde analiz edildiğinde, şirketlerde genellikle kısa vadeli yabancı kaynak kullanımının, uzun vadeli yabancı kaynak kullanımından daha yüksek olduğu görülmektedir.

## **B. Varlık – Kaynak Dağılımının İncelenmesi**

### **1. Dönen Varlıklar – Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar**

Şirketlerin dönen varlıklar – kısa vadeli yabancı kaynaklar karşılaştırılması analiz edildiğinde, her üç şirkette de dönen varlıklarının incelenen dönemde kısa vadeli yabancı kaynaklardan daha fazla pay aldığı görülmektedir. Buna göre, her üç şirket de kısa vadeli yabancı kaynaklarını ödeme gücüne ve net işletme sermayesine sahip olduğunu söyleyebiliriz. Burada en iyi durumda olan şirketin Menderes Tekstil A.Ş. olduğunu görmekteyiz. Söktaş A.Ş.'de ise, dönen varlıklar ile kısa vadeli yabancı kaynaklarının dikey yüzdeleri birbirine yakın değerler almıştır. Buna göre Söktaş A.Ş.'nin kaynakları içerisinde kısa vadeli olanların payı yüksektir. Bu durum şirketin kısa vadeli borçlarını ödemedeki sorunuyla karşılaşmasına neden olabilir. Söktaş A.Ş.'de 2003 yılında bu olumsuz durumun biraz düzeldiği de görülmektedir.

## **2.Duran Varlıklar – Öz Kaynaklar**

Şirketlerin duran varlıklar – öz kaynaklar karşılaştırılması analiz edildiğinde, Menderes Tekstil A.Ş.'de 2000-2002 yıllarında dikey yüzdeler birbirine yakın olmakla beraber, incelenen her yılda öz kaynakların dikey yüzdesinin duran varlıkların dikey yüzdesinden fazla olduğu görülmektedir. Söktaş A.Ş.'de ise, incelenen yıllarda duran varlıkların dikey yüzdesinin, öz kaynakların dikey yüzdesinden yüksek olduğu görülmektedir. Buna göre Söktaş A.Ş.'de duran varlıkların finansmanında öz kaynaklar yeterli olmamış, uzun vadeli yabancı kaynaklardan da duran varlıkların finansmanında yararlanılmıştır. Gediz İplik A.Ş.'de incelenen dönemde öz kaynakların duran varlıkların finansmanı için yeterli olduğu görülmektedir. 2000-2001 yıllarında öz kaynaklar ile duran varlıkların dikey yüzdeleri birbirine oldukça yakın değerler alırken, 2002-2003 yıllarında öz kaynakların artışı duran varlıkların artışından daha fazla olmuştur.

## **3. Ticarî Borçlar – Ticarî Alacaklar**

Şirketlerin ticarî borçlar – ticarî alacaklar karşılaştırılması analiz edildiğinde, her üç şirketin de incelenen her dönemde ticarî alacakların dikey yüzdesi, ticarî borçların dikey yüzdesinden daha yüksek olarak gerçekleşmiştir.

Buna göre her üç şirketin de ticarî alacakları ile ticarî borçları arasındaki vade uyumunu sağlayamadığını görmekteyiz.

## **D. Gelir Tablolarının Analiz ve Yorumu**

Şirketlerin 2000-2003 dönemine ait gelir tablolarının yüzde yöntemine göre analizi şu şekilde yapılabilir. Şirketleri satışları incelendiğinde, Menderes Tekstil A.Ş. ve Söktaş A.Ş.'nin yurtdışı satışlarının yurtiçi satışlardan daha fazla olduğu görülmektedir. Dolayısıyla şirketlerin ürünlerinin büyük bir kısmını ihraç ettiğini söyleyebiliriz. Gediz İplik A.Ş.'de yurtiçi satışlar daha yüksek değer almıştır.

Şirketlerde satışların maliyeti incelendiğinde en yüksek değerlerin Gediz İplik A.Ş.'de olduğunu görüyoruz. Menderes Tekstil A.Ş.'nin satışlarının maliyeti net satışlarının ortalama olarak yaklaşık %80'i civarında gerçekleşmiştir. Söktaş A.Ş.'de ise, 2001 ve 2002 yıllarında net satışların %70'i civarında gerçekleşen satışların maliyeti, 2003 yılında biraz yükselişle %77 civarında olmuştur.

Brüt satış kârı, satışların maliyeti kalemine paralel olarak en yüksek olarak Söktaş A.Ş.'de gerçekleşmiştir. Şirketlerin her üçünde de en yüksek değere 2001 yılında ulaşılmıştır.

Faaliyet giderlerinin yıllara göre en yüksek gerçekleştiği şirket Gediz İplik A.Ş. olmuştur. Faaliyet giderleri içerisinde genel olarak genel yönetim giderlerinin aldığı pay daha yüksek olmuştur. Faaliyet giderleri içerisinde her üç şirkette de araştırma ve geliştirme giderleri incelenen dönemde hiç pay almamıştır. Buna göre şirketlerin araştırma ve geliştirmeye fon ayırmadığı görülmektedir.

Menderes Tekstil A.Ş. hariç diğer iki şirkette, kısa vadeli borçlanma giderlerinin finansman giderleri içerisinde aldığı pay yüksek olmuştur. Buna göre Menderes Tekstil A.Ş.'nin uzun vadeli borçlanma oranının diğer iki şirketten yüksek olduğunu söyleyebiliriz. Şirketlerin kısa ve uzun vadeli borçları arasında banka kredilerinin payı yüksek olarak gerçekleşmiştir.

Kârlılık açısından şirketler değerlendirildiğinde inceleme döneminde sadece Menderes Tekstil A.Ş. her yıl net kâr elde etmiştir. Gediz İplik A.Ş. sadece 2001 yılında net kâr elde ederken Söktaş A.Ş., 2000 ve 2001 yıllarını zararlı kapattıktan sonra 2002 ve 2003 yıllarında net kâr elde etmiştir.

## 5.5. Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi

Çalışma Ege Bölgesi'nde faaliyet gösteren ve İ.M.K.B.'de işlem gören üç tekstil şirketinin 2000-2003 dönemine ait malî tabloları kullanılarak, dört finansal analiz türü uygulanmıştır. Bu analiz sonuçlarından elde edilen sonuçlar aşağıdaki şekilde değerlendirilebilir.

Uygulanan başabaş analizinde şirketlerin gelir tablolarından doğrudan elde edilemeyen değişken giderler ve sabit giderler, bazı hesaplamalar yapılarak elde edilmiş ve beş farklı olasılığa göre başabaş noktaları hesaplanmıştır. Daha sonra bu başabaş noktalarının ortalamaları alınarak yaklaşık olarak şirketlerin başabaş noktalarına ulaşılmıştır.

Başabaş analizinin iyi bir şekilde anlaşılabilmesi için, faaliyet kaldırıcı ile birlikte değerlendirilmesi yararlı olacaktır. Başabaş noktası analizi, işletmelerin sabit giderleri ile ilgilidir. Bir işletmede sabit giderlerin bulunması faaliyet kaldırıcına olanak verir. Bilindiği gibi, faaliyet kaldırıcı satışlar ile net faaliyet geliri arasındaki ilişkiden ortaya çıkmaktadır. Bir işletmenin hangi üretim düzeyinde başabaş noktasına ulaşabileceği başabaş analizi yardımıyla bulunabilir. İşletmenin kâra geçtikten sonra, üretimdeki bir birimlik artışın, ya da azalışın kârlarını nasıl etkileyeceği de faaliyet kaldırıcı analizi belirlenebilir.

Başabaş noktasına ulaşmadan önce, yani işletmenin zarar bölgesinde faaliyet kaldırıcı derecesi sıfırdan küçüktür. Başabaş noktasından sonra ise, kâr bölgesinde faaliyet kaldırıcı sıfırdan büyüktür. Faaliyet kaldırıcı en büyük değerleri başabaş noktası yakınlarında alır.

Bir işletmenin faaliyet kaldırıcının yüksek olması, faaliyet riskinin de yüksek olduğu anlamına gelir. Bu durumda işletmenin satışlarındaki küçük bir değişiklik, işletmenin kârı üzerinde büyük etkide bulunur. Buna göre, sabit maliyetleri yüksek olan işletmelerde, faaliyet kaldırıcı da yüksek olduğu için, faaliyet riski de yüksek olacaktır. Bu nedenle, satışları düzenli olan işletmeler, üretim sürecinde daha yüksek

oranda sabit maliyete katlanabilirler. Buna karşılık, satışları düzenli olmayan işletmeler riski azaltabilmek için daha düşük sabit maliyetlerle çalışmak durumundadırlar. Bir işletmede satışların artması kârların daha yüksek oranda artmasına neden olur. Kârların satışlardan daha hızlı artması durumunda ise, faaliyet kaldıraç derecesi de yüksektir. Dolayısıyla bu tür işletmelerde risk de yüksektir.

İncelenen şirketlerden Menderes Tekstil A.Ş. başabaş noktasına en geç beşinci senaryoda ulaşmaktadır. Bu senaryoya göre, faaliyet giderlerinin %50'si sabit, %50'si değişken giderlerden oluşmaktadır. Dolayısıyla, sabit giderlerin en yüksek olduğu senaryoda başabaş noktasına en geç ulaşılmaktadır. Bu durum da, yukarıda yapılan açıklamaları doğrulamaktadır. Şirket için ortalama olarak başabaş noktasını hesapladığımızda, şirketin 144.701.845 milyon TL satış hacminde başabaş noktasına ulaştığı görülmektedir.

Söktaş A.Ş. de başabaş noktasına en geç beşinci senaryoda ulaşmaktadır. Şirket için ortalama olarak başabaş noktasını hesapladığımızda, şirketin 45.017.673 milyon TL satış hacminde başabaş noktasına ulaştığı görülmektedir.

Gediz İplik A.Ş. ise, başabaş noktasına ulaşamamaktadır. Uygulanan her bir olasılıkta da, şirketin başabaş noktası satış düzeyinden daha yüksek olarak gerçekleşmiştir. Şirket için, ortalama olarak başabaş noktasını hesapladığımızda, 33.546.567 milyon TL satış hacminde başabaş noktasına ulaştığı görülmektedir.

Bir işletmenin fiyat bakımından rekabete girebilmesinin en uygun ve güvenilir yolu, maliyetleri kontrol edebilmesidir. Maliyetlerin kontrol altında tutulması çeşitli maliyet kontrol yöntemleri ile sağlanabilmektedir. Her işletmede, satış fiyatları ile değişken maliyetler arasındaki ilişkiler önemlidir. Değişken maliyetlerde gerçekleştirilecek küçük miktarlardaki tasarruflar bile, işletmenin elde edeceği kârın artmasını sağlar. Maliyetlere sağlanacak tasarruf, işletmenin rekabet gücünün artmasını da sağlar. Çünkü herhangi bir nedenle fiyatların düşürülmesi gerektiğinde, düşük maliyetle üretim yapan bir işletme, diğerlerine göre daha esnek olacaktır.



Maliyetlerin düşürülmesi konusunda işletmelerin elindeki önemli stratejilerden biri işbirliği olarak karşımıza çıkar. İşbirliği sayesinde işletmelerin maliyetlerini düşürmeleri mümkün olabilecektir. Örneğin işbirliği ile sağlanan ölçek ekonomileri sayesinde büyük miktarlarda alımlardan dolayı, hammadde giderlerinde tasarruf sağlanabilecektir. Ayrıca işletmelerin geriye doğru, yani tedarikçileriyle yapacağı işbirliği de işletmenin üretimde kullandığı hammaddenin hem güvenle, hem de düşük maliyetle sağlanması imkânını verecektir. Dolayısıyla bu durum işletmenin değişken maliyetlerinde tasarruf sağlama imkânına sahip olması anlamına gelecektir.

Ölçek ekonomileri ayrıca, düşük maliyetle sermaye sağlanması imkânı vereceği için de, sağlanan bu sermayenin faiz ödemeleri nedeniyle ortaya çıkan sabit giderlerde de tasarruf sağlaması anlamına gelecektir. Her iki gider türünde de ortaya çıkacak maliyet tasarrufları aynı satış hacminde işletmelerin daha fazla kâr sağlaması imkânına kavuşmalarını sağlayacaktır.

Ayrıca, maliyet tasarrufları sayesinde işletmeler daha kısa sürede başabaşa ulaşabileceklerdir. İşletmelerin daha düşük satış hacminde başabaş noktasına ulaşmaları rekabet açısından da avantaj sağlamalarına neden olacaktır. Çünkü, üretim kapasitesi içinde düşük kapasite kullanım oranlarında başabaş noktasına ulaşan işletmeler hem daha yüksek kârlar sağlayabilecek hem de, fiyat rekabeti söz konusu olduğunda fiyatların indirilmesi konusunda daha esnek olabileceklerdir.

İncelenen şirketlere ikinci analiz tekniği olarak oran analizi uygulanmıştır. Oran analizinde, analizlerde sıklıkla kullanılan on dört oran dikkate alınmıştır. Şirketlerin 2000-2003 yıllarını kapsayan dört dönemi için de bu on dört oran hesaplanmış ve sonuçları yorumlanmıştır. Likidite oranları olarak bilinen, cari oran, likidite oranı ve nakit oranlarının değerlendirilmesinde likidite açısından şirketlerin genellikle standartlara yakın sonuçlar verdikleri görülmüştür. 2003 yılını esas aldığımızda, Menderes Tekstil A.Ş.'nin cari oranının oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Diğer iki şirketin sonuçları da standart değerlerin üzerindedir. Şirketlerin likidite oranları da standart değerlere yakın olarak hesaplanmıştır. Şirketlerin nakit oranları incelendiğinde Gediz İplik A.Ş.'nin standart değer

üzerinde olduğu, diğer iki şirketin ise standart değer in altında değerler aldığı görülmektedir. Likidite oranları bir arada değerlendirildiğinde, şirketlerin net işletme sermayesine sahip olduğu ve kısa vadeli borçlarını ödeyebilecekleri görülmektedir. Ancak, şirketlerin dönen varlıklarının içerisinde kısa vadeli alacakların ve stokların aldığı değerler yüksek sayılabilirken, genellikle hazır değerlere az yatırım yaptıkları görülmektedir.

Şirketlerin malî yapılarının değerlendirilmesi amacıyla, kaldıraç oranı, öz sermaye/varlık toplamı oranı, ve yabancı kaynak/öz sermaye oranları hesaplanmıştır. Buna göre şirketlerin malî yapıları değerlendirildiğinde, kaldıraç etkisinden çok fazla yararlanmadıkları, varlıklarını genellikle öz sermayeleri ile finanse ettikleri görülmektedir. 2003 yılı değerlendirildiğinde, üç şirketin de, kaldıraç oranı %50'nin altında bulunmuştur. Dolayısıyla öz sermaye/varlık toplamı oranı %50'nin üzerinde bulunmuştur. Buna göre şirketlerin finansal kaldıraç etkisinden yararlanmadıkları ve varlıklarını daha çok öz sermayeleri ile finanse etme yoluna gittikleri söylenebilir.

Şirketlerin faaliyet yapısıyla ilgili olarak, alacak devir hızı, alacakların ortalama tahsil süresi, stok devir hızı, aktif devir hızı ve öz sermaye devir hızı oranları hesaplanmıştır. Oranların değerlendirilebilmesi amacıyla Merkez Bankası tarafından sektörler için hesaplanan standart oranlardan yararlanılmıştır. Alacak devir hızı değerlendirildiğinde sektör ortalaması 2003 yılında 5,4 iken, sadece Menderes Tekstil A.Ş.'nin sektör ortalamasının üzerinde değer aldığı görülmektedir. Stok devir hızı için sektör ortalaması 5,1 olarak hesaplanmıştır. Buna her üç şirketin de stok devir hızları sektör ortalamasının altındadır. Varlık devir hızında da aynı sonuçla karşılaşırız. Şirketlerin aktif devir hızları 3,6 olan sektör ortalamasının altındadır. Öz sermaye devir hızının sektör ortalaması 1,3'tür. Buna göre şirketlerin aktif devir hızları da sektör ortalamasının oldukça altındadır.

Şirketlerin kârlılıklarının ölçülmesi ile ilgili olarak, net kâr/öz sermaye, net kâr/varlık toplamı ve net kâr net satışlar oranları hesaplanmıştır. Net kâr/öz kaynaklar oranının sektör ortalaması 0,071 iken, incelenen şirketlerde oranın sadece Söktaş A.Ş.'de standart orandan yüksek olduğu görülmekteyken, Gediz İplik A.Ş.'de

negatif getiri elde edildiği görülmektedir. Net kâr/varlık toplamı oranının standardı, 0,026 iken şirketlerden Söktaş A.Ş.'nin oranının standardın üzerinde olduğu, Menderes Tekstil A.Ş.'nin oranının da standarda yakın olduğu görülmektedir. Net kâr/net satışlar oranında ise, standart 0,023'tür. Buna göre satışlar üzerinden en fazla getiriye sahip şirket, Söktaş A.Ş.'dir. Menderes Tekstil A.Ş. de standardın üzerinde bir değer almıştır.

Üçüncü analiz tekniği olarak, eğilim yüzdeleri tekniği kullanılmıştır. Eğilim yüzdeleri tekniğinde, şirketlerin bilanço ve gelir tablosunda yer alan ve şirketlerin çeşitli yönlerden değerlendirilmesinin yapılmasına olanak sağlayan kalemler karşılaştırılmıştır. Bu tekniğin analizi sonucunda, şirketlerin genellikle kısa vadeli borç ödeme gücüne sahip olduğunu ve alacaklarını tahsil etmede bir sorun yaşamadıklarını söyleyebiliriz. Şirketlerin incelenen yıllarda stoklara aşırı yatırım yaptıkları görülmekle birlikte, net satışların artış eğilimi, genellikle stoklardan daha yüksek gerçekleşmiştir. Buna göre şirketlerin satışları ile ilgili bir sorunları olmadığı söylenebilir. Öz sermaye/yabancı kaynaklar karşılaştırmasında, oran analizinde belirtildiği gibi şirketlerin finansmanda daha çok öz kaynaklarını kullandıkları görülmektedir. Dolayısıyla şirketlerin yabancı kaynaklarını ödeyebileceklerini söyleyebiliriz. Şirketlerin kârlılık yapıları analiz edildiğinde, Menderes Tekstil A.Ş.'nin net dönem kârı 2001 ve 2002 yıllarında artmakla beraber, 2003 yılında kârındaki artış hızı yavaşlamıştır. Gediz İplik A.Ş.'nin sadece 2001 yılını kâr ile kapadığı görülmektedir. Söktaş A.Ş. ise, 2000 ve 2001 yıllarını zararla kapadıktan sonra, 2002 ve 2003 yıllarını kâr ile kapamıştır.

Dördüncü analiz tekniği olarak, yüzde (dikey analiz) tekniği uygulanmış olup, elde edilen sonuçlar şu şekilde belirtilebilir. Şirketlerin varlık yapıları değerlendirildiğinde, Menderes Tekstil A.Ş. ve Söktaş A.Ş.'nin varlıkları içerisinde dönen varlıkların dikey yüzdesinin, duran varlıkların dikey yüzdelerinden daha yüksek olduğu görülmektedir. Gediz İplik A.Ş.'de ise, duran varlıkların dikey yüzdesinin dönen varlıkların dikey yüzdesinden daha yüksek olduğu görülmektedir. Buna göre varlık dağılımlarında Gediz İplik A.Ş.'nin varlık yapısının daha düzgün olduğu söylenebilir.

Kaynak yapısının analizinde ise, özellikle analiz döneminin son yıllarında şirketlerin varlıklarının finansmanında öz kaynaklarının kullandıkları görülmektedir. Şirketlerin yabancı kaynaklarının dağılımına bakıldığında ise, genellikle kısa vadeli yabancı kaynaklar daha fazla kullanılmıştır. Duran varlıkların finansmanında Söktaş A.Ş. hariç diğer iki şirkette öz kaynaklar yeterli olmuştur. Söktaş A.Ş.'de ise duran varlıkların bir kısmı uzun vadeli yabancı kaynaklarla finanse edilmiştir. Şirketlerin alacakları ile borçları arasındaki vade uyumuna bakıldığında ise, genellikle bu uyumun sağlanamadığı görülmektedir.

Dikey yüzde tekniğine göre, şirketlerin gelir tablosu incelendiğinde, faaliyet giderleri içerisinde, araştırma ve geliştirme giderlerinin payının olmadığı görülmektedir. Buna göre şirketler araştırma ve geliştirmeye gerekli olan fonları ayırmamaktadırlar. İnceleme döneminde sadece Menderes Tekstil A.Ş. her yıl net kâr sağlamıştır.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

İşletmelerin temel amacı, büyümeyi sağlayarak işletmenin piyasa değerini maksimum yapmaktır. Bunun gerçekleştirilebilmesi için de, özellikle Türkiye’de diğer üretim faktörleri gibi kıt olan sermayenin en verimli bir şekilde kullanılması gerekmektedir.

Hızlı teknolojik gelişme, artan rekabet, büyüyen pazarlar ve küreselleşme gibi olgular işletmelerin büyümeye yönelik stratejilerini belirlemede çok büyük öneme sahip etkenler olarak kabul edilebilir. Dünyada ve Türkiye’de işletmeler bu olgulara uyum sağlamak için çeşitli büyüme stratejilerine yönelmektedirler.

Büyüme, varlığını devam ettirmek isteyen her işletme için gereklidir. Bu ya içsel yollarla, ya da diğer işletmelerle işbirliği gibi dışsal yollarla gerçekleştirilebilir.

Büyüme için gerekli sermayenin ve diğer üretim faktörlerinin sağlanabilmesi, bunların verimli bir şekilde kullanılabilmesi ve yoğun rekabet ortamında ayakta kalabilmek için yeterli büyüklükte faaliyette bulunulması yani, ölçek ekonomilerinden yararlanılması zorunludur. Ölçek ekonomilerinden yararlanılabilmesi için de, işletmelerin güçlü bir finans ve teknoloji yapısına sahip olması gerekmektedir. Bunların sağlanabilmesi için, işletmelerin elindeki en önemli yoldan birisi diğer işletmelerle işbirliği yapmaktır.

İşbirliği işletmelere, finansman, teknoloji, pazarlama ve yönetim olanakları sağlayarak büyüme ve sürekliliği sağlama, ölçek ekonomilerinden yararlanarak maliyet indirimi ve verimlilik artışı sağlama ve global rekabet karşısında hayatta kalma olanağı vermektedir. Özellikle Türkiye’deki işletmeler gibi, yeterli teknolojik olanaklara sahip olmayan, finans sağlamada zorluklarla karşılaşan işletmeler için işbirliği büyük önem taşımaktadır. Üretilen ürünlerin birim maliyeti ve ihtiyaç duyulan sermayenin ortalama maliyeti ölçeğe bağlı olarak değişmektedir.

İşletmeler rekabetin sürekli arttığı pazarlarda tüm rekabet güçlerine tek başlarına sahip olamamaktadırlar. Yeni ürün geliştirme maliyetlerinin yüksekliği,

Ar-Ge faaliyetlerinin çeşitliliği ve yeni pazarlara açılma ihtiyacı işletmeleri ortak çalışmaya yöneltmektedir. İşbirlikleri işletmelere, teknoloji ve sermaye gibi bir takım rekabet güçlerine daha düşük bir maliyetle ve daha hızlı bir biçimde ulaşabilme olanağı vermektedir.

Tekstil ve konfeksiyon sektörü, sağladığı istihdam imkanı, üretim sürecinde yarattığı katma değer ve uluslararası ticaretteki ağırlığı nedeniyle ekonomik kalkınma sürecinde önemli rol oynayan bir sanayi dalı olmuştur. Tekstil ve konfeksiyon sektörü yatırım, katma değer, istihdam ve ihracat açısından diğer ekonomilerde olduğu gibi Türk Ekonomisinde de önemli bir sektör konumundadır.

Sektörde faaliyet gösteren işletmelerin yaklaşık %80'i KOBİ'lerden oluşmaktadır. Resmi rakamlara göre sektörde yaklaşık 46.000 civarında işletme bulunmaktadır. Ancak kayıt dışı olanlarla birlikte bu sayının daha fazla olduğu tahmin edilmektedir.

Tekstil ve konfeksiyon sektörünün ülkemizdeki bazı sorunları; kaliteli ve rekabetçi fiyatlarla üretim için gerekli olan girdi ve özellikle enerji maliyetlerinin yüksekliği, sektördeki mevcut işçilik ve sosyal güvenlik ücretlerinin rakip ülkelerin üzerinde seyretmesi, pazarlama organizasyonunda eksiklikler, marka yaratamamak, kayıt dışı ekonominin büyüklüğü, teşvik ve kredilerin yetersizliği, finansman sağlama konusunda problemlerin bulunması şeklinde belirtilebilir.

Ancak günümüzde tekstil ve konfeksiyon sektörü, en önemli rekabet gücü olan düşük maliyetle üretim yapabilme niteliğini özellikle Uzak Doğu ülkelerine kaptırmış bulunmaktadır. Bu nedenle artık Türkiye'deki tekstil işletmeleri için düşük maliyet bir rekabet stratejisi olarak yeterli değildir.

Türkiye gibi, sermayenin pahalı ve işgücü maliyetlerinin giderek arttığı ülkelerde rekabet edebilmenin en önemli yolu üretim kalitesini artırmak, moda ve marka yaratmaya yönelmek olarak belirtilebilir. Günümüzde rekabet avantajı sağlamada ve uluslararası ticarete başarılı olmada bol ve ucuz işgücü yerine, nitelikli

ve verimli işgücü, sermaye bolluğu yerine teknolojik yenilikler ve yaratıcılık daha önemli hale gelmiştir.

Teknoloji düzeyi, işgücü, hammadde maliyetleri gibi alanlarda rakipleriyle karşılaştırıldığında orta sıralarda yer alan Türkiye'nin rakipleri karşısında maliyet açısından avantaj yaratması zordur. Tekstil işletmeleri maliyetlerini çok fazla düşüremeyeceğinden bunun yerine ürün kalitesi ve çeşitlerinde iyileştirmeler yapmalı, kendi moda ve markasını oluşturarak rekabete girmelidir.

Fakat çalışmada analiz edilen üç tekstil şirketinin de araştırma ve geliştirmeye fon ayırmadıkları görülmüştür. Bu şekilde, şirketlerin ürün kalitesinin geliştirilmesi ve yeni ürün ortaya konulması yoluyla rekabet avantajı sağlanması mümkün olmayacaktır. Şirketlerin ürünlerinde yenilik sağlayamamaları ve moda yaratamamaları durumunda, uluslararası rekabette başarılı olmaları mümkün olmayacaktır. Bu durumda ancak, diğer şirketlere üretim yapan fasoncu birer şirket olmaktan öteye gidilemeyecektir.

Çalışmanın ortaya koyduğu bir diğer önemli nokta şirketlerin finansmanda genellikle kısa vadeli kredi kullanmaları olmuştur. Bu da, şirketlerin sektörde ve genelde Türkiye'deki diğer şirketler gibi uzun vadeli fon sağlamada zorluk çektikleri şeklinde değerlendirilebilir.

## ÖZET

“Rekabet ve işbirliği stratejilerinin finansal yönetim açısından değerlendirilmesi: Ege Bölgesi tekstil sektörü örneği” konulu çalışmanın amacı, rekabet ve işbirliği stratejilerinin işletmelerin rekabet gücüne ve malî yapıları üzerine olan etkilerinin araştırılmasıdır.

Çalışmada öncelikle rekabet ve işbirliği kavramları açıklanmıştır. Buna göre rekabet kavramı, piyasada ekonomik amaç ve çıkarlarını gerçekleştirmek isteyen ekonomik birimler arasında zaman içerisinde ortaya çıkan yarış ve karşıtlık süreci olarak tanımlanabilir. İşbirliği de, iki, ya da daha fazla işletmenin ortak bir amacı gerçekleştirmek, ya da ortak bir hedefe ulaşmak için bir araya gelmeleridir.

Çalışmada tekstil ve konfeksiyon sektörünün dünya ve Türkiye ekonomisindeki yerine ve önemine de değinilmiştir. Buna göre, tekstil ve konfeksiyon sektörü özellikle gelişmekte olan ekonomilerde önemli bir sektördür. Sektör, ihracat imkanları ile ülke ekonomisine önemli miktarda döviz girdisi sağlamanın yanında, özellikle konfeksiyon sektörü sağladığı istihdam imkânı ile de, önem arz etmektedir.

Uygulama kısmında Ege Bölgesi’nde faaliyet gösteren ve İ.M.K.B.’de işlem gören üç tekstil şirketinin malî tabloları kullanılarak analiz edilmiştir. İşlemeler arası işbirliği kendini daha çok maliyetler üzerinde gösterdiği için, uygulamada öncelikle maliyet-hacim-kâr analizi yapılmıştır. Bu analizi desteklemek ve şirketlerin finansal durumunu daha açık bir şekilde ortaya koyabilmek amacıyla da, oran analizi, eğilim yüzdeleri tekniği ve dikey analiz teknikleri uygulama kısmına ilave edilmiştir.

Uygulama sonucuna göre, incelenen üç şirket arasında Menderes Tekstil A.Ş.’nin malî olarak daha iyi durumda olduğu görülmüştür. Ayrıca, sektörün ortalama rakamları ile yapılan karşılaştırmada, şirketlerin analiz sonuçlarının genellikle sektör ile paralel olduğu da çıkan sonuçlar arasındadır.



Şirketlerin malî tabloları incelendiğinde çıkan sonuçlardan biri de, araştırma ve geliştirmeye yeterli kaynak ayırmadıkları olmuştur. Araştırma ve geliştirme günümüzde tüm sektörlerde olduğu gibi, tekstil sektörü için de önemlidir. Türkiye'deki tekstil-konfeksiyon şirketlerinin en önemli sorunlarından birinin marka oluşturamamak olduğu düşünüldüğünde, bu sonuç daha da önemli olmaktadır. Çünkü, günümüzde tekstil-konfeksiyon sektörü için düşük maliyetli işgücü, bir rekabet silahı olmaktan çıkmıştır. Bu durum da, Türk şirketlerinin önemli bir rekabet silahını kaybettiği anlamına gelmektedir.

## **SUMMARY**

The study entitled: “Study of Competitive and Cooperative Strategies from the Standpoint of Financial Management: The Sample of the Textile Sector in the Aegean Region” aims to investigate the effects of competitive and cooperative strategies on the competitive power and financial structures of enterprises.

The concepts of competition and cooperation are explained first in the study. Accordingly, the concept of competition may be defined as the process of contest and opposition arising in time among the economic units wishing to achieve their economic objectives and interest in the market. Cooperation is association of two or more enterprises in order to achieve a common objective or to arrive at a common target.

The study touches upon the place and importance of the textile and ready-wear sector in the world and Turkish economy as well. In this respect, the textile and ready-wear sector is a significant one especially in the developing economies. Besides providing the country’s economy with significant amount of foreign currency with its export possibilities, the sector, particularly the ready-wear sector, carries importance due to the possibility of employment it brings about.

In the section on practical application, financial statements of three textile companies operating in the Aegean Region and traded in İstanbul Stock Exchange have been analyzed. Since cooperation among enterprises manifests itself more on costs, cost-volume-profit analysis has first been carried out. Ratio analysis, tendency percentage and percentage analysis techniques have been added to the section on practical application in order to support the analysis and to put forward the financial condition of the companies more clearly.

As a result of the practical application, it was found out that, of the three companies examined, Menderes Tekstil A.Ş. is in a better financial condition.

Furthermore, the comparison made with the average figures of the sector has revealed that the results of the analysis of the companies are generally paralel with.

One of the conclusions drawn from the examination of the financial statements of the companies is that they do not set sufficient resources aside for research and development. Today, research and development is important for the textile sector, as in the case of all sectors. This conclusion carries even more importanc considering that one of the most important problems of the textile and ready-wear companies in Turkey is brand building; because, today low-cost labor is no longer a competitive weapon for the textile and ready-wear sector, which means that Turkish companies have lost a significant competitive edge.

## **TEŞEKKÜR**

“Rekabet ve işbirliği stratejilerini finansal yÖnetim aÇısından değerlendirilmesi: Ege BÖlgesi tekstil sektÖrÜ örneği” konulu çalıŐmam esnasında yardımlarını esirgemeyen değerli hocam Prof. Dr. Selim Bekçioğlu’na ve araştırma süresince katkı ve desteklerini esirgemeyen tez danıŐmanım Yrd. Doç. Dr. Osman Bayri’ye sonsuz teŐekkürlerimi sunarım.

Çalışmamda bana yardımcı olan tüm arkadaşlarıma ve aileme de ayrıca teşekkür ederim.

## **KAYNAKLAR**

- AKAY, H., 1997. İşletmeleri Birleşme ve Muhasebesi, Yayılım Matbaası, İstanbul.
- AKDOĞAN, N. ve TENKER, N., 2004. Finansal Tablolar ve Mali Analiz Teknikleri, Gazi Kitabevi, Ankara.
- AKGÜÇ, Ö., 1998. Finansal Yönetim, Muhasebe Enstitüsü Yayın No:65, Muhasebe Enstitüsü Eğitim ve Araştırma Vakfı Yayın No:17, İstanbul.
- AKIN, B., 2001. Yeni Ekonomi, Strateji, Rekabet, Teknoloji Yönetimi, Çizgi Kitabevi Yayınları, Ankara.
- ALPKENT, N., 2000. Sıvı ve Katı Yağlar Sektöründe Rekabet Gücü Olanaklarının Artırılması, Milli Prodüktivite Yayınları No:646, Ankara.
- AŞIKOĞLU, R., 1999. Yatırım ve Proje Değerlemesi, (Editör, Büker, S.) T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları No:827, Açıköğretim Fakültesi Yayınları No:436 Eskişehir.
- ATILGAN, T., 2001. Tekstil Sektörünün Fırsat ve Riskleri, Tekstil İşveren Dergisi, Sayı: 261, Eylül.
- AYDIN, N., 1990. İşletmelerin Birleşmesinde Finansal Analiz ve Bir Uygulama Örneği, TOBB, Yayın No:Genel 150; Ar-Ge- 62 Ankara.
- AYDIN, N., 2004. Birleşme Satın Almalarda İşletme Değerlemesi, (Editör, Sümer. H. ve Pernsteiner. H.), Alfa Basım Dağıtım Ltd. Şti. I. Baskı, İstanbul.
- BAHTİYAR, M., 2004. Türk Ticaret Kanunu İle Avrupa Birliği'nin Üçüncü Konsey Yönergesi Açısından Anonim Ortaklık Birleşmeleri ve Denetimi, (Editör, Sümer. H. ve Pernsteiner. H.), Alfa Basım Dağıtım Ltd. Şti. I. Baskı, İstanbul.

- BAYRAKTAR, T., 2003. Türkiye’de İplik Üretim Kapasitesi Ve Makina Parkı Üzerine Genel Bilgiler, İTKİB Genel Sekreterliği, Ar-Ge ve Mevzuat Şubesi, İstanbul.
- BONO, E., D., 2000. Rekabetüstü, (Çeviren, Oya Özel), Remzi Kitabevi A.Ş., İstanbul.
- BOZKURT, R., 1999. Küresel Pazarlara Açılmak İsteyen Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Uygulayabilecekleri Stratejik İşbirliği Seçenekleri ve Ortak Girişimler, Yayınlanmamış Master Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yönetim ve organizasyon Bilim Dalı, İstanbul.
- BREALEY,R.A., MYERS,C.S., VE MARCUS,J.A., 2001. İşletme Finansının Temelleri, (Çev. Bozkurt,Ü., Arıkan, T., DOĞUKANLI,H.), McGraw-Hill-Literatür Ortak Yayını, İstanbul.
- BÜYÜKMİRZA, K., 1998. Maliyet ve Yönetim Muhasebesi, Barış Yayınevi, Ankara.
- CEYLAN, A., 2001. İşletmelerde Finansal Yönetim, Ekin Kitabevi, Bursa.
- ÇELİKKOL, H., 1994. Globalleşme Sürecinde Finansal Amaçlı İşbirliği Stratejileri, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- ÇETİNER, E., 2000. İşletmelerde Mali Analiz, Gazi Kİtabevi, Ankara.
- ÇETİNTAŞ, H., 2004. Küresel rekabet ve İşbirliği,  
[http://www.tisk.org.tr/isveren\\_sayfa.asp?yazi\\_id=340&id=20](http://www.tisk.org.tr/isveren_sayfa.asp?yazi_id=340&id=20).
- ÇINAROĞLU, S., 2003. Rekabet Hukukunda Dikey Birleşmeler: Etkinlik ve Rekabet, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi, Ankara.

- ÇİVİ, E., 2001. Rekabet Gücü: Literatür Taraması, Yönetim ve Ekonomi, Cilt: 8, Sayı: 2, Manisa.
- DİNÇER., Ö., 1998. Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası, Beta Basım ve dağıtım A.Ş. İstanbul.
- DPT, 2001. Petro-Kimya Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Sentetik Elyaf ve İplik Sanayii Alt Komisyon Raporu, Ankara.
- DPT, Tekstil ve Giyim Sanayi Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Yayın No: DPT: 2549-ÖİK:565, Ankara.
- DULUPÇU, M., A., 2001. Küresel Rekabet Gücü, Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme, Nobel Yayın Dağıtım Ltd. Şti., Ankara.
- EBSO, 2003. Cumhuriyetin 80. Yılında Ege Ekonomisinin Gelişimi, İzmir.
- EGE TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ, 2004. 2003/2004 Dönemi Çalışma Raporu, İzmir.
- EREN, E., 1990. İşletmelerde Stratejik Planlama ve Yönetim, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayın No:234, İşletme İktisadı Enstitüsü Yayın No:127, Cilt-1, 3. Basım, İstanbul.
- ERKAN, C., 1995. Ulusal Rekabet Üstünlüklerinin Belirleyenleri, Yönetim ve Ekonomi, Sayı: 1, Celal Bayar Üniversitesi, Manisa.
- ERUYGUR, O., ÖZÇELİK E., TAYMAZ, E., 2004. Tekstil ve Hazır Giyim Sanayilerinde Uluslararası Rekabet, İşletme ve Finans, Nisan, Sayı 5.
- ESENER, Ö., 1997. Stratejik Ortaklıklar, İMKB Yayınları, İstanbul.
- GENÇ, Ö., 2003. Ege Bölgesi Ekonomik ve Sosyal Durum Raporu, Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. Araştırma Müdürlüğü, Ankara.

- GÖNENLİ, A., 1988. İşletmelerde Finansal Yönetim, İstanbul Üniversitesi Yayın No: 3463, İşletme Fakültesi Yayın No: 187, İşletme İktisadı Yayın No: 88, İstanbul.
- GÜRAN, N., 1990. Dışa Açılma Sürecinde Türkiye Ekonomisinin Rekabet Gücü, DPT, Yayın No:DPT.2231-AETB:24, Ankara.
- GÜZELCİK, E., 1999. Küreselleşme ve İşletmelerde Değişen Kurum İmajı, Sistem Yayıncılık ve Mat. San. Tic. A.Ş., İstanbul.
- HANAN M., 1996. Yarının Rekabeti, İnkılâp Kitabevi Yayın Sanayi ve Ticaret A.Ş., İstanbul.
- İSLAMOĞLU, A., H., 2000. Pazarlama Yönetimi, Beta Basım Yayım A.Ş. İstanbul.
- KANOĞLU, N. ve ÖNGÜT E., 2003. Dünyada ve Türkiye’de Tekstil-Hazır Giyim Sektörleri Ve Türkiye’nin Rekabet Gücü, DPT, İktisadi Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü Sanayi Dairesi Başkanlığı, Yayın No DPT: 2668, Ankara.
- KARACASULU, N., 2003. Uluslararası Teknoloji Transfer Süreci Ve Yöntemleri, <http://www.econturk.org/dtm5.htm>.
- KATIRCIOĞLU, İ. Ş., 2002. Küreselleşme, Tarım ve Pamuğun Geleceği, Türkiye 5. Pamuk, Tekstil Ve Konfeksiyon Sempozyumu 28-29 Nisan, Diyarbakır.
- KAYAR, M. A., 2003. Rekabet Hukuku Uygulamalarında Yatay İşbirliği Anlaşmaları: Ortak Girişimler Açısından Bir Değerlendirme, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri No: 46, Rekabet Kurumu Yayın No:0132, Ankara.
- KAYIHAN, L., 2003. Rekabet Hukuku Uygulamalarında Ortak Girişimler, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi No:5, Rekabet Kurumu Yayını, Yayın No: 0087, Ankara.



- KOBİ EKONOMİSİ, 2004. Tekstilde 2005 Stratejisi ve KOBİ'ler İçin Öneriler, Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme Dairesi Başkanlığı, Ankara.
- KOÇEL, T., 2001. İşletme Yöneticiliği, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş. İstanbul.
- KOYUNCU, M., 1998. Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Rekabet Stratejileri ve Kayseri'de Bir Araştırma, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme ve Personel Yönetimi Organizasyon Doktora Programı. İstanbul.
- KULAKSIZOĞLU, Ş., 2003. Rekabet Hukukunda Yatay Birleşmeler: Antirekabetçi Etkiler İle Öne Sürülen Savunma ve Yararlar, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi, Rekabet Kurumu Yayın No: 0122, Ankara.
- KUM, H., 1999. Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörler: Yeni Yaklaşımlar, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı: 14.
- MOYER, C., MCGUIGAN, J., ve KRETLOW, W., 1984. Contemporary Financial Management, West Publishing Co, Minnesota.
- MUCUK, İ., 2001. Modern İşletmecilik, Türkmen Kitabevi, İstanbul
- MÜSİAD, 1996. Pamuk Birliği, Müsiad Araştırmaları – 19, İstanbul.
- ÖLÇER, F. 2001. "Küresel Rekabette Stratejik İşbirliklerinde Yaşanan Sorunlar, <http://www.basakekonomi.com.tr/strateji-kuresel-rekabette.htm>
- ÖZ İPLİK-İŞ, 2005. Tekstil Sektörü Sorunlar ve Çözüm Önerileri, İstanbul.
- ÖZCAN, S., 2001. Uluslararası Rekabette İSO Standartları ve Rekabet Gücüne Etkisi, Pazarlama Dünyası.
- ÖZEL, M., 1998. Küresel Rekabet, İz Yayıncılık, İstanbul.

- ÖZEN, Ü., 1995. Break-Even Analysis For a Paper Producer, SEKA, Ninth World Productivity Congress, New Vision and Strategies for the Next Century: People, Technology and Productivity, İstanbul.
- ÖZKARA, B., YÜKSEL, B., 1999 Afyon Mermer Sektörünün Rekabet Analizi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Dergisi, Afyon.
- ÖZÜDOĞRU, T., 2002. Pamuk İpliği, Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü, T.E.A.E. – Bakış, Aralık, Sayı 1.
- ÖZÜDOĞRU, T., 2002. Pamuk, Durum Tahmin: 2002/2003, Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü, Yayın No:89.
- ÖZTÜRK, İ., 1994. Stratejik Yönetim İşlemi Çerçevesinde Stratejik İşbirlikleri ve Şirket Birleşmeleri, Yayınlanmamış Master Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İstanbul.
- PAPATYA, N., 2003. Sürdürülebilir Rekabette Stratejik Yönetim ve Pazarlama Odağı, Kaynak Tabanlılık Görüşü Kavramsal ve Kuramsal Yaklaşım, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- PERNSTEİNER, H., 2004. İşletme Bilimi Literatüründe Birleşme Kavramı, (Çeviren, Ersen, Ç.), (Editör, Sümer. H. ve Pernsteiner. H.), Alfa Basım Dağıtım Ltd. Şti. I. Baskı, İstanbul.
- PORTER, M., E., 2000. Rekabet Stratejisi, Sektör ve Rakip Analizi Teknikleri, Çeviren: Gülen Ulubilgin, Sistem Yayıncılık A.Ş. İstanbul.
- SABUNCUOĞLU, Z. ve TOKOL, T., 1997. İşletme I-II, Ezgi Kitabevi, Bursa.
- SAFEL, R. ve DEDEOĞLU S., 1998. Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü, Türkiye Vakıflar Bankası T.A.O. Planlama ve İktisadî Araştırmalar Grup Müdürlüğü, Sektör Araştırmaları Serisi/No: 12, Ankara.

- SAFEL. R., YILMAZ. H., 2004. Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü, Türkiye Vakıflar Bankası T.A.O., Planlama ve İktisadi Araştırmalar Başkanlığı, Sektör Araştırmaları Serisi/NO:34.
- SAĞLAM, N. ve ŞENGEL, S., 2004. Şirket Birleşmeleri ve Muhasebeleştirilmesi, (Editör, Sümer. H. ve Pernsteiner. H.), Alfa Basım Dağıtım Ltd. Şti. I. Baskı, İstanbul.
- ŞAHAN, Ö., 2003. Avrupa Birliği'ne Üye Ülkeler ve Türkiye'nin Uluslararası Rekabet Gücünün Kıyaslanması, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Maliye Anabilim Dalı.
- SAYILIR, A., 2001. Gelişmekte Olan Ülkelerde Kurulan Uluslararası Çok Ortaklı Girişimlerde Bilgi Edinimi ve Yerel Ortağa Yansıması, <http://www.sbe.deu.edu.tr/Yayinlar/dergi/dergi01/sayilir.htm>.
- SEVİM, A., 2004. Şirket Birleşmelerinde Kurumsal Kaynak Planlanmasının Önemi. (Editör, Sümer. H. ve Pernsteiner. H.), Alfa Basım Dağıtım Ltd. Şti. I. Baskı, İstanbul.
- SEVİM, Ü., 2002. Türk Hazır Giyim Sanayiinin İhracat İmkanları, İhracat Geliştirme Etüt Merkezi, Ankara.
- STOLZ. H., 2004. Çin'den Alınacak Ders, [www.tad.com.tr](http://www.tad.com.tr).
- ŞAHİN, F., 2004. Tekstil Sektörü ve 2005 Çin Sendromu. [www.tisk.org.tr](http://www.tisk.org.tr).
- ŞİMŞEK, M. Ş., 1998. İşletme Bilimlerine Giriş, 6.Baskı, Nobel Yayın Dağıtım, Konya.
- ŞİMŞEK, S., 1988. Lisans Anlaşmaları Yoluyla Teknoloji Transferi, Türkiye Ticaret, Deniz Ticaret Odaları ve Ticaret Borsaları Birliği, Yayın No: Genel 54; SDB-1, Ankara.

- TARAKÇIOĞLU, I., 1993. Türk Tekstil Sanayii İçin Teknoloji Seçimi, DPT, 3. İzmir İktisat Kongresi, Sektörel Gelişme Stratejileri, Ankara.
- TAŞTAN, S., 2003. Küreselleşme ve Küresel Strateji, <http://www.insankaynaklari.gokceada.com/makale013.html>.
- THUROW, L.,1994. Kafa Kafaya Rekabet, (Çev. Mustafa Özel), İz Yayıncılık, İstanbul.
- TUBİTAK, 2003. Vizyon 2023 Teknoloji Öngörüsü Paneli Ön Raporu, [www.tubitak.gov.tr/vizyon2023/teknolojiongorusu/paneller/raporozet/tekstil](http://www.tubitak.gov.tr/vizyon2023/teknolojiongorusu/paneller/raporozet/tekstil).
- TÜRKİYE ZİRAAT ODALARI BİRLİĞİ, 2004. Pamuk Çalışma Grubu Raporu, Nisan. [www.tzob.org.tr](http://www.tzob.org.tr).
- TÜRKO, M. R., 1994. Finansal Yönetim, Atatürk Üniversitesi Yayınları No: 765, İ.İ.B.F.Yayınları No: 100 Erzurum.
- ULUÇAY, M., 1999. Globalleşme Sürecinde İşletmelerin İşbirliği Yönelimleri ve Birlikte Kalkınma Modeli: Tavşanlı'da Yumurta Tavukçuluğu Üzerine Bir Uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi,Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- ÜLGEN, H., MİRZE, S. K., 2004. İşletmelerde Stratejik Yönetim, Literatür Yayıncılık, Dağıtım, Pazarlama, Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti. İstanbul.
- ÜSTÜN, R., 1999. Yönetim Muhasebesi, Bilim Teknik Yayınevi, İstanbul.
- YAŞAR, E., 1997. Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü, T.C Başbakanlık Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği, Yayın No: 0041, İstanbul.

YILGÖR, A.G., 2004. Şirket Birleşme, Ele Geçirme ve Satın Alma İşlemlerinin Finansal Çerçevesi, (Editörler, Sümer, H., Pernsteiner. H.), Alfa Basım Dağıtım Ltd. Şti. I.Baskı, İstanbul.

## **İNTERNET KAYNAKLARI**

[www.İşletme.istanbul.edu.tr](http://www.İşletme.istanbul.edu.tr) (13.03.2004)

[www.rekabet.gov.tr](http://www.rekabet.gov.tr) (10.07.2004)

[www.foreigntrade.gov.tr](http://www.foreigntrade.gov.tr). (22.07.2004).

[www.turksae.com/face/indeks](http://www.turksae.com/face/indeks). (11.09.2004)

[www.dtm.gov.tr/ead/ticaret](http://www.dtm.gov.tr/ead/ticaret). (13.09.2004)

[www.itkib.org.tr](http://www.itkib.org.tr) (14.01.2005)

[www.tekstilisveren.org.tr/dergi](http://www.tekstilisveren.org.tr/dergi) (12.03.2005)

[www.hazine.gov.tr](http://www.hazine.gov.tr) (12.03.2005)

[www.imkb.gov.tr](http://www.imkb.gov.tr). (10.04.2005)

[www.die.gov.tr](http://www.die.gov.tr) (12.04.2005)

[www.dpt.gov.tr](http://www.dpt.gov.tr) (16.04.2005)

[www.mb.gov.tr](http://www.mb.gov.tr) (09.05.2005)

[www.dtm.gov.tr](http://www.dtm.gov.tr). (08.06.2005)

[www.aeri.org.tr](http://www.aeri.org.tr). (12.06.2005)

[www.igeme.gov.tr](http://www.igeme.gov.tr). (18.06.2005)

## **ÖZGEÇMİŞ**

1975 tarihinde Aydın'a bağlı Yenipazar ilçesinde doğdu. İlköğrenimini Yenipazar Merkez İlkokulu'nda, orta öğrenimini Nazilli Endüstri Meslek Lisesi'nde tamamladı. Adnan Menderes Üniversitesi, Nazilli İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü'nden 2001 yılında mezun oldu.

2002 yılında Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı'nda lisansüstü öğrenime başladı.

Halen Adnan Menderes Üniversitesi, Kuyucak Meslek Yüksek Okulu'nda işletme ve muhasebe konularında dersler vermektedir.

**EK – 1. Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş.’nin 2000-2003 Dönemine Ait Bilanço ve Gelir Tablosu**

<b>AYRINTILI BİLANÇO (Milyon TL)</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
<b>I. DÖNEN VARLIKLAR</b>	33.066.799	81.478.351	122.657.605	176.426.230
A. Hazır Değerler	211.855	214.567	14.638.802	5.775.228
1. Kasa	2.525	6.211	10.521	8.440
2. Bankalar	0	142.219	14.628.281	5.766.788
3. Diğer Hazır Değerler	209.330	66.137	0	0
B. Menkul Kıymetler	0	0	0	0
1. Hisse Senetleri	0	0	0	0
2. Özel Kesim Tahvil, Senet ve Bonoları	0	0	0	0
3. Kamu Kesimi Tahvil, Senet ve Bonoları	0	0	0	0
4. Diğer Menkul Kıymetler	0	0	0	0
5. Menkul Kıymetler Değer Düşüklüğü Karş.(-)	0	0	0	0
C. Kısa Vadeli Ticari Alacaklar	10.666.842	19.830.670	34.764.132	37.636.953
1. Alıcılar	10.518.636	20.075.775	35.086.628	38.180.993
2. Alacak Senetleri	180.722	499.445	425.376	206.042
3. Verilen Depozito ve Teminatlar	1.808	5.350	28.847	58.314
4. Diğer Kısa Vadeli Ticari Alacaklar	0	0	0	0
5. Alacak Reeskontu (-)	(28.368)	(42.517)	(69.336)	(35.322)
6. Şüpheli Alacaklar Karşılığı (-)	(5.956)	(707.383)	(707.383)	(773.074)
D. Diğer Kısa Vadeli Alacaklar	8.965.056	40.009.778	39.381.108	60.979.653
1. Ortaklardan Alacaklar	2.648.134	33.941.499	33.835.922	56.999.109
2. İştiraklerden Alacaklar	0	3.748.403	2.891.975	1.367.944
3. Bağlı Ortaklıklardan Alacaklar	0	1.504.546	1.532.233	0
4. Kısa Vadeli Diğer Alacaklar	6.316.922	815.330	1.120.978	2.612.600
5. Alacak Reeskontu (-)	0	0	0	0
6. Şüpheli Alacaklar Karşılığı (-)	0	0	0	0
E. Stoklar	12.747.007	20.229.129	31.937.493	69.693.279
1. İlk Madde ve Malzeme	4.882.445	7.182.141	12.616.226	24.917.958
2. Yarı Mamüller	3.274.890	2.137.233	3.370.703	5.989.069
3. Ara Mamüller	1.799.325	7.408.749	9.084.244	23.512.899
4. Mamüller	2.498.182	2.003.878	1.665.577	3.367.165
5. Emtia	18.332	26.238	4.787	24.223
6. Diğer Stoklar	27.413	26.524	8.592	172.247
7. Stok Değer Düşüklüğü Karşılığı (-)	0	0	0	0
8. Verilen Sipariş Avansları	246.420	1.444.366	5.187.364	11.709.718
F. Diğer Dönen Varlıklar	476.039	1.194.207	1.936.070	2.341.117
<b>II. DURAN VARLIKLAR</b>	22.547.066	42.982.993	57.598.181	72.757.152
A. Uzun Vadeli Ticari Alacaklar	0	0	0	0
1. Alıcılar	0	0	0	0
2. Alacak Senetleri	0	0	0	0
3. Verilen Depozito ve Teminatlar	0	0	0	0
4. Diğer Uzun Vadeli Ticari Alacaklar	0	0	0	0
5. Alacak Reeskontu (-)	0	0	0	0
6. Şüpheli Alacaklar Karşılığı (-)	0	0	0	0
B. Diğer Uzun Vadeli Alacaklar	0	0	0	0
1. Ortaklardan Alacaklar	0	0	0	0
2. İştiraklerden Alacaklar	0	0	0	0
3. Bağlı Ortaklıklardan Alacaklar	0	0	0	0
4. Uzun Vadeli Diğer Alacaklar	0	0	0	0
5. Alacak Reeskontu (-)	0	0	0	0
6. Şüpheli Alacaklar Karşılığı (-)	0	0	0	0
C. Finansal Duran Varlıklar	369.738	298.987	301.409	310.409
1. Bağlı Menkul Kıymetler	0	0	0	0
2. Bağlı Menkul Kıy.Değ.Düş.Karşılığı (-)	0	0	0	0
3. İştirakler	47.000	47.000	47.000	65.000
4. İştiraklere Sermaye Taahhütleri (-)	0	0	0	(9.000)



**Ek- 1 Devamı**

5. İştirakler Değer Düşüklüğü Karşılığı (-)	0	0	0	0
6. Bağlı Ortaklıklar	0	0	2.422	2.422
7. Bağlı Ortaklıklara Sermaye Taahhütleri (-)	0	0	0	0
8. Bağlı Ortaklıklar Değer Düşüklüğü Karş. (-)	0	0	0	0
9. Diğer Finansal Duran Varlıklar	322.738	251.987	251.987	251.987
D. Maddi Duran Varlıklar	22.177.328	42.682.170	57.281.759	72.400.988
1. Arazi ve Arsalar	8.521	8.521	70.011	69.068
2. Yerüstü ve Yeraltı Düzenleri	0	0	0	75.619
3. Binalar	11.403.636	21.247.613	29.406.097	38.202.298
4. Makine, Tesis ve Cihazlar	22.733.437	43.132.326	61.200.287	86.008.638
5. Taşıt Araç ve Gereçleri	85.545	109.432	379.783	796.547
6. Döşeme ve Demirbaşlar	643.233	1.181.702	1.750.882	2.245.851
7. Diğer Maddi Duran Varlıklar	0	0	0	0
8. Birikmiş Amortismanlar (-)	(13.015.302)	(23.220.358)	(36.024.273)	(54.997.033)
9. Yapılmakta Olan Yatırımlar	1.691	0	0	0
10. Verilen Sipariş Avansları	316.567	222.934	498.972	0
E. Maddi Olmayan Duran Varlıklar	0	1.836	15.013	42.249
1. Kuruluş ve Teşkilatlanma Giderleri	0	0	0	0
2. Haklar	0	0	0	0
3. Araştırma ve Geliştirme Giderleri	0	0	0	0
4. Diğer Maddi Olmayan Duran Varlıklar	0	1.836	15.013	42.249
5. Verilen Avanslar	0	0	0	0
F. Diğer Duran Varlıklar	0	0	0	3.506
<b>AKTİF TOPLAMI</b>	<b>55.613.865</b>	<b>124.461.344</b>	<b>180.255.786</b>	<b>249.183.382</b>
<b>PASİF</b>				
	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
<b>I. KISA VADELİ BORÇLAR</b>	<b>19.622.735</b>	<b>52.389.707</b>	<b>39.298.762</b>	<b>67.841.316</b>
A. Finansal Borçlar	8.521.503	33.668.305	3.778.106	33.881.176
1. Banka Kredileri	8.505.926	31.390.210	3.703.686	33.797.699
2. Uzun Vadeli Kredilerin Anapara Taksitleri ve F.	15.577	2.278.095	74.420	83.477
3. Tahvil Anapara Taksitleri ve Faizleri	0	0	0	0
4. Çıkarılmış Bonolar ve Senetler	0	0	0	0
5. Diğer Finansal Borçlar	0	0	0	0
B. Ticari Borçlar	9.701.837	17.616.042	31.027.622	32.561.560
1. Satıcılar	9.339.297	17.287.619	29.985.499	28.521.348
2. Borç Senetleri	376.458	343.290	1.068.312	4.286.460
3. Alınan Depozito ve Teminatlar	0	0	0	0
4. Diğer Ticari Borçlar	0	0	0	0
5. Borç Reeskontu (-)	(13.918)	(14.867)	(26.189)	(246.248)
C. Diğer Kısa Vadeli Borçlar	243.303	238.960	101.030	310.488
1. Ortaklara Borçlar	0	0	0	0
2. İştiraklere Borçlar	0	0	0	0
3. Bağlı Ortaklıklara Borçlar	0	0	0	0
4. Ödenecek Giderler	27.342	37.591	0	0
5. Ödenecek Vergi, Harç ve Diğer Kesintiler	215.961	201.369	45.764	87.905
6. Ertelenen ve Taksite Bağlanan Devlet Alacakları	0	0	0	136.787
7. Kısa Vadeli Diğer Borçlar	0	0	55.266	85.796
8. Borç Reeskontu (-)	0	0	0	0
D. Alınan Sipariş Avansları	267.460	8.062	1.193	107.701
E. Borç ve Gider Karşılıkları	888.632	858.338	4.390.811	980.391
1. Vergi Karşılıkları	879.889	828.838	4.355.197	953.811
2. Diğer Borç ve Gider Karşılıkları	8.743	29.500	35.614	26.580
<b>II. UZUN VADELİ BORÇLAR</b>	<b>12.715.311</b>	<b>25.902.585</b>	<b>397.972</b>	<b>28.554.941</b>
A. Finansal Borçlar	12.606.785	25.692.912	81.371	0
1. Banka Kredileri	12.606.785	25.692.912	81.371	0
2. Çıkarılmış Tahviller	0	0	0	0

**Ek- 1 Devamı**

3. Çıkarılmış Diğer Menkul Kıymetler	0	0	0	0
4. Diğer Finansal Borçlar	0	0	0	0
<b>B. Ticari Borçlar</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>28.122.933</b>
1. Satıcılar	0	0	0	29.265.734
2. Borç Senetleri	0	0	0	0
3. Alınan Depozito ve Teminatlar	0	0	0	0
5. Borç Reeskontu (-)	0	0	0	0
<b>C. Diğer Uzun Vadeli Borçlar</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
1. Ortaklara Borçlar	0	0	0	0
2. İştiraklere Borçlar	0	0	0	0
3. Bağlı Ortaklıklara Borçlar	0	0	0	0
4. Ertelenen ve Taksite Bağlanan Devlet Alacakları	0	0	0	0
6. Borç Reeskontu (-)	0	0	0	0
<b>D. Alınan Sipariş Avansları</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>E. Borç ve Gider Karşılıkları</b>	<b>108.526</b>	<b>209.673</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
1. Kıdem Tazminatı Karşılıkları	108.526	209.673	316.601	432.008
2. Diğer Borç ve Gider Karşılıkları	0	0	316.601	432.008
<b>III. ÖZ SERMAYE</b>	<b>23.275.819</b>	<b>46.169.052</b>	<b>140.559.052</b>	<b>152.787.125</b>
<b>A. Sermaye</b>	<b>2.200.000</b>	<b>16.333.353</b>	<b>84.041.695</b>	<b>84.041.700</b>
<b>B. Sermaye Taahhütleri (-)</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>C. Emisyon Primi</b>	<b>4.900.000</b>	<b>432.595</b>	<b>559.804</b>	<b>559.804</b>
<b>D. Yeniden Değerleme Değer Artışı</b>	<b>11.616.159</b>	<b>11.247.055</b>	<b>22.397.699</b>	<b>28.744.863</b>
1. Duran Varlıklardaki Değer Artışı	11.542.008	11.243.554	22.394.198	28.741.362
2. İştiraklerdeki Değer Artışı	74.151	3.501	3.501	3.501
3. Borsa'da Oluşan Değer Artışı	0	0	0	0
<b>E. Yedekler</b>	<b>1.243.090</b>	<b>3.411.784</b>	<b>18.156.050</b>	<b>33.559.854</b>
1. Yasal Yedekler	95.133	177.296	914.510	1.684.700
2. Statü Yedekleri	0	0	0	0
3. Özel Yedekler	0	0	0	0
4. Olağanüstü Yedek	0	3.234.488	17.241.540	31.875.154
5. Maliyet Artış Fonu	0	0	0	0
6. Serm.Eklenecek İşt.His.ve Gayr.Satış Kazançları	0	0	0	0
7. Geçmiş Yıl Karı	1.147.957	0	0	0
<b>F. Net Dönem Karı</b>	<b>3.316.570</b>	<b>14.744.265</b>	<b>15.403.804</b>	<b>5.880.904</b>
<b>G. Dönem Zararı (-)</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>H. Geçmiş Yıllar Zararları (-)</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
1. .... Yılı Zararı	0	0	0	0
2. .... Yılı Zararı	0	0	0	0
<b>PASİF TOPLAMI</b>	<b>55.613.865</b>	<b>124.461.344</b>	<b>180.255.786</b>	<b>249.183.382</b>

**Ek- 1 Devamı**

<b>AYRINTILI GELİR TABLOSU (Milyon TL)</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
<b>A. Brüt Satışlar</b>	53.141.996	105.735.673	154.179.289	209.338.071
1. Yurtiçi Satışlar	12.352.654	19.863.936	25.738.737	30.023.129
2. Yurtdışı Satışlar	40.078.196	83.941.591	126.333.016	177.299.711
3. Diğer Satışlar	711.146	1.930.146	2.107.536	2.015.231
<b>B. Satışlardan İndirimler (-)</b>	<b>(733.702)</b>	<b>(796.740)</b>	<b>(128.658)</b>	<b>(741.279)</b>
1. Satıştan İadeler (-)	<b>(556.638)</b>	<b>(697.628)</b>	<b>(92.585)</b>	<b>(741.279)</b>
2. Satış İskontoları (-)	<b>(177.064)</b>	<b>(99.112)</b>	<b>(36.073)</b>	0
3. Diğer İndirimler (-)	0	0	0	0
<b>C. Net Satışlar</b>	52.408.294	104.938.933	154.050.631	208.596.792
<b>D. Satışların Maliyeti (-)</b>	<b>(42.203.968)</b>	<b>(65.823.364)</b>	<b>(114.588.804)</b>	<b>(179.993.765)</b>
<b>BRÜT SATIŞ KARI (ZARARI)</b>	10.204.326	39.115.569	39.461.827	28.603.027
<b>E. Faaliyet Giderleri (-)</b>	<b>(2.449.165)</b>	<b>(9.475.470)</b>	<b>(15.257.080)</b>	<b>(17.794.549)</b>
1. Araştırma ve Geliştirme Giderleri (-)	0	0	0	0
2. Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderleri (-)	<b>(1.503.274)</b>	<b>(3.262.117)</b>	<b>(7.950.140)</b>	<b>(10.063.822)</b>
3. Genel Yönetim Giderleri (-)	<b>(945.891)</b>	<b>(6.213.353)</b>	<b>(7.306.940)</b>	<b>(7.730.727)</b>
<b>ESAS FAALİYET KARI (ZARARI)</b>	7.755.161	29.640.099	24.204.747	10.808.478
<b>F. Diğer Faaliyetlerden Gelirler ve Karlar</b>	1.881.932	14.103.834	10.323.935	27.065.471
1. İştiraklerden Temettü Gelirleri	1.458	0	0	0
2. Bağlı Ortaklıklardan Temettü Gelirleri	0	0	0	0
3. Faiz ve Diğer Temettü Gelirleri	1.525.401	10.414.771	6.312.634	6.470.516
4. Faaliyetle İlgili Diğer Gelirler ve Karlar	355.073	3.689.063	4.011.301	20.594.955
<b>G. Diğer Faaliyetlerden Giderler ve Zararlar (-)</b>	<b>(1.868.681)</b>	<b>(11.882.966)</b>	<b>(11.325.826)</b>	<b>(27.281.582)</b>
<b>H. Finansman Giderleri (-)</b>	<b>(3.569.633)</b>	<b>(16.700.060)</b>	<b>(3.672.125)</b>	<b>(3.752.357)</b>
1. Kısa Vadeli Borçlanma Giderleri (-)	<b>(1.576.313)</b>	<b>(11.696.428)</b>	<b>(3.087.339)</b>	<b>(3.409.937)</b>
2. Uzun Vadeli Borçlanma Giderleri (-)	<b>(1.993.320)</b>	<b>(5.003.632)</b>	<b>(584.786)</b>	<b>(342.420)</b>
<b>FAALİYET KARI (ZARARI)</b>	4.198.779	15.160.907	19.530.731	6.840.010
<b>I. Olağanüstü Gelirler ve Karlar</b>	141.492	443.395	265.764	660.474
1. Konusu Kalmayan Karşılıklar	0	411.835	0	0
2. Önceki Dönem Gelir ve Karları	94.088	0	170.787	593.721
3. Diğer Olağanüstü Gelirler ve Karlar	47.404	31.560	94.977	66.753
<b>J. Olağanüstü Giderler ve Zararlar (-)</b>	<b>(143.812)</b>	<b>(31.199)</b>	<b>(37.494)</b>	<b>(665.769)</b>
1. Çalışmayan Kısım Giderleri ve Zararları (-)	<b>(20.508)</b>	<b>(28.054)</b>	<b>(28.552)</b>	0
2. Önceki Dönem Gider ve Zararları (-)	<b>(123.304)</b>	<b>(3.145)</b>	0	<b>(476.556)</b>
3. Diğer Olağanüstü Giderler ve Zararlar (-)	0	0	<b>(8.942)</b>	<b>(189.213)</b>
<b>DÖNEM KARI (ZARARI)</b>	4.196.459	15.573.103	19.759.001	6.834.715
<b>K. Ödenecek Vergi ve Yasal Yükümlülükler (-)</b>	<b>(879.889)</b>	<b>(828.838)</b>	<b>(4.355.197)</b>	<b>(953.811)</b>
<b>NET DÖNEM KARI (ZARARI)</b>	3.316.570	14.744.265	15.403.804	5.880.904

**EK – 2. Söktaş Pamuk ve Tarım Ürünlerini Değerlendirme Ticaret ve Sanayi A.Ş.’nin 2000-2003 Dönemine Ait Bilanço ve Gelir Tablosu**

<b>AYRINTILI BİLANÇO (Milyon TL)</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
<b>I. DÖNEN VARLIKLAR</b>	16.977.816	32.783.279	39.172.533	40.823.251
A. Hazır Değerler	1.021.420	2.038.748	2.946.594	2.879.924
1. Kasa	1.257	8.536	22.425	20.026
2. Bankalar	889.258	1.975.812	2.880.313	2.702.720
3. Diğer Hazır Değerler	130.905	54.400	43.856	157.178
B. Menkul Kıymetler	50.697	108.983	0	0
1. Hisse Senetleri	0	0	0	0
2. Özel Kesim Tahvil, Senet ve Bonoları	0	0	0	0
3. Kamu Kesimi Tahvil, Senet ve Bonoları	50.697	108.983	0	0
4. Diğer Menkul Kıymetler	0	0	0	0
5. Menkul Kıymetler Değer Düşüklüğü Karş.(-)	0	0	0	0
C. Kısa Vadeli Ticari Alacaklar	7.794.258	13.242.579	13.451.543	13.780.429
1. Alıcılar	6.660.058	10.086.772	9.651.914	9.228.015
2. Alacak Senetleri	1.628.508	3.816.087	4.478.871	5.198.450
3. Verilen Depozito ve Teminatlar	0	0	1.445	21.970
4. Diğer Kısa Vadeli Ticari Alacaklar	0	0	0	0
5. Alacak Reeskontu (-)	(254.758)	(174.843)	(122.304)	(128.692)
6. Şüpheli Alacaklar Karşılığı (-)	(239.550)	(485.437)	(558.383)	(539.314)
D. Diğer Kısa Vadeli Alacaklar	15.778	219.236	430.084	579.959
1. Ortaklardan Alacaklar	0	0	0	0
2. İştiraklerden Alacaklar	0	0	0	0
3. Bağlı Ortaklıklardan Alacaklar	0	0	0	0
4. Kısa Vadeli Diğer Alacaklar	15.778	219.236	430.084	579.959
5. Alacak Reeskontu (-)	0	0	0	0
6. Şüpheli Alacaklar Karşılığı (-)	0	0	0	0
E. Stoklar	7.825.429	16.579.531	21.611.732	22.484.305
1. İlk Madde ve Malzeme	1.956.625	4.708.665	5.427.372	7.686.621
2. Yarı Mamüller	2.080.354	4.840.733	6.024.931	4.794.204
3. Ara Mamüller	0	0	0	0
4. Mamüller	3.400.482	5.893.220	9.456.546	9.152.187
5. Emtia	0	246.972	0	0
6. Diğer Stoklar	17.563	543.994	378.079	325.133
7. Stok Değer Düşüklüğü Karşılığı (-)	0	0	0	0
8. Verilen Sipariş Avansları	370.405	345.947	324.804	526.160
F. Diğer Dönen Varlıklar	270.234	594.202	732.580	1.098.634
<b>II. DURAN VARLIKLAR</b>	18.452.519	30.158.462	45.426.087	57.616.724
A. Uzun Vadeli Ticari Alacaklar	51	1.191	1.761	1.673
1. Alıcılar	0	0	0	0
2. Alacak Senetleri	0	0	0	0
3. Verilen Depozito ve Teminatlar	51	1.191	1.761	1.673
4. Diğer Uzun Vadeli Ticari Alacaklar	0	0	0	0
5. Alacak Reeskontu (-)	0	0	0	0
6. Şüpheli Alacaklar Karşılığı (-)	0	0	0	0
B. Diğer Uzun Vadeli Alacaklar	0	0	0	0
1. Ortaklardan Alacaklar	0	0	0	0
2. İştiraklerden Alacaklar	0	0	0	0
3. Bağlı Ortaklıklardan Alacaklar	0	0	0	0
4. Uzun Vadeli Diğer Alacaklar	0	0	0	0
5. Alacak Reeskontu (-)	0	0	0	0
6. Şüpheli Alacaklar Karşılığı (-)	0	0	0	0
C. Finansal Duran Varlıklar	29.101	10.154	10.154	10.154
1. Bağlı Menkul Kıymetler	30.711	30.711	30.711	30.711
2. Bağlı Menkul Kıy.Değ.Düş.Karşılığı (-)	(3.610)	(20.557)	(20.557)	(20.557)
3. İştirakler	2.000	2.000	2.000	2.000
4. İştiraklere Sermaye Taahhütleri (-)	0	0	0	0
5. İştirakler Değer Düşüklüğü Karşılığı (-)	0	(2.000)	(2.000)	(2.000)

**Ek- 2 Devamı**

6. Bağlı Ortaklıklar	0	0	0	0
7. Bağlı Ortaklıklara Sermaye Taahhütleri (-)	0	0	0	0
8. Bağlı Ortaklıklar Değer Düşüklüğü Karş. (-)	0	0	0	0
9. Diğer Finansal Duran Varlıklar	0	0	0	0
<b>D. Maddi Duran Varlıklar</b>	<b>18.375.898</b>	<b>30.062.805</b>	<b>45.317.809</b>	<b>57.192.755</b>
1. Arazi ve Arsalar	1.292	1.292	1.292	1.292
2. Yerüstü ve Yeraltı Düzenleri	233.413	349.808	498.892	683.603
3. Binalar	7.000.424	11.324.019	16.289.029	22.260.738
4. Makine, Tesis ve Cihazlar	30.872.067	47.123.348	63.887.557	83.994.773
5. Taşıt Araç ve Gereçleri	572.563	610.281	862.868	1.450.809
6. Döşeme ve Demirbaşlar	1.203.191	1.967.835	2.656.125	3.462.793
7. Diğer Maddi Duran Varlıklar	371.345	760.368	1.293.763	2.050.094
8. Birikmiş Amortismanlar (-)	(21.893.906)	(32.707.841)	(42.898.562)	(56.997.952)
9. Yapılmakta Olan Yatırımlar	9.741	550.374	2.575.101	8.127
10. Verilen Sipariş Avansları	5.768	83.321	151.744	278.478
<b>E. Maddi Olmayan Duran Varlıklar</b>	<b>42.557</b>	<b>82.659</b>	<b>96.336</b>	<b>158.799</b>
1. Kuruluş ve Teşkilatlanma Giderleri	0	0	0	0
2. Haklar	788	1.816	4.801	4.525
3. Araştırma ve Geliştirme Giderleri	0	0	0	0
4. Diğer Maddi Olmayan Duran Varlıklar	41.769	80.843	91.535	97.373
5. Verilen Avanslar	0	0	0	56.901
<b>F. Diğer Duran Varlıklar</b>	<b>4.912</b>	<b>1.653</b>	<b>27</b>	<b>253.343</b>
<b>AKTİF TOPLAMI</b>	<b>35.430.335</b>	<b>62.941.741</b>	<b>84.598.620</b>	<b>98.439.975</b>
<b>AYRINTILI BİLANÇO (Milyon TL)</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
<b>I. KISA VADELİ BORÇLAR</b>	<b>13.623.649</b>	<b>29.247.686</b>	<b>23.008.613</b>	<b>20.486.699</b>
<b>A. Finansal Borçlar</b>	<b>5.961.526</b>	<b>15.524.002</b>	<b>6.979.887</b>	<b>6.660.753</b>
1. Banka Kredileri	4.408.935	11.249.310	2.692.651	4.674.986
2. Uzun Vadeli Kredilerin Anapara Taksit ve F.	1.552.591	4.274.692	4.287.236	1.985.767
3. Tahvil Anapara Taksitleri ve Faizleri	0	0	0	0
4. Çıkarılmış Bonolar ve Senetler	0	0	0	0
5. Diğer Finansal Borçlar	0	0	0	0
<b>B. Ticari Borçlar</b>	<b>6.089.900</b>	<b>11.867.563</b>	<b>12.432.101</b>	<b>9.586.893</b>
1. Satıcılar	5.920.355	4.953.010	7.944.321	5.520.904
2. Borç Senetleri	364.738	7.055.229	4.565.250	4.065.724
3. Alınan Depozito ve Teminatlar	0	0	0	0
4. Diğer Ticari Borçlar	22.123	34.224	52.908	78.576
5. Borç Reeskontu (-)	(217.316)	(174.900)	(130.378)	(78.311)
<b>C. Diğer Kısa Vadeli Borçlar</b>	<b>957.273</b>	<b>1.240.339</b>	<b>1.248.191</b>	<b>1.859.187</b>
1. Ortaklara Borçlar	2.745	2.683	2.674	2.229
2. İştiraklere Borçlar	0	0	0	0
3. Bağlı Ortaklıklara Borçlar	0	0	0	0
4. Ödenecek Giderler	163.068	274.717	214.743	257.938
5. Ödenecek Vergi, Harç ve Diğer Kesintiler	472.499	421.286	452.083	952.934
6. Ertelenen ve Taksite Bağlanan Devlet Al.	0	0	0	0
7. Kısa Vadeli Diğer Borçlar	318.961	541.653	578.691	646.086
8. Borç Reeskontu (-)	0	0	0	0
<b>D. Alınan Sipariş Avansları</b>	<b>50.206</b>	<b>94.668</b>	<b>808.501</b>	<b>318.534</b>
<b>E. Borç ve Gider Karşılıkları</b>	<b>564.744</b>	<b>521.114</b>	<b>1.539.933</b>	<b>2.061.332</b>
1. Vergi Karşılıkları	0	0	767.916	1.483.775
2. Diğer Borç ve Gider Karşılıkları	564.744	521.114	772.017	577.557
<b>II. UZUN VADELİ BORÇLAR</b>	<b>11.624.667</b>	<b>17.130.935</b>	<b>26.390.797</b>	<b>23.878.079</b>
<b>A. Finansal Borçlar</b>	<b>7.735.611</b>	<b>10.998.138</b>	<b>18.335.251</b>	<b>13.965.452</b>
1. Banka Kredileri	7.735.611	10.998.138	18.335.251	13.965.452
2. Çıkarılmış Tahviller	0	0	0	0
3. Çıkarılmış Diğer Menkul Kıymetler	0	0	0	0
4. Diğer Finansal Borçlar	0	0	0	0

**Ek- 2 Devamı**

B. Ticari Borçlar	570.309	798.626	1.085.923	591.910
1. Satıcılar	570.309	798.626	1.085.923	591.910
2. Borç Senetleri	0	0	0	0
3. Alınan Depozito ve Teminatlar	0	0	0	0
4. Diğer Ticari Borçlar	0	0	0	0
C. Diğer Uzun Vadeli Borçlar	0	0	0	0
1. Ortaklara Borçlar	0	0	0	0
2. İştiraklere Borçlar	0	0	0	0
3. Bağlı Ortaklıklara Borçlar	0	0	0	0
4. Ertelenen ve Taksite Bağlanan Devlet Al.	0	0	0	0
5. Uzun Vadeli Diğer Borçlar	0	0	0	0
6. Borç Reeskontu (-)	0	0	0	0
D. Alınan Sipariş Avansları	0	0	0	0
E. Borç ve Gider Karşılıkları	3.318.747	5.334.171	0	0
1. Kıdem Tazminatı Karşılıkları	3.318.747	5.334.171	6.969.623	9.320.717
2. Diğer Borç ve Gider Karşılıkları	0	0	6.969.623	9.320.717
III. ÖZ SERMAYE	10.182.019	16.563.120	35.199.210	54.075.197
A. Sermaye	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000
B. Sermaye Taahhütleri (-)	0	0	0	0
C. Emisyon Primi	183.847	183.847	183.847	183.847
D. Yeniden Değerleme Değer Artışı	15.839.913	24.922.089	35.442.221	48.686.295
1. Duran Varlıklardaki Değer Artışı	15.833.506	24.915.682	35.435.814	48.679.888
2. İştiraklerdeki Değer Artışı	6.407	6.407	6.407	6.407
3. Borsa'da Oluşan Değer Artışı	0	0	0	0
E. Yedekler	440.899	440.899	440.898	440.899
1. Yasal Yedekler	96.843	96.843	96.842	96.843
2. Statü Yedekleri	0	0	0	0
3. Özel Yedekler	0	0	0	0
4. Olağanüstü Yedek	344.056	344.056	344.056	344.056
5. Maliyet Artış Fonu	0	0	0	0
6. Serm.Eklenecek İşt.His.ve Gayr.Satış Kaz.	0	0	0	0
7. Geçmiş Yıl Karı	0	0	0	0
F. Net Dönem Karı	0	0	8.115.966	5.187.871
G. Dönem Zararı (-)	(3.838.763)	(2.701.075)	0	0
H. Geçmiş Yıllar Zararları (-)	(4.843.877)	(8.682.640)	(11.383.722)	(2.823.715)
1. .... Yılı Zararı	(788.979)	(4.843.877)	0	(2.823.715)
2. .... Yılı Zararı	(4.054.898)	(3.838.763)	(11.383.722)	0
<b>PASİF TOPLAMI</b>	<b>35.430.335</b>	<b>62.941.741</b>	<b>84.598.620</b>	<b>98.439.975</b>

**Ek- 2 Devamı**

<b>AYRINTILI GELİR TABLOSU (Milyon TL)</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
A. Brüt Satışlar	30.275.042	68.049.462	67.291.974	66.575.657
1. Yurtiçi Satışlar	16.641.177	21.301.257	19.315.797	16.607.093
2. Yurtdışı Satışlar	13.043.648	45.278.741	47.482.043	49.215.294
3. Diğer Satışlar	590.217	1.469.464	494.134	753.270
B. Satışlardan İndirimler (-)	(377.833)	(641.483)	(834.498)	(732.467)
1. Satıştan İadeler (-)	(248.094)	(243.654)	(378.172)	(303.426)
2. Satış İskontoları (-)	(129.739)	0	(17.328)	(1.267)
3. Diğer İndirimler (-)	0	(397.829)	(438.998)	(427.774)
C. Net Satışlar	29.897.209	67.407.979	66.457.476	65.843.190
D. Satışların Maliyeti (-)	(25.625.990)	(45.705.434)	(44.867.300)	(50.905.029)
<b>BRÜT SATIŞ KARI (ZARARI)</b>	<b>4.271.219</b>	<b>21.702.545</b>	<b>21.590.176</b>	<b>14.938.161</b>
E. Faaliyet Giderleri (-)	(5.232.195)	(8.835.180)	(8.636.409)	(10.841.797)
1. Araştırma ve Geliştirme Giderleri (-)	0	0		0
2. Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderleri (-)	(621.569)	(1.770.782)	(2.628.238)	(4.232.439)
3. Genel Yönetim Giderleri (-)	(4.610.626)	(7.064.398)	(6.008.171)	(6.609.358)
<b>ESAS FAALİYET KARI (ZARARI)</b>	<b>(960.976)</b>	<b>12.867.365</b>	<b>12.953.767</b>	<b>4.096.364</b>
F. Diğer Faaliyetlerden Gelirler ve Karlar	743.791	2.451.589	2.312.046	5.366.702
1. İştiraklerden Temettü Gelirleri	130	305	0	0
2. Bağlı Ortaklıklardan Temettü Gelirleri	0	0	0	0
3. Faiz ve Diğer Temettü Gelirleri	73.100	1.497.423	49.937	111.131
4. Faaliyetle İlgili Diğer Gelirler ve Karlar	670.561	953.861	2.262.109	5.255.571
G. Diğer Faaliyetlerden Giderler ve Zararlar (-)	(722.055)	(6.907.811)	(3.614.766)	(2.977.667)
H. Finansman Giderleri (-)	(2.947.385)	(11.098.749)	(3.469.943)	(1.637.530)
1. Kısa Vadeli Borçlanma Giderleri (-)	(798.617)	(6.379.923)	(1.083.155)	(565.111)
2. Uzun Vadeli Borçlanma Giderleri (-)	(2.148.768)	(4.718.826)	(2.386.788)	(1.072.419)
<b>FAALİYET KARI (ZARARI)</b>	<b>(3.886.625)</b>	<b>(2.687.606)</b>	<b>8.181.104</b>	<b>4.847.869</b>
I. Olağanüstü Gelirler ve Karlar	259.475	864.858	1.462.311	2.407.185
1. Konusu Kalmayan Karşılıklar	0	0	42.806	0
2. Önceki Dönem Gelir ve Karları	13.264	5.399	13.228	63.394
3. Diğer Olağanüstü Gelirler ve Karlar	246.211	859.459	1.406.277	2.343.791
J. Olağanüstü Giderler ve Zararlar (-)	(211.613)	(878.327)	(759.533)	(583.408)
1. Çalışmayan Kısım Giderleri ve Zararları (-)	(188.396)	(755.482)	(540.677)	(161.891)
2. Önceki Dönem Gider ve Zararları (-)	(13.782)	(115.068)	(141.070)	(41.025)
3. Diğer Olağanüstü Giderler ve Zararlar (-)	(9.435)	(7.777)	(77.786)	(380.492)
<b>DÖNEM KARI (ZARARI)</b>	<b>(3.838.763)</b>	<b>(2.701.075)</b>	<b>8.883.882</b>	<b>6.671.646</b>
K. Ödenecek Vergi ve Yasal Yükümlülükler (-)	0	0	(767.916)	(1.483.775)
<b>NET DÖNEM KARI (ZARARI)</b>	<b>(3.838.763)</b>	<b>(2.701.075)</b>	<b>8.115.966</b>	<b>5.187.871</b>

**EK – 3. Gimsan Gediz İplik Ve Mensucat Sanayii A.Ş.’nin 2000-2003 Dönemine Ait Bilanço ve Gelir Tablosu**

<b>AYRINTILI BİLANÇO (Milyon TL)</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
<b>I. DÖNEN VARLIKLAR</b>	3.299.845	6.966.190	8.629.960	5.425.242
A. Hazır Değerler	448.412	518.901	865.924	984.585
1. Kasa	2.329	2.370	3.513	40.760
2. Bankalar	422.773	441.818	826.740	919.965
3. Diğer Hazır Değerler	23.310	74.713	35.671	23.860
B. Menkul Kıymetler	38.701	698.471	148.080	0
1. Hisse Senetleri	0	0	0	0
2. Özel Kesim Tahvil, Senet ve Bonoları	0	0	0	0
3. Kamu Kesimi Tahvil, Senet ve Bonoları	0	0	0	0
4. Diğer Menkul Kıymetler	38.701	698.471	148.080	0
5. Menkul Kıymetler Değer Düş. Karş.(-)	0	0	0	0
C. Kısa Vadeli Ticari Alacaklar	1.161.822	1.650.763	4.352.633	1.214.210
1. Alıcılar	1.133.716	1.623.342	1.992.513	1.140.171
2. Alacak Senetleri	27.596	36.644	2.410.912	389.635
3. Verilen Depozito ve Teminatlar	0	0	0	0
4. Diğer Kısa Vadeli Ticari Alacaklar	56.526	56.053	64.764	0
5. Alacak Reeskontu (-)	(203)	(491)	(50.816)	(36.513)
6. Şüpheli Alacaklar Karşılığı (-)	(55.813)	(64.785)	(64.740)	(279.083)
D. Diğer Kısa Vadeli Alacaklar	112.156	1.238.210	326.144	551
1. Ortaklardan Alacaklar	22	22	22	22
2. İştiraklerden Alacaklar	0	0	0	500
3. Bağlı Ortaklıklardan Alacaklar	109.505	158.149	0	1.656.150
4. Kısa Vadeli Diğer Alacaklar	2.629	1.080.039	1.411.208	1.337.063
5. Alacak Reeskontu (-)	0	0	0	0
6. Şüpheli Alacaklar Karşılığı (-)	0	0	(1.085.086)	(2.993.184)
E. Stoklar	1.437.329	2.636.587	2.795.065	3.049.321
1. İlk Madde ve Malzeme	763.668	1.814.629	1.213.182	840.478
2. Yarı Mamüller	123.502	181.243	211.942	270.536
3. Ara Mamüller	0	0	0	0
4. Mamüller	514.147	598.533	1.210.179	1.692.360
5. Emtia	0	0	0	0
6. Diğer Stoklar	26.042	41.853	159.702	193.584
7. Stok Değer Düşüklüğü Karşılığı (-)	0	0	0	0
8. Verilen Sipariş Avansları	9.970	329	60	52.363
F. Diğer Dönen Varlıklar	101.425	223.258	142.114	176.575
<b>II. DURAN VARLIKLAR</b>	9.838.053	13.520.121	14.967.150	9.764.756
A. Uzun Vadeli Ticari Alacaklar	84	84	84	66
1. Alıcılar	0	0	0	0
2. Alacak Senetleri	0	0	0	0
3. Verilen Depozito ve Teminatlar	84	84	84	66
4. Diğer Uzun Vadeli Ticari Alacaklar	0	0	0	0
5. Alacak Reeskontu (-)	0	0	0	0
6. Şüpheli Alacaklar Karşılığı (-)	0	0	0	0
B. Diğer Uzun Vadeli Alacaklar	0	0	0	0
1. Ortaklardan Alacaklar	0	0	0	0
2. İştiraklerden Alacaklar	0	0	0	0
3. Bağlı Ortaklıklardan Alacaklar	0	0	0	0
4. Uzun Vadeli Diğer Alacaklar	0	0	0	0
5. Alacak Reeskontu (-)	0	0	0	0
6. Şüpheli Alacaklar Karşılığı (-)	0	0	0	0



**Ek- 3 Devamı**

C. Finansal Duran Varlıklar	3.828.133	4.928.303	4.882.806	1.011.644
1. Bağlı Menkul Kıymetler	0	0	0	0
2. Bağlı Menkul Kıy.Değ.Düş.Karş. (-)	0	0	0	0
3. İştirakler	0	0	0	0
4. İştiraklere Sermaye Taahhütleri (-)	0	0	0	0
5. İştirakler Değer Düşüklüğü Karş. (-)	0	0	0	0
6. Bağlı Ortaklıklar	3.622.463	4.690.461	4.690.461	4.690.461
7. Bağlı Ortaklıklara Sermaye Taahh. (-)	(1.766)	0	0	0
8. Bağlı Ortaklıklar Değer Düş. Karş. (-)	(5.149)	(5.149)	(5.149)	(3.915.149)
9. Diğer Finansal Duran Varlıklar	212.585	242.991	197.494	236.332
D. Maddi Duran Varlıklar	6.008.762	8.582.099	10.072.869	8.735.081
1. Arazi ve Arsalar	1	1	1	1
2. Yerüstü ve Yeraltı Düzenleri	18.126	26.643	61.227	72.693
3. Binalar	2.646.217	3.555.560	5.100.554	6.287.188
4. Makine, Tesis ve Cihazlar	12.601.258	19.375.669	24.661.410	28.067.162
5. Taahhüt Araç ve Gereçleri	107.108	138.030	160.448	111.415
6. Döşeme ve Demirbaşlar	396.540	556.468	803.681	978.750
7. Diğer Maddi Duran Varlıklar	159.328	194.020	261.629	308.073
8. Birikmiş Amortismanlar (-)	(9.927.308)	(15.264.292)	(20.983.376)	(27.090.201)
9. Yapılmakta Olan Yatırımlar	7.492	0	7.295	0
10. Verilen Sipariş Avansları	0	0	0	0
E. Maddi Olmayan Duran Varlıklar	1.074	9.635	11.391	17.965
1. Kuruluş ve Teşkilatlanma Giderleri	0	0	0	0
2. Haklar	33	33	13	8
3. Araştırma ve Geliştirme Giderleri	0	0	0	0
4. Diğer Maddi Olmayan Duran Varl.	1.041	9.602	11.378	17.957
5. Verilen Avanslar	0	0	0	0
F. Diğer Duran Varlıklar	0	0	0	0
<b>AKTİF TOPLAMI</b>	<b>13.137.898</b>	<b>20.486.311</b>	<b>23.597.110</b>	<b>15.189.998</b>
<b>PASİF</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
<b>I. KISA VADELİ BORÇLAR</b>	<b>3.614.747</b>	<b>5.150.568</b>	<b>6.391.885</b>	<b>3.444.443</b>
A. Finansal Borçlar	1.725.138	1.425.742	2.711.231	746.572
1. Banka Kredileri	1.724.638	1.425.742	2.711.231	746.572
2. Uzun Vad Kredi Anapara Taksit ve F.	500	0	0	0
3. Tahvil Anapara Taksitleri ve Faizleri	0	0	0	0
4. Çıkarılmış Bonolar ve Senetler	0	0	0	0
5. Diğer Finansal Borçlar	0	0	0	0
B. Ticari Borçlar	1.401.210	3.175.090	2.893.817	2.055.234
1. Satıcılar	1.398.632	3.173.212	2.891.905	2.053.615
2. Borç Senetleri	0	0	480	0
3. Alınan Depozito ve Teminatlar	0	0	0	0
4. Diğer Ticari Borçlar	2.578	1.878	1.432	1.619
5. Borç Reeskontu (-)	0	0	0	0
C. Diğer Kısa Vadeli Borçlar	418.533	445.520	574.479	398.166
1. Ortaklara Borçlar	10.666	9.522	8.858	8.365
2. İştiraklere Borçlar	0	0	0	0
3. Bağlı Ortaklıklara Borçlar	1.586	0	0	0
4. Ödenecek Giderler	131.613	144.330	208.626	158.707
5. Ödenecek Vergi, Harç ve Diğ. Kesint.	130.813	235.743	319.324	151.341
6. Ertelenen ve Taksite Bağl. Devlet A.	0	0	0	0

**Ek- 3 Devamı**

7. Kısa Vadeli Diğer Borçlar	143.855	55.925	36.671	79.753
8. Borç Reeskontu (-)	0	0	0	0
D. Alınan Sipariş Avansları	0	2.576	0	69.714
E. Borç ve Gider Karşılıkları	69.866	101.640	212.358	174.757
1. Vergi Karşılıkları	0	0	84.902	0
2. Diğer Borç ve Gider Karşılıkları	69.866	101.640	127.456	174.757
<b>II. UZUN VADELİ BORÇLAR</b>	<b>2.496.368</b>	<b>2.627.756</b>	<b>2.117.675</b>	<b>2.565.253</b>
A. Finansal Borçlar	0	0	0	0
1. Banka Kredileri	0	0	0	0
2. Çıkarılmış Tahviller	0	0	0	0
3. Çıkarılmış Diğer Menkul Kıymetler	0	0	0	0
4. Diğer Finansal Borçlar	0	0	0	0
B. Ticari Borçlar	1.273.750	890.938	2.464	0
1. Satıcılar	1.272.738	888.768	0	0
2. Borç Senetleri	0	0	0	0
3. Alınan Depozito ve Teminatlar	1.012	2.170	2.464	0
4. Diğer Ticari Borçlar	0	0	0	0
C. Diğer Uzun Vadeli Borçlar	0	0	0	0
1. Ortaklara Borçlar	0	0	0	0
2. İştiraklere Borçlar	0	0	0	0
3. Bağlı Ortaklıklara Borçlar	0	0	0	0
4. Ertelenen ve Taksite Bağl. Devlet A.	0	0	0	0
D. Alınan Sipariş Avansları	0	0	0	0
E. Borç ve Gider Karşılıkları	1.222.618	1.736.818	2.115.211	2.565.253
1. Kıdem Tazminatı Karşılıkları	1.222.618	1.736.818	2.115.211	2.565.253
2. Diğer Borç ve Gider Karşılıkları	0	0	0	0
<b>III. ÖZ SERMAYE</b>	<b>7.026.783</b>	<b>12.707.987</b>	<b>15.087.550</b>	<b>9.180.302</b>
A. Sermaye	4.800.000	7.200.000	7.200.000	7.200.000
B. Sermaye Taahhütleri (-)	0	0	0	0
C. Emisyon Primi	0	183.248	183.248	183.248
D. Yeniden Değerleme Değer Artışı	1.978.557	4.871.162	8.649.799	10.933.391
1. Duran Varlıklardaki Değer Artışı	1.978.148	4.866.969	8.645.605	10.922.019
2. İştiraklerdeki Değer Artışı	409	4.193	4.194	4.194
3. Borsa'da Oluşan Değer Artışı	0	0	0	7.178
E. Yedekler	1.114.600	1.116.271	1.116.271	1.157.299
1. Yasal Yedekler	39.311	39.310	39.310	39.310
2. Statü Yedekleri	0	0	0	0
3. Özel Yedekler	0	0	0	0
4. Olağanüstü Yedek	1.069.818	1.069.818	1.069.818	1.069.818
5. Maliyet Artış Fonu	5.471	7.143	7.143	48.171
6. Serm.Ekl. İşt.His.ve Gayr.Satış Kaz.	0	0	0	0
7. Geçmiş Yıl Karı	0	0	0	0
F. Net Dönem Karı	0	201.483	0	0
G. Dönem Zararı (-)	(866.374)	0	(1.399.074)	(8.231.869)
H. Geçmiş Yıllar Zararları (-)	0	(864.177)	(662.694)	(2.061.767)
1. .... Yılı Zararı	0	(864.177)	(662.694)	(1.399.073)
2. .... Yılı Zararı	0	0	0	(662.694)
<b>PASİF TOPLAMI</b>	<b>13.137.898</b>	<b>20.486.311</b>	<b>23.597.110</b>	<b>15.189.998</b>

**Ek- 3 Devamı**

<b>AYRINTILI GELİR TABLOSU (Milyon TL)</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
A. Brüt Satışlar	7.028.551	15.341.288	16.853.416	17.405.875
1. Yurtiçi Satışlar	5.064.641	9.081.952	13.291.342	12.575.820
2. Yurtdışı Satışlar	1.963.910	6.213.873	3.549.224	4.689.155
3. Diğer Satışlar	0	45.463	12.850	140.900
B. Satışlardan İndirimler (-)	(10.213)	(151.577)	(36.456)	(120.924)
1. Satıştan İadeler (-)	0	0	(404)	(106.229)
2. Satış İskontoları (-)	(7.595)	(4.498)	0	0
3. Diğer İndirimler (-)	(2.618)	(147.079)	(36.052)	(14.695)
C. Net Satışlar	7.018.338	15.189.711	16.816.960	17.284.951
D. Satışların Maliyeti (-)	(6.839.068)	(13.247.252)	(16.134.637)	(18.157.703)
<b>BRÜT SATIŞ KARI (ZARARI)</b>	179.270	1.942.459	682.323	(872.752)
E. Faaliyet Giderleri (-)	(757.016)	(1.360.668)	(1.030.398)	(1.053.387)
1. Araştırma ve Geliştirme Giderleri (-)	0	0	0	0
2. Pazarlama, Satış ve Dağ. Giderleri (-)	(138.912)	(556.094)	(335.197)	(358.436)
3. Genel Yönetim Giderleri (-)	(618.104)	(804.574)	(695.201)	(694.951)
<b>ESAS FAALİYET KARI (ZARARI)</b>	(577.746)	581.791	(348.075)	(1.926.139)
F. Diğer Faaliyetlerden Gelirler ve Karlar	598.646	1.270.228	795.593	388.999
1. İştiraklerden Temettü Gelirleri	14.685	38.213	1.296	2.592
2. Bağlı Ortaklıklardan Temettü Gel.	0	0	0	0
3. Faiz ve Diğer Temettü Gelirleri	133.616	1.055.514	574.829	161.976
4. Faaliyetle İlgili Diğer Gel. ve Karlar	450.345	176.501	219.468	224.431
G. Diğer Faaliyetlerden Gid ve Zararlar (-)	(57.028)	(73.449)	(1.306.682)	(6.145.799)
H. Finansman Giderleri (-)	(830.979)	(1.583.788)	(402.914)	(126.046)
1. Kısa Vadeli Borçlanma Giderleri (-)	(613.397)	(1.390.218)	(277.874)	(97.872)
2. Uzun Vadeli Borçlanma Giderleri (-)	(217.582)	(193.570)	(125.040)	(28.174)
<b>FAALİYET KARI (ZARARI)</b>	(867.107)	194.782	(1.262.078)	(7.808.985)
I. Olağanüstü Gelirler ve Karlar	2.831	8.726	429	76.280
1. Konusu Kalmayan Karşılıklar	0	0	0	60.451
2. Önceki Dönem Gelir ve Karları	0	0	0	0
3. Diğer Olağanüstü Gelirler ve Karlar	2.831	8.726	429	15.829
J. Olağanüstü Giderler ve Zararlar (-)	(2.098)	(2.025)	(52.523)	(499.164)
1. Çalışmayan Kısım Gid. ve Zararlı. (-)	(59)	0	0	(496.954)
2. Önceki Dönem Gider ve Zararları (-)	0	0	(50.613)	0
3. Diğer Olağanüstü Gid. ve Zararlar (-)	(2.039)	(2.025)	(1.910)	(2.210)
<b>DÖNEM KARI (ZARARI)</b>	(866.374)	201.483	(1.314.172)	(8.231.869)
K. Ödenecek Vergi ve Yasal Yük. (-)	0	0	(84.902)	0
<b>NET DÖNEM KARI (ZARARI)</b>	(866.374)	201.483	(1.399.074)	(8.231.869)

**EK – 4 Menderes Tekstil, Gediz İplik ve Söktaş A.Ş.’nin Gelir Tablosu Dipnotları**

- Menderes Tekstil A.Ş. 2003 dönemi tüm amortisman giderleri ile itfa ve tükenme payları (Milyon TL)

<b>1. Amortisman Giderleri</b>	
Normal Amortisman Giderleri	18.335.156
Yeniden Değerlemeden Doğan Amortisman Giderleri	940.395
<b>2. İtfa ve Tükenme Payları</b>	11.621
<b>TOPLAM</b>	19.287.172

- Gimsan Gediz İplik A.Ş. 2003 dönemi tüm amortisman giderleri ile itfa ve tükenme payları (Milyon TL)

<b>1. Amortisman Giderleri</b>	
Normal Amortisman Giderleri	3.012.410
Yeniden Değerlemeden Doğan Amortisman Giderleri	647.831
<b>2. İtfa ve Tükenme Payları</b>	6.075
<b>TOPLAM</b>	3.666.316

- Söktaş A.Ş. 2003 dönemi tüm amortisman giderleri ile itfa ve tükenme payları (Milyon TL)

<b>1. Amortisman Giderleri</b>	
Normal Amortisman Giderleri	5.076.596
Yeniden Değerlemeden Doğan Amortisman Giderleri	885.287
<b>2. İtfa ve Tükenme Payları</b>	28.734
<b>TOPLAM</b>	5.961.883

2003 dönemine ilişkin amortisman giderleri ile itfa paylarının dağılımı şöyledir:

Üretim Maliyetine Verilenler	5.663.217
Faaliyet Giderlerine Verilenler	165.509
Çalışmayan Kısım Giderlerine Verilenler	161.891

