

TMMOB Makina Mühendisleri Odası'nca 1988 Ekim ayında uluslararası düzeyde başarılı biçimde gerçekleştirilmiş olan IV.Tekstil Sempozyumunun ardından çok fazla bir zaman geçmemiş olmasına rağmen bu kez ulusal düzeyde yine Bursa'da yapılacak olan V.Tekstil Sempozyumunu duyurusu bu sayımızda yer almış bulunuyor. Bursa'da sempozyum hazırlıkları devam ederken Makina Mühendisleri Odası İzmir Şubesi bünyesinde kurulmuş olan Tekstil Komisyonu'nun programlı etkinlikleri de sürmektedir. 1988 yılı etkinliklerinin ikincisi olan 11.5.1989 tarihli "Tekstilde Kalite Kontrol Alanları ve Uygulamaları" konusundaki bilgilendirme toplantısı konuşmaları bu sayımızda yer almaktadır. 17.5.1989 tarihli "Türkiye'de Konfeksiyon İhracatındaki Sorunların Araştırılması ve Çözüm Önerileri" konusunda yapılmış olan panel çalışmalarının bant çözümleri ise Ekim sayımızda yayınlanacaktır. Bu tür etkinliklerin önümüzdeki yılda daha zengin bir programla ve yalnız İzmir'de değil diğer merkezlerde de sürdürülmesini diliyoruz.

Makina Mühendisleri Odası ile Federal Alman MTM Şirketi Türkiye-İstanbul Şubesi'nin birlikte düzenledikleri I.Basamak MTM Temel Okulu'nun bir çok endüstrimize olduğu gibi tekstil ve özellikle konfeksiyon endüstrilerimize de önemli yararlar sağlayacağına inanıyoruz.

Ayrıca geleneksel olarak, Makina Mühendisleri Odası'nca iki yılda bir düzenlenen Sanayi Kongrelerinin bu yıl Aralık ayında yapılacak olanın ana konusu "Bilimsel ve Teknolojik Gelişmeler, Sanayideki Uygulamalar ve Etkinlikler"de şüphesiz tüm tekstilcileri yakından ilgilendirecektir..

Saygılarımızla

YAYIN KURULU

'Mark-Up' Fiyat Politikaları ve Türk Tekstil Sektörü Üzerindeki Etkileri

İlker PARASIZ

Prof. Dr.

Uludağ Üniv.İ.İ.B.F.BURSA

Ülkemizde endüstrimizin ve tekstil endüstrilerinin temelinde oligopol olduğunu düşünüyoruz. Bu endüstriler zaman içinde belli bir marjı ya da maliyetler üzerinde "mark-up" kaynağına mukteldir. Bu fiyatlar piyasadaki hakim ya da lider firmalar tarafından önceden ilan edilmekte ve diğer lider firmalarca kendilerininmiş gibi benimsenerek fiyatlandırma dönemi diyebileceğimiz bir süre değiştirilmemektedir. Fiyatların bu şekilde saptanması ve yükseltilmesi ekonomide noksan istihdama neden olmaktadır. Bu şekilde fiyatlardaki yükselişle iş hayatındaki kuralların geriye gitmesi olgusuna staglasyon da denilmektedir. Bu konuda oluşan böyle bir noksan istihdam durumunun makro ekonomik (parasal) politikalarla ortadan kaldırılması çok güçtür. Mikro ekonomik politikalar izlenmelidir.

MARK-UP PRICE POLICIES AND THEIR EFFECT ON THE TURKISH TEXTILE SECTOR

In our country we think the industries and the textile industries are predominantly oligopolistic in structure. These industries have the ability to maintain in time a certain margin, or mark-up above costs. The set of these prices are announced in advance of any sales by the dominant or leader firms and then adapted as their own by the other leading firms and kept as unchanged during the current pricing period. This situation leads to an increase in the unemployment level. The simultaneous occurrence of rising prices and depressed business conditions are known as stagflation. This shortage of employment occurring as such is very difficult to remove by macroeconomic (monetary or fiscal) policy. Microeconomic policies must be followed.

1.GİRİŞ

Ülkemizde Tekstil Piyasasında üretimde bulunan firmaların yapılarına baktığımızda bunların oligopolcu bir yapıya sahip olduklarını söyleyebiliriz. Kaldı ki tekstil sektöründe faaliyet gösteren firma-

ların sentetik, pamuklu, ve yünlü iplik ve kumaş üretenler olarak alt kümelere ayırdığımızda oligopolcu yapı daha da belirgin hale gelmektedir.

Oligopolcu yapıya sahip olan firmalar günümüzde maliyetlerinin üzerinde belli bir kar marjını koruyabilmek yada Mark-Up koymak avantajına sahiptir. Aşağıdaki satırlarda bu yapıdaki tekstil firmalarının uyguladıkları fiyat politikalarının diğer sektörlerdeki benzeri uygulamalarla yarattıkları enflasyoncu, staglasyoncu v.b. etkileri irdelemeye çalışacağız.

Konuyu önce kuramsal olarak genelde irdeleyecek daha sonra ülkemizde tekstil sektörü üzerindeki etkilerini ortaya koymaya çalışacağız.

2. KURAMSAL YAKLAŞIM

Varsayım olarak hareket noktamız öncelikle oligopolcu yapıdaki firmaların oluşturduğu bir endüstriyel yapı olacaktır. Bu yapıdaki firmalar maliyetlerinin üzerine belli bir marj yada mark-up koyma yeteneğine sahiptir.

Böyle bir endüstriyel yapıda az sayıda üretici firma ve çok sayıda bunların mallarına bağlı olarak üretim yapan, üretilen malları pazarlayan büyük firmaların bazı özelliklerini açıklayalım.

2.1. Büyük Firmaların Özellikleri

- Büyük firmalar mümkün olan en büyük hızla genişlemek isterler bunun içinde
- Kendisine ait olan halihazır piyasa payını muhafaza etmeye çalışırlar.
- Satışlarının azaldığı yada kar marjının hedeflenen oranın altında kalması durumunda yeni yeni ve hızla genişleme potansiyeline sahip sektörlerle yönelirler.
- Endüstride birkaç fabrikaya sahip olabilirler.
- Üretimini ortalama değişen maliyetlerinde ve dolayısıyla marjinal maliyetlerinde anlamlı bir artışa maruz kalmadan değiştirilebilirler. Çünkü;

1. Fabrikalarından belli bir miktar kullanılmamış üretim kapasitelerine sahiptirler.

2. Cari satışlarla cari üretimleri arasında bir fark oluştuğunda bunu dolduracak bir stok düzeyine sahiptirler. Bu rezerv kapasitesiyle oligopolcu büyük firma aynı zamanda yeni firmaların piyasaya girişlerini de engelleme kabiliyetine sahiptir.

- Oligopolcu büyük firmalar malın fiyatını belirler. Hakim firma yada lider firma tarafından fiyatlar listesi önceden ilan edilir. Bu fiyatlara diğer firmalar uyarlar. Fiyat cari fiyatlandırma döneminin sonuna kadar değişmeden kalır. Fiyatlar daha sonra arada geçen süre içinde birim maliyetlerde hasıl olan