

Merkez
Trakya Kalkınma Ajansı / Tekirdağ
Telefon : 0 (282) 263 37 37
Faks : 0 (282) 263 10 03

Edirne Yatırım Destek Ofisi / Edirne
Telefon : 0 (284) 225 10 03
Faks : 0 (284) 225 10 03

Kırklareli Yatırım Destek Ofisi / Kırklareli
Telefon : 0 (288) 214 25 25
Faks : 0 (288) 214 70 80



www.trakyaka.org.tr



bilgi@trakyaka.org.tr





İÇİNDEKİLER

REKABET ANALİZİ



LOJİSTİK SEKTÖRÜ



SÜT VE SÜT ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ



ÜZÜM VE ÜZÜM ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ



TARIM MAKİNELERİ



TEKSTİL SEKTÖRÜ



TURİZM SEKTÖRÜ





REKABET ANALİZİ

GİRİŞ

Rekabet teorisinin günümüz itibarı ile geldiği noktada artık rekabetin belirli sektör veya sektörlerde gelişmiş bölgelerdeki kümelenmeler (clusters) ile yapıldığı tezi öne çıkmaktadır. Bu kapsamda bir bölgenin küresel ölçekte avantaja sahip olduğu ürün ve hizmet üreten sektörlerini tanımlaması ve daha sonrada bu sektörlerin nasıl geliştirilebileceğinin stratejilerinin saptanması, o bölgenin küresel rekabet yarışında geri kalmaması için oldukça önemlidir.

Bölgesel Kalkınma yaklaşımının dünyada ülkelerin kalkınma stratejileri alanında öneminin artmasına paralel olarak Türkiye'de kurulan Kalkınma Ajansları, gün geçtikçe Türkiye'nin kalkınması ile ilgili stratejilerin oluşturulması ve uygulanmasındaki temel oyuncular haline gelmektedirler. Bu kapsamda bir kalkınma ajansının önceliklerinden birisi de ilgi alanındaki bölgenin rekabet potansiyeli olan sektörlerinin tespit edilmesidir. Bu sayede belirlenen sektörler özelinde yürütülecek çalışmalar ile bölgenin geneline katkı sağlayacak bir planın oluşturulması kolaylaşacaktır.

Bu kapsamda Türkiye'nin önemli ekonomik gelişme potansiyeline sahip üç ilini kapsayan Trakya Kalkınma Ajansı'nın görev alanı olan Edirne, Kırklareli ve Tekirdağ illerinin rekabet potansiyeli taşıyan sektörlerinin tespit edilmesi ve rekabetçilik seviyelerinin analiz edilmesi bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

Benzeri dünya uygulamalarında olduğu gibi Trakya Bölgesi ekonomisinin rekabetçi bir yapıya kavuşturulmasının ilk aşaması, bölgenin rekabet potansiyeli olan sektörlerinin saptanması olacaktır. Bu sektörlerin rekabetçilik analizleri yapıldıktan sonra, nasıl daha rekabetçi hale getirilecekleri konusundaki stratejilerin oluşturulması ve son olarak da oluşturulan stratejilerin hayata geçirilmesi gereklidir. Bu sayede 2023 yılında dünyanın en büyük on ekonomisinden bir olma hedefi olan Türkiye'nin rekabet yarışında Trakya Bölgesinin en üst sıralarda yer alması sağlanabilecektir. Dolayısıyla Türkiye'nin küresel rekabet yarışındaki yerinin üst sıralarda olması da doğal bir sonuç olarak ortaya çıkacaktır.

Bu çalışma kapsamında Trakya Bölgesi'nin öne çıkan sektörlerinin tespiti ve bu sektörlerin rekabetçilik analizlerinin yapılması hedeflenmiştir. Bunun için birincil ve ikincil kaynaklar kullanılarak öne çıkan sektörler tespit edilmiştir. Daha sonra bu sektörlerin rekabetçilik seviyeleri analiz edilmiş ve daha iyi bir noktaya gelebilmeleri için önerilerde bulunulmuştur.

YÖNTEM

Trakya Kalkınma Ajansı Bölgesi rekabetçilik potansiyeli taşıyan sektörlerinin belirlenmesi için literatür araştırması sonucunda kullanılacak muhtemel yöntemler listelenmiş; daha sonra yapılan değerlendirmeler sonucunda detayları 2.1'de açıklanan yöntemler kullanılmıştır. Seçilen sektörlerin rekabetçilik analizlerinin yapılabilmesi için ise detayları 2.2'de açıklanan elmas modeli kullanılmıştır.

Rekabet Potansiyeli Olan Sektörlerin Tespit Yöntemi

Trakya Bölgesi'nin rekabet gücüne sahip sektörleri belirlenirken "Üç Yıldız Analizi" ve "Dış Ticaret Karneleri" çalışmalarından faydalanılmış ve kümelenme yaklaşımı çerçevesinde Danışman ve Ajans tarafından geliştirilen "Kümelenme Temelli Analiz" yöntemi kullanılmıştır. Kümelenme yaklaşımı üzerine bina edilen seçim metodolojisi diğer analizlerle beraber değerlendirilerek Trakya Bölgesi'nin rekabetçi sektörleri belirlenmiş ve saptanan sektörlerin elmas (diamond) modeli kullanılarak rekabetçilik seviyeleri analiz edilmiştir. Bu yöntemlerin beraber değerlendirilmesi sonrasında uzmanların görüşlerine sunulacak bir sektör listesi oluşturulmuştur. Seçilen sektörler gerek bölgedeki ilgili sektör temsilcileri ile yapılan birebir derinlemesine mülakatlar ve gerekse Trakya Bölgesi'nin ekonomik aktörlerinin katıldığı bir Çalıştay'da katılımcıların analizine sunulmuş ve her bir sektöre ilişkin katılımcıların görüşleri alınmıştır. Bu şekilde Trakya'nın rekabetçilik potansiyeli olan sektörleri nihai halini almıştır. Elmas analizinin ve saptanan güçlü ve zayıf yönlerin, Trakya Bölgesi'nin rekabet gücünün artırılması için hazırlanacak stratejiler için girdi olması öngörülmektedir.

Elmas Analizi gerçekleştirilecek olan sektörlerin seçimi için kullanılan yöntemler:

1. Üç Yıldız Analizi
2. Dış Ticaret Karneleri
3. Kümelenme Temelli Analiz

Üç Yıldız Analizi

Üç yıldız analizi, istihdam verileri kullanılarak, verilerin il bazında ve ülke bazında kıyaslanması ile gerçekleştirilen bir analizdir. İstihdamın kümelenmede en belirleyici faktör olduğu varsayımından hareket edilerek büyüklük, başatlık ve uzmanlaşma göstergeleri kullanılır. Bu göstergeler için belirli oranlar tespit edilerek, bu oranların üzerinde olan göstergeler için bir yıldız verilir. Üç yıldız sağlayan sektörler küme potansiyeli olan yerler olarak değerlendirilir. Türkiye'de Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi Projesi kapsamında Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından yürütülen çalışmada Türkiye'nin küme haritası bu yöntemle hazırlanmıştır.

Kümelenmelerde mekansal yakınlık ön planda olduğu için 3 yıldız analizi Bölge değil il bazında gerçekleştirilmiştir. NACE sınıflamasına göre 2 kod ve 4 kod detayında gerçekleştirilen üç yıldız analizinde bazı başlıklarda farklı kriterler kullanılmıştır.¹

$$\text{Uzmanlaşma} = \frac{\text{İlde seçilen sektörde çalışanların sayısı} / \text{İldeki toplam çalışan sayısı}}{\text{Türkiye genelinde seçilen sektörde çalışan sayısı} / \text{Türkiye toplam çalışan sayısı}}$$

Belirlenen sektörün uzmanlaşma değeri 1'in üzerindeyse ilgili sektör 1 yıldız almaktadır.

Yapılan 3 yıldız analizine göre NACE 2 kod bazında 3 yıldız alan sektörler yalnızca Tekirdağ'da yer almaktadır. Tekirdağ'da 4 sektör 3 yıldız alırken 9 sektör 2 yıldız almıştır. Toplamda

- Büyüklük: Eğer bir kümedeki istihdam belirli bir düzeyin üzerinde ise, bu kümenin iktisadi fayda yaratma potansiyeli de yükselmektedir. Büyüklük seviyesinin tespiti için bir küme kategorisinde il bazında yaratılan istihdam seviyesi aynı küme kategorisindeki ulusal istihdam ile karşılaştırılabilir.

Büyüklük = Belirlenen sektörün ildeki istihdamının aynı sektörün Türkiye'deki istihdamından aldığı pay %5'ten büyükse ilgili sektör 1 yıldız almaktadır.

- Başatlık: Eğer bir kümedeki istihdam seviyesi bölgesel düzeyde belirli bir seviyenin üzerine çıkıyorsa, bu kümenin de iktisadi fayda yaratma potansiyeli de yükselmektedir. Başatlık seviyesinin tespiti için bir küme kategorisinde il bazında yaratılan istihdam seviyesi ilgili ildeki toplam istihdam ile karşılaştırılır.

Başatlık = Belirlenen sektördeki istihdamın il genelindeki toplam istihdamdan aldığı pay 2 kod bazında %1'den, 4 kod bazında %4'ten büyükse ilgili sektör 1 yıldız almaktadır.

- Uzmanlaşma: Eğer bir küme kategorisi belirli bir ilde, ülkenin geri kalanına göre daha yüksek bir yoğunluk gösteriyorsa, bu kümenin iktisadi fayda yaratma potansiyeli de yükselmektedir. Başatlık seviyesinin büyüklük seviyesinden yüksek olduğu durumlarda ihtisaslaşma parametresinin karşılandığı varsayılmaktadır.

21 sektörün uzmanlaşma katsayısı 1'in üzerindedir. Edirne'de 25 sektör uzmanlaşmadan yıldız alabilmişken, 2 yıldız alan sektör sayısı 13'tür. Kırklareli'de 10 sektör 2 yıldız alırken, 23 sektörde ise uzmanlaşma katsayısı 1'den büyüktür.

REKABET ANALİZİ

Tablo 1: Tekirdağ İlinde 3 Yıldız ve 2 Yıldız Alan Sektörler

Kod	Faaliyet Grupları	Büyüklik	Başatlık	Uzmanlık	Yıldız
13	Tekstil Ürünleri İmalatı	0,115	0,227	6,40	3
15	Deri ve İlgili Ürünler	0,070	0,018	3,92	3
17	Kağıt ve Kağıt Ürünleri	0,064	0,013	3,54	3
27	Elektrikli Teçhizat İmalatı	0,089	0,039	4,94	3
06	Ham Petrol ve Doğalgaz	0,105	0,002	5,81	2
11	İçecek İmalatı	0,056	0,004	3,12	2
14	Giyim Eşyaları İmalatı	0,037	0,081	2,08	2
20	Kimyasal Ürünleri İmalatı	0,041	0,017	2,26	2
22	Kauçuk ve Plastik Ürünler İm.	0,037	0,029	2,03	2
24	Ana Metal Sanayi	0,019	0,015	1,05	2
25	Fabrik. Metal	0,020	0,037	1,14	2
92	Kumar ve Müşterek Bahis	0,073	0,010	4,06	2
95	Bilgisayar ve Kişisel Ev	0,030	0,013	1,69	2

Türkiye'de tekstil ürünleri imalatında çalışanların %11,5'i Tekirdağ'da istihdam edilmektedir, bu yüzden Tekstil ürünleri imalatı büyüklükten 1 yıldız almıştır. Tekstil ürünleri imalatında çalışanlar, il genelindeki istihdamın %23'ünü oluşturmaktadır, dolayısıyla bu sektör başatlık göstergesinden de 1 yıldız almıştır.

Tekirdağ'da tekstil ürünleri imalatında çalışanların toplam çalışan sayısına oranı Türkiye genelindeki oranın 6 katıdır, bu yüzden tekstil ürünleri imalatı uzmanlaşmadan da 1 yıldız olarak, analizin genelinde 3 yıldız almıştır. Tekstil ürünleri imalatı faaliyetinin Tekirdağ'da Türkiye geneline göre çok fazla yoğunlaştığı söylenebilir.

Tablo 2: Edirne İlinde 2 Yıldız Alan Sektörler

Kod No	Faaliyet Grupları	Büyüklik	Başatlık	Uzmanlık	Yıldız
01	Bitkisel ve Hayvansal Üretim	0,010	0,018	2,30	2
05	Kömür ve Linyit Çıkarılması	0,034	0,039	7,83	2
10	Gıda Ürünleri İmalatı	0,007	0,059	1,65	2
14	Giyim Eşyaları İmalatı	0,010	0,093	2,39	2
35	Elk.Gaz,Buhar ve Hava.Sis.Üret.Da.	0,010	0,024	2,31	2
38	Atık Maddelerin Değerlendirilmesi	0,011	0,013	2,41	2
42	Bina Dışı Yapıların İnşaatı	0,007	0,047	1,66	2
43	Özel İnşaat Faaliyetleri	0,013	0,101	2,91	2
47	Perakende Tic. (Mot.Taşıt.Onar.Har)	0,006	0,133	1,42	2
56	Yiyecek ve İçecek Hizmeti Faal.	0,005	0,034	1,04	2
70	İdari Danışmanlık Faaliyetleri	0,005	0,033	1,16	2
81	Bina ve Çevre Düzenleme Faal.	0,005	0,020	1,04	2
85	Eğitim	0,005	0,048	1,08	2

Tablo 3: Kırklareli İlinde 2 Yıldız Alan Sektörler

Kod No	Faaliyet Grupları	Büyüklik	Başatlık	Uzmanlık	Yıldız
01	Bitkisel ve Hayvansal Üretim	0,009	0,015	1,92	2
06	Ham Petrol ve Doğalgaz Çıkarımı	0,050	0,003	10,49	2
10	Gıda Ürünleri İmalatı	0,009	0,070	1,97	2
13	Tekstil Ürünleri İmalatı	0,020	0,149	4,18	2
14	Giyim Eşyaları İmalatı	0,010	0,082	2,10	2
20	Kimyasal Ürünleri İmalatı	0,011	0,017	2,20	2
23	Metalik Olmayan Ürünler İmalatı	0,018	0,066	3,69	2
24	Ana Metal Sanayi	0,007	0,022	1,53	2
35	Elk.Gaz,Buhar ve Hava.Sis.Üret.Da.	0,010	0,023	2,15	2
42	Bina Dışı Yapıların İnşaatı	0,005	0,031	1,09	2

Tablo 4: Tekirdağ İlinde NACE 4 Kod Seviyesinde 3 Yıldız Alan Sektörler

Kod No	Faaliyet Grupları	Büyüklik	Başatlık	Uzmanlık	Yıldız
C1041	Sıvı ve katı yağ imalatı	0,084	0,005	4,838	3
C1052	Dondurma imalatı	0,124	0,005	7,190	3
C1314	Tarak döküntüsü dahil ipek atılması ve işlenmesi, sentetik ya da yapay iplik elyafının atılması ve işlenmesi	0,177	0,018	10,217	3
C1320	Pamuklu dokuma	0,085	0,050	4,933	3
C1321	Yünlü dokuma	0,217	0,021	12,521	3
C1330	Tekstil ürünlerinin bitirilmesi	0,269	0,119	15,565	3
C1393	Halı ve kilim imalatı	0,053	0,005	3,035	3
C1416	Terziler (hususî dikişler)	0,061	0,012	3,518	3
C1431	Örme (Trikotaj) ve tığ işi çorap imalatı	0,185	0,018	10,688	3
C1511	Derinin tabaklanması ve işlenmesi	0,254	0,017	14,673	3
C1721	Oluklu kağıt ve oluklu mukavva imalatı ile kağıt ve mukavvadadan yapılan ambalaj kutuları imalatı	0,081	0,009	4,701	3
C2020	Haşere ilaçları ve diğer zirai-kimyasal ürünlerinin imalatı	0,155	0,007	8,939	3
C2219	Diğer kauçuk ürünleri imalatı	0,114	0,013	6,599	3
C2571	Çatal-bıçak takımları ve diğer kesici aletlerin imalatı	0,107	0,006	6,199	3

REKABET ANALİZİ

Kod No	Faaliyet Grupları	Büyüklik	Başatlık	Uzmanlık	Yıldız
C2592	Hafif metalden paketlenme malzemeleri imalatı	0,055	0,011	3,168	3
C2611	Elektronik bileşenlerin imalatı	0,054	0,008	3,143	3
C2711	Elektrik motorlarının, jeneratörlerin ve transformatörlerin imalatı	0,159	0,009	9,180	3
C2751	Elektrikli ev aletlerinin imalatı	0,103	0,026	5,927	3
Q9200	Kumar ve müşterek bahis faaliyetleri	0,076	0,009	4,411	3

Tablo 5: Edirne İlinde NACE 4 Kod Seviyesinde 3 Yıldız Alan Sektörler

Kod No	Faaliyet Grupları	Büyüklik	Başatlık	Uzmanlık	Yıldız
A0119	Tek yıllık (uzun ömürlü olmayan) diğer bitkisel ürünlerin yetiştirilmesi	0,092	0,004	21,739	3
F4399	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer özel inşaat faaliyetleri	0,064	0,076	15,054	3
B0520	Linyit madenciliği	0,060	0,034	14,126	3
C1061	Öğütülmüş hububat ve sebze ürünleri imalatı	0,050	0,018	11,930	3

Tablo 6: Kırklareli İlinde NACE 4 Kod Seviyesinde 3 Yıldız Alan Sektörler

Kod No	Faaliyet Grupları	Büyüklik	Başatlık	Uzmanlık	Yıldız
C1319	Diğer tekstil elyaflarının hazırlanması ve eğrilmesi	0,216	0,006	47,196	3
C2020	Haşere ilaçları ve diğer zirai-kimyasal ürünlerin imalatı	0,086	0,015	18,751	3
C2311	Düz cam imalatı	0,155	0,047	33,913	3

Kümelenme için sektörün mevcut durumda bir yığına sahip olması önemlidir. İstihdam verileri kullanılarak gerçekleştirilen üç yıldız analizinde, kümelenme potansiyeli yüksek, aynı ilde belirli bir yoğunlaşmaya sahip sektörler tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda NACE 2 Kod seviyesinde bir sektörün il istihdamındaki payının en az %1 olması, ülke genelindeki istihdamındaki payının ise en az %5 olması gerekli görülmüştür. Bu kıstaslarla beraber sektörün ildeki yoğunlaşmasının Türkiye geneline göre daha yüksek olması halinde, bu sektör analizden 3 yıldız almıştır ve ilgili sektörde önemli bir yığın var olduğu kabul edilmiştir. Bu kriterlerden yalnızca birini sağlayamayıp 2 yıldız alan sektörlerde dahil olmak üzere NACE 4 Kod seviyesinde gerçekleştirilen üç yıldız analizi ile kıyaslama gerçekleştirilmiş, sektörün alt faaliyet alanlarındaki yığınlar tespit edilmeye çalışılmıştır. Üç yıldız analizi neticesinde;

- Beyaz eşya,
- Tekstil,
- Gıda,
- İlaç,
- Kağıt,
- Kauçuk, sektörleri öne çıkmıştır.

Dış Ticaret Karneleri

Sektörlerin mevcut gelişmişlik düzeyi ve gelişme potansiyellerinin değerlendirilmesinde ihracat yapabilme

kabiliyeti önemlidir. Trakya Bölgesi'nin rekabetçi sektörleri belirlenirken Kalkınma Bakanlığı tarafından 2009-2011 yılı verileri kullanılarak hazırlanan İllerde "İhracata Dönük Üretimde Öne Çıkan Sektörlerin Tespiti" çalışması kullanılan bir diğer referans kaynak olmuştur. Bu veri kaynağında ihracat yapılan sektörlerin il ihracatındaki payı, toplam sektör ihracatındaki payı ve sektörde kaç ihracatçı olduğu bulunmaktadır. Bu veriler kullanılarak Ajans uzmanlarınca bir endeks oluşturulmuş, ildeki sektörler bu endekse göre sıralanmıştır. Veriler "Uluslararası Standart Ticaret Sınıflaması'na" göre sınıflanmış, toplam 260 gruptan oluşmaktadır.

Dış ticaret miktarının büyüklüğü, sektörün ülke ihracatından aldığı pay, bir sektörün ülke ekonomisi içindeki yerini göstermek için önemli kıstas olarak değerlendirilmiştir. Bununla birlikte kümelenmede sektördeki oyuncu sayısının yüksek olması da önemli bir kriter olduğu için dış ticaret endeksinde sektörde ihracat yapan sanayici sayısına ciddi bir ağırlık verilmiştir. Sektörün ihracat payı ve ihracat yapan sanayici sayısı kriterlerinden alınan puanların eşit ağırlıklı olarak toplandığı endekste en fazla 10 puan alma imkanı vardır. Sektörün ülke ihracatındaki payının ve sektördeki ihracatçı sayısının beraber değerlendirildiği ihracat analizinde endeksten 6 ve üzerinde puan alan sektörlerin mevcut durumda rekabet edebilen sektörler olduğuna kanaat getirilmiştir.

İhracat verileri üzerinden hazırlanan endekste hangi kriterin kaç puana denk geldiği aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Sektörün Türkiye İhracatındaki Payı (X)	Sektörde İhracat Yapan Sanayici Sayısı (Y)	Aldığı Puan
$X < 1$	$Y < 1$	0
$1 \leq X < 5$	$1 \leq Y < 5$	1
$5 \leq X < 10$	$5 \leq Y < 10$	2
$10 \leq X < 20$	$10 \leq Y < 20$	3
$20 \leq X < 30$	$20 \leq Y < 50$	4
$30 \leq X$	$50 \leq Y$	5

REKABET ANALİZİ

çıkamıştır. Bölgede toplam 36 sektör 6 ve üzerinde puan almıştır. Trakya Bölgesi'nde 10 üzerinden 6 ve üzerinde puan alan sektörlerin tamamı Tekirdağ ilinde yer almaktadır. Gerçekleştirilen analiz neticesinde ihracatta,

- Beyaz eşya,
- Deri,
- Kağıt,
- Kauçuk,
- Tekstil, sektörlerinin öne çıktığı görülmektedir.

Puanlama bazında sektör sayısı aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Puan	10	9	8	7	6
Sektör Sayısı	0	4	4	9	19

Endekste 6 ve üzerinde puan alan sektörler

SITC Kod	Sektör	Toplam Sektör İhracatındaki Payı	Sektörde İhracat Yapan Sanayici Sayısı	Toplam Puanı
621	Kauçuk ve kauçuktan eşya	5	4	9
654	Dokumaya elverişli diğer maddelerden dokunmuş mensuc. (ipek, yün, keten vb.)	5	4	9
613	Tabaklanmış, aprenmiş, bütün halinde kürkler	5	4	9
775	Evlerde kullanılan makineler (çamaşır makinesi, buzdolabı, bulaşık makinesi vb.)	5	4	9
641	Kağıt ve karton	4	4	8
531	Sentetik organik boyayıcı maddeler	4	4	8
899	Başka yerde belirtilmeyen maddelerden işlenmiş eşyalar	4	4	8
656	Kurdeleler, etiketler, armalar, tüller vb.	3	5	8
831	Sandıklar, bavullar, çantalar ve kılıflar	3	4	7
682	Bakır ve bakırdan çubuk, profil, tel, saç, şerit, boru vb.	3	4	7
655	Örme mensucat	2	5	7
653	Sentetik veya suni filamentler ve devamsız liflerden mensucat	2	5	7
743	Diğer pompalar, fanlar, santrifüjler, filtre makine ve cihazları	2	5	7

SITC Kod	Sektör	Toplam Sektör İhracatındaki Payı	Sektörde İhracat Yapan Sanayici Sayısı	Toplam Puanı
582	Plastiklerden levhalar, plakalar,	2	5	7
724	Tekstil, çamaşır yıkama ve kurutma, ütüleme makina ve aksam ve parçaları	2	5	7
892	Basılmış yayınlar	2	5	7
651	Tekstil iplikleri	2	5	7
541	Eczacılık ve eczacılık ürünleri	3	3	6
812	Demir, çelik ve seramikten radyatörler (elektriksiz) lavabolar, küvetler, musluk taşları	3	3	6
764	Telli telefon ve telgraf cihazları, telsiz telefon telgraf cihazları vb. aksamı	3	3	6
841	Erkek/erkek çocuklar için örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarlar	2	4	6
629	Kauçuktan diğer eşya (hijyenik, eczacılık ürünleri, taşıyıcı kolonlar)	2	4	6
742	Sıvılar için pompalar, sıvı elevatörleri ile bunların aksam, parçaları	2	4	6
598	Muhtelif kimya sanayi ürünleri ve model patları	2	4	6
684	Alüminyum ve alüminyumdan çubuk, profil, tel, saç, şerit, boru vb.	2	4	6
533	Pigmentler, vernikler, boyalar	2	4	6
846	Giyim eşyası iç aksesuar ve giyim eşyası parçaları (çorap, mendil, eldiven vb.)	2	4	6
611	İşlenmiş deri ve köseleler	2	4	6
748	Dişli sistemleri ve aksamı	2	4	6
747	Borular, kanallar, depolar, musluklar, valfler vb. cihazlar	2	4	6
657	Özel iplikler ve dokunmamış mensucat (keçe, vatka, sicim, ip, şapka taslakları, teknik eşya)	1	5	6
642	Kağıt, kağıt hamuru, karton ver selülozik liflerden mamul eşya	1	5	6
845	Örülmüş olsun olmasın diğer giyim eşyası	1	5	6

REKABET ANALİZİ

Kümelenme Yaklaşımı Temelli Analiz

Kümelenme yaklaşımına göre eğer dar bir coğrafyada bir sektördeki firmaların yoğunlaşması söz konusu ise o kümelenmenin belli bir gelişmişlik seviyesinde olduğu kabul edilebilir. Bu varsayımdan yola çıkarak içinde buldukları sektöre ilişkin kümelenmenin belli bir eşik noktasını geçtiğinin tespiti önemli bir gösterge oluşturmaktadır. Bu sebeple araştırma kapsamında kullanılacak veriler de göz önünde bulundurularak belli bir firma büyüklüğüne ulaşmış sektörel firma yoğunlaşmaları saptanılmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda SGK verileri kullanılarak ilçe bazında firma sayıları tespit

edilmiştir. Coğrafi olarak sektörel yoğunlaşmalar tespit edilirken SGK'nın verilerinin yanında KOSGEB'in firma verileri kullanılmıştır. SGK'nın ilçe bazında firmanın ait olduğu sektöre ve firma büyüklüğüne ait verileri ilçe bazında sektörel yoğunlaşmaların saptanması aşamasında önemli bir girdi sağlamıştır. Buna ek olarak firmaların belli bir ortalama büyüklüğün üzerinde olmaları da diğer bir seçim kriteri olarak eklenmiştir.

Aday sektörün bir ilçede belli bir yoğunlaşma seviyesine sahip olduğunu saptamak için bahsedilen üç değişken üzerinden analizi yapılmıştır. Eğer analizi yapılan sektör bir ilçede minimum yoğunlaşma şartlarını sağlıyorsa o sektör istenilen eşik seviyesinin üzerinde bir yoğunlaşmaya sahip olarak saptanmıştır.

Eşik Seviyesi Kriterleri

Seçilen sektördeki işyeri sayısı ≥ 50

Çalışan sayısı ≥ 500

Çalışan/işyeri sayısı ≥ 5

Bölgenin ekonomik olarak en gelişmiş ili olan Tekirdağ'da ise otuz üç başlık altında kriterlere uyan sektör saptanmıştır.

İlçe	NACE Kod	Açıklama	İşyeri Sayısı	Çalışan Sayısı	Çalışan / İşyeri
ÇERKEZKÖY	25	Makine ve teçhizat hariç, fabrikasyon metal ürünleri imalatı	69	3,707	54
ÇERKEZKÖY	70	İdare merkezi faaliyetleri, idari danışmanlık faaliyetleri	82	504	6
ÇERKEZKÖY	10	Gıda ürünlerinin imalatı	94	537	6
ÇERKEZKÖY	43	Özel inşaat faaliyetleri	98	674	7
ÇERKEZKÖY	13	Tekstil ürünlerinin imalatı	134	13,964	104
ÇERKEZKÖY	49	Kara taşımacılığı ve boru hattı taşımacılığı	150	937	6
ÇORLU	22	Kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı	52	1,501	29
ÇORLU	95	Bilgisayarların ve kişisel ve ev eşyalarının onarımı	57	726	13
ÇORLU	14	Giyim eşyalarının imalatı	58	7,275	125
ÇORLU	52	Taşımacılık için depolama ve destekleyici faaliyetler	64	1,062	17

İlçe	NACE Kod	Açıklama	İşyeri Sayısı	Çalışan Sayısı	Çalışan / İşyeri
ÇORLU	27	Elektrikli teçhizat imalatı	70	844	12
ÇORLU	85	Eğitim	81	1,411	17
ÇORLU	28	Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman imalatı	85	1,425	17
ÇORLU	15	Deri ve ilgili ürünlerin imalatı	94	3,247	35
ÇORLU	25	Makine ve teçhizat hariç, fabrikasyon metal ürünleri imalatı	107	2,957	28
ÇORLU	80	Güvenlik ve soruşturma faaliyetleri	113	995	9
ÇORLU	33	Makine ve ekipmanların kurulumu ve onarımı	119	798	7
ÇORLU	96	Diğer hizmet faaliyetleri	121	1,168	10
ÇORLU	81	Binalar ve çevre düzenlemesi faaliyetleri	143	1,272	9
ÇORLU	56	Yiyecek ve içecek hizmeti faaliyetleri	160	965	6
ÇORLU	10	Gıda ürünlerinin imalatı	172	2,836	16
ÇORLU	43	Özel inşaat faaliyetleri	172	1,167	7
ÇORLU	13	Tekstil ürünlerinin imalatı	254	26,295	104
ÇORLU	49	Kara taşımacılığı ve boru hattı taşımacılığı	318	1,805	6
ÇORLU	41	Bina inşaatı	807	4,804	6
MALKARA	10	Gıda ürünlerinin imalatı	58	696	12
MARMARA EREĞLİSİ	41	Bina inşaatı	102	674	7
MERKEZ	85	Eğitim	52	994	19
MERKEZ	43	Özel inşaat faaliyetleri	73	701	10
MERKEZ	80	Güvenlik ve soruşturma faaliyetleri	88	795	9
MERKEZ	81	Binalar ve çevre düzenlemesi faaliyetleri	119	1,163	10
MERKEZ	10	Gıda ürünlerinin imalatı	143	782	5
MERKEZ	41	Bina inşaatı	384	2,942	8

REKABET ANALİZİ

Bu analizlere göre Edirne'de sekiz başlıkta yoğunlaşma tespit edilmiştir.

İlçe	NACE Kod	Açıklama	İşyeri Sayısı	Çalışan Sayısı	Çalışan / İşyeri
KEŞAN	10	Gıda ürünlerinin imalatı	96	558	6
KEŞAN	43	Özel inşaat faaliyetleri	168	901	5
MERKEZ	81	Binalar ve çevre düzenlemesi faaliyetleri	83	735	9
MERKEZ	85	Eğitim	106	1,013	10
MERKEZ	70	İdare merkezi faaliyetleri, idari danışmanlık faaliyetleri	146	1,146	8
MERKEZ	46	Toptan ticaret. motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç	159	868	5
MERKEZ	43	Özel inşaat faaliyetleri	384	3,153	8
UZUNKÖPRÜ	10	Gıda ürünlerinin imalatı	88	599	7

Kırklareli'de altı başlıkta yoğunlaşma tespit edilmiştir.

İlçe	NACE Kod	Açıklama	İşyeri Sayısı	Çalışan Sayısı	Çalışan / İşyeri
BABAESKİ	10	Gıda ürünlerinin imalatı	56	770	14
LÜLEBURGAZ	35	Elektrik, gaz, buhar ve havalandırma sistemi üretim ve dağıtım	73	588	8
LÜLEBURGAZ	43	Özel inşaat faaliyetleri	84	557	7
LÜLEBURGAZ	10	Gıda ürünlerinin imalatı	108	1,444	13
LÜLEBURGAZ	49	Kara taşımacılığı ve boru hattı taşımacılığı	200	1,005	5
MERKEZ	10	Gıda ürünlerinin imalatı	84	740	9

Elmas Analizi Gerçekleştirilecek Sektörler

Rekabet analizi çalışmaları kapsamında gerçekleştirilen 3 yıldız analizi, dış ticarete öne çıkan sektörler ve kümelenme temelli analiz yönteminin bir arada değerlendirilmesi sonrası seçilen sektörler, o sektörlerdeki uzmanlarla derinlemesine mülakat ve düzenlenen çalıştay ile tartışılmış, sayısal analizin geçerliliği ve güvenilirliği test edilmiştir. Böylece ikinci bir eleme yapılmıştır. Bu eleme yapılırken:

1. Eğer bir sektör devlet merkezli gelişmişse ve devletin o sektörde Trakya Bölgesine özgü bir önceliği yoksa²

2. Eğer bir sektörün sürdürülebilirlik riski varsa³ elemeye tabi tutulmuşlardır.

Son olarak birbiri ile ilgili olan, aynı tedarik zinciri içerisinde yer alan sektörler aynı başlık altında toplanmıştır.⁴

Beyaz Eşya, Deri, Kauçuk ve Tekstil sektörleri tüm analizlerde öne çıkmıştır. Bununla beraber Tarım Makineleri ve Turizm sektörleri ise analizlerde öne çıkmamasına rağmen gerçekleştirilen görüşmeler ve Bölgenin öncelikleri göz önünde bulundurularak bu sektörlerin de analizinin yapılmasına karar verilmiştir.

Sayısal Analizlerde Öne Çıkan Sektörler

Sektör	3 Yıldız Analizi	Dış Ticaret	Kümelenme Temelli
Beyaz Eşya	X	X	X
Deri	X	X	X
Gıda	X		X
İlaç	X		
Kağıt ve Kağıt Ürünleri	X	X	
Kauçuk ve Kauçuk Ürünleri	X	X	X
Lojistik			X
Tarım Makineleri			
Tekstil ve Hazır Giyim	X	X	X
Turizm			

Tekstil ürünleri imalatındaki istihdamın %11'ine sahip olan Tekirdağ, giyim eşyaları imalatındaki istihdamın yalnızca %4'üne sahiptir. Tekstil ve hazır giyim sektörünün alt kırılımlarına baktığımızda da tekstil ürünleri imalatındaki yoğunlaşmanın giyim eşyaları imalatına göre daha fazla olduğu söylenebilir. Tekstil ürünlerinin bitirilmesi alanında Türkiye'de istihdam edilenlerin %27'si Tekirdağ'da çalışmaktayken yünlü dokumada da ülkedeki çalışan sayısının %22'si Tekirdağ'da çalışmaktadır. Tekirdağ, tekstil sektörünün dış ticaretinde de önemli bir yere sahiptir. Hazırlanan dış ticaret endeksinde 8 farklı başlıkta 6 ve üzerinde puan almıştır, bu faaliyet alanlarının her birinde ihracat yapan en az 20 sanayici bulunmaktadır. Tekstil ürünleri imalatında çok güçlü olan Trakya Bölgesi giyim eşyası imalatçıları için büyük bir avantaj sağlamaktadır. Tekstil sektörünün Çerkezköy ve Çorlu'da yoğunlaştığı gözlemlenirken, Edirne ve Kırklareli'de de sektörün büyük oyuncularına rastlamak mümkündür.

Deri sektörü Trakya Bölgesinde Tekirdağ'da özellikle Çorlu'da kümelenmiştir. Deri ve ilgili ürünler imalatında Türkiye'de istihdam edilenlerin %7'si Tekirdağ'da çalışmaktayken, derinin tabaklanması ve işlenmesinde Tekirdağ'ın istihdamdaki payı %25'lere varmaktadır. Tekirdağ'da deri sektörünün toplam il istihdamından aldığı pay Türkiye genelindeki yoğunlaşmadan

15 kat daha fazladır. Deri ürünleri ihracatında da Tekirdağ, önemli bir yere sahiptir. 20'nin üzerinde sanayici sektördeki toplam ihracatın %30'undan fazlasını gerçekleştirmektedir.

Gıda sektörü NACE 2 kod seviyesindeki 3 yıldız analizinde 2 yıldız olsa da NACE 4 kod seviyesinde Edirne'de bitkisel ürünlerin imalatı, Tekirdağ'da dondurma imalatı ve yağ imalatı 3 yıldız almıştır. Firma ve çalışan sayılarını incelediğimizde de Bölgede birçok ilçede gıda ürünleri imalatında yoğunlaşmalar olduğu gözlemlenmektedir. Süthane işletmeciliği, süt ürünleri imalatı, ayçiçeği, çeltik, üzüm üretimi gıda sektöründe daha yoğun gözlemlenen faaliyet alanlarıdır.

Beyaz eşya ihracatında Türkiye'nin en rekabetçi illerinden biri olan Tekirdağ, Türkiye'deki ihracatın %30'undan fazlasını gerçekleştirmektedir. Elektrikli teçhizat imalatında Türkiye'deki istihdamın %9'u Tekirdağ'da yer almaktadır. Sektörün alt faaliyet alanlarına inildiğinde Tekirdağ'daki istihdamın payının "elektrikli ev aletlerinin imalatında" %10'a, "elektrik motorları imalatında" %16'ya çıktığı görülmektedir. Elektrikli ev aletlerinde sektörün ildeki payının Türkiye geneline göre daha yoğun olduğu görülmektedir. Sektörün Tekirdağ ilinin istihdamındaki oranı Türkiye genelinde bu sektörün sahip olduğu paydan yaklaşık 5 kat daha fazladır.

2. Eğitim ve enerji sektörleri bu kapsamda değerlendirilerek eleştirilmiştir.

3. İnşaat sektörü bu kapsamda değerlendirilerek eleştirilmiştir.

4. Örneğin tekstil ve hazır giyim tek sektör olarak ele alınmıştır, plastik ve elektronik gibi sektörler Trakya Bölgesinde ağırlıklı olarak beyaz eşya sektörünün girdilerini sağladıkları için beyaz eşya başlığı altında ele alınmıştır.

Trakya Bölgesi İlaç⁵ sektörünün önde gelen Bölgelerinden biridir. Sektörde istihdam edilenlerin %16'sı Tekirdağ'da %9'u Kırklareli'de çalışmaktadır. Tekirdağ ve Kırklareli'de Türkiye geneline göre önemli bir yoğunlaşma görülmektedir. Kırklareli'nin uzmanlaşma oranı Tekirdağ'a göre çok yüksektir. Oranın çok yüksek olması Türkiye'deki en büyük ilaç üreticilerinden birinin Kırklareli'de yer alması ve ildeki toplam istihdamın Tekirdağ'a göre daha az olmasından kaynaklanmaktadır. Tekirdağ, eczacılık ürünleri ihracatının %10'undan fazlasını gerçekleştirirken, Tekirdağ ve Kırklareli Türkiye'deki toplam ilaç ihracatının yaklaşık %20'sini yapmaktadır.

Tekirdağ, kauçuk sektöründe ülke genelinde öne çıkan illerden biridir. Bölgedeki yoğunlaşma Çorlu ve Çerkezköy'de görülmektedir. Türkiye genelinde diğer kauçuk ürünler imalatındaki istihdamın %11'i Tekirdağ'da gerçekleşmektedir. Sektör ihracatında Türkiye'nin en rekabetçi illerinden biri olan Tekirdağ, 20'den fazla ihracat yapan sanayicisiyle kauçuk ve kauçuktan eşya ihracatının %30'undan fazlasını gerçekleştirmektedir.

Kağıt ve karton sektöründeki istihdamın %7'sini gerçekleştiren Tekirdağ, sektörün ihracatında da önemli illerden biridir. İhracat yapan 20'nin üzerinde sanayici toplam sektör ihracatının %20'den fazlasını gerçekleştirmektedir. Sektör oyuncuları bölgede mekansal olarak belirli bir ilçede kümelenmemiştir. Lojistik sektörü, mevcut altyapısı, devam eden projeleri ile Trakya Bölgesi için büyük gelişme potansiyeli vaat etmektedir. Sektörün mevcut oyuncuları, taşıyıcılar ve depolama faaliyeti gösteren işletmeler Çorlu ve Çerkezköy ilçesinde yoğunlaşmaktadır.

Tarım makineleri ve turizm sektörleri analizlerde öne çıkmamakla beraber Bölgede gerçekleştirilen görüşmeler sonucu bir tarım bölgesi olan Trakya için tarım makineleri sektörünün önemli olması ve mevcut yığınları ile kümelenme potansiyeli olması

nedeniyle çalışmaya dahil edilmiştir. Turizm sektörü de Bölgenin korunarak gelişmesi açısından önemli olduğu ve Bölgede önemli bir turizm potansiyeli olduğu Ajans tarafından yürütülen turizm master plan çalışması kapsamında saptandığından elmas analizine tabii tutulmuştur. Kauçuk, kağıt ve ilaç sektörlerinin ise rekabet edebilme yeteneğine sahip olduğu düşünülmele beraber bu sektörler orta vadeli çalışma programı çerçevesinde incelenecektir.

Elmas (Diamond) Modeli

Klasik uluslararası ticaret teorileri, nisbî avantajların, ülkelerin gelecek nesillere bırakabileceği faktör havuzlarında yattığını söylemektedir. Bu faktör havuzları; ülke toprağı, doğal kaynaklar ve nüfus gibi kavramları içine almaktadır. Porter, ulusların nitelikli işgücü, güçlü teknoloji, bilgi birikimi ve kültür gibi kendi ileri faktör havuzlarını oluşturabileceğini ileri sürmektedir. Porter, ulusal avantajın belirleyici unsurlarını elması modeli ile açıklamıştır. Bu model firmaların rekabet avantajı geliştirmelerinde etkiye sahip beş temel değişken üzerine şekillenmiştir. Elmasın her bir köşesini (1) girdi koşulları, (2) firma stratejisi ve rekabet yapısı, (3) talep koşulları ve (4) ilgili ve destekleyici endüstrilerin varlığı ile birlikte (5) devlet değişkenleri oluşturmaktadır (Porter, 1998). Porter, elmas modelini hangi sektörlerin rekabet avantajına sahip olduğunu tespit ve analiz etmekte kullanmıştır. Elmas modelindeki her bir faktör ve elmas modelinin bütünü o sektörün rekabetçiliğini etkilemektedir.

Girdi Koşulları: Elmas Modeli'nin ilk önemli temel değişkenini girdi koşulları oluşturmaktadır. Bu temel değişkenin altında bir çok alt değişken yer almaktadır. Örneğin hammadde, teknoloji, insan kaynakları, altyapı vb. alt değişkenler bu temel değişkenin bileşenlerini oluşturmakta ve bütünü durumunu belirlemektedirler. Girdi koşullarının bazı alt değişkenleri incelen hemen hemen bütün sektörlerde aynı olmakla birlikte, bazı sektörlerin kendine özgü değişkenleri de bulunmaktadır.

Talep Koşulları: Modelin diğer temel bir değişkeni talep koşulları oluşturmaktadır. Özellikle iç talep, dış talep, nitelikli talep, potansiyel pazarlar gibi alt değişkenler talep koşullarını oluşturmaktadır.

İlgili ve Destekleyici Endüstriler: İlgili ve destekleyici endüstrileri değişkeni, bilgi üreten kurumların sektördeki varlığı, ilgili sivil toplum kuruluşları, Ar-Ge kurum ve/veya kuruluşları, sektöre yönelik finansal kurumlar, yardımcı sektörler vb. oyuncuların meydana gelmektedir.

Firma Stratejisi ve Rekabet Yapısı Değişkeni: Bölgesel şartlar, sektörde faaliyet gösteren firmaların yapısı, yabancı sermaye, firmaların yenilikçilik kapasiteleri ve/veya çalışmaları vb. firma stratejisi ve rekabet yapısı temel değişkenini oluşturmaktadır.

Devlet: Elmas modelinde beşinci boyut olarak da devlet değişkeni yer almaktadır. Kamunun üzerine düşen görevler gerekli altyapı oluşturmak, geliştirilmiş standartlar ile işletmeleri performanslarını yükseltmek için cesaretlendirmek, yerine göre gerekli teşvikleri sağlamak olarak öngörülmektedir. Elmas Modelinde, bir bileşenin etkisi diğerlerine de bağlıdır. Örneğin, girdi dezavantajları yeterli rekabet olmadıkça firmaları yenilikçi olmaya itmeyecektir. Elmas Modeli aynı zamanda

kendi kendini kuvvetlendirme modeli olarak da görülmektedir. Örneğin yüksek rekabet seviyesi yegâne özelleşmiş girdilerin oluşumuna neden olmaktadır. Dolayısıyla elmas modeli ile bir sektörün rekabetçiliği analiz edilirken bütün değişkenleri sadece tek başlarına değil birbirleri ile oluşabilecek etkileşimlerini de dikkate alarak değerlendirmek gerekmektedir.

Sektörlerin Rekabetçilik Analizleri

Rekabetçilik potansiyeli taşıyan sektörlerin seçimi yapıldıktan sonra Trakya Kalkınma Ajansı'nın bu sektörlerin geliştirilmesi ile ilgili yapacağı çalışmalara altlık sağlamak üzere bu sektörlerin rekabetçilik seviyelerinin analizi yapılmıştır. Seçilen sektörler elmas modeli ile düşük (-) / orta (+/-) / yüksek (+) şeklinde üç seviyeli bir ölçek ile analiz edilmiştir.

Analizler yapılırken ilgili sektöre ilişkin taranan ikincil kaynaklardan elde edilen verilere ek olarak sektörün önde gelen oyuncularını ile de derinlemesine mülakatlar yapılmıştır. Bu çalışmalarla beraber Bölge'den katılımcıların toplandığı Çalıştay⁶ ile bu sektörlerin rekabetçiliğine ilişkin kritik değişkenler bir kez daha masaya yatırılmış ve ilgili sektörlerin rekabetçilik düzeyleri irdelenmiştir.

5. İlaç sektöründe çalışan firmalar SGK kayıtlarında büyük ölçüde NACE 4 2020 Hasşere ilaçları ve diğer zirai-kimyasal ürünlerin imalatı faaliyet alanında yer almaktadır.

6. 29 Eylül 2011 tarihinde Çorlu Silverside Oteli'nde ellinin üzerinde uzmanın katılımı ile yapılan çalıştay Trakya'nın rekabetçi sektörlerinin kritik değişkenlerinin birlikte gözden geçirilmesi için çok uygun bir ortam sağlamıştır.



LOJİSTİK SEKTÖRÜ

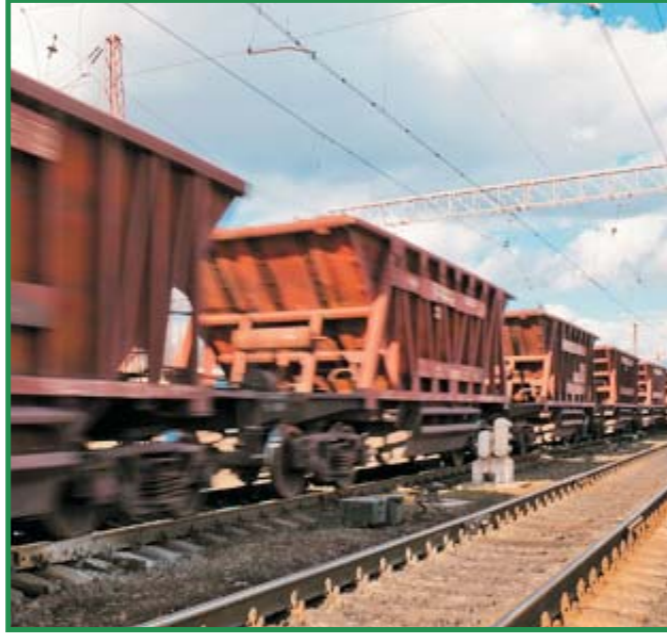
GİRİŞ

Lojistik, ürün/yükün çıkış ve varış noktaları arasındaki tüm malzeme hareketlerinin entegrasyonudur. Lojistik; taşımacılık ve depolama faaliyetlerinin eşgüdümü ile başlar ve bu faaliyetlere gümrükleme, paketlenme, tersine faaliyetler (iade, imha, boş kap), stok yönetimi, tedarik ve dağıtım gibi faaliyetleri de bütünleştirerek kapsamını geliştirir.

Lojistik çok geniş bir faaliyet alanını kapsamaktadır. Avrupa Birliği Ekonomik Faaliyetler Sınıflandırması'nda lojistik sektörü dâhilindeki faaliyetler NACE 60, 61, 62 ve 63 başlıkları altına alınmıştır.

Lojistiğin gelişmesi, ülkelerin lojistik olanak ve yeteneklerine bağlıdır. Dünyanın bazı bölgeleri, başarılarında önemli paya sahip mükemmel lojistik olanaklara sahip iken diğer bölgeler, bu özelliklerden yoksundur. Lojistikte bölge değerlendirilmesi, "coğrafik, fiziksel ve kurumsal altyapıya göre" yapılır. Bu tür değerlendirmeler lojistiğin gelişmesi için gerekli olan yatırım ve düzenlemelere ışık tutar.

3 tarafı 3 farklı deniz ile çevreli olan Trakya Bölgesi, gerek Avrupa gerekse İstanbul gibi bir metropol alana olan yakınlığı nedeni ile coğrafi olarak lojistik açıdan oldukça önemli bir konumdadır. Bu rapor ile Bölgenin söz konusu coğrafi konu ile birlikte diğer unsurları da birlikte değerlendirilerek Bölgenin lojistik konusunda rekabet gücü ortaya konulmaktadır.



Dünyada sektörün durumu

Lojistik sektörü bir ülkenin dış ticaretteki rekabet gücü açısından büyük önem taşımaktadır. BRIC (Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin) ülkelerinin ekonomilerindeki büyüme sonucunda lojistik sektörünün önemi de artmaktadır. Buna ek olarak, bir ülkenin konumu da lojistik sektörü açısından büyük önem arz etmektedir.

Dünya Bankası'nın 2010 yılında yayımladığı "Yarış İçin Birlikte" raporunda "Dünya genelindeki ticaret hacmi, giderek artan oranda küresel ve verimli lojistik ağ alt yapılarının bulunduğu ülkeler arasında gelişmektedir" ifadesi kullanılmaktadır. Günümüzde lojistik, bu bağlamda önemi gittikçe artan rekabet avantajı olarak görülmektedir.

Dünya Bankası tarafından, altı farklı lojistik kriter dikkate alınarak hesaplanan Lojistik Performans Endeksi geliştirilmiş ve ülkelerin lojistik açıdan gelişmişlik düzeyinin ortaya çıkması sağlanmıştır. Bu performans endeksinin hesabında, iş hacminin etkisi oldukça az dikkate alınırken, lojistik altyapı ve sistemlerin etkinliği önem kazanmaktadır. Puanlamaların hesabında bire bir görüşmeler ve denetimler dikkate alınmaktadır.



Tablo 1: Lojistik Performans İndeksi (2010)

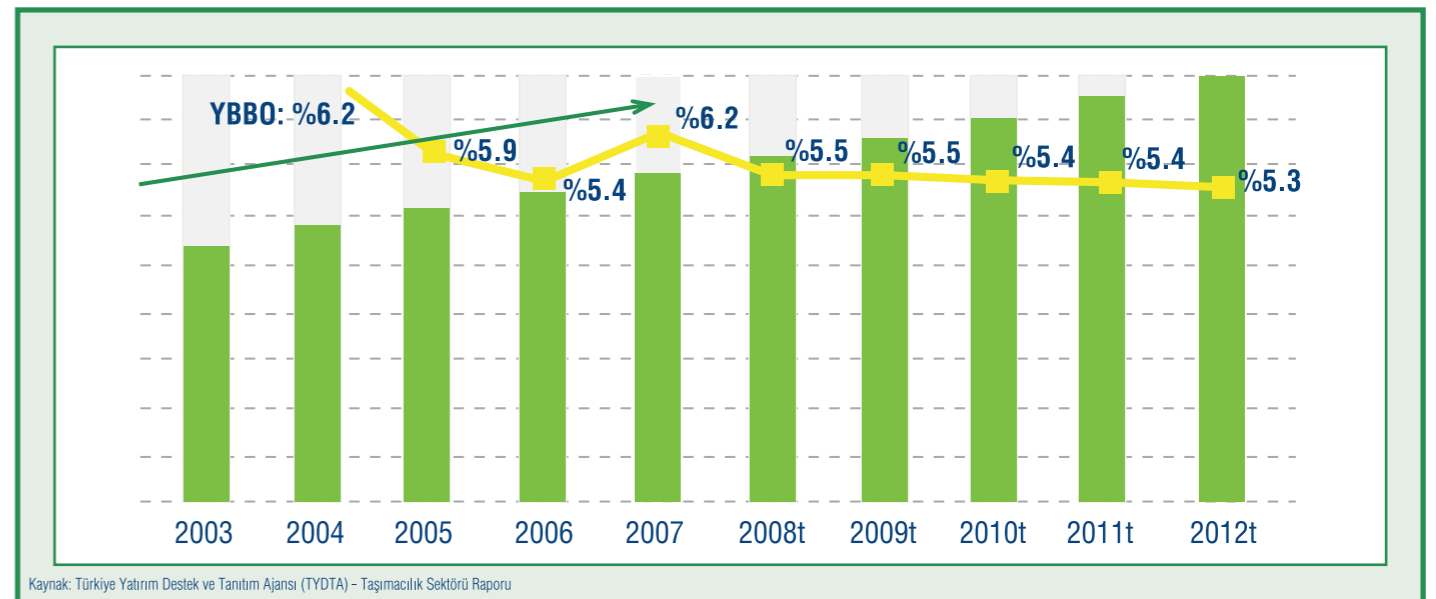
Lojistik Performans İndeksi (6 farklı alt parametre dikkate alınmıştır.)		
2010 Yılı Sıralama	Ülke Adı	Toplam LPI
1	Almanya	4,11
2	Singapur	4,09
3	İsveç	4,08
4	Hollanda	4,07
5	Lüksemburg	3,98
6	İsviçre	3,97
7	Japonya	3,97
8	İngiltere	3,95
9	Belçika	3,94
10	Norveç	3,93
39	Türkiye	3,22

İsveç, Lüksemburg, İsviçre her ne kadar yükleme ve boşaltma açısından yoğun trafik içermeyen ülkeler olsa da LPI endeksinde göre, Dünya üzerindeki lojistik mükemmelliğe sahip ülkeler olarak değerlendirilebilir. Ülkemiz Türkiye ise bu listede 155 ülke arasından 39. sırada bulunmaktadır. Listenin orta sıralarında bulunan ülkelerin daha üst sıralarda yer alması önündeki en büyük engel olarak yetersiz altyapı ve iletişim yatırımları

gösterilebilir.

Taşımacılık sektöründe 2003 ile 2007 yılları arasında dalgalı bir büyüme yaşanmıştır. Büyümenin gelecekte devam etmesi beklenmektedir; ancak aşağıdaki grafikte sarı çizgi ile gösterildiği gibi büyüme hızının kademeli olarak düşeceği tahmin edilmektedir.

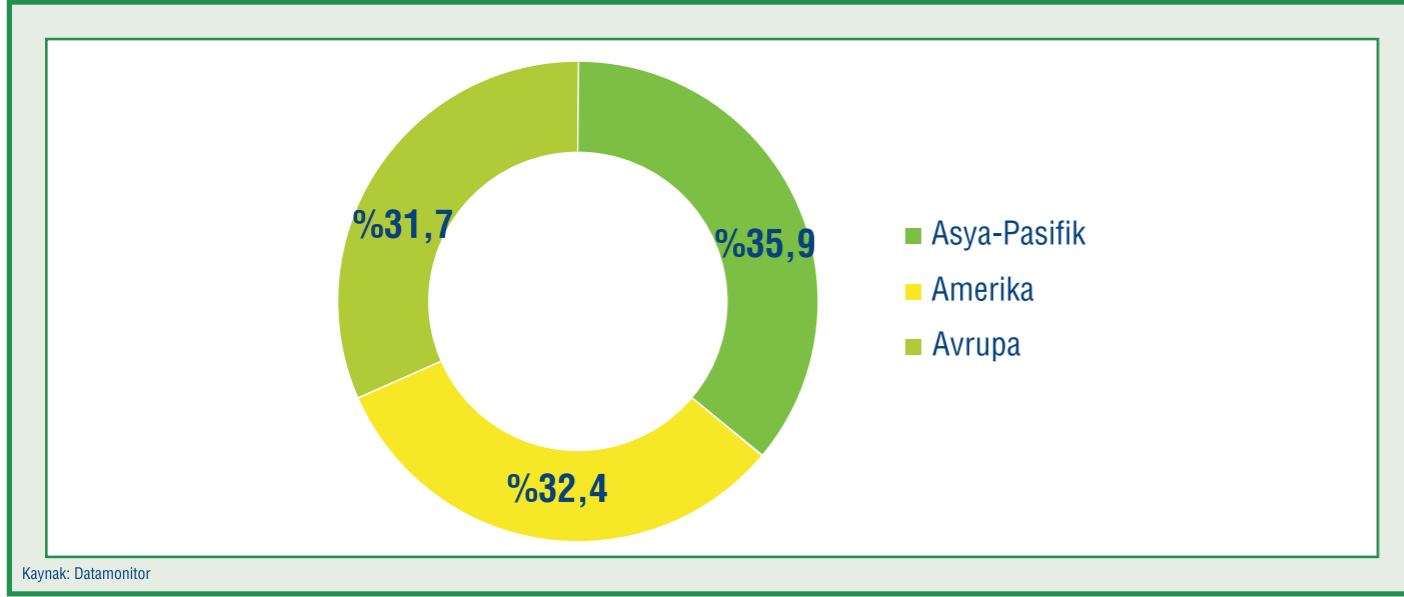
Şekil 1: Küresel Taşımacılık Sektörünün Değeri



LOJİSTİK SEKTÖRÜ

Coğrafi dağılım açısından Asya-Pasifik ve Amerika'nın toplam sektör gelirlerinin sırasıyla %35,9 ve %32,4'ünü oluşturduğu görülmektedir.¹

Şekil 2: Küresel Taşımacılık Sektörünün Durumu



Türkiye'de sektörün durumu

Coğrafi konumu itibarıyla Türkiye'nin Batı ile Doğu arasında bir köprü niteliğinde olması, bölgenin ekonomik gelişimi açısından taşımacılık sektörünü son derece kritik bir sektöre haline getirmektedir.

Türkiye'deki mevcut taşımacılık ağı, özellikle otoyollar, kara yolları ve demir yollarının yoğunluğu bakımından, EU-27 standartlarının gerisindedir. Devlet Planlama Teşkilatı taşımacılık sektörünün geliştirilmesi için atılması gereken adımların açıklandığı 2010 Yıllık Programı'nda bu gerçeğin altını çizmektedir.

Türkiye'deki lojistik şirketleri çoğunlukla dış ticaretin yoğun olduğu sektörlere hizmet vermektedir. Tekstil ve konfeksiyon, otomotiv, hızlı tüketim ürünleri, perakende ve gıda, petrokimyasallar, makine üretimi ve inşaat sektörleri bu sektörler arasında yer almaktadır. İnşaat ve inşaat ekipmanları sektörlerinin payı 2002 yılından bu yana önemli ölçüde artmıştır.

Dünya Bankası tarafından yayınlanan Lojistik Performans Endeksi'ne (LPE) göre, Türkiye lojistik performansını yükseltmektedir. LPE, dünya genelinde faaliyet gösteren lojistik operatörlerinin faaliyet gösterdikleri ya da ticaret yaptıkları ülkelerin lojistik kolaylığı konusundaki geribildirimlerine dayanmaktadır. Ülkemiz Türkiye ise bu listede 155 ülke arasında 39. sırada bulunmaktadır.

TÜİK'e göre Türkiye'de ulaştırma - haberleşme ve depolama hizmetlerinde Eylül 2009 itibarıyla 1,1 milyon kişi çalışmaktadır. Taşımacılık ve lojistik sektörünün Türkiye'nin GSYİH'si içindeki payının %8 ila %12 arasında olduğu tahmin edilmektedir.² 2008 yılında yapılan "Türkiye Lojistik Sektörü Araştırması"nda taşımacılık ve lojistik sektörünün büyüklüğünün 59 milyar ABD doları olduğu tespit edilmiştir.

Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın 2009 yılı verilerine göre Türkiye'den yapılan 102 milyar dolarlık ihracatın %46'sı AB üyesi 27 ülkeye, %11'i ise diğer Avrupa ülkelerine yapılmıştır. İthalatta

da benzer oranlar söz konusudur. AB üyesi 27 ülkeden yapılan ithalat toplam ithalatın %40'ını oluştururken, diğer Avrupa ülkelerinden yapılan ithalatın oranı %19'dur.

Dış ticarete ulaştırma şekli olarak denizyolu ve karayolu daha fazla tercih edilmektedir. Gümrük Müsteşarlığı'nın 2009 yılı verilerine göre Türkiye'de yapılan ihracatın %46'sı denizyolu ile yapılırken, %42'si karayolu ile gerçekleştirilmiştir. İthalatta ise denizyolunun ağırlığı daha fazladır; 2009 yılı ithalatında denizyolunun payı %59 iken, karayolunun payı %24'tür. Türkiye genelinde ise yolcu ve yük taşımacılığı karayollarına bağımlıdır. Yurtiçi yük ve yolcu taşımacılığında karayollarının payı %90 seviyesinin üzerindedir.

Bölgede sektörün durumu

Türkiye'nin Avrupa kıtası üzerindeki topraklarının büyük bir bölümünü oluşturan bölge, bu özelliği ile Türkiye'nin Avrupa'ya açılan kapısı konumunda olup, Avrupa ile geliştirilecek sosyo-ekonomik ilişki ve etkileşimler için uygun bir zemin sunmaktadır. Türkiye'nin Avrupa'ya erişimini sağlayan tüm karayolu ağının ve son dönemde yapımı hız kazanan bazı enerji nakil hatlarının bölgede yer alması, Trakya Bölgesine stratejik bir önem kazandırmaktadır. Yerli ve yabancı yatırımlar açısından ise Trakya Bölgesi güçlü ulaşım, enerji ve haberleşme altyapıları, sahip olduğu coğrafi konum ve İstanbul gibi bir dünya metropolü

ve ticaret merkezine yakınlığı dolayısı ile özellikle lojistik sektöründe gelişime açık durumdadır.

Coğrafi konumu ve güçlü ulaşım altyapısı ile Trakya Bölgesi lojistik üs olabilme niteliklerine sahiptir. Bölge, gerek Avrupa-Asya arasında bir köprü işlevi görme, gerekse İstanbul'a yakınlık gibi özelliklerini etkin bir şekilde kullanabilmektedir. Ayrıca, ülke dış ticaretinde Avrupa ülkelerinin önemli bir paya sahip olması, Trakya Bölgesinin stratejik konumunu güçlendirmektedir. Bölgenin lojistik üs olması yolunda avantaj sağlayan bir diğer unsur ise mevcut demiryolu, denizyolu, havayolu ve karayolu altyapısının intermodal taşımacılık sistemlerine uygunluğudur.

Trakya Bölgesi gelişmiş karayolu ve demiryolu ağı, limanları, havaalanı ve stratejik konumu ile güçlü bir ulaşım altyapısına sahip, erişilebilirliği yüksek bir bölgedir. Bölge içindeki ana akslar, sanayi bölgeleri ve limanlar arasındaki bağlantılar otoyol ve bölünmüş yollar ile sağlanmaktadır. Tekirdağ'da bulunan Akport Limanı'nın demiryolu hattı ile bağlantısı tamamlanmıştır. Yapımı devam eden Asyaport Limanı ile de demiryolu bağlantısı kurulması planlanmıştır. Asya-Avrupa arasındaki yük trafiği Kocaeli-Tekirdağ ve Bursa - Tekirdağ arasında trenleri seferleri ile kısa süre içerisinde sağlanmaya başlayacaktır. Yapımı devam eden İstanbul - Halkalı hızlı tren ve İstanbul - Çanakkale otoyol projelerinin hayata geçmesiyle bölgenin ulaşım altyapısı daha da güçlenecektir.



1. Datamonitor, 2008.
2. İGEME (İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi), 2009.

Trakya Bölgesi Lojistik Sektörü Rekabetçilik Analizi

Girdi Koşulları

Girdi koşulları aşağıdaki değişkenlerden oluşmaktadır.

- Coğrafi konum
- İşgücü
- Lojistik altyapısı
- Enerji maliyeti

Coğrafi Konum

Trakya Bölgesi sahip olduğu konum itibarı ile adeta Türkiye ile Avrupa arasında bir köprü özelliği taşımaktadır. Bunun sonucu olarak gerek AB ülkelerinden Türkiye'ye gelecek yükler için gerekse Türkiye'den AB ülkelerine gidecek yükler için coğrafi bir avantaja sahiptir. Ülkemizin yaptığı dış ticaretin yarısından fazlasının AB ülkeleri ile yapıldığı göz önüne alınırsa Trakya Bölgesi'nin taşıdığı konum avantajı daha iyi anlaşılabilir. Bunun yanı sıra bölgenin 3 denize sınırı olması ve İstanbul metropolitan alanının yanında olması coğrafi özelliklerini güçlendirmektedir.

İşgücü

Lojistik sektörü özellikle planlama ve pazarlama gibi fonksiyonları için kalifiye elemana ihtiyaç duymakla birlikte sektörün büyük istihdam sağlama kapasitesi daha çok mavi yakalılardan oluşmaktadır. Bu kapsamda incelendiğinde Trakya Bölgesi'nde yeni liman, havaalanı gibi tesislerin yanı sıra Bölgede bulunan fabrikaların lojistik işlerini yapan taşıma firmaları ihtiyaç duydukları kalifiye olmayan personeli sağlamada zorluk yaşamamaktadırlar. Tekirdağ il merkezinde açılmış olan denizcilik meslek lisesi yanında Bölge üniversiteleri içerisindeki meslek yüksek okullarının lojistik bölümleri sektöre işgücü sağlamaktadır.

Bölgenin İstanbul metropolitan alanına olan yakınlığı ve ulaşım kolaylığı dolayısıyla kalifiye işgücü temininde Bölge sıkıntı yaşamamaktadır. Nitekim Bölgede nitelikli işgücüne ihtiyaç duyan ilaç ve beyaz eşya sektörlerinin varlığı bunu kanıtlamaktadır.

Ulaşım Altyapısı

Bölge sahip olduğu karayolu ağ yapısı ile lojistik sektörü açısından güçlü bir yapı göstermektedir. Ancak deniz yolu ve demiryolu taşımacılık altyapısı istenilen seviyede değildir. Asyaport limanının 2013 yılında faaliyete geçmesi ile birlikte uluslararası bir hub konumuna gelecek olan Tekirdağ limanı lojistik sektörünün bölgede gelişimini hızlandıracaktır. Ancak son yıllarda liman, havaalanı, otoyollar ve tren yolları gibi ulaşım altyapısı ile ilgili yatırımlar artmış olsa da hala Bölgeyi lojistik bir hub haline getirecek fiziksel altyapı için önemli miktarda ek yatırımlara ihtiyaç vardır. Özellikle bölgenin intermodal taşımacılık altyapısının geliştirilmesi amacı ile demiryolu-denizyolu taşımacılık entegrasyonunun bölge limanlarında sağlanması önemlidir. Bölgede lojistik sektörüne hizmet verecek olan nitelikli ve kapsamlı bir lojistik merkeze ihtiyaç duyulmaktadır. Bu doğrultuda yapılan planlama çalışmalarının kısa vadede hayata geçirilmesi sektör açısından kritik öneme sahiptir.

Enerji Maliyeti

Sektörde kullanılan enerji (akaryakıt) AB ülkelerine oranla daha yüksek maliyette kullanılmaktadır. Bu durum girdi maliyetlerini arttırmaktadır.



Talep Koşulları

Talep koşulları aşağıdaki değişkenlerden oluşmaktadır.

- İç Talep
- Dış Talep

İç Talep

Trakya, coğrafi olarak gerek Türkiye'nin en büyük metropoliten alanı olan İstanbul'a olan yakınlığı gerekse bölgenin sahip olduğu sanayi ve tarım sektörlerinin ekonomik dinamikleri açısından ciddi bir lojistik talebine sahiptir.³ Bölgede kurulma çalışmaları devam eden ıslah OSB'lerin hayata geçmesi ile birlikte bölgeye yeni gelecek sanayi yatırımları lojistik hizmet talebini arttıracaktır. Bunun yanında Tekirdağ limanlarının uluslar arası bağlantılar ile rekabet güçlerinin İstanbul limanları karşısında artması ile birlikte lojistik sektörde yaşanan hareketlilik aratabilecektir.

Dış Talep

Trakya'nın coğrafi olarak Avrupa'ya yakınlığı yurtdışı talep üzerinde olumlu bir etki oluşturmaktadır. Bulgaristan ve Yunanistan başta olmak üzere Tüm Balkanlardan son yıllarda turistik amaçlı insan taşıma talebinde ciddi artışlar olmaktadır. Trakya Bölgesindeki fabrikaların ürünlerinin ciddi bir kısmını özellikle Avrupa ülkelerine ihraç etmeleri de tır taşımacılığı başta olmak üzere farklı lojistik firmaları için ciddi bir talep oluşturmaktadır.

Bunun yanında Asyaport limanının uluslararası bir hub liman konuma gelmesi ile birlikte dış talepte artış olacağı beklenmektedir.

Firma Stratejisi ve Rekabet Yapısı

Firma stratejisi ve rekabet koşulları aşağıdaki değişkenlerden oluşmaktadır.

- Strateji
- Rekabet

Strateji

Trakya Bölgesi Lojistik sektörü firmalarının Bölgenin lojistik avantajları ve potansiyelini de göz önüne alan üzerinde uzlaştıkları bir stratejileri henüz oluşmamış olmakla birlikte, Trakya Kalkınma Ajansı koordinesinde "Lojistik Master Plan" çalışmasının 2012 yılı ortasında tamamlanması planlanmaktadır. Planının hazırlanması sonrasında sektörün izleyebileceği bir strateji belgesi oluşacaktır. Plan hazırlık sürecinde yapılan yüksek katılımlı toplantılar planın kabullenme sürecini hızlandır yanında sektör oyuncularını arasında işbirliklerinin de gelişmesine imkân sağlamaktadır.

Rekabet

Trakya Bölgesinde yer alan lojistik firmalarının aralarındaki rekabetin genelde fiyat bazlı olduğu görülmektedir. Bu durum firmaların kar marjlarını azaltmaktadır. Özellikle kara taşımacılığında ciddi bir rekabet yaşayan firmalara göre deniz ve hava taşımacılığında rekabetin nispeten az olduğu görülmektedir. Ancak, BALO projesi yanında Asyaport limanının hayata geçmesi ile birlikte bölgede taşımacılık alanında rekabetin hareketleneceği düşünülmektedir.

3. İstanbul, ulaşım aksları boyunca güneyde doğrusal olarak gelişmiş, doğuda Kocaeli ve batıda Tekirdağ sınırına kadar ulaşmıştır. Marmara bölgesinden ve aynı zamanda Türkiye genelinden en fazla hammadde tedarik edilen ilk üç il sırasıyla Kocaeli, Tekirdağ ve Bursa illeridir. İş akışlarında bitmiş ürün satışı dolayısıyla İstanbul'un yoğun olarak ilişki içerisinde olduğu bölgeler incelendiğinde İstanbul dışına yapılan satışlarda Marmara ve İç Anadolu bölgeleri ağırlıktadır. Marmara bölgesinde Bursa %10 ile ilk sırada yer alırken Bursa'yı %7 ile Kocaeli (İzmit+ Gebze) ve %4 ile Tekirdağ (Çorlu+ Tekirdağ'ın diğer bölgeleri) illeri takip etmektedir. Kocaeli ilinde Gebze ilçesi ve Tekirdağ ilinde Çorlu ilçesi ilçe düzeyinde satışların ağırlıklı olarak yapıldıkları ilçelerdir (Bulu ve diğerleri, 2008).

İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar

İlgili ve destekleyici kuruluşlar aşağıdaki değişkenlerden oluşmaktadır.

- Sivil Toplum Kuruluşları
- Tedarik Zinciri
- Eğitim Kurumları

Sivil Toplum Kuruluşları

Trakya Bölgesi'nde lojistik sektörü kapsamında faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının yeterince gelişmedikleri gözlenmektedir. Bununla birlikte lojistik sektörü uluslararası ölçekte temsil eden güçlü ulusal STK'lar bölgede sektörün gelişimine yönelik faaliyetlere ciddi katkılar sağlamaktadırlar.

Tedarik Zinciri

Her ne kadar lojistik sektöründe yer alan oyuncuların arasındaki iletişimi sağlayacak mekanizmalar gelişmemiş olsa da günümüzde lojistik sektörünün ana oyuncularını oluşturan limanlar, havaalanları, tren yolu ve istasyonları, tır taşımacılık şirketleri bölgede yer almaktadır. Yürütülen planlama çalışmalarının hayata geçmesi ile birlikte bu oyuncular arasında işbirliğinin orta vadede güçlenmesi beklenmektedir.

Eğitim Kurumları

Bölgede Trakya Üniversitesi ile Namık Kemal Üniversitesi bünyesindeki 2 meslek yüksek okulunda lojistik bölümü mevcuttur. Ayrıca Tekirdağ İl merkezinde Denizcilik Anadolu Meslek Lisesi faaliyet göstermektedir.

Devlet

Devletin Bölgeye Yönelik Lojistik Politikası

Bölgede 1/100.000 Ereğne Havzası Çevre Düzeni Planı kapsamında lojistik alan olarak işaretlenen araziler ile birlikte öneri ulaşım güzergâhları bulunmaktadır. Bunun yanında Trakya Kalkınma Ajansı tarafından hazırlanmakta olan Lojistik Master Planı çalışması ve Trakya Bölge Planı sektöre yön verecek olan önemli strateji belgeleridir.

Bölgenin sahip olduğu coğrafi avantajlar, pazara ve üretim merkezlerine yakınlığını bir bütün halinde değerlendirecek olan bu sektörel politikaların uygulamaya geçilmesi sektörün bölgedeki gelişimine ivme kazandıracaktır.

Tekirdağ Valiliği tarafından lojistik merkez olarak fizibilite çalışması yapılan biri Çorlu diğeri ise Tekirdağ il merkezi olmak üzere 2 alan bulunmaktadır.

Kamunun sektörün gelişme potansiyelini fark etmiş olması ve bu doğrultuda adımlar atması sektör için umut vericidir.

Lojistik Sektörü (+)

Devlet (+)

- (+) Devletin bölgeye yönelik lojistik politikası

Girdi Koşulları (+)

- (+) Coğrafi konum
- (+/-) Lojistik altyapı
- (+) İşgücü
- (+/-) Enerji maliyeti

Firma Stratejisi ve Rekabet Yapısı (+/-)

- (+/-) Strateji
- (+/-) Rekabet



Talep Koşulları (+)

- (+) İç talep
- (+/-) Dış talep

İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar (+ / -)

- (+/-) Sivil toplum
- (+/-) Tedarik zinciri
- (+/-) Eğitim kurumları



SÜT VE SÜT ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ

GİRİŞ

Bir toplumun gelişiminde önemli role sahip olan süt ve süt ürünleri; sütün yüksek kalitede elde edilmesi, aynı vasıfları koruyacak şekilde korunması, özel yöntem ve işlemlerle farklı ürünler haline getirilmesi ve insan sağlığına uygun şekilde pazarlanması gereken hem üretim hem de pazarlama sürecinde gıda değeri ve hijyen açısından kontrol edilmesini gerektiren bir sektördür.

Dünya Toplam Süt Arz Kullanım ve Ticareti: 2007-2011

(Bin Ton) ARZ	2007	2008	2009	2010	2011/a
Toplam Süt	640.783	502.033	504.990	512.708	523.247
İnek Sütü Üretimi	568.283	434.954	435.52	440.332	448.515
İthalat	319	257	269	335	342
Toplam Arz	641.102	502.290	505.259	513.043	523.589
KULLANIM					
Toplam Yurtiçi Kullanım	640.573	501.86	504.815	512.525	523.059
Hayvan Beslemede Kullanım	6.447	5.228	5.234	4.925	4.930
İçme Sütü Kullanımı	201.978	165.76	164.579	165.565	170.555
Sanayi Kullanımı	432.148	330.926	335.002	342.035	347.574
İhracat	0,531	0,431	0,464	0,541	0,551
Toplam Kullanım	641.104	502.291	505.279	513.044	523.600

Kaynak: TEPGE, USDA; a/Tahmin

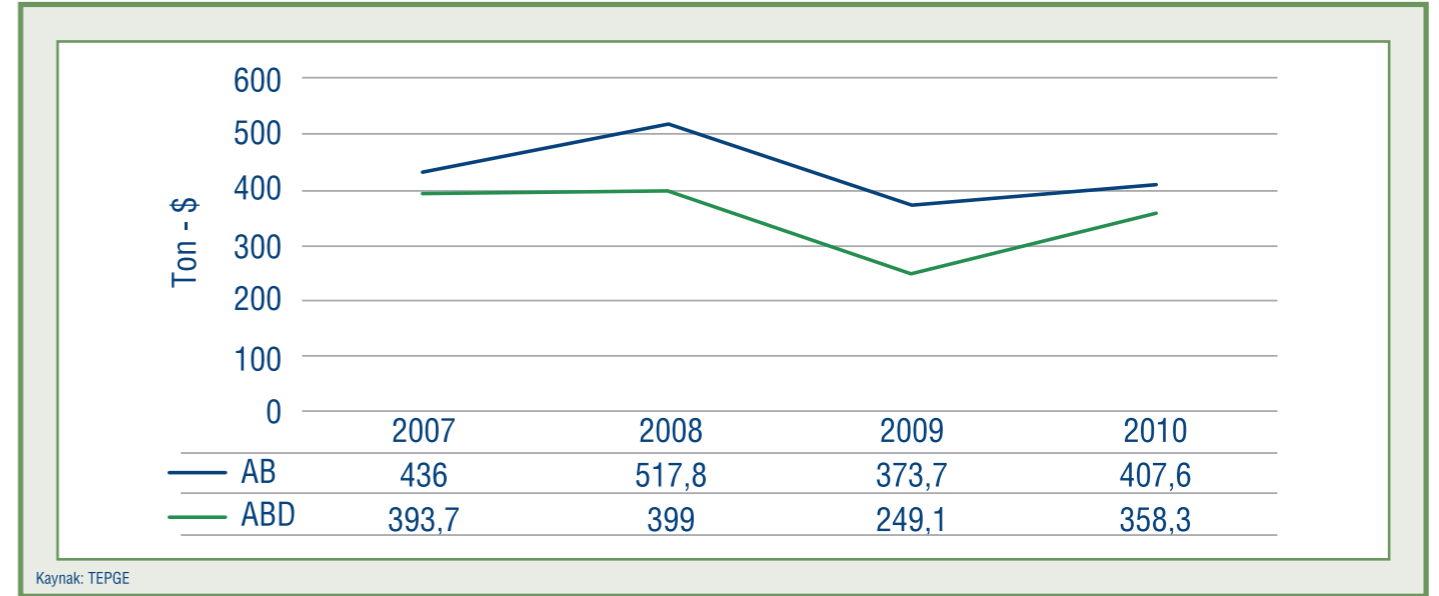
Dünya genelinde süt fiyatları 2010 yılında bir önceki yıla göre artış gösterse de 2007-2008 yıllarına göre daha düşük seviyelerdedir.



Dünya Süt Sektörü

Dünya toplam süt arzında ve toplam süt kullanımının yanı sıra süt ürünlerinden peynir, süt tozu ve tereyağı üretim, toplam arz ve kullanımlarında 2010 yılında artış meydana gelmiştir. Dünyada toplam süt üretimi 2010 yılında bir önceki yıla göre %1,5 oranında artarak 512.708 bin ton, inek sütü üretimi ise %1,1 oranında artarak 440.332 bin ton olarak gerçekleşmiştir. Dünya süt üretiminin %86'sını inek sütü üretimi oluşturmaktadır.¹

Dünya Süt Fiyatları



FAO 2011 Gıda Raporuna göre dünya toplam süt üretiminin 2011 yılında %2,1 oranında artarak 523.247 bin ton olacağı tahmin edilmektedir. En büyük artışların Asya'da, özellikle önemli üreticiler olan Çin, Hindistan ve Pakistan ile Endonezya, İran ve Suudi Arabistan'da olması beklenmektedir. Arjantin, Brezilya, AB, Meksika ve Venezuela'da da ilerlemeler görülecektir. Üretimin AB ve ABD'de de artacağı, olumlu uluslararası fiyatların Avustralya ve Yeni Zelanda'da verimi arttıracığı beklenmektedir. USDA 2011 yılı tahminlerine göre inek sütü üretiminin %1,86 oranında artarak 448.515 bin ton, toplam arzın %2,06 oranında artarak 523.589 bin ton ve toplam kullanımında 523.600 bin tona ulaşacağı beklenmektedir. Dünya toplam süt üretiminde beklenen artışa bağlı olarak süt ürünleri üretim miktarlarında artış olması beklenmektedir.²

Türkiye ve Trakya Bölgesinde Süt Sektörü

Türkiye'de nüfusun tarım sektöründe istihdam eden %66'sı aynı zamanda kırsal nüfusun %35'ini oluşturmaktadır. Tarımsal etkinliklerin üçte biri hayvancılık alanındadır ve bu kapsamda yaklaşık 2,5 milyon işletme ve çiftlik faaliyet göstermektedir.³ Türkiye'de yaklaşık olarak 12 milyar litre süt üretilmektedir. Bu rakamlarla Türkiye, süt üretiminde dünya çapında en büyük 15 süt üretici ülke arasındadır. 2010 yılında entegre süt işletmeleri tarafından toplanan inek sütü miktarı 6 745 011 ton olarak gerçekleştirilirken, entegre süt işletmeleri 1 090 605 ton içme sütü, 473 057 ton peynir, 908 269 ton yoğurt ve 397 935 ayran olarak üretim gerçekleştirmiştir.⁴

1. ATASEVEN Z., GÜLAÇ Z., Durum ve Tahmin Süt ve Süt Ürünleri, Tarımsal Ekonomi ve Geliştirme Enstitüsü.

2. ATASEVEN Z., GÜLAÇ Z., ibid.

3. FAO, AB Giriş Süreci Çerçevesinde Türkiye'de Süt ve Süt Ürünleri Sektörüne Genel Bakış, Roma, 2007.

4. TÜİK, Süt Ürünleri Üretim İstatistikleri, Aralık 2010.

SÜT VE SÜT ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ

		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Koyun Yerli	Satılan hayvan sayısı	9 591 015	9 837 155	9 884 636	9 698 433	9 224 076	8 963 064	10 070 029
	(ton) Süt	756 001	774 344	777 385	762 930	726 894	712 784	792 122
Koyun Merinos	Satılan hayvan sayısı	328 176	328 936	361 258	411 554	418 094	444 802	513 579
	(ton) Süt	15 715	15 533	17 296	19 657	19 978	21 435	24 710
Keçi-Kıl	Satılan hayvan sayısı	2 379 038	2 331 556	2 334 514	2 190 602	1 937 387	1 778 420	2 516 200
	(ton) Süt	255 468	250 246	250 594	234 883	207 385	190 286	270 476
Keçi-Tiftik	Satılan hayvan sayısı	97 536	95 437	86 128	73 027	60 302	52 393	66 339
	(ton) Süt	3 619	3 513	3 165	2 604	2 185	1 924	2 335
Sığır-Kültür	Satılan hayvan sayısı	832 711	925 618	1 106 679	1 299 750	1 385 730	1 470 886	1 626 412
	(ton) Süt	3 231 461	3 596 017	4 295 367	5 050 533	5 380 715	5 713 004	6 309 065
Sığır-Yerli	Satılan hayvan sayısı	1 699 804	1 717 309	1 799 409	1 698 801	1 665 189	1 686 064	1 787 012
	(ton) Süt	4 608 293	4 646 857	4 884 590	4 608 728	4 520 465	4 585 859	4 861 835
Sığır-Melez	Satılan hayvan sayısı	1 343 206	1 355 170	1 281 843	1 230 889	1 029 324	976 198	948 417
	(ton) Süt	1 769 571	1 783 328	1 687 345	1 620 079	1 353 996	1 284 450	1 247 644
Marda	Satılan hayvan sayısı	39 362	38 205	36 353	30 460	31 440	32 361	35 362
	(ton) Süt	39 279	38 058	36 358	30 375	31 422	32 443	35 487

Kaynak: TÜİK

Türkiye'de üretilen sütün %92'si inek sütü geri kalanın çok büyük kısmını ise küçükbaş hayvanların sütü oluşturmaktadır. Manda sütü üretimi çok düşük düzeydedir. Ülke genelinde sağılan inek sayısında kültür ırkı hayvanların sayısında büyük artış olduğu neredeyse iki katına çıktığı görülmüştür. Sağılan yerli sığır sayısında düşük bir artış olsa da melez hayvan sayısı

ciddi oranda düşmüştür. Süt verimi, üretim koşullarına olduğu kadar hayvan ırkına da bağımlı bir unsurdur. Trakya Bölgesinde 2010 yılında üretilen 585 bin ton sütün %83'ü kültür sığırlarından sağlanmaktadır. Türkiye'de kültür sığırlarından elde edilen sütün oranı %51 düzeyindedir. Türkiye genelinde üretilen kültür sığırı süt üretiminin yaklaşık %8'i Trakya Bölgesinden sağlanmaktadır.

Yıl	Bölge Adı	İnek Sütü (ton)	Manda Sütü (ton)	Koyun Sütü (ton)	Keçi Sütü (ton)
2005	Türkiye	10.026.202	38.058	789.878	253.759
2005	Trakya	548.842	563	15.620	5.220
2006	Türkiye	10.867.302	36.358	794.681	253.759
2006	Trakya	571.499	519	16.384	4.937
2007	Türkiye	11.279.339	30.375	782.587	237.487
2007	Trakya	571.155	557	17.337	4.996
2008	Türkiye	11.255.176	31.422	746.872	209.570
2008	Trakya	576.447	729	17.233	5.552
2009	Türkiye	11.583.313	32.443	734.219	192.210
2009	Trakya	590.728	809	16.063	4.974
2010	Türkiye	12.418.543	35.488	816.834	272.809
2010	Trakya	585.098	757	16.387	5.161

Kaynak: TÜİK

Kültür ve melez kültür sığırların Türkiye çapında yapılan araştırmada da ortaya konduğu gibi süt verimlilikleri daha yüksektir. Bölgede sağılan süt miktarının yaklaşık olarak %90'ı kültür ve kültür melezi türlerine aittir. Son beş yılda ise sağılan hayvan sayısında ciddi bir değişim gözlemlenmemiştir. Bölgenin toplam süt üretiminin yaklaşık olarak %80'i kültür ırkı hayvanlardan, %19'u ise melez ırk hayvanlardan sağlanmıştır.⁵

Trakya Bölgesi'nde süt sığırcılığı üretimiyle ilgilenen işletmeler incelendiğinde, hayvanların canlı ağırlığı, günlük süt verimi ve buzağı payı kültür ırkında daha yüksek olarak tespit edilirken; laktasyon süresi, kasaplık değer ve ekonomik ömür bakımından melez ırk hayvanlar daha yüksek değere sahiptir. 2001 yılında en son yapılan tarım sayımına göre Türkiye ortalama sürü

büyüklüğü 5.7 baş hayvan iken, Keskin ve Dellal'ın incelemelerine göre Trakya Bölgesi'ndeki işletmeler 10 büyükbaş hayvan ve 5,5 sağmal inek ile Türkiye ortalamasının üstündedir.⁶

Küçükbaş Hayvancılık

Türkiye genelinde 1966-2005 yılları arasında sağılan inek, keçi, koyun sayılarında genel bir azalma olduğu tespit edilmiştir. TÜİK verilerine göre, Trakya Bölgesi'nde son on yıl içerisinde sağılan hayvan sayısında azalma tespit edilmese de, küçükbaş hayvan sayısında ve sağılan süt miktarında düşüş gözlemlenmektedir. Bu veriler, küçükbaş hayvancılığın sahip olunan kapasite dahilinde verimli olarak yapılmadığının göstergelerinden biridir.

Trakya/Küçükbaş	2005	2006	2007	2008	2009
Toplam hayvan sayısı	611879	435157	631762	653968	593307
Sağılan hayvan	250580	255835	270324	275232	244140
Süt (Ton)	20840,19	21320,87	22332,72	22784,5	21036,33

Kaynak: TÜİK

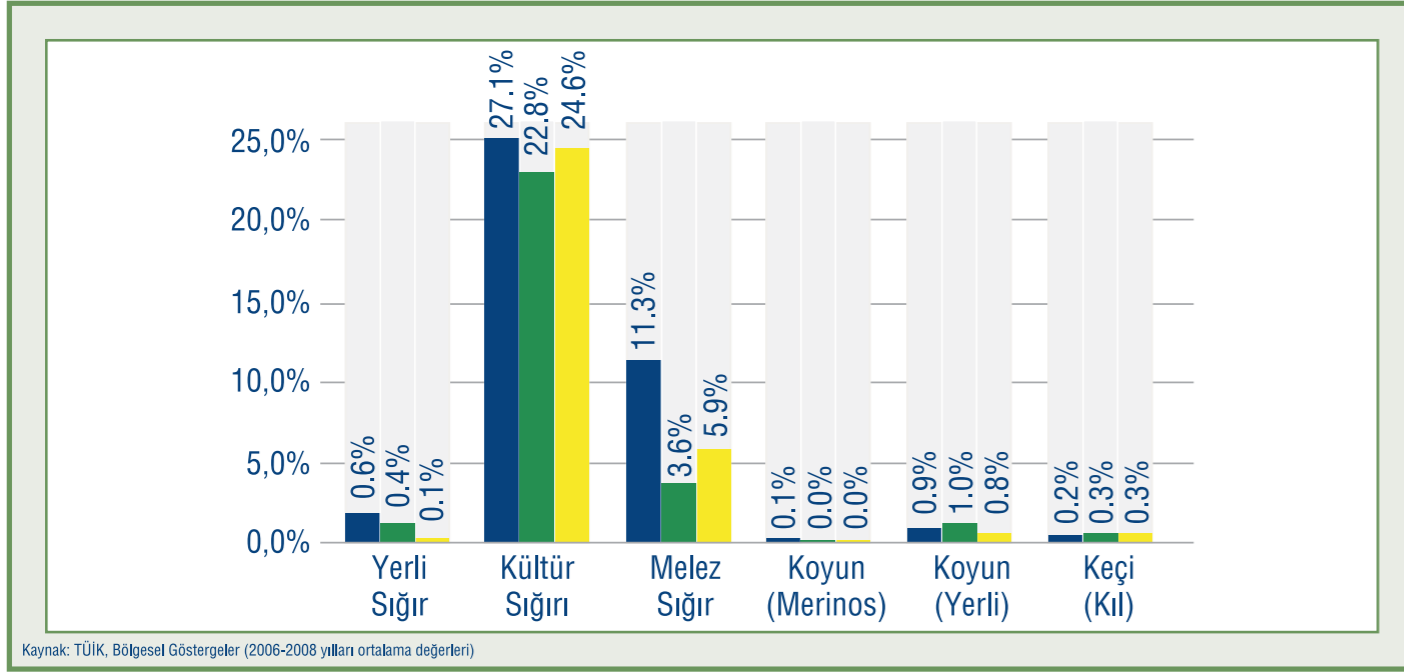
5. KESKİN, G., DELLAL, L., Trakya Bölgesinde Süt Sığırcılığı Üretim Faaliyetinde Brüt Kar Analizi, Kafkas Üniversitesi Veterinerlik Fakültesi Dergisi, 2011.
6. KESKİN G., DELLAL, L., ibid.

SÜT VE SÜT ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ

Trakya Bölgesi'nde küçükbaş hayvancılıkta ağırlıklı olarak koyun yetiştiriciliği yapılmaktadır. Küçükbaş hayvancılıkta Edirne ve Kırklareli illerinde daha çok uygulanmaktadır. Uzunköprü, Keşan, Enez ilçeleri küçükbaş hayvancılığın yoğunlaştığı

bölgelerdir. Kırklareli'nde yerli koyun ve kıl keçisi sayısı diğer bölge şehirlerine göre daha fazladır. Bölgede merinos koyunu yetiştiriciliği az oranda gerçekleştirilmektedir.

Trakya Bölgesinde küçükbaş ve büyükbaş hayvanlardan elde edilen süt miktarı



Bölge, küçükbaş hayvancılıkta döl ve süt verimi yüksek ırkların yetiştirilmesine uygundur. Keçiler diğer hayvan türlerine kıyasla, sahiplerine fazla ekonomik külfet yüklemeyen, yetiştirildiği yöredeki bitkisel doğal kaynakları en verimli bir biçimde değerlendirebilme kabiliyetine sahiptirler. Türk Saanen keçisi Marmara bölgesinde yetiştiriciliği son zamanlarda yaygınlaşan, yüksek verimli, bölgeye adaptasyonu iyi olan bir ırktır. Bu ırk, saf Saanen keçileri ve bölgede bulunan keçilerin melezlenmesi ile oluşturulmuştur.

Süt ve Ürünleri Sektörü Elmas Analizi (+) Firma Stratejisi ve Rekabet Yapısı (+/-)

Markalaşma (+/-)

Markalaşma günümüzde gıda sektöründe pazarda yer almak

ve ürünün cazibesini artırmak için giderek önem kazanan bir unsur haline gelmiştir. Marka bilinirliği, süt gibi fazla özelliği olmayan ürünlerin pazardan aldığı payda önemli rol oynar. Trakya Bölgesi ürünleri piyasada kaliteli süt ürünleri imajına sahip olmakla beraber, Edirne peyniri gibi potansiyeli olan ürünleri ülke genelinde marka haline gelmemiştir. Bölgede, sektörde faaliyet gösteren Danone, Kaanlar, Bahçivan, Ünal gibi önemli markalar bulunmaktadır. Bölgenin süt ve süt ürünleri sadece Trakya'da değil İstanbul başta olmak üzere Türkiye'nin birçok ilinde bilinir hale gelmiştir. Bu bağlamda sütü işleyip çeşitli ürünler halinde pazara sunan büyük işletmelerin başarılı pazarlama stratejileri uyguladıkları görülmektedir. Bununla birlikte yalnızca faaliyet gösterdikleri ilde dağıtım yapan, yerel pazarda önemli paya sahip markalar da bulunmaktadır.

Firma Yapısı (+/-)

Süt ve süt ürünleri sektörü Trakya Bölgesinde uzun yıllardır var olan bir sektördür. Süt ürünleri sektörüne girdi sağlayan ildeki hayvancılık işletmeleri Bölgenin 3 iline de yayılmıştır. Bölgede çok sayıda geleneksel aile işletmeleri bulunmakla beraber, Türkiye içinde önemli yere sahip büyük süt işleme tesisleri ve orta ölçekli işletmeler bulunmaktadır. Bölgede geleneksel yöntemle mandıracılık yapan mikro ölçekli işletmelerin sayısı son yıllarda azalırken, modern koşullarda üretim yapan daha büyük ölçekte üretim yapan tesislerin sayısı artmıştır.

Süt işleme tesisleri açısından çiğ sütteki bakteri miktarı çok önemlidir. Küçük işletmeler; sütün kalitesi, hijyeni ve üretim verimliliği konusunda büyük işletmelerle rekabet edememektedir. Süt üretici birlikleri süt toplama merkezleri/araçları ile küçük üreticilere depolama tankı kullanma imkanı sunmaktadır. Böylece çiğ sütün daha sağlıklı koşullarda süt işleme tesislerine ulaşması sağlanmaktadır. Küçük işletmeler her ne kadar ölçek ekonomisinin imkanlarından faydalanamamaları da bir araya geldiklerinde büyük süt işleme tesislerinin ilgisini bölgeye çekmektedirler.

Girdi Koşulları (+)

İşgücü (+/-)

Hayvancılığın uzun yıllardır geleneksel bir aile faaliyeti olarak görülmesi Bölgede belirli bir bilgi birikimi oluşturmuştur. Bununla beraber geçmişten süre gelen hataların devam etmesine neden olabilmektedir. Büyükbaş süt sağım tesisleri için çok fazla istihdam gerekmesi de üretim sürecini yürütecek kalifiye elemana ihtiyaç duyulmaktadır. Bölgede büyükbaş hayvancılıkta insan kaynağı problemi yaşanmamaktadır. Küçükbaş sürülerinin bakımında çoban kritik bir öneme sahiptir. Bölgede kalifiye çoban bulma sıkıntısı yaşanmaktadır.

Hammadde ve Pazara Yakınlık (+)

Trakya Bölgesi coğrafi konumu itibari ile avantaj sahibidir. İstanbul gibi bir pazarın hemen yanı başında yer almak, Trakya'daki süt ve süt ürünleri üreticileri için büyük avantajdır. Taşımacılık maliyetlerinin önemli bir sektör olduğu süt sektöründe, Bölge güçlü ulaşım ağı ile avantaja sahiptir. İşletmeler bu avantajı hem diğer pazarlara satış yaparken hem de diğer bölgelerden süt tedarik ederken kullanmaktadır. Bölgedeki büyükbaş hayvancılık yatırımlarının son dönemde artış göstermesi Bölge içinden inek sütü teminini daha da rahatlatacaktır.

Ülke genelinde son 20 yıllık dönemde koyun sayısında bir azalma vardır. Türkiye'de 1994 yılında sağılan yerli koyun sayısı 20 milyon iken 2010 yılında bu sayı yalnızca 10 milyondur. Trakya Bölgesinde de sağılan hayvan sayısı yaklaşık %80'lik bir düşüş göstererek 320 binden 190 bine gerilemiştir. Klasik Trakya peyniri koyun sütü kullanılarak yapılan bir peynirdir. Bu yüzden koyun ve dolayısıyla süt miktarındaki azalma kapasitesini arttırmak daha fazla süt işlemek isteyen tesisleri olumsuz etkilemektedir.

Hayvan İrki (+)

Hayvanların süt verim seviyesinde bakım ve beslenme şartları ile birlikte hayvan ırkının genetik yapısı da önemlidir. Trakya Bölgesindeki büyükbaş hayvan ırkının %78'i kültür sığırlarından oluşmaktadır. Türkiyedeki kültür sığırı süt üretiminin %8'ini gerçekleştiren Trakya Bölgesi, hayvancılıkta şap hastalığından arı bölgedir. Bölgenin hastalıktan arı olması, büyükbaş hayvan ırkının büyük kısmının kültür sığırı olması mevcut yatırımların sürdürülebilirliği ve yeni yatırımlar için büyük avantaj yaratmaktadır.

SÜT VE SÜT ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ

Yem (-)

Dünyada ve Türkiye'de son yıllarda yükselen hububat fiyatlarına paralel kaba yem fiyatları da artmıştır. Ülkemizde genel olarak yem sıkıntısı yaşanmaktadır. Yem fiyatlarının yüksek seyretmesi üreticileri olumsuz etkilemektedir. Süt üretiminin karlılığı açısından süt/yem paritesinin 1,5 ve üzerinde olması gerektiği dile getirilmektedir. Yüksek yem fiyatları sebebiyle süt/yem paritesi 1,2 civarlarında seyretmekle beraber dönem dönem dalgalanmaktadır. Süt üretiminde en önemli girdiyi yem masrafları oluşturmaktadır. Trakya Bölgesi süt sığırcılığı üretim faaliyetleri üzerinde yapılan bir araştırmaya göre ortalama işletmelerin değişken maliyetlerinde yem masrafları %86 olarak bulunmuştur.⁷

Trakya'nın Türkiye buğday üretiminde önemli bir yere sahip olması, Bölgede çok sayıda un fabrikasının olması üreticilerin uzun yıllar yem olarak kepek kullanmasına neden olmuştur. Ancak, kepek kullanımının yem kullanımına göre süt verimliliğinin daha düşük olmasına sebep olduğunu fark eden üreticiler yem kullanımını arttırmışlardır.

Mera ve Otlaklar (+/-)

Sütün kalitesi açısından hayvanın yetiştirme koşulları önemlidir. Modern tesislerde hijyenik üretim açısından bir problem gözükmemektedir. Bununla beraber bu tesislerde üretilen sütlerde merada otlayarak yetişen hayvanın verdiği sütün aroması farklı olmakta, lezzet olarak farkı bulunmaktadır. Sütteki bu farklılık çıkan üründe farklılaşmasına neden olmaktadır. Bölgede bazı meraların kapatıldığı, var olanlarında ıslah edilmesinin gerekliliğini dile getirilmektedir. Bölgede açık alanda hayvancılık yapılabilecek yerlerin olması ise avantajdır.

Talep Koşulları (+)

Dış Talep (+/-)

Ülkemizde sütün standardizasyonu olmaması nedeniyle ülkemizde üretilen süte yurtdışından ciddi bir talep bulunmamaktadır. Mevcut standartlara göre gelişmiş ülkelere, özellikle AB ülkelerine süt ihracatı pek mümkün

görünmemektedir. Bununla birlikte Trakya Bölgesi içinde yabancı firmalarında bulunduğu çok sayıda üretim tesisine sahiptir. Bölgede üretim yapan büyük işletmelerin üretim koşullarının çok iyi olmasına karşın Avrupa Birliği'nin (AB) süt izlenebilirliğine dönük kuralları yüzünden Türkiye'den AB ülkelerine süt ve süt ürünü ihracatı yapılamamaktadır. Ancak Ortadoğu pazarı beyaz peynir vb ürünler için önemli potansiyel arz etmektedir. Bununla birlikte kaşar peynir ve turevleri için başta Rusya, koyun peyniri için başta ABD olmak üzere Bölgedeki süt ürünlerinin birçok ülkeye ihracat şansı bulunmaktadır. İhracat potansiyeli olan endüstriyel ürünler süt tozu ve peynir altı suyu tozu olarak dikkat çekmektedir.

İç Talep (+)

Türkiye, 74 milyonu geçen nüfusuyla süt ve süt ürünleri sektörü için önemli bir pazardır. Trakya Bölgesi, İstanbul'a yakınlığı ile Türkiye pazarının büyük bir kısmını oluşturan İstanbul pazarına erişimde büyük avantaja sahiptir.

Ülkemizde süt, daha çok yoğurt, peynir ve ayran olarak tüketilirken; içme sütü tüketimi oldukça düşük seviyelerdedir. Süt ve süt ürünleri tüketimi rakamlarının hesaplanması kayıt dışının etkisiyle oldukça zordur. Süt ve süt ürünleri ihracat ve ithalatının önemsiz düzeylerde olduğu ülkemizde, üretilen sütün tüketim miktarına eşit olduğu kabul edildiğinde, 2002'de kişi başına süt ve süt ürünleri tüketimi süt eş değeri 121 kg olarak hesaplanırken 2009 yılına gelindiğinde bu rakam 173 kg olarak hesaplanmaktadır.⁸

Ülkemizde artan süt ve süt ürünleri tüketimi, bu alanda belirli bir marka değeri olan Trakya Bölgesi için büyük avantaj yaratmaktadır. Bölgede çok sayıda süt ve süt işleyen tesislerin olması çiğ süte olan talebi arttırmaktadır. Süt işleyen tesisler için sütün fiyatı kalitesinden daha önemli olduğu için kaliteli sütün fiyatı piyasada belirlenememekte, kaliteli süt istenilen fiyattan satılamamaktadır.

İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar (+/-)

Et ve Ürünleri Sektörü ile İlişkiler (+/-)

Bölgedeki hayvancılık işletmelerinin küçük ölçekli aile işletmeleri şeklinde olması, yeterli eğitime ve profesyonel anlayışa dayanmaması, işletmelerin bilgi toplamasına, diğer işletmelerle paylaşmasına ve kamu kurumlarıyla düzenli ilişkiler kurmasına engel olmaktadır. Dolayısıyla Bölgenin kalkınmasını sağlayabilecek üretim ve pazarlama konusundaki bilgi birikimi ve paylaşımının gerçekleşmesi de önlenmektedir. Bununla birlikte süt sektöründe kullanılan yem, ot ve saman hayvancılık sektörü için de direk girdiler olmakta ve dolayısıyla süt sektörü ile et sektörü arasında doğal bir ilişki bulunmaktadır. Süt verimi düşen hayvanlar etinden faydalanılmak üzere kesime gönderilmektedir.

Sivil Toplum Kuruluşları (+/-)

Kooperatifler, üretici birlikleri, ziraat odaları, sektörel dernekler gibi STK'ların Trakya'da yapılan nicel ve nitel araştırma bulgularının sonucunda Bölgedeki üreticilerin örgütlenme seviyesinin Türkiye geneline göre iyi bir durumda olduğu görülmektedir. Bölgede çok sayıda ortak sağım tesisi, süt toplama merkezi bulunmaktadır. Trakya'daki hayvancılık konusundaki örgütlenmenin durumu üreticilere bir takım iyileştirmeler ve haklar sağlamış olmakla beraber besicilerin karşı karşıya oldukları sorunları çözmede tek başına yetersiz kalmaktadır.



Devlet (+)

Teşvikler (+/-)

Hayvancılığının geliştirilmesi amacı ile devlet küçük üreticilere verdiği desteklerin yanında daha büyük tesislerin kurulması için desteklerde son zamanlarda devreye sokulmuştur. Hazine tarafından uygulanan teşviklerden faydalanan çok sayıda yatırımcı Bölgede hayvancılık alanında yatırım yapmıştır. Yalnızca 2010 yılında 10 adet yatırım teşvik belgesi ile 116 milyon tutarında sabit yatırıma destek olunmuş ve 390 kişinin istihdamı sağlanmıştır. (Hazine Müsteşarlığı) Teşvik alan tesislerin büyük kısmı bin baş ve üzerinde büyükbaş hayvan kapasitesinde, son teknoloji ürünleri kullanan modern tesislerdir. Avrupa Birliği (AB) aday ve potansiyel aday ülkelere destek amacıyla kurulmuş olan Katılım Öncesi Yardım Aracı'nı (Instrument for Pre-Accession Assistance- IPA)'nın bir bileşeni olan Kırsal Kalkınma (IPA Rural Development- IPARD) desteği uygulanmaktadır. Trakya Bölgesi illerinin IPARD desteği kapsamındaki iller içinde olmaması yatırım kararı bu desteğe bağlı olan yatırımcılar için diğer Bölgeleri Trakya Bölgesine göre daha çekici hale getirmektedir.

Kamu Kurumları(+)

Bölgede yer alan Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'na bağlı müdürlüklerde yer alan uzman personel Bölge konusunda oldukça bilgilidir ve üreticiye ihtiyaç duyulan konularda destek sağlamaktadır.

Süt ve Süt Ürünleri Sektörü (+)

Devlet (+)

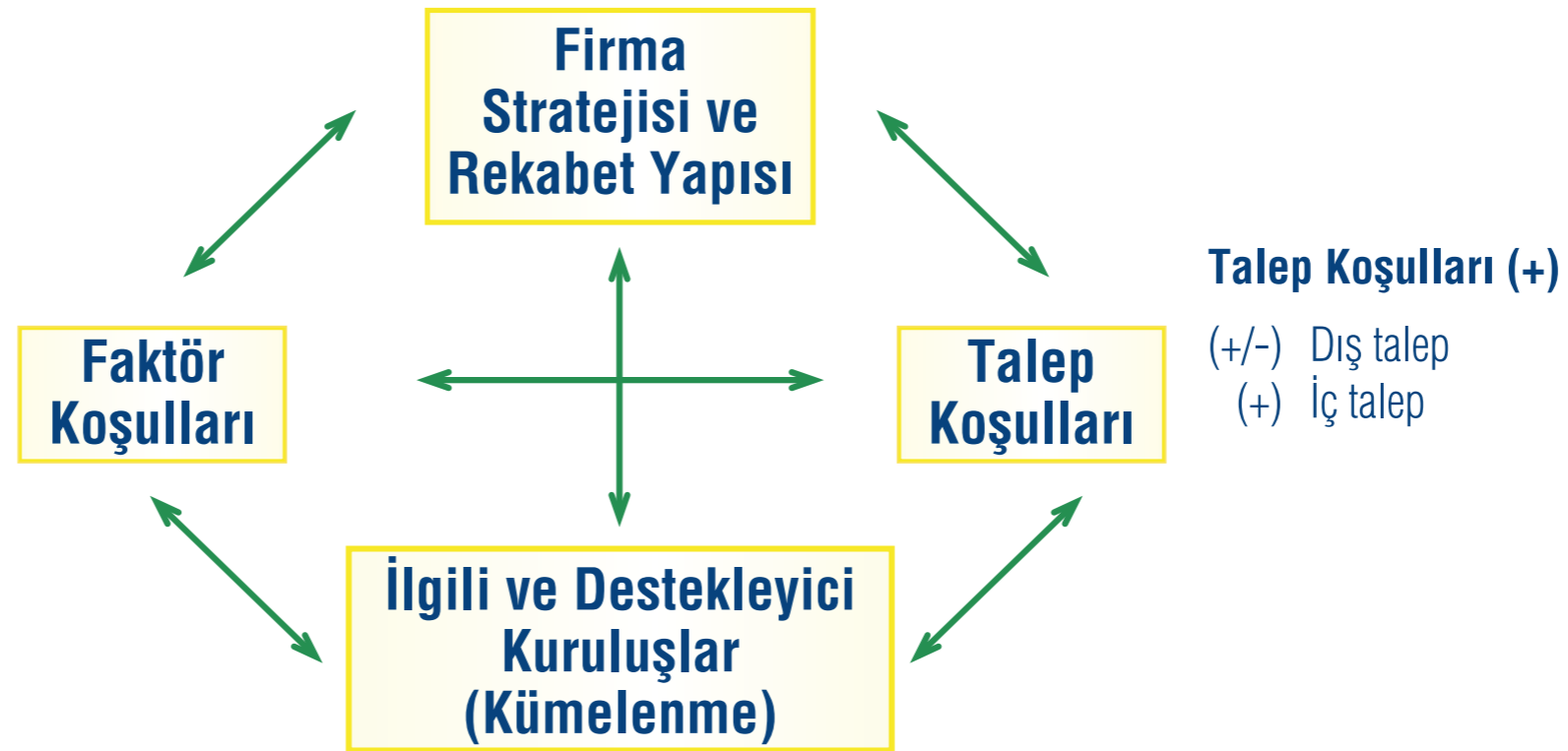
- (+/-) Teşvikler
- (+) Kamu kurumları

Firma Stratejisi ve Rekabet Yapısı (+/-)

- (+/-) Markalaşma
- (+/-) İşletmelerin yapısı

Girdi Koşulları (+)

- (+/-) İşgücü
- (+) Hammadde ve pazara yakınlık
- (+) Hayvan ırkı
- (-) Yem
- (+/-) Mera ve otlaklar



Talep Koşulları (+)

- (+/-) Dış talep
- (+) İç talep

İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar (+ / -)

- (+/-) Et ve ürünleri sektörü ile ilişkiler
- (+/-) Sivil toplum kuruluşları



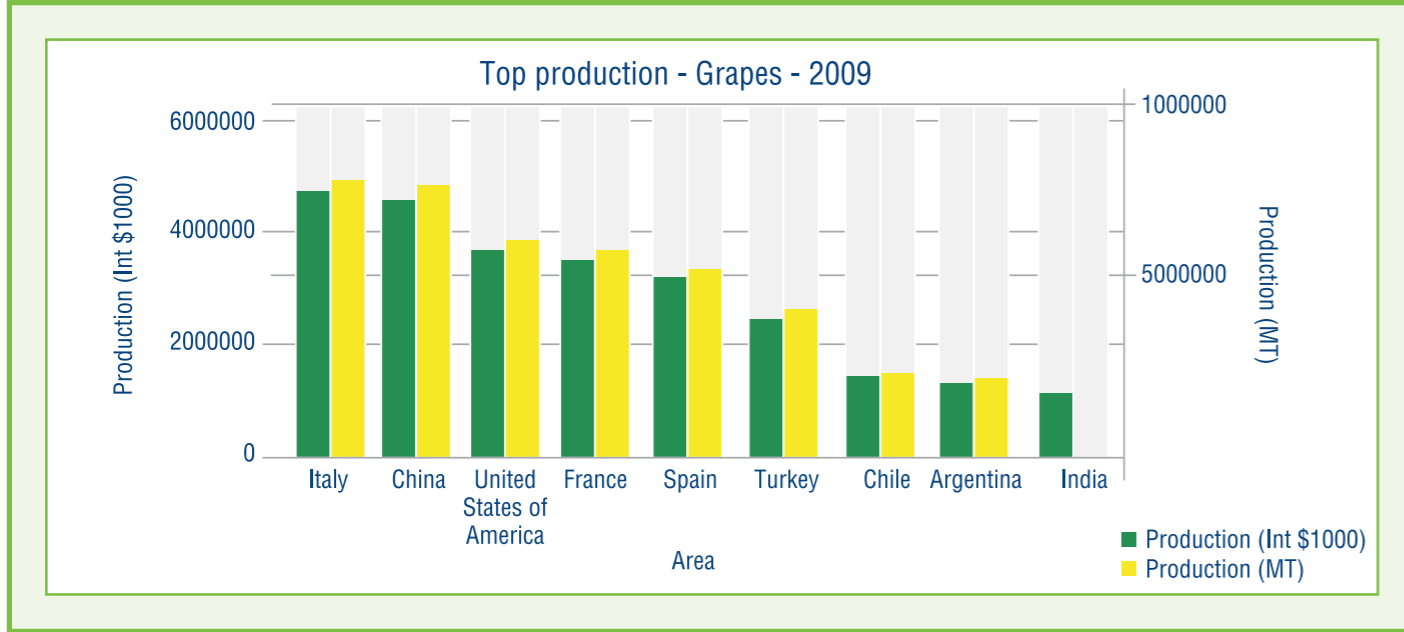
ÜZÜM VE ÜZÜM ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ

GİRİŞ

İklim koşulları ve toprak yapısıyla üzüm üretimine oldukça elverişli olan Türkiye, dünya sıralamasında geniş bağ alanlarıyla

üzüm üreticileri arasında 6. sırada yer almaktadır. Elde edilen üzümlerin büyük bir bölümü sofralık olarak tüketilmekte ya da kuru üzüm olarak ihraç edilmektedir.

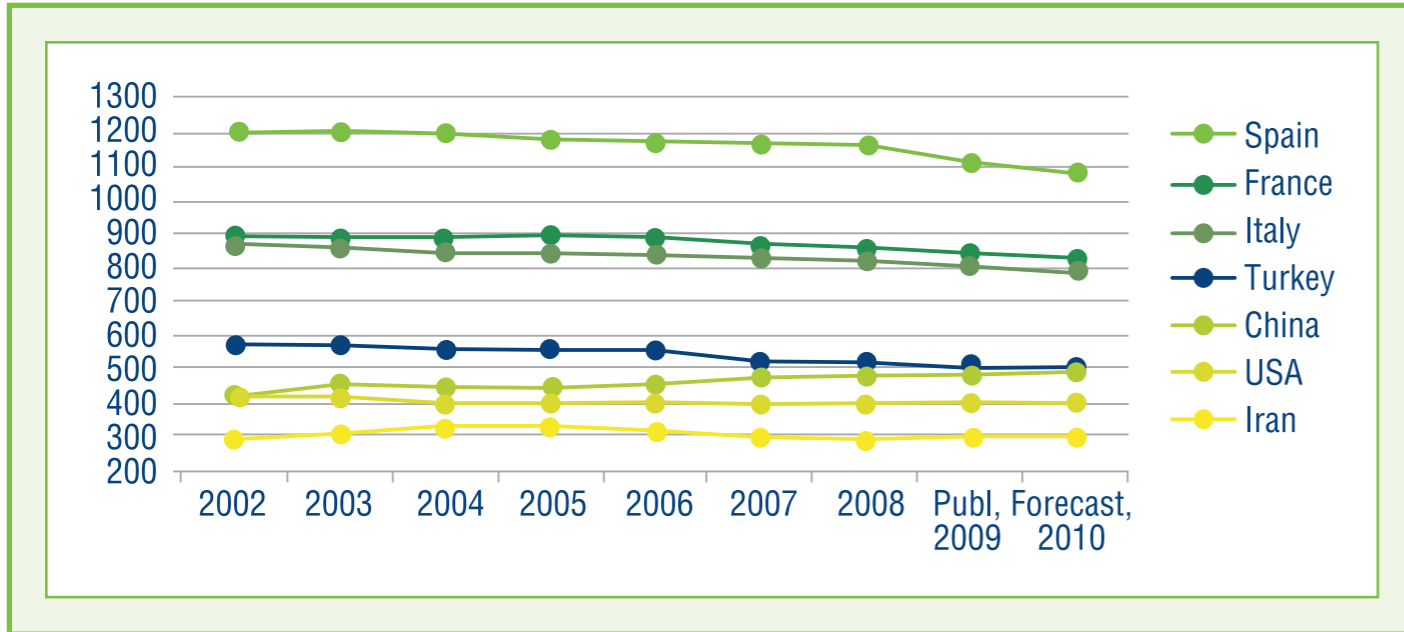
Şekil 1: Dünyada Üzüm Üretimi, FAO, 2009



Yaklaşık olarak 500 bin hektar bağ alanı ile Türkiye dünya sıralamasında 4. sırada yer almaktadır. OIV tahminlerine göre geniş bağ alanı ile dünya sıralamasında ön listede bulunan

Fransa, İspanya ve İtalya'yı takiben Türkiye'de de bağ alanları azalma eğilimindedir.

Şekil 2: Dünyada Bağ Alanlarının Ülkeler Arasında Dağılımı, 1000 ha, OIV, 2010

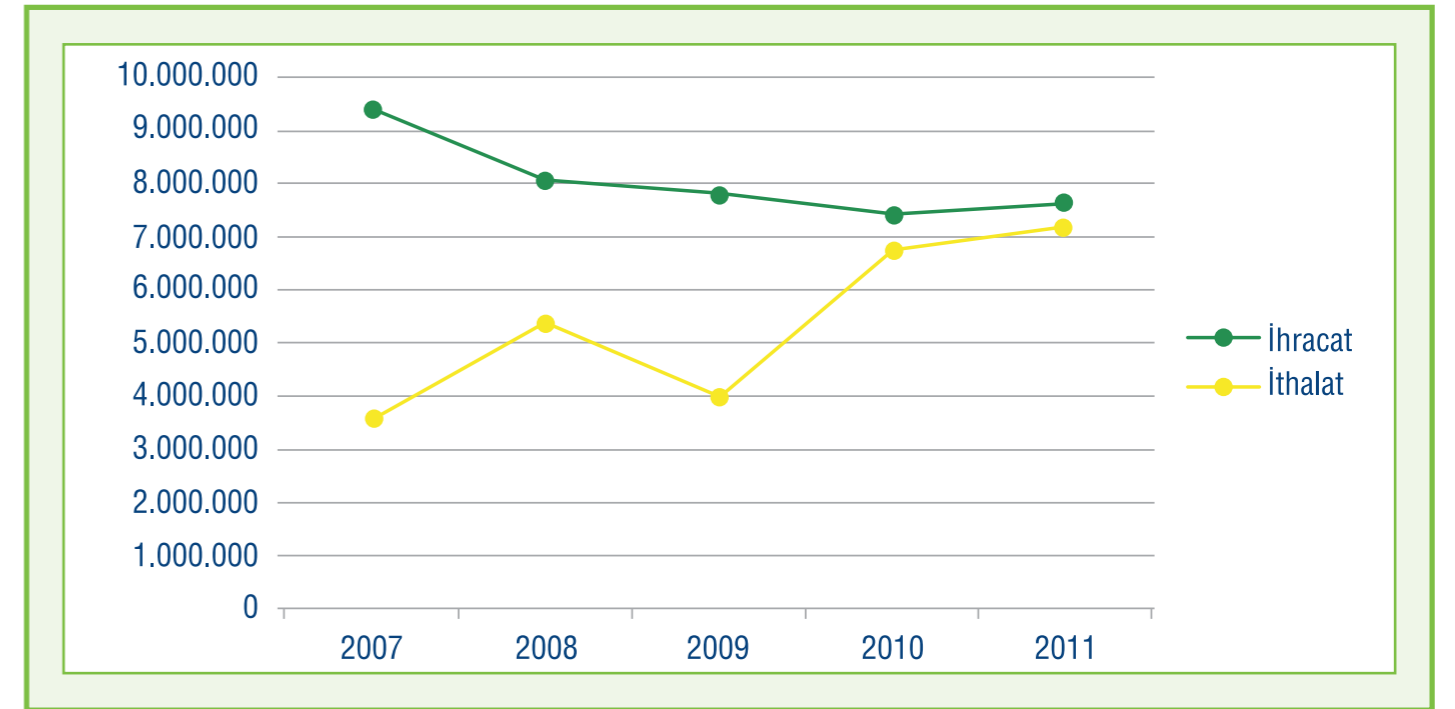


Türkiye'de yaklaşık olarak 60 üzüm türü ticari olarak yetiştirilmektedir. Yapıncak, Papazkarası, Sultaniye, Öküzgözü, Boğazkere, Kalecik Karası, Narince ve Emir Türkiye'de yetiştirilen yerel üzüm türlerindedir. Bunlara ek olarak, Semillon, Riesling, Gamay, Cinsault, Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Merlot, Sauvignon Blanc ve Chardonnay gibi yurtdışı türleri de Türkiye'de yetiştirilmeye başlanmıştır.

Üzüm ve üzüm ürünleri arasında ihracattan en büyük payı alan kuru üzümdür. Yaş üzüm ihracatında ise Türkiye 9. sırada yer almaktadır. Üzüm üretimi ve bağ alanlarıyla Türkiye dünya sıralamasında ön sıralarda yer almasına rağmen şarap üretiminin ihracat içindeki payı yüksek değildir.



Şekil 3: ISIC REV3 Sınıflandırılmasına Göre Şarap İhracat ve İthalatı, Dolar, TÜİK, 2011'



Türkiye ihracat alanında yaş ve kurum üzümüne yoğunlaşmaktadır. Ancak üzümün şarap ya da meyve suyuna dönüştürülmesi ürünün ticari olarak katma değerini artırmaktadır. Şarap üretimi

ile Türkiye, bu alanda Çin, İngiltere gibi yeni aktörlerle piyasadaki rekabet gücünü artırmaya çalışmaktadır.

ÜZÜM VE ÜZÜM ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ

Girdi Koşulları (+)

Hammadde (+)

Türkiye geniş bağ alanları ve yüksek miktarda üzüm üretimi ile şarapçılık sektörü için hammadde açısından zengin bir ülkedir. Trakya Bölgesi'ndeki bağ alanları ise Türkiye'nin toplam bağ alanlarının %5'ini oluşturmaktadır.² Trakya Bölgesinde bağ alanlarının %56'sı şaraplık üzümlerden oluşmaktadır. Bağ alanlarının büyük bir bölümü Tekirdağ ilinde Şarköy-Mürefte aksında yoğunlaşmaktadır. Bölge'de Malkara, Lüleburgaz ve Uzunköprü ilçelerinde de üzüm bağları bulunmaktadır.

Şarap üretiminde önemli olan bir diğer unsur üzüm çeşididir. Üzüm çeşidinin rengi, boyutu, asit oranı, kabuk kalınlığı ve aroma özellikleri üzümün sofralık ve şaraplık olarak sınıflandırılmasını sağlamakta ve bu özellikler şarap kalitesini belirlemektedir. Bölge'de Cabernet Sauvignon, Merlot, Sauvignon Blanc, Shiraz, Papazkarası, Cabernet Franc, Semillon, Cinsault ve Gamay türleri başta olmak üzere farklı çeşitlerde üzüm yetiştirilmektedir. 2004 yılında TEKEL'in özelleşmesiyle yaş üzüm fiyatları konusunda kamunun etkisinin yok olmasıyla birlikte çiftçiler gerek talep gerekse fiyatlandırmadan emin olmadıkları için bağcılık alanında ekipman ve yatırım yapmaktan çekinmektedirler.

Üzüm fiyatlarındaki değişkenlik, üreticilerin bağlarında değişiklik yapmalarını etkilemektedir. 2007 yılından beri Yapıncak, Semillon ve Cinsaut gibi şaraplık çeşitlerin sökülerek sofralık çeşitler ile değiştirilmesine neden olmuştur.³ Son yıllarda şaraplık üzüm fiyatlarındaki artış, üreticilerin yavaş yavaş şaraplık üzümler yetiştirmesini tetiklemektedir.

Trakya Bölgesi'nde butik üreticiler kendi bağlarını kullanırken, bölge de yetişmeyen Öküzgözü ve Boğazkere gibi üzümleri Bölge dışından tedarik etmektedirler. Bağları bulunmayan orta segmentli üreticiler ise üzümün büyük bir kısmını (yaklaşık

olarak %80-90) Bölge'den almaktadırlar. Üreticilerin büyük bir kısmı uzun süredir sektörün içinde oldukları için tedarikçi çiftçiler ile yazılı değil sözlü sözleşme yapmayı tercih etmektedirler.

Hammadde açısından önemli olan bir unsur şaraplık üzümün tedarik edilmesi kadar üzümün kalitesidir. Piyasadan üzüm almayı tercih eden üreticiler, belirli bir kalitenin altında kalmayı göze almaktadırlar. Üzüm üreticileri genellikle verimliliği kalitenin önünde tutmaktadırlar. Bu sebeple bağ seyreltme gibi üzüm kalitesini yükselten faaliyetleri ya da hastalık riskini göze alarak hasat zamanını geciktirmeyi tercih etmemektedir.

İşgücü (+)

Bölge'de bağcılık faaliyetleri uzun yıllardır devam ettiği için bağbozumu ve bağ bakımı alanlarında işçilik açısından herhangi bir eksiklik bulunmamaktadır. Üzümün kalitesi ile şarabın kalitesi doğru orantılıdır. Üzüm üreticilerinin bağ bakımı, üzüm yetiştiriciliği konularında daha nitelikli hale gelmeleri üzümün kalitesini arttıracak önemli bir unsurdur. Butik üretim yapan firmalar üretim süreci ve şarap kalitesi konusunda yurtiçi ve yurtdışı danışmanlardan faydalanmakta, profesyonel önologlarla çalışmayı tercih etmektedirler. Bununla beraber uzun yıllardır şarap üreticiliği yapan aile işletmelerinde şirketlerin yöneticileri aynı zamanda önologlardır. Belirli bir büyüklüğün üzerindeki firmaların İstanbul'da satış ve pazarlama ekipleri bulunmakla beraber, küçük işletmeler satış ve pazarlama ekiplerini aile üyelerinden tercih etmektedirler.

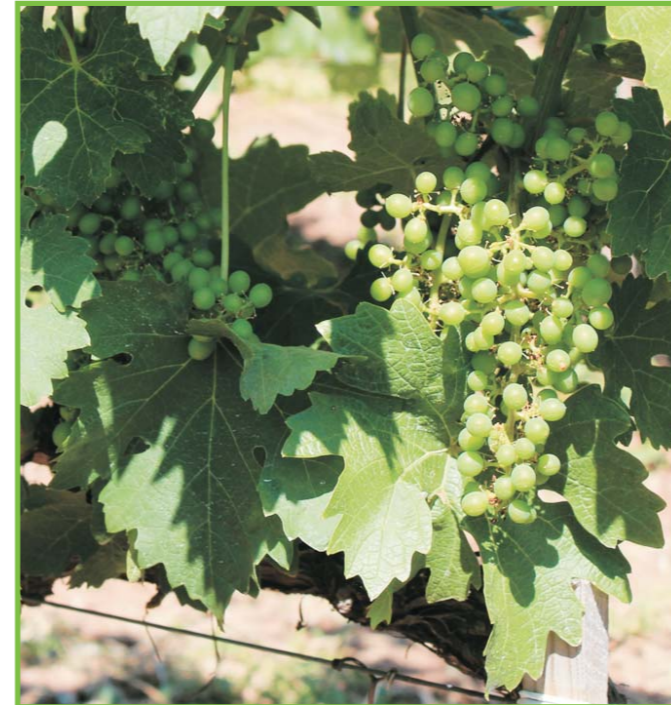
Üretim Koşulları (+/-)

Bağcılık emek yoğun ve teknik bilgi kullanımını gerektiren bir tarım alanıdır. Kaliteli üretim için bağcılık alanında faaliyette olan çiftçilerinde bilgilendirmesi gerekmektedir. Kiracı tarafından Şarköy ilçesindeki üreticilere yönelik 2006 yılında yapılan örneklem çalışmasına göre, bağcılık alanında faaliyette

bulunanların büyük bir kısmının ilkökul mezunu yaş ortalaması yüksek üreticiler olduğu tespit edilmiştir.⁴ Çalışmaya göre bağcılık alanında faaliyet gösteren üreticilerin bu alanda uzun süredir yer almaları (35 yıl ve üstü) deneyim birikimi ve tedarikte istikrar açısından önemli bir unsurdur.

Bölgedeki üzüm üreticileri genellikle goble terbiye sistemi ile tesis edilmiş bağları tercih etmektedir. Bu sistemin yaygın olması üretimde verimliliği ve kaliteyi olumsuz etkilemektedir. Butik üreticiler ise telli terbiye sistemini tercih etmektedir. Şarap türüne göre kalite şarap üretimi yapan firmalar fıçı ve dinlendirme yöntemlerini kullanmaktadır. Sürekli şarap üretimi yapan tesisler altyapı eksikliğinden kaynaklanan elektrik kesintisi gibi sorunlardan olumsuz etkilenmektedirler. Bununla beraber Bölge'de yeni şaraphane tesisi kurmak isteyen yatırımcıların elektrik altyapısını getirilmesi firma sorumluluğundadır.

Üretim koşulları göz önünde bulundurulduğunda küçük işletmeler geleneksel üretim tarzını benimserken, butik üreticiler şato tarzı üretimi tercih etmektedir. Bölge'de organik üretimle ilgilenen firmalarda bulunmaktadır.



Toprak ve İklim (+)

Trakya Bölgesinde gece-gündüz ve yaz-kış farklarının belirgin olduğu iklim şartları kaliteli üzümlerin yetiştirilmesi için uygun koşulları sunmaktadır. Nemli rüzgarlar iklimi yumuşatarak üretim için verimli şartları sağlamaktadır. Özellikle Şarköy-Mürefte bölgesinin yaz döneminde dahi rüzgarlı olması, yaz kuraklığının önüne geçmekte, üzüm kalitesini olumlu etkilemektedir. Trakya Bölgesi'nin teruarının üzüm yetiştiriciliği için uygun olması Bölgeyi üretim tesisleri için çekici hale getirmektedir.

Özellikle üzüm türleri ve şaraplık üzüm üretimi için kökeni kontrol altına aldırma sistemi önemli bir unsurdur. Avrupa'da, şarap üretimi yapılan birçok ülkede toprak kontrolleri yapılarak üzüm türlerine göre bölgeleri adlandırılma (appellation) sistemi kullanılmaktadır.⁵ Bu sistem üretilen şarap ve üzümün coğrafi özelliğinin de vurgulanmasını sağlamaktadır ve etiketleme sürecinde de Bölge üzümünü belirterek tanınırlığı artırmaktadır ancak bu sistem henüz Türkiye'de ve Trakya Bölgesi'nde yerleşmemiştir.

Firma Stratejisi ve Rekabet Yapısı (+/-)

Sermaye ve Yatırım (+/-)

Şaraphane yatırımı ciddi miktarda sermaye getiren bir yatırımdır. Son yıllardaki artan ÖTV ve KDV ile sektörde sürdürülebilirlik için firmaların düzenli nakit akışına sahip olmaları gerekmektedir. Uzun süredir şarap üretimi içinde olan küçük ve orta ölçekli firmalar vergiler nedeniyle finansman açısından zorluk yaşadıklarını belirtmişlerdir.

TAPDK tarafından getirilen düzenlemeler sonrasında fason şarap üretiminin yasaklanması, üreticilerin kendi işlemelemlerini yapmasını gerektirmektedir. Uzun yıllardır büyük firmalar için fason şarap üreten firmalar için tesislerini geliştirmeleri önemli

2. Tarım, gıda ve hayvancılık il müdürlükleri, 2010.

3. Kiracı, Şarköy İlçesi Bağcılık İşletmelerinin Yapısı, Bağcılığın Sorunları ve Çözüm Önerileri, Şarköy Değerleri Sempozyumu, 2010 Yapıncak, Semillon beyaz şaraplık üzümleridir, şaraplık üzümlerin pazarlanmasında üreticiler son yıllarda beyaz şaraplık üzümlerin fiyatlarının düşük olmasından ve alıcı bulmakta zorlandıklarından aynı kaynak içinde bahsedilmiştir.

4. Kiracı, Şarköy İlçesi Bağcılık İşletmelerinin Yapısı, Bağcılığın Sorunları ve Çözüm Önerileri, Şarköy Değerleri Sempozyumu, 2010.

5. Appellation d'Origine Contrôlée.

ÜZÜM VE ÜZÜM ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ

sermaye yatırımları gerektirmektedir.

Son yıllarda Bölge'de iklim ve toprak yapısının uygunluğu sebebiyle özellikle sermaye sıkıntısı olmayan yatırımcıların kurduğu butik şarap üretim tesislerinin sayısı artmaktadır. Bölgedeki arazilerin küçük parçalı olması, büyük bağ alanları oluşturmak isteyen yatırımcıların tesis kurma sürelerini uzun vadeye yaymaktadır.

Firma Yapısı (+)

Trakya Bölgesi, şarap üretiminde Türkiye'nin önde gelen Bölgelerinden biridir. Bölgede farklı büyüklüklerde çok sayıda firma bulunmaktadır. Bölge'de milyonlarca litrelik üretim yapan büyük tesisler bulunduğu gibi kalite şarap odaklı butik üreticiler, orta ölçekli kalite ve sofralık şarap üretimi yapan firmalar ve çok küçük ölçekli aile şirketleri de bulunmaktadır. Ürün çeşitliliği açısından hem sofralık şarap üretimi odaklı küçük ve büyük kapasiteli firmaların bulunması ve Bölge'de kaliteli şarap üretimine yönelik butik şarapçılığın yapılması önemli bir unsurdur.

Bölge'nin bağcılık alanında köklü geçmişi, şarap firmalarının da Trakya Bölgesi'ni tercih etmelerine sebep olmuştur.



Günümüzde Trakya Bölgesi'nde Tekirdağ'da 27, Kırklareli'nde 1, Edirne'de ise 4 şarap üreticisi bulunmaktadır.

Bölge'de bağcılık ve şarapçılık uzun geçmişi olan bir faaliyet olduğu için bu alanda aktif olan firmaların büyük bir bölümü aile işletmeleridir. Şarap sektörünün uzun vadeli yatırıma uygun, üretim sürecinde deneyim gerektiren bir sektör olması nedeniyle köklü aile işletmeleri tarafından uzun yıllardır şarap üretiminin gerçekleştirilmesi deneyim birikiminin aktarımı açısından önemli bir noktadır. Markalaşma ve pazarlama konusunda büyük ve bazı orta ölçekli firmalar ciddi yol kat etmişlerdir. TAPDK düzenlenmesinden önce fason üretim yapan firmalar markalaşma ve pazarlama konusunda piyasaya adapte olma sürecindedir.

Firma stratejileri açısından Bölge'de olumlu olan bir diğer unsur gerek butik gerek küçük-orta ölçekli üreticilerin hedef gruplarına göre hem sofralık hem de kalite şarap üretimi gerçekleştirmeleridir. Orta segmentli üreticilerin büyük bir bölümü ağırlıklı olarak kalite şarap üretimini tercih etmektedir. Vergi oranlarının yüksek olması ve değişen piyasa koşulları ile bağlantılı olarak işletmeler katma değeri daha yüksek olan kalite şarap üretimine ve üzümünden yeni ürünler geliştirmeye yönelmektedir. Bu gelişmeler firmaların şartlara göre kendilerini adapte edebilecek esnekliğe sahip olduğuna işaret etmektedir.

Rekabet ve Markalaşma (+/-)

Bölge'deki üzüm üreticileri arasındaki rekabet fiyat üzerine kurgulandığı için üreticiler kalite ve farklılaşmadan çok verimlilik üstüne odaklanmaktadır. Dolayısıyla kalite ve farklılığı destekleyen bir rekabet modeli üzüm üreticileri arasında henüz yerleşmemiştir. Bölge'de şarap üretiminin uzun bir geçmişi olmasına rağmen Fransa'da Bordeaux, İtalya'da Toscana gibi şarap alanında coğrafi olarak markalaşmış yerler ile karşılaştırıldığında Bölge sürecin başlangıç safhasındadır. Bununla beraber yerli tüketicide markalaşma alanında yurtdışı şaraplarının daha kaliteli olduğu inancı yerli şarap üreticilerinin piyasadaki rekabet gücünü sınırlamaktadır.

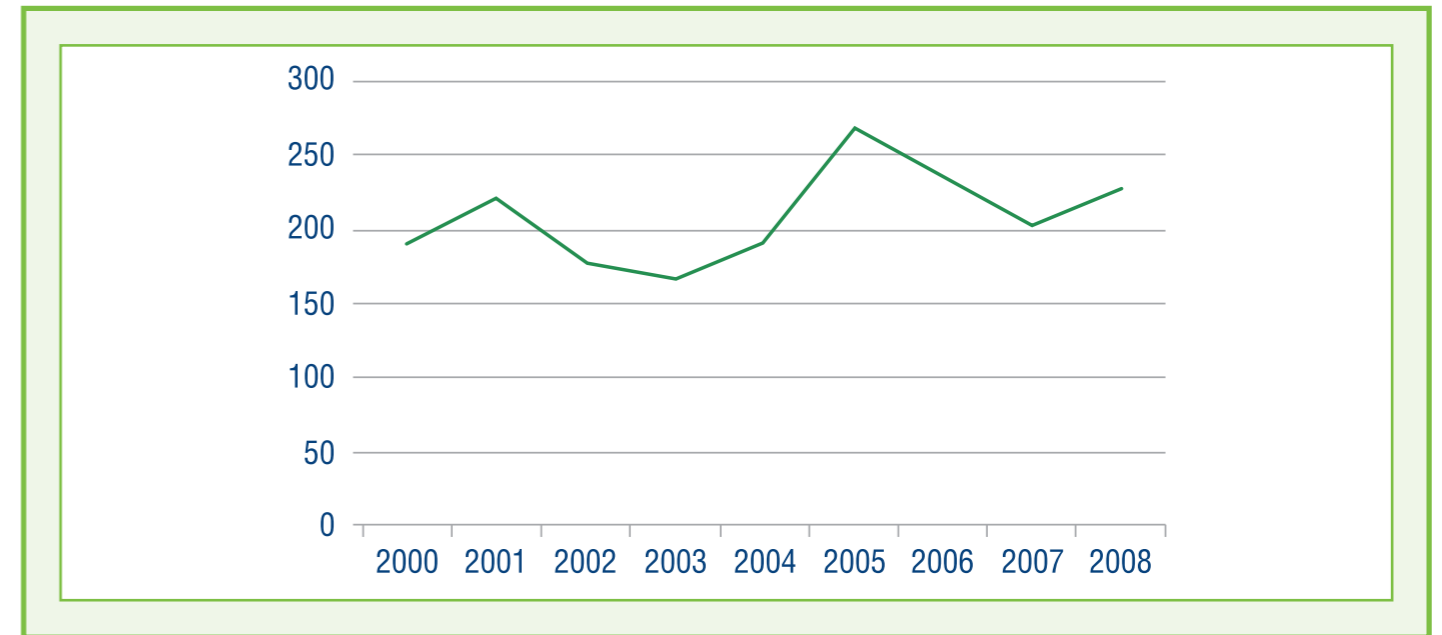
Büyük ve orta ölçekli üreticiler piyasada markalaşma konusunda önemli yol kat etmişlerdir ancak küçük ölçekli üreticiler sınırlı insan kaynağı ile markalaşma ve pazarlama konusunda zorluk çekmektedirler. TAPDK mevzuatı ile fason üretimden marka üretimine geçen aile işletmeleri, kalite şarapta piyasada çoktan isim yapmış büyük firmalar ile rekabet etmenin zor olduğunu düşünmektedirler. Öte yandan, sofralık şarap üretiminde merdiven altı üretim olarak adlandırılan kaçak üretime bandrol sistemi ile haksız rekabetin büyük ölçüde önüne geçilmiştir. Piyasaya giriş ve yurtdışı pazarlama alanında alkol akreditasyon işlemlerinin TEKEL'in özelleştirilmesi ile birlikte tek bir özel firma tarafından yürütülüyor olması dış rekabeti olumsuz etkileyen unsurlardan biri olarak görülmektedir.

Talep Koşulları (+/-)

İç Talep (+/-)

Türkiye'de şarap tüketimi Avrupa Ülkeleri ile karşılaştırıldığında düşük seviyelerdedir. Şarap bir gıda maddesi olarak görülmemektedir ve yemek esnasında şarap tüketme sofrası kültürüne yerleşmiş değildir. Yıllık değerlere bakıldığında şarap tüketiminin yıllar arasında değişiklik gösterdiği tespit edilmiştir. Kişi başına tüketilen şarap miktarı ise artma eğilimindedir. Ancak kişi başına 0,35 ile Türkiye şarap tüketiminde yıllık tüketimi 49,65 olan Fransa ve 27,35 olan İspanya'nın çok gerisinde yer almaktadır.⁶

Şekil 4: Türkiye'de Yıllık Toplam Şarap Tüketim Miktarı, 1000 hl, OIV, 2008



İç talep açısından Trakya Bölgesi'nde şarap üreticilerin yoğunlaşmış olması, hasat zamanları ve şarap tadımları için avantaj sunmaktadır. Butik, orta ve küçük üreticilerin büyük bir bölümü iç pazar odaklı üretim yapmaktadırlar. İstanbul'un restoranlar, butik kavlar, kalite market zincirleri gibi farklı satış noktaları sunması özellikle kalite şarap üreticilerin ürünlerini pazarlamalarını kolaylaştırmaktadır.

Bölge'deki şarap turizmi potansiyeli iç talebi olumlu etkilemektedir. Bölge'de bulunan birçok firma hasat zamanları sırasında ve dışında şarap tadım turları düzenleyerek hem marka tanınırlıklarını artırmakta hem de iç talebi canlı tutmaktadırlar. Ayrıca son yıllarda Türkiye'nin turistik açıdan bir cazibe merkezi haline gelmesi de şarap iç talebini artırmaktadır. Üzüm üreticilerin açısından iç talep değerlendirildiğinde, şarap üreticilerinin Bölge'de bulunması istikrarlı bir talep oluşturmaktadırlar.

ÜZÜM VE ÜZÜM ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ

Dış Talep (-)

Yaş ve kuru üzüm ihracatında Türkiye, dünya ihracatının %7,8'ini karşılayarak 4. sırada yer almaktadır oysa şarap ihracatı alanında dünya pazarında önemli bir yere sahip değildir.⁷ Bölge markalarının ürettiği şaraplardan yurtdışı ödülleri alanlar mevcuttur ancak Ortak Avrupa Tarım Politikası'nın yerel üreticiyi koruyan yapısı Türk şarap markalarının AB piyasasında rekabet gücünü olumsuz etkilemektedir ayrıca, butik üreticiler tarafından dile getirildiği üzere Türk şarapları, Avrupa pazarıyla rekabet etmek için fiyat ve marka imajı açısından avantajlı değildir. Sofralık şarap alanında fiyatların yüksek olması sebebiyle dış piyasada rekabet şansı düşüktür. Öte yandan kaliteli şarap için AB dışında pazarlarda ihracat potansiyelinin daha yüksek olduğu üreticiler tarafından dile getirilmiştir.

İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar (+)

Eğitim ve Araştırma Kurumları (+)

Bölge'de bağcılıkla ilgili hem Namık Kemal Üniversitesi'nde (NKÜ) Ziraat Fakültesi'nin bulunması hem de Tekirdağ Bağcılık Araştırma İstasyonu Müdürlüğü'nün bulunması bağcılık ve şarap sektörü açısından önemlidir. Araştırma merkezlerinin bağcılık konusunda deneyimli uzmanları ve araştırmalarının bulunması ve üreticiler ile ortak projelerin yürütülmesi sektörün Bölge'de gelişmesi için uygun ortamı sunmaktadır.

Bağcılık Araştırma İstasyonu'nun bünyesinde 200'e yakın üzüm çeşidini barındıran koleksiyon bağına sahip olması ve isteyen üreticilere kalem sağlıyor olması tedarik açısından avantajlıdır. Bununla birlikte sofralık ve şaraplık yeni üzüm çeşitlerinin geliştiriliyor olması şarap üretimi yapan firmalara farklı seçenekler sunmaktadır. Bölge'de etkin bir araştırma kurumunun bulunması işletmeler ile ortak AR-GE yapabilme olanağını yaratmaktadır.

Şarköy'de bulunan Meslek Yüksek Okulu'nun (MYO) şarap üzerine uzmanlaşması nitelikli insan kaynağı yaratması açısından avantaj oluşturmaktadır. Meslek Yüksek Okulu öğrencilerinin staj zorunlulukları Bölge üreticilerinin nitelikli insan kaynağından faydalanmalarını sağlamaktadır. NKÜ Ziraat Fakültesi ve Şarköy MYO bünyesinde bulunan şarap ve bağcılık konularında çalışan akademisyenler üreticilere danışmanlık hizmeti verebilmektedir.

Kümelenme (+/-)

Sektördeki firmaların pazara sundukları ürün segmentine göre firma yapıları ve üretim koşulları farklılıklar göstermektedir. Farklı kategorilerde yer alan üreticilerin işbirliği olanakları da değişkenlik göstermektedir. Kalite şaraptan çok sofralık şarap üretimi odaklı firmaların ÖTV'nin yükselmesi sebebiyle fiyat kırma yöntemi ile rekabet içinde olmaları üreticiler arasında işbirliği faaliyetlerini sınırlandırmaktadır. Uzun yıllardır sektörde faaliyet gösteren birbiriyle yakın firmaların işbirliği yapmalarına rağmen iletişim içinde oldukları gözlemlenmektedir. Piyasada yakın zamanda iş yapmaya başlayan butik üreticilerin özellikle ortak tanıtım ve pazarlama konularında işbirliğine açık oldukları göze çarpmıştır.

Sektörü ulusal düzeyde temsil eden Şarap Üreticileri Derneği 1976'dan beri faaliyet göstermektedir. Bu dernekte Trakya Bölgesi'nde üretim yapan birçok firma bulunmakla beraber, Bölgedeki üreticileri bir araya getiren bir dernek henüz kurulmamıştır. Türkiye'deki şarap markalarının tanınırlığını artırmak için Wines of Turkey gibi sivil yapıların kurulu olması markalaşma açısından önemli bir unsurdur. Bu birlik içinde Trakya Bölgesi'ndeki üreticilerden de yer alan firmalar bulunmaktadır.

2007 yılında Şarköy Bağcılığı'nın Geliştirilmesi Projesi gibi valilik, il özel idaresi ve il ve ilçe tarım müdürlükleri gibi ilgili paydaşların bir arada bulunduğu projelerin geliştirilmiş olması Bölge'de farklı aktörlerin tek bir amaç doğrultusunda çalışması açısından önemli bir örnektir.

Devlet (-)

Teşvikler (+/-)

Tarımsal üretim alanında üzüm üretimine yönelik olarak doğrudan gelir desteği, mazot ve gübre destekleri verilmektedir. Bağcılığı geliştirme amaçlı fidan destekleri de dönemsel olarak uygulanmaktadır. Üzüm ve şarap üreticilerinin Kalkınma Ajansından ve Kırsal Kalkınma destekleri çerçevesinde Gıda, Tarım Ve Hayvancılık İl Müdürlüklerinden hibe destekleri alabilme imkanı vardır.

Vergiler (-)

Kapasite kullanım oranlarında da belirtildiği üzere özellikle sektörde bulunan küçük firmaları kayıt dışılığa iten faktörlerden

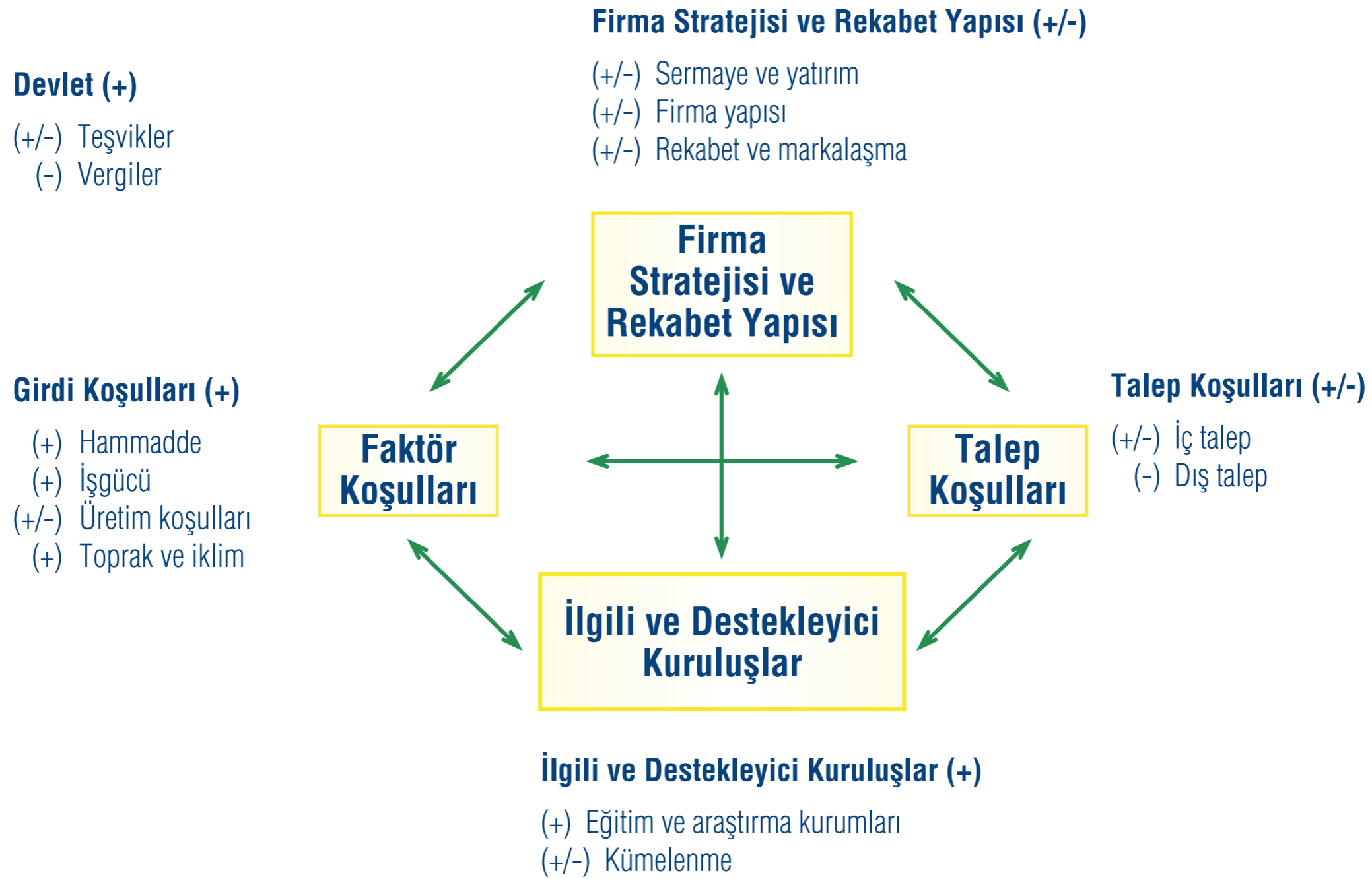
biri alkole uygulanan yüksek ÖTV'dir. Şarap üretim maliyetleri incelendiğinde vergiler üretim maliyetlerinde ciddi bir orana denk gelmektedir. Şarap Sanayicileri Derneği verileri ile 2005 yılında oluşturulan çalışmaya göre 1 lt kaliteli şarap üretimi için hammadenin toplam üretim maliyetindeki payı %27,74 iken ÖTV'nin payı %25,49 olarak hesaplanmıştır. Bu kapsamda ticari maliyetlerle birlikte satış pazarlama giderleri (%27), hammadde (%25) ile ÖTV (%25) en önemli maliyet kalemlerinden birini oluşturmaktadır. Sofra şarabı üretiminde bu oran, hammadde maliyetinin daha az olması sebebiyle %39, köpüklü şarapta ise %57'ye çıkmaktadır.⁸ Çalışma 2005 yılı verilerini baz aldığı için hammadde ve diğer maliyet kalemlerindeki artışla ÖTV'nin payı azalmış olabilir ancak son 3 yıldaki alkollü ürünler için uygulanan ÖTV artış rakamları incelendiğinde, verginin üretim maliyetlerinin hala önemli bir kalemını oluşturduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 2: Şarap ve Köpüklü Şarap İçin Uygulanan Birim Vergi Miktarları, TL/Lt

TL / Lt	2009	2010	2011
Şarap	0,63	2,44	2,94
Köpüklü Şarap	11,25	16,12	19,82



Üzüm ve Üzüm Ürünleri Sektörü (+)





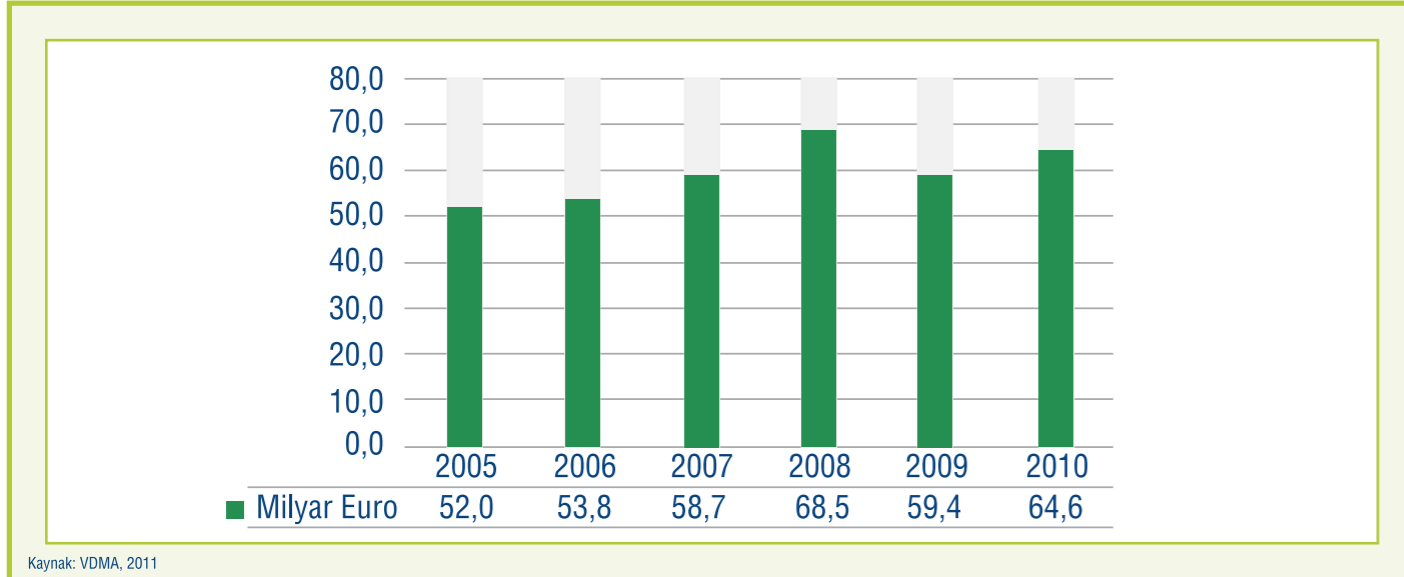
TARIM MAKİNELERİ SEKTÖRÜ

GİRİŞ

Tarım Makineleri Sektörü, makine sektörü ile çiftçiyi buluşturan, çiftçi emeğini azaltan ve verimi arttıran bir sektördür. Tarım sektörü, tarım alet ve makinaları imalat sanayii sektörüncü üretilen ürünlerin pazarı durumundadır. Bu nedenle, tarım sektöründe ortaya çıkan olumlu ya da olumsuz gelişmeler

doğrudan bu sektöre yansımakta, bu sektördeki olgular da dolaylı biçimde tarım sektörünü etkilemektedir.¹ "Tarım makineleri, tarımsal üretimde işgücü verimliliğini artıran, maliyetleri düşüren, modern üretim teknolojilerinin kullanılmasını ve işlemlerin zamanında, agroteknik ihtiyaçlara uygun şekilde yapılmasını sağlayarak ürün kalitesini ve verimini artıran, çok önemli bir tarımsal üretim girdileridir."²

Dünya Tarım Makineleri Üretim Hacmi



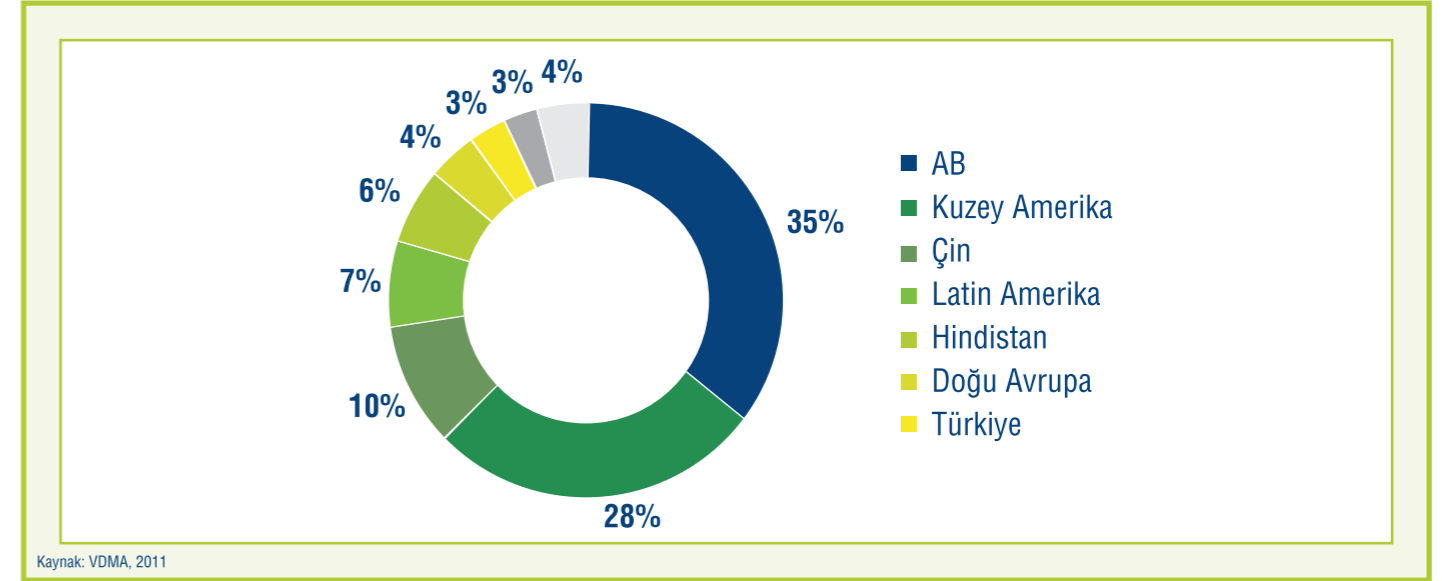
Dünya tarım makineleri üretim hacmi 2010 yılında 65 milyar Euro'ya ulaşmıştır. Tarım Makineleri sektörünün durumu tarım sektörünün durumu ile yakından ilgilidir. Dolayısıyla, son yıllarda artan gıda fiyatları ve tarım sektöründeki olumlu gelişmeler tarım makineleri sektörüne de olumlu yansımıştır.

2005 yılından 2010'a kadar olan dönemde sektörün üretim hacmi küresel krizin yaşandığı 2009 yılı hariç sürekli artış göstererek, 6 yıllık dönemde üretim hacmi %25 büyümeye göstermiştir.



1. Sanayi Genel Müdürlüğü, Türkiye Tarım Makinaları Alt Sektörü, 2010.
2. Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri, Tarım Makineleri Sektör Raporu.

Dünya Tarım Makineleri Üretimi, 2010



VDMA Tarım Makineleri raporuna göre Dünyadaki tarım makineleri üretiminin %35'i AB ülkelerine aittir. AB ülkeleri içinde Almanya, İtalya ve Fransa ön plana çıkmaktadır. Almanya, 2010 yılında tarım makinelerinde Dünyada en fazla ihracat yapan ülke konumundadır. Almanya'yı ABD ve İtalya takip etmektedir. Türkiye'nin dünya tarım makineleri sektöründeki payı yüksek olmasa da son dönemdeki büyümeyle Türkiye'nin dünya tarım makineleri üretim hacmi %3'e ulaşmıştır. Türkiye, 2010 yılında Dünyada en fazla ihracat yapan 23.ülke konumundadır.

Türkiye ve Trakya Tarım Makineleri Sektörünün Genel Durumu

Türkiye tarım alet ve makineleri sektörü, tarım alet ve makineleri sanayisi ve traktör sanayisi olmak üzere iki ana kategoriye ayrılmaktadır. Yaklaşık 15.000 kişiye doğrudan istihdam sağlanan Türkiye tarım alet ve makineleri sektöründe yaklaşık 130 farklı alet ve makine üretimi yapılmaktadır.³ Tarım makineleri ihracat ve ithalat değerlerinde büyük kısmını traktör sanayisi oluştururken, istihdamın büyük kısmını tarım alet ve makineleri sanayisi oluşturmaktadır.

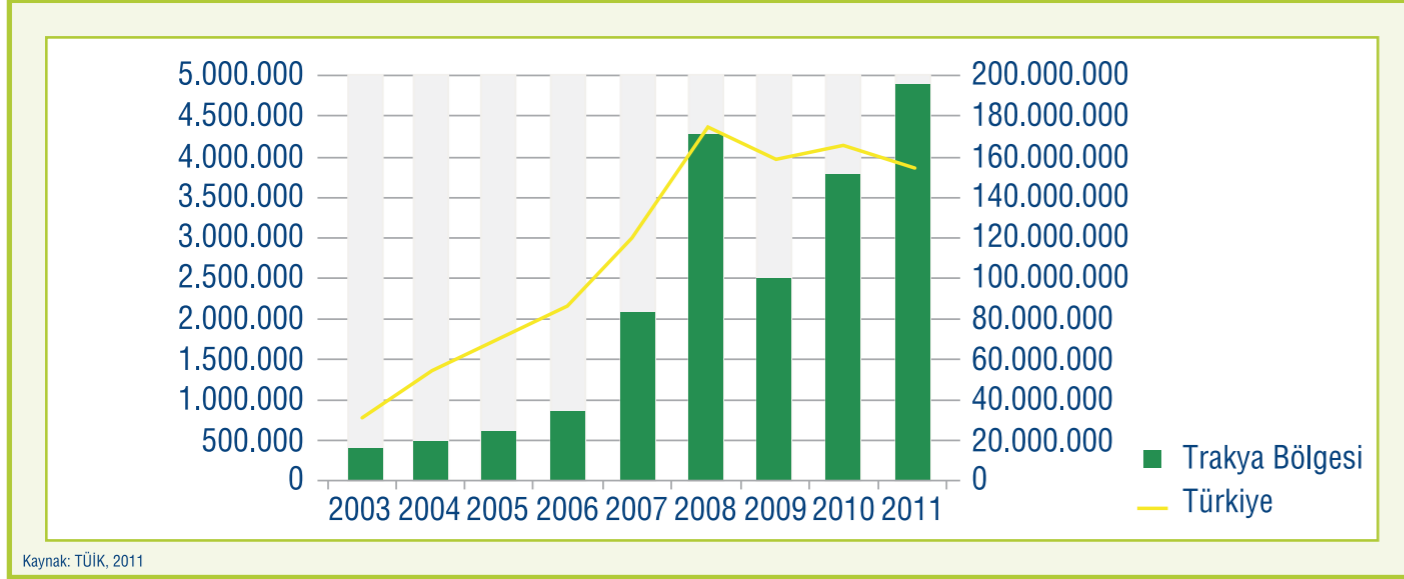
3. İGEME, Tarım Alet ve Makineleri, 2010.
4. TARMAKBİR, Tarım Makineleri Sektörü, Sektör Raporu, 2011.
5. Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri, ibid.

Tarım Bakanlığı kayıtlarında 1020 adet imalatçı (2007 kayıtları) görülmesine rağmen bunların yarısından fazlası, birkaç kişi çalıştıran torna/kaynak atölyesi niteliğinde olan son derece küçük işletmelerdir. Yaklaşık 400 adedi kabul edilebilecek ölçekte ve normlarda tarım makinaları imalatçısı ve ithalatçısı ile birlikte otuzdan fazla firma, kırkın üzerinde marka ile traktör sektöründe çalışmaktadır. 2009 yılı sonu itibarıyla, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Sanayi Sicil Belgesi sahibi olan, Tarımsal Amaçlı Traktör İmalatı'nın yer aldığı 29.31 NACE Kodu altında 30 firma ve Diğer Tarım ve Ormancılık Makinelerinin İmalatı'nın yer aldığı 29.21 NACE Kodu altında 469 firma mevcuttur. Traktör sektöründeki 30 firmanın yalnızca 8'i imalatçı olarak yer almaktadır. Türkiye'deki traktör üreten önemli firmalardan biri olan Hattat Tarım Makineleri, Tekirdağ-Çerkezköy ilçesinde yer almaktadır.⁴ Bölgedeki tarım makineleri üreticileri ise Trakya Bölgesinin daha çok iç kesimlerinde özellikle Tekirdağ ilinin Hayrabolu ve Malkara ilçelerinde yoğunlaşmıştır.

Sektörde ekipman grubunda Konya, İzmir, Aydın, Manisa, Balıkesir, Bursa, Tekirdağ, Adana istihdam ve firma sayısı bakımından ilk sıralarda yer almaktadır. Tarım bölgelerine göre bir karşılaştırma yapıldığında tarımsal mekanizasyon araçlarının en yoğun olduğu ilk dört bölge Ege, Orta Kuzey, Orta Güney ve Marmara'dır.⁵

TARIM MAKİNELERİ SEKTÖRÜ

Tarım Makineleri İhracat Rakamları (\$)



Trakya Bölgesi ve Türkiye tarım makineleri sektörü 2003-2011 döneminde önemli bir büyüme kaydetmiştir, buna paralel olarak ihracat rakamları da ciddi oranda artmıştır. Bu dönemde sektörün Türkiye genelindeki ihracatı yaklaşık 5 katına çıkarken, Trakya Bölgesi'nin 2011 yılındaki ihracatı 2003 yılı ihracatının 12 katını da aşmıştır. Böylece Trakya Bölgesi'nin Türkiye tarım makineleri ihracatındaki payı %1,3'ten %3,2'ye yükselmiştir. Trakya Bölgesindeki bu artışın önemli sebeplerinden biri Bölgedeki işletmelerin ihracata başlamış olması yatmaktadır.

Türkiye'nin önemli tarım bölgelerinden biri olan Trakya Bölgesi, tarım makineleri sektöründe de Türkiye'de öne çıkan bölgelerden biridir. Bölgede önemli bir traktör üreticisi bulunmakla beraber çok sayıda tarım alet ve makineleri üreticisi bulunmaktadır. Bu çalışmada da tarım alet ve makineleri sektörünün üzerinde durulmuştur. Tarım alet ve makineleri sektöründe Trakya Bölgesinde sektörün önde gelen işletmeleriyle beraber çok sayıda küçük çaplı tarım makinesi üreticisi bulunmaktadır. Trakya Bölgesindeki tarım alet ve makineleri üreticilerinin durumu elmas analizi bileşenlerine göre incelendiğinde sektöründe rekabet gücü yüksek olarak değerlendirilmiştir.

Trakya Tarım Makineleri Sektörü Elmas Modeli Analizi

Firma Stratejisi ve Rekabet Yapısı (+/-)

Firma Yapısı (+/-)

Trakya Bölgesinde tarım makineleri üreticileri Bölgede dağınık halde bulunmakla beraber Bölgenin iç kesimlerinde özellikle Tekirdağ-Hayrabolu ve Malkara ilçelerinde yoğunlaşmıştır. Bu bölgede yaklaşık 30 kadar firma faaliyet göstermektedir. Birkaç büyük firma dışındaki üreticilerin büyük çoğunluğu çalışan sayısı 1-9 arası olan küçük üreticilerdir. Bölgedeki büyük firmalar önemli oranlarda ihracat yapan ve sektör içinde Türkiye genelinde önemli bir yeri olan tarım makineleri üreticileridir. Bu firmalar 60'lı yıllardan itibaren faaliyet gösteren aile şirketleridir.

Türkiye'de tarım makineleri sektöründeki kuruluşların hemen hepsi küçük atölye niteliğinde bir yapıda faaliyete başlamışlar, başarılı olanlar orta ve büyük ölçekli firma yapısına dönüşmüşlerdir. Ancak, bunların çoğunda kuruluş döneminde olduğu gibi, her konuda firma sahibinin tek karar verici olduğu

yapı değişmemiştir. İmalatın yapılaş şekline makinenin satışına, müşteri ilişkilerine, finansmana, hatta imal edilecek makinenin özelliklerine kadar her konuda tek kişinin karar vermesi ve bu arada faaliyetleri denetlemesi, belirli bir büyüklükten sonra zorlaşmakta ve tıkanmalara ve hatalı kararlara neden olabilmektedir.⁶

Bölgemizdeki tarım makineleri üreticilerinin firma yapısı da ülkemizdekine benzerlik göstermektedir. Sektördeki işletmelerin büyük çoğunluğu kurumsallaşma sürecinin tamamlanmadığı karar mekanizmasının tek kişiden meydana geldiği aile şirketlerinden oluşmaktadır. Firmaların sürdürülebilir bir yapıya ulaşmalarında önemli bir aşama olan kurumsallaşma ile ilgili adımların atılması henüz yeterli seviyede değildir.

Küçük işletmelerin bir arada hareket etmesi, büyüme trendine girmiş firmaların kurumsallaşma süreçlerini hızlandırmaları işletmelerin sürekliliğini ve rekabet gücünü arttıracakları tahmin edilmektedir.



Rekabet ve Firma Stratejisi (+/-)

Sektörde faaliyet gösteren küçük firmalar arasında rekabet genellikle fiyat üzerindedir. Küçük atölyelerden büyük işletmelere dönüşmeye çalışan firmalar ilk olarak fiziksel mekanlarını büyütmeyi hedeflemektedir. Henüz seri üretime geçememiş firmalar seri üretime geçip aynı işgücüyü daha fazla makine üretmeyi planlamakta, daha düşük maliyetlerle daha rekabetçi olmak için çalışmaktadırlar. Piyasada çok sayıda atölye niteliğinde küçük firma olması, işletmelerin ekonomik üretim rakamlarına ulaşmasını zorlaştırmakta, rekabet gücünü zayıflatmaktadır.

Trakya Bölgesinde üretilen tarım makineleri Türkiye geneline nazaran görece daha yüksek teknoloji ürünü olduğu için; yalnızca fiyatın önemli olduğu, kalitenin daha arka planla kaldığı pazarlarda Bölgedeki üreticilerin rekabet şansı çok yüksek değildir. Kullanılan teknoloji, ürün kalitesi ve fiyat göz önünde bulundurularak değerlendirildiğinde Bölgedeki üreticilerin pazara sunduğu ürün segmentinde piyasada lider konumda olan ülkenin İtalya olduğu düşünülmektedir. Bölgede öne çıkan firmalar özellikle ekim makineleri üretiminde (hem pnömomatik hem de universal tip) yüksek rekabet gücüne sahiptir.

Markalaşma (+/-)

Türkiye'de çiftçiler ihtiyaçları olan tarım makinelerini genellikle kendi bölgelerinden tedarik etmektedirler. Firmalar markalaşma adına bölge içinde belirli bir tanınırlık edinmişler ve tüketici tarafında kendi markalarına ilişkin bir güven tesis etmişlerdir. Bölge içinde marka değeri yüksek olan firmalar arasında yurtiçi diğer bölgelere ve yurtdışına satış yapabilen firma sayısı azdır. Bölgedeki firmalardan görece büyük olanlar, yurtiçinde satış ve teknik servis ağına sahipken atölye niteliğindeki küçük firmaların satışlarının çok büyük kısmı Trakya Bölgesi içinde gerçekleşmektedir. Firmalar pazarlama faaliyetlerinde kendi ilişki ağlarını, kooperatifler ile kurulan stratejik pazarlama ve satış anlaşmalarını ve fuarları kullanmaktadırlar.

TARIM MAKİNELERİ SEKTÖRÜ

İç pazarda markalarını tutundurmak için yurtiçi fuarlara katılan firmaların bir kısmı aynı zamanda Almanya Hannover'de gerçekleştirilen Dünyanın en büyük Tarım Makineleri fuarı olan Agri Technica'da yer alarak yurtdışı pazarlarını genişletmeyi hedeflemektedirler. Bölgedeki firmaların yurtiçi ve Balkan ülkelerindeki marka tanınırlığı her geçen gün artmakla beraber sektörün marka değerinin uluslararası düzeyde henüz ciddi bir ağırlığı oluşmamıştır.

İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar (+)

Kümelenme (+)

İlgili ve destekleyici kuruluşların yakın coğrafi bir alanda bir araya gelmeleri, diğer bir ifade ile küme oluşturmaları durumunda uluslararası rekabet gücü üzerinde daha büyük bir pozitif etkiye yol açacağı elmas modelinin dikkat çektiği önemli noktalarından biridir. Bir ülkenin iç pazarındaki güçlü ve dinamik ilgili ve destekleyici endüstriler, firmaların global rekabet gücü üzerinde pozitif etki yapar. Ticari veya sektörel birliktelikler de kümelenmelerin üyeleri olarak kabul edilir.⁷

Tekirdağ Hayrabolu ilçesindeki 11 kadar küçük işletme bir araya gelerek KOSGEB desteği ile ORTKA adı altında ortak makine kullanımına imkan veren bir tesis kurmuşlardır. Az sayıda çalışanı olan işletmeler için büyük maliyetler oluşturan bazı makinelerin içinde bulunduğu ORTKA'dan tüm üreticiler makul ücretler karşılığında faydalanabilmektedir. Firmaların ortak makine kullanımının faydalarını anlamış olup işbirliğine gitmiş olmaları kümelenme faaliyetleri için önem arz etmektedir.

Tarım makineleri üreticilerinin uzun yıllardır Bölgede faaliyet göstermeleri mevcut işletmelere ve sektöre yeni gelecek firmalara avantaj sağlamaktadır. Ana hammaddeler Bölge dışından tedarik ediliyor olsa da Bölgeden lojistik avantajları sayesinde üretim girdilerinin temininde bir sıkıntı yaşanmamaktadır.

Sivil Toplum Kuruluşları (+/-)

TARMAKBİR, Sektörü ulusal arenada temsil eden sektörün önde gelen derneğidir. Toplamda 220 üyesi olan TARMAKBİR'in

Trakya Bölgesindeki üye sayısı 16'dır. Tarım Makineleri sektörünün güçlenmesine paralel olarak TARMAKBİR'de ulusal düzeyde politikalara, strateji belgelerine etki eden bir kurum olma yolunda ilerlemektedir. TARMAKBİR'in Trakya ile ilgili önemli bir projeksiyonu olmasa da böyle bir derneğin varlığı ve Bölgedeki firmaların bir kısmının bu derneğin üyesi olması önemlidir.

Üniversite Özel Sektör İşbirliği (+/-)

Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi bünyesinde tarım makineleri bölümü bulunmaktadır. Üniversitede Tarım Makineleri bölümü olması gerçekleştirilmesi muhtemel Ar-ge çalışmaları için büyük avantajdır. Üniversite-sanayi işbirliğinin örnekleri henüz çok fazla görülmemiş olsa da, bu tarz çalışmaların yavaş yavaş başlıyor olması uzun vadede sektörün gelişmesi açısından umut vermektedir.

Tarım makinesi üreticilerinin genellikle küçük işletmeler olması, orta büyüklükteki işletmelerinde Ar-ge için yeteri kadar maddi kaynak ve insan kaynağı ayıramaması üniversite-sanayi işbirliğinin istenilen düzeyde olmamasının nedenlerinden biridir. Henüz mezun vermemiş olsa da Hayrabolu ilçesinde meslek yüksek okulu ve endüstri meslek lisesinde tarım makineleri bölümünün bulunması da özellikle insan kaynakları temini konusunda önemli bir avantaj sağlayacaktır.



Girdi Koşulları (+/-)

İnsan Kaynakları (+/-)

Tarım Makineleri sektörünün bölgede uzun yıllardır faaliyet gösteriyor olması, Trakya'da yetenekli ve imalat tecrübesi yüksek ustaların bulunması, gerekli parçaların üretilmesinde avantaj sağlamaktadır. Bununla birlikte işe yeni başlayan elemanlarda işe devam etme oranları düşüktür. Vasıfsız elemanlar diğer sektörlerdeki emsal işlere nazaran daha ağır çalışma şartları olan tarım makineleri sektöründe meslek sahibi olmak yerine daha basit işlerde çalışmayı tercih etmektedirler.

Bölgedeki eğitim kurumlarında ilgili bölümlerin olması ise insan kaynağı temini açısından bir avantajdır. Hayrabolu Endüstri Meslek Lisesindeki Tarım Teknolojisi bölümü ilk mezunlarını 2013'te verecektir, Hayrabolu MYO'daki Tarım Makineleri bölümü ise ilk mezunlarını 2012 yılında verecektir. Endüstri meslek lisesindeki makine teknolojisi ve metal teknolojisi alanlarının mezunlarının da Tarım makineleri sektöründe ara eleman olarak istihdam edilme şansı yüksektir. Meslek lisesi ve MYO'da ilgili bölümlerin olması ve bu bölümlerde yetişen öğrencilerin sanayicilerin beklentilerini karşılayacak düzeyde olması halinde orta vadede sektörde yetişmiş ara eleman temininde sıkıntı yaşanmayacaktır.

Sektörün yaşadığı en büyük sorun kalifiye eleman bulamamaktır. Tarım makineleri üreticileri Hayrabolu ilçesinde yoğunlaştığı ve bu ilçede tarım makinesi üretimi dışında sanayinin diğer kolları yeteri kadar gelişmediği için bu bölgede ilgili alanlardan mezun mühendis bulmakta zorluk yaşanmaktadır. Büyük üreticiler dahi en fazla 1 ya da 2 mühendis çalıştırabilmektedir. Nitelikli insan kaynağı temininde yaşanan sıkıntı Ar-ge için yeteri kadar kaynak ayırlanmasına neden olmakta ve dolayısıyla sektörün daha ileri teknoloji kullanımına geçişini zorlaştırmaktadır.

Hammadde (+/-)

Tarım Makinesi üretiminde önemli girdiler metal ve plastiktir. Ekim makineleri üretiminde girdilerin çok büyük kısmı yurtiçinden temin edilebilmekteyken, sulama makinelerinde ithal girdi oranı %50 civarındadır. Ekim makineleri üreticilerinin bazıları istedikleri kalitede üretim yapabilmek için özel plastik ürünleri ve işlenmiş çeliği yurtdışından temini tercih etmektedir. Trakya Bölgesinde coğrafi konumu ve ulaşım altyapısı ile yurtiçi ve yurtdışı hammadde temininde sıkıntı yaşanmamaktadır. Metal ve plastik fiyatları dünyada benzeri şekilde belirlendiği için her ne kadar bu girdilerin bulunmasında sorun olmasa da fiyatlardaki dalgalanmalar üreticileri etkilemektedir.



Teknolojik Altyapı (+)

Tarım makineleri sektöründe ülkemizdeki altyapı ve teknolojik imkanlarda herhangi bir sıkıntı görülmemektedir. "Bir tarım makinesi Türkiye'de üretilmiyorsa, bunun nedeni eksik imalat bilgisi, yetersiz teknoloji veya altyapı kısıtları olmayıp, üretim miktarına bağlı maliyet yüksekliği ve pazar darlığıdır."⁸

Trakya Bölgesindeki tarım makineleri üreticileri de ülke geneline nazaran daha ileri teknoloji kullanmaktadır. İşletmeler mevcut ihtiyaç duyulan ürünleri üretmekte bir sıkıntı yaşamamaktadırlar. Küçük üreticilerde otomasyon kullanımı yaygınlaşmamıştır ancak Hayrabolu'da kurulan ORTKA küçük üreticilere CNC'li (bilgisayar aracılığı ile otomatik işleme yapabilen) makine kullanabilme imkanı sunmaktadır. Lazer ve robot teknolojisi kullanımı her geçen gün yaygınlaşmaktadır.

7. GÜRPINAR, K., BARCA M., Türk Mobilya Sektörünün Uluslararası Rekabet Gücü Düzeyi ve Nedenleri, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, Ekim 2007.

8. ULUSOY E. vd., Traktör ve Tarım Makinaları İmalat Sanayinin Bugünü ve Geleceği.

TARIM MAKİNELERİ SEKTÖRÜ

Bölgedeki büyük üreticiler bilgisayar destekli tasarım ve üretim gerçekleştirmektedir. Bu sayede üretim süreçlerini hızlandırarak, zaman kayıplarını azaltmakta, standardizasyonu sağlayıp, verimliliği artırarak maliyetleri düşürmektedirler.

Talep Koşulları (+)

Dış Talep (+)

Tarım Makineleri sektörünün durumu tarım sektörünün durumu ile yakından ilgilidir. Son yıllarda artan gıda fiyatları ve tarım sektöründeki olumlu değişim, tarım makineleri sektörüne de olumlu yansımıştır. Trakya Bölgesi firmalarının ihracat rakamlarındaki artış ise ülke genelindeki ihracat rakamlarının üstünde gerçekleşmiştir. Özellikle 2011 yılında satışların çok iyi gittiğini belirten işletmeler yüksek doluluk oranları ile çalıştıklarını kapasitelerinin daha fazla olması durumunda daha fazla satış yapma imkanları olduğunu dile getirmişlerdir.

Bölgedeki tarım makineleri üreticilerinin en yüksek ihracat gerçekleştirdiği ülkeler Bulgaristan, Romanya, Azerbaycan'dır. Bu ülkelerle birlikte yaklaşık 20 kadar ihracatçı firma Avustralya'dan Kenya'ya, Sudan'dan Ukrayna'ya 40 civarında ülkeye tarım makinesi ihraç etmektedir.

İç Talep (+)

Ciddi bir tarımsal üretime sahip Türkiye hemen hemen bütün bölgelerinde tarım makinaları kullanımı sebebi ile iyi bir iç pazar potansiyeli sunmaktadır. Bölgedeki tarım makinelerine yurtiçinden olan talebin önemli bir kısmı Trakya Bölgesinden gelmektedir. Büyük üreticiler yurtiçi satış ve teknik servis ağı kurarak ülke genelinde satış yapmaktadırlar. Küçük firmalar, bölgelerindeki müşteriler üzerinde güven tesis etmiş ve kişisel ilişkiler ile satışlarını gerçekleştirmektedirler. Türkiye genelinde de benzer durum söz konusu olduğu için çiftçiler öncelikli olarak fiziksel açıdan kendilerine daha yakın olan üreticilerin makinelerini kullanmayı tercih etmektedirler.

Ülkemizde son dönemde verilen kırsal kalkınma destekleri artmıştır. Tarım sektörüne aktarılan desteklerin artması sonucu ülke genelinde ve Trakya Bölgesi özelinde tarım makinelerine olan talepte artış gözlenmiştir.

Devlet (+)

Mali Destekler (+)

Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından uygulanan kırsal kalkınma destekleri son yıllarda artış göstermiştir. Makine sektörü strateji belgesine göre Kırsal kalkınma destekleri ile tarım makineleri sanayinin gelişmesine katkı sağlanmıştır, aynı zamanda tarım makineleri sektöründe işgücü artmıştır. Tarım Bakanlığı destekleri ile beraber tarım makineleri üreticilerine yönelik KOSGEB, Kalkınma Ajansı, TÜBİTAK gibi kurumlarında destekleri devam etmektedir. Tarım makinesi üreticilerine verilen destekler sektörün rekabet gücünü artırma yolunda önemli bir rol oynamaktadır. 2002'den 2010 yılına kadar olan dönemde tarıma verilen destekler 3 katına çıkmıştır. Desteklerin bu derece artması tarım sektörünü ve dolayısıyla tarım makineleri sektörünü olumlu etkilemektedir.



2002-2010 Yılları Tarıma Ayrılan Kaynaklar

Konusu	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Tarımsal Destekleme Ödemeleri (TKB) (Milyon TL)	1.868	2.804	3.084	3.681	4.789	5.628	5.826	4.938	5.605
Tarımsal Kredi Faiz Desteği (Ziraat Bankası) (Milyon TL)	0	0	2	36	147	223	404	476	532
Tarımsal Ürünlerin Alımına İlişkin Sübvansiyon (TMO) (Milyon TL)	550	296	190	152	186	232	437	418	1.369
Tarımsal Ürünlerin İhracat Desteği (DFIF) (Milyon TL)	136	126	89	113	144	178	165	250	302
Tarımsal Amaçlı Kooperatiflere Kredi Desteği (TKB) (Milyon TL)	16	18	77	90	95	79	94	132	139
Tarımsal KİT'lere Sermaye Desteği (Milyon TL)	107	191	109	45	67	65	120	111	192
Ziraat Bankası ve Tarım Kredi Koop. Aciz Vesikası Ödemeleri (Milyon TL)	55	34	22	10	23	67	100	102	129
GAP Kırsal Kalkınma ve GAP ile DAP Hayvancılık İşletme Destekleri (TKB) (Milyon TL)	0	0	0	0	0	0	0	85	108
Diğer Tarımsal Desteklemeler (TEKEL, 2090 Sayılı Kanun, TSK Kredi Faiz) (Milyon TL)	40	50	50	46	37	45	34	256	53
Toplam Tarıma Verilen Destekler Tutarı (Milyon TL)	2.772	3.519	3.623	4.173	5.488	6.517	7.180	6.767	8.429
GSMH (GSYH) İçindeki Oranı (%)	0.79	0.77	0.65	0.64	0.72	0.77	0.76	0.71	0.82

Kaynak: Tarmakbir Sektör Raporu

Tarım Makineleri Sektörü (+)

Devlet (+)

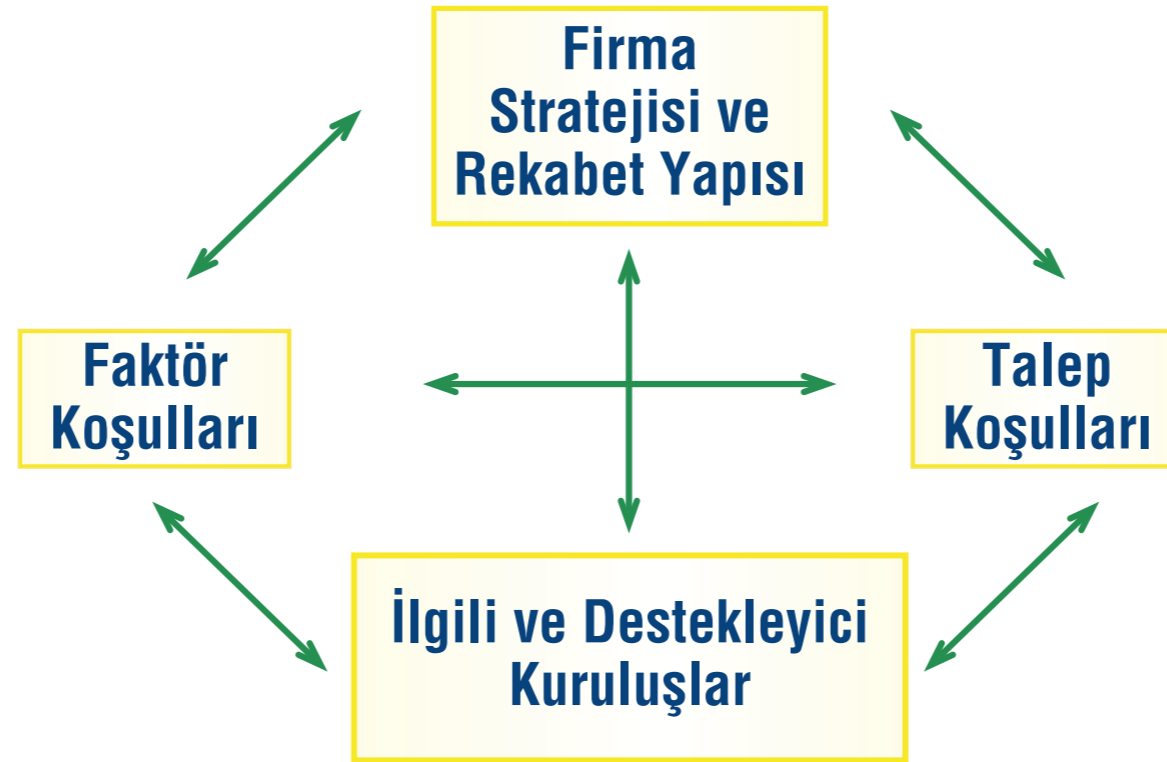
(+) Mali destekler

Firma Stratejisi ve Rekabet Yapısı (+/-)

(+/-) Sermaye
(+/-) Rekabet
(+/-) Markalaşma

Girdi Koşulları (+/-)

(+/-) İşgücü
(+/-) Hammadde
(+) Teknolojik altyapı



Talep Koşulları (+)

(+) Dış talep
(+) İç talep

İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar (+)

(+) Kümelenme
(+/-) Sivil toplum kuruluşları
(+/-) Üniversite özel sektör işbirliği



TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜ

GİRİŞ

Emek yoğun bir sektör olarak istihdama katkıda bulunan tekstil sektörü, Türkiye ihracatında önemli bir rol oynamaktadır. Tekstil-hazır giyim sanayisi üretim sürecine göre emek yoğun ve sermaye yoğun olarak ayrılmaktadır. Tekstil sektörünün mamul tekstil ve dikilmiş ürün yan dalları emek yoğun olarak tanımlanırken, elyaf, iplik ve ham tekstil düzeyi sermaye yoğun sektör olarak tanımlanmaktadır.

Tekstil ve hazır giyim sanayi, birbirleri ile olan etkileşimleri ve

hazır giyim sanayinin üretim ve dağıtım zincirinden kaynaklanan yakın ilişki nedeniyle çoğu zaman birbiri yerine de kullanılan iki terim olarak karşımıza çıkmaktadır. Tekstil sadece iplik ve kumaş üretimi anlamına gelmemekte, halıcılık, otomotiv, yangın söndürme hortumları gibi birçok farklı alanda da kullanılmaktadır. Çok gelişmiş otomasyon tesislerinde iplik eğirme, dokuma ve örme gibi çok çeşitli ve farklı teknikler bir arada bulunmaktadır (Mittelhauser, 1997: 24- 25).

Sektör genel olarak aşağıda yer alan şekilde sınıflandırmaya tabi tutulmaktadır.

Tablo 1: Tekstil ve Hazırgiyim Sektörü Sınıflandırması

I. İplik Grubu	II. Mensucat Grubu	III. Hazır Giyim Grubu	IV. Ev Tekstili ve Halı
<ul style="list-style-type: none">• Kısa elyaftan iplikler<ul style="list-style-type: none">- pamuk- diğer• Uzun elyaf ve iplikleri<ul style="list-style-type: none">- suni ve sentetik- yün	<ul style="list-style-type: none">• Dokuma<ul style="list-style-type: none">- Denim dışı pamuklu dokuma- Denim- Suni sentetik dokuma- Diğer• Örme• Dokunmamış• Diğer	<ul style="list-style-type: none">• Örme<ul style="list-style-type: none">- İç Giyim- Dış Giyim<ul style="list-style-type: none">-- Triko-- Diğer- Spor giyim- Çorap- Diğer• Dokuma<ul style="list-style-type: none">- İç giyim- Dış giyim<ul style="list-style-type: none">-- Denim-- Diğer- Spor giyim- Diğer• Hazır giyim aksesuarları	<ul style="list-style-type: none">• Ev Tekstili• Makine Halısı

Öte yandan, tekstil ve hazırgiyim sanayii, Avrupa Topluluğu ekonomik faaliyet sınıflandırmasında, Nace Kodu DB 17 ve 18 şeklinde kategorize edilmektedir.¹

Tablo 2: Avrupa Birliği NACE Kodu Sistemine Göre Tekstil ve Hazırgiyim Sınıflandırması

17	Tekstil ürünleri imalatı
17.1	Tekstil elyafının hazırlanması ve eğrilmesi
17.11	Doğal ve sentetik pamuk elyafının hazırlanması ve eğrilmesi
17.12	Doğal ve sentetik yün elyafının hazırlanması ve eğrilmesi
17.13	Doğal ve sentetik kamgarn elyafının hazırlanması ve eğrilmesi
17.14	Doğal ve sentetik keten elyafının hazırlanması ve eğrilmesi
17.15	Tarak döküntüsü dahil, ipek atılması ve işlenmesi; sentetik ya da yapay iplik elyafının atılması ve işlenmesi
17.16	Dikiş ipliği imalatı
17.17	Diğer tekstil elyaflarının hazırlanması ve eğrilmesi
17.2	Dokuma
17.21	Pamuklu dokuma
17.22	Yünlü dokuma
17.23	Kamgarn dokuma
17.24	İpekli dokuma
17.25	Diğer dokumalar
17.3	Dokumanın aprelenmesi
17.4	Giyim eşyası dışındaki hazır tekstil ürünleri imalatı
17.5	Diğer tekstil ürünleri imalatı
17.51	Halı ve kilim imalatı
17.52	Halat, ip, sicim ve ağ imalatı
17.53	Giyim eşyası hariç, dokuma olmayan kumaş ile bundan yapılan ürünlerin imalatı
17.54	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer tekstil ürünlerinin imalatı
17.6	Trikotaj (örme) ve tığ-ışi kumaş imalatı
17.7	Trikotaj (örme) ve tığ-ışi ürünlerin imalatı
17.71	Trikotaj (örme) ve tığ-ışi çorap imalatı
17.72	Trikotaj (örme) ve tığ-ışi kazak, hırka vb. imalatı
18	Giyim eşyası imalatı; kürkün işlenmesi ve boyanması
18.1	Deri giyim eşyası imalatı
18.2	Diğer giyim eşyası ve aksesuarların imalatı
18.21	İş giysisi imalatı
18.22	Diğer dış giyim eşyaları imalatı
18.23	İç giyim eşyası imalatı
18.24	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer giyim eşyası ve aksesuarların imalatı
18.3	Kürkün işlenmesi ve boyanması; kürk mamulleri imalatı

TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜ

Dünyada Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü

Tekstil ve hazır giyim, üretim sektörleri içinde yüksek istihdam ile katma değer ortaya çıkarması nedeniyle ekonomik kalkınma sürecinde önemli bir alan olup, aynı zamanda, dünyanın sanayileşme sürecine önemli katkılar sağlamıştır. Özellikle, İngiltere, Japonya ve Kuzey Amerika'nın bazı bölgelerinin endüstrileşmesinin ilk aşamalarında çok önemli bir rol oynamıştır.

Tekstil ve hazır giyim, dünya ticaretinde ve üretiminde önemli bir yere sahiptir. Günümüzde 150'yi aşkın ülke tekstil ve hazır giyim tedarikinde bulunmaktadır (DTÖ, 2007). Sektörde emek-yoğun teknoloji kullanılmakta olup, dünya genelinde birçoğu kadın olmak üzere vasıfsız işçi istihdam edilmektedir. Dünya istihdamında sanayi yüksek payı ile gelişmekte olan ülkelerde sosyal bir role de sahiptir (TGSD, 2008; İTKİB, 2008). Çin, Tayvan, Güney Kore, Tayvan ve Türkiye dünyanın önde gelen tekstil ihracatçılarıdır. AB ülkeleri ise sektör lideri konumundadırlar (son gelişmelerde sadece İtalya konumunu

korumuş, Almanya, İngiltere ve Fransa Pazar paylarını kaybetmişlerdir) (DTÖ, 2007). Hazır giyimde görünüm daha farklıdır. Çin en büyük ihracatçıdır; ancak iki gelişme oldukça dikkat çekicidir, bunlardan ilki Hong Kong, Tayvan ve Kore'nin ihracat paylarının gerilemesi, diğeri ise Meksika ve Türkiye'nin paylarının yükselmesidir. Bu sadece düşük maliyetli ancak taleplere hızlı cevap verebilen ve tüketici taleplerine göre üretim yapabilen ülkelere olan eğilimin bir yansıması olmayıp AB-Türkiye arasındaki Gümrük Birliği ve ABD-Meksika arasındaki Serbest Ticaret Anlaşmasının da bir sonucu olarak değerlendirilmelidir. Bölgesel işbirlikleri ticaret üzerinde kolaylaştırıcı ve hızlandırıcı bir etki yaratmaktadır (Owen, 2001). ABD ve Batı Avrupa'daki perakendeci işletmeler yakınlık dinamikleri çerçevesinde dört haftada teslim edebilececek, aynı moda eğilimlerini takip eden, kaliteli ancak daha düşük maliyetli tedarik yönelmektedirler. Bu eğilimin bir parçası olarak Kuzey Amerika'da Meksika güçlenirken, Kore ve Tayvan Pazar paylarında gerileme yaşamaktadırlar. Aynı şekilde Avrupa Birliği de Türkiye, Orta ve Doğu Avrupa ve Kuzey Afrika ülkelerine yönelmektedir (Owen, 2001).²

Tablo 1: Hazır giyimde Lider İhracatçılar (2006)

Sıra	İhracatçı Ülke	Milyar ABD Doları	Dünya İhracatındaki Payı (%)
1	Avrupa Birliği ³	105.3	33.8
2	Çin	95.4	30.6
3	Hong Kong	28.4	9.1
4	Türkiye	13.5	4.3
5	Hindistan	10.2	3.3
6	Bangladeş	7.8	2.8
7	Meksika	6.3	2.0
8	Endonezya	5.7	1.8
9	ABD	4.9	1.6
10	Vietnam	4.8	1.7
11	Romanya	4.4	1.4
12	Tayland	4.3	1.4
	Dünya Toplam	311.4	100

Kaynak: 2007 Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) İstatistiklerinden uyarlanmıştır.

2. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Yılı:7 Sayı:13.

3. AB içi (83,4 milyar ABD doları) ve AB dışı (21,9 milyar ABD doları) ticaretin toplamı.

Bugün tekstil ve hazır giyim sanayi geliştirmekte olan ülkelerde ekonominin ana istihdam yaratıcısıdır (Gelb, 2007). Sektörde küresel olarak kaç kişinin çalıştığını tahmin edebilmek oldukça güçtür. Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Örgütü (UNIDO) verilerine göre 26.5 milyon kişi bu alanda istihdam edilmektedir. 13 milyon hazır giyimde, 13.5 milyon tekstil sektöründe çalışmaktadır. Bu kişiler sadece imalat aşamasında istihdam edilmektedir. Perakende ve diğer destekleyici sektörlerle birlikte altı ülkede toplam 100.000 kişinin istihdam edildiği tahmin edilmektedir. Çin'de ise 7.5 milyon kişinin istihdam edildiği tahmin edilmektedir (UNIDO, 2006).

Türkiye'de Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü

1980'li yılların başında Türkiye'nin sahip olduğu ucuz hammadde, işgücü ve önemli pazarlara yakınlığı, tekstil ve konfeksiyon sektörünü ekonominin lokomotif sektörü haline getirmiştir. Bunun yanı sıra, Türkiye ile AB arasındaki Ortak Gümrük Birliği anlaşması bu sektörlerin önemini daha da artırmıştır. Bu gelişmelere bağlı olarak, son 20 yıllık dönemde

Türkiye tekstil ve konfeksiyon sektörü üretiminde önemli gelişmeler kaydedilmiştir (Hatırlı, 2003: 91).

Türkiye'de 24 Ocak 1980 Kararları sonrasında ihracata yönelik sanayileşme stratejisinin izlenmesiyle birlikte hızla gelişen sektör, bu yıllarda ülke ihracatında yaşanan artışın da asıl kaynağı olmuştur (Erüygür, 2004: 6).

Tekstil sektörünün bütün yan sanayileri değerlendirilmeye alındığında sektörde 710.303 kişinin kayıtlı çalıştığı görülmektedir.

Türk hazır giyim sektörü ile dünyada ihracat alanında 7. sırada yer almaktadır. Türkiye ihracatın büyük bir kısmını AB ülkeleri ile gerçekleştirmektedir.⁴ En çok tekstil ihracatı yapılan ülkeler arasında, Almanya, İngiltere, Fransa, İspanya ve Hollanda yer almaktadır. Üretilen hazır giyim ürünlerinin büyük bir kısmını pamuklu ürünler oluşturmaktadır. Sektörün hammadde ihtiyacının tamamı yurtiçinden karşılanmamakla birlikte, pamuk, yün, iplik gibi ara mal ve hammaddeler ithal edilmektedir.

Tablo 2: Tekstil Sektörü İhracat Oranları (2010)

Yıl	Tekstil İhracatı (1000 \$)	Tekstil Genel İhracat Payı
1998	2.468.114	9,1
1999	2.463.618	9,3
2000	2.549.929	9,2
2001	2.797.693	8,9
2002	2.917.224	8,1
2003	3.562.462	7,5
2004	4.434.728	7,1
2005	4.807.143	6,5
2006	5.403.521	6,3
2007	6.363.918	5,9
2008	6.640.492	5,0
2009	5.374.208	5,3

Kaynak: DTM, Şubat 2010

4. İGEME, Tekstil Rapor.

TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜ

1998 yılı ile 2009 arasındaki rakamlar incelendiğinde, tekstil ihracatının arttığı ancak genel ihracat içindeki payının düştüğü gözlemlenmektedir. Ancak 2010 yılının Ocak-Haziran döneminde tekstil sektörünün toplam ihracattaki payı %5,7'ye, 2011 yılında ise %6,2'ye çıkmıştır.⁵ Küresel düzeyde ekonomik koşullardaki gelişmeler tekstil sektörünü de etkilemiştir. Özellikle Çin'in Dünya Ticaret Örgütü'ne üye olmasından sonra Türkiye gibi birçok ülkenin pazardaki payları daha ucuz işgücü sağlayan

Asya ekonomilerine kaymıştır.

Tekstil sektörünün ihracat içinde aldığı pay düşmektedir ve kapasite kullanım oranı değişim göstermektedir. 2010 yılında %78,6 olarak ölçülen kapasite oranı 2011 Haziran ayında %75,9'a düşmüştür. 2010 yılı kapasite kullanım oranları ile karşılaştırıldığında en düşük kapasite oranı %75,9 ile 2011 yılının ilk yarısındadır.

Tablo 3: Türkiye Tekstil Ürünleri Ve Giyim Eşyası İmalatında Kapasite Kullanım Oranları

Yıllar	Tekstil ürünleri imalatında kapasite kullanım oranı %	Yıllık Değişim %	Giyim eşyası imalatında kapasite kullanım oranı %	Yıllık Değişim %
2008	75,7	-7,1	80,2	-4,1
2009	67,5	-10,8	67,3	-16,1
2010	80,1	18,7	78	15,9
2010 Haziran	78,6		75,1	
2011 Haziran	75,9	-3,4	77,3	2,9

Kaynak: TCMB, 2011⁶

Son yıllarda yaşanan ekonomik kriz sebebi ile sektörün kapasite kullanım oranının gerileme göstermesi şaşırtıcı bir unsur değildir. Krizlere bağlı olarak üretim azaltılması, üretime ara verilmesi ve üretimin yurtdışında girdi koşullarının daha ucuz olduğu yerlere doğru kaydırılması gözlemlenmektedir. Bu nedenle sektörün daha fazla katma değer üretebilmesi için AR-GE çalışmalarını hızlandırması ve fason üreticilik statüsünden markalaşma çalışmaları ile yaratıcı üretici statüsüne geçişi önemlidir.

Trakya'da Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü

Trakya bölgesi coğrafi konumu ve İstanbul ili'ne olan yakınlığının etkisi ile, Tekirdağ ili'nde ağırlık olmak üzere büyük ve orta

ölçekli tekstil ve hazır giyim et göstermeye başlamıştır. Özellikle Çorlu ve Çerkezköy ve Lüleburgaz ilçeleri sektör oyuncularının yoğun bir şekilde faaliyet gösterdiği merkezler olarak ön plana çıkmaktadır. Bu durum, Bölge'nin toplam sanayi portföyüne de yansımıştır. Nitekim Bölgede faaliyet gösteren sanayi tesislerinin önemli bir bölümü tekstil ve hazır giyim işletmelerinden oluşmaktadır.

Türkiye genelindeki tekstil sektöründe çalışan firmaların %2,5'ini Trakya Bölgesi'nde yerleşik bulunmaktadır. Öte yandan Bölge toplam tekstil istihdamının %10'unu oluşturmaktadır. Bu veriler göz önünde bulundurulduğunda Trakya Bölgesi'nde tekstil sektörü hazır giyim sanayisinde yoğunlaşmaktadır.

Tablo 4 : Türkiye, TR21, Tekstil sektörü çalışan ve firma sayıları, 2010

	Firma Sayısı	Çalışan Sayısı
Türkiye	38.843	710.303
TR21 Tekirdağ Kırklareli Edirne	693	72.282

Kaynak: SGK

Bu çerçevede Trakya Bölgesi'nde tekstil sektörünün rekabet edebilirliğini artırıcı unsurlar Türkiye ve dünyada tekstil sektörü şartları ile karşılaştırmalı olarak incelenmiştir.

Girdi Koşulları

Girdi koşulları aşağıdaki değişkenlerden oluşmaktadır.

- Hammadde
- İşgücü
- Enerji
- Su
- Makine Kullanımı ve Teknoloji
- Coğrafi Konum

Hammadde (+)

Trakya Bölgesi sahip olduğu iklim koşulları sebebi ile pamuk üretimine elverişli değildir. Bölgede faaliyet gösteren tekstil ve hazır giyim oyuncuları hammadde ihtiyaçlarının büyük bir kısmı yurtdışından karşılamaktadır. Çukurova, Harran ve İzmir Bölgeleri'nde Türkiye tekstil hammadde ihtiyacını karşılayan önemli üretim merkezlerindedir. Tekstil ürünleri toplam üretim maliyeti içinde hammadde maliyetinin %50'nin üzerinde olduğu aktarılmaktadır.

Tablo 5 : Tekstil maliyet bileşenleri Türkiye ortalaması

Maliyet Kalemleri	İplik Türkiye Ortalaması	Dokuma Kumaş Türkiye Ortalaması	Örme Kumaş Türkiye Ortalaması	Ev Tekstil Türkiye Ortalaması	Türkiye Ortalaması
Ana Hammadde %	60	55	73	46	58
Tali Hammadde ve Aksesuar %	4	6	2	12	6
Direkt İşçilik	11	11	9	16	12
Enerji ve su giderleri %	12	11	8	6	9
Finansman ve Amortisman Giderleri %	8	8	4	11	8
Diğer Maliyet Unsurları %	5	9	4	9	7
Toplam	100	100	100	100	100

Kaynak: İTKİP⁷

5. İTKİB, Tekstil Sektörü İhracat Performans Değerlendirmesi Ocak-Haziran 2011.
6. İTKİB, Tekstil Sektörü İhracat Performans Değerlendirmesi Ocak-Haziran 2011.

7. İTKİB, Yeni Rekabet Ortamında Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü, oranlar İTKİB ArGe Bölümü tarafından anketle tespit edilmiştir.

TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜ

Tablo 6: Hazır giyim Maliyet Bileşenleri Türkiye Ortalaması

Maliyet Kalemleri	Dokuma Kumaş Türkiye Ortalaması	Örme Kumaş Türkiye Ortalaması	Çorap Türkiye Ortalaması	Türkiye Ortalaması
Ana Hammadde %	43	44	55	47
Tali Hammadde ve Aksesuar %	12	11	5	10
Direkt İşçilik %	28	29	20	26
Finansman ve Amortisman Giderleri %	4	7	9	7
Diğer Maliyet Unsurları %	12	9	11	10
Toplam %	100	100	100	100

Kaynak: İTKİP

Hammadde maliyetlerinin tekstil ve hazır giyim sektörünü doğrudan etkilemektedir. Diğer bir ifade ile, genel olarak tekstil sektöründe üretim maliyetlerinin yaklaşık yarısını hammadde maliyetlerinin oluşturduğu dikkate alındığında, tekstil ve hazır giyim sektöründe rakip ülkelerle rekabet edebilmede hammadde maliyetlerinin önemi açık bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Hammadde maliyetleri bakımından eğirme, dokuma (pamuk ipliği) ve örmede (ring ipliği) ABD, polyesterde, dokumada (tektüre ipliği) ve örmede ise Endonezya en avantajlı ülke konumundadır. Türkiye ise söz konusu hammadde maliyetleri bakımından ikinci sırada yer alarak rakiplerine göre önemli bir avantaj sağlamaktadır. Türkiye dünyada önde gelen pamuk üreticileri arasında 8. sırada yer almaktadır.⁸ Ancak, Türkiye'nin üretmiş olduğu pamuk, tekstil sektörünün ihtiyacını karşılamakta yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle, sektörün ana hammaddesi olarak kullanılan pamuğun belirli bir kısmı yurt dışından ithal edilmektedir. Ayrıca, sektörün temel sorunlarının başında tekstil sektörünün en temel hammaddesi olan pamuk fiyatlarının yüksekliği gelmektedir.

2009-2010 yıllarında Cotlook A indekse göre pamuk fiyatları Türkiye'de dünya ortalamasının üstündeyken, 2011 yılı başından beri pamuk fiyatları düşme eğilimindedir. Türkiye ve dünya

pamuk fiyatları arasındaki fark Eylül ayı verileriyle %3,15 olarak tespit edilmiştir.⁹

İşgücü (+/-)

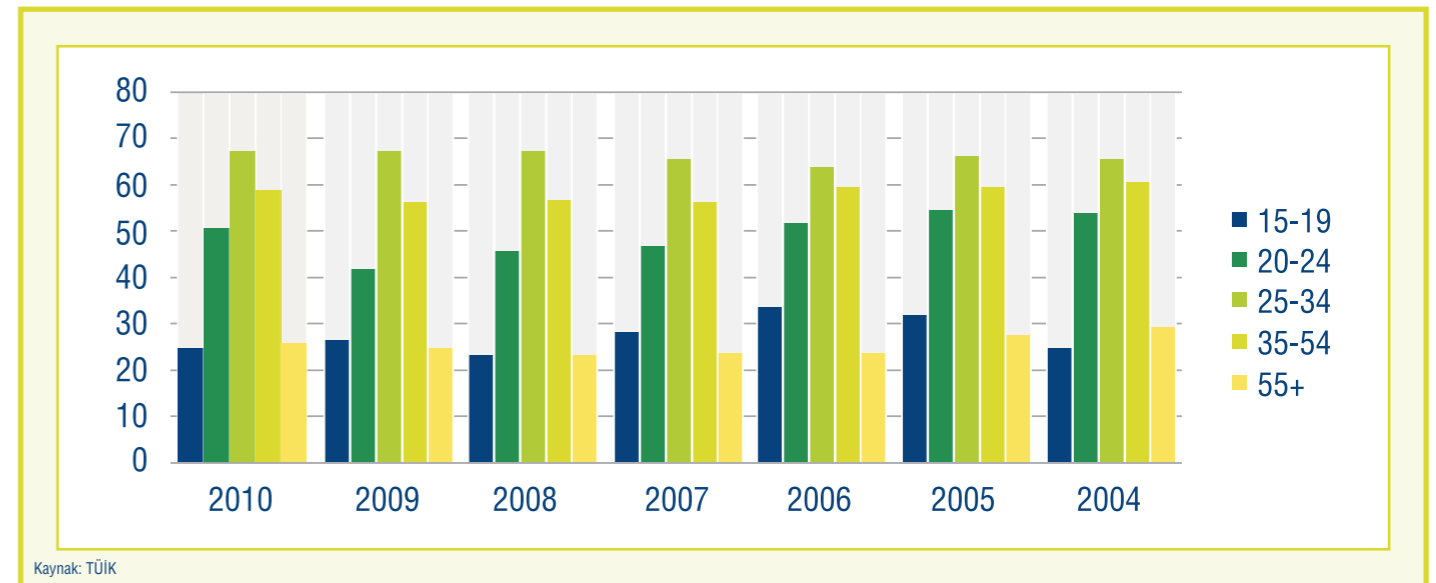
Emek yoğun bir yan sanayi olan hazır giyim tekstil sektörünün en çok istihdam yaratan alanlarından biridir. Trakya Bölgesi'nde NACE koduna göre belirlenen firma listesinde tekstil ve hazır giyim sektörleri 72.282 kişi için istihdam yaratmaktadır. Bu rakam Türkiye'deki toplam tekstil istihdamının yaklaşık olarak %10'unu oluşturmaktadır. Özellikle Trakya Bölgesi'nde 90 yıllar sırasında gelişen sanayi ile Bölge Türkiye'nin diğer bölgelerinden göç almaya başlamıştır ve Tekirdağ ili için göç hızı Türkiye ortalamasının üzerindedir.



Trakya Bölgesi'nin beşeri sermaye alanında bir diğer avantaj aktif çalışan nüfusun Türkiye ortalamasının üzerinde olmasıdır. Bölge nüfus piramidi orta yaş grubunda yoğunlaşmaktadır. Aktif nüfus oranının Türkiye ortalaması %67 iken, Trakya

Bölgesi'nde bu oran %71 oranlarındadır. Bu verilerler bağlantılı olarak İŞKUR Tekirdağ İşgücü Piyasası Analiz Çalışması'na göre Türkiye'de işgücüne katılım %47,9 iken Tekirdağ ili %56 ile birçok bölgeden daha ön sırada bulunmaktadır.

Şekil 1: TR21 Trakya Bölgesi geniş yaş grubu ve yıllara göre istihdam oranı, 2011



Kaynak: TÜİK

Bölge'deki insan gücünün niteliği açısından, Kırklareli Üniversitesi'nde ve Namık Kemal Üniversitesi Çorlu ve Çerkezköy Meslek Yüksek Okulları'nda tekstil teknolojileri ve tekstil giyim ve deri bölümleri bulunmaktadır.

Öte yandan emek yoğun hazır giyim sektöründe rekabet gücünü artıran bir unsur yeterli insan kaynağının bulunması kadar iş gücü ücretlerinin düşük olmasıdır.

Türkiye'deki işgücü maliyeti Almanya, İtalya, ABD, Tayvan ve Hong Kong'dan düşüktür. Ancak Çin ve Hindistan ile karşılaştırıldığında işgücü maliyeti yüksektir. Türkiye'nin işgücü maliyeti AB'ye benzer yakınlık dinamiklerine sahip olan Tunus ve Fas'tan daha yüksektir. Bu durum ucuz insan gücü sağlayabilen Uzakdoğu ülkeleri karşısında Bölgenin rekabet gücünü olumsuz etkilemektedir.

Enerji (-)

Sektörün hammadde ve işgücü gibi önemli maliyetlerinden biri de enerjidir. Sektörün enerji tüketimi yıllar içinde artış göstermektedir. 2001 yılına ait olan rakamlardan yola çıkarak, işyeri sayısındaki artışla enerji tüketiminin de tekstil sektörü içinde artış göstermektedir. Dolayısıyla enerji fiyatlarındaki hareketlilik sektörü yakından etkilemektedir.

Türkiye'de enerji fiyatları diğer ülkelere kıyasla daha yüksek seyretmektedir. Sektörün bu nedenle enerji maliyetleri diğer ülkelere göre daha yüksek olmaktadır. Elektrik fiyatlarının yüksekliği sebebi ile enerji kaynağını çeşitlendirmeye yönelik sektör, diğer alanlarda (doğalgaz ve yakıt) dışa bağımlılık sebebi ile tedarikte istikrarsızlık yaşama riskini göze alamamakta, enerji fiyatlarındaki dalgalanmalar sektörü olumsuz etkilemektedir.

TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜ

Tablo 7: Seçilmiş ülkelerde sanayi enerji fiyatları, birim/\$,

Ülke	Doğal Gaz (107 kcal GCVe)	Kömür (ton)	Elektrik (KWH)
Çin	600.92		0.0776
Kanada	160.13		0.0699
İtalya	483.01	111.97	0.2581
Japonya		114.65	0.1544
Lüksemburg	449.67		0.1219
Portekiz	555.51		0.1203
İsviçre	661.55	155.37	0.1023
ABD	207.37	70.54	0.0679
Türkiye	407.27	83.68	0.1509

Kaynak: IEA¹⁰

Birim fiyatlar göz önünde bulundurulduğunda Türkiye'deki elektrik fiyatları birçok OECD ve AB ülkesinin üstünde bulunmaktadır. Katı yakıtların fiyatının daha düşük olması sektörü kömüre yönlendirmiştir ancak bu durumda çevresel sürdürülebilirlik açısından tehlike teşkil etmektedir.

önemli miktarda su kullanılmaktadır. Trakya Bölgesi'nde Çorlu-Çerkezköy-Muratlı-Burgaz aksında yoğunlaşan tekstil sektörü yer altı suyundan faydalanmaktadır. Ergene havzası içinde bulunan bu alandaki yer altı suyu değişimleri gözlem kuyuları ile takip edilmektedir. Kuyulardan 1990'lı yıllarda artan çekimlerle bağlantılı olarak bölgesel olarak su seviyesinin 10-12 metrelik düşüşler olduğu gözlemlenmektedir.¹¹

Su (+/-)

Özellikle tekstil ve hazır giyim sektöründe çalışan boya fabrikaları

Tablo 8: Yer altı suyu potansiyeli ve illere göre kullanımı

	Birim	Bölge Toplamı	Edirne	Kırklareli	Tekirdağ
Rezerv su potansiyeli	Hm ³	392.70	128.30	94.40	170.00
Fiili tahsis toplamı	Hm ³	318.00	108.00	56.50	153.50
Fiili tahsis (Sulama)	Hm ³	126.10	85.60	28.20	12.30
Fiili tahsis (içme+kul. + sanayi)	Hm ³	191.90	22.40	28.30	141.20
Kalan yer altı suyu rezervi	Hm ³	74.20	20.30	37.90	16.50

Kaynak: Ergene Havzası Koruma Eylem Planı, 2008

10. IEA, Key World Energy Statistics, 2011.

11. T.C. Çevre Orman Bakanlığı, Çevre Yönetimi Genel Müdürlüğü Meriç-Ergene Havzası Koruma Eylem Planı, p.53, 2008.

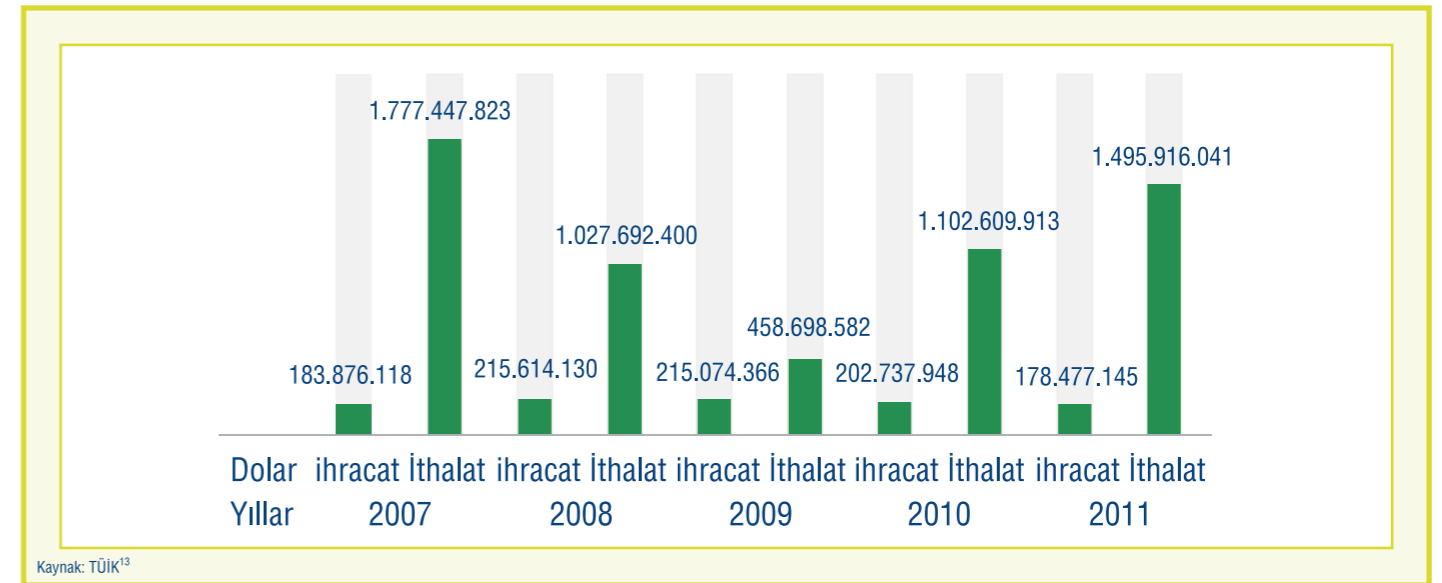
Çevre ve Orman Bakanlığı çalışmasında açıkça ortaya konduğu üzere Ergene Havzası'ndaki su kaynaklarında özellikle Ergene Nehri ve kollarında aşırı kirlenme tespit edilmiştir ve bu kirliliğin nedenlerinden bazıları endüstriyel atık suların arıtılmadan nehir ortamına bırakılmasıdır. Çorlu ve Muratlı ilçelerinde ise aşırı çekim tespit edilmiştir.¹² Havzadaki sanayi kaynaklı yer altı ve yerüstü suları kirliliği nedeniyle 1/100.000 ve 1/25000'lik planlarda su kaynaklarını korumaya yönelik maddeler konmuştur. Yeni getirilen düzenlemelerle birlikte tesislerin su kotası yoluyla kapasite artırımları engellenmektedir. Bu nedenle Bölge gelecek

yıllarda su kullanımı konusunda tekstil sektörü için sınırlı kaynaklar sunacaktır.

Makine Kullanımı ve Teknolojisi (-/+)

Türkiye'nin 2010 yılında tekstil ve hazır giyim makineleri ithalatı 2010 yılında 100.197.590 \$ olarak gerçekleşmiştir. İhracat rakamları ise 2009 yılından beri artış göstermektedir. Türkiye'nin tekstil makineleri alanında ithalat ve ihracat alanlarında en büyük ticaret partnerlerini Avrupa ülkeleri oluşturmaktadır.

Şekil 2: SITC Rev3 sınıflamasına göre dış ticaret, tekstil makineleri, Türkiye, 2007-2011,



Kaynak: TÜİK¹³

Tekstil ve konfeksiyon makinelerindeki arasındaki dış ticaret açığı Trakya Bölgesi'nde daha az düzeydedir. Bu kapsamda

Bölge içindeki üreticiler 2007 yılından itibaren yükseliş göstererek pazar paylarını artırmaktadırlar.

Tablo 9: Tekstil, giyim eşyası ve deri işlemede kullanılan makineler, ihracat ve ithalat,

Tekstil, giyim eşyası ve deri işlemede kullanılan makineler	2009		2010		2011	
	İhracat (\$)	İthalat (\$)	İhracat (\$)	İthalat (\$)	İhracat (\$)	İthalat (\$)
Edirne		20.505	5.812	14.457		10.550
Kırklareli	26.054	41.480	544.328	1.708	98.763	
Tekirdağ	4.991.244	11.466.010	9.170.785	16.270.913	9.646.170	16.487.297
Toplam	5.017.298	11.527.995	9.720.925	16.287.078	9.744.933	16.497.847

Kaynak: TÜİK

12. T.C. Çevre Orman Bakanlığı, Çevre Yönetimi Genel Müdürlüğü Meriç-Ergene Havzası Koruma Eylem Planı, p.64, 2008.

13. 2011 verileri geçicidir. SITC 7243,7244,7245,7246,7247.

TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜ

Bölgede sektörde faaliyet gösteren oyuncular görece yüksek teknoloji ile üretim yapmaktadır. Ayrıca sektör, operasyonlarında uluslararası standartlarda (yüksek kalite sistemleri vs. gibi) ileri düzey operasyonel üretim tekniklerini de kullanmaktadır.

Coğrafi Konum (+)

Tekstil sektöründe Türkiye'nin ihracat pazarının büyük bir kısmını Avrupa ülkeleri oluşturmaktadır. Trakya'nın coğrafi konumu sebebi ile pazara yakınlığı tekstil ve hazır giyim sektörü için lojistik bir avantaj doğurmaktadır. Bölge için diğer bir lojistik imkânı sunan unsur, Bölge'nin İstanbul'a olan yakınlığıdır. Trakya Bölgesi'nde gelişmekte olan lojistik imkânlar ayrıca sektörün dış pazarlara açılımı yönünden önem teşkil etmektedir.

Firma Stratejileri ve Rekabet Yapısı (+)

Firma stratejileri aşağıdaki değişkenlerden oluşmaktadır.

- Firma ve Örgüt Yapıları
- Rekabet



Firma Örgüt Yapıları (+)

Trakya'da faaliyet gösteren tekstil ve hazır giyim sektöründeki firmaların büyük çoğunluğunu orta ve büyük çaplı firmalar oluşturmaktadır. Firmalar, büyük siparişlerin yanı sıra küçük siparişleri de kısa zamanda karşılayacak yapı ve esnekliğe sahiptir. Ayrıca tedarikçiler ile ana oyuncular arasında güçlü ilişkiler mevcuttur. Ayrıca, Bölge'de faaliyet gösteren KOBİ ölçeğindeki firmalar, yönetim yapısı ve karar verme mekanizmasındaki hiyerarşi azlığı nedeniyle, özellikle hazır giyim firmalarına dolayısıyla da sektöre dinamizm kazandırmaktadır.

Türkiye'deki firmaların çoğu aile şirkettir ve aile üyeleri tarafından yönetilmektedirler. Yetişmiş yönetici ve profesyonel yönetim eksikliği yaşanmaktadır. Bu firmalarda yetki devri çok zor olmaktadır. Makine alımı, yatırımlar, müşterilere verilecek fiyatlar gibi kararlar firma sahipleri tarafından verilmektedir. Kısa vade kazanımları uzun dönemli planlamanın önündedir ve bu nedenle firmalar Ar-Ge yatırımı gibi uzun soluklu stratejiler geliştirememektedirler. Türkiye'de imalatçıların değişen moda eğilimlerine uyum sağlama esneklikleri ve yetenekleri Türkiye'nin rekabet gücü üzerinde önemli bir etkidir. Çin'in aksine, Türkiye güçlü bir kumaş pazarına sahiptir ve zaman içerisinde AB firmalarının kısa süreli ürün taleplerini karşılayacak kapasite ve yeteneğe erişmiştir. Türk firmalar çok kısa zamanda farklı ve yeni modelleri AB'li firmalara tedarik edebilmektedirler. Türkiye, tekstil ve hazırgiyim sanayinde farklı ürünlerde tedarik zincirinde güçlü olan birkaç ülkeden biri olarak kabul edilmektedir. Değişik ipliklerle üretilmiş paketli ürünleri müşterilere sunabilmekte, farklı dokuma ve örme ürünleri üretebilmekte ve tüm bu özellikler de Türkiye'ye farklı segmentlerde yeni ürün ve işlemleri gerçekleştirebilme ve birleştirebilme esnekliği vermektedir. Bu yetenek, tekstil sektöründeki maliyet avantajı ile birlikte rekabet gücünü yükseltmektedir. Çevrim süresi bir firmanın hem fiyat hem de

teslimat programını etkilediği için rekabet gücü üzerindeki en önemli etkenlerden biri olarak kabul edilmektedir. Çevrim süresindeki kesintiler yüksek ilk ürün temini, yüksek üretim, düşük işlem zamanları, düşük üretim süreci (Work- in- Process- WIP) ve son olarak maliyet ile ilintilidir. Türk firmaları tüm tedarik zincirinde çevrim sürelerini kısaltmak durumundadırlar. Zira hâlihazırda tüm üretim sürecinde çevrim süreleri oldukça yüksektir.¹⁴

Rekabet (+/-)

Türk tekstil ve hazır giyim sektöründe olduğu gibi Trakya'da faaliyet gösteren firmaların da üretim stratejileri büyük oranda fason üretim sistemine dayanmaktadır. Sektör, genellikle Avrupa ülkelerinin markalarını fason üretim olarak gerçekleştirmektedir. Bu sayede sektör önemli tecrübe ve bilgi birikimi kazanmıştır.

Ayrıca sektör, gelen siparişlere hızlı bir şekilde yanıt verebilmektedir. Diğer bir deyişle, sektörün uzun yıllar fasona dayalı üretim yapmasından dolayı firmalar üretimde esnekliğe ayak uydurmuştur. Bu da özellikle AB pazarına yakınlığın vermiş olduğu avantajla bu pazardaki firmaların üretimde zaman konseptini en uygun seviyede kullandırmıştır. Hızlı teslimat özellikle hazır giyimciler için şimdilik en önemli

avantajlardan birisi olarak görülmektedir.

Firmaların çok büyük bir kısmı düşük maliyet stratejilerini tercih etmektedirler. Ancak son yıllarda markalaşma ve yeni tasarım girişimlerinin arttığı görülmektedir. Özellikle ülke odaklı ihracat stratejileri ile firmaların pazar koşullarına uygun tasarım geliştirmeleri firmaların farklı pazarlarda rekabet gücünü artırmaktadır.

Talep Koşulları (+)

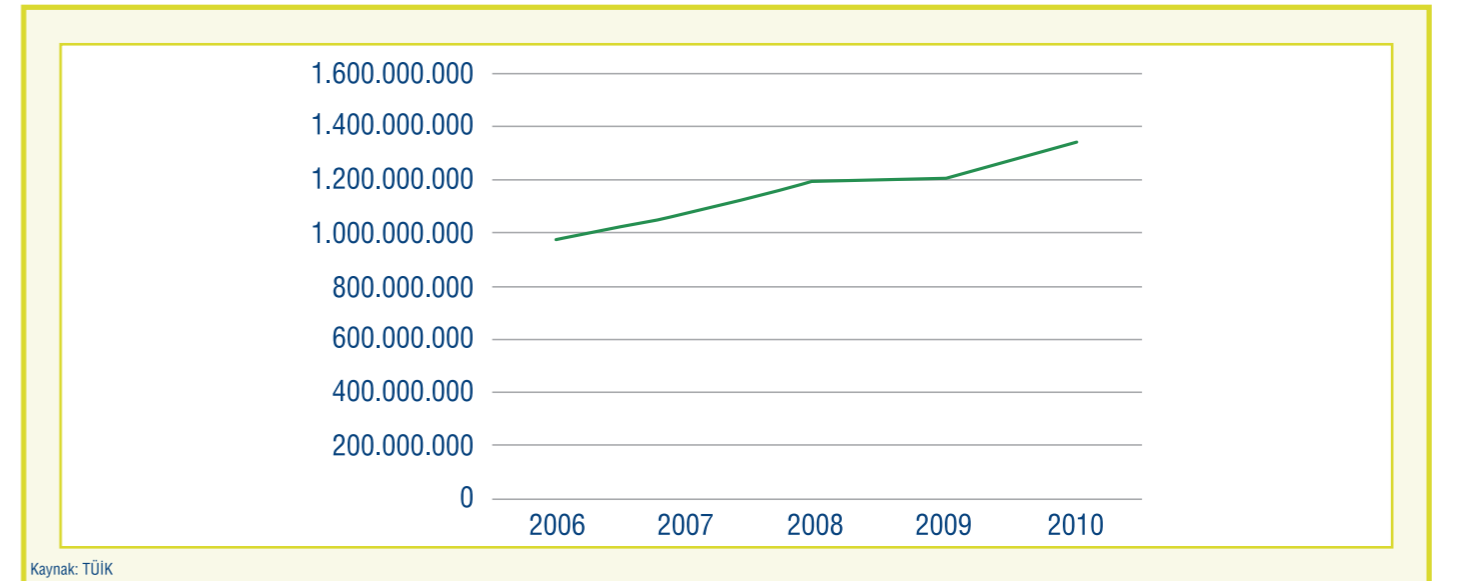
Talep koşulları aşağıdaki değişkenlerden oluşmaktadır.

- İç Pazar
- Dış Pazar

İç Pazar (+)

Tekstil ve hazır giyim sektöründe çoğu zaman ihracat potansiyeline dikkat çekilmesine rağmen Türkiye iç pazarı genç nüfusu ve artan geliri ile sektör için ciddi bir potansiyel oluşturmaktadır. Hazır Giyim Tüketim Endeksi Raporu'na göre 2011 Kış Dönemi (Eylül-Şubat) sonuçlarına göre hazır giyim harcamaları hem adet hem de harcama miktarında artış göstermektedir.¹⁵ Harcamaya göre %20 grup ayrımına göre toplam giyim harcaması Türkiye genelinde artma eğilimindedir.

Şekil 3: Harcamaya göre sıralı yüzde 20'lik grup ayrımında tüketim harcaması türleri, giyim toplam, YTL,



TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜ

Ayrıca, Trakya'nın İstanbul Metropolitan Alanı'nın hemen yanı başında yer alması sektör için ciddi bir iç pazar talebi anlamında gelmektedir.

Dış Pazar (-/+)

Türkiye'nin hazır giyim ve tekstil konfeksiyon sektörü ihracatında pazarının büyük bir kısmını AB Ülkeleri oluşturmaktadır. Coğrafi yakınlık ve kaliteli üretim nedeniyle Türkiye'deki firmalar AB

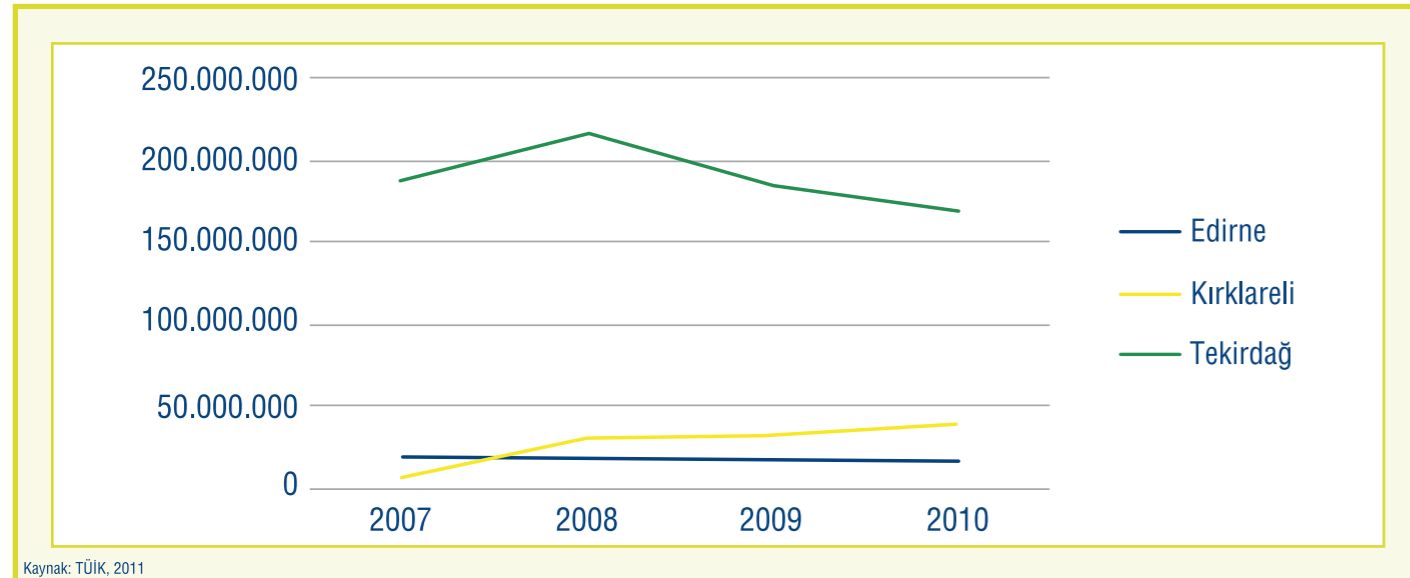
ülkeleri için geleneksel üreticiler haline gelmişlerdir. Türkiye ihracatında tekstil önemli pay tutmaktadır ve AB gibi dünyanın satın alma gücü yüksek en cazip pazarlarından birinin hemen yanı başında olması Trakya Bölgesi tekstil ve hazır giyim firmalarına ciddi bir lojistik avantaj da sağlamaktadır. Bu alanda il bazında ticaret potansiyeli incelendiğinde Tekirdağ ilinin ihracattan Bölge içinde en büyük payı aldığı görülmektedir. Son yıllarda ihracat miktarı Kırklareli'nde artmaktadır.

Tablo 10: İl ve fasillara göre dış ticaret, fasıl 51-52-53-54-55-56-57-58-59-60-61-62-63,

İl ve Fasillara Göre Dış Ticaret	2011 / \$
Edirne	6.801.036
Kırklareli	33.584.260
Tekirdağ	86.683.390

Kaynak: TÜİK, 2011

Şekil 4: İl ve fasillara göre dış ticaret, fasıl 51-52-53-54-55-56-57-58-59-60-61-62-63, Dolar,



Kaynak: TÜİK, 2011

Bölge bazında ticaret rakamları olumlu görünmekle birlikte uluslararası konjonktürde Çin gibi ucuz üretim yapan Uzak

Doğu Ülkeleri'nin de pazara girmiş olması, AB ülkelerinde yaşanan ekonomik kriz Türkiye pazarını daraltmaktadır.

İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar (+)

Firma stratejileri aşağıdaki değişkenlerden oluşmaktadır.

- Tedarikçiler
- Sivil Toplum Kuruluşları
- Moda Tasarım ve Ar-Ge Kurumlarının Faaliyetleri

Tedarikçiler (+)

Trakya'da yerleşik, tekstil ve hazır giyim sektörünün alt sektörleri (boya, aksesuar, ambalaj vs.) olarak nitelendirilen işletmelerin varlığı, sektörün tedarik zincirinin tam anlamıyla oluştuğunu göstermektedir. Sektör, bu yönü ile bir sıkıntı çekmemektedir. Ayrıca makine imalatçıları ve lojistik firmalarının da Bölge'de bulunması kümelenme için potansiyel olduğuna işaret etmektedir.

Sivil Toplum Kuruluşları (+)

Sektörde STK örgütlenmesi diğer sektörlerle karşılaştırıldığında oldukça etkindir. Öyle ki, sektör STK'ları, iyi örgütlenmiş sivil toplum kuruluşlarıdır. TGSD ve İTKİB sektörün öne çıkan sivil toplum örgütleridir. Ancak Bölge'de çok sayıda tekstil ve yan sanayi üreticileri bulunmasına rağmen bölgesel bir meslek birliği ya da sivil toplum yapısı bulunmamaktadır.



Moda, Tasarım ve Ar-Ge Kurumları (+/-)

Moda, Tasarım ve Ar-Ge Kurumlarının Faaliyetleri (+/-) Türkiye'de olduğu gibi Tekirdağ İli'nde tekstil ve hazır giyim sektörüne yönelik moda, tasarım ve Ar-Ge kurumlarının sayısı, çalışmalarının durumu ve özellikle de kalitesi, Avrupa'nın en büyük tekstil ve hazır giyim sanayi olan sektörün büyüklüğü ile karşılaştırıldığında yetersizdir. Bununla birlikte sektör bu eksikliğini görerek son yıllarda hızlı bir çıkışa başlamıştır. Özellikle ihracat odaklı ve fason üretim firmalar odaklı ülkeler seçerek koleksiyonlarını hazırlamaktadırlar. İhracatta coğrafi sınırlamalar ürünlerin tasarım olarak da bölge odaklı özelleştirilmesini sağlamaktadır. Öte yandan, ülke odaklı tasarımlar için yurtdışı tasarımcılarından da destek alınmaktadır.

Devlet (-)

Vergiler (-)

Türkiye'de istihdam vergilerinin işçilik maliyeti içindeki payı yüksektir. İstihdam vergileri bakımından 30 OECD ülkesinde yapılan karşılaştırmada Türkiye %42,8 oranı ile en yüksek noktada bulunmaktadır.¹⁶ Özellikle hazır giyim sektöründe, sektör maliyetlerinin büyük bir kısmı işçilik maliyetleri ile bağlantılıdır. Bu nedenle işçilik üzerindeki yüksek vergi oranı, ucuz işçilik sağlayan diğer ülkeler karşısında Türkiye'nin rekabetçiliğini olumsuz etkilemektedir.

TEKSTİL VE HAZIR GIYİM SEKTÖRÜ

Tablo 11: Çalışanın İşverene Maliyeti İçerisinde İstihdam Vergilerinin Oranı (%),

Ülke	Ortalama
Türkiye	42.8
Brezilya	33.1
İtalya	32.6
Fransa	30.6
Belçika	29.9
İsveç	28.1
Avusturya	17.6
Güney Kore	25.2
ABD	21.2
OECD	18.1
İsviçre	17.2
İngiltere	16.4
Japonya	16.2
Meksika	11.1

Kaynak: İTKİB, 2008

Teşvikler (+/-)

Tekstil sektörü içinde faaliyet gösteren küçük ve orta ölçekli işletmeler için KOSGEB ve Ekonomi Bakanlığı tarafından ticareti geliştirmeye ve kapasite artırılması ve AR-GE faaliyetleri için

finansal destek ve krediler verilmektedir. Ancak bölgesel düzeyde, Trakya Bölgesi'nin gelişmiş düzeyde bir bölge olması sebebiyle mevcut firmalara ve gelecek yatırımlara uygulanan teşvik'lerin oranı düşüktür.

Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü (+)

Devlet (+)

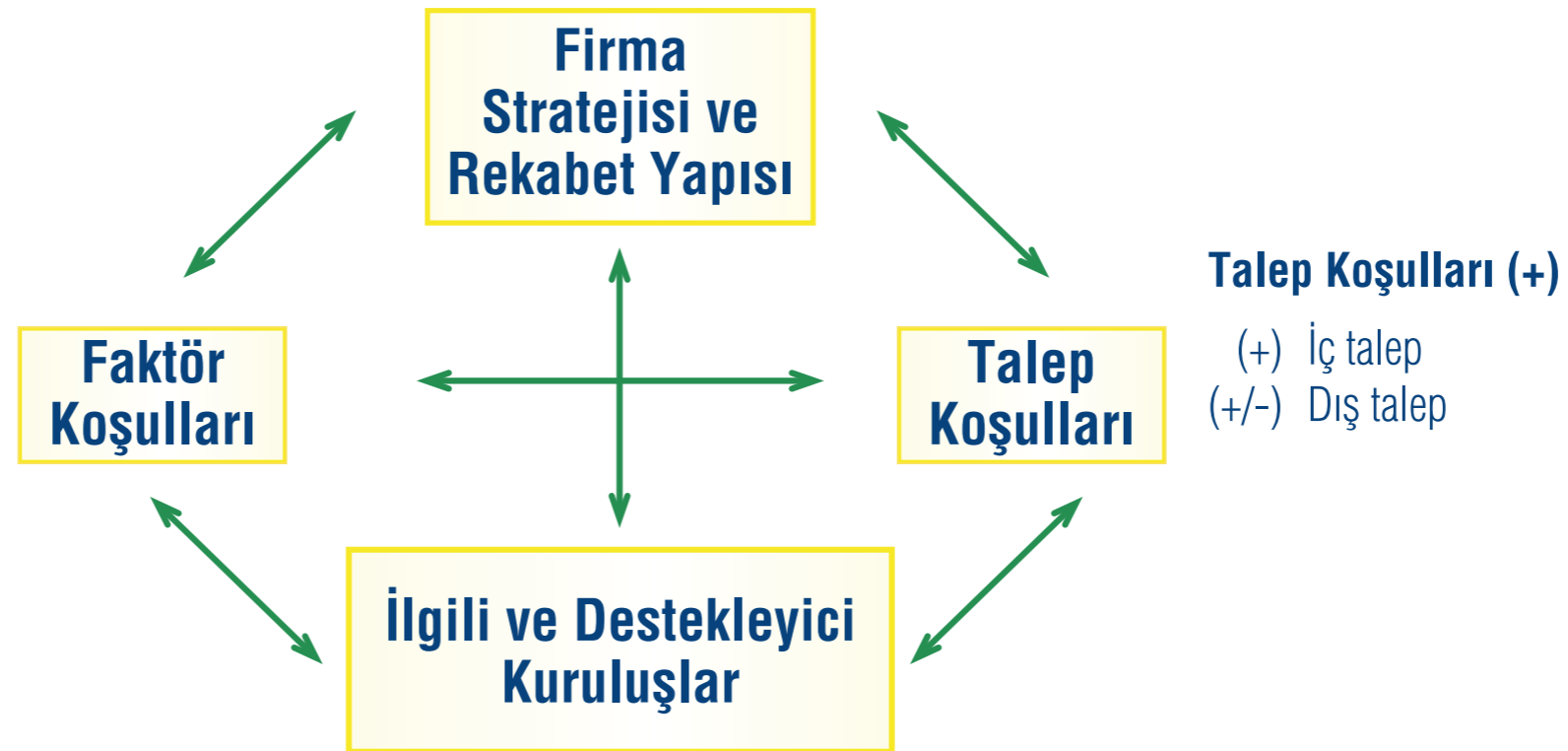
- (-) Vergiler
- (+/-) Teşvikler

Firma Stratejisi ve Rekabet Yapısı (+)

- (+) Firma yapısı
- (+/-) Rekabet

Girdi Koşulları (+/-)

- (+/-) Hammadde
- (+/-) İşgücü
- (-) Enerji
- (+/-) Su
- (+/-) Makine kullanımı ve teknolojisi
- (+) Coğrafi konum



Talep Koşulları (+)

- (+) İç talep
- (+/-) Dış talep

İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar (+)

- (+) Tedarikçiler
- (+) Sivil toplum kuruluşları
- (+/-) Moda, tasarım ve ar-ge kurumları



TURİZM SEKTÖRÜ

GİRİŞ

Turizmin ekonomik önemi ve bu açıdan ne kadar büyük bir potansiyele sahip olduğu 20. yüzyılın ortalarında anlaşılmasına karşın 1950'lere kadar kalkınma, büyüme ve zenginlik için yapılan küresel araştırmalarda turizm sektörü genellikle göz ardı edilmiştir (Crouch ve Ritchie, 1999: 138). II. Dünya Savaşı'nın bitimi ile beraber, turizm hareketleri özellikle bugünün gelişmiş ülkeleri olan batı toplumlarında gelişmeye başlamıştır. Ekonomik öneminin zamanla anlaşılmasıyla birlikte, 21. yy. küresel ekonomisinde telekomünikasyon ve bilgi teknolojileri ile birlikte en hızlı gelişen sektör olmuştur. Bugün, gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülkede turizm, ekonomik büyümenin ve gelişmenin en önemli kaynaklarından biri olarak görülmektedir (Diamond, 1977: 539; Britton, 1982: 332; Copeland, 1991: 515; Hao, Var ve Chon, 2003: 33).

Dünya genelinde 210 milyonu aşkın kişiye istihdam sağlayan (küresel istihdamın %7,6'sı) turizm sektörü, dünyadaki en büyük sektörlerden biridir ve küresel ekonomik gelişime güçlü bir ivme kazandırmaktadır. Sektörün 2009 yılında 5.474 milyar ABD doları hacme ulaştığı tahmin edilmektedir. Bu rakam 2009 yılı dünya GSYİH'sinin % 9,4'üne (2008 yılında %9,6) karşılık gelmektedir. (Travel & Tourism Economic Impact, WTTC, 2009)

Dünya turizminin 2009 yılındaki direkt GSYİH'si küresel ekonomik durgunluk, salgın hastalıklar, yüksek petrol fiyatları ve döviz kurlarındaki dalgalanmalar sonucunda % 3,5 oranında daralmıştır. (Global Travel & Tourism Update, WTTC, Kasım 2009) Ancak geçmişteki trendler turizm sektörünün küresel GSYİH'ye kıyasla daha dalgalı bir seyir izlediğini, "iyi" yıllarda daha yüksek zirveler, "kötü" yıllarda ise daha derin düşüşler yaşadığını göstermektedir. Buna paralel olarak, ortalamada her yıl %3 -%4 hızında büyümesi beklenen dünya GSYİH'sine karşılık turizm sektöründe yıllık ortalama %6 ile %7 seviyelerinde

büyümenin beklendiği bir gelişim sürecine yaklaşmakta olduğumuz söylenebilir (WTTC, EIU, 2009). Bu gelişim sürecine yaklaşırken, Dünya Ekonomik Forumu'nun Seyahat ve Turizm Sektöründe Rekabet Raporu'nun 2009 yılı sayısında başarının temel anahtarının kamu ve özel sektör ortaklıkları olduğu vurgulanmaktadır.

Bu nedenle, turizm başta gelişmekte olan ülkeler olmak üzere, turizm potansiyeline sahip birçok ülkede; istihdama, gelir düzeyine, dış-ıç borç yükünün hafiflemesine, ödemeler dengesine ve sonuçta ülke insanının refah düzeyinin yükselmesine önemli ölçüde katkı sağlamaktadır (Marcouiller, Kim ve Deller, 2004: 1031-1050; Göymen, 2000: 1025-1048).

Dünyada ve Türkiye'de Turizm

2010 yılında dünyada turist sayısı bir önceki yıla göre %6,7 artışla 877 milyondan 935 milyona ulaşmıştır. Ekonomik kriz ile 2009'da %4 azalan turist sayısı dünya ekonomisindeki normalleşmeye paralel olarak artışa geçmiştir. Artışlar turizm pastasından en fazla pay alan ülkelerde olmuştur. Dünyada en fazla turist çeken kara parçası, son 10 yıllık periyotta %7 pay kaybetmesine karşın Avrupa olmuştur. Asya ve Pasifik ülkeleri %6'lık bir artış göstererek dünyada turist çeken ülke oranını %16'dan %22'ye çıkarmıştır. 2020 yılına kadar Avrupa'daki küçülme ve Asya'daki büyüme eğilimlerinin devam etmesi beklenmektedir.



Tablo 1: Dünya Turist Sayısı (Milyon Kişi)

Bölgeler	2000		2008		2009		2010		2020*	
	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%
Avrupa	386	57	481	53	457	52	472	50	717	46
Asya ve Pasifik	110	16	184	20	181	21	204	22	397	26
Amerika	128	19	148	16	141	16	151	16	282	18
Afrika	27	4	44	5	46	5	49	5	77	5
Orta Doğu	25	4	56	6	53	6	60	6	69	4
Dünya	675	100	913	100	877	100	935	100	1.542	100

Kaynak: UNWTO (Dünya Turizm Örgütü) 2011.
*Tahmin

2009 yılı verilerine göre ülkelere göre dünya turizm gelirlerinden 93,9 Milyar USD ve %11,02 oranla ABD en yüksek payı

almaktadır. Türkiye ise 21,2 milyar USD ile dünya turizm gelirlerinden %2,5 pay almaktadır.

Tablo 2: Türkiye Turizm Gelirlerinin Dünyadaki Payı (Milyar USD)

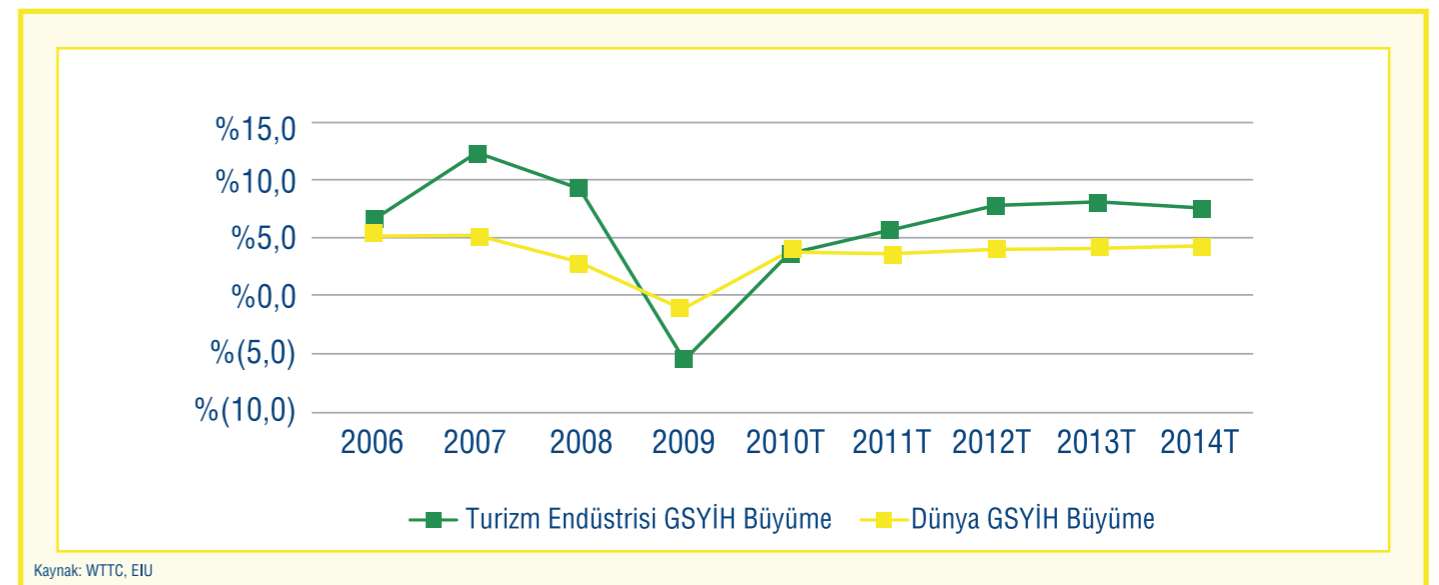
Turizm Geliri	2008	2009	2010
Dünya Turizm Geliri	941	852	890
Türkiye Turizm Geliri	21,9	21,2	20,8
Türkiye/Dünya (%)	2,3	2,5	2,3

Kaynak: UNWTO (Dünya Turizm Örgütü) 2011, Türkiye İstatistik Kurumu, Merkez Bankası (Kültür ve Turizm Bakanlığı) 2011)

2010 yılında Türkiye'ye 4.517.091'i yurtdışındaki Türk vatandaşlarından olmak üzere toplam 33.027.943 kişi gelmiş

ve toplamda 20,8 milyar USD gelir elde edilmiştir. Kişi başına turizm harcaması 630 USD olarak gerçekleşmiştir.

Şekil 1: Turizm Sektörü ve Küresel GSYİH Büyüme Oranları



TURİZM SEKTÖRÜ

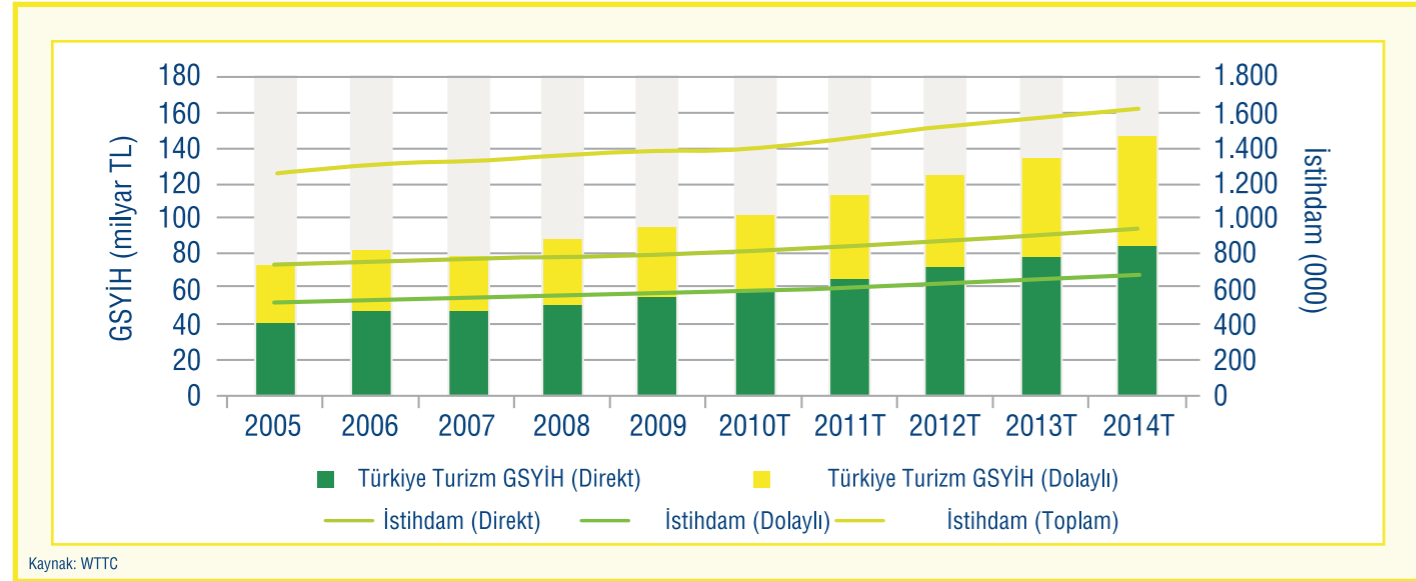
Öte yandan, geçmişteki trendler turizm sektörünün küresel GSYİH'ye kıyasla daha dalgalı bir seyir izlediğini, "iyi" yıllarda daha yüksek zirveler, "kötü" yıllarda ise daha derin düşüşler yaşadığını göstermektedir. Buna paralel olarak her yıl ortalama %3 - %4 hızında büyümesi beklenen dünya GSYİH'sine karşılık turizm sektöründe yıllık ortalama %6 ile %7 seviyelerinde büyümenin beklendiği bir gelişim sürecine yaklaşmakta olduğumuz söylenebilir.

Türkiye misafirperverlik geleneği, ılıman iklimi, çekici ve uzun kıyı şeridinin yanında, doğal güzellikleri, eşsiz tarihi mekanları, arkeolojik ören yerleri ve giderek gelişen altyapısıyla turizm sektörünün son derece gelişmiş olduğu bir ülkedir. Türkiye'nin Asya kıtasında yer alan ve Romalılar tarafından Küçük Asya

olarak adlandırılan Anadolu Yarımadası, birçok eski uygarlığa ev sahipliği yapmıştır. Üç tarafı denizlerle çevrili olan ülkede yazların uzun sürmesi ülkeyi yaz tatili açısından son derece popüler hale getirmektedir.

Turizm sektörü yeni istihdam olanakları yaratması, GSYİH ve ödemeler dengesine pozitif yönde destek olması gibi özellikleriyle Türkiye'de son yıllarda yaşanan ekonomik kalkınmanın arkasındaki en önemli etkenlerden biri olmuştur. Yaklaşık 1,7 milyon kişiye istihdam sağlayan sektör (bu rakam toplam istihdamın %7,2'sini oluşturmaktadır), 2009 yılında 95,3 milyar TL değerinde ekonomik faaliyette bulunmuştur. Bu rakam Türkiye'nin toplam GSYİH'sinin yaklaşık %10,2'sine denk gelmektedir. (The Travel & Tourism Competitiveness Report, World Economic Forum, 2009)

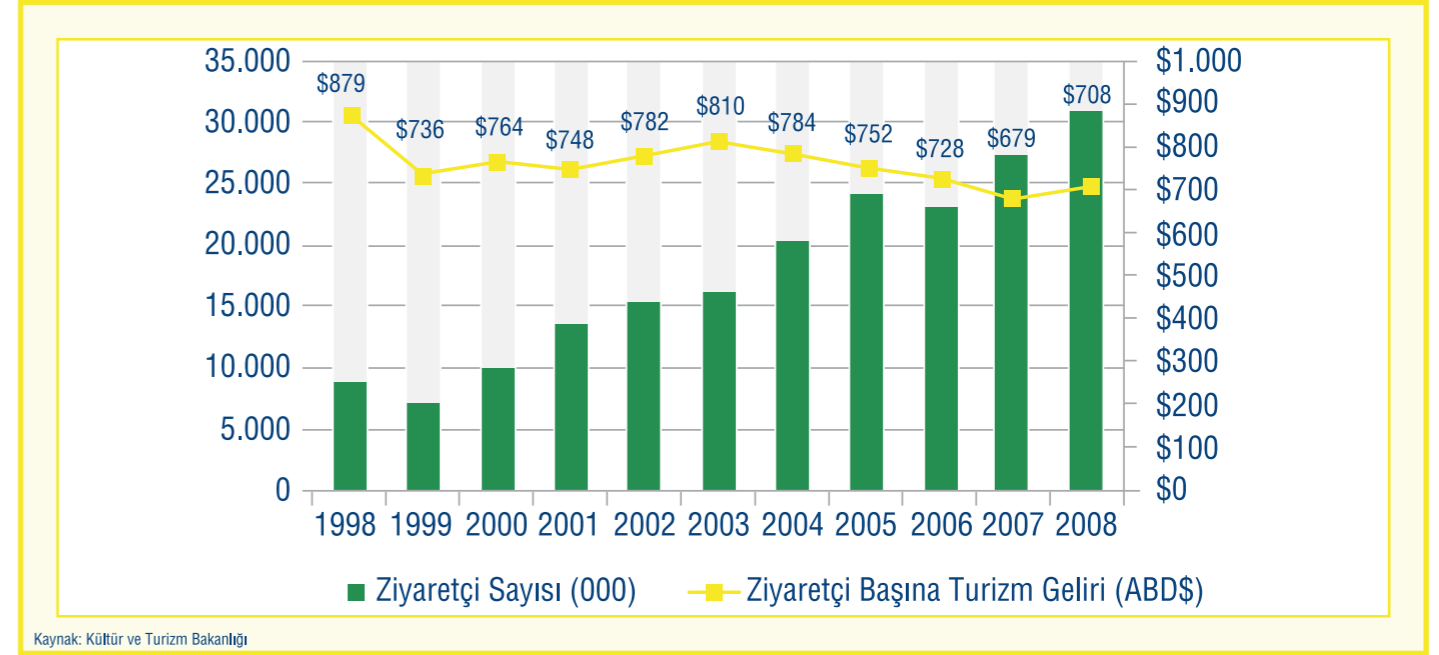
Şekil 2: Türkiye Turizm Ekonomisi



Yabancı ziyaretçi sayısı ve turizm gelirleri son dönemlerde büyük bir hızla artmaktadır. Türkiye turizm sektöründeki büyüme hızı sektörün global büyüme hızının üzerindedir. Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin küresel toplam içindeki payı 1990 yılında %1,1 iken 2008 yılında %2,7'ye ulaşmıştır. Aynı

şekilde, 1990 yılında %1,2 olan turizm gelirlerinin küresel turizm GSYİH'si içindeki payı da 2008 yılında %2,3'e yükselmiştir (Tourism Highlights, UNWTO (Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü) 2009).

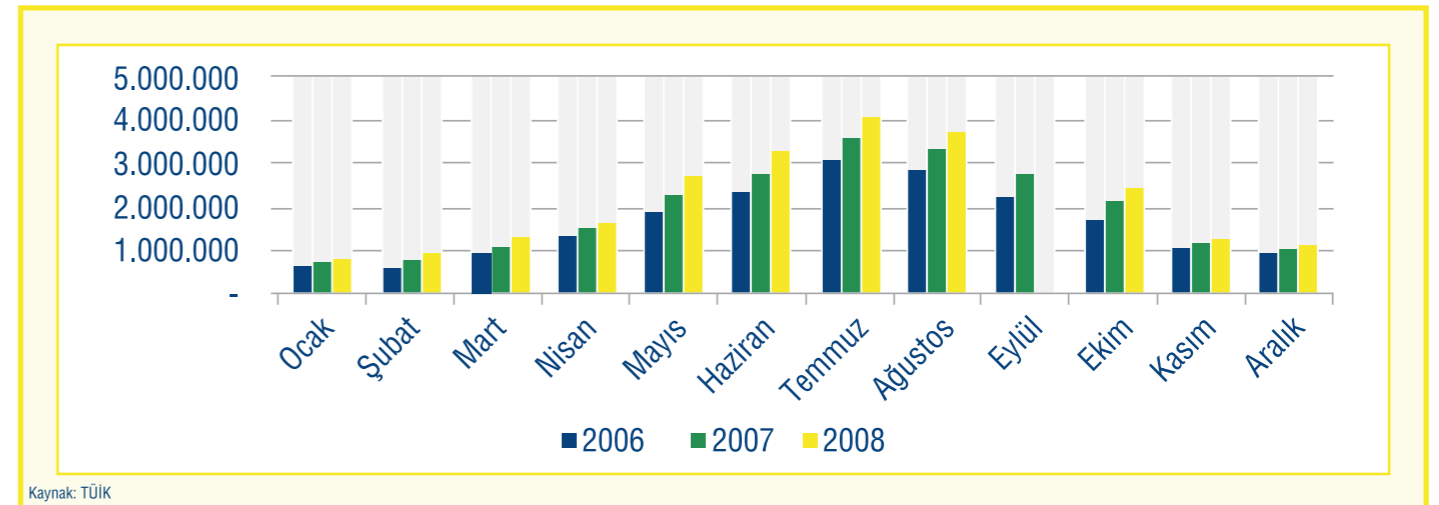
Şekil 3: Yabancı Ziyaretçi Sayısı



1982 yılında yürürlüğe giren 2634 Sayılı Turizmi Teşvik Kanunu sektörün büyümesine güçlü bir ivme kazandırarak Türkiye'yi özellikle Batı Avrupalı turistler için oldukça popüler hale getirmiştir. Almanya'da düzenlenen Dünya Kupası'nın seyahat trendlerini tüm dünyada etkilediği 2006 yılı dışında artış trendi, 2000 yılından bu yana günümüze kadar devam etmiştir. Türkiye 2008 yılında, dünya çapında kötüleşen koşullara rağmen, 26 milyonu yabancı ve 4 milyonu yerli olmak üzere toplam

30 milyon ziyaretçi ağırlayarak tarihinin en iyi yılını geçirmiştir. (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2009) Ziyaretçi sayısı ve turizm gelirleri sırasıyla %13,6 ve %18,5 artmış ve sonuç olarak ziyaretçi başına ortalama 708 ABD doları gelir elde edilmiştir. 2009 yılının ilk üç çeyreğinde ziyaretçi sayısı %1,5 artmış, ancak gelirler %7 düşmüştür. Bunun sonucunda ziyaretçi başına ortalama gelir miktarı 647 ABD dolarına gerilemiştir. (TÜİK, 2009)

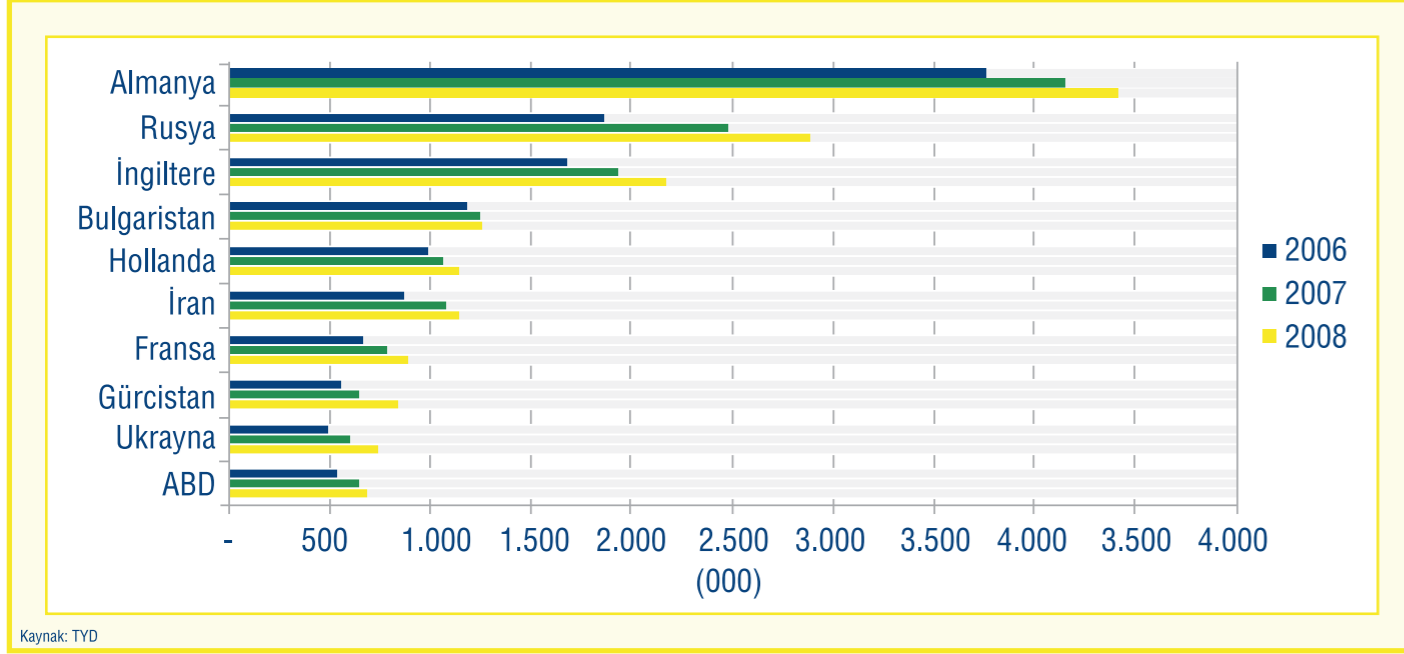
Şekil 4: Aylık Yabancı Ziyaretçi Sayısı



TURİZM SEKTÖRÜ

Son üç yılın verilerine göre ülkemize gelen yabancı ziyaretçilerin yarısından fazlası Haziran ile Eylül ayları arasında gelmektedir. Kış döneminde ise sektör gelirleri azalmaktadır.

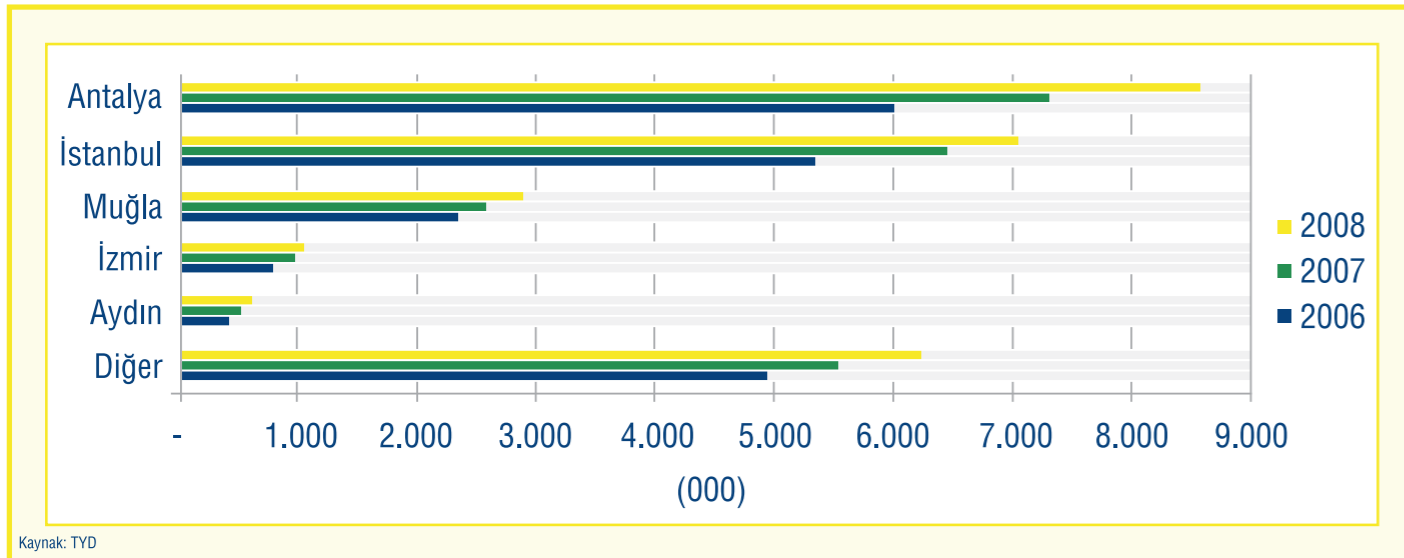
Şekil 5: Türkiye'ye Gelen Ziyaretçilerin Milliyete Göre Dağılımı



Almanya, İngiltere ve Rusya Federasyonu Türkiye'ye ziyaretçi gönderen ülkeler arasında başta gelmektedir. Bu üç ülke vatandaşları Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin yaklaşık % 36'sını oluşturmaktadır. Son üç yılda Türkiye'ye gelen ziyaretçi

sayısındaki en yüksek artış gözlenen ülkeler sırasıyla % 24,6, % 24, % 23, % 22,4 ve % 22'lik yıllık bileşik büyüme oranları ile Rusya Federasyonu, İsrail, Gürcistan, Ukrayna ve İtalya olmuştur.

Şekil 6: Türkiye'ye Gelen Ziyaretçilerin Başlıca Turistik Merkezlere Göre Dağılımı



Yabancı ziyaretçilerin yaklaşık %60'ı Antalya ve İstanbul'u tercih etmektedir.

Günümüzde Türkiye'deki faal otellerin 567.470 yataklık kapasitesine ek olarak toplamda 258.287 yatak kapasiteli birçok otel yatırım aşamasındadır. 1998 ile 2008 yılları arasında yatak kapasitesindeki yıllık bileşik büyüme oranı %6,1'e ulaşmıştır. (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2009)

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı yatırımcılara bir yol haritası sunmak amacıyla "Türkiye Turizm Stratejisi-2023" raporunu yayınlamıştır. Hükümet bu çerçevede dâhilinde ülkenin turizm potansiyelinden en iyi şekilde yararlanılması amacını gütmekte ve bu amaç doğrultusunda çeşitli destekler sağlamaktadır.

Türkiye'de günümüze kadar öncelik kıyı turizmine verilmiştir. Gelecek dönemlerde kıyı turizminin daha da büyümesi beklenirken, turizm sektörü, sağlık, termal-kaplıca, kış sporları, dağcılık, kongre ve fuar aktiviteleri, yatçılık ve golf gibi farklı dallar açısından da yüksek bir gelişme potansiyeline sahiptir.

Trakya Bölgesi Turizm Sektörü Genel Durumu

TR21 Trakya bölgesi, Anadolu ile Balkanlar arasında bir geçit konumunda ve dünyanın en büyük metropollerinden biri olan İstanbul'a yakın olmakla birlikte kültür turizm verileri bakımından Türkiye'nin pek çok bölgesine göre düşük seviyededir. TR21 Trakya bölgesine ait verilere baktığımızda bölge daha çok tarım ve sanayi bölgesi olarak ortaya çıkmaktadır. Turizm bölgede başat sektörlerden biri olarak görülmemektedir. Bununla birlikte Kültür ve Turizm Bakanlığınca belirtilen 17 farklı turizm çeşidinden 10 tanesi bölgemizde yapılmakta olup hâlihazırda yapılmayan dört turizm çeşidine de olanak veren bir bölge konumundadır.

İstanbul'a olan yakınlık bölgenin hem en büyük avantajları arasında hem de en büyük dezavantajları arasında yer almaktadır. İstanbul her yönüyle bir dünya başkenti olduğundan yerli yabancı tüm turistlerin cazibe merkezi konumundadır. İstanbul,

Antalya'dan sonra ülkemizin turizm gelirlerinden en yüksek payı almaktadır. TR21 Trakya bölgesi, İstanbul'un periferisinde kalan bir bölge olduğundan turizmde de daha çok bu şehre hizmet eder durumdadır. Bununla birlikte bölgenin Karadeniz, Marmara ve Ege Denizi'ne kıyısı bulunduğu İstanbul'da ikamet eden yerli turistler için Trakya Bölgesi, başta kıyı şeridi olmak üzere yazlık ve hafta sonu kaçış bölgesi olarak görülmektedir. Bu kaçışın yarattığı sorunlar da mevcuttur, her şeyden önce yılın belli dönemini Trakya Bölgesinde geçiren kişiler genellikle bu bölgenin nüfusuna kayıtlı olmadıklarından nüfusla orantılı devlet bütçesinden pay alan Trakya illeri hizmet götürdükleri kişi sayısından daha az gelir almakta ve buda kısmi altyapı sorunlarına yol açabilmektedir. Ayrıca yaşanan yazlıkçı ve günübirlikçi yerli turist akınında doğru veriler ve profesyonel turistik hizmetlerden ve sektörden bahsetmek güç olmaktadır. Villa ve kıyı yapılaşması önceden planlanmış alt ve üst yapıya bağlı olarak yapılmadığından, bu planlı olmayan yapılaşmalar hem deniz hem kıyı şeridi kirliliği yanında bu yapılarda oturanlarla ilgili de sağlıksız verilere neden olmaktadır. Deniz ve kıyı şeridinde yaşanan çevre sorunları ve kirlilik zamanla turizmi yok etmektedir, sağlıksız kıyı yapılaşması ve kirliliğin arttığı yerlerde deniz turizmi cazibesini yitirirken, örneğin Saroz, Şarköy ve İğneada'da deniz ve kıyı şeridi daha bakir ve temiz olduğundan turizmde giderek önem kazanmaktadır. Bununla birlikte TR21 Trakya bölgesinde sadece Şarköy Belediye Plajı'nın mavi bayrağı mevcuttur ve bu Marmara Denizi'nde mavi bayrağa sahip iki plajdan biridir.



TURİZM SEKTÖRÜ

Bölgenin AB ülkelerinden Bulgaristan ve Yunanistan'la sınırı olduğundan yurtdışı transit geçiş noktasıdır ve çok fazla insan akışı söz konusudur. Transit geçiş yanında özellikle Edirne ili Yunanistan ve Bulgaristan'dan turist çekmektedir, ancak gelen turist çoğunlukla günübirlik ve konaklamasız olmaktadır.

Trakya Bölgesi'nin Bulgaristan ve Yunanistan'la sınırı ve Karadeniz, Marmara ve Ege Denizi ile kıyısı mevcuttur. Bulgaristan'ın Karadeniz kıyısında bulunan Varna şehri tam bir turizm cazibe merkezi durumundadır. İlin merkez nüfusu 350.000 civarındadır ve Bulgaristan'ın en çok turist çeken şehridir. Türkiye sınırına ve TR21 Trakya bölgesine ortalama 200 km uzaklıkta yer alan Varna şehrinde 261 otel ve 246 diğer konaklama mekânı ve toplam 59.434 yatak kapasitesi mevcuttur. 2009 verilerine göre şehri 843.972 kişi ziyaret etmiş ve toplam 3.879.451 gecelik konaklama gerçekleşmiştir. Bu rakam TR21 Trakya bölgesinin tamamının 4,5 katından fazladır. Varna şehrini ziyaret eden yabancı turistler arasında Almanlar %26,1 ile ilk sırada gelmektedir. 2009 yılında yabancı turistlerin Varna şehrine bıraktığı para yaklaşık 81 milyon Avro'dur ve bu rakam şehre giren turizm kaynaklı paranın %80,8'ni oluşturmaktadır.

(<http://news.varna24.bg/149256.html>)

TR21 Trakya bölgesinde bulunan üç ilimiz Varna şehrinden çok daha güneyde ve üç denize de kıyıları olmasına rağmen Varna şehri turist sayısı ve turizm girdisi ile kıyaslandığında bu veriler çok düşük kalmaktadır. Varna şehrini turizmde ön plana çıkaran unsurlar arasında en önemlileri bölgede gelişmiş olan turizm hizmet sektörü ve turizm konaklama tesisleridir.

Bulgaristan'ın Varna şehrinin yanında Yunanistan'ın en doğusunda yer alan cazibe merkezi Kavala şehrinin turizmdeki durumu da yine bölgemizde yer alan üç ilden çok daha iyi durumdadır. Örneğin şehrin nüfusu 63.000 olmasına rağmen şehirde 219 otel ve 10.348 oda kapasitesi mevcuttur. Konaklama kapasitesi yanında Kavala şehrinin turizmini geliştiren en önemli unsurlar arasında diğer balkan ülkelerinden otobüslerle gerçekleşen turlar ve sahip olduğu uluslararası hava alanıdır. (<http://www.e1lada.net/travelinfo/kavala.html>)

TR21 Trakya bölgesinde özellikle sahil illerinde ve deniz cazibe merkezlerinde profesyonel konaklama ve turizm alt hizmet sektörlerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Bununla birlikte

Trakya Bölgesi'nin kültür turizm varlıkları marka değeri haline getirilerek yerli yabancı tur şirketlerinin gezi güzergâhları içine alınmalıdır.



TR21 Trakya bölgesi kültür ve turizm varlıkları konusunda hiçte fakir bir bölge değildir, ancak bölgedeki varlıklar değerlendirilememiş, gün yüzüne çıkarılamamış ve tanıtılamamıştır. TR21 Trakya bölgesi yoğun bir yolcu geçişine sahip olmakla birlikte bu yolcular çoğunlukla bu bölgede konaklamamaktadır ve bölgeyi transit geçiş noktası olarak kullanmaktadır. Geceleme ve kalış talebinde yaşanan azlığın nedeni bölgedeki konaklama olanaklarının kısıtlı olmasıdır. Bu sorunun çözülmesine yönelik bölgede kaliteli konaklama tesisleri oluşturulmalıdır. İl merkezlerinde var olan tarihi evler, köy- kıyı ve dağ evleri restore edilerek konaklama mekânı ve yatak kapasitesi artırılmalıdır. Bununla birlikte turizm hizmet sektörünün geliştirilmesi sağlanmalıdır. Tesis yanında bölgede ayrıca kıyı ve deniz temizliği turizmi etkilediğinden bu alanların temizliğine çok ciddi önem verilmelidir. TR21 Trakya bölgesinin 751 km olan kıyı uzunluğu Türkiye'nin 7816 km olan kıyı uzunluğunun %9,6'sını oluşturmaktadır ancak kıyı turizmde geldiği nokta bu potansiyelin altında yer almaktadır.

(<http://www.dsi.gov.tr/topraksu.htm>) TR21 Trakya bölgesi kıyı şeridi boyunca uzanan yazlık yerleşmeleri planlı bir statüye alınmalı ve kıyı şeridi ile denizi kirleten nitelikleri ortadan kaldırılmalıdır. Var olan kültür ve turizm varlıkları korunmalı, geliştirilmeli ve bu varlıkların tanıtımı konusunda ulusal ve uluslararası medya kuruluşlarının ile tur operatörlerinin desteği alınmalıdır. Bölgede kültür turizm sektörünün çeşitlendirilmesi ve canlandırılması ile turizm sektöründe istihdam artmalı ve kültür turizm sektörü bölgenin kalkınmasında kilit bir rol oynayacak düzeye getirilmelidir.

Trakya Bölgesi Turizm Sektörü Uluslararası Rekabetçilik Analizi

Trakya Bölgesi turizm sektörünün uluslararası rekabetçilik analizinin yapılmasında Michael Porter tarafından geliştirilen Elmas Modeli yöntemi kullanılmıştır. Model sektörel ulusal rekabet üstünlüğünü; "Girdi Koşulları", Talep Koşulları", İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar" ve "Strateji ve Rekabet Yapısı" olmak üzere 4 grupta incelemektedir.

Girdi koşulları

Girdi koşulları aşağıdaki değişkenlerden oluşmaktadır.

- Doğal kaynaklar,
- Stratejik konum,
- Tarihi ve kültürel değerler,
- Ulaşım altyapısı,
- Bilgi ve insan kaynakları,
- Çevre ve mekânsal yapı

Doğal Kaynaklar

Trakya Alt Bölgesi; Ege denizi, Marmara denizi ve Karadeniz'e olan kıyıların yanında, kuzeyde Istranca Dağları ve Longoz ormanları ve güneyde Ganos dağları ve Saros Körfezi ile doğal yapı açısından çok çeşitli değerler sunan bir coğrafyada bulunmaktadır.

Bölgenin Karadeniz sahilleri kısmında yer alan Saray, Vize, Demirköy ve Kofçaz ilçeleri önemli orman ve su kaynakları barındırmaktadır. Kırklareli ilindeki su basar ormanları olarak nitelendirilen Langoz ormanları, göletler, irili ufaklı akarsular, orman meyveleri, kıyıköy, kastro ve iğneada'nın sahip olduğu temiz kumsallar ve denizi bu bölgedeki önemli doğal kaynaklardır. Bölgenin güneyinde Şarköy ilçesi sahip olduğu geniş kumsalları, mavi bayraklı denizi, üzüm bağları, zeytinlikleri ve orman varlığı ile Edirne İli Enez ve Keşan ilçeleri ise sahip olduğu muhteşem Saroz körfezi ve denizi ile önemli doğal zenginlikler barındırmaktadır.

Bölge sahip olduğu bu doğal zenginlikleri ile eko, agro, eno turizmi ve sağlık turizmi yanında spor turizmi açısından da önemli potansiyel taşımaktadır.

a. Edirne İlinde Yer Alan Doğal Değerler

Doğal Sit Alanları: Enez ilçesinde yer alan Küçük Gala Gölü ve Pamuklu Gölleri ile çevresindeki 2369 ha'lık alan, 1991 yılında "Tabiatı Koruma Alanı" olarak ilan edilmiştir. 1992 yılında ise Gala Gölü ve Pamuklu Gölleri ile Taşaltı, Bücürneme ve Dalyan lagün göllerini de kapsayacak biçimde bu alana "Doğal Sit Alanı" statüsü verilmiştir. Kırkpınar, Tavuk Ormanı'nda başlayan setler boyunca kentin Batı ve Güney istikametlerini kavrayan yeşil kuşak ise İl'deki diğer bir doğal sit alanı olarak koruma altına alınmıştır.

Edirne ilinde, Gala Gölü Milli Parkı, Gökçetepe, Yayla, Mecidiye, Erikli, Sazlıdere, Büyükevren, Söğütlük, Sarayıcı, Karaağaç ve Bülbül Adası sahip olduğu doğal değerleri ile ön plana çıkmaktadır.



b. Kırklareli İlinde Yer Alan Doğal Değerler

İl'in Doğusunda bulunan Karadeniz ile Kuzey ve Kuzeydoğusundaki Istranca dağlık bölgesindeki orman alanları, Kırklareli iline eşsiz doğal güzellikler ve değer katmaktadır. Tatlı suların denize kadar ulaştığı, içinde çeşitli derelerin aktığı bu tabiat harikası ormanlar, bünyesinde çeşitli yaban hayvanlarını da barındırmaktadır. Bu eşsiz tabiat zenginliklerinin yoğun olarak bir arada bulunduğu bu bölgenin önemli bir bölümü, Kültür Bakanlığı tarafından "doğal sit alanı" olarak ilan edilerek, koruma altına alınmıştır.

TURİZM SEKTÖRÜ

Demirköy Doğal Sit Alanları: Bu bölgedeki ormanlık alanın önemli bir bölümü ile birlikte Saka, Pedina ve Hamam gölleri, doğal sit alanı ilan edilerek koruma altına alınmıştır. Yine İğneada yakınlarındaki Mert ve Erikli golleri ile Sarpdere Köyü yakınlarındaki Dupnisa Mağaraları I. derece doğal sit alanları olarak tescillenmiştir. Yaklaşık 2720 m. uzunluğunda olan mağara, dikit ve sarkıtların yanı sıra, geniş galerileri ile de dikkat çekmektedir.

Kıyıköy Doğal Sit Alanları: Vize ilçesi Kıyıköy kasabasının iki yanında yer alan Pabuçdere ve Kazandere'nin, Karadeniz'e ulaştığı noktadan itibaren önemli bir bölümü, I. derece doğal sit alanı olarak ilan edilip koruma altına alınmıştır. Her iki derenin denize kavuştuğu bölgede, yerli ve yabancı turistlerin sıklıkla ziyaret ettiği iki ayrı plaj mevcuttur. Karaçam ormanlarına sahip olan alanıdır. "Akdeniz foku" nun yaşamasına elverişli özelliğe sahip doğal bir ortam sunmaktadır. Bölge, Kırklareli ili, Vize ilçesine 48 km mesafede olup, Kıyıköy Kasabası ile Tekirdağ il sınırları arasında kalmaktadır. Kastros Koyu'ndan Karadeniz'e dökülen Bahçeköy Deresi, İstanbul-Kırklareli il sınırlarını oluşturmaktadır. Bu derenin denize döküldüğü kesimde ise bir lagün gölü oluşmuştur. Ayrıca Kırklareli İl Merkezi'nde Dingiloğlu Parkı, Dereköy-Bulgaristan yolunun çevresindeki ormanlık alan, Pınarhisar Ali Özer Parkı, Kaynarca Pekmezdere Mağarası ve Alpullu şeker Fabrikası Kampüsü, doğal sit alanı olarak tescilli alanlardır.

Bunun yanı sıra kentte mesire alanları da bulunmaktadır. Bunlar Velika Deresi, Kocakaynaklar, Dolapdere, Dereköy, Kavaklı Meşe Korusu, Çifte Kaynaklar, İnce Koru, İğneada-Mert Gölü ve Karahıdır Korusu'dur.

c. Tekirdağ İlinde Yer Alan Doğal Değerler

Tabiatı Koruma Alanları: Saray İlçe Merkezi'ne 32 km uzaklıkta bulunan Kastro (Çamlıköy) Koyu; Trakya'nın tek karaçam örtüsüne sahip orman alanıdır. Nesli tükenmekte olan Akdeniz fokunun yasamasına uygun bir habitat oluşturan yörede plaj, kamping ve orman içi dinlenme yeri bulunmaktadır.

Doğal Sit Alanları: Bölge içerisinde üç adet doğal sit alanı bulunmaktadır. Bunlar; Saray ilçesi Kastro yolu yakınında bulunan Güngörmez Mağarası, Şarköy ilçesine bağlı Uçmaktdere Köyü, sahil kesimindeki Çınarlık, Merkez İlçe'ye bağlı Kumbağ Sütlüce Manastırı'nın bulunduğu Dut Limanı'dır.

Mesire Alanları: Kumbağ, Barbaros, Değirmenaltı, Atatürk Korusu, Marmara Ereğlisi, Çamlıköy, Şarköy kıyılarında yer almakta olup, iç kesimlerde de Ulaş Çamlığı, Malkara Pişman, Saray Bozoba, Muratlı İnanlı Korusu gibi mesire alanları bulunmaktadır.

Mağaralar: Saray ilçesinin kuzeydoğusunda bulunan Güngörmez Köyü civarındaki Güngörmez Mağarası ile İlçe'nin 2km batısında yer alan Güneşkaya Mağaraları, arkeolojik sit olarak tescil edilmiştir.

Plajlar: Kumbağ, Dereağzı, Değirmenaltı, Topagaç, Yeniçiftlik, Uçmaktdere, Karaevli, Alkaya, Şarköy, Mürefte, Eriklice, Hoşköy, Gaziköy, Marmara Ereğlisi ve Kastro plaj sahaları, yaz turizminde önemli bir potansiyele sahip bulunmaktadır.

Stratejik Konum

Trakya Bölgesi coğrafi konum açısından bir turizm bölgesinin taşıyabileceği tüm unsurları taşımaktadır. Bir dünya metropolü olan İstanbul'a olan yakınlığı, Türkiye'nin AB'ye açılan sınır kapısı durumunda olması, 3 denize (Marmara, Ege ve Karadeniz) olan sınırı gibi özellikleri bunlardan birkaçıdır. Bölgenin 6 adet sınırkapısı barındırması dolayısı ile sınır turizmi açısından önemli bir potansiyel taşıması yanında, İstanbul iline olan yakınlığı dolayısı ilede günübirlik ve haftasonu turizmi açısından önemli fırsatlar barındırmaktadır.

Tarihi Eserler ve Müzelerin Durumu

Batı Trakya, MÖ.2000 yıllarından beri üzerinde yaşanan bir bölgedir. Bölgenin en eski halkı, Hint-Avrupa kökenli bir halk olan Trak'lardır. MÖ. 7. yüzyıldan itibaren bu bölge sırasıyla

Pers, Yunan ve Makedonya uygarlıklarının egemenliğinde yaşamış, bundan sonra MÖ. 335 yılına kadar Trakya Krallığı hüküm sürmüştür. Daha sonra Batı Trakya, Roma ve Bizans imparatorluklarının egemenliği altında yaşamıştır. Osmanlı Devleti bölgeyi 1354 yılında fethetmiş ve burada 559 yıl hüküm sürmüştür. Ancak bölgede Türk varlığının, Balkanlara MÖ. 2. yüzyılda ulaşan İskit Türklerinin ve Orta Asya'dan batıya göç eden kavimlerin gelişiyle başladığı bilinmektedir (Halit Eren, Batı Trakya Türkleri, 1997).

Bu yönüyle Trakya, tarihi kültürel değerler açısından oldukça çeşitlilik göstermektedir. Bölgede tarih öncesi dönemden kalma eserler, Roma ve Bizans dönemine ait eserlerle, Osmanlı mimarisini yansıtan çok sayıda eser bulunmaktadır.



Tablo 3: Tescilli Taşınmaz Tarih, Kültür ve Tabiat Varlıkları (2010)

	Türkiye	TR21	Tekirdağ	Edirne	Kırklareli
Sivil Mimari Örneği	56.142	992	340	522	130
Dinsel Yapılar	7.958	214	37	140	37
Kültürel Yapılar	8.659	370	82	245	43
İdari Yapılar	2.186	88	14	49	25
Askeri Yapılar	996	56	4	44	8
Endüstriyel ve Ticari Yapılar	3.008	119	12	98	9
Mezarlıklar	2.868	172	27	141	4
Şehitlikler	220	8	1	6	1
Anıt ve Abideler	257	21	8	12	1
Doğal Varlıklar	6.256	67	43	16	8
Kalıntılar	1.731	97	24	69	4
Korumaya Alınan Sokaklar	46	0	0	0	0
Toplam	90.336	2.204	592	1.342	270

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı

TURİZM SEKTÖRÜ

TR21 Trakya Bölgesinin nüfus ve yüzölçümünün Türkiye geneline oranı göz önüne alındığında, sahip olduğu tarih, kültür ve tabiat varlıklarının önemli bir yer teşkil ettiği görülmektedir. Şöyle ki, Bölgede bulunan “tescilli taşınmaz tarih, kültür ve tabiat varlıkları”, tüm Türkiye'dekilerin yaklaşık %2.5'ini oluşturmaktadır. Özellikle 88 yıl boyunca Osmanlı Devletine başkentlik yapmış olan Edirne tarih, kültür ve tabiat varlıkları

açısından Bölgedeki eserlerin yaklaşık %61'ine ev sahipliği yapmaktadır.

2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu'na tabi alanlar olan sit alanlarının çeşitlerine göre dağılımında da durum, bir önceki tabloyla örtüşmektedir. TR21 Trakya Bölgesinde sit alanlarının dağılımı Türkiye'ye oranla yaklaşık %3.6'dır.

Tablo 4: Çeşitlerine Göre Sit Alanları (2010)

	Arkeolojik Sit Alanı	Doğal Sit Alanı	Kentsel Sit Alanı	Tarihi Sit Alanı	Kentsel Arkeolojik Sit Alanı	Diğer Sit Alanları (Üst Üste Sit Alanları)	Toplam
Türkiye	8.575	1.234	230	146	33	411	10.627
TR21	330	3	36	5	0	12	386
Trakya							
Tekirdağ	115	1	4	1	0	3	124
Edirne	119	1	23	2	0	4	149
Kırklareli	96	1	9	2	0	5	113

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kültür Varlıkları

Genel anlamda, TR21 Trakya Bölgesi ülkemizin zengin kültürel mirasında önemli bir yer teşkil etmektedir ve bunu Traklar'dan Roma'ya, Bizans'tan Osmanlı'ya uzanan köklü tarihine ve coğrafi konumuna borçludur. Ancak kültürel değerlere sahip olmak kadar, onları tanıtmak ve turizme kazandırarak bölgenin kalkınmasına katkı sunar duruma getirmek de önemlidir. Ne var ki, gerek ziyaretçi sayısında gerekse de ulusal ve uluslararası düzeyde tanınırlık açısından Bölgenin geldiği noktanın taşıdığı potansiyelle yeterince uyumlu olmadığı anlaşılmaktadır.

Edirne il sınırları içindeki tarihöncesi dönemlerden kalma ören yerleri, dolmenler ve menhirler ile Ainos (Enez) antik yerleşimiyle, Roma-Bizans Dönemi Kale kalıntıları dışında, kentin tarihi dokusu Osmanlı ağırlıklıdır. Başkentlik yapmış olması ve Serhad Şehirliği olgusu, özellikle İmparatorluğun parlak dönemlerinde Padişahların hep uğrak noktası olması, Edirne'nin her köşesine Osmanlı Kültürü'nün damgasını vurması sonucunu doğurmuştur.

Edirne, İstanbul'la birlikte, Osmanlı İmparatorluğu'nun mimaride eriştiği yaratıcı düzeyi gösteren bir kenttir. Kentte, Osmanlı

Mimari yaratıcılığının çok çeşitli örnekleri görülmektedir. Bu açıdan Edirne, Bursa ile İstanbul'un karışımı gibidir. Edirne'nin İstanbul'a ve Bursa'ya üstünlüğü, İstanbul'un fethinden önceki mimari yaratıcılığı kadar, fetihten sonra da bu yaratıcılığını sürdürmesidir.

Kırklareli, Yeni Taş Çağı döneminden (5800-4800) günümüze kadar iskan edilmiş coğrafyasıyla birçok medeniyete ev sahipliği yapmış. En başta Osmanlı İmparatorluğu'nun izlerini taşıyan kentte, kültür varlıkları yapılan çalışmalarla gün yüzüne çıkarılıyor. Kentteki Kadı, Beyazıt, Karakaş, Hızırbey, Kapan ve Üsküpdere camileri tarihle inanç turizmini birleştiriyor.

Kentin su ihtiyacını karşılayan çok sayıdaki tarihi çeşme arasında Kayalık, Büyük Cami, Gerdanlı, Kocahıdır, Kayyumoğlu, Kapan, Boyacı, Karaumbey, Söğütlü, Kadı, Paşa ve Hapishane sıralanabilir. Çeşmeler yıllara meydan okuyan yapılarıyla ilgi çekmeye devam ediyor.

Öte yandan, Kırklar Şehitliği, Niğdeli Ethem Onbaşı Anıtı ve

Karahıdır Anıtı da tarih severlerin ilgiyle gezebileceği yerler arasında bulunuyor. 1383 yılında yapılan Hızırbey Hamamı ve Arasta ile 17-18. yüzyıllarda yapılan vakıf dükkânları da hala faaliyet gösteriyor.

Kentin çeşitli yerlerinde çoğu 19. yüzyıl ve 20. yüzyıl başlarında neo-klasik stilde yapılan evler, mesken ve idari yapı olarak kullanılıyor. Yıllardır kaderine terk edilen ve yıkılmaya yüz tutan evlerin restore edildikten sonra “Geleneksel Kırklareli Evi” olarak değerlendirilmesi düşünülüyor.



Trakya'nın en önemli tarih öncesi yerleşim yerlerinden biri olan Aşağı Pınar Höyüğü, Kırklareli il merkezinin güneyinde, Asilbeyli yolu üzerinde bulunuyor.

Tekirdağ ilinin ilginç ziyaret noktaları arasında Macaristan'ın Avusturya'ya karşı mücadele etmiş bağımsızlık kahramanı Ferenc Rakoczi'nin 1720-1735 yılları arasında (başka bir deyişle, Osmanlı'nın Macaristan'ı kaybetmesinden sadece 35 yıl kadar sonra) Osmanlı İmparatorluğu'na sığındığı dönemde kaldığı 17. yüzyıl Türk evi sayılabilir. Ev bugün müze kimliğini taşımakta olup, Macaristan hükümetinin mülkiyetinde ve Türkiye'yi ziyaret eden Macarların vazgeçilmez uğrak yeri konumundadır.

Ayrıca Namık Kemal'in doğum yeri olup adına düzenlenmiş Namık Kemal Evi müzeleştirilmiştir.

Şehir merkezinde Atatürk'ün birebir boyutlarındaki tek heykeli bulunmaktadır.

Arkeoloji ve Etnografya Müzesi, Rakoczi Müzesi, Namık Kemal Evi, Osmanlı dönemine ait camileri, çeşmeleri, Karacaklavuz El Dokumaları, ilin tarihi ve kültürel değerleri arasında yer almaktadır.

Kültür ve Sanat olanakları açısından bakıldığında, Trakya Alt Bölgesi'nin, 4 adet müze ev sahipliği yaptığı görülmektedir. Bu müzeler haricinde Bölge'de ayrıca 8 adet de özel müze mevcuttur.

Trakya Alt Bölgesi'nin sunduğu kültür ve sanat olanakları, müzeler ve sinemalar ile sınırlı kalmamaktadır. Sözü edilen bu olanakların yanı sıra, ayrıca, kültürel etkinlikler de düzenlenmektedir. Bu etkinliklerin en önemlileri arasında festivaller gelmektedir. Bu festivaller yerel öğelerin ön planda olduğu tematik festivallerdir ve aralarından çok azı uluslararası boyutta gerçekleştirilmektedir. Trakya Alt Bölgesi'nde her yıl toplam 24 adet festival yapılmaktadır. Bölge'de yapılan festivallerin il bazında dağılımına bakıldığında ise; Edirne ilinde 10, Kırklareli ilinde 9, Tekirdağ ilinde ise 5 festival yapıldığı görülmektedir.

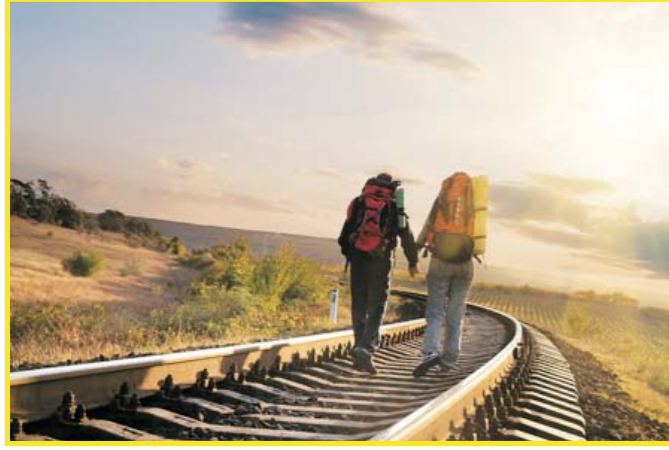
Ulaşım Altyapısının Durumu

Trakya bölgesi ulaşım altyapısı yönü ile güçlü bir yapı sergilemektedir. Bölgede Çorlu Havalimanının yanı sıra, İstanbul Atatürk ve Sabiha Gökçen Havalimanlarına olan yakınlığı, uluslararası D90-D100 ve TEM karayollarının bölge içerisinden geçmesi Bölgeyi gerek ulusal gerekse uluslararası boyutta erişilebilirlik yönünden güçlü kılmaktadır.

Trakya Alt Bölgesi'nin batısında, Yunanistan ve Bulgaristan ile olan sınırında Edirne ili yer almaktadır. Edirne ili; D-100 devlet yolu ve TEM otoyolu üzerinden İstanbul'a dolayısıyla Anadolu'ya ve D-550 devlet yolu ile Çanakkale'den Ege'ye bağlanan

TURİZM SEKTÖRÜ

karayollarının üzerindedir. Ayrıca Kapıkule Sınır Kapısı'ndan Bulgaristan ve Avrupa'ya sadece karayoluyla değil demiryolu ile de bağlanmaktadır. Pazarkule ve İpsala Sınır Kapısı'ndan ise karayolu ile ve ayrıca Uzunköprü demiryolu ile Yunanistan'a ulaşım sağlanmaktadır.



Ayrıca İstanbul-Edirne hızlı tren projesi ile Çanakkale-İstanbul otoyol projelerinin tamamlanması sonrası Bölgenin erişilebilirliği daha da yükselecektir.

Bölgenin agro-eko turizm potansiyeli gösteren Karadeniz, Marmara ve Ege denizi kıyılarındaki yerleşim yerlerine ulaşım yönünden önemli bir sıkıntı bulunmamaktadır. Köyler ile ulaşım altyapısı Türkiye'nin geneline göre oldukça iyi durumdadır.

Tüm bu erişilebilirlik özellikleri ile bölge turizm açısından hayati öneme sahip ulaşım altyapısı yönü ile oldukça güçlü konumdadır.

Bilgi ve İnsan Kaynakları Seviyesi

Hizmet sektörü için hayati öneme sahip olan genç ve dinamik nüfus ihtiyacı yönü ile bölge önemli bir avantaja sahiptir. Bölgede yeterli ölçüde ve nitelikli işgücü potansiyeli bulunmaktadır.

Bölgede yer alan 3 üniversitede içerisinde Kırklareli Üniversitesinde Turizm Fakültesi, Namık Kemal ve Trakya Üniversitelerinde ise Turizm İşletmeciliği MYO'ları bulunmaktadır ve bu okullarla birlikte bölgede var olan turizm otelcilik ve turizm meslek liseleri turizme yetişmiş eleman kazandırmaktadır.

Ancak bölgedeki turizm meslek okullarından mezun olan öğrenciler ağırlıklı olarak Ege ve Akdeniz bölgesindeki işletmelerde çalışmaktadırlar.

Çevre ve Mekânsal Yapı

Trakya Alt Bölgesi, plansız kentleşmenin getirdiği yetersiz altyapı ve 2000'li yılların başına kadar kontrolsüz büyüyen sanayisi nedeniyle çevre sorunlarının yaşandığı bir bölgedir. Çevre sorunları ağırlıklı olarak Bölgenin ortasında sanayinin yoğun olduğu Çorlu, Çerkezköy Lüleburgaz ilçelerinde yoğunlaşırken kuzeyde ve güneyde yer alan yerleşim alanları çevre kirliliği açısından daha korumalı bir durumdadır.

Bölgede hava kirliliği kış aylarında il merkezleri ile nüfusun yoğun olarak olduğu ilçelerde yaşanmaktadır. Hava kirliliğinin temel nedeni ısınma amaçlı kömür kullanımındır. Ancak son dönemde altyapısı hızla tanımlanan doğalgaz hatları ile hava kirliliğinin önümüzdeki dönemde giderileceği düşünülmektedir.

Talep koşulları

Talep koşulları aşağıdaki değişkenlerden oluşmaktadır.

- İç talep
- Dış talep
- Alternatif turizm ürünleri

İç Talep

Bölge genelinde konaklamalı turist sayısı düşüktür. Konaklama sayılarının düşüklüğünün temel nedeni özellikle Marmara sahil boyunca yer alan ikinci konutların varlığıdır. Düşük konaklama sayılarına rağmen özellikle yaz aylarında deniz turizmine yönelik olarak güney ve kuzey sahil beldelerin nüfusunda önemli artışlar meydana gelmesi bunun en temel kanıtıdır. Bölge sahip olduğu doğal zenginlikleri itibarı ile kitle turizmden ziyade günübirlik ve haftasonu turizmine yönelik bir talep göstermektedir.

Edirne ili inanç ve tarih turizmi yönü ile bir talep görmektedir. Özellikle ramazan ayı döneminde inanç turizminde bir canlılık yaşanmaktadır.

Tablo 5: Turizm İşletmesi Belgeli Konaklama Tesislerine Geliş Sayısı, Geceleme, Ortalama Kalış Süresi ve Doluluk Oranının İlçelere Göre Dağılımı(2010)

	Tesis Geliş Sayısı			Geceleme		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
Tekirdağ	9924	37500	47424	29829	74289	104118
- Merkez	2599	12204	14803	2624	14143	16767
- Çerkezköy	5337	10182	15519	16852	21694	38546
- Çorlu	1883	10934	12816	9626	29811	39437
- Şarköy	106	4180	4286	727	8641	9368
Edirne	17228	104704	121932	23554	147104	170658
- Merkez	15059	68610	83669	19706	98923	118629
- Havsa	10	215	225	21	217	238
- İpsala	286	4626	4912	642	9066	9708
- Keşan	1509	23942	25451	2821	30810	33631
- Uzunköprü	364	7311	7675	364	8088	8452
Kırklareli	439	9105	9544	1524	16925	18449
- Merkez	43	2279	2322	179	4035	4214
- Lüleburgaz	396	6826	7222	1345	12890	14235

	Ortalama Kalış Süresi			Doluluk Oranı %		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
Tekirdağ	3.0	2.0	2.2	7.02	17.47	24.49
- Merkez	1.0	1.2	1.1	3.30	17.77	21.07
- Çerkezköy	3.2	2.1	2.5	7.94	10.22	18.16
- Çorlu	5.1	2.7	3.1	9.77	30.25	40.02
- Şarköy	6.9	2.1	2.2	2.09	24.82	26.91
Edirne	1.4	1.4	1.4	3.96	24.71	28.67
- Merkez	1.3	1.4	1.4	5.30	26.62	31.93
- Havsa	2.1	1.0	1.1	0.32	3.28	3.59
- İpsala	2.2	2.0	2.0	1.47	20.70	22.16
- Keşan	1.9	1.3	1.3	2.09	22.83	24.92
- Uzunköprü	1.0	1.1	1.1	0.95	21.07	22.02
Kırklareli	3.5	1.9	1.9	1.80	20.02	21.82
- Merkez	4.2	1.8	1.8	1.03	23.21	24.24
- Lüleburgaz	3.4	1.9	2.0	2.00	19.19	21.20

TURİZM SEKTÖRÜ

Dış Talep

Bölgeye genel itibari ile yabancı turist talebi düşüktür. Edirne ilinde sınır kapısı dolayısı ile gününbirlik bir yabancı turist hareketliliği görülmektedir. Bu hareketlilik genel itibari ile konaklamasız ve ticarete dayalı olarak gerçekleşmektedir.

Sanayi varlığı nedeni ile ön plana çıkan Çorlu ve Çerkezköy ilçelerinde gecelemler konaklamalarda yabancı turistlerin varlığı dikkate değer ölçüdedir. Bu konaklamaların iş amaçlı ziyaretler çerçevesinde olduğu düşünülmektedir.

Tekirdağ İlinin sahip olduğu Rakoczi Müzesi spesifik olarak Macar turistleri ile çekmektedir.

Alternatif Turizm Ürünleri

Trakya Bölgesi güney ve kuzey kesimlerinde sahip olduğu doğal ortamı, ormanları, gölleri ve akarsuları ile eko-agro turizm yanında doğa sporları içinde önemli bir potansiyel taşımaktadır. Bölgede bu yönde turizm hizmeti sağlayan işletme sayısının düşük olmasına rağmen sahip olunan potansiyel önemlidir. Eko-agro turizm özellikle İğneada, Kırıkköy, Şarköy bölgelerinde düşük sayıdaki işletme tarafından yerine getirilmektedir. Bu bölgelerde doğa yürüyüşleri, kuş gözlemciliği yapılan aktivitelerden bazılarıdır.

Şarköy ilçesi sahip olduğu bağları ve şarap üreticileri ile sınırlı olsa bölgeye eno turizm alanında turist çekmektedir.

Bölgede Uçmaktare'de yapılan yamaç paraşütü, Şarköy'de yapılan rüzgar sörfü, soroz sahillerinde yapılan rüzgar sörfü ve dalış bölgede öne çıkan doğa spor faaliyetleridir. Ayrıca Hayrabolu ilçesinde her yıl geleneksel olarak motorkros şampiyonası gerçekleştirilirken, Şarköy Ormanlı köyünde off-road yarışları düzenlenmektedir.

Bunlarla birlikte hiç şüphesiz Bölgenin alternatif turizm alanında öne çıkan faaliyeti Kırkpınar yağlı güreşleridir. Bu güreşler dolayısı ile İl yerli ve yabancı önemli sayıda turisti bölgede ağırlamaktadır.

İlgili ve destekleyici kurum ve kuruluşlar

İlgili ve destekleyici kuruluşlar aşağıdaki değişkenlerden oluşmaktadır.

- Konaklama tesisleri
- Yeme-içme tesisleri ve alışveriş merkezleri
- Üniversiteler
- Ortaöğretim kurumları
- Sivil Toplum Kuruluşları
- Kent güvenliği
- Seyahat acenteleri ve tur operatörleri
- Kamu yönetim hizmetleri

Konaklama Tesislerinin Durumu

Bölgenin sahip olduğu tesis, oda ve yatak sayıları düşüktür. Bölge'de özellikle ikinci konutların yazlık olarak kullanılması dolayısı ile yatak talebi kısıtlı kalmaktadır.

Tablo 6: Turizm Konaklama Tesis Sayı ve Kapasiteleri (Turizm Belgeli Konaklama Tesisi)

	Turizm Yatırımı Belgeli			Turizm İşletmesi Belgeli		
	Tesis	Oda	Yatak	Tesis	Oda	Yatak
Tekirdağ	6	400	779	13	656	1292
Kırklareli	2	198	400	1	89	178
Edirne	7	362	740	20	841	1638
Toplam	15	960	1919	34	1586	3108
Türkiye	877	114771	252984	2647	299621	629465

Yeme-içme tesisleri ve alışveriş merkezlerinin durumu

Bölgede yer alan İllerde öne çıkan yemek kültürü doğrultusunda restoranlar gelişme göstermiştir. Tekirdağ İli sahip olduğu Tekirdağ köftesi dolayısı ile İl merkezinde önemli sayıda köfte restoranını barındırmaktadır. Bu restoranlar özellikle bölgedeki karayollarını kullanan kişiler tarafından yoğun bir rağbet görmektedir.

Kırklareli ili de Kırklareli köftesi ve Demirköy ilçesinde kasap restoranları ile ön plana çıkmaktadır. Ancak bu restoranların sayısı sınırlıdır. Yine Demirköy ve Vize ile Tekirdağ'ın Saray ilçesinde alabalık restoranları öne çıkan işletmelerdir.

Edirne İlinde Edirne Ciğeri ve Köftesi öne çıkmaktadır. İl'de ciğer restoranı sayısı oldukça fazladır ve yerli-yabancı turistler tarafından rağbet görmektedir.

Bölge genelinde restoran sayısı kısmen yeterli olmakla birlikte, butik restoran işletmeciliği yanında yöresel lezzetler sunan mekânlara ihtiyaç bulunmaktadır.



Üniversiteler

Bölgedeki 3 üniversite bünyesinde de 2 yıllık ön lisans düzeyinde turizm bölümleri mevcuttur. Ayrıca Kırklareli Üniversitesi bünyesinde 4 yıllık turizm fakültesi faaliyet göstermektedir. Bölgede üniversiteler turizm alanında çeşitli çalışmalar yürütmektedirler. Bu çalışmaların sayısının artırılmasına ihtiyaç bulunmaktadır.

Üniversiteler

Bölgedeki 3 üniversite bünyesinde de 2 yıllık ön lisans düzeyinde turizm bölümleri mevcuttur. Ayrıca Kırklareli Üniversitesi bünyesinde 4 yıllık turizm fakültesi faaliyet göstermektedir. Bölgede üniversiteler turizm alanında çeşitli çalışmalar yürütmektedirler. Bu çalışmaların sayısının artırılmasına ihtiyaç bulunmaktadır.

Ortaöğretim Kurumları

Bölgedeki 3 ilde de Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi bulunmaktadır. İlgili okullar ile bölgedeki turizm işletmeleri arasında diyalogun güçlendirilmesi bölgedeki turizm hizmet kalitesini arttıracaktır.

Sivil Toplum Kuruluşlarının Faaliyetleri

Bölge genelinde turizm alanında faaliyet gösteren aktif sivil toplum örgüt sayısı yeterli değildir. Ancak 3 ilde de gönüllü olarak kısıtlı imkânlarına rağmen turizme hizmet vermeye çalışan kuruluşlar bulunmaktadır. Bu kuruluşların ortak bir amaç etrafında birleşerek desteklenmesi önem arz etmektedir.

Kent Güvenliği

Turizm sektöründe güvenlik önemli etkenlerdendir. 3 ilde ki yerleşim yerlerinin tamamında önemli bir asayiş problemi bulunmamaktadır. Bu yönü ile bölge turistlere önemli bir güvenlik hissi vermektedir.

Seyahat Acenteleri ve Tur Operatörleri

Bölgede ulusal ve uluslararası ölçekte faaliyet gösteren seyahat acentesi ve tur operatörleri mevcuttur. Bu operatörler ve acenteler ulusal ve uluslararası network bağlantıları mevcuttur. Ancak bölgede bu tür kuruluşların sayılarının artması Bölgenin turizm talebini yükseltecektir.

Kamu Yönetim Hizmetleri

Bölgedeki tüm illerde kamu, turizmin gelişmesine yönelik faaliyetlerde bulunmakta, festival ve fuarlar düzenlenmenin yanında bu tür etkinliklere katılım sağlamaktadır. Ancak kamunun bu tür faaliyetlerinin desteklenmesinde bütçe ve personel kısıtları bulunmaktadır.

Firma stratejisi ve rekabet

Firma strateji ve rekabet yapısı aşağıdaki değişkenlerden oluşmaktadır.

- Firma stratejisi
- Markalaşma ve iletişim yönetimi
- Yabancı tur operatörleri ile işbirlikleri
- Konaklama işletmelerinin yönetim yapısı
- Sektör oyunları arasında işbirliği ve güven
- Kapasite kullanım oranı

Firma Stratejisi

Maliyet temelli strateji sektördeki firmaların temel olarak uyguladıkları stratejisidir. Çok az firma farklılaştırma stratejisini uygulamaya çalışmaktadır. Bölgede farklılaştırma stratejisini uygulayan işletmelerin diğer işletmelere göre ön plana çıktığı görülmektedir. Özellikle hafta sonu ve gününbirlik turizme yönelik olarak Bölgenin daha yüksek bir potansiyele sahip olduğu düşünüldüğünde farklılaşarak ön plana çıkmanın önem daha net görülmektedir.

Markalaşma ve İletişim Yönetimi

Markalaşma sektörün sürdürülebilir rekabet avantajı kazanması açısından hayati öneme sahiptir. Bölge genelinde özellikle yeme-içme alanında belli ürünlerde markalaşma sağlanmış olmakla birlikte bu sektörde rekabet açısından yeterli değildir.

Yabancı Tur Operatörleri ile İşbirlikleri

Bölgedeki firmalar ile yabancı tur operatörleri arasında önemli bir işbirliği ağı bulunmamaktadır. Bu durum bölgeye gelen yabancı turist sayısını kontrol edememe yanında bölgeye daha fazla yabancı turist çekilmesinde de kısıtlara yol açmaktadır.

Konaklama İşletmelerinin Yönetim Yapısı

Bölgede uluslararası standartlarda profesyonel yönetim yapısı bulunan işletmeler yanında aile işletmeleri de bulunmaktadır. Ancak bu durum Türkiye genelinden çok farklı değildir.

Sektör Oyuncuları Arasında İşbirliği

Sektör oyuncularında güçlü bir ağ ve iletişim yapısı bulunmamaktadır.

Kapasite Kullanım Oranı

Bölge genelinde turizm tesislerinin doluluk oranları Türkiye ortalamasının altındadır.



Tablo 7: Bölgeye gelen yerli ve yabancı turistlerin konaklama süreleri ve kapasite oranı

	Ortalama Kalış Süresi			Doluluk Oranı %		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
Edirne	1.4	1.4	1.4	3.96	24.71	28.67
- Merkez	1.3	1.4	1.4	5.30	26.62	31.93
- Havsa	2.1	1.0	1.1	0.32	3.28	3.59
- İpsala	2.2	2.0	2.0	1.47	20.70	22.16
- Keşan	1.9	1.3	1.3	2.09	22.83	24.92
- Uzunköprü	1.0	1.1	1.1	0.95	21.07	22.02
Kırklareli	3.5	1.9	1.9	1.80	20.02	21.82
- Merkez	4.2	1.8	1.8	1.03	23.21	24.24
- Lüleburgaz	3.4	1.9	2.0	2.00	19.19	21.20
Tekirdağ	3.0	2.0	2.2	7.02	17.47	24.49
- Merkez	1.0	1.2	1.1	3.30	17.77	21.07
- Çerkezköy	3.2	2.1	2.5	7.94	10.22	18.16
- Çorlu	5.1	2.7	3.1	9.77	30.25	40.02
- Şarköy	6.9	2.1	2.2	2.09	24.82	26.91
Türkiye	4.30	1.90	3.30	37.23	11.94	49.17

Devlet

Devlet, Kültür ve Turizm Bakanlığı, yatırım teşvikleri ve yasal mevzuat değişkenlerinden oluşmaktadır.

Kültür ve Turizm Bakanlığı Hizmetleri

Kültür ve Turizm Bakanlığınca hazırlanan Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Belgesi turizmin gelişmesi açısından önemli ipuçları sunmaktadır. Ancak Bakanlığın turizm yatırımı olarak bölgeye ayırdığı kaynak oldukça yetersizdir. Bakanlığın bölgeye yönelik önemli bir turizm hizmeti bulunmamaktadır.

Yatırım Teşvikleri

Trakya Bölgesi turizm kaynaklı devlet teşviklerinden yararlanamamaktadır.

Yasal Mevzuat

Yasal mevzuat açısından turizmi kısıtlayan önemli bir engel bulunmamaktadır. Ancak koruma altındaki sit alanlarının koruma amaçlı imar planlarının yapılmamış olması bu bölgeler için bir dezavantaj oluşturmaktadır.

Turizm Sektörü (+/-)

Devlet (-)

- (+/-) Kültür ve Turizm Bakanlığı hizmetleri
- (-) Yatırım teşvikleri
- (-) Yasal mevzuat

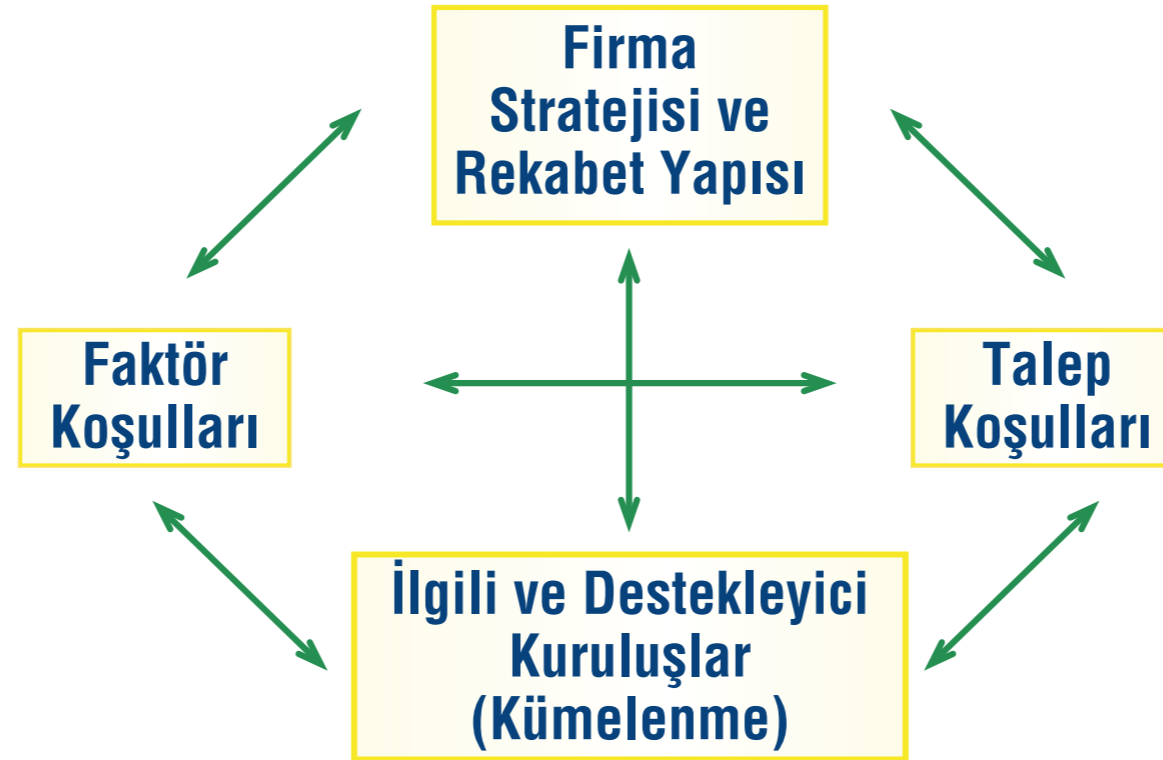
Girdi Koşulları (+)

- (+) Doğal kaynaklar
- (+) Stratejik konum
- (+) Tarihi ve kültürel değerler
- (+) Ulaşım altyapısı
- (+/-) Bilgi ve insan kaynakları
- (+/-) Çevre ve mekansal yapı

Firma Stratejisi ve Rekabet Yapısı (-)

- (-) Firma stratejisi
- (-) Markalaşma ve iletişim yönetimi
- (-) Yabancı tur operatörleri ile işbirliği

- (+/-) Konaklama işletmelerin yönetim yapısı
- (+/-) Sektör oyuncularını arasında işbirliği ve güven
- (-) Kapasite kullanım oranı



Talep Koşulları (-)

- (+/-) İç talep
- (-) Dış talep

İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar (+/-)

- (-) Konaklama tesisleri
- (-) Yeme-içme tesisleri ve alışveriş merkezleri
- (+/-) Üniversiteler
- (+/-) Ortaöğretim kurumları

- (+/-) Sivil toplum kuruluşları
- (+) Kent güvenliği
- (+/-) Seyahat acenteleri ve tur operatörleri
- (+/-) Kamu hizmetleri