

TÜRKİYE'DE PAMUĞUN ULUSLARARASI REKABET ANALİZİ*

INTERNATIONAL COMPETITIVENESS ANALYSIS OF COTTON IN TURKEY

Arzu KILIÇ¹

Öz

Çalışmanın amacı, Türkiye’de pamuk ve pamuklu sektöründe faaliyette bulunan firmaların rekabetçi yapıları ile rekabetlerine etki eden unsurların belirlenmesidir. Bu alanda üretim ve dış ticaret gerçekleştirilen illerdeki firmalarla rekabet koşulları ve rekabetlerine etki eden unsurların neler olduğunu belirlemeye yönelik anket gerçekleştirilmiştir. Firmalar rekabetlerine etki eden unsurlar, işletme yapıları ve ürünlerine göre sınıflandırılmıştır. Bunun yanı sıra firmaların mevcut rekabet gücünü atturmaya yönelik ne gibi çalışmalar yaptıkları incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Pamuk, Pamuk ipliği, Pamuklu dokuma, Rekabet faktörleri

Abstract

The aim of this study is to determine the factors that affect the competitiveness and competitive position of the companies operating in the sector of cotton and cotton products in Turkey. In order to identify the factors that affect their competitiveness a questionnaire were carried out with the companies in the cities where foreign trade and production in this sector are conducted. The companies were classified according to the factors which affect the competitiveness of their structures and products. In addition to that, the studies which were made to enforce the current competitiveness of the companies were examined.

Keywords; Cotton, Cotton Yarn, Spinning and Weaving, Competitive Factors

* Bu Makale “TÜRKİYE’DE PAMUĞUN ULUSLARARASI REKABET ANALİZİ VE REKABET KOŞULLARINI ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİ” Başlıklı (Adana, 2013) Doktora Tezinden Derlenmiştir

¹ Ardahan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, arzukulic@ardahan.edu.tr

Giriş

Tekstil ve konfeksiyon sektörü Türkiye ekonomisinde önemli bir yere sahip olup, toplam ihracat gelirinin %35-40'ını karşılamaktadır. Sektör özellikle katma değer, istihdam, yatırım ve ihracat açısından Türkiye ekonomisine önemli katkılar sağlamaktadır. Pamuk tarımı ve pamuğa bağlı sanayi sektörlerinde çalışan kişi sayısı yaklaşık 500 bin kişi olup, 2,5 milyon kişiye doğrudan, 10 milyon kişiye de dolaylı olarak istihdam olanağı sağlamaktadır (Anonim, 2007).

Üretim zincirindeki her aşamadan sonra pamuğun parasal değeriyle birlikte yattığı katma değerde artmaktadır. Yaklaşık olarak ham pamuktan ipliğe dönüşümde 2-3, iplikten dokumaya geçişte 5-7, konfeksiyona geçişte 8-12 kat katma değer yaratılmaktadır (Telatar ve ark, 2002).

1974 yılında “Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması (GATT)” tarafından hazırlanan “Çok Elyaflılar Anlaşması (MFA)” kapsamında kotalar dâhilinde ve gönüllü ihracat kısıtlamaları ile yürütülen tekstil ticareti uygulaması ilk başlarda piyasa yapısını düzenleyen geçici bir uygulama olarak başlansa da uzun yıllar uygulanmıştır. 1995-2005 yılları arasında Dünya Ticaret Örgütünün yaptığı düzenlemeler ile oluşan piyasa yapısını bozan ve ticareti kısıtlayan bu uygulama kademeli olarak kaldırılmış ve 2005 yılında sona ermiştir.

Tüm ülkeler için yeni piyasa koşulları yaratan bu düzenlemeler ile sektörde ticaretin yönü ve şeklini belirleyen kotalar kalkmış ve koruma çalışmaları sadece gümrük vergileriyle yapılabilir hale getirilmiştir.

2005 yılından sonra dünya pamuk, iplik ve dokuma sektöründe önemli pazar payına sahip ülkelerin sıralamalarında ciddi değişiklikler yaşanmıştır. Günümüzde Uzakdoğu ülkeleri bu üç ürün grubunda hem ithalat hem de ihracatta ilk sıralarda yer almaktadır.

Ticaret hacmi bakımından en yoğun tekstil ve hazır giyim ticareti Asya ülkelerinde gerçekleşmektedir. Çin tekstil ihracatı içinde 2000 yılında %10 olan payını 2010 yılı sonunda %31'e, hazır giyim ihracatında ise 2000 yılında %18,3 olan payını 2010 yılında %37'ye yükseltmiştir. Birbiriyle etkileşen bu iki sektörde Çin giderek hâkimiyetini ortaya koymaktadır. Tekstil Ticaretinde Avrupa Birliği (AB) ülkelerinin ardında üçüncü sırada yer alan Hindistan ise 2010 yılında ihracatını %40 oranında arttırmıştır (Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, 2010)

Önemli ihraç pazarımız olan Avrupa Birliğinde Çin başta olmak üzere birçok Uzakdoğu ülkeleriyle rekabet etmekteyiz. Çin'in AB'ye gerçekleştirdiği toplam ihracat payı 2010 itibarıyla %7'dir. Ülkemizin payı ise %1'dir. Türkiye'deki üretimin önemli sorunu olan maliyetler, sektörün ihtiyaç duyduğu yeterli sayıda nitelikli işgücünün eksikliği, araştırma ve geliştirme çalışmalarının yetersizliği, üretim teknolojisinde dışa bağımlılık ve etkin olmayan destekleme politikaları vb. nedeniyle pazar payı yeterince artırılamamaktadır (Dinççağ,2010)

Türkiye pamuk ve pamuklu sektörü birçok sorunla mücadele ederek üretime devam ederken dünya ticaretinde birçok ülkeyle rekabet etmektedir. Bu nedenle pamuk ve pamuğa dayalı sektörlerin rekabetçi yapıları acilen güçlendirilmelidir. Türkiye'nin yaklaşık 1,34\$/kg olan kütlü pamuk üretim maliyeti dünya üretim maliyeti ortalaması olan 0,98\$/kg altına düşürülerek maliyet-fiyat avantajı yaratılmalıdır (ICAC,2007). Yine bu sektörde katma değeri yüksek ürünlerin (teknik tekstil, nano teknolojik tekstil ürünleri vb.) üretimine ağırlık verilmelidir. Ancak bu hedeflerin gerçekleştirilebilmesi için firmaların dünya pamuk ve pamuklu sektöründe rekabet koşullarını etkileyen unsurların belirlenmesi doğru stratejiler geliştirmede yardımcı olabilir.

1. Materyal ve Yöntem

1.1. Materyal

Ülkemizde faaliyet gösteren, pamuk, pamuk ipliği ve pamuklu dokuma dış ticareti ve/veya üretimi yapan firmalara yönelik gerçekleştirilen anketlerle sağlanan verilerdir. Anket formunda firmalar açısından dış ticarete rekabeti etkileyen faktörleri belirlemeye yönelik sorular sorulmuştur. Anket ilgili ürün gruplarının üretildiği ve dış ticaretin yoğun gerçekleştiği Marmara, Ege, Akdeniz ve Güney Doğu Anadolu bölgelerinde faaliyet gösteren firmalar ile gerçekleştirilmiştir.

Ayrıca yukarıda sözü edilen verilerin yanı sıra, daha önce çalışma konusu ile ilgili elde edilmiş araştırma bulgularından ve yayınlanmış çalışmalardan yararlanılmıştır.

1.2. Yöntem

Ülkemizde ilgili ürünlerin dış ticaretinde rekabet koşullarını etkileyen faktörleri belirlemek için nitel araştırma tekniğine başvurulmuştur. Birincil veriler; derinlemesine mülakat ve anket yöntemi ile toplanmıştır. Derinlemesine mülakat yöntemi anket formunun doğru ve eksiksiz hazırlanması için pamuk, pamuk ipliği ve pamuklu dokuma dış satımı gerçekleştiren Hatay ilinde bulunan toplam 14 işletme ve Antakya Sanayi ve Ticaret odasına uygulanmıştır.

Anket formu ise Ege, Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu illerindeki işletmelere uygulanmıştır. Anket hızlı ve güvenilir ve sistematik veri elde edebilme aracı olarak tercih edilmiştir.

Belirlenen 11 ilde, Sanayi ve Ticaret Odaları, Ticaret Borsaları, Tarım İl müdürlüklerinden sağlanan bilgilere göre dış ticaret, çırçırılama, iplik ve pamuklu dokuma üretimi bazında filen faaliyet gösteren firma sayıları alınmıştır. Anket çalışması 138 firmayla gerçekleştirilmiştir. Ankete bir firma katılmamıştır bu nedenle 137 firmayla anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Pamukla ilgili 38 firma anketi doğru bir şekilde yanıtlamıştır. Pamuk ipliğinde ise 39 firma anketi yanıtladığı ancak soruları eksiksiz yanıtlayan ve analize uygun görülen anket sayısı 36'dır.

Pamuklu dokumada ise anketi 60 firma yanıtlamış ancak soruları eksiksiz yanıtlayan ve analize uygun görülen anket sayısı 43'tür. Dolayısıyla toplamda sorularını doğru yanıtlayan ve analize uygun görülen anket sayısı 117'dir. Anket e-posta, telefon ve yüz yüze görüşme teknikleriyle gerçekleştirilmiştir

Çalışmanın kısıtları ise zaman, firmaların ankete katılımlarındaki isteksizlik, örnek alanın coğrafik büyüklüğü ve dağılımıdır.

2. Araştırma Bulguları ve Tartışma

2.1. Ankete Katılan Firmalar Hakkında Genel Bilgiler

2.1.1. Pamuk Firmaları Hakkında Genel Bilgiler

Pamuk firmalarından toplam 38 firma ankete yanıt vermiştir. 38 Firmanın ille göre dağılımı ise; 4'ü Hatay, 10'u Kahramanmaraş, 10'u Aydın, 9'u Denizli, 5'i Şanlıurfa'dır. Firmaların hukuki yapılarına göre dağılımı ise; 14'ü anonim şirket, 24'ü ise Limited Şirket statüsündedir. Pamuk firmalarının çalışan sayıları incelendiğinde %68'i 1-250 arası işçi çalıştıran küçük ve orta ölçekli, %21 ise 251-500 arasında işçi çalıştıran büyük ölçekli işletmelerdir. Firmaların %55'i 1000-5000 ton, %29'u 5001-15000 ton pamuk üretim ve/veya işleme kapasitesine sahiptir. Ankete katılan pamuk firmaların %42'si 10 yıl ve üzerinde, %34'ü ise 5-10 yıl arasında dış ticaret faaliyetleri gerçekleştirmektedirler. Firmaların tümü ürünlerini dış pazara satmaktadırlar, bu kapsamda gerçekleştirdikleri yıllık ihracat ve ithalat tutarlarına ilişkin soru sorulmuştur. Ancak bu soruya pamuk firmalarından ölçülebilir yanıt gelmemiştir.

Pamuk firmaları dış ticarete konu ürünleri GTİP koduna göre 3 ana grupta sınıflandırılmıştır. Katılımcı firmaların %69'u "Pamuk (Karde edilmemiş*) GTİP kodlu ürünü ihraç etmektedirler. Gerçekleştirdikleri ithalatlarında ise %37 "Pamuk (Karde edilmiş)", %34 Pamuk Döküntüsü, %29 Pamuk (Karde edilmemiş) GTİP kodlu ürünler yer almaktadır. Bu ürünlerin tekstil sektörünün tercihi olan kalitedeki ürünlerden oluştuğunu belirtmişlerdir.

2.1.2. Pamuk İpliği Firmaları Hakkında Genel Bilgiler

Pamuk firmalarından toplam 39 firma ankete yanıt vermiştir. Ancak anket sorularının tümünü doğru yanıtlayan ve analize uygun görülen yanıtlayıcı sayısı 36'dır. Bu firmaların illere göre dağılımı şu şekildedir; 15'i Kahraman Maraş, 3'ü Diyarbakır, 5'i Gaziantep, 4'ü Şanlıurfa, 6'sı Adana, 2'si Denizli ve 1'i Hatay ilinde imalat gerçekleştirmektedirler. Firmaların 11'i anonim şirket, kalan 25 firma ise Limited şirket statüsündedir.

Pamuk ipliği firmalarından ankete katılanların %42'si 50-250 arasında işçi çalıştıran küçük ölçekli işletmelerdir. %25'i ise 251-500 arasında işçi çalıştıran orta ölçekli işletmedir. Pamuk ipliği firmalarının %58'i 1000-5000 ton, %25'i 5001-15.000 ton ve %17'si ise 15.000 tonun üstünde üretim/ işleme kapasitelerine sahip-

tir. Pamuk ipliği firmalarının %50'si 10 yıl ve üzerinde, %31'i ise 5-10 arasında dış ticaret faaliyetleri gerçekleştirmektedirler. Firmaların tümü ürünlerini dış pazara satmaktadırlar, bu kapsamda gerçekleştirdikleri yıllık ihracat ve ithalat tutarlarına ilişkin soru sorulmuştur. Ancak bu soruya pamuk ipliği firmalarından ölçülebilir yanıt gelmemiştir.

Pamuk ipliği firmalarının dış ticarete konu ürünleri GTİP koduna göre 4 ana grupta sınıflandırılarak sorulmuştur. Katılımcı firmaların %50'si “ Pamuk ipliği (dikiş ipliği hariç % 85 veya üstü pamuk içeren) GTİP kodlu ürünü ihraç etmektedirler. Bu iplik çeşidi dokumalık kumaş sektöründe kullanılmaktadır. Diğer iplik türlerinde ihracat oranları %17 oranındadır. Gerçekleştirdikleri ithalatlarında ise %33'ü oranında “Pamuk ipliği (dikiş ipliği hariç %85 veya üstü pamuk içeren” ve %29'u ise ‘Pamuk ipliği’ (dikiş ipliği hariç, %85'den az pamuk içeren) GTİP kodlu ürünler yer almaktadır. Bu ürünlerin ithalat gerekçesi hakkında katılımcılar açıklamamışlardır.

2.1.3. Pamuklu Dokuma Firmaları Hakkında Genel Bilgiler

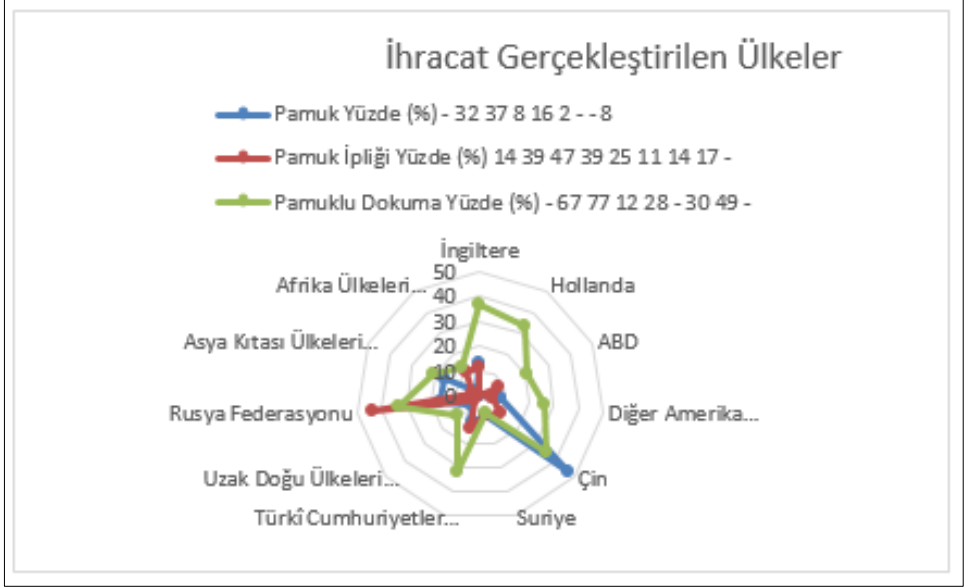
Pamuklu dokuma firmalarından toplam 60 firma ankete yanıt vermiştir. Ancak anket formunun doğru şekilde doldurulmuş haliyle yanıtlayan sayısı 43'tür. Bu firmaların 18'i Denizli ve ilçelerinden, 13'ü Aydın ve ilçelerinden, 6'sı Adana, 2'si Hatay, 3 Diyarbakır ve 1'i Kahramanmaraş'tan katılmıştır. Firmaların 32'si limitet, 11'i ise anonim şirket statüsündedir.

Pamuklu dokuma firmalarında ki çalışan ise %37'si 501-1000 ve %35'i 251-500 arası işçi çalıştıran büyük ölçekli işletmelerdir. Pamuklu dokuma firmalarının %58'i 10 yıl ve üzerindeki sürede, %30'u ise çalışma süresi olarak 5-10 yıl arasındaki sürede dış ticaret faaliyetleri gerçekleştirmektedirler. Pamuklu dokuma firmaların dış ticarete konu ürünleri GTİP koduna göre 6 ana grupta sınıflandırılarak sorulmuştur. Katılımcı firmaların ihracata konu olan ürünlerinin %86'sı GTİP kodlu (%85'den daha az pamuk içerenler ve sentetik lifli, metrekaresi 200 gr'ı geçmeyen) dokuma, %63'ü GTİP kodlu (%85'den daha az pamuk içerenler metrekaresi 200 gr'ı geçmeyen) dokumadan oluşmaktadır. GTİP kodlu (%85'den daha fazla pamuk içerenler metrekaresi 200 gr'dan fazla) dokumayı ihraç edenlerin oranı %49'dur. İthalata konu olan ürünlere baktığımızda ise %91 ile (%85'den daha fazla pamuk içerenler metrekaresi 200 gr'dan fazla) dokuma kumaş ilk sıradadır. Ankete katılan ve bu ürünü işaretleyen firmalardan 8'i bu ürünü mobilya sektörünün talebine yanıt vermek için ithal ettiklerini bildirmişlerdir. Genel olarak pamuklu dokuma kumaş ithali %19-%30 arasındadır.

2.2. Pamuk ve Pamuklu Sektöründe Firmaların Dış Ticaret Gerçekleştirdikleri Ülkeler

Firmalara dış ticarete konu olan faaliyetlerini hangi ülkelerle gerçekleştirdiklerine yönelik soru yöneltilmiştir. Ankete katılan pamuk firmalarının %47'si Çin, %37'si İtalya ve %32'Almaya'ya yoğun olarak ihracat gerçekleştirmektedirler.

Pamuk ipliği firmaları ise %47'si İtalya, %44'ü Rusya Federasyonu, %39'u Almanya ve Yunanistan'a sıklıkla ihracatta bulunurken, pamuklu dokuma firmalarının %77'si İtalya, %67'si Almanya ve %49'u Polonya ve Romanya'ya ürünlerini ihraç etmektedirler (Şekil 1).



Şekil 1: İhracat Gerçekleştirilen Ülkeler

Ankete katılan pamuk firmalarının %61'i Çin'den, %50'si ABD'den ve %29'u Yunanistan'dan yoğun olarak pamuk ithal etmektedirler. Pamuk İpliği firmalarının %71'i Asya Kıtası ülkelerinden (Hindistan, Pakistan vb.) , %52'si Türki Cumhuriyetler 'den (Özbekistan, Azerbaycan vb.) ve %42'si Suriye'den pamuk ipliği ithalatı gerçekleştirmektedir. Pamuklu dokuma firmalarının %67'si Çin'den, %44'ü ABD ve Asya Kıtası ülkelerinden (Hindistan, Pakistan vb.) ve %26'sı ' Türki Cumhuriyetler 'den (Özbekistan, Azerbaycan vb.), pamuklu dokuma ithal etmektedirler.

2.3. Pamuk ve Pamuklu Sektöründeki Firmaların Ürün Özelliklerinin Rakipleriyle Karşılaştırılması

Firmalara üretimini veya satışını gerçekleştirdikleri ürünlerini yabancı ürünlerle karşılaştırmalarına yönelik bir soru sorulmuştur. Her bir özelliği rakiplerine göre kötü, orta ve iyi şeklinde karşılaştırarak değerlendirmeleri istenmiştir

Pamuk firmalarının bu soruya verdikleri yanıtları genel olarak incelendiğinde yanıt veren firmaların birçoğu kendi ürün özelliklerini yabancı köken/ marka ürünlere göre orta olarak tanımlamışlardır. Orta olarak tanımlanan unsurlar şunlardır; ürün özellikleri (%42), üretim teknolojisi (%50), kalite (%42), fiyat(%53), ürün bulunabi-

lirliği (%68), standartlara uygunluk (%53), ödeme koşulları (%45). İyi olarak tanımladıkları unsurlar ise dayanıklılık (%50) ve teslim koşullarıdır (%74)

Pamuk ipliği firmalarının verdikleri yanıtlar incelendiğinde yanıt verenlerin birçoğu kendi ürün özelliklerini yabancı köken/ marka ürünlere göre “iyi” olarak tanımlamışlardır. İyi olarak tanımlanan unsurlar şunlardır; kalite ve standartlara uygunluk (%86), ürünün bulunabilirliği (%83), dayanıklılık (%81), ürün özellikleri (%75), ambalaj kalitesi (%69), üretim teknolojisi ve ürün çeşitliliği (%58), teslim koşulları (%56). Orta olarak tanımladıkları unsurlar, satış sonrası (%67), marka imajı (%56), araştırma- geliştirmedir (%50). Ankete katılan 36 firmanın 16’sı bu tanımlamalarda Çin, Hindistan ve Pakistan kökenli ürünlere göre karşılaştırma yaptıklarını ifade etmişlerdir.

Pamuklu dokuma firmalarının verdikleri yanıtlar incelendiğinde, yanıt verenlerin birçoğu kendi ürün özelliklerini yabancı köken/ marka ürünlere göre “iyi” olarak tanımlamışlardır. İyi olarak tanımlanan unsurlar şunlardır; ürün çeşitliliği (%90), standartlara uygunluk (%84), dayanıklılık (%72), ürünün bulunabilirliği ve kalitesi (%70) , ambalaj kalitesi (%67), üretim teknolojisi (%65) ve ürün özelliklerinde (%60) rakiplerinden daha iyi olduğunu belirtmişlerdir. Orta düzeyde belirttikleri özellikler ise maliyetler ve fiyat (%49), satış sonrası hizmetler (%65), teslim koşulları (%53), ödeme koşulları ve marka imajıdır (%42).

Bu soruya yanıt veren 5 katılımcı sadece Pakistan’la çok yoğun çalıştıklarını ve kıyaslamayı buna göre yaptıklarını belirtmişlerdir. Verilen yanıtlardan görüldüğü üzere pamuklu dokuma işletmelerinin maliyet ve fiyat başta olmak üzere pazarlama çalışmalarına yönelik (satış sonrası hizmetler, marka imajı, teslim koşulları vb.) konularda geliştirici ve iyileştirici çalışmalar yapmaları halinde dünya piyasalarında daha etkin rekabet edebileceklerdir.

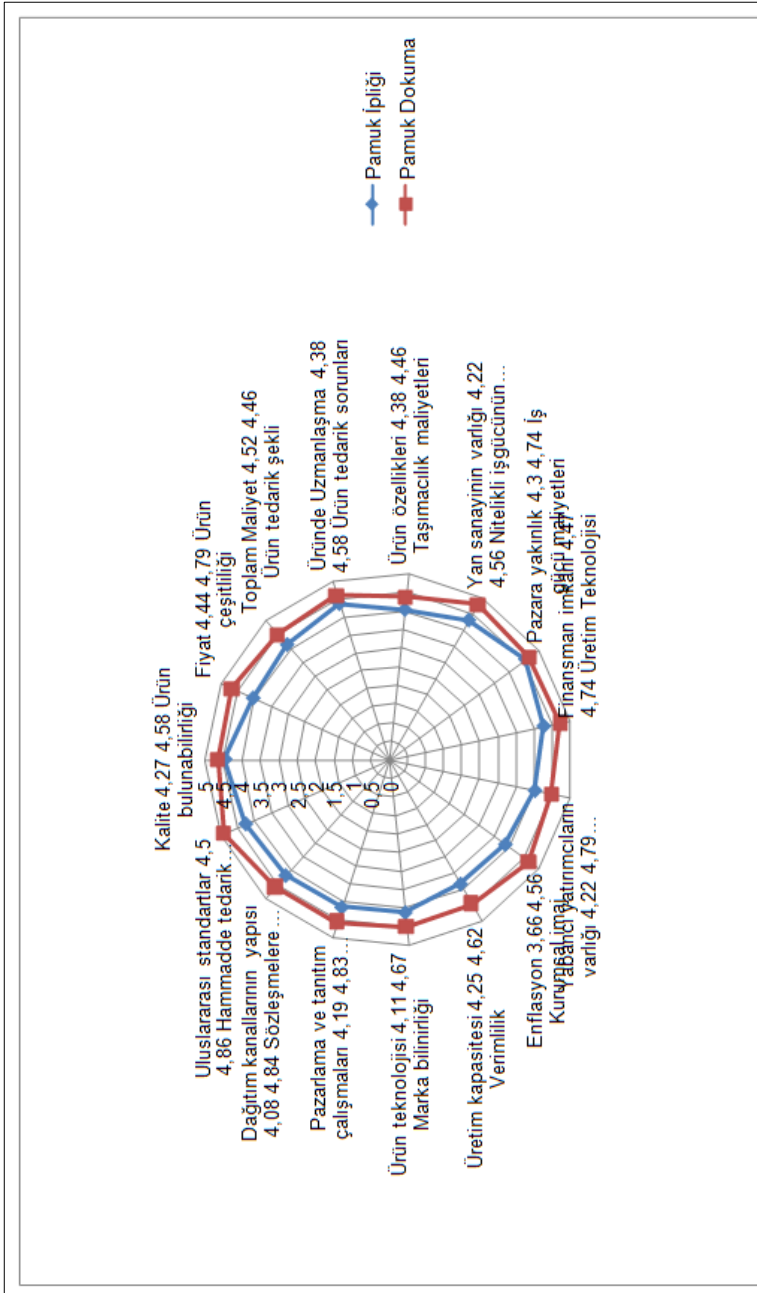
2.4. Pamuk ve Pamuklu Sektöründeki Firmaların Rekabetlerine Etki Eden Faktörler

Firmalara dış ticaret faaliyetinde rekabet gücünü etkileyen faktörler sorulmuştur. Bu soruda yer alan faktörler genel olarak işletme, ürün ve pazar koşullarından oluşmuştur. Likert’in beşli ölçeği kullanılmıştır.

Pamuk firmalarının verdiği yanıtlar yoğun olarak katılıyorum şeklindedir. Pamuk, firmalarının rekabetlerine etkide bulunmasına kesinlikle katılıyorum (5) şeklinde görüş belirttikleri faktörler şunlardır; dünya pamuk piyasasındaki hareketler (4,61), fiyat (4,45), işgücü maliyetleri (4,39), finansman imkânları (4,53), üründe uzmanlaşma (4,50) ve ürün bulunabilirliğidir (4,34). Yine bu firmaların katılıyorum (4) şeklinde görüş belirttikleri faktörler ise kalite (3,92), toplam maliyet (3,79), ürün özellikleri (3,76), yan sanayinin varlığı (3,84), pazara yakınlık (4,03), yabancı yatırımcıların varlığıdır (3,74)

Pamuk ipliği firmalarının rekabetlerine etkide bulunmasına kesinlikle katılıyorum (5) şeklinde görüş belirttikleri faktörler şunlardır. Kalite (4,27), fiyat ve ürün bulunabilirliği (4,44), toplam maliyet(4,52), üründe uzmanlaşma (4,38), ürün özellikleri (4,38), yan sanayinin varlığı (4,22), üretim kapasitesi(4,25), uluslararası standartlar (4,50), pazara yakınlık (4,30), ürün tedarik sorunları(4,38), iş gücü maliyetleri (4,55), nitelikli işgücü varlığı (4,30), üretim teknolojisi (4,27) ve hammadde tedarik sorunlarıdır (4,25). Yine bu firmaların katılıyorum (4) şeklinde görüş belirttikleri faktörler ise, enflasyon (3,66), ürün teknolojisi (4,11), pazarlama ve tanıtım çalışmaları (4,19), dağıtım kanallarının yapısı (4,08), ürün çeşitliliği (4,03), ürün tedarik şekli (4,13), taşımacılık maliyetleri (4,03), araştırma geliştirme (4,03), marka bilinirliği (4,13), müşteri hizmetleri (4,17) ve sözleşmelere bağlılıktır (4,19) Pamuk ipliği sektöründe rekabette etkili olan en önemli unsurlar olarak iş gücü maliyetleri, toplam maliyetler (sabit maliyetler), uluslararası standartlar ve fiyattır.

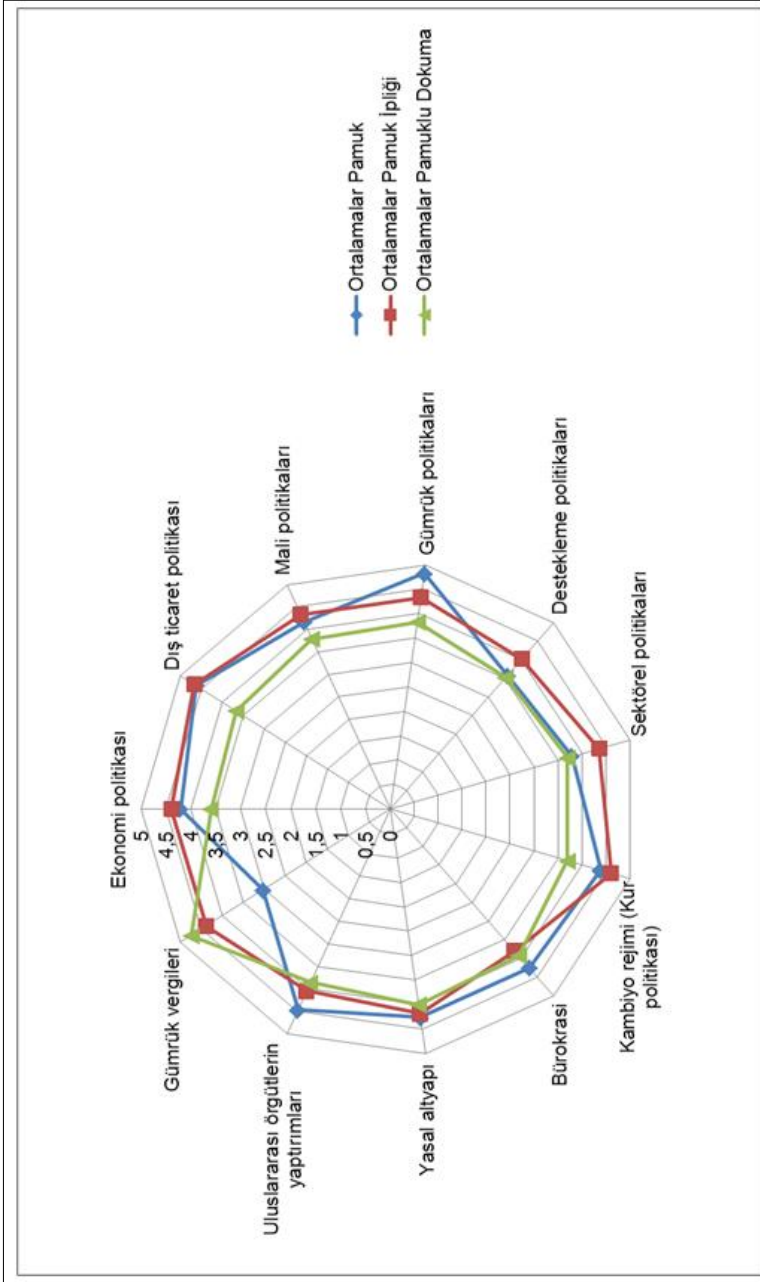
Pamuklu dokuma firmalarının hemen hemen hepsi bu soruya kesinlikle katılıyorum şeklinde yanıt vermişleridir. Verilen yanıtlarda ortalama değeri en yüksek olanlar itibariyle ön plana çıkan faktörler şunlardır. Dağıtım kanallarının yapısı (4,84), uluslararası standartlar (4,86), pazarlama ve tanıtım (4,83), nitelikli işgücünün varlığı (4,81), hammadde tedarik sorunları (4,91), fiyat (4,79), yabancı yatırımcıların varlığıdır (4,49) (Şekil 2). Pamuklu dokuma sektöründe pamuk ve pamuk ipliğine kıyasla katma değeri yüksek ürünler üretilmektedir. Bu nedenle burada ortaya çıkan sonuçlar pazarda tüketici/ kullanıcıya malı daha hızlı ulaştırmada etkili olan pazarlama ve tanıtım, dağıtım kanallarının yapısı, uluslararası standartlar gibi unsurların rekabette önemli olduğudur.



Şekil 2: Pamuk İpliği ve Pamuklu Dokuma Firmalarında Rekabete Etki Eden Faktörler

Firmalar dış ticaret faaliyetlerinde devletin uyguladığı politikaların ve uyguladığı kuralların rekabetlerine etkisi sorulmuştur. Pamuk firmalarının dış ticarete devlet uygulamaları nedeniyle rekabet güçlerini çok olumsuz etkilediğini (5) ifade ettikleri faktörler şunlardır. Gümrük politikaları (4,82), dış ticaret politikaları (4,63), kur politikası (4,39), uluslararası örgütlerin yaptırımları (4,47), ekonomi politikası (4,21), bürokrasi (4,26) ve yasal alt yapıdır (4,26)

Pamuk ipliği firmalarının dış ticarete devlet uygulamaları nedeniyle rekabet güçlerini çok olumsuz etkilediğini (5) ifade ettikleri faktörler şunlardır. Dış ticaret politikası (4,67), kur politikası (4,61), ekonomisi politikası ve gümrük vergileri (4,39), gümrük ve mali politikalarıdır (4,33) . Pamuklu dokuma firmalarının dış ticarete devlet uygulamaları nedeniyle rekabet güçlerini olumsuz etkilediğini (4) ifade ettikleri faktörler şunlardır; ekonomi politikası (3,60), dış ticaret politikası (3,67), mali politikalar (3,79), gümrük politikaları (3,83), destekleme politikaları (3,53), sektörel politikalar (3,70), kur politikaları (3,70), bürokrasi (3,93), yasal altyapı (4,0), uluslararası örgütlerin yaptırımlarıdır (3,86). Bu gruptaki firmaların kesinlikle katılıyorum (5) olarak verdiği yanıt gümrük vergileridir (Şekil 3).



Şekil 3: Dış Ticarete Devletin Uygulamalarının Firmaların Rekabet Gücüne Etkileri

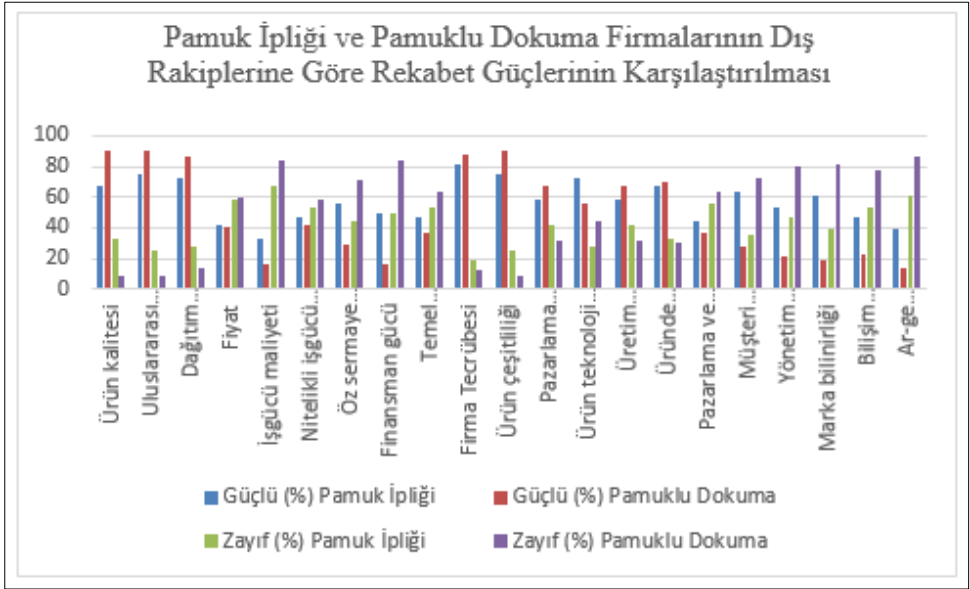
2.5. Firmaların Yapısal Özelliklerinin Dış Pazarlardaki Rakiplerle Karşılaştırılması

Firmaların yapısal özelliklerini dış rakipleriyle karşılaştırarak kendilerini zayıf veya güçlü olarak tanımlamaları istenmiştir. Pamuk firmalarının büyük bir çoğunluğu rakip firmalara karşı zayıf olduklarını belirtmişlerdir Zayıf olarak nitelendirdikleri faktörler; fiyat (%84), iş gücü maliyetleri ve finansman gücü (%71), ürün çeşitliliği (%63), üretimde kullanılan teknoloji ve pazarlama kabiliyeti (%61), uluslararası standartlara uygunluk (%53) olarak belirtmişlerdir. Güçlü olarak tanımlanan faktörlere baktığımızda %68 ile firma tecrübesi ilk sırada yer almaktadır. Bu sektörde ankete katılan firmaların çok büyük kısmı büyük ölçekli pamuk üreticisi ve çırçırıcısıdır. Firmaların çalışma anlayışları ve sistemleri modern işletmecilik yöntemlerinden çok uzaktadır. Bu koşullarda bu firmaların teknoloji, pazarlama çalışmaları ve uluslararası standartlar konusunda geliştirilmesi zordur.

Pamuk ipliği firmalarının rakip firmalara karşı güçlü ve zayıf olarak belirlediği özelliklerin dağılımı birbirine yakındır. Bu soruya yanıt veren firmaların 20'si bu karşılaştırmayı son dönemde rakipleri olan Çin, Hindistan, Pakistan, Suriye, Türkiye Cumhuriyetlerindeki firmaları esas alarak yanıtladıklarını belirtmişlerdir.

Güçlü olarak belirttikleri faktörler şunlardır. Firma tecrübesi (%81), uluslararası standartlara uygunluk ve ürün çeşitliliği (%75), dağıtım kanallarının erişilebilirliği ve üretim teknolojisi alt yapısı (%72), ürün kalitesi ve üründe uzmanlaşma (%67), müşteri hizmetleri (%64), marka bilinirliği (%62), pazarlama kabiliyeti ve üretim teknolojisi (%58), öz sermaye (%56) ve yönetim anlayışıdır (%53). Zayıf oldukları faktörler ise, fiyat (%58), iş gücü maliyetleri (%67), nitelikli iş gücü varlığı (%53), temel maliyetler (%53), pazarlama ve tanıtım (%56), bilişim teknolojileri kullanımı (%53) ve Ar-Ge çalışmalarıdır (%61) (Şekil 4).

Pamuklu dokuma firmalarında da güçlü ve zayıf yanların faktör sayısı bir birine yakındır. Güçlü olarak tanımladıkları özellikleri sırasıyla şunlardır. %91 ürün kalitesi, uluslararası standartlara uygunluk ve ürün çeşitliliği, %88 firma tecrübesi, %86 dağıtım kanallarının erişilebilirliği, %70 üründe uzmanlaşma, %67 pazarlama kabiliyeti ve üretim teknolojisi ve %56 ürün teknoloji alt yapısıdır. Bu firmaların zayıf olarak belirttikleri faktörler ise, fiyat (%60), iş gücü maliyetleri (%84), nitelikli iş gücü varlığı (%58), temel maliyetler (%63), pazarlama ve tanıtım (%63), bilişim teknolojileri kullanımı (%77) ve Ar-Ge çalışmalarıdır (%86) Ankete katılan pamuk ipliği ve pamuklu dokuma firmalarının zayıf olarak beyan ettikleri sonuçlar benzerdir. Bu sektörlerde yer alan firmamızın maliyetlerini azaltmaya yönelik etkili politikaların izlenmesi ve katma değeri daha yüksek olan yenilikçi ürünler üretmede etkili olan ar-ge ve bilişim teknolojileri eksiklerinin giderilmesiyle dünya piyasalarında çok daha etkili rekabet edebileceklerdir.



Şekil 4: Pamuk ipliği ve pamuklu Dokuma Firmalarının Dış Rakiplerine Göre Rekabet Güçlerinin Karşılaştırılması

2.6. Firmaların Rekabet Gücünü Arttırmaya Yönelik Çalışmaları

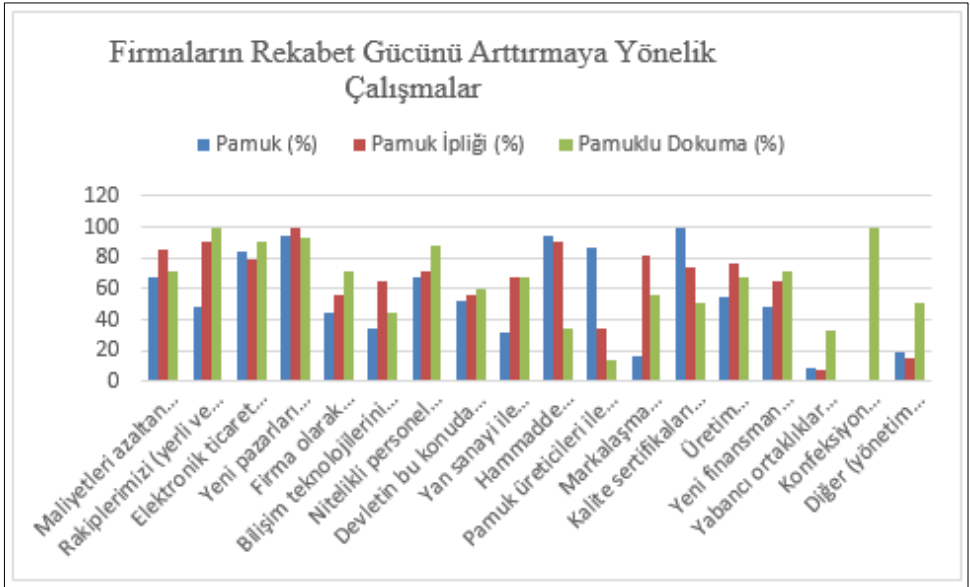
Son olarak katılımcılara rekabet güçlerini arttırmak için ne tür faaliyetler uyguladıklarıyla ilgili soru yöneltilmiştir.

Pamuk firmalarından soruya 38 firmadan 31'i yanıt vermiştir. Firmalar tarafından rekabet güçlerini arttırmaya yönelik yaptıkları çalışmalar şunlardır. Firmaların tümü kalite sertifikaları almak için çalışmalar yaptıklarını belirtmişlerdir. Yine firmaların %94'ü hammadde tedarikçileriyle iş birlikleri gerçekleştirdiklerini ve yeni pazar aradıklarını belirtmişlerdir. %87'si pamuk üreticileriyle işbirlikleri gerçekleştirdiklerini, %68'i maliyeti azaltan önlemler aldıklarını ve nitelikli personel çalıştırdıklarını, %55 i üretim teknolojilerini yenilediklerini (ankete katılan 17 firma hem üretici hem de ihracatçı/ ithalatçı niteliğinde olduklarını belirtmişlerdir), %52'si devletin pamuk üretimi ile ilgili verdikleri desteklerden yararlandıklarını belirtmişlerdir.

Pamuk sektöründeki firmalar rekabetçi yanlarını güçlendirmek için yoğun olarak pamuk kalitelerini arttırmaya ve üretim süreçleriyle birlikte maliyetlerini azaltmaya yönelik önlemler almaktadırlar. Firmaların yeni pazarlar bulmak ve elektronik ticaretten yararlanmak yönünde çalışmalar yapmasıyla ihracat kapasiteleri ve ihraç pazarları çeşitlenebilir.

Pamuk ipliği firmalarında ise 36 firmadan 34'ü bu soruya yanıt vermiştir. Ankete katılanların %100'ü yeni pazarlar incelediklerini ifade etmişlerdir. Diğer çalışmalar önem sırasına göre şu şekildedir: %91 Rakipleri takip etme ve hammadde tedarikçileriyle işbirliği çalışmaları gerçekleştirme, %85 maliyet azaltan önlemler alma, %82 marka çalışmalarına önem verme, %79 Elektronik ticaret fırsatlarından yararlanma, %76 üretim teknolojilerini yenileme, %74 kalite sertifikaları alma, %71 nitelikli personel çalıştırmak (Şekil 3.5). Pamuk ipliği firmalarının dünya pamuk ipliği alanında rakiplerini izlemeleri ve hammadde tedarikçileriyle işbirliği içerisinde çalışmaları sektör için olumludur. Firmalar özellikle yeni pazarlar bulmaya çok önem vermektedirler, üretim maliyetlerinin azaltılmasının mümkün olduğu durumda bu firmaların dünya pamuk ipliği ticaretinde güçlü ihracatçı olmaları mümkündür.

Bu soruya yanıt veren 43 pamuklu dokuma firmasının rekabetçi yapılarını güçlendirmek amacıyla gerçekleştirdikleri önlemlerin dağılımı şu şekildedir. Firmaların tümü rakiplerini takip ettiklerini, konfeksiyon sektöründeki gelişmeleri takip ederek olası taleplere göre yeni çalışmalar gerçekleştirdiklerini bildirmişlerdir. %93'ü yeni pazarları incelediklerini, %91'i elektronik ticaret fırsatlarını kullandıklarını, %86'sı nitelikli personel çalıştırdıklarını ve %72'si firma olarak kurumsallaştıklarını ve yeni finansman kaynakları bularak yapılarını güçlendirdiklerini belirtmişlerdir (Şekil 3.7.1). Pamuklu dokuma firmaları ise rekabetçi yanlarını daha yoğun olarak işletme ve pazarlama yönetimi ekseninde güçlendirmektedirler. Yeni pazarlar ve elektronik ticaret fırsatlarından yararlanabilmek için nitelikli personel ve kurumsal şirket olma yönündeki çalışmalar rekabette güçlü olabilmek adına olumludur.



Şekil 5: Firmaların Rekabet Gücünü Arttırmaya Yönelik Çalışmalar

Sonuç ve Öneriler

1980'lerden sonra ihracatta önemli itici güce sahip olan tekstil ve konfeksiyon sektörünün büyümesine paralel büyüme gösteren pamuk üretimi yanlış politikalar ve uluslararası düzenlemelerin getirdiği koşullar nedeniyle sektörün ihtiyaç duyduğu kalite ve miktarda ilerleme sağlayamamıştır.

Katma değerli ürünler yaratarak dünya piyasasında yüksek karlılıklara ulaşan tekstil ve konfeksiyon sektörünün ihtiyacı olan nitelikteki pamuğu daha düşük fiyat ve maliyetlerle ithal etmeye başlamasıyla birlikte pamuk üretiminde ve ihracatında da belirgin düşmeler yaşanmıştır. Küresel piyasada pamuk fiyatlarının ve talebin hareketine göre üretim stratejisi geliştiren çiftçiler ürün alternatiflerini artırarak faaliyetlerine devam etmektedirler.

Anket çalışması süresince gerçekleştirilen görüşmelerde birçok firma sahibi veya yöneticileri sektörlerinde yaşadıkları sorunlarını ve bu sorunlarla başa çıkmak için gerçekleştirdikleri çalışmaları da ayrıca belirtmişlerdir. Belirtilen hususlar benzerliklerine göre gruplandırılarak aşağıda verilmiştir;

Firmalar yaşadıkları sorunlar karşısında yalnız oldukları ve devletin sektörleriyle ilgili sıkıntılarına yönelik çözüm odaklı etkin bir çalışma yapmadığını belirtmişlerdir. Son yıllarda yapılan düzenlemelerin küçük ve orta ölçekli çiftçi veya firmalara fayda sağlamaktan uzak olduğunu da eklemişlerdir.

Firmalar pamukta dışa bağımlı hale gelmenin yaratacağı olumsuzluklardan ciddi bir şekilde endişelenmektedirler.

Özellikle son on yılda dış ticarete önemli hale gelen Çin, Hindistan ve Pakistan gibi uzak doğu ülkeleriyle birçok konuda rekabet etmede zorlandıklarını ve gün geçtikçe pazar kaybettiklerini belirtmişlerdir.

Yüksek maliyetler nedeniyle dünya satış fiyatlarının üzerindeki bir rakamla pazara mal sunduklarını ve çoğu kez faaliyetlerine devam edebilmek, pazardan silinmemek için zararına veya düşük kar marjıyla satış yaptıklarını ifade etmişlerdir.

Finansman kaynağı olarak gördükleri kredilerin faizlerinin yüksek ve kullanım koşullarının ağırlaştırıldığını belirtmişlerdir. Finansman yetersizliğinin üretim teknolojilerini yenileme konusunda engel olduğunu ifade etmişlerdir.

Ar-Ge çalışmalarının çok önemli olduğunu bildiklerini ancak gerekli nitelikli personel istihdam edemediklerini ve buna ayıracak güçlü finansman yapıları olmaması nedeniyle bu konuda çalışmalar yapamadıklarını belirtmişlerdir.

Özellikle pamuk firmaları eskiden ülkemizdeki pamuğun üretim miktarı ve fiyatını izleyerek faaliyetlerine yön verdiklerini ancak günümüzde sadece dünya piyasasında gerçekleşen pamuk hareketlerini izlediklerini bunlara göre dış veya iç piyasada çalışma planlarını oluşturduklarını ifade etmişlerdir. Bu konuda ayrıca iplik ve dokuma firmaları dünya pamuk piyasasındaki hareketlerin kendilerinin üretim maliyetleri ve satış fiyatlarını doğrudan etkilediğini belirtmişlerdir. Üretimi bitmiş ürün

için değil planlanmış üretimleri için fiyat belirlemeye başladıklarını ifade etmişlerdir.

Özellikle pamuk üretimi ve/veya satışında faaliyette bulunan firmalar eskiden basit tüccar anlayışıyla çalışırken yaşadıkları sıkıntılar ve çözüm geliştirme çalışmaları sayesinde profesyonel ticaret adamı gibi düşünerek iş yapmayı öğrendiklerini belirtmişlerdir. Ayrıca bütün bu dönemde devletten gereken yardımları görmediklerini bir kez daha eklemiştir.

Birçok iplik ve dokuma firması fason imalatçı olarak çalışmanın kendilerine birtakım katkısı olduğu gibi zararı olduğunu da ifade etmişlerdir. Bu şekilde çalışmanın en önemli zararı ana firmanın talebinde veya pazarında yaşanan daralmanın kendilerini de anında etkilediğini ve sipariş iptalleri halinde elde kalan ürünü satmada birçok zorluklar yaşamalarıdır.

Pamuk üreticilerinin büyük bir kısmı hasat sonrası pamuklarını çırçırcılara aktarmaktadırlar. Bunun sonucunda depolama riski ve maliyeti çırçırcılara yüklenmektedir. Bu durum depoda bekleyen pamuğun kalitesini olumsuz etkilemekte, çırçırcı ve pamuk üreticisinin karşılıklı sorun yaşamasına neden olmaktadır.

Ülkemiz nüfusunun yaklaşık % 25'i tarımda istihdam edilmektedir. pamuk üretiminden üreticilerin haklı nedenlerden ötürü vazgeçmesi ve bu eğilimin kalıcı hale gelmesi birçok sosyal ve ekonomik sorunun yaşanmasına neden olabilir. Yine benzer şekilde ülkemizde imalat sanayinde önemli yeri olan tekstil ve konfeksiyon sektöründe yaşanan iflaslar veya kapasite azalmaları nedeniyle işsizlik sorunlarının yaşandığı bilinmektedir. Tarımda olduğu gibi bu alanda da yaşanan olumsuzluklar ülke ekonomisi için ciddi tehditler oluşturmaktadır.

Ayrıca sektörün her yıl ithalata ödediği bedeller milli servet kaybı olarak görülmelidir. Gelişmiş ülkelerin izlediği katma değerli ve stratejik ürünler esaslı ihracat anlayışının ülkemizde de bir an önce politika olarak benimsenmesi gereklidir.

Bu çalışma kapsamında pamuk sektörü başta olmak üzere iplik ve dokuma sektörünün de rekabetçi yönlerinin güçlendirilmesi için öneriler aşağıda verilmiştir.

Ülkemizde pamuk üretim maliyeti dünya ortalamasının üzerindedir. Devlet pamuk üreticisinin üretim maliyet kalemleri içerisinde önemli paya sahip olan iş gücü, enerji, makine kirası, kredi faizleri gibi unsurları azaltmaya yönelik muafiyet, indirim ve uzun vadeye yayılabilen ödeme planları gibi destekler geliştirebilir.

Sektörün kullandığı ve ithal ettiği pamuk özelliklerini içeren pamuk tohumu kullanımı yaygınlaştırılmalı ve talep edilecek miktarın ülke içinden ve yurt dışından karşılanma miktarı dikkate alınarak üretim tekstil ve konfeksiyon sektörünün ihtiyaçlarına göre planlanabilir.

Tarımsal sanayinin gelişmesi ve ithalatın azaltılması için pamuk desteklenmelidir.

Günümüzde bir çok gelişmiş ülkede üreticilerin sinerji yarattıklarını görmekteyiz. Bu sinerji etkin çalışan ve dünya piyasasının çalışma yapılarını takip eden ve

katılımcılarına bunu doğru yansıtan kooperatifler yoluyla yaratılmaktadır. Türkiye’de birçok üretim ve satış kooperatifi bulunmaktadır. Buradaki yöneticilerin ve üyelerin çalışma anlayışlarının çağdaş yönetim düşüncesine kavuşturulması ve çalışma sistemlerinin bu yönde etkinleştirilmesi gereklidir. Bu kapsamda devletin öncülüğünde eğitim başta olmak üzere çeşitli çalışmalar planlanabilir.

Pamuk ve pamuklu sektöründe firmaların ihracata yönelik üretim yapmaları teşvik edilerek “Sektörel Dış Ticaret Şirketleri ve Dış Ticaret Sermaye Şirketleri” gibi ticari kimlikler altında toplanarak dış ticarete yönelik desteklerden yararlanmaları mümkün kılınabilir.

Hasat sonrası pamuk kalitesinin korunması amacıyla lisanslı depoculukla ilgili yasal düzenlemelerin tamamlanması yaşanan sıkıntıların çözülmesine yardımcı olabilir.

2012 tarih 3305 sayılı yeni teşvik yasası kapsamında pamuk stratejik ürünler sınıfına alınabilir. Bu yasa çerçevesinde üreticilerin desteklenmesi mümkün olabilir.

İplik ve dokuma sektörü için nitelikli iş gücü yaratmak amacıyla ülkemizdeki lise, üniversite ve özel mesleki eğitim kurumları ile sektörde yer alan firmalar arasında firmaların ihtiyaçları gözetilerek eğitim modülleri oluşturulabilir ve öğrencilerin eğitim sürelerinde stajyer olarak bu firmalarda işbaşı eğitimleri gerçekleştirilebilir.

Pamuk ipliği ve pamuklu dokumada faaliyet gösteren sektörlerle hizmet vermek amaçlı araştırma –geliştirme merkezleri kurulabilir. Bilindiği gibi araştırma geliştirme çalışmalarıyla katma değerli ürünlerin dünya pazarında talep görme düzeyi çok yüksektir.

İplik ve dokuma firmalarının ihracatı arttırmaya yönelik devlet desteklerinden yararlandırılmaları özendirilmelidir.

İplik ve dokuma sektöründe faaliyet gösteren firmalar markalaşmaya özendirilmelidir. Ülkemizde halen uygulanan politika araçlarında bu kapsamda destekler bulunmaktadır. Markalaşmanın önemi ve yararlarını kapsayan eğitim çalışmaları, öncelikli olarak tüm destekler hakkında bilgilendirici etkinlikler yapılabilir.

İplik ve dokuma sektöründeki firmaların profesyonel şirket yönetimindeki eksik yanlarının giderilmesi gereklidir. Bu kapsamda oda ve birlikler aracılığıyla eğitim ve aktif danışmanlık sistemlerinin kurulması ve işler hale getirilmesi mümkündür.

Dünya piyasasındaki fiyat oluşumlarının yarattığı kar/zarar dengesinde çiftçilerin veya tüccarların üretimlerini planlaması ve zarar etme ihtimalinin azaltılması vadeli opsiyon borsalarınca mümkündür. Bu borsalarını işleyiş yapılarının ve kullanımından elde edilecek yararların ilgili kesime etkin bir şekilde anlatılması ve bu konuda bilinçlendirme çalışmalarının planlanması gereklidir. Dünya genelindeki üreticilerin risk koruma yöntemlerinden ülkemizdeki üreticilerin de yararlanması rekabet koşullarında ilerleme sağlayabilir

Kaynakça

- ANONİM, (2007), Pamuğun ekonomik önemi, hasadı, depolanması ve lif standartları. Tugeyp Tarım Müzesi ve Yayın Geliştirme Projesi, Tarımsal Üretim Geliştirme- Yönlendirme Yayın Programı.
- DİNÇÇAĞ, A., AB Pazarındaki İhracat Kayıpları, Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırması Vakfı ,Temmuz, (2010), 1-10 (www.tepav.org.tr).
- ICAC, (2007), The Cost of Production of Raw Cotton. International Cotton Advisory Committee (ICAC),(www.icac.org).
- TELATAR, E.; TÜRKMEN, Ş.; TEOMAN, Ö., (2002), Pamuk Borsalarında Oluşan Fiyatların Etkinliği, Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, C.17 S.2 2002,55-74.
- SANAYİ VE TİC. BAK., (2010), 2010 Yılı Pamuk Raporu, TC Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, Teşkilatlandırma Genel Müdürlüğü, (www.gumrukticaret.gov.tr), 35.