

TEKSTİL VE GİYİM SEKTÖRÜNDE SÜRDÜRÜLEBİLİR REKABET GÜCÜ : Kayseri Tekstil ve Giyim Sanayiinde Uygulama

Nısfet UZAY*

Öz

Dünya Ticaret Örgütü Tekstil ve Giyim Anlaşması'na göre, 2005 yılında kotaların kaldırılacak olması, bir çok ülkede olduğu gibi Türkiye'de de tekstil ve giyim sektörünün rekabet gücünün nasıl sürdürülebileceği konusunu gündeme getirmiştir. Rekabet gücünün nasıl sürdürülebileceğinin ortaya konulabilmesi için, tekstil ve giyim sektöründe rekabet gücünü etkileyen faktörlerin belirlenmesi gerekir. Günümüzde tekstil ve giyim sanayiinde rekabet gücünü etkileyen faktörlerin belirlenmesi ve tekstil ve giyim sanayiinde sürdürülebilir rekabet gücünün kazanılabilmesi için alınması gereken önlemlerin tespit edilmesi çalışmanın amacıdır. Tekstil ve giyim sektöründe rekabet gücünün sağlanması ve sürdürülebilmesi açısından önemli olan faktörler; teknoloji düzeyi ve AR-GE çabaları, üretim maliyeti, verimlilik, mesleki eğitim, devlet teşvikleri, ürün çeşitliliğinin sağlanması, altyapı ve pazara yakınlıktır. Bu faktörlerin önem derecesini belirlemek üzere, Kayseri tekstil ve giyim sanayiinde faaliyet gösteren işletmelere anket uygulanmıştır. Anket kapsamındaki işletmelere göre, sektörün rekabet gücü açısından en önemli görülen faktörler, enerji maliyetleri, pazarlama ve hammadde maliyetleridir.

Anahtar Sözcükler: Tekstil ve giyim sanayii, sürdürülebilir rekabet gücü, Kayseri tekstil ve giyim sanayii.

Abstract

Sustainable Competitiveness of Textile and Apparel Sector: Evidence from Kayseri Textile and Apparel Industries

Under the WTO Agreement on Textiles and Clothing (ATC), all textile and clothing quotas will be eliminated on January 1, 2005. To what extend the Turkish textile and clothing industries can sustain competitiveness under these new conditions become an important issue. It is necessary to determine the factors that affect the competitiveness of these industries in order to state how they can sustain their competitiveness. The purpose of

* Yrd. Doç. Dr., Erciyes Üniversitesi, İktisat Bölümü, KAYSERİ, uzay@erciyes.edu.tr.

our study is to determine the factors that affect competitiveness of textile and apparel industries, and to determine the necessary precautions to achieve sustainable competitiveness in textile and apparel industries. The factors that affect sustainable competitiveness in textile and apparel industries are technology level, research and development efforts, cost of production, productivity, vocational education, government incentives, providing production diversity, infrastructure and proximity to markets. To determine the importance of these factors, a questionnaire has been sent to textile and apparel firms in Kayseri. According to results of the questionnaire, the most important factors that affect competitiveness in textile and apparel industries are cost of energy, marketing and cost of raw materials.

Keywords: Textile and apparel industries, sustainable competitiveness, textile and apparel industries in Kayseri.

GİRİŞ

Küreselleşme, işletmeler üzerindeki rekabet baskısının artmasına ve rekabet gücü kavramının daha da önem kazanmasına yol açmıştır. OECD rekabet gücünü “uluslararası rekabete açıkken, işletmelerin, endüstrilerin, bölgelerin ve ülkenin, sürdürülebilir temelde, nisbeten yüksek faktör geliri ve faktör istihdamı oluşturabilme yeteneği” olarak tanımlamıştır (Fawzy, 2002: 17). Rekabet gücü, serbest piyasa koşulları altında, bir ülkenin bir yandan reel gelirini artırırken, diğer yandan uluslararası piyasaların koşullarına ve standartlarına uygun mal ve hizmet üretebilme yeteneği olarak da tanımlanabilir (Aktan, 2003: 2). Her iki tanım da, bir ülkenin refahının artırılması açısından rekabet gücünün önemini ortaya koymaktadır.

Özellikle dışa dönük endüstrilerde rekabet gücünün artırılması ve devam ettirilebilmesi *sürdürülebilir büyüme* açısından önemlidir. Türkiye'nin sanayileşmesinde ve dışa açılmasında tekstil ve giyim sanayii önemli görevler üstlenmiştir. Günümüzde Türkiye'de tekstil ve giyim sanayii önemli ölçüde dışa dönük bir endüstridir. Dolayısıyla ülkenin refahının artırılabilmesi için, tekstil ve giyim sektöründe rekabet gücünün sürdürülmesi ve zamanla artırılabilmesi gerekmektedir.

Tekstil ve Ticaret Anlaşması'na göre, Dünya Ticaret Örgütü üyeleri arasındaki tekstil ve giyim sanayilerindeki bütün kotaların 1 Ocak 2005'te kalkacak olması, bir çok ülkede olduğu gibi Türkiye'de de tekstil ve giyim sektöründe rekabet gücünün nasıl sürdürülebileceği konusunu gündeme getirmiştir. Kotaların kaldırılmasıyla sadece dış pazarlarda değil, iç pazarlarda

da rekabetin artacak olması, tekstil ve giyim sektöründe rekabet gücünün sürdürülebilirliğini daha da önemli hale getirmektedir.

Rekabet gücünün nasıl sürdürülebileceğinin ortaya konulabilmesi için, tekstil ve giyim sektöründe rekabet gücünü etkileyen faktörlerin belirlenmesi gerekmektedir. Zira yapılan çalışmalar, rekabet gücünü etkileyen faktörlerin etkisinin sektörler arasında farklılıklar gösterdiğini ortaya koymuştur (İTO, 2002: 35). Çalışmamızın amacı, tekstil ve giyim sanayiinde rekabet gücünü etkileyen faktörleri belirlemek ve tekstil ve giyim sanayiinde sürdürülebilir rekabet gücünün kazanılabilmesi için alınması gereken önlemleri de tespit etmektir. Tekstil ve giyim sektöründe sürdürülebilir rekabet gücünü belirleyen faktörlerin işletmeler tarafından ne ölçüde algılandığını belirleyebilmek ve bu faktörler açısından işletmelerin durumunu ortaya koyabilmek amacıyla Kayseri’de bir alan araştırması yapılmıştır.

Bugüne kadar yapılan çalışmalarda konuya daha çok talep yönünden yaklaşmış ve Türkiye’nin uluslararası pazarlardaki rekabet gücünün ne olabileceği araştırılmıştır. Bu çalışmada, konunun arz yanına ilişkin bilgilere de yer verilmiştir. Böylece tekstil ve giyim sektöründe rekabeti etkileyen faktörler için genel olarak yapılan değerlendirmeler, Kayseri’deki üreticiler açısından test edilmiş olacaktır.

Çalışmada öncelikle tekstil ve giyim sektöründe rekabet gücünü belirleyen faktörler belirlenecek, daha sonra da yaptığımız anket sonucu elde ettiğimiz bulgulara dayanarak Kayseri tekstil ve giyim sanayiinin durumu rekabet gücünü belirleyen faktörler açısından değerlendirilmeye çalışılacaktır.

I. TEKSTİL VE GİYİM SEKTÖRÜNDE REKABET GÜCÜNÜ BELİRLEYEN FAKTÖRLER

Tekstil ve giyim sektöründe rekabet gücünün *artırılması* ve *sürdürebilmesi* açısından önemli olan başlıca faktörler şunlardır (Commission of the European Communities, 2003:13-21; U.S. International Trade Commission, 2004: 3; Koşar, 2002: 2-6)¹. Üretim maliyeti, teknoloji düzeyi ve AR-GE çabaları, verimlilik, ürün kalitesi ve çeşitliliğinin sağlanması, altyapı ve pazara yakınlık, mesleki eğitim, uluslararası standartlara uygunluk, devlet teşvikleri ve diğer faktörler olarak özetlenebilir.

I.1. Üretim Maliyeti

Üretim maliyetleri içinde en fazla yer tutanlar; hammadde ve işgücü maliyetleridir. Tekstil ve giyim sektöründe, kalite ve maliyet açısından rekabetçi *hammaddenin* sağlanması ve hammadde ithalatı üzerindeki gümrük

vergileri rekabet gücü üzerinde etkili olacaktır (U.S. International Trade Commission, 2004: 3).

Türkiye’de tekstil sanayiinin öncelikle kurulan sanayilerden biri olmasının temel nedeni, hammaddenin yani pamuğun Türkiye’de üretiliyor olmasıdır. Ancak günümüzde ülkemizde üretilen pamuğun kalitesindeki düşüşler ve maliyetlerinin yüksek olması nedeniyle, pamuk ithalatı artmıştır. Kullanılan teknolojiye bağlı olarak değişmekle birlikte, pamuğun üretim maliyeti içerisinde %46-50’lik bir paya sahip olması, maliyetleri düşürmek için pamuk ithalatını zorunlu hale getirmektedir. Türkiye’nin Dünya pamuk ticaretinde, pamuk fiyatını etkileyebilecek önemli ithalatçı ülkelerden biri haline geldiği belirtilmektedir (Koşar, 2002: 2).

Pamuğun hammadde olarak en düşük maliyeti 1.26\$/kg ile Brezilya ve Hindistan’da iken, en yüksek maliyeti 1.45\$/kg ile Türkiye’dedir. Türkiye’de pamuk fiyatlarının yüksek olmasının nedenlerinden biri, pamuk üretimine verilen desteklerle ilgili kamu politikalarıdır (Tan, 2001: 38). Türkiye için hammadde açısından kendi kendine yeterlik önemli avantajlardan biri olduğundan, Türk tekstil sanayiini dışa bağımlılıktan kurtarmak ve rekabet gücünü artırabilmek için pamuk üretimini ve kalitesini artırmaya yönelik önlemlerin alınması gerekmektedir.

Sektörde rekabet gücünü belirleyen üretim maliyeti unsurlarından bir diğeri de, *işgücü maliyetleridir*. Türkiye uluslararası piyasalarda nispi olarak, düşük ücretler temelinde güçlü bir rekabet avantajına sahiptir. İşgücü maliyetleri açısından Türkiye Avrupa ülkelerinden daha avantajlı olmasına karşın, AB pazarındaki rakipleri olan Çin, Hindistan, Pakistan ve Endonezya’dan daha yüksek maliyetlere katlanmaktadır. İşgücü ücretleri Türkiye’de saat başına 2,14 dolar iken, Hindistan’da 0,60 dolar, Çin’de 0,61 dolar, İtalya’da ise 16,65 dolardır (Aras, 2002: 7). Türkiye’de işgücü maliyetlerini yükselten faktörlerden biri, sigorta primlerinin yüksekliğidir (TÜSİAD, 2002: 56). İşgücü maliyetlerinin yüksek olması, fiyatın öne geçtiği pazarlarda, Türkiye’nin rakip ülkeler karşısındaki rekabet gücünü azaltmaktadır.

Tekstil ve giyim sektöründe rekabet gücünü etkileyen bir diğeri maliyet unsuru da, *enerji fiyatlarıdır*. Türkiye’de elektrik fiyatı kilovatt başına 8,8 sent iken, Hindistan’da 6,6 sent, Çin’de 5 senttir. Türkiye’de elektrik enerjisinin 4-5 sentlere indirildiği takdirde ürünün maliyetinin %5 oranında azalacağı belirtilmektedir (TÜSİAD, 2002: 56). Mevcut durumda Türkiye’de elektrik fiyatlarının rakip ülkelerden daha yüksek olması, maliyetleri artırarak sektörün rekabet gücünü azaltmaktadır.

I.2. Teknoloji Düzeyi ve AR-GE Çabaları

Rekabet gücünü belirleyen önemli kriterlerden birisi, o sektörde sahip olunan *teknoloji düzeyi*dir. Tekstil ve hazır giyim sanayii geleneksel olarak teknolojiyi yaratan bir sektör olmamakla birlikte, bu durum son yıllarda değişmiştir. Özellikle bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımı önemli hale gelmiştir. Tekstil ve giyim sektöründe, “etkin bilgi yönetimi” rekabet gücünü yitirmemek için anahtar kavram haline gelmiştir. Türkiye’nin son yıllarda modern makina ithalatında önemli bir artış görülmekle ve toplam üretimin $\frac{3}{4}$ ’ünün on yaşından küçük makina parkıyla gerçekleştiriliyor olması bir avantaj olmakla birlikte (TÜBİTAK, 2003: 13), ülkemiz teknolojiyi yakalamakta orta sıralarda yer almakta ve Avrupa pazarındaki muhtemel rakiplerinin gerisinde kalmaktadır (Koşar, 2002: 2).

Teknolojik gelişme yanında, *araştırmaya ve yeni metotlara* yatırım yapan girişimciler başarılı olmakta ve uluslararası rekabete karşı ayakta kalmayı başarmaktadırlar. Tekstil ve giyim sektörünün rekabetçi kalabilmesi için, sektörün bütün alanlarında yenilik önemlidir. Tekstil ve giyim sektöründe daha çok KOBİ türü girişimler ve yerel gelişmeler ortaya çıktığından, global piyasalarda rekabet gücü sağlamak için araştırma çabalarının daha entegre bir şekilde yapılması gerekmektedir. Yani endüstrinin kendinin olduğu kadar, kamu otoritelerinin AR-GE çabaları da önem kazanmaktadır. Bu amaçla 30 Nisan 2003’te AB tarafından benimsenen “Araştırmaya Yatırım: Avrupa İçin Bir Hareket Planı”na göre 2010 yılına kadar Avrupa’da AR-GE yatırımlarının, GSYİH’nın %3’üne çıkarılması planlanmaktadır (Commission of the European Communities, 2003:13).

Tekstil ve hazır giyim sanayileri, süregelen ürün ve işletme teknolojilerini kullanan geleneksel sektörler olarak kabul edilseler bile, ürünlerde yapılacak yenilikler açısından *AR-GE çalışmaları* rekabet gücü açısından önemli bir etken haline gelmiştir. Özellikle teknik tekstil ürünleri gibi yüksek büyüme oranlarına ve katma değere sahip olan ürünlerin üretilebilmeleri için AR-GE’ye yatırım yapılması şarttır (Eruygur, Özçelik ve Taymaz, 2004: 20). Türkiye’deki KOBİ’lerin yapısı ve finansal yetersizlikleri, tekstil ve hazır giyim sanayilerindeki AR-GE çabalarının sınırlı kalmasına yol açmaktadır (SPO, 2004: 22).

Tekstil ve giyim sektöründe AR-GE harcamalarının katma değer içindeki payı 1997 yılı için Türkiye’de %0.12’dir (Saygılı, 2003: 81). Aynı pay ABD (1996) de %0.9, Japonya (1996)’da %1.8, Fransa (1996)’da %1.0 ve Almanya (1995)’da %1.5’dir. Yıllar itibariyle bakıldığında, üretim ve ihracatımızda önemli bir ağırlığı olan, ancak AR-GE faaliyetlerinin yok denecek kadar az olduğu düşük teknoloji grubuna dahil tekstil sektörünün AR-GE yoğunluğunda

kayda değer bir gelişme olmamıştır. 1990-97 döneminde tekstil sanayiinde AR-GE harcamalarının katma değer içindeki payı ortalama olarak %0.09 olarak gerçekleşmiştir (Saygılı, 2003: 83).

Türk tekstil ve giyim sanayinin uluslararası piyasalardaki rekabet gücünün sürdürülebilmesi için, teknoloji düzeyinin yükseltilmesi, özellikle bilgi ve iletişim teknolojilerinin etkin bir şekilde kullanımı, hem sektörel hem de ülke düzeyinde AR-GE çalışmalarının artırılması önem kazanmaktadır.

I.3. Verimlilik

Rekabet analizinin temel unsurlarından biri, kaynak kullanımının derece etkin olduğudur. Yüksek verimlilik, uluslararası rekabete açık pazarlarda rekabet edebilmek açısından önemlidir. Çünkü yüksek verimlilik iyileşen rekabet gücü ile aynı anlama gelmektedir (Wysokinska, 2003: 11). İşgücünün ve diğer üretim faktörlerinin verimliliğini artıran işletmeler, rekabet güçlerini de artırmaktadırlar.

Çalışan kişi başına düşen katma değer esas alınarak ölçülen işgücü üretkenliği gelişmekte olan ülkelere kıyasla gelişmiş ülkelerde çok daha yüksektir. Türk tekstil ve hazır giyim sanayiinin üretkenliği AB ülkelerinin yarısı, ABD sanayii üretkenliğinin yaklaşık %30'u kadardır (Eruygur, Özçelik ve Taymaz, 2004: 17). Türkiye'nin uluslararası pazarlarda rakipleri olan ülkelere ise, üretkenlik her geçen gün azalmaktadır. Türk tekstil ve giyim sanayileri, rakip ülkelere göre üstün durumda olmakla birlikte, lider konumdaki ülkelere göre oldukça geridedir. 1990'lı yılların ortalarında tekstil makineleri ve ekipmanlarına yapılan yoğun yatırımlarla birlikte üretkenlikte kısmen bir artış ortaya çıkmış olsa da, ABD ve AB düzeyleri yakalanamamıştır.

Türkiye'de üretkenlik düzeyi AB ülkelerinden ve ABD'den düşük olmasına karşın, ücretlerdeki farklılık düşük üretkenlik düzeyini kısmen telafi etmekte ve Türkiye'deki üreticileri rekabet edebilir konuma getirmektedir (Eruygur, Özçelik ve Taymaz, 2004: 16). Üretkenlik farkı kapanmadığı müddetçe, Türkiye rekabet gücünü ancak düşük ücretlere dayanarak sürdürebilir. Ancak uzun dönemde düşük ücretlere dayalı rekabet sürdürülemez olduğundan, ülkemizde verimliliği artırmak üzere önlemlerin alınması gerekmektedir.

I.4. Ürün Kalitesinin ve Çeşitliliğinin Artırılması

Ürünlerde farklılaşmanın sağlanması ve yüksek kalitede ürünlerin üretilmesi, daha az gelişmiş ülkelerin ürünleri ile rekabetten kaçınmak için etkin bir yoldur. Değişen talep şartlarına cevap verebilmek açısından esnek üretim

sistemlerine geçiş de önem kazanmıştır. Türkiye'nin rakip ülkeler karşısında rekabet gücünü sürdürülebilmesi için, Doğu Asya Ülkelerine rakip standart ürünler dışında, yüksek kaliteli ürünlere kayması (IFM ve Ortakları, 2004: 229) ve talebe hızla cevap verebilmek için esnek üretim sistemlerine geçmesi gerekmektedir.

Özellikle *ev tekstili* açısından ürün geliştirilmesi ve marka yaratılması son derece önemli hale gelmektedir. Çünkü 2005 yılında kotaların kalkmasıyla birlikte, Türkiye'de ev tekstili ve giyim sektörünün önemli ölçüde pazar payını kaybetmesi beklenmektedir (IFM Partners, 2004: 229). Dünya ev tekstili sektörünün %8'ini elinde tutan Türkiye için bu durum son derece önemlidir (Milliyet, 22.06.2004: 12).

I.5. Alt Yapı ve Pazara Yakınlık

Satınalma sürecini destekleyen *altyapı* (örneğin, iyi haberleşme, ihracat ve ithalat süreçlerinin kolaylaşması, kalite kontrolleri,... vb.) da rekabet gücünün artırılabilmesi açısından önemli bir faktördür (U.S. International Trade Commission, 2004: 7). Üretilen malların ülke içine ve dışına *ulaşımı*, rekabette öne geçen faktörlerden biri olmuştur. Ulaşım sistemlerinin yeterli olması ve ulaşımın kısa zamanda, düşük maliyetlerle gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Türkiye'de en pahalı ulaşım sistemi olan karayolu taşımacılığının yaygın olarak kullanılması, rekabet gücü açısından bir dezavantaj olacaktır. Ülkemizde mutlaka demiryolu taşımacılığının da geliştirilmesi yönünde önlemlerin alınması ve gereken altyapının oluşturulması gerekmektedir.

Ulaşım maliyetlerini etkileyen ve günümüzde rekabet gücünün etkileyen faktörlerden bir diğeri de, *pazara yakınlık*tır. Pazara yakınlık, talepteki değişikliklere (özellikle moda olan ürünlerde) hızla cevap verebilmek açısından da önemlidir. Yapılan bir çalışma, iki ülke arasındaki okyanus geçişi için artan her günün, ticaret imkanını yaklaşık %1.5 azaltabileceğini ortaya koymuştur (U.S. International Trade Commission, 2004: 7). 20 günlük okyanus yolculuğunun %16'lık gümrük vergisine eşit olduğu belirtilmektedir. Bu bakımdan, Türkiye'nin AB Ülkelerine yakınlığı rakip ülkelere göre önemli bir avantajdır.

I.6. Mesleki Eğitim

Kotaların 2005'te sona ermesiyle birlikte ticaret serbestleşecek, sermayenin pahalı olduğu ve işgücü maliyetlerinin giderek arttığı ülkeler için rekabet edebilmenin yolu, kaliteyi artırmak ve marka yaratmaktan geçecektir. Kaliteli üretim ise, ileri teknoloji ve vasıflı, verimi yüksek işgücünü zorunlu kılmaktadır. Yani, ileri derece uzmanlaşmış ürünler ve üretim yöntemleri

tecrübeyi çok önemli hale getirmiş ve mevcut işgücünün iyi eğitilmiş ve niteliklerini artırmış olmaları ihtiyaç haline gelmiştir.

Ancak işgücünün yeteneği arttıkça, reel ücretler de arttığından, giyim sektöründeki mukayeseli üstünlük zamanla kaybedilebilmektedir. Yang (1999)'a göre, global giyim piyasasında yeni sanayileşen ülkelerin payındaki azalma temelde bu nedenden kaynaklanmaktadır (Yang, 1999: 3-4).

I.7. Uluslararası Standartlara Uyum

2005 yılından sonra kotaların kaldırılmasıyla birlikte, gelişmiş ülkelerin gelişmekte olan ülkelerin ürünlerine uygulayacakları görünmeyen engellerin daha da önem kazanması beklenebilir. Gelişmekte olan ülkelerin gelişmiş ülkelere ürün ihraç edebilmeleri için uluslararası standartlara (özellikle ekolojik standartlara) uygun üretim gerçekleştirmeleri zorunluluk haline gelmiştir. Özellikle en önemli pazarımızı oluşturan AB, çevreye son derece önem vermekte ve ekolojik standartlara uygun ürünleri tercih etmektedir. Dolayısıyla ürünlerin ekolojik standartlara uygunluğunu belgeleyen EKO-TEKS etiketine sahip olunması ve çevre yönetim sistemi İSO 14000 standardına uyum sağlanması rekabet gücü açısından önem kazanacaktır.

Sosyal sorumluluklara uygun faaliyet göstermek de günümüzde rekabet edebilmenin bir diğer koşulu haline gelmiştir. Bu bakımdan işgörenlere karşı sosyal sorumlulukları yerine getirmede işletmelere yol gösterecek olan SA 8000 standardına uyum da önem kazanmaktadır. Minimum ücretler gibi beşeri ahlaka aykırı davranılıp davranılmadığı, sektörde kaçak ve çocuk işgücünün mevcut olup olmadığı ve çalışma şartları, ülkelere tekstil ve giyim sanayii açısından rekabet avantajı sağlayacak faktörlerdir (U.S. International Trade Commission, 2004: 7).

Türkiye'de tekstil ve giyim sanayiinde kayıtdışı istihdamın fazlalığı dikkat çekmekte ve kayıtdışılığın %80'ler düzeyine ulaştığı görülmektedir (Öz İplik-İş Sendikası, 2005: 6). Özellikle sigortasız çalıştırılabildikleri için, bazı işletmelerce çocuk işgücü tercih edilmektedir. Bu durum, gelecekte sektörün rekabet gücünü olumsuz yönde etkileyecektir. Çünkü günümüzde uluslararası işletmeler sipariş verirken malın kalitesi yanında, çalışma şartları ve çocuk işçi istihdamı gibi sosyal açıdan işletmelerin sorumluluk düzeylerini de dikkate almaktadırlar.

Uluslararası standartlara uyum, dış pazarlarda rekabet edebilmek açısından zorunluluk haline gelmesinin yanı sıra, günümüzde tekstil ve giyim sektöründe faaliyet gösteren işletmeler için Çin karşısındaki nisbi olarak önemli avantajlardan biridir. Dolayısıyla uluslararası alanda rekabet edebilmek için,

özellikle sektöre ilişkin standartların bilinmesi ve bu standartlara uyumun sağlanması son derece önem kazanmıştır.

I.8. Devlet Yardımları

Uluslararası piyasalarda rekabet üstünlüğü sağlamak açısından devlet yardımları önemlidir. Günümüzde hemen her ülke ihracatı teşvik etmek üzere çeşitli devlet yardımlarına başvurmaktadır. Kritik alanlardaki piyasa başarısızlıkları dolayısıyla, işletmelere sağlanan kamu desteğinin, rekabet gücünü artırmak açısından önemli bir faktör olduğu kanıtlanmıştır (Lall ve Weiss, 2003: 2). Doğu Asya Ülkelerinin tecrübeleri bize, uygun ve dikkatli teşvik politikalarının, rekabet gücündeki artışı hızlandırabileceğini, oldukça karmaşık ve ileri teknoloji gerektiren faaliyetlere girişi teşvik edebileceğini göstermiştir.

Çin’de devlet, tekstil ürünlerini önemli ölçüde sübvansede etmekte ve tekstil sanayiini %10 civarına oturmuş olan ihracat vergisi indirimi yoluyla teşvik etmektedir (Tekstil İşveren Dergisi, 2003: 2). Hatta devlet tekstil sanayiini teşvik etmek için serbest pazar uygulamalarına aykırı davranmakta ve hiçbir zaman KDV ödenmemesine rağmen KDV indirimi uygulamaktadır. Devlet bunların yanında, tekstil sektörüne ilave uygun destekler sağlamayı da planlamaktadır (Demir, 2002: 11).

Devlet yardımlarından en fazla yararlanan sektör, emek-yoğun olan, tekstil ve hazır giyim sanayiidir. Türkiye’de sektöre özellikle 1995 yılından sonra yoğun olarak verilen teşvikler sonucunda atıl kapasitenin yaratılmış olması dolayısıyla günümüzde sadece kapasiteyi artıran yatırımlar yerine, kalite ve verimliliği artırıcı, çevreyi koruyucu, ürün çeşitliliğini artıran modernizasyon yatırımları ile AR-GE faaliyetlerine teşvik sağlanmaktadır.

Bu gün için Türkiye’de sektör için yeterli devlet desteğinin olmaması, sektörün bir sorunu olarak görülmektedir (IFM Partners, 2004: 30). Devlet desteğinin az olmasının nedeni, “kamunun harcama kapasitesinin yetersiz oluşu ve kamu ile sektör işletmeleri arasındaki iletişimin zayıf olması” olarak ifade edilmektedir. Devlet ihracatçı birliklerini desteklemekle birlikte, endüstrinin 2005 yılına adapte olmasını sağlayacak şekilde, özel bir *tekstil programı* oluşturmamıştır (IFM Partners, 2004: 226).

I.9. Diğer Faktörler

Tekstil ve giyim sektörünün rekabet gücünün sürdürülebilmesinde etkili olabilecek *diğer faktörler*; pazarlama işlevlerinde etkinliğin artırılması, politik istikrarın sağlanması, açık, öngörülebilir kanuni, ticari ve düzenleyici sistemin

varlığı, uygulanan döviz kuru politikası, sermayenin bulunabilirliği ve maliyeti, serbest ticaret bölgelerinin varlığı, büyük pazarlara tercihli ulaşım, kayıtdışı olarak özetlenebilir.

Genel bir değerlendirme yapılırsa, Türkiye’de, tekstil ve giyim sektöründe uzun dönemde sürdürülebilir rekabet gücünün kazanılabilmesi için;

a) Üretim maliyetlerinin düşürülmesi için gereken önlemlerin alınması (işgücü maliyetlerinin düşürülebilmesi için SSK primlerinin düşürülmesi, kaliteli ve ucuz pamuk üretiminin teşvik edilmesi, enerji maliyetlerinin düşürülmesi..vb),

b) Uzun dönemde fiyata dayalı rekabet sürdürülemez olduğundan, verimliliğin daha da artırılması, bunun için toplumda verimlilik bilincinin yaygınlaştırılması,

c) AR-GE’ye daha fazla önem verilmesi ve yatırım yapılması,

d) Bilgi ve iletişim teknolojilerinin etkin kullanımının sağlanması,

e) Moda-marka ürünlerin üretimine ağırlık verilmesi ve zamanla katma değeri yüksek (teknik tekstil ürünleri gibi) ürünlerin üretimine geçilmesi,

f) Uluslararası standartlara uyumun yaygınlaştırılması,

g) İşgücünün niteliğinin daha da artırılması,

h) Ulaşım altyapısının iyileştirilmesi, ucuz ve güvenli taşıma sistemlerinin geliştirilmesi,

ı) Devletin ilave kamu yükü oluşturmak yerine, rekabet gücünün artırılması için üreticilere gereken desteği vermesi gerekmektedir.

Zamanında stratejilerini belirleyen ve Ocak 2005 için önlemlerini alan ülkelerde, tekstil ve hazır giyim sanayileri daha az zarar görecektir.

II.-KAYSERİ TEKSTİL VE GİYİM SANAYİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİR REKABET GÜCÜ VE 2005 YILINA İLİŞKİN BEKLENTİLER

Kayseri son yıllarda ihracatını önemli ölçüde artıran ve ihracatının yaklaşık %99’u sınai ürünlerden oluşan, dolayısıyla Türkiye’nin ihracat alanında sağladığı gelişmelere katkısı bulunan illerden biridir. Özellikle Kayseri’de tekstil ürünleri ve mobilya ihracatında son yıllarda önemli

gelişmelerin olduğu gözlenmektedir. Çalışmanın bu bölümünde, Kayseri tekstil ve giyim sanayiinde faaliyet gösteren işletmelerin uluslararası rekabet gücü belirlenmeye çalışılacaktır.

İşletme düzeyinde rekabet gücü; herhangi bir firmanın ulusal ya da uluslararası piyasalarda rakiplerine kıyasla düşük maliyetle üretimde bulunabilmesi, ürünün kalitesi, sunulan hizmet ve ürünün çekiciliği gibi unsurlar açısından rakiplerine denk ya da daha üstün durumda olması, yenilik ve icat yapabilme becerisidir (Aktan, 2003). İşletme düzeyinde rekabet gücünü belirlemek üzere, Kayseri tekstil ve giyim sanayii üzerine yaptığımız alan araştırması sektörün arz (üretici) yanına bir ölçüde ışık tutacaktır. Aşağıda öncelikle araştırmanın amacı, önemi ve metodu üzerinde durulmuş, daha sonra temel bulgulara geçmeden anket kapsamındaki işletmelere ilişkin genel bilgiler, ihracata ilişkin durumları ve uluslararası rakipleri ortaya konmuştur.

II.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Çalışmada; tekstil ve giyim sanayiinin rekabet gücünü etkileyen faktörlerin işletmeler açısından önem derecelerinin belirlenmesi; işletmelerin, sektörel olarak rekabet gücünü etkileyen faktörler açısından rakiplerine göre zayıf yönlerinin ortaya konması; rekabet gücünün sürdürülmesi ve artırılması açısından işletmelerin yaşadıkları sorunların tespit edilmesi; 2005 yılında kotaların kaldırılmasının işletmeleri ne yönde etkileyeceğinin ve rekabet gücünün sürdürülebilmesi için alınması gereken önlemlerin neler olduğunun belirlenmesi amaçlanmaktadır.

Bu amaçlarla, Kayseri tekstil ve giyim sanayiinde faaliyet gösteren işletmelere anket uygulaması yapılmıştır. Böylece rekabet gücünü etkileyen faktörler açısından işletmelerin durumu ve işletmelerin rekabet güçlerine ilişkin değerlendirmeleri de belirlenmiştir.

II.2. Araştırmanın Yöntemi

Anket yapılacak işletmeler belirlenirken Devlet Planlama Teşkilatı İhracatçılar Rehberi esas alınmıştır. Kayseri’de ihracatçılar rehberine kayıtlı, tekstil ve giyim sanayiinde faaliyet gösteren 48 işletme tespit edilmiş ve bu işletmelerin hepsine ulaşılmış, ancak 39 işletmeden yanıt alınmıştır. Toplamda geri dönüşüm yüzdesi yaklaşık %81.3’dür.

İşletmelere 4 sayfa 39 sorudan oluşan anket uygulanmıştır. Ankette daha çok kapalı uçlu sorular kullanılmakla birlikte, işletmelerin görüşlerini öğrenebilmek için açık uçlu sorulara da yer verilmiştir. Tekstil ve giyim sanayiinde rekabet gücünün artırılması ve sürdürülebilmesi için önemli olan ve

işletmenin denetiminde olan faktörlerin ne ölçüde gerçekleştirilebildiği belirlenmeye çalışılmıştır. İşletmenin dışında gerçekleşen ve işletme tarafından denetlenemeyen faktörlerle ilgili ise, işletmelerin görüşleri alınmıştır.

Anket yüzyüze görüşme metoduyla yapılmıştır. Anket büyük ölçüde dış ticaret müdürlerine, dış ticaret müdürüne ulaşılamaması durumunda bu konuyla ilgili en yetkili kişiye uygulanmıştır. Araştırma verileri SPSS 10.0 paket programıyla değerlendirilmiştir.

II.3. Ankete Katılan İşletmelere İlişkin Genel Bilgiler

Anket kapsamındaki işletmelerin yaklaşık %31'i küçük ölçekli işletme, %26'sı orta ölçekli işletme ve %39'u büyük ölçekli işletmelerden oluşmaktadır. İki işletme bu soruyu cevaplandırmamıştır.

Anket kapsamındaki işletmelerin ürettikleri ürün gruplarına göre dağılımına bakıldığında, ürün grupları itibariyle Kayseri'nin üretim yapısını ortaya koyan bir dağılımın sağlandığı görülmektedir. Anket kapsamındaki işletmelerin birden fazla ürün grubunu üretip ihraç ettikleri görülmektedir. Anket kapsamındaki işletmelerin ürettikleri ürün gruplarına göre dağılımı şöyledir: İplik (23.1), ev tekstili (17.9), yatak (15.4), dokuma (15.4), çorap (12.8), giyim (7.7), halı (7.7), havlu (5.1), keçe-vatka (5.1) ve teknik tekstil (2.6) dir.

Anket kapsamındaki işletmelerin daha çok iplik (özellikle pamuklu iplik), ev tekstili, dokuma ve yatakta yoğunlaştığı görülmektedir. Dolayısıyla Kayseri tekstil ve giyim ürünleri ihracatında bu ürünlerin önde geldiği söylenebilir. Kayseri'de hazır giyim üretiminin son derece sınırlı olduğu görülmektedir. Türkiye, AB pazarında tekstile oranla hazır giyim ürünlerinde daha fazla rekabet gücüne sahip olduğundan, Kayseri'nin rakip ülkeler karşısında AB pazarındaki avantajdan yararlanamayacağı söylenebilir.

Teknik tekstil ürünü üretiminin ise, yok denecek kadar az olduğu görülmektedir. Kotaların kaldırılmasıyla en fazla etkilenmesi beklenen ev tekstili, üretim içinde önemli bir yer tutmaktadır. Dolayısıyla Kayseri tekstil ve giyim sanayiinde faaliyet gösteren işletmeler, kotaların kaldırılmasından fazlaca etkilenmemek için acilen önlemler almalıdırlar.

Anket kapsamındaki işletmelerin yaklaşık %56'sı 10 yıldan az süredir faaliyet göstermektedir. Bu da, Türkiye genelinde olduğu gibi, Kayseri'deki tekstil ve giyim yatırımlarının gümrük birliği sonrasında arttığını ortaya koymaktadır.

Tekstil ve giyim sanayiinde Gümrük Birliği sonrası yaratılan aşırı kapasiteye rağmen, anket kapsamındaki işletmelerin kapasite kullanım oranlarının düşük olmadığı, hatta işletmelerin önemli bir kısmının kapasite kullanım oranlarının Türkiye ortalamasının üzerinde olduğu görülmektedir. Anket kapsamındaki işletmelerin %56,3'ünün kapasite kullanım oranları %80'in üzerindedir. Hatta işletmelerin yaklaşık %21'i kapasite kullanım oranının %100 olduğunu belirtmiştir. Bazı işletmelerde kapasite kullanım oranının düşük olmasının nedeni, yeterli talep olmaması değil, teknolojinin geri olmasıdır. Teknolojinin geri olması nedeniyle, talebe hızla cevap verilebilmesinde güçlük yaşayan işletmeler vardır.

II.4. Anket Kapsamındaki İşletmelerin İhracata İlişkin Durumları, İhracat Pazarları

Anket kapsamındaki işletmeler, Türkiye genelinde olduğu gibi, krizlerle birlikte iç pazarda yaşanan daralmalar nedeniyle dış pazarlara yönelmişlerdir. İşletmelerin yaklaşık %42'sinin 5 yıldan az süredir ihracat yapıyor olması, yaşanan son krizle birlikte ihracatta artışın olduğunu göstermektedir. İşletmelerin %53.8'i son yıllarda ihracatlarının arttığını belirtirken %28.2'si değişmediğini, %17.9'u ise azaldığını belirtmişlerdir. Dış piyasalardaki artan rekabete ve döviz kurunun düşük olmasına rağmen, işletmelerin önemli bir kısmını ihracatlarının arttığını belirtmişlerdir.

Anket kapsamındaki işletmelerin %51.5'i ürettikleri ürünün %30'dan azını ihraç ederken, işletmelerin %16.2'si ürünlerinin %30-49'unu ihraç etmektedir. İşletmelerin %32.3'ü ise, ürettikleri ürünün yarısından fazlasını ihraç etmektedirler. Mevcut durum Kayseri'deki tekstil ve giyim sanayi işletmelerinin aşırı derecede dış pazarlara bağımlı olmadıklarını göstermektedir. Bu durum, anket kapsamındaki işletmelerin bir kısmının ara malı üreten işletmeler olmasından kaynaklanabilir.

Ülke grupları itibariyle bakıldığında, en fazla ihracat yapılan ülke grubunun Avrupa Birliği olduğu görülmektedir. Anket kapsamındaki işletmelerin %87.2'si Avrupa Birliğini ihracat yaptıkları ilk üç ülke grubu içerisinde belirtmişlerdir. Avrupa Birliğini, Kuzey Amerika (ABD ve Kanada), Orta Doğu Ülkeleri, EFTA, Kuzey Avrupa ve Arap ülkeleri izlemektedir. Anket kapsamındaki işletmeler için AB'nin en önemli ihracat pazarı olması, kotaların kaldırılmasından sonra, rakip ülkeler karşısında pazar kaybetme riskinin olabileceğini göstermektedir.

II.5. Uluslararası Pazarlardaki Rakipleri

Günümüzde tekstil ve giyim sektöründe faaliyet gösteren işletmeler için, uluslararası pazarlardaki rekabet her geçen gün artmaktadır. Anket

kapsamındaki işletmeler de rekabeti hissetmekle birlikte, rekabeti farklı yoğunluklarda algılamaktadırlar. İşletmelerin %53.8'i rekabeti çok yoğun hissederken, %41 yoğun hissetmektedirler. Bir işletme rekabetin olmadığını belirtmiştir.

Tablo-1, anket kapsamındaki işletmelerin uluslararası pazarlardaki diğer rakiplerini göstermektedir.

**Tablo-1: İşletmelerin Uluslararası Pazardaki Rakipleri
(İlk Üçte Yer Veren İşletmelerin Oranı)**

| | İşletmelerin sayısı | Yüzde | | İşletmelerin sayısı | Yüzde |
|-------------|---------------------|-------|---------------|---------------------|-------|
| Çin | 27 | 69,23 | Asya Ülkeleri | 8 | 20,5 |
| Türkiye | 12 | 30,8 | Diğer | 5 | 12,8 |
| Doğu Avrupa | 10 | 25,6 | Portekiz | 1 | 2,6 |
| İtalya | 10 | 25,6 | Kuzey Afrika | 1 | 2,6 |

Anket kapsamındaki işletmelerin uluslararası pazardaki en güçlü rakibi, Çin'dir. Bu işletmelerin %41'i günümüzde Çin rekabeti dolayısıyla pazar kaybettiklerini belirtirken, işletmelerin %53.8'i pazar kaybı olmadığını ifade etmişlerdir. İşletmelerin %5.1'i bu soruyu cevaplandırmamıştır. Anket kapsamındaki işletmelerin en önemli rakiplerinden bir diğeri de, Türk firmalarıdır. Doğu Avrupa Ülkeleri, İtalya ve Asya Ülkeleri uluslararası pazarlardaki önemli rakipleri arasında görülmektedir. Uluslararası pazarlarda rekabet edilen diğer ülkeler, Polonya, Ukrayna, İsrail, ABD, Belçika, Mısır, Suudi Arabistan ve Türkiye Cumhuriyetleridir.

II.6. Uluslararası Standartlara Uyumluluğu

Anket kapsamındaki işletmelerin %79.5'i sektörleri ile ilgili uluslararası standartlar konusunda bilgi sahibi olduklarını belirtmişlerdir. İşletmelerin %17.9'u sektörleri ile ilgili uluslararası standartlar konusunda bilgi sahibi olmadıklarını belirtirken, %2.6'sı bu soruya cevap vermemiştir. Tablo-2, anket kapsamındaki işletmelerin uyum sağladıkları uluslararası standartlar konusunda bilgi vermektedir.

İşletmeler tarafından en fazla uyum sağlanan standardın, ISO 9000 Kalite Güvence Sistemi olduğu görülmektedir. Ürünlerin ekolojik standartlara uygunluğunu belgeleyen EKO-TEKS etiketine sahip işletme oranı, %10.3'dür. Sürdürülebilir gelişme konusunda uluslararası uygulamayı ortaya koyan ISO 14000 standardına uyum sağlayan işletmelerin oranı %5 iken, SA 8000 sosyal ve çalışma yaşamı ile ilgili standarda uyan işletmenin olmadığı görülmüştür.

Özellikle son yıllarda rekabet edebilemenin önemli bir koşulu haline gelmeye başlayan sosyal sorumluluk standartına sahip işletmenin olmaması, Kayseri tekstil ve giyim sanayii için gelecekte rekabet gücünün sürdürülebilmesi açısından engel oluşturabilir.

Tablo-2: Anket Kapsamındaki İşletmelerin Uluslararası Standartlara Uyumu

| | İşletme sayısı | Yüzde |
|---------------|-----------------------|--------------|
| ISO 9000 | 17 | 43,6 |
| EKO-TEKS | 4 | 10,3 |
| ISO 14000 | 2 | 5,1 |
| Diğer | 2 | 5,1 |
| Cevapsız | 14 | 35,9 |
| Toplam | 39 | 100,0 |

AB'nin işletmelerin en önemli pazarı olması, işletmelerin AB standartlarına uyumunu da zorunlu hale getirmektedir. Özellikle tam üyeliğin gerçekleşmesi durumunda, AB standartlarına uyum işletmeler için kaçınılmaz hale gelecektir. Anket kapsamındaki işletmelerden AB'nin sektörle ilgili standartları konusunda bilgi sahibi olan işletme oranı ise, %69.2'dir. %23.1'i ise AB ile ilgili standartlar konusunda bilgi sahibi değildir. AB standartlarını bilmeyen işletmeler daha çok küçük ve orta büyüklükteki işletmelerdir.

AB standartlarını bilen işletmelerden bu standartlara tam olarak uyum sağlayan işletmelerin oranı ise, yaklaşık olarak %44.4'dür. Anket kapsamındaki işletmelerin %55.6'sı ise, standartlara yaklaştıklarını belirtmişlerdir. AB standartlarını bilen işletmelerin hala yarıdan fazlası bu standartlara tam olarak uyum sağlayamamıştır. En önemli pazarlardan biri olan AB pazarında rekabet gücünün sürdürülebilmesi, hızla bu standartlara uyumu zorunlu hale getirmektedir.

II.7. Sektörün, İşletmenin ve Ürünlerin Rekabet Gücüne İlişkin Bulgular

Sektörlere göre, rekabette öne çıkan faktörler farklılıklar göstermektedir (İTO, 2002: 35). *Sektörün rekabet gücünün* belirlenebilmesi için, rekabet gücünü etkileyen faktörlerin ortaya konması gerekmektedir. Bu amaçla işletmelerden, sektörlerinin rekabet gücünü etkileyen faktörlerin önem derecelerini belirlemeleri istenmiştir. Anket kapsamındaki işletmeler tarafından Tekstil ve giyim sanayiinin rekabet gücü açısından önemli bulunan faktörler Tablo-3'de verilmiştir.

Tablo-3: Tekstil ve Giyim Sanayiinin Rekabet Gücü Açısından Önemli Bulunan Faktörler

| | Ortalama | Standart Sapma |
|---|----------|----------------|
| Enerji maliyeti | 4,51 | 1,17 |
| Pazarlama | 4,44 | 1,17 |
| Hammadde maliyeti | 4,41 | 1,14 |
| Sektörde kullanılan teknoloji | 4,31 | 1,34 |
| İşgücü verimliliği | 4,28 | 1,28 |
| Kur politikaları | 4,28 | 1,15 |
| Nitelikli işgücü bulunabilirliği | 4,26 | 1,14 |
| Finansman maliyeti | 4,26 | 1,23 |
| İşgücü maliyeti | 4,23 | 1,27 |
| Vergiler | 4,23 | 1,27 |
| Siyasi istikrar | 4,23 | 1,22 |
| Ürün standartları ve uluslararası geçerlilik | 4,13 | 1,34 |
| Enflasyon | 4,13 | 1,22 |
| Finansman kaynaklarına (kredilere) erişim kolaylığı | 4,08 | 1,26 |
| Sosyal güvenlik yükü (istihdam vergisi) | 4,08 | 1,36 |
| Ülke imajının sektöre etkisi | 4,08 | 1,22 |
| Bürokrasi | 3,92 | 1,24 |
| AR-GE harcamaları (yenilik, tasarım.....vb) | 3,87 | 1,44 |
| Sanayi destek mekanizmaları | 3,72 | 1,57 |

1: Hiç önemli değil, 5: Çok Önemli

Anket kapsamındaki işletmeler tarafından *sektörün rekabet gücü açısından en önemli bulunan faktör*, enerji maliyeti olmuştur. Enerji fiyatları, işletme tarafından kontrol edilemeyen bir faktördür. Bu durum işletmelerin denetimleri altında olan rekabet gücü faktörlerinde başarılı olsalar bile, rekabet güçlerini yeterince artıramayacakları anlamına gelmektedir (İSO, 2002: 8). Bunun için devletin gereken önlemleri alması gerekmektedir. Pazarlama, rekabet gücü açısından önemli görülen ikinci faktördür.

Tekstil ve giyim sanayii açısından rekabet gücünü olumlu yönde etkilemesi beklenen faktörlerden bir diğeri de, hammadde maliyetidir. Yine hammadde maliyeti Türkiye'nin uyguladığı politikalarla son derece yakından ilgili olan bir faktördür. Kayseri'deki işletmelerin %69.2'si ithal girdi kullanmaktadırlar. Dolayısıyla ithal girdiden alınan gümrük vergileri maliyetleri önemli ölçüde etkileyecektir. İhracat gelirleri açısından son derece önemli olan sektörün, Türkiye genelinde olduğu gibi, Kayseri'de de girdi açısından dışa bağımlılığını dikkat çekicidir.

Rekabet gücü açısından AR-GE harcamalarının ve sanayi destek mekanizmalarının daha az önemli bulunmuş olması dikkat çeken bir diğer

konudur. Özellikle rekabet gücünün önemli bir belirleyeni olan AR-GE harcamalarının öneminin anket kapsamındaki işletmelerce düşük bulunması son derece önemlidir. AR-GE harcamaları rekabet açısından fazlaca önemli görülmemekle birlikte, anket kapsamındaki işletmelerin %69.2'si AR-GE faaliyetinde bulunmaktadır. Anket kapsamındaki işletmelerin %51.3'ü yeni ürün geliştirme, %38.5'i deneme üretimi, %25.6'sı teknoloji geliştirme, %23.1'i ise satış sonrası sorun giderme amacıyla AR-GE faaliyetinde bulunmaktadır. Yeni ürün geliştirmenin AR-GE harcamaları içindeki payının yüksek olması sektörde sürdürülebilir rekabet gücünün kazanılması açısından ürün geliştirmenin önemini anlaşıldığını göstermektedir. Bununla birlikte AR-GE harcamalarının toplam harcamalar içindeki payının düşük olduğu gözlenmektedir.

Sektörün rekabet gücü yanında, *işletmeler* tarafından kontrol edilebilen bazı rekabet gücü faktörlerinin önem dereceleri de belirlenmeye çalışılmıştır. İşletmeler tarafından işletmelerinin rekabet gücü üzerinde çok etkili/etkili olarak görülen faktörler, fiyat, kalite ve üretim teknolojisidir. Tablo 4, faktörlerin işletmelerin rekabet gücü üzerindeki etkilerini göstermektedir.

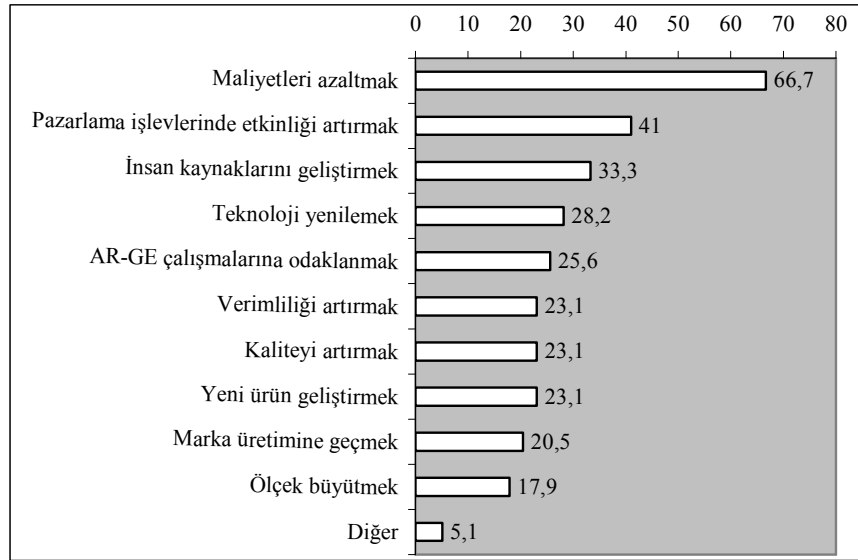
Tablo-4: İşletmelerin Rekabet Gücünü Etkileyen Faktörlerin Önem Derecesi

| | Ortalama | Standart Sapma |
|-----------------------|-----------------|-----------------------|
| Fiyat | 4,41 | 0,91 |
| Kalite | 4,26 | 0,88 |
| Üretim Teknolojisi | 4,26 | 1,04 |
| Sözleşmelere Bağlılık | 4,13 | 1,00 |
| Ürün Çeşitliliği | 4,10 | 1,17 |
| Esnek Üretim Yeteneği | 4,05 | 1,07 |
| Verimlilik | 4,03 | 1,11 |
| Nitelikli İşgücü | 4,00 | 1,17 |
| Ürün Tasarımı | 3,97 | 1,27 |
| Tanıtım | 3,92 | 1,35 |
| Toplam Maliyet | 3,85 | 1,39 |
| Dağıtım Kanalları | 3,79 | 1,08 |
| Marka Güvenilirliği | 3,77 | 1,40 |
| Üründe Uzmanlaşma | 3,69 | 1,34 |
| Kurumsal İmaj | 3,67 | 1,30 |
| Ürün Teknolojisi | 3,51 | 1,67 |
| Bilişim Teknolojisi | 3,41 | 1,37 |

1: Hiç etkili değil, 5: Çok etkili

Rekabet gücü üzerinde en az etkiye sahip olduğu düşünülen faktör ise, bilişim teknolojileridir. Bu bulgu, anket kapsamındaki işletmelerin, rekabet gücü üzerindeki önemi her geçen gün artan *bilişim teknolojilerinin* önemini yeterince algılamamış olduklarını göstermektedir. Anket kapsamındaki işletmelerin %53.8'i bilgi ve iletişim teknolojilerinden yeterince yararlandıklarını, %43.6'sı kısmen yararlandıklarını belirtmeleri, işletmelerin bilgi teknolojilerinin önemini yeterince kavramamış olmalarının bir göstergesi sayılabilir. Anket kapsamındaki işletmelerin bilgi ve iletişim teknolojilerinden yeterince faydalanmamalarına paralel olarak, e-ticaret yapan işletmelerin oranı da % 28.2'lerde kalmaktadır.

Anket kapsamındaki *işletmelerin rekabet güçlerini artırabilmek açısından en sorunlu gördükleri faktör*, maliyetlerin azaltılmasıdır. Yani işletmeler rekabet güçlerini artırabilmek ve sürdürülebilir bir rekabet gücü sağlamak açısından maliyetlerini düşürmekte zorlanmaktadırlar. Şekil 1, işletmelerin uluslararası pazarlarda rekabet gücü sağlamak ve devam ettirebilmek açısından sorun yaşadıkları diğer faktörleri göstermektedir.



Şekil-1: İşletmelerin Uluslararası Pazarlarda Rekabet Gücü Kazanmak ve Sürdürebilmek Açısından Sorun Yaşadıkları Faktörler

Pazarlama işlevlerinde etkinliği artırmak ve insan kaynaklarını geliştirmek, işletmeler açısından sorunlu olarak değerlendirilen diğer faktörlerdir. İşletmeler, rekabette giderek önem kazanan AR-GE çalışmalarına odaklanmak konusunda da sıkıntı yaşadıklarını belirtmektedirler.

Anket kapsamındaki işletmelerden, rekabet gücü açısından önemli olan bazı özellikler açısından *kendi ürünlerini uluslararası markalarla karşılaştırmaları* istenmiştir. İşletmelerin %51,3'ü kalitelerinin, %48,7'si fiyatlarının, %48,7'si ise ürünlerinin dayanıklılığının uluslararası markalara göre daha iyi olduğunu belirtmişlerdir. İşletmelerin önemli bir kısmının *ürünlerinin kalitesinin rakip ürünlere göre daha üstün* olduğunu belirtmesi son derece önemlidir. Üretim teknolojisi, standartlara uygunluk ve bulunabilirlik açısından ise, farkın olmadığı düşünülmektedir. Uluslararası ürünlere göre daha kötü olarak belirtilen özellik ise, *marka imajıdır*. Bu sorun, sadece tekstil ve giyim sektörü ürünleri için değil, bütün sektörler için geçerlidir. Türk mallarının rekabet gücünün artırılabilmesi için, Türkiye'nin kısa sürede dış pazarlardaki imajını güçlendirmesinde yarar vardır.

Ürünlerinin yanında, işletmelerden *uluslararası rakiplerine göre kendilerini* de değerlendirmeleri istenmiştir. İşletmelerin uluslararası rakiplerine göre kendilerini güçlü olarak değerlendirdikleri faktörlerin başında, ürünlerinin kalitesi gelmektedir. Uluslararası rakiplerine göre en zayıf olarak değerlendirilen faktörler ise; AR-GE çabaları, tanıtım çabaları ve *devlet yardımlarının eksikliği*dir. İşletmelerin rekabet gücü açısından AR-GE'ye fazla önem vermemeleri, hem de AR-GE açısından kendilerini uluslararası rakiplerine göre zayıf görmeleri, Kayseri tekstil ve giyim sanayiinin rekabet gücünün sürdürülebilirliği açısından oldukça düşündürücüdür.

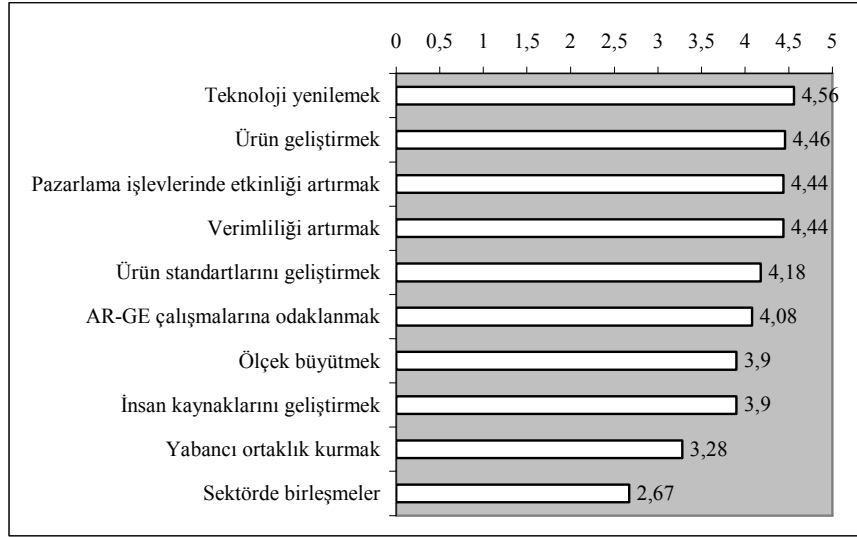
II.8. Anket Kapsamındaki İşletmelerin 2005 Yılına İlişkin Beklentileri

Anket kapsamındaki işletmelerin %35,9'u 2005 yılında kotaların kaldırılmasının işletmeyi etkilemeyeceğini düşünürken, %17,8'i bu durumun işletmelerini olumlu yönde etkileyeceğini belirtmişlerdir. İşletmelerin yarısından fazlasının olumsuz beklenti içinde olmamaları, sektörün 2005 ve sonrasında karşılaşacağı riskler konusunda yeterince bilgi sahibi olmadıklarını akla getirmektedir.

Anket kapsamındaki işletmelerin %46,2'si kotaların kaldırılmasının işletme üzerinde olumsuz etkiler yaratmasını beklemektedirler. Olumsuz yönde etkileneceğini düşünen işletmeler, 2005 yılına hazırlanmak üzere önlemler aldıklarını da belirtmişlerdir. Bunlar; kalite- marka ürünlere yönelmek, ürün ve pazar çeşitliliği artırmak, yeni yatırımlara girişmemek, pazardaki müşterilerin ihtiyaçlarına ve fiyat beklentilerine yeterince cevap verebilmek ve güven sağlamak, maliyet çalışmaları yapmak, kapasiteyi artırmak, dolayısıyla makinelerin modernizasyonu sağlamak olarak özetlenebilir. Alınan önlemler, kotaların kaldırılmasının olumsuz etkiler yaratacağını bekleyen işletmelerin rekabet gücünün devam ettirilebilmesi açısından bilgi sahibi olduklarını göstermektedir.

II.9. Rekabet Gücünün Korunabilmesi İçin Önlemler

Anket kapsamındaki işletmelere göre, tekstil ve giyim sektöründe sürdürülebilir rekabet gücünün sağlanabilmesi için en önemli faktörler; teknolojik gelişmenin sağlanması, ürün geliştirilmesi ve pazarlama işlemlerinde etkinliğin artırılmasıdır. Şekil 2, uluslararası pazarlarda rekabet gücünün korunabilmesi için alınması gereken önlemleri göstermektedir.



Şekil-2: Uluslararası Pazarlarda Rekabet Gücünün Sürdürülebilmesi İçin Alınması Gereken Önlemler

Teknolojik gelişme, ürünlerde farklılaşma gibi faktörlerin ilk sıralarda yer alıyor olması, tekstil ve giyim sanayiinin günümüzde rekabet gücünü sürdürebilmesi açısından önemli olan faktörlerin, Kayseri tekstil ve giyim sanayiinde faaliyet gösteren işletmeler tarafından algılandığını göstermektedir.

İnsan kaynaklarını geliştirmek, yabancı ortaklıklar kurmak ve sektörde birleşmeler sürdürülebilir rekabet gücü açısından son sıraya yerleştirilen faktörlerdir. Anket kapsamındaki işletmelerin rekabet gücünün artırılabilmesi için uluslararası alanda sıkça kullanılan önlemlerden biri olan sektörde birleşmelere önem vermemeleri, Türkiye’de işletmelerin birleşme kültürüne tam anlamıyla sahip olmadıkları sonucunu (İTO, 2002: 53) kısmen doğrulamaktadır.

Ayrıca tekstil ve giyim sanayilerinde rekabet gücünün sürdürülebilmesi açısından önümüzdeki yıllarda devlet desteğinin daha da önem kazanması beklenmektedir. Anket kapsamındaki işletmelerin %84,6’sı, sektöre özel ihracat

teşviklerin rekabet gücü açısından önemli olduğunu düşünmektedirler. İşletmelerin rekabet gücünün sürdürülebilmesine ve artırılmasına yönelik olarak alınması gereken önlemler konusundaki önerileri ise şunlardır: Ucuz kredi sağlanması, vergi muafiyetleri ve genel KDV oranlarının düşürülmesi; kredi desteklerinin artırılması ve haksız rekabetin engellenmesidir.

SONUÇ

Türkiye'nin sanayileşmesinde önemli görevler üstlenmiş olan tekstil ve giyim sektörünün, 2005 yılında kotaların kaldırılmasıyla birlikte rekabet gücünü nasıl devam ettireceği günümüzde üzerinde önemle durulan konulardan biri haline gelmiştir. Çalışmada, tekstil ve giyim sanayiinin rekabet gücünün artırılması ve sürdürülebilmesi açısından önem kazanan faktörlerin belirlenmesi ve Kayseri tekstil ve giyim sanayiinin rekabet gücünün ortaya konması amaçlanmıştır.

Tekstil ve giyim sektöründe rekabet gücünün *sağlanması* ve *sürdürebilmesi* açısından önemli olan ve literatürde belirtilen başlıca faktörler; teknoloji düzeyi ve AR-GE çabaları, üretim maliyeti, verimlilik, mesleki eğitim, devlet teşvikleri, ürün çeşitliliğinin sağlanması, altyapı ve pazara yakınlıktır. Bunların yanında, uluslararası standartlara uygunluk, politik istikrarın sağlanması, uygulanan döviz kuru politikası, serbest ticaret bölgelerinin varlığı ve bazı pazarlara tercihli ulaşım vb. tekstil ve giyim sektöründe rekabeti belirleyecek olan diğer faktörlerdir.

Kayseri tekstil ve giyim sanayiinin rekabet gücünü belirlemek üzere, tekstil ve giyim sektöründe faaliyet gösteren ve ihracat yapan işletmelere anket uygulaması yapılmıştır. Anket uygulaması sonucu elde edilen bulgular şöyle özetlenebilir:

- Anket kapsamındaki işletmeler tarafından tekstil ve giyim sanayiinin rekabet gücü açısından önemli bulunan faktörler; enerji maliyeti, pazarlama ve hammadde maliyetidir. AR-GE harcamaları ve sanayi destek mekanizmaları rekabet gücü açısından daha az önemli bulunan faktörlerdir.

- İşletmeler tarafından kontrol edilebilen ve işletmenin rekabet gücü üzerinde etkili olarak görülen faktörler ise, fiyat, kalite ve üretim teknolojisidir. İşletmenin rekabet gücü üzerinde en az etkiye sahip görülen faktör, bilişim teknolojisi olmuştur.

- Anket kapsamındaki işletmelerin uluslararası pazarlarda rekabet gücü sağlamak ve devam ettirebilmek açısından en sorunlu gördükleri faktörler; maliyetleri azaltmak, pazarlama işlevlerinde etkinliği artırmak, insan kaynaklarını geliştirmek ve teknoloji yenilemektir.

-Uluslararası rakiplerine göre kendilerini güçlü olarak değerlendirdikleri faktörlerin başında ürün kalitesi gelmektedir. Uluslararası rakiplerine göre en zayıf olarak değerlendirilen faktörler ise, AR-GE çabaları, tanıtım çabaları ve devlet yardımlarının eksikliğidir.

Bu bulgular, tekstil ve giyim sanayiinde rekabet gücünün sağlanması ve sürdürülebilmesi açısından önemli olan genel faktörlerle karşılaştırıldığında, Kayseri tekstil ve giyim sanayiinin sürdürülebilir rekabet gücü kazanabilmesi için şu öneriler getirilebilir:

- AR-GE'ye yeterince önem verilmesi,
- Teknoloji düzeyinin yükseltilmesi, bilgi ve iletişim teknolojilerinden etkin bir şekilde yararlanılması,
- Ürün çeşitliliğinin artırılması, özellikle teknik tekstil ürünlerinin üretimine geçilmesi,
- Uluslararası standartlara uyuma daha fazla önem verilmesidir.

Türkiye genelinde tekstil ve giyim sanayiinin rekabet gücününün sürdürülebilirliğini sağlamaya yönelik kapsamlı önlemlerin belirlenebilmesi için, benzer uygulamalı çalışmaların başka illerde de yapılması yararlı olacaktır.

NOTLAR

¹ Sınıflandırma belirtilen kaynaklardan da yararlanarak tarafımdan yapılmıştır.

KAYNAKLAR

- Aktan C.C. (2003) "Türkiye'de Üretim ve İstihdama Yönelik Ulusal Rekabet Gücü Politikası", TİSK, **Güçlü ve Büyük Türk Ekonomisi İçin Üretim ve İstihdam Politikaları Araştırma Yarışması**, Yayın No: 236, Ankara: <http://www.tisk.org.tr>, Erişim Tarihi: 22.03.2004.
- Aras G. (2002) "Avrupa Birliği Pazarında Türk Tekstil Sektörünün Rekabet Yeteneği: Finansal Yaklaşım", **ODTÜ Uluslararası Ekonomi Kongresi**, 11-14 Eylül 2002, Ankara, 34.
- Commission of the European Communities (2003). **Communication From The Commission to The Council, The European Parliament, The European Economic and Social Committee and Committee of The Regions**, Brussels: COM (2003)649 Final.

- Demir M. (2002) **2005 Sonrası Dünya Tekstil Sektörü**, Dış Ticaret Müsteşarlığı Yayını, Ankara.
<http://www.itkib.org.tr/Res800/DisTicaretBilgileri/raporlar/DUNYATEKSTIL.pdf>, Erişim Tarihi: 06.01.2004.
- DPT (2001) **Tekstil ve Giyim Sanayi Özel İhtisas Komisyonu Raporu**, DPT Yayını Ankara. <http://www.dpt.gov.tr>, Erişim Tarihi: 20.12.2003.
- Eruygur O., E. Özçelik ve E. Taymaz (2004) “Tekstil ve Hazır Giyim Sanayilerinde Uluslararası Rekabet”, **İşletme ve Finans Dergisi**, 19, 217, 5-23.
- Fawzy S. (2002) **Globalization and Firm Competitiveness in the Middle East and North Africa Region**, **Mediterranean Development Forum 3**, <http://www.eces.org.eg/Downloads/ECEMDF3f.pdf>
- IFM (Institut Francais De La Mode)/Partners (2004) **Study on the Implications of The 2005 Trade Liberalisation in the Textile and Clothing Sector**, Consolidated Report, Part 1, Paris.
- İTO (2002) **İmalat Sanayiinin Uluslararası Rekabet Gücü, AB ve Diğer Ülkelerle Karşılaştırma**, İstanbul: İstanbul Sanayi Odası.
- Lall S. and J. Weiss (2003) “Industrial Competitiveness: The Challenge for Pakistan.” www.adb.org/documents/PRM/Working_Papers/wp03.pdf, Erişim Tarihi: 05.05.2004.
- Koşar D. (2002) “Türk Tekstil Sektörünün Rekabet Gücü” www.aeri.org.tr/Pamuksempozyumu2002/word/Dilsad%20kosar.doc, Erişim Tarihi: 05.03.2003.
- Öz İplik-İş Sendikası (2005) **Tekstil Sektörü Sorunlar ve Çözüm Önerileri**.
- Saygılı Ş. (2003) **Bilgi Ekonomisine Geçiş Sürecinde Türkiye Ekonomisinin Dünyadaki Konumu**, Ankara: DPT.
- SPO (2004). **Sector Profiles of Turkish Industry: A General Outlook**, Ankara, <http://www.dpt.gov.tr>, Erişim Tarihi: 05.05.2004.
- Tan B. (2001) **Overview of the Turkish Textile and Apparel Industry**, **Harvard Center for Textile and Apparel Research**, <http://www.hctar.org/pdfs/GSO6.pdf>, Erişim Tarihi: 01.02.2004.
- Tekstil İşveren Dergisi (2003) “Dünya Tekstil ve Hazır Giyim Ticareti Üzerine Çin Tehditi”, Ağustos, <http://www.tekstilisveren.org.tr>, Erişim Tarihi, 05.05.2004.

- TUBİTAK (2003) **Vizyon 2023 Teknoloji Öngörüsü Projesi, Tekstil Raporu** (Son Rapor), <http://vizyon2023.tubitak.gov.tr>, Erişim Tarihi: 06.06.2004.
- TUSİAD (2002). **Sektörel Durum Analizi-Sorunlar ve Çözüm Önerileri-2001-II**. <http://www.tusiad.org>, Erişim Tarihi: 16.04.2004.
- United States International Trade Commission (2004) **Textiles and Apparel: Assessment of the Competitiveness of Certain Foreign Suppliers to the U.S. Market**, Publication 3671, <http://63.173.254.11/pub3671/chap2.pdf>, Erişim Tarihi: 20.06.2004.
- Wysonkiska Z. (2003) “Competitiveness and Its Relationship with Productivity and Sustainable Development”, **Fibres and Textiles in Eastern Europe**, 11(3), 42, 11-14.
- Yang Y. (1999) **China’s Textile and Clothing Exports: Changing International Comparative Advantage and Its Policy Implication**, <http://eprints.anu.edu.au/archive/00000187/00/cep99-3.pdf>, Erişim Tarihi: 11.06.2004.