

Kahramanmaraş İlindeki Tekstil Firmalarının Dış Ticaret Yapısı

Sibel DOĞAROĞLU¹, Cuma AKBAY²

¹KİPAŞ Holding Kambiyo Bölümü, Gaziantep Yolu Üzeri Kahramanmaraş

²Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Kahramanmaraş

✉: cakbay@ksu.edu.tr

Geliş (Received): 08.08.2016

Kabul (Accepted): 15.09.2016

ÖZET: Bu çalışmada Kahramanmaraş ilinde faaliyet gösteren tekstil firmalarının dış ticaret yapısı incelenerek mevcut yapının ortaya konulması yanında; işletmelerin dış ticaret yapısının büyüklüklerini doğrudan nasıl etkilediğinin, işletmelerin dış ticaret yapısı ve Kahramanmaraş ilinde tekstil firmalarında ithalat-ihracat işlemlerinin profesyonel durumunun, dış ticaret biriminin öneminin, dış ticarete ihtiyaç duyulan bilgilerin, işletmelerin geçmiş yıllarda dış ticarete karşılaştığı sorunların ve işletmelerin dış ticarete yetersiz olduğu konuların belirlenmesi amaçlanmıştır.

Çalışmanın ana materyalini, Kahramanmaraş ilinde faaliyet gösteren tekstil işletmelerinin yöneticileri ile yüz yüze yapılan kapsamlı anket çalışması oluşturmaktadır. Araştırma sonuçları, işletmelerin dış ticaret yaparken en çok mevzuat bilgisine ihtiyaçları olduğunu, mali kaynak yetersizliklerinden oluşan sıkıntıların işletmeler açısından önemli bir eksiklik olduğunu, dış ticaret bölümünde en çok sistemli ve ekip çalışmalarında etkin olan personel tercih ettiklerini göstermektedir. Ayrıca, geçmiş yıllarda dış ticarete yaşanan en önemli sorunların iç ve dış pazardaki vergi maliyetleri olduğu ve işletmelerin rekabet gücünü rakiplerine kıyasla güçlü pazarlama ve finansman yapısı sayesinde arttıracakları saptanmıştır. Bu çalışmanın ithalat-ihracat yapan işletmelere yardımcı olacağı düşünülmektedir.

Anahtar kelimeler: Kahramanmaraş, tekstil, ihracat, üretim, pazarlama

Foreign Trade Structure of Textile Firms in Kahramanmaraş Province

ABSTRACT: In this research, with the addition of revealing the present framework by investigating the structure of foreign trades of textile firms in the city of Kahramanmaraş; it is also aimed to be determined that how the foreign trade structure of companies directly affect their size, the foreign trade structure of companies and the professional state of imports-exports operations of the textile firms in the city of Kahramanmaraş, importance of the foreign trade department, the information needed in foreign trade, the problems in foreign trade that companies faced in the previous years and inefficiency of the companies regarding foreign trade.

The main material of the study is the comprehensive questionnaires that were made face to face with managers of textile companies in Kahramanmaraş. Results indicate that companies mostly need regulation information during foreign trade transactions, problems due to financial resource deficiencies are important insufficiencies for companies and effective and systematic staff in team works is mostly chosen for foreign trade departments. Add to this, it is determined that the most important problems in foreign trade in the past years are taxation costs in the domestic and foreign market, and that the companies would increase their competitive capacity through powerful marketing and financing structure by comparison to their rivals. This research is thought to be helpful for the companies doing exports and imports.

Keywords: Kahramanmaraş, textile, export, production, marketing

GİRİŞ

Dünya ekonomisinin yaşamakta olduğu küreselleşme sürecinde üretim ve ticari etkinliklerinin artan oranda uluslararası nitelik kazandığı bir gerçektir. Bu konuda gerekli olan en büyük unsurlar iyi yetişmiş insan gücü, makroekonomik unsurlar, etkin işleyen bir piyasa düzeni ve gelişmiş bir teknoloji ile ticari bir altyapıdır (Kıyak, 2005).

Toplumların iktisadi yaşamlarında dış ticaret, tarih boyunca önemli bir yer tutmuştur (Kıyak, 2005). Küreselleşen dünyanın ya da bütünleşen dünyanın dışında kalmamak, sürekli büyüyen pazardan ya da dünya ticaretinden pay alabilmek için fırsat ve avantajlardan yararlanmak ülkeler için öncelikli amaçlardan olmuştur (Doğan ve ark, 2003). İhracat ekonomik büyüme ve kalkınma sürecinde sürükleyici

bir güçtür. Aslında ihracat odaklı büyüme, ihracat ve dış ticaretin bir ülkenin ekonomik büyüme ve kalkınmasında merkezi rol oynadığı bir ekonomik kalkınma stratejisi olarak tanımlanmaktadır (Çetin ve Ecevit, 2008).

Tekstil sektörü, sağladığı istihdam imkânı, üretim sürecinde yarattığı katma değer ve uluslararası ticaretteki ağırlığı nedeniyle ekonomik kalkınma sürecinde önemli rol oynayan bir sanayi dalı olarak bilinmektedir (Çetin ve Ecevit, 2008).

Türkiye’de piyasa ekonomisinin benimsenmeye başlamasıyla 1980’li yılların başından itibaren Kahramanmaraş büyük bir iktisadi adım atarak sanayileşme ve çağdaş ticaret sürecine girmiş, büyüme ve kalkınma için bir altyapı oluşturulmuş ve

sanayileşme sürecinde yüksek bir hıza ulaşmıştır (KMTSO, 2003; Görücü, 2004).

Türk tekstil ve hazır giyim sektörü ihracat gelirlerinin %22,6'sını ve 2 milyon kişiye istihdam sağlamasıyla ekonominin lider sektörlerinden birisi olmuştur (Doğaka, 2014). Ortadoğu pazarına yakınlığı, hammaddeye yakınlığı gibi avantajlarını kullanarak, Türkiye'nin ve Kahramanmaraş ilinin en büyük sorunlarından biri olan işsizliği azaltmak yönünde, tekstil sektöründe harekete geçirilmesi gereken büyük bir potansiyel görülmektedir.

Kahramanmaraş'ta sanayi siciline kayıtlı 666 adet sanayi işletmesi mevcuttur. Toplam sanayi işletmesi içerisinde %0,9'luk bir oran ile sanayisi gelişmişlik düzeyinde orta seviyedeki illerimiz arasında yer alır. Bölgede bulunan sanayi işletmeleri arasında gıda ürünleri (%25) ve tekstil ürünleri imalatı (%24) ilk sıralarda yer almaktadır (Doğaka, 2014).

2011 yılı göstergelerine göre, Kahramanmaraş ili Türkiye iplik üretiminin %27'si, dokuma kumaş üretiminin ise %8'i gerçekleştirilmektedir. En büyük sektör konumunda bulunan tekstil sektöründe yılda 359 bin ton iplik, 138 milyon metre dokuma kumaş, 49 milyon metre denim, 122 bin ton örme kumaş, 22,7 milyon adet konfeksiyon üretimi yapılmakta ve 191 bin ton boya ve kasar işi gerçekleştirilmektedir (Doğaka, 2014).

Kahramanmaraş ili sanayisi, tarıma dayalı sanayi içinde çırçır, dokuma, boya-kasar ve konfeksiyon üretim konuları ağırlık kazanmaktadır. İlde tekstilin yoğun olması nedeniyle küçük ve orta ölçekli tekstil işleme tesisleri yoğun olarak bulunmaktadır. 5084 sayılı Yatırımların ve İstihdamın Teşviki Kanunu ve diğer teşvikler ile tekstil sektöründe de ilerleme kaydedilmiştir.

Gerek istihdam hacmi, gerekse yarattığı katma değer açısından tekstil sektörü, Kahramanmaraş'ta imalat sanayinin itici gücü olmuştur. Kahramanmaraş bölgesinde imalat sanayi, özellikle iplik, kumaş, pamuk, ayakkabı-deri işlemeciliği ve konfeksiyon üretimi gelişmiştir. Kahramanmaraş ili, tekstil sektörünün önemli bir merkezi haline gelmiştir. Sektördeki firmaların ihracata yönelmesinde ülke ekonomisine üretim, istihdam ve gelir katkısı ilk sırada yer alırken, küreselleşme zorunluluğu ve ürünün üstün kalitesi bu faktörü izlemektedir (Çetin ve Ecevit, 2008). Kahramanmaraş'ta iplik, hidrolik pamuk, dokuma, örgü kumaş, konfeksiyon, boya gibi ürünler, ticarete konu olan en önemli tarımsal ürünler olup işlenmekte ve ambalajlanmaktadır.

Bu araştırmanın temel amacı, Kahramanmaraş ilinde faaliyet gösteren tekstil firmalarının dış ticaret yapısı incelenerek mevcut yapının ortaya konulmasıdır. Bu amaç doğrultusunda, çalışmada rekabet kapsamına giren en önemli konuların başında gelen işletmelerin dış ticaret yapıları, işletme büyüklüklerinin dış ticaret yapısını doğrudan nasıl etkilediği, firmalarda ithalat-ihracat işlemlerinin profesyonel durumu, dış ticaret biriminin önemi, ihtiyaç duyulan bilgiler, işletmelerin geçmiş yıllarda dış ticarete karşılaştıkları

sorunları ve dış ticarete yetersiz olduğu konular araştırılacaktır.

MATERYAL ve METOT

Bu çalışmanın ana materyalini, Kahramanmaraş ilinde faaliyet gösteren tekstil işletmelerinin yöneticileri ile yüz yüze yapılan anketlerden elde edilen veriler oluşturmaktadır. Bölgede tekstil ile ilgili işletme sayısı toplamda 100 adet olarak belirlenmiş olup 93 işletmeden elde edilen veriler analizlerde kullanılmıştır. Analizlerde tanımlayıcı istatistikler ve frekanslardan yararlanılmıştır.

BULGULAR

Araştırma alanında anket yapılan bireylerin %62,37'sinin erkek, %38,7'sinin evli, % 40,9'unun ön lisans mezunu, %28,0'ının lisans mezunu olduğu saptanmıştır. Bu durum sektörde bayan yöneticilerin sayısının çok fazla olmadığını göstermektedir. Türkiye'de çalışma hayatındaki bayan yöneticilerin erkek yöneticilere göre sayısının az olduğu gerçeği, Kahramanmaraş ilinde de kendini göstermektedir (Alıcı, 2007). Araştırma bölgesinde, 2008 yılında yapılan bir çalışmada, tekstil sektöründeki işletme yöneticilerinin %87,50'sinin erkek, %82,5'inin üniversite mezunu olduğu tespit edilmiştir (Çetin ve Ecevit, 2008). Sonuç olarak kadın çalışanların gün geçtikçe tekstil sektörüne katılımının arttığı ve yönetici konumunda daha çok paya sahip olduğu ifade edilebilir. Dış ticaret bölümünde çalışan bekâr bireylerin sayısının evli bireylerin sayısından fazla olduğu gözlemlenmiştir.

Anket yapılan bireylerin %53,77'sinin idari personel, %29,03'ünün orta kademe, %10'unun üst kademe ve %2,15'inin alt kademe yöneticisi olduğu tespit edilmiştir. İşletmelerin %48,39'unda 45 kişiden fazla, %27,96'sında 25-44 kişi, %16,13'ünde 15-24 kişi, %5,38'inde 5-14 kişi ve %2,15'inde ise 5'den az bireyin çalıştığı tespit edilmiştir. İşletmelerin personel sayısına bakıldığında, anket yapılan işletmelerin %27,96'sında personel sayısının 50-100 arasında olduğunu ve KOSGEB'in KOBİ tanımına göre orta boy işletme oldukları görülmektedir.

İşletmeler ticari unvanlarına göre; anonim, limited ve şahıs şirketleri olarak üç gruba ayrılmaktadır. Anket yapılan işletmelerin %73,12'sinin anonim şirket, %20,43'ünün limited şirket ve %6,45'inin şahıs işletmesi olduğu tespit edilmiştir. Çetin ve Ecevit (2008)'in çalışmasıyla karşılaştırıldığında limited ve anonim şirketlerin sayısının arttığı buna karşılık anonim şirketlerin sayısının azaldığı saptanmıştır. Ancak her iki çalışmada Kahramanmaraş ilinde tekstil sektöründeki işletmelerin daha çok anonim şirketler şeklinde olduğu ifade görülmektedir.

İşletmeler faaliyet türlerine göre ise; üretim işletmeleri, fason üretim yapan işletmeler, ihracatçı veya ithalatçı işletmeler olarak bölümlendirilmiştir. Fason üretim veya kısaca Fason, gerçek üretici firmadan anlaşma üzerine toplu ürün sipariş ederek, ürünlere gerçek üretici adını değil de sipariş verenin adının yazdırılmasıdır. Üretim İşletmeleri

hammadeleri satın alıp mamul haline dönüştüren ve daha sonra diğer işletmelere ya da nihai tüketicilere satan işletmelerdir. İthalat ya da dışalım, yurtdışında üretilmiş malların, ülkedeki alıcılar tarafından satın alınmasıdır. İhracat bir malın yabancı ülkelere döviz karşılığı yapılan satışdır (Anonim, 2014). Ankete katılan işletmelerin %41,94'ünün ihracat, %37,63'ünün üretim, %7,53'ünün ithalat, %7,53'ünün hem ithalat ve hem de ihracat yapan işletmeler ve %5,38'inin fason işletmeler olduğu tespit edilmiştir (Çizelge 1). Ankete katılan işletmelerin dağılımı incelendiğinde, il genelinde tekstil firmalarının faaliyet türünde ihracat işlemlerinin ağırlıklı olduğu saptanmıştır. Bu seçim ithalat ve fason işlemlere göre ihracat işlemlerinin maliyetinin daha az, getirisinin daha fazla ve işlem prosedürünün zorlayıcı olmadığını göstermektedir.

Çizelge 1. Anket katılan bireylerin işletmelerinin faaliyet türüne göre dağılımı

	İşletme sayısı	Oran (%)
Üretim	35	37,63
İhracat	39	41,94
İthalat	7	7,53
Fason	5	5,38
İthalat ve ihracat	7	7,53
Toplam	93	100,00

Araştırmaya dahil edilen işletmelerin %67,74'ünde dış ticaret bölümünün olduğu, %32,26'sinde ise olmadığı tespit edilmiştir (Çizelge 2). Elde edilen verilere göre Kahramanmaraş ilindeki tekstil işletmelerinin dış ticaret bölümü varlığının çoğunlukta olduğu dolayısıyla da gelişmiş ülkelerde olduğu gibi Kahramanmaraş ilinde de ihracatın büyük önem taşıdığı gözlemlenmiştir. Buna karşın hala dış ticaret bölümü bulunmayan tekstil işletmelerinin olması da üzerinde durulması gereken önemli bir konudur.

Çizelge 2. Ankete katılan işletmelerin dış ticaret bölümü varlığının dağılımı

	İşletme sayısı	Oran (%)
Var	63	67,74
Yok	30	32,26
Toplam	93	100,00

İşletmelerdeki dış ticaret bölümünde çalışan olmayan firma oranı %53,80 olarak saptanmıştır. İşletmelerde dış ticaret bölümünde çalışan sayısı ortalama 3,31'dür (Çizelge 3). 2008 yılında yapılan bir çalışmaya göre Kahramanmaraş ilindeki tekstil sektöründe, 250 ve daha fazla işçi çalıştıranların oranı %45, 50-249 arası işçi çalıştıranların oranı %50, 10-49 işçi %5 ve 10 ve 10'dan daha az işçi çalıştıran işletmelere ise rastlanmamıştır (Çetin ve Ecevit, 2008). Bu iki çalışmanın sonuçlarına göre tekstil işletmelerinin dış ticaret bölümü sayısında artış görülmesine rağmen bu bölümde çalışan sayısının oranlarının düştüğü gözlemlenmiştir. Bunun sonucunda çoğu işletmede

profesyonel bir dış ticaret bölümünün bulunmadığı ifade edilebilir.

Çizelge 3. Dış ticaret bölümünde çalışan sayısının dağılımı

Çalışan sayısı	Birey sayısı	Oran (%)
Çalışan yok	50	53,8
1-4 kişi	23	24,7
5 ve üzeri	20	21,5
Toplam	93	100,0

İşletmelerin işletim şekli yönetim sözleşmesi, finansal kiralama ve sahip-işletmeci olarak üç grupta incelenmiştir. Yönetim sözleşmesi, uluslararası bir işletmenin yabancı bir işletme ile o işletmenin faaliyetinin bir bölümünü veya tamamını yönetmek üzere karşılıklı yaptıkları anlaşma olarak tanımlanabilir. Finansal kiralama (Leasing), bir malın yatırımcı tarafından satın alınması yerine, bir leasing şirketi tarafından alınıp, yatırımcıya belirli bir dönem kiralanmasıdır. Sahip-işletmeci, mal ve hizmet üreten işletmelerde üretim, yönetim, para kaynakları, muhasebe, satış, pazarlama konularında çalışan ayrıca küçük işletmeleri kurma ve yönetme bilgi ve becerisine sahip kişilerdir (Anonim, 2014).

Ankete katılan işletmelerin %96,77'sinin sahip işletmeci, %2,15'inin kiralama, %1,08'inin ise yönetim sözleşmesi olduğu tespit edilmiştir (Çizelge 4).

Çizelge 4. Ankete katılan işletmelerinin işletim şeklinin dağılımı

İşletim şekli	İşletme sayısı	Oran (%)
Sahip-işletmeci	90	96,77
Kiralama	2	2,15
Yönetim sözleşmesi	1	1,08
Toplam	93	100,00

Kahramanmaraş ilinde geçmişten günümüze çoğunlukla tekstil işletmeciliği yapılmasından kaynaklı sahip-işletmeci işletmelerinin diğer işletim şekline göre daha büyük bir paya sahip olduğu gözlemlenmiştir. Sonuç olarak yönetim sözleşmesi ve kiralamanın azınlıkta olması işletmenin işletim şeklinin devamlılığını sağlamasına karşın profesyonel yönetici bulundurma sayısının az olduğu sonucuna varılmaktadır. Sahip-işletmecilerin çoğunun kendi işletmelerinin avantaj ve dezavantajlarını iyi görememesi, sektördeki değişim ve dönüşümü takip edememesi birçok soruna yol açmaktadır. Bu tarz eksikliklerin yaşanmaması için profesyonel yöneticilere işletmelerin gelişmesi için daha çok ihtiyaç duyulduğu gözlemlenmiştir.

Araştırmaya dahil edilen işletmelerin %69,89'unun hiç bir mesleki örgüte üye olmadığı, %30,11'inin ise üye olduğu tespit edilmiştir (Çizelge 5). Mesleki örgütlere üye olmak dış piyasa ve ihracat alandaki gelişmelerden daha hızlı haberdar olabilmek, firmaya

yeniliklere ayak uydurabilme hızı ve karşılaşılan sorunları tespit edip çözüm yolu arama gibi kolaylıklar kazandırabilir. Anket sonucunda üyelik oranının düşük olması Kahramanmaraş ilinde işletmelerin faaliyetlerini geleneksel sürdürdüklerini göstermektedir.

Çizelge 5. Ankete katılan işletmelerin mesleki örgüte üyeliğinin dağılımı

Üyelik Durumu	İşletme sayısı	Oran (%)
Üye	28	30,11
Üye değil	65	69,89
Toplam	93	100,00

E-ticaret, internet ortamında insanların belirli sistemler üzerinde gerçek ve ya sanal ürünleri para karşılığında satın alması işlemidir (Anonim, 2014). Araştırmaya dahil edilen işletmelerin %54,84'inin e-ticaret yapmadığı, %45,16'sının ise e-ticaret yaptığı gözlemlenmiştir (Çizelge 6).

Çizelge 6. Anket katılan işletmelerin e-ticaret yapma durumları

	Birey sayısı	Oran (%)
E-Ticaret yapıyor	42	45,16
E-Ticaret yapmıyor	51	54,84
Toplam	93	100,00

Kapasite kullanım oranı, bir üretim biriminin kullanım kapasitesinin, aynı üretim biriminin maksimum kapasitesine olan oranıdır (Anonim, 2014). Ankete katılan işletmelerin ihracatının kapasite kullanım içerisindeki oranı kapasitesi %30'dan az olan işletmelerin oranının %56,99, %31-49 arasında olan işletmelerin oranının %26,88 ve %50 ve üzeri olan işletmelerin oranının %16,13 olduğu, ortalamalarının ise %33,33 olduğu saptanmıştır (Çizelge 7).

Çizelge 7. İhracatın kapasite kullanım içerisindeki oranının dağılımı

İhracatın kapasite kullanım içerisindeki oranı	İşletme sayısı	Oran (%)
≥%30	53	56,99
%31-%49	25	26,88
%50 ve üzeri	15	16,13
Toplam	93	100,00
Ortalama: %33,33; Standard sapma: 21,18		

2008 yılında yapılan bir çalışmaya göre kapasite kullanım oranı %75 ve üzeri olan %92,50 ve %51-75 olan %7,5 olduğu belirlenmiştir (Çetin ve Ecevit, 2008). Bu iki çalışmanın sonuçlarına göre işletmelerin kullanılan kapasite oranının gün geçtikçe azaldığı ifade edilebilir.

İhracat yapan işletmelerin coğrafi bölgeleri ve menşei incelendiğinde, %100'ünün Türkiye olduğu tespit edilmiştir. Bu işletmelerin ihracat hedef coğrafyaları incelendiğinde ise, %44,09'unun Avrupa,

%40,86'sının Asya, %3,23'ünün Amerika, %2,15'inin Çin ve %9,68'inin ise diğer ülkeler olduğu gözlemlenmiştir. İşletmelerin hedef coğrafyalarının neredeyse yarısının Avrupa diğer bir yarısının ise Asya olduğu ancak gelişmiş bir ülke olmasına rağmen Amerika hedef coğrafyalar arasında çok gerilerdedir. Bunun nedeninin gümrük prosedürleri, vergiler ve lojistikte yaşanan sorunlar olduğu söylenebilir (Çizelge 8).

Çizelge 8. Ankete katılan işletmelerin ihracat hedef coğrafyalarının dağılımı

	İşletme sayısı	Oran (%)
Avrupa	41	44,09
Asya	38	40,86
Amerika	3	3,23
Çin	2	2,15
Diğer	9	9,68
Toplam	93	100,00

Ankete katılan işletmelerin rakiplerinin, %50,54'ü ulusal, %37,63'ü ise küçük yerel rakipler olduğu saptanmıştır (Çizelge 9). Ticarete ihracat büyük önem taşımaya rağmen Kahramanmaraş ilindeki işletmelerin uluslararası rakiplerinin ulusal rakiplere göre oranı (%7,53) çok daha düşüktür. Bunun sonucunda Kahramanmaraş ilindeki birçok işletmenin uluslararası rekabete girebilmesi için sermaye, dış piyasaya girme stratejileri gibi konularda yeterli donanıma sahip olmadığı ifade edilebilir.

Çizelge 9. Ankete katılan işletmelerin rakip çevresinin dağılımı

	Birey sayısı	Oran (%)
Küçük yerel rakipler	35	37,63
Ulusal rakipler	47	50,54
Uluslararası rakipler	7	7,53
Rakibimiz yok	2	2,15
Diğer	2	2,15
Toplam	93	100,00

Ankete katılan işletmelerin dış ticaret bölümündeki eleman açığı olmayanların oranı %77,42'dir (Çizelge 10).

Çizelge 10. Ankete katılan işletmelerin dış ticaret bölümündeki eleman açığının dağılımı

Eleman açığı durumu	İşletme sayısı	Oran(%)
Eleman açığı var	21	22,58
Eleman açığı yok	72	77,42
Toplam	93	100,00

Araştırma sonuçları incelendiğinde, Kahramanmaraş ilindeki tekstil işletmelerinin dış ticaret bölümündeki eleman açığının büyük ölçüde giderildiği gözlemlenmiş, bu duruma üniversitelerdeki dış ticaret ön lisans

programlarının ve ilin tekstil ihracatı ağırlıklı bir il olması nedeni ile lise sonrası kişilerin bu sektörde deneyim kazanmasının sebep olduğu düşünülmektedir. Buna rağmen hala dış ticaret bölümünde eleman açığı bulunan işletmelerin var olduğu gözlemlenmiştir.

Ankete katılan işletmelerin devlet veya Ticaret ve Sanayi Odalarının ihracat teşviklerinden %51,61'inin yararlandıkları, %48,39'unun ise bu teşviklerden yararlanmadıkları tespit edilmiştir (Çizelge 11).

Çizelge 11. Ankete katılan işletmelerin devlet veya ticaret ve sanayi odalarının ihracat teşviklerinden yararlanmasının dağılımı

	İşletme sayısı	Oran(%)
Yararlanan	48	51,61
Yararlanmayan	45	48,39
Toplam	93	100,00

Türkiye'de ihracatın doğrudan büyük teşvik uygulandığı dönemlerde hızla arttığını teşviklerin azaldığı dönemlerde ise gerilediğini belirtmektedir (Yılanoğlu, 2008). Türkiye'deki birçok ihracatçı işletme teşviklerden yararlanarak kendi aralarında şiddetli rekabetlere girmiştir. Kahramanmaraş ilinde teşvik bölgesi olması nedeni ile bu çalışmaya göre, Kahramanmaraş ilindeki ihracatçı işletmelerin %51,61'inin teşviklerden yararlanarak rekabet ortamında yerini aldığı söylenebilir.

Ankete katılan işletmelerin %63,44'ünün yerel veya uluslararası fuarlara katıldığı, %36,56'sının ise katılmadığı gözlemlenmiştir (Çizelge 12).

Çizelge 12. Ankete katılan işletmelerin yerel veya uluslararası fuarlara katılımının dağılımı

	İşletme sayısı	Oran(%)
Katılıyorum	59	63,44
Katılmıyorum	34	36,56
Toplam	93	100,00

Kahramanmaraş ilindeki işletmelerin yarısından fazlasının fuarlara katıldığı ve bu şekilde yeniliklerden ve gelişmelerden haberdar olabildiği, yeni müşteriler tanıyarak müşteri portföylerine de faydalar sağladıkları gözlemlenmiştir. 2008 yılında yapılan bir çalışmaya göre, işletmelerin uluslararası fuar ve sergilere katılma oranının %25 olduğu belirlenmiştir (Çetin ve Ecevit, 2008). Yıl bazında oranlar incelendiğinde Kahramanmaraş ili tekstilcilerinin yaptıkları işe daha profesyonel yaklaştıkları ve yeniliğe daha açık olduğu söylenebilir.

Ankete katılan işletmelerin kuruluş yılları, %35,48'inin 1990-1995 yılları arasında, %30,11'inin 1996-2001 yılları arasında olduğu tespit edilmiştir. İşletmelerin birçoğunun 1990-1995 yılları arasında faaliyete geçtiği görülmektedir. Tekstil sektöründe her geçen yıl yeni işletmelerinde sektöre katıldığı ve ihracata yöneldiği belirlenmiştir.

Ankete katılan işletmelerin, %70,97'sinin sanayi sitesi ve %11,83'ünün ise organize sanayi bölgesinde faaliyette bulunduğu saptanmıştır (Çizelge 13). Kahramanmaraş ilinde yapılan bu çalışmada coğrafi konum, uygun iş gücü ortamı, arazi fiyatlarının uygunluğu, arazi bulabilme imkânının fazlalığı, pazara yakınlık, tedarikçilere ve kaynaklara yakınlık nedeni ile firmaların kuruluş yeri olarak sanayi sitelerini ve organize sanayi bölgesini tercih etmiş olduğu görülmektedir.

Çizelge 13. Ankete katılan işletmelerin faaliyet yerlerinin dağılımı

	İşletme sayısı	Oran(%)
Organize sanayi bölgesi	11	11,83
Sanayi sitesi	66	70,97
Yerleşim içi	11	11,83
Girişimin kendi kampüsü	1	1,08
Diğer	4	4,30
Toplam	93	100,00

Ankete katılan işletmelerin faaliyet gösterdiği alanlar Çizelge 14'te gösterilmektedir. İşletmelerin %92,47'sinin tekstil, %6,45'inin üretim olduğu görülmektedir. Kahramanmaraş uzun yıllardan beri önde gelen tekstilin, işletmelerin faaliyet alanları incelendiğinde günümüzde de ilk sıralarda yer aldığı belirlenmiştir.

Çizelge 14. Ankete katılan işletmelerinin faaliyet gösterdiği alanların dağılımı

	İşletme sayısı	Oran (%)
Tekstil	86	92,47
Yan sanayi	1	1,08
Üretim	6	6,45
Toplam	93	100,00

Ankete katılan işletmelerin ölçek büyüklükleri Çizelge 15'te gösterilmektedir. İşletmelerin yarısından fazlası (%52,69) küçük ölçekli, %15,05'inin orta ölçekli ve %32,26'sının ise büyük ölçekli işletme olduğu tespit edilmiştir. 2008 yılında yapılan bir çalışmaya göre tekstil sektöründeki işletmelerin %55'i küçük ve orta ölçekli iken %45'i büyük ölçekli firma niteliğindedir (Çetin ve Ecevit, 2008).

Çizelge 15. Ankete katılan işletmelerin ölçek büyüklüğünün dağılımı

Ölçek Büyüklüğü	İşletme sayısı	Oran (%)
Küçük(=<5000)	49	52,69
İşletme Orta (5001-10000)	14	15,05
Büyük(=>10000)	30	32,26
Toplam	93	100,00

Ankete katılan işletmelerin faaliyet alanları itibariyle dağılımı incelendiğinde, %66,67'sinin hem ihracat hem iç piyasaya satış yaptığı gözlenmiştir. İncelenen İşletmelerin %21,51'inin sadece iç piyasaya satış yaptığı buna karşılık %7,53'ünün ise fason üretim yaptığı gözlemlenmiştir (Çizelge 16). Ürettiği ürünün tamamını ihraç eden firmaların oranı ise sadece %2,15'dir. Kahramanmaraş ilindeki tekstilcilerin anket sonucuna göre, işletme gelirlerini oluşturan faaliyet alanı tercilerini, ağırlıklı ihracattan yana kullanırken destek olarak iç piyasa satışlarına da yöneldikleri gözlenmiştir.

Çizelge 16. Ankete katılan işletmelerin faaliyet gösterdiği alanın dağılımı

	İşletme sayısı	Oran (%)
% 100 ihracat	2	2,15
% 100 iç piyasa	20	21,51
Hem ihracat hem de iç piyasa	62	66,67
Fason	7	7,53
Diğer	2	2,15
Toplam	93	100,00

Ankete katılan işletmelerin %50,54'ü web sitelerinin olduğunu, %49,46'sı ise web sitelerinin olmadığını belirtmişlerdir (Çizelge 17). Kahramanmaraş ilindeki işletmelerin yarısında fazlasının web sitesi kullandığı, bu sayede yeniliklerden yararlanabildiği ve işletmesini uluslararası alana taşıyabildiği belirlenmiştir.

Çizelge 17. Ankete katılan işletmelerin web sitesi varlığının dağılımı

	İşletme sayısı	Oran (%)
Evet	47	50,54
Hayır	46	49,46
Toplam	93	100,00

Küreselleşme süreci birlikte özellikle gelişmiş ülkelerin kendi aralarındaki ticareti endüstriler arası ticaretten endüstri içi ticarete dönmüştür. Yani aynı endüstri içerisinde farklı nitelikli mallar haline gelmiştir. Bu değişim uluslararası uzmanlaşma desenini de değiştirmiştir. Eskiden endüstriler arası uzmanlaşma varken uzmanlaşma bugün ürünler üzerine yoğunlaşmış durumdadır (Saruhan, 2010).

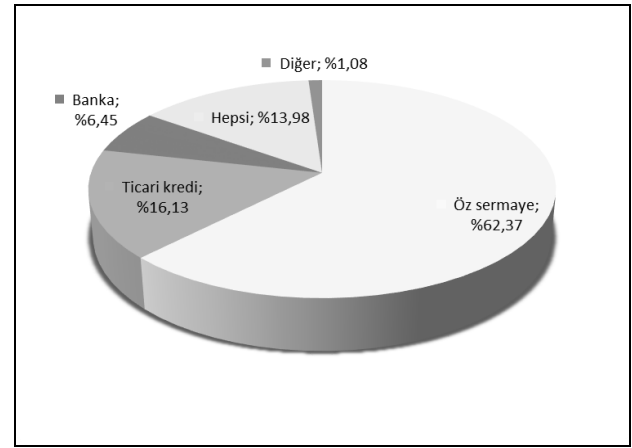
Ankete katılan işletmelerin üretim tarzı incelendiğinde %44,09'unun iplik, %36,56'sının kumaş olduğu saptanmıştır (Çizelge 18).

Çizelge 18. Ankete katılan işletmelerin üretim tarzının dağılımı

Üretim tarzı	İşletme sayısı	Oran (%)
Open-End İplik	41	47,67
Kumaş	34	39,53
Konfeksiyon	7	8,14
Ring İplik	3	3,49
Boya	1	1,16
Toplam*	86	100,00

*: Yedi işletme bu soruya cevap vermemiştir.

Ankete katılan işletmeler finansman ihtiyaçlarının %62,37'sinin öz sermayelerinden, %16,33'ünü ise ticari kredilerden sağladıkları sonucuna ulaşılmıştır (Şekil 1). 2008 yılında Kahramanmaraş ilinde yapılan bir çalışmaya göre ise, firmalar destek kredilerinden yararlandıklarında bunların %75 yatırım kredileri, %55 işletme kredileri, %40 ihracat kredileri olduğu belirlenmiştir (Çetin ve Ecevit, 2008). Anket sonucu Kahramanmaraş ili tekstilcilerinin, finansman ihtiyaçlarını karşılamak için finans kuruluşlarını 2008 yılına göre neredeyse yok denecek kadar az kullandıklarını göstermektedir.



Şekil 1. Ankete katılan işletmeler finansman ihtiyaçlarının karşılandığı kaynaklar

Ankete katılan işletmelerin üretim kalite standartlarına göre dağılımları Çizelge 19'da verilmiştir. İşletmelerin %50,54'ü müşteri odaklı markasız ürünler üretirken, %25,81'i ise markalı ürünler üretmektedirler. Kendi markası ile ihracat yapan firmaların oranı ise %11,83'dür. Kendi markasına imalat yapan firmaların oranı %8,60, lüks ve pahalı ürünler üreten işletmelerin oranı ise %3,23'tür.

Çizelge 19. Ankete katılan işletmelerin üretim kalite standartlarının dağılımı

	İşletme sayısı	Oran(%)
Müşteri odaklı markasız ürünler	47	50,54
Markalı ürünler	24	25,81
Lüks ve pahalı ürünler	3	3,23
Kendi markasına imalat	8	8,60
Kendi markası ile ihracat	11	11,83
Toplam	93	100,00

TARTIŞMA ve SONUÇ

Ekonominin temel uğraşı olan bireyin ve toplumun refah düzeyinin yükseltilmesi hedefi yolunda ihtiyaçların ülkelerin kendi üretimi ile karşılanamaması dış ticareti ön plana çıkarmaktadır. Ülkeler dış ticarete başka ülkelere mal ya da hizmet alabilmekte ve başka ülkelere mal ya da hizmet satabilmektedir. Böylece ülkeler ihracat sayesinde üretim fazlasını başka

pazarlarda satarak gelir elde ederken, ülke içi üretimin yetersizliğini de ithalat ile başka ülkelerden mal ya da hizmet alarak gidermektedirler.

İhracat-tekstil sektörü ilişkisi üzerinde yoğunlaşan bu çalışmada, Kahramanmaraş ilinde tekstil sektöründe faaliyet gösteren firmalarının dış ticaret bölümleri incelenmiş, mevcut durumu ve sorunları belirlenmiştir. Kahramanmaraş ilinin tekstil işletmeleri bağlamında dış ticaret bölümlerinin yapısını ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Bu araştırma sonuçlarına göre, şirketlerdeki erkek çalışan sayısının bayan çalışan sayısından fazla olduğu gözlemlenmiştir. Şirketlerin dış ticaret bölümünde çalışan bayan sayısını arttırmak için teşviklerde bulunulması önerilmektedir. Bu teşvikler aynı zamanda dış ticaret bölümünde çalışan kişi sayısını da arttıracaktır. İşletmelerde çalışan personellerin eğitim durumu göz önüne alındığında, ağırlıklı ön lisans mezunu olduğu gözlemlenmiş, yüksek lisans yapmış kişi sayısının düşük olduğu belirlenmiştir. Bu birimin daha profesyonel hale gelebilmesi için daha çok üniversite mezunu personelin seçilmesi, yöneticilerin de yüksek lisans mezunu kişilerden seçilmesi gerekmektedir.

Birçok işletmenin mesleki örgüte üyeliğinin olmadığı gözlemlenmiştir. Dış ticaret bölümüne sahip işletmelerin profesyonel bir şekilde çalışabilmesi aynı zamanda yeniliklerden ve gelişmelerden haberdar olabilmesi için mesleki örgüte üye olmaları tavsiye edilmektedir.

Araştırmada, Kahramanmaraş ilindeki işletmelerin uluslararası rekabet için yeterli donanımına sahip olmadığı belirlenmiştir. Ulusal rakiplere sahip işletmelerin gelişebilmesi ve yeterli donanımına sahip olarak uluslararası rekabete girebilmesi için kurumların devletin teşviklerinden yararlanması, personel eğitimi vermesi ve finans gücüne sahip olması gerekmektedir.

İşletmelerin dış ticaret yaparken en çok mevzuat bilgisine ihtiyaçları olduğunu, mali kaynak yetersizliklerinden oluşan sıkıntılarının işletmeler açısından önemli bir eksiklik olduğunu, dış ticarete bölümünde en çok sistemli ve ekip çalışmalarında etkin olan personel tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

Geçmiş yıllarda dış ticarete yaşanan en önemli sorunların iç ve dış pazardaki vergi maliyetleri ve rekabet gücü olduğu saptanmıştır. İşletmelerin rekabet güçlerini etkileyen faktörlere bakıldığında; iç ve dış pazardaki vergi maliyetleri, satın alma-mal kalitesi ve tedarik eksiklikleri, paketleme ve etiketleme konusunda taraflar arasındaki uyumsuzluklar, üretimlerin ihracat standartlarının altında kalması, makine-teçhizat sağlamada ki sıkıntılar, istihdam maliyetlerinin yüksek olması, dış ticaret yapabilmek için yeterli kaynak finansmana erişilebilirlikte ki sıkıntılar gibi sorunların ön planda olduğu gözlemlenmiştir. Bu sorunları yaşayan işletmelerin sektörel dış ticaret şirketleri çatısı altında birleşmeleri halinde maliyetin düşüşü, kapasite

kullanımındaki artış ve oluşacak olan güçlü pazarlama ve finansman yapısı sayesinde rekabet gücünü arttıracakları düşünülmektedir.

Stratejik işbirliği ve rekabet gücünü, dolayısıyla ihracatı geliştirmede etkili bir araç olarak görülen sanayi kümelenmeleri Türkiye için de önemli bir açılım olabilir. Bu uygulamanın Kahramanmaraş tekstil sektörü içinde başlatılması sektörün geleceği açısından oldukça önemlidir. Böylece, bölgesel ve ulusal kalkınmanın sağlanmasında sanayi kümelenmeleri aracından daha fazla yararlanmak mümkün olabilecektir. Tekstil sektöründeki firmaların ihracat performanslarının geliştirilmesinde teşvik sistemine önemli derecede el atılması faydalı olacaktır. Bu çalışmadan elde edilen sonuçların ithalat-ihracat yapan ve yapmayı planlayan işletmelere yardımcı olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

- Alıcı S 2007. Kahramanmaraş'ta Bulunan Küçük ve Orta Ölçekli (Kobi) Tekstil İşletmelerinde İstihdam ve İş Gücü Talebi. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, 73 s.
- Çetin M, Ecevit E 2008. İhracatın Sürükleyici Gücü Olarak Tekstil Sektörü: Kahramanmaraş İli Örneği. Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 15(2): 115-132.
- DOĞAKA 2014. TR63 Bölgesi Mevcut Durum Analizi. "http://dogaka.gov.tr/Icerik/Dosya /www.dogaka.gov.tr_228_GK5M05RL_TR63_Bolgesinde_Sanayi_Sektoru.pdf" (Erişim Tarihi: 31.10.2016).
- Doğan Öİ, Marangoz M, Topoyan M 2003. İşletmelerin İç ve Dış Pazarda Rekabet Gücünü Etkileyen Faktörler ve Bir Uygulama. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2(5): 115-137.
- Görücü V 2004. Bölgesel Kalkınmada Kahramanmaraş'ın İktisadi Potansiyeli ve Gelişme Stratejileri. 1. Kahramanmaraş Sempozyumu, 6-8 Mayıs, Türkiye, 1147-1158.
- Kıyak H 2005. Türkiye'nin Dış Ticaret Yapısı ve Ortadoğu Ülkeleri ile Dış Ticaret İlişkileri. Marmara Üniversitesi Ortadoğu Araştırmaları Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi, 88 s.
- KMTSO 2003. Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası, Cumhuriyetin 80. yılında Kahramanmaraş'ın Ekonomisi ve Sosyal Altyapısı ISBN 975-512-760-7, 304 s., Kahramanmaraş.
- Saruhan, H. 2010. Küreselleşme Sürecinin Gelişmekte Olan Ülkelerin Dış Ticaret Yapısı Üzerine Etkileri(Türkiye Örneği). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 56 s.
- Yılanlıoğlu Z 2008. Türkiye'nin Dış Ticaretinin Yapısal Dönüşümü(1980-2007). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tez, 103 s.