

## İhracatın Sürükleyici Gücü Olarak Tekstil Sektörü: Kahramanmaraş İli Örneği

**Yrd. Doç. Dr. Murat ÇETİN**

*Bozok Üniversitesi, İ.İ.B.F., İktisat Bölümü, YOZGAT*

**Yrd. Doç. Dr. Eyyup ECEVİT**

*Bozok Üniversitesi, İ.İ.B.F., İktisat Bölümü, YOZGAT*

### ÖZET

*Tekstil sektörü; günümüzde istihdam, üretim, katma değer ve ihracat artışı fonksiyonları ile ekonomik kalkınma sürecinde ön plana çıkmaktadır. Bu çalışma, ihracat ve tekstil sektörü arasındaki ilişkileri teorik ve ampirik olarak incelemektedir. Çalışmanın ampirik kısmı, Kahramanmaraş ili tekstil sektörünü kapsamaktadır. Çalışmanın sonuçlarına göre; sektörün rekabet gücü ve ihracat performansının geliştirilmesinde ihracat teşvik sisteminin etkin işletilmesi, ihracat organizasyonu ve sanayi kümelenmesi modelleri uygulamalarının desteklenmesi zorunluluk arz etmektedir.*

***Anahtar Kelimeler:** İhracat, tekstil sektörü, ihracat organizasyonları, sanayi kümelenmeleri*

### Textile Sector as an Engine of Export: The Example of Kahramanmaraş

### ABSTRACT

*Recently, textile sector has been important in the economic development process such as employment, production, added tax and export growth properties. This study explains relationships between export and textile sector theoretically and empirically. Ampiric section of the study covers Kahramanmaraş textile sector. As a results of it, it must be operated export incentive system effectivelly and supported applications of export organization and industrial cluster models to improve sector's competitiveness and export performance.*

***Key Words:** Export, textile sector, export organizations, industrial clusters*

### GİRİŞ

İhracat odaklı büyüme/kalkınma; ihracatı ekonominin motor gücü olarak kabul eden bir yaklaşımdır. Günümüzde pek çok ekonomi, ihracatın potansiyel faydalarından yararlanabilmek için ihracatı teşvik tedbirleri uygulamaktadır. 1980'li yıllar ile birlikte dışa açık bir ekonomi anlayışını benimseyen Türkiye, bu konuda önemli adımlar atan ülkeler arasında yer almaktadır. Diğer taraftan, dünyanın pek çok ülkesinde ihracatın sektörel bazda tekstilde yoğunlaşma göstermesi, bu sektörün ayrıntılı analizini gündeme getirmektedir.

İhracatın sürükleyicisi olarak tekstil sektörü üzerinde yoğunlaşan bu çalışma, dört temel bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, ekonomik büyüme ve kalkınma sürecinde ihracatın ve tekstil sektörünün önemine değinilmektedir. İkinci bölümde, Kahramanmaraş ili tekstil sektörü ihracat araştırması bağlamında sektörün genel ihracat profili ile birlikte, rekabet gücünün geliştirilmesinde ön plana çıkan modeller hakkında genel eğilim tespit edilmeye çalışılmıştır. Üçüncü

bölümde, bu modellerin Türkiye ve Dünyadaki gelişmelerine yer verilmiştir. Çalışma, bir değerlendirme ve öneriler ile sona ermektedir.

## I. EKONOMİK BÜYÜME-KALKINMADA İHRACAT VE TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN ROLÜ

İhracatın ekonomik büyüme ve kalkınma sürecinin sürükleyici gücü olduğu, pek çok araştırmacı tarafından kabul edilmektedir. Aslında ihracat odaklı büyüme, ihracat ve dış ticaretin bir ülkenin ekonomik büyüme ve kalkınmasında merkezi rol oynadığı bir ekonomik kalkınma stratejisi olarak tanımlanmaktadır.

Son yıllarda ihracat odaklı büyüme stratejisine doğru global bir eğilim olduğu görülmektedir. Bu eğilimin temelinde, gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomilerin bu stratejinin potansiyel ve gerçek faydalarından yararlanmak istemeleri yatmaktadır. Öncelikle ihracatta görülen büyüme, üretim, istihdam ve tüketim artışı yaratmaktadır. Buna ilaveten, ihracat sektörleri iç piyasanın genişlemesini sağlar, böylece ölçek ekonomilerinden yararlanma ve daha düşük birim maliyetlere ulaşmak mümkün olur. Yani, ihracat sektörü bir ülkenin daha düşük birim maliyetlere sahip olduğu ve bol olan üretim faktörlerinin yoğun şekilde kullanıldığı ürünlerde uzmanlaşmasına, karşılaştırmalı avantajlar temelinde ticaret yapılmasına imkan vermektedir. Bu durum, etkin kaynak kullanımını da beraberinde getirmektedir. Uluslararası rekabet, firmaları modern teknolojiye uyum sağlama ve kaliteli ürün üretmeye zorlayarak bu etkinliği daha da geliştirmektedir (Tyler, 1981:127).

Adam Smith ve David Ricardo, ekonomik analizlerinde ticaretin önemine ilk vurgu yapan iktisatçılar olarak bilinmektedir. Smith'e göre ticaret, üretkenlik seviyesinin yükseltilmesi ve artık değer oluşumunda önemli bir mekanizmadır. 19. yüzyılda Smith'in üzerinde durduğu üretim fonksiyonu, klasik serbest ticaret doktrininin de ilerisine giderek az gelişmiş ülkeler için ihracatı teşvik eden bir görüş olarak ileri sürülmektedir. Smith'in yaklaşımı bazı teorisyenlerce sömürgeci bir anlayış olarak değerlendirilse de, İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra kalkınma iktisatçılarına teorik bir temel oluşturması bakımından özel bir anlamı vardır (Gübe, 1997:19).

1960'lı yılların ikinci yarısından itibaren yoğunluk kazanan ihracata dönük büyüme modellerini iki kategoride ele almak mümkündür. Birinci kategoride yer alan modellere göre, ihracattaki artışın iktisadi büyüme ile pozitif ve doğrusal bir ilişki içinde olduğu varsayımından hareketle, ihracatta belli bir büyüme düzeyi tutturulduğunda ülkenin dünya piyasalarında belirli mallar itibarıyla görece üstünlüğü sağlanacak ve böylece iktisadi kalkınma hedeflerine ulaşılacaktır. İkinci kategoride yer alan modellerde ise, talepten kaynaklanan ödemeler dengesi kısıtlarının ihracattaki artış ile bir ölçüde rahatlatılabileceği ve dolayısıyla yüksek ihracat performansının yüksek büyüme düzeyini beraberinde getirebileceği belirtilmektedir (Gübe, 1997:20).

İhracat odaklı büyüme stratejisi, aynı zamanda bu hipotezin ampirik geçerliliğinin test edilmesini de beraberinde getirmiştir. Örneğin; Balassa (1978) 11 ülke verilerini kullanarak ihracat artışının ekonomik büyüme üzerindeki

etkisini incelemiş, ihracat artışının çıktı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisinin olduğunu tespit etmiştir. Hotchkiss vd., (1994) 110 az gelişmiş ülke örneğinden yola çıkarak ihracat artışının hem alt gelir hem de orta gelir düzeyine sahip ülkeler için önemli olduğunu tespit etmiştir. Çalışmalarında ihracat artışı ile ekonomik büyüme arasında nedensellik üzerine vurgu yapan Sharma ve Dhakal (1994)'ın Granger ve Sims'in nedensellik testlerini kullanarak ihracat odaklı büyüme hipotezi lehine güçlü deliller elde ettiği söylenebilir.

İhracat odaklı büyüme stratejisinin faydalarından yararlanmak isteyen pek çok ülke, bu stratejiye uygun politika uygulamalarını teşvik etmeye başlamıştır. Uzak Doğu ülkelerinden Japonya, G. Kore, Hong Kong, Singapur ve Tayvan gibi dışa dönük büyümeyi kısa süre içerisinde gerçekleştiren ülkelerin başarıları, ihracatı teşvik politikalarının doğruluğunun kanıtlanması anlamında önemlidir. Bir anlamda klasik iktisatçılar tarafından öne sürülen serbest ticaret doktrini ve ticaretin kalkınmada lokomotif olabileceği görüşü, iktisadi kalkınma disipliniinde araştırmaların ihracata dönük büyüme modelleri üzerinde daha da yoğunlaşmasına neden olmuştur (Gübe, 1997:20).

İhracatın ekonomik büyüme ve kalkınma sürecinde oynadığı rolü, mikro bazda değerlendirmek mümkündür. Günümüzde pek çok ülke ile Türkiye ekonomisi incelendiğinde, ihracatın temelinde tekstil sektörünün yer aldığı görülmektedir.

Tekstil sektörü, sağladığı istihdam imkanı, üretim sürecinde yarattığı katma değer ve uluslararası ticaretteki ağırlığı nedeniyle ekonomik kalkınma sürecinde önemli rol oynayan bir sanayi dalı olarak bilinmektedir. Gelişmiş ülkelerin 18. yüzyılda gerçekleştirdikleri sanayileşme sürecine damgasını vuran tekstil sanayi<sup>1</sup>, günümüzde de gelişmekte olan ülkelerin kalkınmalarında benzer bir fonksiyon üstlenmektedir. Tekstil, gelişmiş pazar ekonomilerinde yaratılan katma değer sıralamalarında, bu ülkelerin yüksek teknoloji sektörlerinin ağırlığına rağmen, ilk sıralardaki yerini korumaktadır.

Tekstil ticareti, uluslararası ticaretteki global kısıtlamalara rağmen, üretimin önünde gelişmiştir. Dünya tekstil üretimi 1980-1999 döneminde %15 kadar artarken, ticareti %150'nin üzerinde artmıştır. 2005 ve sonrasında Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) düzenlemelerinin hayata geçmesiyle, dünya tekstil ticaretinin daha da artacağı beklenmektedir. Diğer bir önemli husus, işgücü maliyetlerinin düşük olduğu gelişmekte olan ülkelerin, tekstil üretim ve ticaretindeki paylarını, gelişmiş ülkelere kıyasla giderek artırmalarıdır. 1980-2000 yılları arasında tekstil üretimi Asya kıtasında yaklaşık %100, Amerika kıtasında %75 kadar artmış; Avrupa'da ise %33 kadar gerilemiştir. 1980'de tekstil

---

<sup>1</sup> Bir sanayi dalı olarak tekstilin ortaya çıkması, sanayi devrimi ile İngiltere'de başlamıştır. 18. yüzyılın ikinci yarısında mekanik iplik eğirme yöntemleri geliştirilmiştir. Ticari bir kullanıma sahip olan ilk mekanik dokuma tezgahını İngiliz din adamı Edward Cartwright 1785'de gerçekleştirmiş ve patentini almıştır. Üretim tekniklerindeki gelişmeye paralel olarak sırasıyla su, buhar ve elektrik kullanılarak çalışan tesislerde tekstil üretimi gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Daha sonra desen tekniği ve moda endüstrisinin de artan önemine paralel olarak Fransa, ABD ve İtalya'da bu sanayi gelişmiştir. 1830'da dikiş makinesi, 1900'lerde de sentetik elyafların geliştirilmesi, tekstil kimyası ve makinesi alanlarındaki çeşitli gelişmeler paralelinde tekstil ve hazır giyim sanayi gelişimini sürdürmüştür (Öngüt, 2007:3).

üretimini yaklaşık yarısını gerçekleştiren Avrupa'nın payı bugün %30 dolaylarına düşmüş; aynı dönemde Asya ülkelerinin payı ise %25'ten %35-40 dolaylarına yükselmiştir. Amerika kıtası, dünya tekstil üretimindeki payını son çeyrek yüzyılda %20'lerden %25-30 dolaylarına yükseltmeyi başarmıştır. Önümüzdeki yıllarda Çin dahil Asya ülkelerinin paylarının, diğer bölgeler aleyhine artmaya devam etmesi beklenmektedir (<http://tekstilbilgi.com>).

Tekstil sektörü; gayri safi yurt içi hasıla, imalat sanayi ve sanayi üretimindeki payı, ihracat, ekonomiye sağladığı net döviz girdisi, istihdam, yatırımlar, dışa açıklık ve makro-ekonomik büyüklükler açısından Türkiye'nin birinci sektörü konumundadır (DPT, 2007:18).

Tekstil sektörünün Türk ekonomisindeki yerini ayrıntılı olarak inceleyebilmek için Tablo 1 değerlendirilebilir. Sektörün GSMH içindeki payı %11, sanayi üretimi içindeki payı %14, imalat sanayi üretimi içindeki payı ise %16 düzeyindedir. Toplam istihdamın %11'ini üreten tekstil sektörü, sanayi sektöründeki istihdamın da %28'ine sahiptir. Dış ticaretimizde oldukça önemli bir yere sahip tekstil sektörü, ihracatımızın %38'ini gerçekleştirmektedir.

**Tablo 1: Tekstil Sektörünün Ekonomideki Yeri (2006)**

<b>Temel Ekonomik Göstergeler</b>	<b>%</b>
Toplam üretim (GSMH) içindeki payı	11
Sanayi üretimi içindeki payı	14
İmalat sanayi üretimi içindeki payı	16
İstihdam içindeki payı	11
Sanayi içindeki istihdam payı	28
Toplam ihracat içindeki payı	38
Toplam ithalat içindeki payı	8,2

**Kaynak:** DTM (2008).

Türkiye ekonomisi ve sanayisi içinde önemli bir yere sahip olan bu sektörün değişen dünya rekabet şartlarına uyum sağlaması gerekmektedir. 2008 yılına kadar korunma önlemi kapsamında büyük üretim ve ihracat potansiyeline sahip olan Çin'e karşı uygulanacak kotaların tamamen kalkması sonrasında bu sektörlerde dış ticaret, genel DTÖ kuralları kapsamında yürütülecektir (Öngüt, 2007:ii). Tekstil sektörünün dünya rekabetine eskisinden daha fazla maruz kalması, sektörün rekabet gücünü ön plana çıkarmaktadır.

İmalat sanayi içinde istihdam, üretim ve ihracatta birinci sırada yer alan tekstil sektörünün üretim ve ihracat içindeki payı azalsa da göreceli olarak önemini sürdürmektedir. Türkiye ekonomisi içinde tek sektörün bu ölçüde büyük paya sahip olması, bu sektördeki gelişmelerin tüm ekonomiyi güçlü şekilde etkilemesine neden olmaktadır. İç ve dış gelişmelere oldukça duyarlı olan tekstil sektörü, kendisi ile birlikte Türk ihracatını ve diğer sektörleri önemli derecede etkilemektedir. Kriz ortamlarında Türkiye'nin yumuşak karnını oluşturan tekstil sektörü, kalkınma ve büyüme yıllarında ise en büyük umut olmaktadır. Bu nedenle, bu sektörde rekabet gücünün sürdürülebilirliği büyük önem taşımaktadır (Öngüt, 2007:1).

Dünyada ve Türkiye’de tekstil sektörü ve ihracatına yönelik bu açıklamalardan sonra sektörün ihracattaki önemini ve profilini somut olarak değerlendirebilmek amacıyla Kahramanmaraş ili özelinde bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Bir sonraki bölüm, bu araştırma ve sonuçları üzerinde durmaktadır.

## **II. KAHRAMANMARAŞ İLİ TEKSTİL SEKTÖRÜ ARAŞTIRMASI**

Çalışmanın bu bölümünde, tekstil sektörünün ihracat profili ve ihracat performansını geliştirici uygulamalar Kahramanmaraş ili tekstil sektörü üzerine gerçekleştirilen bir araştırma ile somut şekilde ele alınmaktadır. Bu çerçevede; öncelikle araştırmanın amacı ve önemi, araştırmanın kapsamı ve sınırları üzerinde durulmakta, daha sonra araştırma bulgularının analizine geçilmektedir.

### **A. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ**

Araştırmanın temel amacı; tekstil sektörü-ihracat ilişkisini analiz etmektir. Çalışmada bu ilişkiler, Kahramanmaraş ili örnek uygulamasında incelenmektedir. Bu nedenle, genelde Kahramanmaraş ili sosyo-ekonomik profili, özelde ise ilin tekstil sektörü üzerinde durmak gerekir.

İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması’nda “TR63-Hatay Alt Bölgesi” içerisinde yer alan ve 2003 yılı gelişmişlik sıralamasında -0,34968 endeks değeriyle 48’nci sırada bulunan Kahramanmaraş ilinin sosyo-ekonomik profili, ayrıntılı olarak Tablo 2’de sunulmaktadır. Kişi başına düşen gelir açısından Kahramanmaraş ili 1.215 \$ ile hem Akdeniz Bölgesi hem de Türkiye ortalamasının gerisinde yer almaktadır. Genel ekonomik, demografik, eğitim ve sağlık göstergeleri dikkate alındığında, ilin bölge ve Türkiye ortalamasının altında kaldığı görülmektedir. Tarım sektöründe çalışanların istihdam içindeki payı % 65,63 ile bölge ve Türkiye ortalamasının üzerindedir. Bu durum, ilde tarım sektörünün önemli bir istihdam kaynağı olduğunu göstermesi açısından önemlidir. Ayrıca, sanayide çalışanların istihdam içindeki payının bölge ortalamasının üzerinde olması dikkati çekmektedir.

**Tablo 2: Kahramanmaraş İli Sosyo-Ekonomik Profili**

Göstergeler	Birim	Kahramanmaraş	Akdeniz Bölgesi	Türkiye
<b>Genel Ekonomik (2000)</b>				
Kişi Başı GSYİH	\$	1.215	1.726	1.837
Kişi Başına İhracat (1995-2000)	\$	169	1.841	2.249
Kişi Başına İthalat (1995-2000)	\$	397	2.944	3.967
<b>Demografik (2000)</b>				
Toplam Nüfus	Kişi	1.002.384	8.706.005	67.803.927
Şehirleşme Oranı	%	53,47	59,78	64,90
Yıllık Ortalama Nüfus Artış Hızı (1990-2000)	%0	11,41	21,43	18,28
Nüfus Yoğunluğu	Kişi/Km <sup>2</sup>	70	98	88
<b>Eğitim (2000/2001)</b>				
Okur-Yazar Nüfus Oranı	%	83,42	88,16	87,30
Üniversite Bitirenlerin Okul Bitirenlere Oranı	%	5,84	8,28	8,42
Liseler Okullaşma Oranı	%	34,18	42,18	36,92
Meslek Liseleri Okullaşma Oranı	%	14,82	16,55	20,49
<b>Sağlık (2000)</b>				
On bin Kişiye Düşen Hekim Sayısı	Kişi	6,29	10	13
On bin Kişiye Düşen Eczane Sayısı	Adet	1,62	3	3
On bin Kişiye Düşen Hastane Yatağı Sayısı	Adet	10,48	19	23
<b>İstihdam (2000)</b>				
Tarım Sektöründe Çalışanların Toplam İstihdama Oranı	%	65,63	54,97	48,38
Sanayi Sektöründe Çalışanların Toplam İstihdama Oranı	%	9,84	8,78	13,35
Ticaret Sektöründe Çalışanların Toplam İstihdama Oranı	%	5,35	10,46	9,67
Ücretli Çalışanların Toplam İstihdama Oranı	%	29,45	37,81	43,52
İşverenlerin Toplam İstihdama Oranı	%	1,28	2,23	2,61

**Kaynak:** DPT, 2003: 200.

Kahramanmaraş ili ekonomisinde öne çıkan en önemli sektörlerden birisi, tekstil sektörüdür. Tablo 3, ilin tekstil sektörünün genel ekonomik profilini göstermektedir. Buna göre; tekstil sektöründe 2007 yılı itibariyle 177 firma faaliyet göstermektedir. Faal işletme sayısında yıllar itibariyle bir artış gözlenmektedir. Alt sektörler itibariyle bakıldığında; iplik sektöründe Türkiye’de üretilen toplam 1.325.000 ton ipliğin %27’4’ü yani 363.000 tonu burada gerçekleştirilmektedir. Diğer taraftan, Türkiye’nin yıllık 550.000 metre olan dokuma kumaş üretiminin 48.600 metresi yani %8,4’ü Kahramanmaraş tekstil sektöründe gerçekleştirilmektedir. İlin toplam istihdamının %72’si tekstil sektörü tarafından üretilmektedir. Ayrıca, sektörün ihracatında da önemli gelişmeler söz konusudur. Bu veriler ışığında; sektörün ilin üretim, istihdam ve ihracatında önemli bir yerinin olduğunu dolayısıyla ilin ekonomik kalkınmasında sürükleyici sektörlerden birisi olarak görülebileceğini söylemek mümkündür.

**Tablo 3: Kahramanmaraş Tekstil Sektörü Ekonomik Profili**

Göstergeler	2002	2003	2004	2005	2006	2007
<b>Faal işletme sayısı</b>						
İplik	65	66	68	67	69	84
Dokuma	26	25	26	30	29	26
Örme	29	47	47	47	47	44
Boya-Kaşar	13	14	15	21	21	23
Toplam	133	152	156	165	166	177
<b>Üretim</b>						
İplik (Ton/yıl)	259.000	275.000	278.000	310.000	340.000	363.000
Dokuma (Mt/yıl)	98.000.000	102.000.000	104.350.000	110.000.000	121.000.000	131.396.000
Örme (Ton/yıl)	45.000	50.000	50.000	55.000	60.000	76.450
Konfeksiyon (Parça/yıl)	15.670.000	15.000.000	25.000.000	27.000.000	17.000.000	19.539.000
Boya-Kaşar	73.000	75.000	75.000	90.000	110.000	136.800
<b>İstihdam</b>						
İplik						12.287
Dokuma						2.617
Örme						1.343
Konfeksiyon						3.538
Boya-Kaşar						3.650
Diğer						854
Toplam						24.289

**Kaynak:** Kahramanmaraş İli Sanayi Envanteri (2008).

## B. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma, durum saptayıcı bir nitelik taşımaktadır. Araştırmada anket yöntemi kullanılmıştır. İhtiyaç duyulan veriler, her firmadaki yetkili kişiler (firma sahibi, firma yöneticileri ya da yönetici yardımcıları) ile yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak elde edilmiştir. Elde edilen verilerin analizinde SPSS 15.0 for Windows programı çerçevesinde frekans ve ortalamalar kullanılmıştır. Araştırmada firmaların ihracata yönelme nedenleri, ihracatta karşılaşılan temel sorunlar, Eximbank (ihracat) kredilerinden yararlanamama nedenleri, ihracat organizasyonlarına ortak olmanın mikroekonomik ve makroekonomik faydaları 5'li likert ölçeği (Çok önemsiz =1, Çok önemli =5 olacak şekilde) kullanılarak değerlendirilmiştir.

## C. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI

Kahramanmaraş ili Ticaret ve Sanayi Odasının 2007 yılı verilerine göre tekstil sektöründe ihracat yapan toplam 65 civarında firma bulunmaktadır. Çalışmanın ana kütesini, 65 firma oluşturmaktadır. Bu 65 firmadan 40 tanesi ile

anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Firmaların bir kısmının kapanmış olması, bir kısmının da taşınması nedeniyle 65 firmanın tamamıyla anket yapılamamıştır.

#### D. ARAŞTIRMA BULGULARININ ANALİZİ

Gerçekleştirilen anket çalışmasından elde edilen veriler firmaların genel profili, firmaların ihracat profili, firmaların ihracata yönelme nedenleri, karşılaştıkları temel sorunlar, ihracat kredilerinden yararlanamama nedenleri, ihracat organizasyonları ve sanayi kümelenmeleri konuları çerçevesinde değerlendirilmiştir.

##### 1. Sektördeki Firmaların Genel Profili

Araştırma kapsamına giren ve büyük çoğunluğunun 10 yıl ve üzeri bir faaliyet geçmişine sahip olduğu ilgili firmaların %55'i küçük ve orta ölçekli iken %45'i de büyük ölçekli firma niteliğindedir. Büyük bir kısmının anonim şirket yapısında olduğu, firmaların kapasite kullanım oranlarının oldukça yüksek olduğu gözlenmektedir. Firmaların %72,5 gibi büyük bir kısmı üretim teknoloji düzeyini yüksek olarak, %12,5'i de çok yüksek olarak değerlendirmektedir (Tablo 4).

Tablo 4: Sektördeki Firmaların Genel Profili

	FAKTÖRLER	FREKANS	%	FAKTÖRLER	FREKANS	%	
Çalışan sayısı	1-9	-	-	Kapasite kullanım oranı	25'ten az	-	
	10-49	2	5		25-50	-	
	50-249	20	50		51-75	3	7,5
	250 ve üzeri	18	45		75 üzeri	37	92,5
Faaliyet yılı	1-4	-	-	Üretim teknoloji düzeyi	Çok düşük	-	
	5-9	6	15		Düşük	2	5
	10-19	28	70		Orta	4	10
	20 ve üzeri	6	15		Yüksek	29	72,5
Yöneticinin cinsiyeti	Bay	35	87,5	Hukuki yapı	Çok yüksek	5	12,5
	Bayan	5	12,5		Şahıs işletmesi	1	2,5
Yöneticinin eğitim düzeyi	İlköğretim	-	-	Anonim şirket	Adi ortaklık	-	-
	Lise	4	10		Kolektif şirket	-	-
	Üniversite	33	82,5		Limitet şirket	3	7,5
	Y. Lisans	3	7,5		Anonim şirket	36	90
Yöneticinin konumu	İşletme sahibi	2	5				
	İşletme müdürü	6	15				
	Orta kademe yönetici	32	80				

## 2. Sektördeki Firmaların İhracat Profili

Araştırma kapsamındaki firmaların genel ihracat profili, Tablo 5 yardımıyla incelenebilir.

**Tablo 5: Tekstil Sektörü İhracat Profili**

	FAKTÖRLER	FRE.	%	FAKTÖRLER	FREK.	%	
Firmaların Yararlandıkları Destek Kredileri	Yatırım kredileri	30	75	İhracat Kredilerinden Yararlanma Durumu	Hiçbirisi	24	60
	İşletme kredileri	22	55		Sevk öncesi döviz kredisi	13	32,5
	İhracat kredileri	16	40		Sevk öncesi YTL kredisi	11	27,5
	Hiçbiri	1	2,5		Sevk öncesi KOBİ kredisi	2	5
İhracat Desteklerinden Firmaların Yararlanma Durumu	Hiçbiri	12	30	İhracatı Gerçekleştirme Yöntemleri	Kendi imkânları	38	98,5
	İhracat kredi sigortası ve garanti prog.	11	27,5		Sektörel dış ticaret şirketleri	-	-
	İstihdam	10	25		Yurtdışı temsilcilikleri	7	17,5
	Yurtdışı fuar ve sergilere katılma	10	25		Dış ticaret sermaye şirketleri	-	-
	Ar-Ge desteği	6	15		İhracatı geliştirme merkezi	1	2,5
	Yurtdışı ofis ve mağaza işletme	5	12,5	İhracatta SDTŞ ve DTSS'lerine Dahil Olmak Etkili Bir Yol mudur?	Evet	29	72,5
	Eğitim	5	12,5		Hayır	11	27,5
	Pazar araştırması	4	10		Evet	21	52,5
İhracatta Bilgi Edinme Kaynakları	Özel araştırmalar	31	77,5	Tekstil Kümelenmesi İhracatın Gelişimine Fayda Sağlar mı?	Hayır	6	15
	İnternet	30	75		Fikrim yok	13	32,5
	Resmi yayınlar	14	35				
	Diğer ihracatçı firmalar	14	35				
2007 İhracat Düzeyi	Arttı	25	62,5	En Çok İhracat Yapılan Ülkeler	İtalya	27	67,5
	Azaldı	5	12,5		Almanya	12	30
	Değişmedi	10	25		İspanya	11	27,5
2008 İhracat Tahmini	Artar	29	72,5		İsrail	9	22,5
	Azalıır	3	7,5		Yunanistan	8	20
	Değişmez	8	20		Portekiz	7	17,5

Buna göre firmaların yararlandıkları krediler sıralamasında yatırım kredileri başta olup, bunu işletme ve ihracat kredileri izlemektedir. İhracat desteklerinden 12 firma yararlanamadığı gibi, ihracat kredi sigortası ve garanti programları, istihdam ve yurt dışı fuar-sergilere katılım desteği öncelikle yararlanılan destekler arasında yer almaktadır. Özel araştırmalar ve internet, ihracatta en önemli bilgi kaynakları olarak görülmektedir. Firmaların büyük bir kısmı 2007 yılı ihracatının arttığını, 2008 yılında da artabileceğini öngörmektedirler. Dikkati çeken önemli bir nokta 24 firmanın ihracat kredilerinden yararlanamadığı ayrıca, firmaların tamamına yakınının ihracatı

kendi imkanları ile gerçekleştirdikleri görülmektedir. Son olarak, ihracatın gerçekleştirildiği ülkeler dikkate alındığında İtalya, Almanya ve İspanya ilk sıralarda yer almaktadır.

### 3. Sektördeki Firmaların İhracata Yönelme Nedenleri

Firmaların ihracata yönelmesinde ülke ekonomisine üretim, istihdam ve gelir katkısı ilk sırada yer alırken, küreselleşme zorunluluğu ve ürünün üstün kalitesi bu faktörü izlemektedir. Çarpıcı bir sonuç, devlet teşviklerinden yararlanma nedeni firmalar tarafından en son sırada değerlendirilmiştir. Bu durum, aslında teşvik sistemindeki sıkıntıları yansıtması açısından önemlidir (Tablo 6).

**Tablo 6: Firmaların İhracata Yönelme Nedenleri**

Önem Sırası	N	Faktörler	Ortalama	Std. Sapma
1	40	Ülke ekonomisine üretim, istihdam ve gelir katkısı	4,5250	0,55412
2	40	Küreselleşme zorunluluğu	4,3750	0,66747
3	40	Ürünün üstün kalitesi	4,3500	0,73554
4	40	Yerel pazarların daralması ve rekabetin artması	4,2250	0,65974
5	40	Yenilikçi yapı	4,1500	0,62224
6	40	Rekabet avantajı	4,0750	0,69384
7	40	Devlet teşviklerinden yararlanma	3,6500	0,94868

### 4. Sektördeki Firmaların İhracatta Karşılaştıkları Temel Sorunlar

Araştırmaya katılan firmalar ihracatta karşılaşılan en önemli sorunu markalaşma olarak ifade etmektedirler. Üretim maliyetlerinin yüksekliği, rekabetin yoğunlaşması ve bürokratik işlemlerin yoğunluğu diğer önemli sorunlar olarak sıralanabilir. Diğer taraftan ihracatta bilgi yetersizliği, kapasite kullanım oranının düşük olması ve iç piyasada daha iyi mal satabilme diğer sorunlara nazaran nispeten düşük önem derecesine sahiptir (Tablo 7).

**Tablo 7: İhracatta Karşılaşılan Temel Sorunlar**

Önem Sırası	N	Faktörler	Ortalama	Std. Sapma
1	40	Markalaşma	4,525	0,5541
2	40	Üretim maliyetlerinin yabancı firmalardan daha yüksek olması	4,525	0,6698
3	40	Yabancı piyasalarda rekabetin giderek yoğunlaşması	4,450	0,5523
4	40	Bürokratik işlemlerin yoğunluğu	4,275	0,7840
5	40	İhracatta finansman sorunu	4,250	0,6698
6	40	Yatırım ve teknolojik yetersizlik	4,025	0,8911
7	40	İhracatta uzman personel yetersizliği	3,900	1,0076
8	40	Yabancı müşterilere ulaşamama ve yabancı pazarlar hakkında bilgi sahibi olamama	3,900	0,9818
9	40	Ürün kalitesinin düşük olması	3,850	1,0512
10	40	İç piyasada daha iyi mal satabilme	3,825	1,0594
11	40	Kapasite kullanım oranının düşük olması	3,675	0,9971
12	40	İhracatta bilgi yetersizliği	3,575	0,9577

### 5. Sektördeki Firmaların Eximbank (İhracat) Kredilerinden Yararlanamama Nedenleri

Tablo 5'ten de görüleceği gibi, firmaların büyük bir çoğunluğu ihracat kredilerinden yararlanamamaktadır. Bunun altında önemli nedenler yatmaktadır. Kredi maliyetlerinin yüksek olması, bürokratik işlemlerin yoğunluğu ve kredilerin vadelerinin kısa olması firmaların Eximbank (ihracat) kredilerinden yararlanamamalarında öncelikli nedenler olarak belirtilmektedir. Diğer taraftan krediye gereksinim duyulmaması ve krediler hakkında bilgi sahibi olmama nedenleri ise firmalar tarafından daha düşük önem derecesine sahip faktörler olarak değerlendirilmektedir (Tablo 8).

**Tablo 8: Firmaların Eximbank Kredilerinden Yararlanamama Nedenleri**

Önem Sırası	N	Faktörler	Ortalama	Std. Sapma
1	25	Kredi maliyetlerinin yüksekliği	4,5200	0,58595
2	25	Bürokratik işlemlerin yoğunluğu	4,3200	0,69041
3	25	Kredilerin vadelerinin kısa oluşu	4,1600	0,85049
4	25	Kredi sunan banka ağının yetersiz olması	3,5600	1,00333
5	25	Krediler hakkında yeterli bilgiye sahip olmama	3,0000	1,15470
6	25	Gereksinim duyulmaması	2,9600	1,01980

### 6. İhracat Organizasyonlarına Dahil Olmanın Temel Mikroekonomik Faydaları

Araştırma kapsamındaki firmalar ihracat organizasyonlarına dahil olmanın sağlayabileceği muhtemel mikroekonomik faydalar arasında birlikte hareket etme duygusunun güçlenmesi, ihracatta bilgi birikimi sağlaması, finansman ihtiyacının azalması ve endüstride sesini duyurabilme faktörlerini diğerlerine nazaran daha önemli olarak değerlendirmektedir. Diğer taraftan uzun dönemli yatırım ve üretim planlaması yapabilme ve büyük miktardaki siparişlerin birlikte hareket ile kolay karşılanması ise firmalara göre daha az önemli faydalar olarak görülmektedir (Tablo 9).

**Tablo 9: İhracat Organizasyonlarına Dahil Olmanın Temel Mikroekonomik Faydaları**

Önem Sırası	N	Faktörler	Ortalama	Std. Sapma
1	29	Birlikte hareket etme hissinin güçlenmesi	4,6207	0,56149
2	29	İhracatta bilgi birikimi sağlanması	4,5517	0,50612
3	29	İhracat giderlerinin paylaşılmasıyla daha az finans ile kaynak tahsisi	4,4828	0,50855
4	29	Endüstride sesini duyurabilme	4,4483	0,86957
5	29	Yeni pazarlara girme ve yeni alıcılarla çalışma	4,2069	0,81851
6	29	Pazarların çeşitlenmesi ve riskin azaltılması	4,1724	0,96618
7	29	Pazarlık gücü elde ederek daha kârlı satış yapabilme	3,8621	0,74278
8	29	Birim üretim ve dağıtımda tasarruf	3,6552	0,81398
9	29	Büyük miktardaki siparişlerin birlikte hareket ile kolay karşılanması	3,4138	0,90701
10	29	Uzun dönemli yatırım ve üretim planlaması yapabilme	3,0690	0,52989

## 7. İhracat Organizasyonlarına Dahil Olmanın Makroekonomik Faydaları

Firmalara göre istihdamın artması, ihracatta pazarlama bilgisinin gelişmesi, döviz gelirlerini artırması ve dış ticaret açığının kapanması ihracat organizasyonlarına dahil olmanın sağlayabileceği temel makroekonomik faydalar arasında diğerlerine göre daha önemlidir. Diğer taraftan devlet ve özel sektör arasında diyalogun artması ve mevcut kaynakların daha etkin kullanımı ise firmalara göre daha az önemli faydalar olarak görülmektedir (Tablo 10).

**Tablo 10: İhracat Organizasyonlarına Dahil Olmanın Temel Makroekonomik Faydaları**

Önem Sırası	N	Faktörler	Ortalama	Std. Sapma
1	29	İstihdamın artması	4,7931	0,49130
2	29	İhracatta pazarlama bilgisinin gelişmesi	4,5517	0,50612
3	29	Döviz gelirlerini artırması ve dış ticaret açığının kapanması	4,4138	0,73277
4	29	İhracatta finansman sorununa çözüm getirmesi	4,3793	0,86246
5	29	İhracatta ürün ve pazar çeşitlenmesine gidilmesi	4,1724	0,75918
6	29	Mevcut kaynakların daha etkin kullanımı	3,9655	0,77840
7	29	Devlet ve özel sektör arasında diyalogun artması	3,0000	0,75593

## 8. Sektörün İhracat Performansını Geliştirici Modeller

Kahramanmaraş ili tekstil sektörü ihracat araştırması yukarıda ifade edilen bulguların yanı sıra, firmaların ihracat performansının geliştirilmesinde faydalı olabilecek iki önemli modele ilişkin genel bir eğilimi de ortaya koymaktadır.

Nitekim; araştırmaya dahil olan firmaların %72,5 gibi büyük bir çoğunluğu Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDTŞ) ve Dış Ticaret Sermaye Şirketleri (DTSS) gibi ihracat organizasyonlarına dahil olmanın ihracatta etkili bir yol olabileceğini kabul etmekte, %27,5'i gibi küçük bir kısmı ise tersi bir düşünce sergilemektedir. Diğer taraftan, firmaların %52,5 gibi önemli bir kısmı tekstil kümelenmelerinin ihracatta önemli bir gelişme sağlayabileceğini, %32,5'i bu konuda bir fikrinin olmadığını, %15'i de olumsuz bir görüş beyan etmiştir. Bu genel eğilimden yola çıkarak bir sonraki bölümde bu iki önemli modelin dünya ve Türkiye'deki gelişmelerine yer verilmektedir.

### 8.1. İhracat Organizasyonları Modeli

Hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülke ekonomilerinde örneklerine rastlanan ihracat organizasyonlarının temel özelliği, büyük bir bölümünün KOBİ'lerden oluşmasıdır. Amerika'da ilk kez 1918 yılında "Web-Pomorene Associations" organizasyonları ile başarılı bir ihracat uygulaması gerçekleştirilerek işletmelerin ihracata yönlendirilmesi sağlanmıştır. Buna göre, benzer ya da aynı alanlarda ekonomik faaliyette bulunan iki ya da daha fazla şirket belirli bir piyasada etkili olmak amacıyla anlaşmışlardır (Beşeli, 1997:37).

Bu uygulamalar arasında en başarılı örneklere İtalya’da rastlamak mümkündür. İtalya’da KOBİ’ler arasında başlayan işbirliği bugün ülke ekonomisinde çok önemli rol oynamaktadır. İşbirliğinin örgütlü bir biçimde uygulanması, en çok dış ticarete “Export Consortia” ve “Federexport” da görülmektedir. İhracatçı birlikleri (Export Consortia) ve “Federexport” örgütlenmesi tamamen İtalya’ya özgü bir modeldir. KOBİ’lerin dış pazar paylarını arttırmak amacıyla oluşturdukları bu birlik onlara pazarlama, finansman, teknik ve ticari alanlarda uzmanlık hizmetleri vermektedir (Beşeli, 1997:37). Bugün İtalya’da 300’den fazla ihracatçı birliği vardır. Bu birliklerin %60’ı Federexport’a aittir. Federexport, hem ulusal düzeyde birliklerin politik temsilciliğini yapar, lobi faaliyetlerini düzenler hem de firmalar arası işbirliğini sağlar.

İhracata yönelik etkin örgütlenme modellerinin başarılı örnekleri arasında Japonya ve Güney Kore de yer almaktadır. Japonya Dış Ticaret Şirketleri ve Güney Kore Genel Ticaret Şirketlerinin uluslararası pazarlama yöntemi bilgi ve deneyimine sahip olmayan bireysel ihracat organizasyonları ve şirketlerinin dünya piyasalarında daha etkin bir güç ve sinerjik potansiyel elde edebilmeleri yönünde bu ülkelere önemli avantajlar sağladığı görülmektedir. Japonya’da KOBİ’lerin dışa açılma çabaları Japon KOBİ Kurumu JSBC’nin Küçük İşletme Globalizasyon Merkezi tarafından desteklenmektedir. Bu kuruluş, KOBİ’lerin uluslararası piyasalara açılmaları ve özellikle yabancı ülkelerde yapacakları yatırımlarına yardımcı olmak amacıyla faaliyette bulunmaktadır (Baykal, 1996:44).

Finlandiya ihracat işletmesi, bir diğer örneği temsil etmektedir. Finlandiya’da ihracatın en önemli unsurları KOBİ’ler tarafından kurulmuş gruplaşmalardır. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı bu gruplaşmalara reklam, yurtdışı sergi ve fuarlara katılma, pazar araştırması gibi konularda destek vermektedir. Diğer taraftan, Avusturya İhracat İşletmesi ise 1947 yılında 236 küçük işletmenin bir araya gelmesiyle kurulmuştur. İsviçre İhracat İşletmesi de 1960 yılında 22 imalatçı işletme tarafından oluşturulmuş olup bu konuda son örnek olarak verilebilir (Alkan, 1996:27).

Örnek olarak ifade edilmeye çalışılan bu ihracat organizasyonları ile gerek büyük ölçekli işletmeler gerek se KOBİ’ler tüm dünyada önemli bir konuma gelmiş ve ihracat faaliyetlerinde önemli başarılar kaydetmişlerdir. İhracat organizasyonlarının dünyada 19. yüzyılın başından itibaren uygulama alanı bulmasına rağmen, Türkiye’de 1990’lı yıllardan itibaren gelişme kaydettiği söylenebilir.

Bu bağlamda, Türkiye’de ilk defa 1980’li yılların sonlarına doğru DTSS’lerin kuruluşu teşvik edilmiştir. Bilindiği üzere, Türkiye’de 24 Ocak 1980 yılında İhracata Yönelik Kalkınma Stratejisinin benimsenmesi ile birlikte teşvik sisteminde de köklü değişiklikler yapılmış ve sistem yeni bir yapıya kavuşturulmuştur. Bu değişikliklerin bir sonucu olarak, Japonya, Güney Kore, Tayland, Brezilya ve hatta A.B.D.’de uygulanan Genel Ticaret Şirketleri modeli,

18/07/1980 tarihli 8/1173 sayılı İhracatçı Sermaye Şirketlerini Teşvik Kararı ile Türkiye’de uygulamaya konulmuştur.

1980-1991 döneminde DTSS’lerin genel ihracat içindeki payları ortalama % 40 olarak gerçekleşmiş, 1988 yılında ise % 50 ile en yüksek seviyesine ulaşmıştır. 1991 yılından itibaren DTSS’lerin büyük bir bölümü yıllık ihracat hacimlerini korumuşlardır. DTSS’lerin son beş yıllık performanslarına bakıldığında, genel ihracatımızın içerisindeki paylarının %30 seviyelerinde olduğu gözlemlenmektedir. Günümüzde sayıları 48’i bulan DTSS’ler; KDV iadelerinde teminat kolaylığı, dahilde işleme rejiminde teminat kolaylığı, Eximbank YTL ve döviz kredilerinde indirimli faiz uygulaması, kredi temininde indirimli teminat kolaylığı, ihracatta bazı devlet yardımlarından yararlanma, onaylanmış kişi statüsü edinmek yoluyla gümrük işlemlerinde sürat ve kolaylık gibi avantajlara da sahip olabilmektedirler. Türkiye’de 1992 yılında KOBİ’leri ihracata yönlendirmek ve ihracatlarına ivme kazandırmak amacıyla Çok Ortaklı Dış Ticaret Şirketleri (ÇODTŞ) Tebliği yayımlanarak KOBİ’lerin ÇODTŞ’ler şeklinde birleşmeleri ve sayıca artmaları özendirilmeye çalışılmıştır. Ancak ÇODTŞ’ne yönelik çeşitli desteklere rağmen sayıları artırılmamıştır. Bunun en önemli nedenleri arasında güven unsuru gelmektedir. Aynı zamanda ilgili sivil ve resmi kuruluşların ihracatta örgütlenmeye ilişkin tanıtım ve özendirme çabaları da etkili olamamıştır. Yukarıda sayılan nedenlerden ötürü sayıları artırılmayan KOBİ’lerin ihracat organizasyonlarına yeni bir düzenleme getirilmiştir. 22.12.1995 tarih ve 95/7623 sayılı İhracat Rejimi Kararı’na istinaden, KOBİ’lerin ihracat sektörü içinde bir organizasyon altında toplanarak dünya pazarlarına yönlendirilmesi amacıyla ihracat ve ilgili konularda finansman, tedarik, nakliye, sigorta, gümrükleme vb. hizmet sağlayarak dış ticarete uzmanlaşmalarına ve bu suretle daha etkin faaliyet göstermelerini teminen kurulan şirketlere Dış Ticaret Müsteşarlığı’nca “Sektörel Dış Ticaret Şirketi” statüsü verilmesi kararlaştırılmıştır (FORUM, 1997:32). 6.1.1996 tarih ve 22515 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan İhracat 96/5 Sayılı Tebliğ ile Sektörel Dış Ticaret Şirketleri statüsüne yeni bir düzenleme getirilmek suretiyle SDTŞ kurulması ve gelişmesinde yardımcı olmak amacıyla, bünyelerinde büyük ölçekli işletme bulundurabileceklerdir.

KOBİ’lerin ihracata yönlendirilmeleri ve uluslararası rekabet güçlerinin artırılması amacıyla kurulması desteklenen SDTŞ’nin sayısı giderek artmaktadır. Dış Ticaret Müsteşarlığı’nın SDTŞ statüsü verdiği şirket sayısı 16’dır. 16 SDTŞ adı altında toplam 517 firma örgütlenmiştir. SDTŞ’lerin sektörel dağılımında ilk sırayı tekstil-konfeksiyon almaktadır. 207 tekstil-konfeksiyon işletmesi 7 SDTŞ kurmuştur. Bu sektörü, 2’şer şirketle kesme çiçekçilik ve ayakkabı sanayi, 1 şirketle balıkçılık sektörü izlemektedir (Tablo 11).

**Tablo 11: SDTŞ'lerin Sektörler ve İller Bazında Dağılımı**

	SDTŞ Sayısı	Ortak Sayısı
<b>Sektörler</b>		
Tekstil-Konfeksiyon	7	207
Kesme Çiçekçilik	2	41
Ayakkabı Sanayi	2	75
Balıkçılık	1	15
Genel (KÖY)	4	179
<b>Toplam</b>	<b>16</b>	<b>517</b>
<b>İller</b>		
İstanbul	8	267
İzmir	1	15
Gaziantep	1	15
Antalya	2	41
Çorum	2	168
Batman	1	5
Elazığ	1	6
<b>Toplam</b>	<b>16</b>	<b>517</b>

Kaynak: DTM (2008)

**8.2. Sanayi Kümeleneimleri Modeli**

Firmaların rekabet gücünü ve ihracat performansını geliştirmede ele alınabilecek bir diğer model, sanayi kümeleneimleri modelidir. Kümeleneim; yerel kaynakları paylaşan, benzer teknolojileri kullanan ve aralarında işbirliği bağları oluşturan, bir grup firma ve ilgili kurumun belli bir coğrafi alanda yoğunlaşması olarak tanımlanabilir (PERSONA, 2007:1).

Sanayi kümeleneimleri, sundukları ürün ve hizmet türüne göre türlere ayrılabilir. Otomotiv, turizm, finans, tekstil, seramik döşeme ve pek çok sektörde sanayi kümeleneimleri söz konusudur. New York ve Londra'da finansal kümeleneimler, Hollywood'da medya kümeleneimleri, Silikon Vadisi'nde bilgi teknolojileri kümesi, Güney Almanya'da otomotiv kümeleneimleri, Kuzey İtalya'da tekstil kümeleneimleri buna örnek vermek mümkündür (Ketels, 2003:4). Almanya'nın Heidelberg bölgesi de en önemli örnekler arasında gelir. Burası dünyadaki baskı makinelerinin yüzde 40'ını üretmektedir. Sanayi kümeleneimlerinin en önemli örnekleri son yıllarda Çin'de ortaya çıkmaktadır. Çin'de 110 ayrı hazır giyim havzası bulunmaktadır. Bunların hepsi takım elbise, denim, pantolon, bayan giyim havzaları gibi farklı alanlara yoğunlaşmış durumdadır. Örneğin; sadece takım elbise havzasında iki bin fabrika üretim yapmaktadır (AKSİYON, 2007:5).

Dünyada stratejik işbirliği ve rekabet gücünü, dolayısıyla ihracatı geliştirmede etkili bir araç olan sanayi kümeleneimleri Türk firmaları için de yol gösterici niteliktedir. Türkiye'de kümeleneim yaklaşımının uygulamaları, 1999 yılından beri devam etmektedir (Bulu, 2007:2-3). Türkiye'de ön plana çıkan kümeleneim örnekleri arasında; Sultanahmet turizm, Adıyaman ve Denizli tekstil sektörleri ile Bursa otomotiv sektörü yer alır.

Emek yoğun bir iş kolu olan ve çok fazla istihdam sağlama özelliği taşıyan Adıyaman tekstil ve konfeksiyon sektöründeki kümelenme, Türkiye’de başarılı bir örneği temsil etmektedir. Sektördeki altyapı tekstil ve hazır giyim sektörüne uygun olarak geliştirilmektedir. Adıyaman’daki Tekstil Eğitim Merkezi (ATEM) bu amaçla kurulmuştur. Sektörün ihtiyacı olan sürekli eğitim faaliyetini sunmaktadır. İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçıları Birlikleri’nin gezici eğitim merkezlerinden biri de Organize Sanayide eğitimlerini sürdürmektedir. Daha önce sektörde hiç çalışmamış gençler, 15 günlük bir eğitim sonrası vasıflı işçi olarak organize işe başlamaktadır. Eğitimde diğer önemli bir merkez ise faaliyetlerine yeni başlayan Adıyaman Üniversitesi’ne bağlı iki yıllık tekstil bölümüdür. Ayrıca, iş adamlarının da eğitimleri bu noktada önemlidir. Üretimde önemli bir aşama kaydeden sanayicilerin bundan sonraki ana hedefi pazarlamada güçleri birleştirerek ortak mağazalar açabilmek ve markalaşmadır (AKSİYON, 2007:2).

Türkiye’de son yıllarda rekabet gücü taşıyan sektörlerin kümelenme yaklaşımı ile geliştirilerek, sürdürülebilir ihracat artışını sağlayacak rekabetçi yapının geliştirilmesine katkı sağlaması düşünülmektedir. Bu çerçevede, Dış Ticaret Müsteşarlığı’nca hazırlanan üç aşamalı Çok Yıllık Küme Geliştirme Programı’nın birinci aşaması olan ve Avrupa Birliği Katılım Öncesi Mali Yardımları kapsamında finansmanı sağlanan “Türkiye’de Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi Projesi” yürürlüğe konulmuştur (DTM, 2008).

Dünya’da kümelenme modelini ilk ortaya atan isim olan Michael Porter’in belirttiği gibi, sanayi kümelenmeleri firmaların rekabet güçlerini artırarak bölgenin ve bir bütün olarak ülke ekonomisinin gelişmesine katkı sağlayabilmektedir. Bu modelin geç de olsa Türkiye’de uygulamaya geçmiş olması, bir başlangıç olması açısından sevindirici bir gelişme olarak görülebilir.

## SONUÇ

İhracat, geçmişte olduğu gibi günümüzde de ülke ekonomilerinin büyüme ve kalkınma süreçlerinde hayati bir rol oynamaya devam etmektedir. İhracat-tekstil sektörü ilişkisi üzerinde yoğunlaşılacak bu çalışmada, Kahramanmaraş ili tekstil sektörü üzerine bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Söz konusu araştırmadan çıkarılabilecek önemli sonuçları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür:

- Sektördeki firmaların büyük bir bölümünün 2007 yılı ihracat düzeylerinin artması, 2008 yılı tahminlerinin de olumlu olması sevindirici bir gelişmedir.
- Büyük bir kısmının KOBİ’lerden oluştuğu firmaların önemli bir bölümü ihracat kredilerinden istifade edemediği gibi, büyük bölümü de kendi imkanlarıyla ihracat faaliyetlerini gerçekleştirmektedir. Firmaların ihracata yönelme nedenleri arasında devlet teşviklerinden yararlanma nedenini en düşük önem derecesine sahip faktör olarak görmesi, teşvik sistemindeki ciddi sıkıntıları su yüzüne çıkarmaktadır.

- Markalaşmama, üretim maliyetlerinin yüksekliği, rekabetin yoğunlaşması ve bürokratik işlemlerin yoğunluğu ihracatın önündeki önemli handikaplar olarak görülmektedir.
- Kredi maliyetlerinin yüksek olması, yoğun bürokrasi ve kredi vadelerinin kısa olması Eximbank kredilerinden yararlanamama da firmaları sıkıntıya sokan en önemli nedenlerdir.
- Firmaların büyük bir kısmı SDTŞ ve DTSS gibi ihracat organizasyonlarının önemli mikro ve makroekonomik faydaları olduğu konusunda fikir birliğindedir. Ayrıca, sektörde ihracat organizasyonları ve sanayi kümelenmesinin ihracat performansını geliştirmede önemli modeller olabileceği konusunda genel bir eğilim belirmektedir.

Buradan hareketle, sektördeki firmaların ihracat performanslarının geliştirilmesinde teşvik sistemine önemli derecede el atılması faydalı olacaktır. Özellikle de sektörün Eximbank kredilerinden yeterince istifade edebilmesi için kredi maliyetlerinin yani faizlerinin uygun olması, bürokratik mekanizmanın yoğunluğunun azaltılması ve kredi vadelerinin uzatılması ilk akla gelen önlemler arasındadır.

Sektördeki büyük ölçekli firmalar için DTSS şeklinde organize olma, KOBİ'ler için ise SDTŞ bağlamında organize olma firmaların rekabet gücü ve ihracat performanslarının geliştirilmesinde öncelikli modeller olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu tür örgütlenmeler firmalara devlet teşviklerinden öncelikli olarak yararlanma fırsatı sunmaktadır. İhracatta birlikte hareket etme duygusunu güçlendirmesi, bilgi birikimi sağlaması ve daha az finansal kaynağa ihtiyaç duyulması gibi firma bazında sağladığı faydaların yanı sıra, istihdam yaratması, pazarlama bilgisini geliştirmesi, döviz girişi sağlayarak dış ticaret ve ödemeler bilançosu açıklarını kapatma gibi makro ekonomik açıdan da önemli faydaları beraberinde getirmektedir.

Diğer taraftan; stratejik işbirliği ve rekabet gücünü, dolayısıyla ihracatı geliştirmede etkili bir araç olarak görülen sanayi kümelenmeleri Türkiye için de önemli bir açılım olabilir. Nitekim Sultanahmet turizm, Adıyaman ve Denizli tekstil sektörleri ile Bursa otomotiv sektörü ile ilk adımları atılan bu uygulamanın Kahramanmaraş tekstil sektörü için de başlatılması sektörün geleceği açısından oldukça önemlidir. Böylece, bölgesel ve ulusal kalkınmanın sağlanmasında sanayi kümelenmeleri aracından daha fazla yararlanmak mümkün olabilecektir.

#### **KAYNAKÇA**

- AKSİYON (2007), [http://www.aksiyon.com.tr/detay.php?id=26513&yorum\\_id=16365](http://www.aksiyon.com.tr/detay.php?id=26513&yorum_id=16365) (05.07.2007).
- ALKAN, Ufuk (1996), "Küçük ve Orta Boy İşletmelerde İhracat Etkinliği", *İzmir Ticaret Odası Dergisi*, 13, Ocak, 23-27.
- BALASSA, B. (1978), "Exports and Economic Growth: Further Evidence," *Journal of Development Economics*, 5, 181-189.
- BAYKAL, Cevdet (1996), "KOBİ'lerin İhracatta Örgütlenmelerine Bir Model: Sektörel Dış Ticaret Şirketleri", *Küçük İşletme Dergisi*, 7, Temmuz, 43-51.

- BEŞELİ, Nursel (1997), “KOBİ’lerin Dış Pazarlara Açılabilmesi İçin Alternatif Yöntemler”, *İGEME Dergisi*, 2, (Nisan-Haziran), 36-39.
- BULU, M. (2007), *Rekabette Kümelene Modeli*, URAK.
- DTM (2008), [http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/IHR/MevzuatiGelistirme Db/ sektorel. doc](http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/IHR/MevzuatiGelistirme_Db/ sektorel. doc) (23.04.2008)
- DPT (2003), *İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Araştırması*, DPT Yayın No:2671, Bölgesel Gelişme ve Yapısal Uyum Genel Müdürlüğü, Ankara.
- DPT (2007), *Dokuzuncu Kalkınma Planı: 2007-2013*, Tekstil, Deri ve Giyim Sanayi, Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Yayın No.2715.
- FORUM (1997), “KOBİ’leri İhracata Yönlendirmede Etkili Bir Yol: Sektörel Dış Ticaret Şirketleri”, 2, Şubat.
- GÜBE, Y. (1997), “İktisadi Büyüme ve İhracat Performansı”, *Hazine Dergisi*, 6, 17-26.
- HOTCHKISS, J. L., MOORE, R. E., and ROCKEL, M. (1994), “Export Expansion and Growth at Different Stages of Development”, *Journal of Economic Development*, 19 (1), 87-105.
- KAHRAMANMARAŞ İLİ SANAYİ ENVANTERİ (2008), Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası.
- KETELS, C. (2003), “The Development of the Cluster Concept-present Experiences and Further Developments”, *Prepared for NRW Conference on Clusters, Duisburg, Germany*, (5 Dec),1-25.
- ÖNGÜT, Ç.E. (2007), *Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sanayinin Değişen Dünya Rekabet Şartlarına Uyumu*, Uzmanlık Tezi, DPT.
- PERSONA (2007), [http://www.clustering06.com/tr/bulten/25%20Mayis\\_Bulten. doc](http://www.clustering06.com/tr/bulten/25%20Mayis_Bulten. doc) (04.07.2007).
- SHARMA, U. C. and DHAKAL, D. (1994), “Causal Analysis Between Exports and Economic Growth in Developing Countries”, *Applied Economics*, 26, 1145-1157.
- TYLER, W.G. (1981), “Growth and Export Expansion in Developing Countries: Some Empirical Evidence,” *Journal of Development Economics*, 9 (1), 121-130.
- <http://tektstilbilgi.com/pn1.htm> (23.04.2008).