



İHRACATÇI FİRMALARIN KALKINMAYA ETKİSİ VE FİRMALARIN İHRACAT PERFORMANSINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER: GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGESİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

*İbrahim ÇÜTÇÜ**

Öz

Dış ticaret küresel rekabette önemli bir olgudur ve bu sektördeki firmalara önemli destekler verilmektedir. Böylece, firmaların, özellikle de ihracat piyasasında, rakipleri karşısında rekabet üstünlüğünü ele geçirmesi sağlanmaktadır. İhracat sektörü ise ekonominin birçok dinamiklerini etkilediği gibi ekonomik kalkınmanın başarılmasında da önemli bir politika aracıdır. Literatürde ki çalışmalar incelendiğinde, kalkınmış bölgelerin ihracattan daha fazla pay aldığı ve dolayısıyla ihracatın kalkınmaya katkı sağlayan önemli bir sektör olduğu görülmektedir. Çalışmada bölgesel kalkınma ile ihracat arasındaki ilişki ve ihracat sektörünü etkileyen faktörler Güneydoğu Anadolu Bölgesi özelinde incelenmekte olup Güneydoğu Anadolu Bölgesinde ihracat yapan firmaların performansını, sorunlarını ve potansiyelini tespit etmeye yönelik 254 firma üzerinde anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Anketin büyük çoğunluğu yüz yüze gerçekleştirilmiş olup bir kısmı ise internet ortamında mail aracılığıyla doldurulmuştur. Anket sonucunda elde edilen verilerin analizi SPSS 15.0 for Windows istatistik programı çerçevesinde frekans ve ortalamalar kullanılarak yorumlanmıştır. Çalışma sonunda ihracatçı firmaların özellikle GAP'ın yarattığı maliyet avantajı ile kalkınmaya önemli etkisi olduğu görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: İhracat, kalkınma, Güneydoğu Anadolu Bölgesi.

* Öğr. Grv. Adiyaman Üniversitesi, Besni Meslek Yüksekokulu, icutcu@adiyaman.edu.tr

THE IMPACT OF THE EXPORTER FIRMS TO THE DEVELOPMENT AND THE FACTORS AFFECTING EXPORT PERFORMANCE OF THE FIRMS: AN APPLICATION ON THE SOUTHEASTERN ANATOLIA REGION

Abstract

Foreign trade is an important phenomenon in global competition and significant support is provided to companies in this sector. So, especially in the export market, firms are given to the opportunity to get the competitive advantage against their competitors. The export sector are affecting many dynamics of the economy and also act as important policy tools for achieving economic development. Literature review show that the developed regions are getting a greater share of the export, and therefore the export appears to be an important sector contributing to development. In this study, the relationship between development and export, and the factors that affect the export sector are examined in the case of the South-eastern Anatolia Region. A survey on 254 companies was conducted in order to find out the performance, potential and problems of the exporting companies in South-eastern Anatolia Region. Vast majority of the survey was conducted face to face, but a portion of it was done through the e-mails on Internet platform. The analysis of the data obtained from the survey is interpreted by using "SPSS 15.0 for Windows" statistical software using frequencies and averages. At the end of this study, it's seen that exporting companies has significant impact on the development especially with the cost advantage created by the GAP.

Key Words: *Export, development, South-Eastern Anatolia Region.*

1. GİRİŞ

Günümüz dünyasında özellikle gelişmekte olan ülkeler, serbest piyasa ekonomisine geçiş sürecinde ortaya koydukları performans ve yaptıkları değişiklikler sonucu, piyasa ve rekabet kavramlarının içini doldurulamadıkları takdirde, küresel rekabette öne çıkamamaktadırlar. Piyasa ekonomisine geçiş sürecinde, rekabet için gerekli olan kurumsal ve yasal çerçevenin oluşturulması, devletin iktisadi yaşama müdahalesini

gerektirmektedir. Burada önemli olan nokta devletin ekonomiye müdahalesinin biçimi olmaktadır. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra hızlı büyüme arzusu ile birlikte artan sanayileşme yarışı uluslararası işbölümünün daha da artmasına neden olmuştur.

Güneydoğu Anadolu Bölgesi, gerek Türkiye coğrafyasında gerek kendi içinde önemli farklılıklar arz eden bir bölgedir. Siyasi konjonktür ve sosyo-kültürel yapı, üretim faktörleri açısından zengin olan bölgeyi sürekli tartışılır hale getirmiştir. Çalışmada Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin öznel durumu ihracat sektörü üzerinden analiz edilmekte olup ihracat sektörünü etkileyen faktörlerin neler olduğu, bölge açısından irdelenmektedir. Ayrıca bölgede özellikle sınır ticareti yapan ve Gaziantep gibi sanayi şehirlerinde ciddi katma değer yaratarak önemli markalar haline gelen 254 firma ile anketler yapılarak, firmaların performansları, potansiyelleri tespit edilmiş ve sorunları analiz edilerek çözüm önerileri geliştirilmiştir.

1.1. İhracat Sektörünün Önemi ve Bölgede Ekonomik Kalkınmaya Etkisi

İhracat yönetmeliğine göre ihracat; bir malın veya değerın yürürlükteki İhracat Mevzuatı ile Gümrük Mevzuatına uygun şekilde fiili ihracatının yapılması ve Kambiyo Mevzuatına göre bedelinin yurda getirilmesi işlemlerinin tümü olarak tanımlanır (Gürsoy, 2006: 36). Sanayileşmenin gelişmesi ihracatı artıran önemli bir faktördür. İhracat artışı, üretimin artmasına sebep olduğundan ekonominin gelişimi üzerinde doğrudan bir etkisi vardır. İhracat genişlemesi ülke içindeki diğer üretim kesimlerini de etkileyerek buralarda maliyet azaltıcı yeniliklerin doğmasına yol açar. Yani ihracat ile birlikte artan üretim, ekonomide dışsal ölçek ekonomilerin ortaya çıkmasına yol açarak maliyetlerin düşmesine ve yeni üretim metotlarının bulunmasına sebep olur. Ayrıca ihracatın artması, ihracat yapan sektörün üretiminde kullanılan faktörlere olan talebi artırarak faktör gelirlerinin yükselmesini sağlar (Ersungur ve Yalman, 2009: 82-83).

Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin temel sorunları irdelendiğinde; özellikle nüfus kaynak dengesinin kurulması, ekonomik kalkınmanın gerçekleşmesinde önemli bir hedef

olduğu görülmektedir. Bölgeden metropollere gerçekleşen göç sorunu da bu amacın hayat bulması ile sonlanacaktır. Feodal yapının zamanla yok olması ve özellikle genç nüfusun sosyal bir sorun haline gelmesi, bölgeden metropollere yıllardır ciddi bir göç dalgasını dayatmaktadır. Bölgeler arası refah seviye farklılıklarının yarattığı huzursuzluk ise Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin özneline yaşanan sosyo-kültürel problemlerin bir yansıması olduğu görülebilir. Özellikle bölgede yaşanan ve yıllardır çözülemeyen terör sorunu da mevcut refah seviye farklılıklarını da tetiklemektedir. Bu kapsamda ihracat sektörünün bölgede gelişmesi ve özellikle de imalat sanayisinde katma değer yaratması, bölgenin refah seviyesinde önemli ve sosyal dengelerde önemli faydalar yaratacaktır.

1.2. Literatür Araştırması

İktisadi literatürde bölgesel ve ekonomik kalkınma ile ihracat sektörüne ilişkin gerçekleştirilen analizler sonucunda birbirinden farklı görüş ve tartışmalar elde edilmiştir. Farklılıklar ihracatı etkileyen dinamikler noktasında ve bölgesel kalkınmışlık farklılıkları üzerinde yoğunlaşmaktadır. 1970'ler ve 1980'lerin başındaki yaygın görüşe göre, hızlı kalkınan bir devlet için büyümenin en iyi anlamı ihracatın teşvik edilmesi ve güçlü kalkınma olmuştur. Hızlı büyüyen bir ihracat piyasası ekonomideki diğer bütün sektörleri uyuracak ve GSYİH'nın büyümesine destek olacaktır (Niroomand and Nissan, 1997:167).

Awokuse (2006) yaptığı çalışmaya göre, ekonomide ihracat sektöründe meydana gelen gelişmeler, ekonomik kalkınma üzerinde olumlu etkilerde bulunarak gelişmeyi uyarıcı bir rol oynar. İhracattaki artış ve dış piyasalara açılma pozitif dışsallıklar sağladığı için ekonomik büyümenin anahtarıdır. Michaely (1977) yaptığı çalışmada ihracattaki artışın ekonomik büyümeyi hızlandığını tespit etmiştir. 1950-1973 yıllarını kapsayan ve 41 ülke üzerinde yapılan çalışmada ihracat performansı ile ekonomik büyüme arasında doğru orantılı bir ilişki tespit edilmiştir. Balassa (1978) ise sanayi altyapısını oluşturan ve kalkınmakta olan 11 ülke için ihracat teşviklerinin ve kalkınmaya etkilerinin

karşılaştırmalı değerlendirmesini yapmış ve aralarında olumlu etkinin olduğunu tespit etmiştir. Edwards (1998) 93 ülkede toplam faktör verimliliği ve dışa açılma arasındaki ilişkilerle ilgili yaptığı araştırmada, daha dışa açık ekonomilerde büyümenin daha hızlı gerçekleştiğini ortaya koymuştur. Yani bir ekonomi ne kadar dışa açıksa o kadar büyük bir yayılma etkisi ortaya çıkacak ve daha az açık bir ekonomiye göre daha hızlı büyüyecektir. Oskooee ve Niroomand (1999) tarafından 22 ülke üzerinde yapılan bir araştırmada da ülkelerin 19'unda ihracat ve büyüme arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Kurt ve Berber (2008) ihracat, ithalat ve büyüme arasındaki ilişkileri incelemek üzere yaptıkları üçlü VAR analizinde; ülkenin dışa açık olmasının büyüme oranını etkilediğini tespit etmiştir. Dışa açıklık oranının artması ekonomik performansı artırarak ekonomik büyümeyi olumlu etkilemektedir. Dünya piyasalarında ihracat yapan firmalar birbirleriyle rekabet halinde oldukları için, daha kaliteli malı daha düşük fiyattan satmak zorunda kalacaklardır. Dolayısıyla ihracatı teşvik politikaları, firmaların daha verimli çalışabilmesi ve yeni teknolojilere daha çabuk uyum sağlayabilmesi, piyasada daha etkin olabilmesi için oldukça önemli bir araçtır. Jung , Marshall ve Helleiner yaptığı çalışmalarında ekonomik kalkınmanın en önemli silahı olan ihracata yönelik büyümenin etkinliği hakkında bir takım şüpheler doğurmuştur (Dodaro, 1993:227). İhracatın ya da dışa dönük büyüme modelinin büyümeyi engelleyebileceğini ileri süren argümanlar da vardır. Bunlar dış ticaret hadlerinde değişme, düşük büyüme hızı, sanayileşmeyi engelleme ve üretimde azalma olarak özetlenebilir (Uzay, 2000: 42).

1.3. İhracat Sektörünü Etkileyen Faktörler

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. Buna ilaveten, ihracat sektörleri iç piyasanın genişlemesini sağlar, böylece ölçek ekonomilerinden yararlanma ve daha düşük birim maliyetlere ulaşmak mümkün olur. Bu durum, etkin kaynak kullanımını da beraberinde getirmektedir. (Tyler, 1981: 127).

Pazarlar ve rekabetin küreselleşmesi, yurtdışı pazarların, büyüme odaklı işletmelere yönelik giderek daha fazla yaşamlarını sürdürebileceği bir hale gelmesini sağlamıştır. Uluslararası pazarlarda mücadele edebilmek için yerel firmaların yeteneklerinin sınıflandırıldığı ihracat performansı çeşitli faktörlere bağlıdır. Bu faktörler, verimlilik, ücretler, teknolojik yenilik, döviz kuru oranları şeklinde ifade edilmektedir (Aysan, Hacıhasanoğlu, 2007: 183). İhracat performansı, satışlar, pazar büyüme oranı, pazar payı, karlılık, yatırımların geri dönme oranı, ihracat amaçları ve hedeflerinin uygulanabilirliği, sağlanan tatmin gibi kriterleri kapsayan geniş bir gösterge ağıyla ölçümlenmektedir. Performansın ölçülmesine yönelik böylesi geniş yaklaşımların kullanılması, birçok farklı ihracat performansı bulgularını kıyaslamayı ve performansın belirleyicileri üzerine ortak bir görüş oluşturmayı zorlaştırmaktadır (Julian, 2003).

Küresel ekonomiye yönelik eğilim ve birçok ülkenin dış ticaret açığı baskısı şiddetinin bir sonucu olarak, ihracat pazarlarında firma davranışı ve performansı son yıllarda önemli bir çalışma alanı haline almıştır. Söz konusu çalışmaların önemli bir bölümü firmaların başlangıç ihracat gereklerinin ve girişimlerinin araştırılması üzerine odaklanmıştır. Mevcut ihracatçıların performansı ve ihracat davranışının yasal bir hak olduğu, böylesi çalışmaların gelecekte ihracatın gelişmesi ve başarısıyla ilgili kamu ve özel sektör yöneticileri açısından büyük önem taşıdığı sonucuna ulaşılmaktadır (Katsikeas, vd., 1996; 6). İhracat performansı ve firma davranışı üzerine çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Kısaca yapılan araştırmalara değinilecek olunursa; Aysan ve Hacıhasanoğlu (2007), Türkiye üretim sektörünün ihracat performansı belirleyicilerinin araştırılmasına yönelik 1996-2006 dönemini kapsayan üretim sanayi verilerinin bir panel yardımıyla ihracat tedarik fonksiyonu tahmin edilmeye çalışılmıştır. Çalışmada, ihracat performansına etki eden çeşitli faktörler olduğu belirtilmiş ve maliyet rekabetinin rolü ortaya koyularak vurgulanmıştır. Katsikeas, Piercy ve Loannidis (1996) tarafından yapılan çalışmada, ihracat performansı; işletme büyüklüğü, ihracat deneyimi, ihracat teşvikleri, ihracatta karşılaşılan problemler, rekabetçi özellikler, ihracat taahhütleri gibi değişkenler firma davranışı ile ilişkilendirmiştir. Ibeh (2003)

tarafından gerçekleştirilen araştırmada, karar alıcıların özellikleri, işletme özellikleri ve işletmeye özgü yetkinlikler ile ihracat performansı arasındaki ilişkilere yer verilmektedir. İşletme düzeyinde ihracat davranışı araştırmasının, dışsal çevreye ilişkin faktörler, işletmeye özgü yetkinlikler ve karar alıcıların özellikleri olmak üzere üç kategoride değerlendirilebileceği ifade edilmektedir.

1.5. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin Genel Yapısı

Çalışmanın bu bölümünde anket çalışması gerçekleştirilen Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin ekonomik ve sosyal yapısına ilişkin birtakım bilgiler verildikten sonra anket verilerinin analizi yorumlanacaktır. Güneydoğu Anadolu Bölgesi, Avrupa Birliği'ne uyum çerçevesinde oluşturulan (NUTS 1) 12 bölgeden biridir. Bölge, NUTS 2'ye göre ise üç alt bölgeden oluşur. Gaziantep (TRC1), Şanlıurfa (TRC2) ve Mardin (TRC3)'dür. Güneydoğu Anadolu Bölgesi 75.000 km²'lik yüzölçümü ile Türkiye'nin % 9.7'sine eşittir. Bölge nüfusu, 2012 yılı nüfus sayımına göre 7.816.173 kişi ile Türkiye nüfusunun yaklaşık %10,4'üne denk gelmektedir. Bölgenin en kalabalık illeri ise milyonu aşan nüfuslarıyla Gaziantep, Diyarbakır ve Şanlıurfa'dır. Genel olarak Güneydoğu Anadolu Bölgesi Türkiye ortalamasından daha yüksek nüfus artış oranına sahiptir.

Tablo 1 incelendiğinde yüzölçümü açısından Türkiye'nin en küçük bölgesi olan Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde ciddi bir göç sorunu yaşandığı görülmektedir. Bu sorun üzerine yapılan analizler incelendiğinde sorunun kökeninde terörden ekonomik sorunlara kadar birçok sorun fark edilmektedir. En fazla göçün %29,39 ile Mardin olduğu bölgede ortalama göç hızı %8,68'dir.

Tablo 1. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin Genel Yapısı

İLLER	NÜFUS	YÜZÖLÇÜMÜ	GÖÇ HIZI
Gaziantep	1.753.596	7.194	1,18
Diyarbakır	1.570.943	15.162	-7,58
Şanlıurfa	1.716.254	19.091	-4,92
Batman	524.499	4.671	2,96
Adıyaman	593.931	7.572	-10,49
Siirt	310.468	5.465	-10,88
Mardin	764.033	9.097	-29,39
Kilis	124.452	1.239	-8,28
Şırnak	457.997	7.296	-10,79
TOPLAM	7.816.173	76.787	

Kaynak: TUIK, 2012.

Dicle ve Fırat gibi iki büyük akarsu kaynağının arasında bulunan bölge, tarım açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Bölge topraklarının yaklaşık % 42'sinde tarımsal faaliyet yapılmaktadır. Bölgenin verimli topraklarının en büyük kısmı Şanlıurfa'dadır. Aşağıdaki tabloda görüldüğü üzere her üç alt bölgede hizmetler sektörünün bölge gayri safi katma değerine katkısı %50'nin üstündedir (Aktaş ve Çatalbaş, 2011: 65).

Tablo 2. Temel Sektörlerin Bölge Gayri Safi Katma Değeri İçindeki Payları (2006)

DÜZEY 2'YE GÖRE BÖLGELER	TARIM (%)	SANAYİ (%)	HİZMETLER (%)
TRC1 G.Antep Alt Bölgesi	13	30	56,8
TRC2 Ş.Urfa Alt Bölgesi	25,7	16,1	58,2
TRC3 Mardin Alt Bölgesi	15,6	32,1	52,3

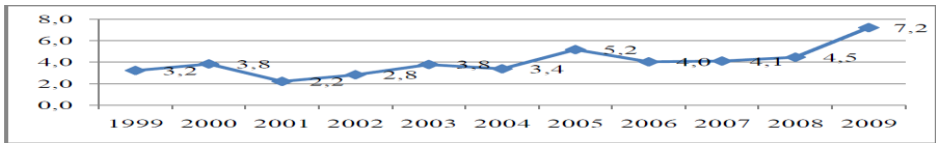
Kaynak: Aktaş ve Çatalbaş, 2011.

Bölgede gerçekleştirilen tarımsal faaliyetler ülke üretimine önemli katkılar sağlamaktadır. Özellikle bazı tarımsal ürünlerin önemli bir kısmı bölge tarafından

karşılanmaktadır. Bu açıdan bakıldığında Türkiye'de üretilen mercimeğin % 75'i, nohutun %43'ü, pamuğun %12'si, antepfıstığının %94'ü, üzümün %21'i ve narın %25'i Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde üretilmekte ve yetiştirilmektedir (İmamoğlu, 2011: 87). Bölgede verimli ve geniş ovaların bulunmasına karşılık, yaratılan katma değerde tarımın payının arttırılamamasının önündeki en önemli engellerden biri elverişsiz iklim koşullarıdır. Diğer engeller ise bireylerin kendi ihtiyaçlarına yönelik üretim yapması (pazar ve sanayiye yönelik üretim yapılmaması), üretimde makine ve modern tekniklerin yeterince kullanılmaması, tarımsal eğitimin yetersiz olması, örnek tarımsal üretim faaliyetlerinin yaygınlaştırılmaması, gübre kullanımındaki eksiklik ve yanlışlıklar, tarımsal kredi kullanımının yetersiz olması şeklinde sıralanmaktadır (Aktaş ve Çatalbaş, 2011: 67). Ayrıca bölgede önemli oranda topraksız kırsal nüfus (yaklaşık %30-40) bulunması da tarımsal üretimi olumsuz yönde etkilemektedir. Karasal iklim yapısının gerekli kıldığı sulu tarımın yaygınlaştırılmasında GAP önemli role sahiptir. GAP ile sulu tarıma geçilen bölgelerde ise tarımsal verimlilik ve katma değerde önemli artışlar görülmektedir (Karlı, 2005: 229).

1.6. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde Kamu Yatırımları

Güneydoğu Anadolu Bölgesi, gerek ülke nüfusunun %10'unu teşkil etmesi gerekse yıllardır yaşanan terör sorunu nedeniyle Türkiye'nin sosyo-ekonomik gelişmişliğinde önem teşkil eden bir bölge konumundadır. Bu öneme rağmen bölgenin kamu yatırımlarından aldığı pay oldukça düşük seviyelerdedir. Son yıllarda bölgeye yapılan yatırımlarda nispi bir artış gözlemlense de bu henüz bölge ihtiyaçlarını karşılaması ve sorunlarının çözülmesi noktasında oldukça yetersizdir.

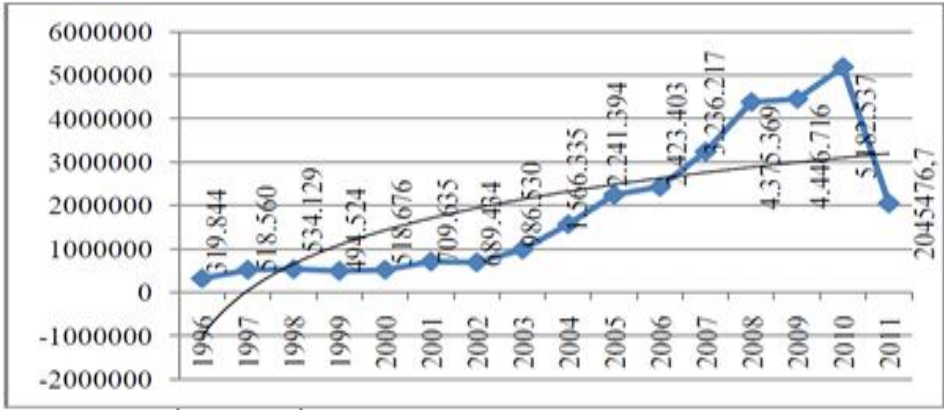


Şekil 1. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde 1999-2009 Yılları Arası Kamu Yatırımları (DPT, 2010)

Bölgede ulaştırma ve haberleşme yatırımlarının toplam kamu yatırımlarındaki payı 1999 yılında %2,42 ile oldukça düşük düzeyde iken, bu oran 2006 yılında % 6,3'e, 2009 yılında ise % 8,9'a yükselmiştir. Bölgenin ulaştırma ve haberleşme altyapısının iyileşmesi, lojistik maliyetlerin azalmasına ve pazara erişimin kolaylaşmasına katkı sağlayacaktır. Böylece hem iç hem de dış ticaretin önündeki önemli bir engel ortadan kalkacaktır (Aktaş ve Çatalbaş, 2011: 75). Bölgenin içinde bulunduğu şartlar (başta terör olmak üzere sosyal ve ekonomik olumsuzluklar), mevcut ekonomik potansiyelin değerlendirilmesini zorlaştırmaktadır. Söz konusu olumsuzluklar, bölgenin kalkınması için özel sektöre verilen desteklerden istenilen sonuçların alınmasını da engellemektedir. Mevcut durum, yatırımlar konusunda bölgede kamunun ağırlığının daha da arttırılmasını gerekli kılmaktadır.

1.7. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde İhracat

Bölge ihracatı, aşağıdaki şekilde görüldüğü gibi, 1996-2002 döneminde 1 milyar doların altında kalmıştır. 1996'da yaklaşık 320 milyon dolar olan bölge ihracatı, %115'lik artışla 2002'de yaklaşık 689 milyon dolara ulaşmıştır. Bölge ihracatı 2002'den sonra hızlı bir artış trendi yakalamış, 2002-2010 döneminde %652 artışla yaklaşık 5,182 milyon dolara yükselmiştir. Ancak 2009'da küresel krizin de etkisiyle bölge ihracatı bir önceki yıla göre pek fazla değişim göstermemiştir. Türkiye'nin 2009 yılı ihracatı bir önceki yıla göre yaklaşık 30 milyar dolar azalmasına karşılık, bölge ihracatı artmıştır. 1996-2010 döneminde bölge ihracatı yaklaşık % 1.520 artmıştır.



Şekil 2: Güneydoğu Anadolu Bölgesi 1996-2011 Yılları Arası İhracat Gelişimi (DTM, 2011).

Bölge ihracatı iller bazında analiz edildiğinde Gaziantep'in payının oldukça önemli olduğu görülmektedir. 1996 yılında bölge ihracatının yaklaşık %70'i, 2010 yılında ise yaklaşık %68'i Gaziantep'ten gerçekleştirilmiştir. Bu ili, yaklaşık %12 ile Şırnak ve %11 ile Mardin izlemektedir. Bölgenin önemli illerinden Şanlıurfa ve Diyarbakır'ın bölge ihracatından aldığı paylar, sırasıyla %3,48 ve %3,27'dir. Adıyaman, Batman ve Kilis'in ihracattaki payları ise oldukça düşük düzeydedir.

Bölge ihracatının sektörel dağılımı incelendiğinde, ihracatta yapısal bir değişim göze çarpmaktadır. 1996-2010 döneminde Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin ihracatında tarımın payı azalırken, sanayinin payı hızla artmıştır. İhracatta tarımın payının azalmasında en önemli etken, canlı hayvan, su ürünleri ve mamulleri ihracatındaki keskin düşüştür. Bu sektörün ihracattaki payı 1996'da %15,80 iken, 2010 yılında % 0,73'e gerilemiştir. Aynı şekilde hububat, bakliyat, yağlı tohum ve mamulleri ile kuru meyve ve mamulleri ihracatındaki düşüşler, tarım ürünleri ihracatını olumsuz yönde etkilemiştir. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nden pek çok ülke ve serbest bölgeye ihracat yapılmaktadır. İhracat yapılan ülke ve serbest bölgelerin sayısı, 2008 yılında 167 iken 2010 yılında 184'e yükselmiştir. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nden en fazla ihracat yapılan ülkeler sıralamasında Irak birinci sıradadır. 1997-2010 döneminde bölge

ihracatındaki ilk on ülkenin toplam ihracattaki payı, %80'den %70,6'ya düşmüştür. 2010 yılında ihracat yapılan ilk 15 ülkenin toplamdaki payı ise yaklaşık %77'dir.

Tablo 3. Güneydoğu Anadolu Bölgesi İller İtibariyle İhracat Rakamları

ŞEHİR	2011 İHRACAT (\$x1000)	2012 İHRACAT (\$x1000)
G.Antep	4.927.141	5.879.414
Diyarbakır	167.004	203.328
Şanlıurfa	173.465	140.828
Batman	26.345	42.924
Adıyaman	71.143	69.973
Siirt	6.610	14.210
Mardin	822.072	971.677
Kilis	37.383	22.512
Şırnak	934.309	1.106.390
TOPLAM	7.165.472	8.451.256

Kaynak: TIM, 2013.

Ortadoğu ülkelerinde yaşanan isyanlar şüphesiz yukarıdaki tabloyu da etkilemektedir. 2012 yılı için ihracat gerçekleştirilen pazarlar incelendiğinde Güneydoğu Anadolu İhracatçılar Birliği raporuna göre sıralama Irak, Suudi Arabistan, Birleşik Devletler, İtalya, Almanya, Libya, Rusya, Mısır, Birleşik Krallık, İran şeklinde ilerlemekte olup toplamda 8.224.906.780,3499 \$ (FOB) ihracat gerçekleştirilmiştir. Ocak 2013 rakamlarına göre ise bir önceki yıla göre %30,6'lık bir artış gerçekleşmiş olup bölge ihracatında Orta Doğu Ülkeleri %57,3 ile ilk sırada yer almakta, AB ülkeleri %15,5 pay ile ikinci ve Afrika ülkeleri %11,2 pay ile üçüncü sırada bulunmaktadır. Toplam 143 ülkeye ihracat gerçekleştirilmiş olup bu ülkelerden Irak, Libya, S.Arabistan, İtalya, ABD, Suriye, Almanya, İngiltere, Mısır ve Rusya bölge ihracatında ilk sıralarda yer almaktadır (Çıkmaz, 2013).

1.8. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Çalışmanın öncelikli amacı, Güneydoğu Anadolu Bölgesi özneline ihracatçı firmaların, bölge ekonomik kalkınmasına etkisini analiz ederek bu firmaların ihracat performansını ve çeşitliliğini etkileyen faktörleri tespit etmektir. Bu kapsamda bölgede ihracat yapan firmaların temel yapılarını, sorunlarını ve hedeflerini ölçmeye dönük anket uygulaması gerçekleştirilerek, ihracat sektörünün ekonomik kalkınmaya etkileri bölge itibarıyla değerlendirilmiştir ve öneriler sunulmaktadır. Çünkü bölge gerek konumu gerekse de öznel sorunları nedeniyle birçok alanda Türkiye ortalamasının oldukça altında seyir izlemektedir.

Literatür araştırmalarında ulaşılan sonuçlar itibarıyla bölgede ihracat yapan firmaların sorunlarını, taleplerini ve potansiyellerini ölçmeye yönelik 254 firma üzerinde anketler gerçekleştirilerek verilere ulaşılmıştır. Şüphesiz bölge içerisinde de farklı gelişmişlikler arz eden alt birimler de mevcuttur. Örneğin Gaziantep ili firmaları ile Siirt ili firmalarının potansiyeli ve sorunlarının benzerlik teşkil etmesi beklenmemektedir. Verilerin yorumlanmasında bu husus dikkate alınmıştır.

Özellikle Ortadoğu ülkelerine yakınlığı sebebiyle Güneydoğu Anadolu Bölgesi dış ticaret anlamında oldukça stratejik bir yerdedir. İhracat sektöründe karşılaştırmalı üstünlüklere sahip bir çok üretim faktörüne sahip olan bölgenin potansiyeli, mevcut sorunlar (terör, eğitim, ekonomik gelişmişlik...vb) çözüldüğü sürece ülke ekonomisine de ciddi fayda yaratacaktır.

2. YÖNTEM

Araştırma, bölgenin mevcut durumunu, potansiyelini ve sorunlarını saptayıcı ve çözüm önerileri getirici bir nitelik taşımaktadır. Araştırmada anket yöntemi kullanılmış olup ihtiyaç duyulan veriler Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde ihracat yapan firmaların ihracat departmanında ki yetkili kişiler ile büyük çoğunluğu yüz yüze görüşme tekniği

kullanılarak elde edilmiştir. Elde edile verilerin analizi SPPSS 15.0 for Windows programı kullanılarak frekans ve ortalamalar kullanılarak yorumlanmıştır.

Çalışmanın kapsamını Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde kayıtlı veya kayıt dışı ihracat yapan işletmeler oluşturmaktadır. Araştırmanın en önemli kısıtı, Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri'ne üye olan 1.185 üye firmanın büyük kısmının Gaziantep gibi büyük ve sanayi illerinde yer alması, diğer illerde yer alan firmaların ise bir takım anket sorularına cevap vermek istememeleri oluşturmuştur. Mevcut anket sorularında, yapılan ihracat faaliyetlerinin kayıt dışılığını ortaya çıkaracağı korkusu nedeni ile birçok firmadan olumsuz yanıt alınmıştır. Bu nedenle Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde faaliyet gösteren 254 firmaya ulaşılarak öncelikle araştırmanın amacı anlatılmış ve daha sonra veriler toplanarak analiz edilmiştir. Verilerin sınıflandırılması ve bilgisayar ortamına girişleri sırasında eksik veriler bulunan ve yetersiz anketler inceleme dışı bırakılmıştır.

3. BULGULAR

Türkiye'de 13 adet ihracatçılar birliği bulunmaktadır. Araştırma Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ni kapsadığından ana kütlemiz Güneydoğu Anadolu İhracatçılar Birliği'ne üye firmalar üzerinde gerçekleştirilmiştir. Güneydoğu Anadolu İhracatçılar Birliği'de üç alt birlikten oluşmaktadır. Bunlar Güneydoğu Anadolu Halı İhracatçıları Birliği, Güneydoğu Anadolu Hububat-Bakliyat-Yağlı Tohum ve Mamulleri İhracatçılar Birliği ve Güneydoğu Anadolu Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçılar Birliği'dir.

Tablo 4. Örneklem Genel Profili

	Faktörler	Frekans	%
Firma hangi ilde faaliyet göstermektedir?	Adıyaman	51	20,1
	Batman	12	4,7
	Diyarbakır	47	18,5
	Gaziantep	98	38,6
	Mardin	13	5,1
	Siirt	3	1,2
	Ş.Urfa	19	7,5
	Şırnak	11	4,3
	Toplam	254	100

Ankete katılan firmaların genel profilinin gösterildiği Tablo 4'e göre, ankete katılan 254 firmanın %38,6'sı Gaziantep, %20,1'i Adıyaman, %18,5'i Diyarbakır, % 7,5'i Şanlıurfa, %5,1'i Mardin, %4,7'si Batman, %4,3'ü Şırnak ve %1,2'si Siirt'de faaliyet göstermektedir. Bu firmaların %47,6 gibi büyük kısmı 10 yılın üzerinde faaliyette bulunurken %28'i 5-10 yıl arası ve %24,4'ü ise 0-5 yıl arasında faaliyet göstermektedir. Gaziantep ilinin gerek bölgede gerek Türkiye'deki potansiyeli dolayısı ile firmaların büyük kısmı bu ilden seçilmiştir. Ayrıca firmaların büyük kısmının 10 yılın üzerinde faaliyet göstermesi, istikrar ve rekabet açısından önemlidir.

Tablo 5. Anketi Dolduranın Pozisyonu

	Faktörler	Frekans	%
Anketi dolduranın firmadaki pozisyonu?	Firma Sahibi	69	27,2
	Genel Müdür	22	8,7
	Müdür	70	27,6
	Müdür Yrd.	14	5,5
	Şef	27	10,6
	Diğer Eleman	52	20,5
	Toplam	254	100

Araştırmada anketi dolduran kişilerin ihracat departmanından sorumlu müdür veya yetkinliği olan biri olmasına dikkat edilmiştir. Bu kapsamda Tablo 5'te görüldüğü üzere 254 anket içerisinde anketi dolduranların %27,6'sı müdür, %27,2'si firma sahibi, %8,7'si genel müdür ve %5,5'i ise müdür yardımcısı pozisyonundaki yetkin kişilerdir. %10,6'lık kısım şef ve %20,5'lik kısım ise diğer eleman pozisyonunda istihdam edilmektedir. Yani anketi dolduran kişilerin yaklaşık %70'i üst düzey yönetici olup, bu durum anket sonuçlarındaki güvenilirliği ve doğru tespitlerde bulunmayı artırmaktadır.

Tablo 6. Örneklem Piyasadaki Durumu

Firmadaki çalışan sayısı?	Faktörler	Frekans	%
	0-10	38	15
	10-50	114	44,9
	50-100	42	16,5
	100-500	41	16,1
	500+	19	7,1
	Toplam	254	100
Firmanızın türü nedir?	Faktörler	Frekans	%
	İmalatçı-ihracatçı	185	72,8
	İhracatçı	38	15
	Aracı	31	12,2
	Toplam	254	100
Firmanız hangi sektörde faaliyet göstermektedir?	Faktörler	Frekans	%
	Tarım	31	12,2
	Sanayi	151	59,4
	Maden	11	4,3
	Hizmet	61	24
	Toplam	254	100

Örneklem piyasadaki durumunu gösteren Tablo 6'da, anket çalışması yapılan firmalardaki çalışan sayısının %44,9 gibi büyük bir kısım firmada çalışan sayısının 10-50

arasında olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca ankete katılan %16,5 firmada çalışan sayısı 50-100 arasında, %16,1 firmada 100-500, %15 firmada 0-10 ve %7,1 firmada ise 500 üstü çalışan bulunmaktadır. Firmaların genel profillerini ölçmeye dönük yapılan araştırmada son olarak ise ankete katılan 254 firmanın %72,8'i imalatçı-ihracatçı firmalar olup kalan %15'i sadece ihracatçı ve %12,2'si ise aracı firmalardır. Ve bu firmaların %59,4'ü sanayi sektöründe faaliyet gösterirken, %24'ü hizmet sektöründe, %12,2'si tarım sektöründe ve %4,3'ü maden sektöründe faaliyet göstermektedir. Firmaların piyasadaki durumlarının tespitine dönük gerçekleştirilen bu kısımda, firmaların çoğunda çalışan sayısının 10-50 arası olması sektörün KOBİ'ler üzerinde geliştiği ve bu KOBİ'lerin büyük kısmının ise imalatçı-ihracatçı olması büyük maliyet avantajlarına sahip olduğu sonucunu doğurmaktadır. Ayrıca beklentilerin aksine sanayi sektörünün tarımın önüne geçmesi ise istihdam, üretim, Ar-Ge gibi rekabet unsurları açısından oldukça başarılı olarak yorumlanmaktadır.

Tablo 7. Örneklem Dış Ticaret Deneyimi

	Faktörler	Frekans	%
Firmanızda dış ticaret departmanı var mı?	Evet	145	57,1
	Hayır	109	42,9
	Toplam	254	100

Araştırmaya katılan firmalarda beklenildiği üzere büyük bir kısmında faal bir şekilde çalışan dış ticaret departmanının olmadığı fakat dış ticaret işlemlerini gerçekleştiren elemanların bulunduğu tespit edilmiştir. Firmaların büyük çoğunluğu aile firması olduğu için kurumsal bir örgütlenmeden söz edilememektedir. Tablo 7'ye göre ankete katılan 254 firmadan %57,1'inin dış ticaret departmanının olduğu ve 42,9'unun ise dış ticaret departmanlarını olmadığı görülmüştür.

Tablo 8. Örneklemde Çalışan Personelin Uzmanlık Durumu

Dış ticaret elemanlarının eğitim durumu?	Faktörler	Frekans	%
	İlköğretim	7	2,8
	Lise	66	26
	Lisans	140	55,1
	Lisansüstü	41	16,1
	Toplam	254	100
Dış ticaret eğitimi alan uzman personeliniz var mı?	Faktörler	Frekans	%
	Evet	124	48,8
	Hayır	130	51,2
	Toplam	254	100

Türkiye'nin genelinde görülen sektörel bazda kalifiye eleman sorunu bölgede daha fazla hissedilmektedir. Genel olarak sektörde çalışan kişilerin eğitim seviyesi yeterli düzeyde olmasına rağmen belli alanlarda uzmanlaşmış personel ve ara eleman açığı oldukça fazladır. Dış ticaret işlemlerini gerçekleştiren elemanların eğitim durumuna bakıldığında, Tablo 8'de görüldüğü üzere ankete katılan firmalardaki dış ticaret işlemlerini gerçekleştiren elemanların %55,1'i lisans ve %16,1'i ise yüksek lisans düzeyinde eğitimlerini almışlardır. Bu oran Güneydoğu Anadolu Bölgesi için ciddi anlamda yüksek ve olumlu bir rakam olup, gelecek için daha bilinçli ihracat faaliyetlerinin yapılabileceğini göstermektedir. Fakat eğitim seviyelerindeki bu olumlu tablo maalesef dış ticaret eğitimi için söz konusu olamamaktadır. Ankete katılan 254 firmadan dış ticaret eğitimi alan personel sayısı %48,8 iken almayanların sayısı %51,2 düzeyindedir. Yani ankete katılan firmaların ortalama olarak yarısında dış ticaret eğitimi ve uzmanlığını almış personel bulunmamaktadır.

Tablo 9. Firmaların Genel ve İhracat Ciroları

Firmanızın yıllık cirosu kaç milyon TL'dir?	Faktörler	Frekans	%
	0-1	38	15
	1-5	77	30,3
	5-10	55	21,7
	10-20	24	9,4
	20-50	19	7,5
	50+	41	16,1
	Toplam	254	100
	Firmanızın yıllık ihracat cirosu kaç milyon TL'dir?	Faktörler	Frekans
0-1		74	29,1
1-5		77	30,3
5-10		48	18,9
10-20		16	6,3
20-50		19	7,5
50+		20	7,9
Toplam		254	100

Firmaların ekonomik büyüklüklerinin tespiti ve ihracat pazarlarındaki gücünün ölçülmesine dönük sorulan yıllık genel ve ihracat cirolarına ilişkin sorularda genel olarak firma yetkilileri çekimser kalmakta ya da cevap vermeme eğilimi göstermişlerdir. Firmaların genel ve ihracat cirolarının gösterildiği Tablo 9'da araştırmaya katılan 254 firmanın genel ciroları %30,3 oranında 1-5 milyon TL, %21,7 oranında 5-10 milyon TL, %16,1 oranında 50 milyon ve üstü, %15 oranında 0-1 milyon TL, %9,4 oranında 10-20 milyon TL ve %7,5 oranında ise 20-50 milyon TL'dir. Genel ciro oranları ihracat cirolarına da yansımaktadır. Bu kapsamda ankete katılan firmaların %30,3'ünün ihracat cirosu 1-5 milyon TL, %29,1'inin ihracat cirosu 0-1 milyon TL ve %18,9'unun ihracat cirosu ise 5-10 milyon TL kadardır. Tespit edilen bu rakamlar beklentilerin altında olup yukarıda belirtilen sebeplerden ötürü anketi dolduran yetkili kişiler bu soruyu cevaplamakta çekimser kalmaktadır.

Tablo 10. Firmaların İhracat Yaptığı Bölgeler

Firmanızın çalıştığı pazarlar nerelerdir?	Faktörler	Frekans	%
	Arap ve Ortadoğu	137	53,9
	Avrupa	64	25,2
	Rusya ve Türki Cumhuriyetler	19	7,5
	Uzakdoğu ve ABD	14	5,5
	Afrika	8	3,2
	Asya	12	4,7
	Toplam	254	100

Araştırmaya katılan 254 firmanın hedef pazar yeri Tablo 10'da belirtildiği üzere %53,9 oranı ile beklendiği üzere Arap ve Ortadoğu bölgesidir. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin coğrafik konumu ve komşularıyla gerçekleştirilen sınır ticareti (özellikle Irak) münasebetiyle Arap ve Ortadoğu pazarı bölge firmaları için oldukça cazip fırsatlar yaratmaktadır. Arap ve Ortadoğu pazarının ardından en çok ihracat yapılan bölge %25,2 ile Avrupa pazarıdır. Avrupa'yı %7,5 ile Rusya ve Türki Cumhuriyetler, %5,5 ile Uzakdoğu ve ABD, %4,7 ile Asya ve %3,1 ile Afrika pazarları takip etmektedir. Bölge firmalarının büyük kısmının Arap ve Ortadoğu pazarı ile çalışması ayrıca rakamlara da yansımaktadır.

Tablo 11. Firmaların Devlet Desteğinden Faydalanması

Devlet desteğinden faydalaniyor musunuz?	Faktörler	Frekans	%
	Evet	116	45,7
	Hayır	102	40,2
	Devlet desteklerinden bilgim yok	36	14,1
Toplam	254	100	

Özellikle son yıllarda ihracat yapan firmalara başta Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından olmak üzere önemli destekler sağlanmaktadır. Maliyetlerin yüksek olması ve hedef pazarlara olan uzaklık nedeni ile rakiplerinin oldukça gerisinde kalan Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde ki firmaların devlet desteğinden ne ölçüde faydalandığı sorusuna Tablo 11'de görüldüğü üzere %45,7 oranında evet ve %40,2 gibi yüksek bir oranda ise hayır cevabı verilmiştir. Yapılan araştırmaya göre, bu önemli maliyet avantajından neredeyse Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde ki firmaların yarısı faydalanmamaktadır. Anket çalışmasında oldukça ilginç bir cevap daha alınmıştır ki ankete katılan firmaların % 14,1'inin henüz ihracatta devlet desteklerinden herhangi bir haberi yoktur. Devlet desteğinden optimum seviyede faydalanılabildiği ölçüde firmalar küresel rekabette yer alabileceklerdir. Bu nedenle mevcut desteklerin içeriği ve potansiyeli sektör temsilcilerine en doğru şekilde anlatılmalıdır.

Tablo 12. Firmaların Ar-Ge Faaliyetleri ve Hammaddelerin Nereden Geldiği

Ar-Ge Departmanınız var mı?	Faktörler	Frekans	%
	Evet	102	40,2
	Hayır	121	47,6
	Ar-Ge hakkında bilgim yok	31	12,2
	Toplam	254	100
İhraç mallarındaki hammaddeler nereden gelmektedir?	Faktörler	Frekans	%
	İthal	93	36,6
	Yerli	161	63,4
	Toplam	254	100

Küresel rekabette yeniliği yakalayan ve değişime ayak uyduran firmalar ayakta kalabilmektedir. Dış ticarete ise yeniliğin adresi Ar-Ge faaliyetleridir. Son dönemlerde Türkiye'de olduğu gibi Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde de artan ihracat ile birlikte Ar-

Ge faaliyetlerinde de önemli artışlar gözlenmektedir. Ar-Ge faaliyetleri ile hammaddelerin teminine ilişkin sorunun gösterildiği Tablo 12'ye göre araştırmaya katılan firmaların %40,2'sinde Ar-Ge departmanı mevcutken %47,6'sında ise Ar-Ge departmanı henüz kurulmamıştır. Üzücü olan ise firmaların %12,2'sinin Ar-Ge hakkında herhangi bir bilgisi bulunmamaktadır. Firmaların ayrıca ihracatta kullandığı malların hammaddelerinin ise %63,4'ünün yerli olması ise ülke ekonomisi ve gelişmesi için sevindirici bir durumdur.

Tablo 13. Tablo 13: Firmaların İhracatta Kullandığı Ödeme Şekli

En çok kullanılan ödeme şekli?	Faktörler	Frekans	%
	Peşin	90	35,4
	Mal mukabili	37	14,6
	Vesaik mukabili	29	11,4
	Akreditif	41	16,1
	Açık hesap	39	15,4
	Diğer	18	7,1
	Toplam	254	100
Ödeme şeklinden memnunsunuz?	Faktörler	Frekans	%
	Evet	218	85,8
	Hayır	36	14,2
	Toplam	254	100

Dış ticaret yapan firmaların en çok sorun yaşadığı alan ödeme şekilleridir. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki firmalarında özellikle Arap pazarlarında ödeme ile ilgili yıllardır yaşanan sorunlardan dolayı son dönemlerde ödeme şekillerinin değiştirdiklerini görmekteyiz. Yapılan araştırmada da bu sonuç görülebilmektedir. Tablo 13' göre 254 firmanın kullandığı ödeme şekillerinden en çoğu %35,4 ile peşin ödeme şeklidir. Peşin ödemeyi %16,1 ile akreditifli ödeme ve %14,6 ile mal mukabili ödeme ve %11,4 ile ise vesaik mukabili ödeme şekilleri izlemektedir. Görüldüğü üzere firmalar yapılan

İhracatın bedelini garantiye alacak ödeme şekillerini daha çok tercih etmektedirler. Bu ödeme şekillerinden memnun olup olmadığı sorusuna ise %85,8 ile beklenildiği gibi evet memnunun, %14,2 ile ise hayır memnun değilim cevabı verilmiştir.

Tablo 14. Firmaların Serbest Bölgeler Hakkında Bilgileri

	Faktörler	Frekans	%
Serbest bölgeler ve imkanları hakkında bilginiz var mı?	Evet	155	61
	Hayır	99	39
	Toplam	254	100

Dış ticaret de devlet yardımları gibi serbest bölgeler de artık küresel rekabet de önemli bir unsur haline gelmiştir. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde de özellikle Gaziantep'teki firmalar bu avantajdan yoğun bir şekilde faydalanmaktadırlar. Tablo 14'e göre anket çalışmasına katılan 254 firmadan %61'i serbest bölgeler hakkında bilgi sahibi olduklarını %39'unun ise herhangi bir bilgi sahibi olmadıkları görülmüştür. Bölgedeki serbest bölgelerin sayı ve kapasite açısından yetersizliği bu sonucu doğuran önemli bir sebep olarak tespit edilmektedir.

Tablo 15. Firmaların Yatırım Planı

	Faktörler	Frekans	%
Kısa dönemde yatırım planınız var mı?	Evet	161	63,4
	Hayır	93	36,6
	Toplam	254	100

Ankete katılan firmalar, geleceğe dönük planlarına ilişkin yatırım planları olup olmadığı sorusuna Tablo 15'te %63,4 ile kısa dönemde yatırım yapmayı düşündükleri, %36,6'sı

ise yatırım planları olmadığı cevabını vermiştir. Tüm olumsuzluklara rağmen bölgenin potansiyeli ve girişimci gücü oldukça iyi seviyededir. Birçok sektör yeni yatırımlara aç olup, bu yatırımların gerçekleştirilmesi durumunda bölgenin sosyo-ekonomik yapısından önemli değişimler sağlanacağı görülmektedir. Bu açıdan ihracatçı firmaların büyük çoğunluğu geleceği umutla bakmakta ve yatırım planları için çalışmaktadırlar.

Tablo 16. Dış Ticaret Mevzuatının Yeterliliği

Mevcut dış ticaret mevzuatı yeterli midir?	Faktörler	Frekans	%
	Evet, yeterlidir	47	18,5
	Hayır, güncellenmesi gerekir	149	58,7
	Fikrim yok	58	22,8
	Toplam	254	100

Dünya Ticaret Örgütü'ne üye olmanın verdiği zorunlulukla son yıllarda Türkiye'de dış ticaret mevzuatında ciddi revizyonlar gerçekleşmektedir. Özellikle bürokrasinin azaltılması ve sürecin daha hızlı hale gelebilmesi ile maliyetlerin düşürülmesi için Avrupa Birliği'ne uyum yasaları ile de gelişmeler görülmektedir. Fakat yapılan araştırmaya göre bu gelişmelerin Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki firmalar için yeterli gelmediği görülmektedir. Çünkü Tablo 16'da görüldüğü üzere ankete katılan firmaların %58,7'si mevcut dış ticaret mevzuatını hala yeterli görmemekte ve güncellenmesi gerektiğini savunmaktadır. Firmaların %18,5'i ise mevzuatı yeterli görürken %22,8'inin ise herhangi bir fikri yoktur.

Tablo 17. Firmaların Türkiye ve Bölge İhracatı Hakkındaki Görüşleri

Son yıllarda gerçekleştirilen ihracat hakkındaki düşünceleriniz?	Faktörler	Frekans	%
	Çok iyi	31	12,2
	Daha iyi olabilir	162	63,8
	Yetersiz	52	20,5
	Fikrim yok	9	3,5
	Toplam	254	100
Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin ihracat sektöründe yaşadığı en önemli sorun nedir?	Faktörler	Frekans	%
	Teşviklerin yetersizliği	72	28,3
	Uzman personel eksikliği	66	26
	Sermaye yetersizliği	25	9,8
	Terör	26	10,2
	Maliyetlerin yüksek oluşu	39	15,4
Hedef pazarlara uzaklık	17	6,7	

Gerek gelişen dünya piyasaları gerekse Türkiye'deki firmaların dünya pazarındaki hakimiyeti sonucunda 2011 yılı, 130 milyar doların üzerinde ihracat rakamıyla kapanmıştır. Son yıllarda ihracatta görülen bu hızlı büyüme Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde gerçekleştirilen ihracat rakamlarına da yansımıştır. Mevcut potansiyelini yıllarca kullanamayan bölgenin firmaları son dönemde özellikle sınır ticaretinin de gelişmesiyle büyük atılımlar gerçekleştirmiştir. Gelişen bu olumlu hava ankete katılan 254 firmaya sorulduğunda ise Tablo 17'ye göre firmaların %63,8'inin bu olumlu ihracat rakamlarının daha da geliştirilebileceğine inanmaktadırlar. Firmaların %20,5 bu rakamların hala Türkiye ve bölge ihracat potansiyeline göre yetersiz olduğunu savunurken %12,2'si ise çok iyi olduğunu belirtmektedir.

Son olarak firmaların Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yaşadığı sorunların tespitine ilişkin sorulan soruda ankete katılan firmaların %28,3'ü teşviklerin yetersizliği olarak görmektedir. Her ne kadar son dönemlerde mevcut iktidarlar tarafından büyük teşvik paketleri hazırlansa da bu paketlerin özel sektör nezdinde çok büyük bir itibar göstermediği sonucuna varılır. Teşviklerin yetersizliğinden sonra görülen en büyük

sorun %26 ile uzman personel eksikliğidir. Dış ticaret alanında Türkiye'nin genelinde olduğu gibi uzman personel bölgede de oldukça yetersizdir. Bu sorunun çözülmesi için genellikle danışman veya aracı firmalarla irtibat kurulmaktadır. Firmaların %15,4'ü maliyetlerin yüksek olduğunu, %10,2'si terör, %9,8'i sermaye yetersizliği ve %6,7'si ise hedef pazara uzaklığı en büyük sorun olarak görmektedir.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Ekonomik kalkınma, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin küresel rekabette yer alabilmesi için son dönemlerde önemli bir sorun haline gelmektedir. Dış ticaret ve özellikle de ihracat sektörü yarattığı katma değer ve istihdam olanaklarının yanı sıra döviz girdisi de sağlayarak birçok makro ekonomik soruna karşı çözümler üretmekte ve sosyo-ekonomik farklılıkları da ekonomik gelişmeyle birlikte ortadan kaldırmaktadır. Bu değişimin öncüleri ise sektörde faaliyet yürüten firmalardır. Çalışmanın ana merkezini oluşturan Güneydoğu Anadolu Bölgesi ise tarım ekonomisinin güçlü olduğu bir bölge olup GAP'taki ilerlemeler neticesinden gerek istihdam gerek maliyetlerin azalması ile üretimde önemi atılımlar gerçekleştirerek, Türkiye GSYİH'nın %4,6'sına sahiptir. Son dönemde tarımın yaratmış olduğu katma değer payı bölgede azalırken özellikle sanayi ve hizmetler sektörlerindeki gelişmeler ön plana çıkmaktadır.

Çalışmada, kalkınma ile ihracat arasındaki ilişki literatür araştırması yapılarak irdelenmiş olup Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde faaliyet yürüten 254 firma üzerinde anket düzenlenerek bölgenin ve firmaların sorunları, potansiyelleri analiz edilmiştir. Ekonomi literatürüne bakıldığında bir bölgenin gelişmesinde ihracat sektörünün büyük önem arz ettiği sonucuna varılan birçok ampirik çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmaların büyük kısmında kalkınma ile ihracat arasında pozitif yönlü ilişki olduğu tespit edilir. Bu ampirik çalışmalar altında Güneydoğu Anadolu Bölgesi mevcut sorunları ile analiz edildiğinde ihracat sektörünün önemli bir potansiyel teşkil ettiği ve yıllar itibarıyla ihracat rakamlarındaki gelişmeye paralel olarak ekonomik kalkınmanın da sağlanabildiği görülmektedir. Anket sorularının analizinde ihracatçı firmaların büyümesi

ve ihraç ürünlerinin ve pazarlarının çeşitlenmesi ile bölge kalkınması arasında pozitif yönlü ilişki olduğu tespit edilmiştir. Anket uygulamasındaki geleceğe dönük yatırım planları ve bölgenin ihracat performansı sorularına verilen cevaplarda bu sonucu desteklemektedir.

Bölgenin bazı illerinde başta terör ve kalifiye eleman eksikliği gibi sorunlara rağmen son yıllardaki ihracat sektöründeki gelişimi, Türkiye ortalamasının üzerinde olup bu ise bölge kalkınmasının diğer bölgelerle arasındaki makası kapatmaktadır. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde ihracat rakamları Türkiye'nin genelinde olduğu gibi son yıllarda oldukça hızlı bir artış göstermektedir. Bu artışta muhakkak sınır ticaretinin payı çok fazladır. Fakat Arap Baharı olarak bilinen isyanlardan sonra özellikle 2012 yılı sonunda, mevcut potansiyelin altına gerilediği görülmektedir. Çünkü Suriye ve Irak pazarında ciddi kayıplar söz konusudur. Bölgenin ihraç ürünleri çeşitliliğine bakıldığında ise tarım ürünlerinin yerini sanayi ürünlerine bıraktığı görülmektedir. Böylece katma değeri yüksek ürünlerin ihracat da kullanılması ile bölgenin kalkınması ve öznel sorunların çözümü daha da kolay olmaktadır.

Çalışmada, ankete katılan 254 firma üzerinden bölgedeki ihracatçı firmaların sorunları ve potansiyeli irdelenmektedir. Öncelikle bölgedeki firmaların büyük çoğunluğunun imalatçı-ihracatçı olması, üretilen malların pazara sunulmasındaki katma değerinin büyük çoğunluğun firmada kaldığını göstermekte olup, bu durum önemli bir avantajdır. Ayrıca gerek firmalarda dış ticaret departmanlarının oluşturulması ya da oluşturulmaya çalışılması gerekse de bu departmanlarda çalışanlarının büyük çoğunluğunun lisans ve yüksek lisans mezunlarından oluşması, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki firmaların ihracat sektörüne olan ilgisinin yüksek olduğunu ve sürekli bir gelişim içinde olacağını göstermektedir. Fakat bu personelin %50'ye yakınının herhangi bir dış ticaret eğitimi almamış olması ise uzman personel açığının önemli boyutlarda olduğunu göstermektedir.

Anket çalışmasında tespit edilen önemli bir konu ise hedef pazar çeşitliliği noktasındadır. Firmaların %50'sinden fazlasının ihracat yaptıkları temel ülkeler Arap ve Ortadoğu ülkeleridir. Bu ülkelerdeki siyasi sorunların yarattığı istikrarsızlıklardan dolayı çok kırılgan bir yapısı vardır. Nitekim Irak ve Suriye'de yaşanan sorunlar, bölge ihracatını ve dolayısıyla makro ekonomik gelişmişliğini olumsuz yönde etkilemektedir. Bu sorunun çözülebilmesi için ihracat yapılan hedef pazarların çeşitliliği gerekmektedir.

Bölgenin öznel sorunlarından dolayı firmalar, küresel rekabette Türkiye'nin diğer bölgelerine göre daha fazla bir maliyete katlanmaktadır. Bu maliyetlerin minimize edilmesi için Ar-Ge yatırımlarına verilen önem muhakkak dikkate alınacak bir gelişmedir. Fakat yapılan araştırmada hala devlet yardımlarından istenilen boyutta faydalanılamadığı görülmüştür. Buna rağmen firmalar gerek Türkiye'nin gerekse sektörün geleceğine ilişkin olumlu beklentilere sahip olduğundan, kısa dönemde yatırım yapmayı düşünüp düşünülmediği sorusuna % 63 gibi büyük oranda olumlu yanıt vermişlerdir.

Bölgenin genel sorunlarının tespitine ilişkin soruya verilen yanıt yorumlandığında ise; beklendiği üzere bölgenin en büyük sorunu olarak terör değil, %28,3 oranında teşviklerin yetersizliği olduğu tespit edilmiştir. Yıllardır birçok iktidar tarafından sayısız teşvik politikaları uygulanmaya çalışılsa da bölgedeki yansımalarının yetersiz ya da olumsuz olduğu görülmektedir. Bölgenin ihtiyaçlarına uygun, özel sektörü bölgeye çekebilecek ve en önemlisi de maliyetleri düşürecek, bürokrasiyi azaltacak bir teşvik politikası bölgenin ihracat potansiyelini daha da arttıracak ve dolayısıyla bölgenin kalkınmasını da hızlandıracaktır.

Anket sorularının analizinde bölgedeki firmaların GAP'ın yarattığı fırsatlarla da birlikte rakiplerine göre birçok maliyet avantajlarına sahip olduğu, bu durumun ise bölgenin sosyo-ekonomik yapısında iyileşmeler yarattığı tespit edilmektedir. Fakat bölgenin henüz potansiyelinin altında çalıştığı ve eksik istihdamın yarattığı olumsuzluklara sahip olduğu görülmektedir. Bölgedeki sınır ticareti ve güvenlik gibi sorunların çözülmesinin

yanı sıra kalifiye eleman sorununun tedarik edilmesi ile ihracatçı firmaların daha büyük katma değerler yaratabileceği, bölge kalkınmasında önemli ilerlemeler sağlanabileceği sonucuna varılmaktadır.

KAYNAKÇA

- Aktaş, M.T. ve Çatalbaş, N. (2011). "Güneydoğu Anadolu Bölgesinin Kalkınma ve İhracat İlişkisi Üzerine Bir İnceleme." *Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi*, 31(2): 65-67.
- Aysan, A.F. ve Hacıhasanoğlu, Y.S. (2007). "Investtigation into Determinants of Turkish Export Boom In The 2000s." *The Journal of International Trade and Diplomacy*, 1 (2): 183.
- Awokuse, T. O. (2007). "Casuality between Exports, Imports, and Economic Growth: Evidence From Transition Economies." *Economics Letters*: 94.
- Balassa, B. (1978). "Export Incentives and Export Performance in Developing Countries: A Comparative Analysis." *Review of World Economics*, 114(1).
- Çıkmaz, A. (2013). *Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri Basın Duyurusu*.
<http://www.gaib.org.tr/web/> adresinden 01.02.2013 tarihinde alınmıştır.
- Dodaro, S. (1993). "Exports and Growth: A Reconsideration of Causality." *The Journal of Devolving Areas*, 27: 227-244.
- DPT. (2000). Uzun Vadeli Strateji Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 2001-2005. Ankara.
- DPT. (2010). Kamu Yatırımları. <http://www.dpt.gov.tr/kamuyat/program.html>.
adresinden 17.08.2010 tarihinde alınmıştır.
- DTM. (2011). İllere Göre İhracat. <http://www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detayrk&yayinID=1116&icerikID=1225&dil=TR> adresinden 21.06.2011 tarihinde alınmıştır.
- Edward, S. (1998). "Opennes, Productivity And Growth: What Do We Really Know?" *The Economic Journal*, 108: 383-398.

- Ersungur, Ş.M. ve Yalman, İ.N. (2009). "Bölgesel Kalkınmada İhracat Teşviklerinin Etkinliği: Sivas İlinde Bir Uygulama." Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 10(1): 82-83.
- GAİB. (2010). Sektörel Bazda Rapor. <http://www.gaib.org.tr> adresinden 20.08.2010 tarihinde alınmıştır.
- Gürsoy, Y. (2006). *Dış Ticaret İşlemleri Yönetimi*. Bursa: Ekin Kitapevi.
- Ibeh, K.I.N. (2003). "On The Internal Drivers of Export Performance Among Nigerian Firms: Empirical Findings and Implications." *Management Decision*, 41(3).
- İmamoğlu, M.Ş. (2011). Güneydoğu Anadolu Bölgesi ve Yakın Yöresinin Maden Yatakları Yönünden Değerlendirilmesi. http://www.maden.org.tr/resimler/ekler/acadc62d67d78_ekpdf adresinden 12.06.2011 tarihinde alınmıştır.
- Julian, C.C. (2003). "Examining The Antecedents of Export Marketing Performance of Thai Export Ventures." *Journal of Asia-Pacific Business*, 5(1).
- Karlı, B. (2005). "Güneydoğu Anadolu Projesi" Türkiye'de Tarım, Ed. Fahri Yavuz, Tarım ve Köyşleri Bakanlığı, Ankara: 229
- Karluk, R. (2005). *Türkiye Ekonomisinde Yapısal Dönüşüm*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Katsikeas, C.S., Piercy, N.F., Loannidis, C. (1996). "Determinants of Export Performance In A European Context." *European Journal Of Marketing*, 30(6): 6.
- Kurt, S. ve Berber, M. (2008). "Türkiye'de Dış Açıklık ve Ekonomik Büyüme." *Atatürk Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, 22(2): 69-70.
- Michaely, M. (1997). "Export and Growth: An Empirical Investigation." *Journal of Development Economics*, 4: 49-53.
- Nazar, M.S. ve Saleem, H.M.N. (2009). "Firm-Level Determinants of Export Performance." *International Business of Economic Research Journal*. 8(2).
- Niroomand, F. and Nissan, E. (1997). "An Inquiry Into Openness in International Trade." *Journal Economics Studies*, 24(3).
- Oskooee, M. B. and Niroomand, F. (1999). "Openness and Economic Growth An Empirical Investigation." *Applied Economics Letters*, 6: 557-561.

- Pınar, A. ve Arıkan, S. (2003). “Avrupa Birliği ve Türkiye’de Bölgesel Kalkınma Bağlamında Devlet Yardımları.” Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi, 3(1): 94-96.
- TİM. (2013). *İl Bazında İhracat Rakamları*. <http://www.tim.org.tr/tr/ihracat-ihracat-rakamlari-tablolar.html> adresinden 26.01.2013 tarihinde alınmıştır.
- TUIK. (2012). *Ulusal Hesaplar*. <http://www.tuik.gov.tr//ulusalhesapapp/bolgeselgskd.zul> adresinden 29.12.2012 tarihinde alınmıştır.
- Tyler, W.G. (1981). “Growth and Export Expansion in Developing Countries: Some Empirical Evidence.” *Journal of Development Economics*, 9 (1): 127.
- Uğuş, B. (2010). *AB Ve Türkiye’de Bölgesel Kalkınma Politikaları*. <http://www.odevsor.com/AB-ve-Turkiye-de-Bolgesel-Kalkinma-Politikalari-indir58928.htm> adresinden 25.04.2011 tarihinde alınmıştır.
- Uzay, N. (2000). “Gelişmekte Olan Ülkelerde İhracat Artışı-İktisadi Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği.” *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9: 37-55.
- Uzel, U. ve Köprülü, Ö. (2004). *Bölgesel Kalkınmada KOBİ’lerin Rolü ve Denizli İli Örneği*. <http://www.tcmb.gov.tr/yeni/iletisimgm/umutozelozlemkoprulu.pdf> adresinden 14.03.2012 tarihinde alınmıştır.

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

Foreign trade is an important phenomenon in global competition and significant support is provided to companies in this sector. The export sector are affecting many dynamics of the economy and also act as important policy tools for achieving economic development. Development, which has a multi-dimensional and complex content, involves social, political and cultural elements as much as economic ones. The main objective of development policies are; reduction of disparities and preventing unplanned urbanization, and thus expansion of metropolitan areas across the country. In this context, during the implementation of regional development policies;

sustainability, reduction of disparities between regions, compensating social and economic balances, improving quality of life, equality of opportunity, cultural development and participation are taken as principles. (SPO, 2000: 163). Export, which is one of the sub-sectors of foreign trade, causes the innovation through its impacts on both production and foreign exchange, and therefore allows the cost-saving innovations to be created in the region that it is conducted. Literature review show that the developed regions are getting a greater share of the export, and therefore the export appears to be an important sector contributing to development.

Developments in the export sector are important policy tools in economic growth as well since they create positive externalities. For this reason, when the similar global cases are analysed, it will be seen that many incentives and subsidies are provided to export sector in order to bring the development levels to optimal range. Moreover, the development of export sector creates a significant cost advantage in the industries that use the factors with comparative advantage in the regions lagging behind the development.

The study mainly examined the South-eastern Anatolia Region, which could not reach to a structure that reflects its true potential for years because of the specific problems that it deals with. The expected leap was not achieved in the region in spite of the border trade, cheap labour, sector-based incentives that are provided under different names in each term. In this context, as a result of a study of exporting firms in the region; the basic problems of enterprises and the region, their potentials and goals are identified and the impacts to the development were analysed.

The Purpose of This Research

In this research, the impacts of export sector to socio-economic structure of South-eastern Anatolia Region, which was constantly staying behind development index, and

the change it created in the economic development. In this context, the potential and sectoral issues of exporting companies in South-Eastern Anatolia Region are analyzed.

The Method, Scope and Limitations of the Research

Survey method was used in this study. The surveys were carried out with the exporting firms from nine provinces of the region, mostly face to face but some of them via e-mail. Then the data is analysed by using the software SPSS 15.0 for Windows, by determining the frequency and the averages. The scope of the study consists of the businesses in South-Eastern Anatolia Region who are involved in export activities in either registered or unregistered way. The companies are mainly selected out of the 1185 companies that are registered with the South-Eastern Anatolia Exporters' Associations.

The most important limitations of the study are that the majority of these firms are located in the province of Gaziantep and also the companies operating in other provinces were feeling anxious to respond to some survey questions. The reason is that by answering the questions such as the number of workers employed, the annual export figures, it was suspected that their unregistered activities might be uncovered. Therefore, by reaching the 254 companies operating in the region, firstly the aim of the research was explained and then the survey is done and finally the data is analysed.

Conclusion

In Turkey, who is a candidate member state of the European Union, the economic development issues are becoming an increasingly important. In this study, the relationship between economic development and export is examined through literature research; the positive relationship between export and development was also found to be valid for the South-eastern Anatolia Region. When the social and

economic problems of the region are analysed under these empirical studies, it was identified that the export sector constitutes a significant potential. The distance of the companies in the region to their target markets, the relatively low costs of production and serious public incentives are all seen as important advantages in the competition. However, it was also identified that the export figures are far below than its current potential because of the reasons like not benefiting enough from the advantages of free trade zones, the state aids for different areas of export are not common in the region, lack of qualified specialists personnel, lack of R & D activities etc. In addition, regarding the question that is asked to determine the biggest problem of the area, the answer was not terrorism as expected, but on the contrary to expectations it was the lack of incentives. With this question, it is concluded that the significant incentives and subsidies provided each term are still deemed insufficient by the companies in the region.