



GÜNEYDOĞU ANADOLU HALI İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

TÜRKİYE DOKUMA MAKİNE HALICILIK SEKTÖRÜ: ENVANTER, PROJEKSİYON VE ANALİZ

00.00.2011, GAZİANTEP



GÜNEYDOĞU ANADOLU HALI İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

TÜRKİYE DOKUMA MAKİNE HALICILIK SEKTÖRÜ: ENVANTER, PROJEKSİYON VE ANALİZ



Bu çalışmanın hazırlanmasında değerli katkılarından dolayı
Gaziantep Üniversitesi, Zirve Üniversitesi ve İpekyolu Kalkınma
Ajansı'na teşekkür ederiz.



GÜNEYDOĞU ANADOLU HALI İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

İLETİŞİM

Gazimuhtarpaşa Bulvarı Mücahitler Mah. 52012 Nolu Sokak No:6
Şehitkamil – GAZİANTEP
Telefon : (0342) 2110500 Faks: (0342) 2110510
www.gaib.org.tr - gaib@gaib.org.tr

YÖNETİCİ ÖZETİ

Bilindiği üzere halı sektörü, tasarım ve markalaşma çalışmaları ile katma değeri yüksek, kişiye özel ürünler geliştirebilen, pazar bilgisi sürekli artan emek yoğun bir sektördür.

Tüketici tercihinin ekonomik, sosyal değişimler ekseninde farklılaştığı günümüzde, sektör olarak bu değişikliklere uyum sağlamak, büyümeyi kolaylaştıracak, üretim hedeflerini önemli ölçüde değiştirecektir.

Sektörde istikrarlı bir büyümenin sağlanması ancak, üretim alt yapısının güçlendirilmesi, Ar-Ge (Araştırma-Geliştirme) ve Ür-Ge (Ürün Geliştirme) çalışmalarına ağırlık verilmesi, sektöre dair gelişmelerin takip edilebilmesi, pazar araştırmaları ve tanıtım faaliyetlerinin güçlendirilmesi ile mümkün olacaktır.

İnsan ve teknoloji faktörlerini doğru kullanabilen, diğer üreticilerle irtibat halinde olabilen, geleneksel üretim politikalarının yanı sıra dünya trendlerini de takip edebilen, tasarımcı ruhu gelişmiş çalışanlara önem veren firmalar globalleşen dünyada yerini alabilecektir.

2009 yılı Aralık ayında kurulan ve 2010 yılı Nisan ayında yapılan Kuruluş Genel Kurulunda yetkili organlarının teşekkülü ile faaliyete geçen Güneydoğu Anadolu Halı İhracatçıları Birliğimiz, sektörel politikaların belirlenmesi ve geliştirilmesi, kalite standartlarının uluslararası normlara göre tespiti ile üretim, pazarlama ve ihracatta karşılaşılan sorunlara çözüm üretmek üzere çalışmalarına başlamıştır.

Öncelikle, durum tespiti yapmak, güçlü ve zayıf yönlerimizi görmek, işletmelerin envanterini, kapasitelerini, yapılarını, yaşamış oldukları sorunları ve bu sorunlara yönelik çözüm önerilerini, gelecek projeksiyonlarını ve potansiyellerini ortaya çıkarmak üzere halı sektörü envanter çalışması yapılması kararlaştırılmıştır.

Bu çerçevede, ilk etapta alanında uzman öğretim üyelerine kapsamlı bir anket hazırlanmış, daha sonra, Gaziantep Üniversitesi ve Zirve Üniversitesi öğretim elemanları ile İpekyolu Kalkınma Ajansı uzmanlarınca imalatçı firma yetkililerinden randevu alınarak, yüz yüze anketler yapılmış ve toplam 137 üretici firmadan envanter bilgileri temin edilmiştir. Gaziantep dışındaki üreticilerle anketin yapılmasında İstanbul Halı İhracatçıları Birliği'nin yönetici ve çalışanlarından destek alınmıştır.

Envanter çalışması, dokuma makine halısı ile sınırlı tutulmuş, tuft ve el halısı, başka projelerde araştırma konusu yapılmak üzere bu çalışmanın kapsamı dışında bırakılmıştır.

Bu çalışmanın, Türkiye’de makine halısı sektöründe yapılan bir ilk olduğunu da belirtmekte fayda görülmektedir.

Anket çalışmasında ortaya çıkan en önemli sonuç, makine halısı sektörünün Gaziantep merkezli olarak son yıllarda çok hızlı bir büyüme trendinde olduğudur. Tezgah sayısındaki hızlı artış, üretim, istihdam ve ihracattaki artışı da beraberinde getirmektedir. 2009 yılı sonunda yaklaşık 800 adet olan tezgah sayısının 2011 yılı sonunda 950’yi geçmesi beklenmektedir.

Çalışmada elde edilen sonuçlar, kamuoyunun bilgisine, araştırmacıların, akademisyenlerin ve sektörün istifadesine sunulmak üzere derlenerek bastırılmıştır.

Envanter çalışmasının, sektörün geleceğine ve gelişimine ışık tutmasını, 2023 yılı ihracat hedefi 500 milyar Dolar olan ülkemizin bu amacını gerçekleştirmesine katkı sağlamasını diler, çalışmada emeği geçen herkese teşekkür ederim.

Salahattin KAPLAN

Güneydoğu Anadolu Halı İhracatçıları Birliği Başkanı

İÇİNDEKİLER LİSTESİ

| | |
|---------------------------|-----|
| YÖNETİCİ ÖZETİ | i |
| İÇİNDEKİLER LİSTESİ | iii |
| TABLolar LİSTESİ | v |
| ŞEKİLLER LİSTESİ | vi |

BİRİNCİ BÖLÜM TÜRKİYE'DE HALICILIK SEKTÖRÜ

| | |
|--|----|
| 1.1. TÜRK HALICILIĞININ TARİHÇESİ | 1 |
| 1.2. GÜNÜMÜZDE TÜRK HALICILIĞI | 3 |
| 1.2.1. Üretim ve İhracat | 3 |
| 1.2.2.1. Halı İhracatımızın Ülke Gruplarına Göre Dağılımı | 4 |
| 1.2.2.2. Halı İhracatımızın Ülkelere Dağılımı | 5 |
| 1.2.2.3. Makine Halısı İhracatı | 6 |
| 1.2.2.4. El Halısı İhracatı | 7 |
| 1.3. DÜNYA HALI SEKTÖRÜ VE ÜLKEMİZİN SEKTÖR İÇİNDEKİ PAYI | 8 |
| 1.4. DÜNYANIN BAŞLICA HALI ÜRETİCİ VE İHRACATÇISI ÜLKELERİ | 10 |

İKİNCİ BÖLÜM ARAŞTIRMANIN AMACI, KAPSAMI VE ÖNEMİ

| | |
|---|----|
| 2.1. ARAŞTIRMANIN AMACI, KAPSAMI VE ÖNEMİ | 12 |
|---|----|

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM SEKTÖRE YÖNELİK ENVANTER BİLGİLERİ

| | |
|---|----|
| 3.1. ŞİRKETLERİN GENEL PROFİLİ | 13 |
| 3.2. ÜRETİM VE HAMMADDE BİLGİLERİ | 17 |
| 3.3. İPLİK ÜRETİMİNE İLİŞKİN ENVANTER BİLGİLERİ | 19 |
| 3.4. SATIŞ, İTHALAT VE İHRACAT BİLGİLERİ | 20 |
| 3.5. FİNANSMANA İLİŞKİN BİLGİLER | 22 |

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM SEKTÖR PROBLEMLERİ VE SÜREÇ ANALİZİ

| | |
|---|----|
| 4.1. SEKTÖR PROBLEMLERİ..... | 25 |
| 4.2. MARKALAŞMA FAALİYETLERİ..... | 26 |
| 4.3. KURUMSALLAŞMAYA İLİŞKİN BİLGİLER | 28 |
| 4.4. SÜREÇ ANALİZİ..... | 31 |
| 4.5. İŞBİRLİKLERİ VE ALINAN DESTEKLERE İLİŞKİN BİLGİLER | 34 |

BEŞİNCİ BÖLÜM SEKTÖR GELECEK PROJEKSİYONU

| | |
|---|----|
| 5.1. YATIRIM HEDEFLERİNE İLİŞKİN BİLGİLER | 37 |
| 5.2. REKABET STRATEJİLERİNE İLİŞKİN BİLGİLER | 38 |
| 5.3. İŞLETMELERİN İHTİYAÇ VE HEDEFLERİNE İLİŞKİN BİLGİLER | 39 |

ALTINCI BÖLÜM SEKTÖRE YÖNELİK SWOT ANALİZİ

| | |
|---|----|
| 6.1. SEKTÖRE YÖNELİK SWOT ANALİZİ | 44 |
|---|----|

| | |
|--|-----------|
| GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ..... | 48 |
|--|-----------|

| | |
|-----------------------------|----|
| EK 1. ANKET FORMU | 53 |
| EK 2. FİRMA LİSTELERİ | 65 |

TABLOLAR LİSTESİ

| | |
|--|----|
| Tablo 1. Yıllar İtibariyle Türkiye Makine ve El Halısı İhracatı | 4 |
| Tablo 2. Başlıca Ülke Grupları İtibariyle Türkiye Halı İhracat Kaydı | 5 |
| Tablo 3. En Çok Halı İhracatı Yapılan Ülkeler..... | 6 |
| Tablo 4. En Çok Makine Halısı İhracatı Yapılan Ülkeler..... | 7 |
| Tablo 5. En Çok El Halısı İhracatı Yapılan Ülkeler | 8 |
| Tablo 6. İşletmelerin Kullandıkları Kapalı ve Toplam Alan | 15 |
| Tablo 7. Aylık Tüketilen Ortalama Enerji Miktarı(TL)..... | 16 |
| Tablo 8. Yıllara Göre Halı Üretimi (1000 m ²)..... | 18 |
| Tablo 9. Yıllara Göre Kapasite Kullanım Oranı (%) | 18 |
| Tablo 10. İplik Üretimi İçin Kullanılan Kapalı ve Toplam Alan(m ²) | 19 |
| Tablo 11. İşletmelerin Yurtiçi ve Yurtdışı Satışları (Bin TL)..... | 20 |
| Tablo 12. İşletmelerin Kredi Talebinde Bulunma Nedenleri (%)..... | 23 |
| Tablo 13. İşletmelerin Finansman İle İlgili Öncelikli Sorunları | 25 |
| Tablo 14. İşletmelerin Maliyetler İle İlgili Öncelikli Sorunları..... | 25 |
| Tablo 15. İşletmelerin Yatırım ve ARGE İle İlgili Öncelikli Sorunları | 26 |
| Tablo 16. İşletmelerin İstihdam İle İlgili Öncelikli Sorunları..... | 26 |
| Tablo 17. Rakiplere Karşı Alınması Gereken Önlemler..... | 39 |
| Tablo 18. İşletmelerin İhtiyaçlarının Önem Derecesi | 40 |
| Tablo 19. Sektörün Güçlü Yönleri | 44 |
| Tablo 20. Sektörün Zayıf Yönleri | 45 |
| Tablo 21. Sektörün Fırsatları..... | 45 |
| Tablo 22. Sektör İçin Tehditler | 46 |

ŞEKİLLER LİSTESİ

| | |
|---|-----|
| Şekil 1. Dünya Halı Ticareti (Kaynak: Un-Comtrade)..... | 9 |
| Şekil 2. Başlıca Dünya Halı İhracatçısı Ülkeleri (Kaynak: Un-Comtrade)..... | 10 |
| Şekil 3. İşletmelerin Kuruluş Yıllarına Göre Dağılımları..... | 13 |
| Şekil 4. İşletmelerin Ortaklık Yapısı (%)..... | 14 |
| Şekil 5. Sektörün İstihdam Yapısı (%)..... | 14 |
| Şekil 6. 2000 Yılı Sonrası Tezgah Sayıları..... | 15 |
| Şekil 7. Tezgahların Markalara Göre Dağılımı (%)..... | 16 |
| Şekil 8. Kalite Yönetim Sistemleri (İşletme Sayısı)..... | 17 |
| Şekil 9. Yıllara Göre Tezgâh Başına Halı Üretimi (1000 m ²)..... | 177 |
| Şekil 10. Yıllara Göre Halı Üretiminde Kapasite Kullanım Oranı (%)..... | 18 |
| Şekil 11. Hat Başına Üretim Kapasitesi(ton/yıl)..... | 19 |
| Şekil 12. Toplam Üretim (Ton/Yıl)..... | 20 |
| Şekil 13. İşletmelerin Hedef İhracat Pazarları..... | 21 |
| Şekil 14. İşletmelerin İhracat Yapamama Nedenleri..... | 22 |
| Şekil 15. İşletmelerin Markalaşmaya Yönelik Çalışmaları (İşletme Sayısı)..... | 27 |
| Şekil 16. Markalaşmanın İşletmelere Kattığı Avantajlar (İşletme Sayısı)..... | 27 |
| Şekil 17. İşletmelerin Markalaşamama Nedenleri (İşletme Sayısı)..... | 28 |
| Şekil 18. Üretimin Pazara Sunulma Şekli (%)..... | 28 |
| Şekil 19. İşletmelerde Nesillerin Dağılımı..... | 29 |
| Şekil 20. Aile Dışı Yönetici İstihdam Etme Oranı..... | 29 |
| Şekil 21. İşletmelerin Kurumsallaşmaya İlişkin Bazı Göstergeleri..... | 30 |
| Şekil 22. İşletmelerde Uygulanan Süreçler (%)..... | 31 |
| Şekil 23. İşletmelerin Müşteri Portföyünü Artırma Faaliyetleri (%)..... | 31 |
| Şekil 24. İşletmelerin Aldığı Danışmanlık Hizmetleri (%)..... | 32 |
| Şekil 25. İşletmelerin Aldığı Eğitim Hizmetleri (%)..... | 33 |
| Şekil 26. İşletmelerin Son Üç Yıllık Performansları (%)..... | 33 |
| Şekil 27. İşbirliği Yapılan Kurumlar..... | 34 |
| Şekil 28. İşletmelerin Yararlandıkları Devlet Destekleri..... | 34 |
| Şekil 29. Üniversite-Sanayi İşbirliğinin Yetersiz Olma Nedenleri..... | 35 |
| Şekil 30. İşletmelerin Yatırım Yapma Amaçları..... | 37 |
| Şekil 31. İşletmelerin Yatırım Kararları..... | 38 |
| Şekil 32. İşletmelerin Sektöre İlişkin Beklentileri..... | 40 |
| Şekil 33. İşletmelerin Türkiye Ekonomisine İlişkin Beklentileri..... | 41 |
| Şekil 34. İşletmelerin Gelecek Üç Yıl İçin Beklentileri..... | 41 |

BU SAYFADA BİR RESİM
YERALACAK

BİRİNCİ BÖLÜM TÜRKİYE'DE HALICILIK SEKTÖRÜ

1.1. TÜRK HALICILIĞININ TARİHÇESİ

Halıcılık Türklerin en eski el sanatlarından birisi olup binlerce yıllık bir geçmişe sahiptir; fakat Türk halıcılığının tarihi yeteri kadar bilinmemektedir. Bugün eski Türk halıcılığına ait bol miktarda malzeme bulunmaktadır. Bu malzeme; İran, Hint, Mısır, İspanya ve Çin halılarından daha fazla miktardadır. Ne var ki, Türk halıcılığının geçmişine dair yeterli doküman bulunmamaktadır. Halı ilmi ile uğraşanlar hep batılılar olmuştur. Türk araştırmacılar ise bu konuya pek az ilgi duymuştur. Batılı araştırmacılar devamlı olarak 16. yüzyıl İran halılarını incelemişler, bu araştırmalarda hep İran kaynaklarından yararlanmışlardır. Türk halıcılığına dair yeterli miktarda yazılı kaynak ve doküman bulunmayışı, araştırmacıları İran halıcılığı sahasına çekmiştir.¹

Halıcılık Anadolu'ya ve İran'a Selçuklularla birlikte girmiştir. Ancak Anadolu'da ilk dokunan halılardan elimizde çok az sayıda parça kalmıştır. Yangınlar, savaşlar, yurt değiştirmeler, el değiştirmeler bizi bu hazineden mahrum bırakmıştır. Fakat halıcılık sanat dalı olarak Anadolu'da kalmış ve günümüze kadar da bütün ihtişamıyla devam ederek gelmiştir. Düğümlü halı ilk defa 11. yüzyılda Selçuklular döneminde görülmüştür. 1271-1272 yıllarında Anadolu'dan geçen Marko Polo, seyahatnamesinde dünyanın en güzel ve en kaliteli halılarının Anadolu'da dokunduğunu yazmıştır. Konya, Kayseri, Sivas gibi şehirler bu halıların imal edildiği merkezlerin başında gelmiştir.

11. yüzyılda Anadolu'da başlayan halıcılık, 13. ve 14. yüzyıllarda en parlak dönemini yaşamıştır. 14. yüzyılda daha çok küçük kareli, geometrik desenli halılar dokunmuştur. 12. yüzyıl boyunca halı imalatı ev tezgahlarında dokunurken, 13. yüzyılda atölye halıcılığına geçilmiş ve bu dönemde büyük ebatlı halılar dokunmuştur.

¹ KURT, E., (Çev: H. Taner), "15. Asır Türk Halısı", İ.Ü. Edb. Fak. Yay. No. 715, 1966, s.86.

Bu dönemden elimizde pek az örnekleri kalan kıymetli halılar, Avrupa saraylarını süslemiş ve bugün Avrupa müzelerinde yüzlercesi bulunmaktadır.

15. yüzyıl halıcılık tarihimizin karanlık bir dönemidir. Anadolu Selçuklularıyla birlikte 200 yıllık saltanat süren halıcılık, 15. yüzyıl Osmanlı İmparatorluğu döneminde yok olmuş gibidir. Bu döneme ait bir tek halı örneği bile günümüze gelmemiştir

16. ve 17. yüzyıllarda Türk halıcılığı, ikinci parlak dönemini yaşamıştır. Bu devirde saray ve camilerin ihtiyacını karşılamak için çok miktarda halı dokunmuş ve desenlerde Osmanlı mimari sanatının izleri görülmeye başlanmıştır. Aynı dönemde halıcılık yine ev ekonomisi biçimine dönüşmüş ve küçük tipte halılar dokunmuştur. Bu yıllardaki halılar, motif bakımından daha zengin ve teknik açıdan daha ince olmasına rağmen, Selçuklu dönemi halılarının kalite ve ihtişamına erişememiştir.

18. ve 19. yüzyıllarda ihracata yönelik III. Dönem Türk halıcılığı diyebileceğimiz dönem başlamıştır. Bu dönemde halı ekonomik olarak değer kazanmış ve siparişe göre halı dokunduğundan, sanat değeri ikinci planda kalmıştır. Günümüze kadar da bu özellik süregelmiştir. Bugün ülkemizin birçok bölgesinde ev halıcılığı, atölye halıcılığı ve makine halıcılığı, kısmen geçmişin sanat geleneğine bağlı, ticari yönü ağırlıklı olarak sürdürülmektedir.

Son yıllarda yaptığı büyük yatırımlarla ülkemizde makine halısı üretiminde öne çıkan, hatta dünyanın önemli halı merkezlerinden biri haline gelen ve bu gün Türkiye halı üretiminin %85'inin yapıldığı Gaziantep'te halıcılığın gelişim seyrine ayrıca bakmakta yarar görülmektedir.

Gaziantep'te dokumacılık, küçük el tezgahlarında kutnu, aba, antep bezi, kişmir, sadırlık, kurşunlu, kotil, havlu ve pike dokuma çeşitleriyle üretime başlamış, 1960-1965 yılları arasında kotil (yatak yüzü), 1965-1975 yılları arasında havlu ve pike, 1975- 1980 yılları arasında kilim ve halı dokuması ile devam etmiştir.

1965 yılında kilim el tezgahı, motorlu kilim tezgahına çevrilerek ilk seri üretim sağlanmış, 1970'li yıllarda ise halıcılarımız yine ellerindeki teksima makinesinde tadilat yaparak halı dokumayı gerçekleştirmiştir. İlk dokunan halı orlon iplikten olmuştur.

1970'li yıllarda dünyada ilk defa üretilen halıya desen verme özelliği olan kartonlu jakar makinesi, bir süre ülkemize ithal edilmiş, 1980'lerin ortasında ise Gaziantep'te ustalar bu tezgahları bizzat kendileri üretmiştir. Bu gelişme, hem ithalatı durdurmuş hem de ülkemizde makine halıcılığında Gaziantep'in lider konumuna gelişinin başlangıcı olmuştur. Bugün ise, bilgisayar destekli modern teknolojinin son örneği tezgahlarda üretim yapılmaktadır.

1.2. GÜNÜMÜZDE TÜRK HALICILIĞI

Doğrudan üretim yapan 200 firma, 950 tezgah, yaklaşık 300 milyon m² yıllık üretim ve 1,29 milyar dolar ihracatı bulunan Türkiye'nin bu gün halı sektöründe iyi bir noktada olduğu söylenebilir.

1.2.1. Üretim ve İhracat

Üretim yapısına bakıldığında makine halısının, el halısına kıyasla çok hızlı bir gelişim gösterdiği görülmektedir. Türkiye'deki halı üretiminin yaklaşık %85'i makine halısıdır ve bunun % 89 'u Gaziantep'te üretilmektedir. Gaziantep son yıllarda yaptığı ciddi yatırımlarla ve kapasite artırımı ile dünya makine halısı üretim merkezlerinden biri haline gelmiştir.

1990'lı yılların başında 202,4 milyon dolar civarında olan halı ihracatımız, 2004 yılı sonu itibariyle 517 milyon dolara ulaşmış, 2010 yılında ise 1 milyar 286 milyon dolar olmuştur.

Bugün Türkiye'de üretilen halının yaklaşık % 60'ı ihraç edilmekte, ihracatın % 88 'ini makine halısı teşkil etmekte, % 12'si ise el halısından oluşmaktadır. Halı ihracatımızın, Türkiye'nin toplam ihracatı içindeki payı %1,13 dur.

Türkiye halı ihracatının %70'i Gaziantep'ten yapılmaktadır. 2010 yılında Gaziantep'ten yapılan halı ihracatı 904 milyon dolar olmuştur. Makine halısı üretim merkezi olan Gaziantep'ten yapılan makine halısı ihracatı ise, 2010 yılında 1 milyar 131 milyon dolar olarak gerçekleşen Türkiye makine halısı ihracatının % 80'ini aşmaktadır. 2010 yılı verilerine göre, Gaziantep'ten yapılan toplam ihracatın yaklaşık % 25'ini de makine halısının teşkil ettiği görülmektedir.

Tablo 1.'de Türkiye halı ihracatının 1996 yılından bu yana gelişimi genel ihracatımızla mukayeseli olarak gösterilmiştir.

Kriz döneminde ihracatta yaşanan daralmanın ardından ülkemiz toplam ihracatı 102 milyar dolar seviyesinden % 11,3 oranında artış göstererek 2010 yılında 113 milyar doları aşmıştır. Türkiye toplam ihracatının artış oranının üzerinde performans sergileyen halı ihracatı ise aynı dönemde % 18,4 oranında artarak 1,08 milyar dolardan 1,29 milyar dolara yükselmiştir.

2010 yılı sonu itibariyle kaydedilen 1 milyar 286 milyon dolarlık ihracat değeri, tüm zamanların en yüksek değeri olması bakımından da ayrıca dikkat çekicidir. 2010 yılı toplam halı ihracatı kriz öncesi 2008 yılında kaydedilen 1 milyar 170 milyon dolarlık değer de üzerine çıkmıştır.

Tablo 1. Yıllar İtibariyle Türkiye Makine ve El Halısı İhracatı

| YILLAR İTİBARIYLA TÜRKİYE MAKİNE HALISI VE EL HALISI İHRACATI | | | | | | | |
|--|-------------------------------|----------------------|----------------|-------------------|----------------|-----------------------------|----------------|
| YILLAR | GENEL İHRACAT (\$) | MAKİNE HALISI | | EL HALISI | | TOPLAM HALI İHRACATI | |
| | | Değer (\$) | Pay (%) | Değer (\$) | Pay (%) | Değer (\$) | Pay (%) |
| 1996 | 23.224.465 | 155.002 | 0,67 | 152.240 | 0,66 | 307.242 | 1,32 |
| 1997 | 26.261.042 | 186.204 | 0,71 | 163.517 | 0,62 | 349.720 | 1,33 |
| 1998 | 26.973.952 | 195.252 | 0,72 | 148.434 | 0,55 | 343.686 | 1,27 |
| 1999 | 26.588.264 | 156.014 | 0,59 | 114.086 | 0,43 | 270.100 | 1,02 |
| 2000 | 27.774.906 | 188.595 | 0,68 | 106.857 | 0,38 | 295.452 | 1,06 |
| 2001 | 31.339.991 | 159.321 | 0,51 | 103.969 | 0,33 | 263.290 | 0,84 |
| 2002 | 36.059.089 | 202.250 | 0,56 | 84.936 | 0,24 | 287.186 | 0,80 |
| 2003 | 47.252.836 | 301.525 | 0,64 | 79.540 | 0,17 | 381.065 | 0,81 |
| 2004 | 62.773.654 | 404.908 | 0,65 | 112.144 | 0,18 | 517.051 | 0,82 |
| 2005 | 73.426.151 | 547.535 | 0,75 | 122.802 | 0,17 | 670.337 | 0,91 |
| 2006 | 85.761.134 | 634.290 | 0,74 | 110.681 | 0,13 | 744.967 | 0,87 |
| 2007 | 105.925.486 | 858.792 | 0,81 | 145.009 | 0,14 | 1.003.831 | 0,95 |
| 2008 | 132.027.196 | 1.028.216 | 0,78 | 141.847 | 0,11 | 1.170.063 | 0,89 |
| 2009 | 101.629.000 | 961.585 | 0,95 | 124.710 | 0,12 | 1.086.295 | 1,07 |
| 2010 | 113.685.989 | 1.131.892 | 1,00 | 154.497 | 0,14 | 1.286.389 | 1,13 |

Kaynak: İTKİB**1.2.2.1. Halı İhracatımızın Ülke Gruplarına Göre Dağılımı**

2010 yılında halı ihracatımızın % 29,9'u en büyük halı ihracat pazarımız olan Ortadoğu ülkelerine yapılmıştır. Avrupa Birliği (AB) ülkeleri ise % 26,1'lik payıyla en büyük ikinci halı pazarımızdır.

Eski SSCB ülkeleri, % 14,9'luk pay ve 191,8 milyon dolarlık ihracat değeri ile en büyük üçüncü halı ihracat pazarımız konumundadır.

Halı ihracatımızda önemli bir paya sahip olan bir diğer grup ABD, Japonya, Kanada ve İsviçre gibi ülkelerin yer aldığı diğer OECD ülkeleridir.

2010 yılında geçen yıla kıyasla ülkemiz halı ihracatında % 28,5 oranında artışın sağlandığı Afrika ülkeleri bir diğer önemli ihracat pazarımızdır.

Tablo 2.'de, 2010 yılı ülkemiz halı ihracatının ülke guruplarına göre dağılımı 2009 yılı ile mukayeseli olarak gösterilmiştir.

Tablo 2. Başlıca Ülke Grupları İtibariyle Türkiye Halı İhracat Kaydı

| BAŞLICA ÜLKE GRUPLARI İTİBARIYLA TÜRKİYE HALI İHRACAT KAYDI | | | | |
|--|----------------------------------|----------------------------------|----------------------|------------------------|
| (1000\$) | | | | |
| | 2009 OCAK- ARALIK | 2010 OCAK- ARALIK | DEĞİŞİM % | PAY(2010) % |
| AB Ülkeleri(15) Toplamı | 187.547 | 245.866 | 31,1 | 19,1 |
| Yeni AB Ülkeleri | 80.074 | 90.197 | 12,6 | 7,0 |
| AB Ülkeleri(27) Toplamı | 267.621 | 336.063 | 25,6 | 26,1 |
| Diğer OECD Ülkeleri Toplamı (ABD, Kanada, İsviçre vb) | 114.001 | 169.786 | 48,9 | 13,2 |
| Diğer Avrupa Ülkeleri Toplamı (Arnavutluk, Sırbistan vb) | 32.666 | 33.652 | 3,0 | 2,6 |
| Eski S.S.C.B Ülkeleri Toplamı (Rusya Fed.,Özbekistan vb) | 155.652 | 191.769 | 23,2 | 14,9 |
| Ortadoğu Ülkeleri Toplamı (S.Arabistan, İsrail, Kuveyt vb) | 348.136 | 384.909 | 10,6 | 29,9 |
| Afrika Ülkeleri Toplamı (Mısır,Cezayir,Gün.Afr.Cum. vb) | 64.225 | 82.552 | 28,5 | 6,4 |
| Diğer Asya Ülkeleri Toplamı (Çin, Pakistan, Tayvan vb) | 31.044 | 47.813 | 54,0 | 3,7 |
| Bu Tabloda Yer Almayan Diğer Ülkeler ve Serbest Böl. | 143.808 | 39.790 | -72,3 | 3,1 |
| Toplam Halı İhracatı | 1.086.013 | 1.286.334 | 18,4 | 100,0 |

Kaynak: İhracat-Net Bilgi Sistemi

1.2.2.2. Halı İhracatımızın Ülkelere Dağılımı

Türkiye'nin halı ihracatında S.Arabistan, 154 milyon dolar ihracatla ilk sırada bulunmaktadır. Bu ülkeyi 121,8 milyon dolarla ABD takip etmektedir. Daha sonra sırasıyla 109,5 milyon dolarla Irak, 82,8 milyon dolarla Almanya, 41,7 milyon dolarla Kazakistan, 39,6 milyon dolarla Rusya Federasyonu gelmektedir.

2010 yılında en çok ihracat yaptığımız 10 ülke 2009 yılı ile mukayeseli olarak Tablo 3.'te yer almaktadır.

Tablo 3. En Çok Halı İhracatı Yapılan Ülkeler

| EN ÇOK HALI İHRACATI YAPILAN ÜLKELER (1.000\$) | | | | |
|---|----------------------------------|----------------------------------|----------------------|------------------------|
| ÜLKELER | 2009 OCAK- ARALIK | 2010 OCAK- ARALIK | DEĞİŞİM % | PAY(2010) % |
| SUUDI ARABİSTAN | 148.230 | 154.067 | 3,9 | 12,0 |
| ABD | 78.588 | 121.782 | 55,0 | 9,5 |
| IRAK | 101.535 | 109.487 | 7,8 | 8,5 |
| ALMANYA | 69.984 | 82.752 | 18,2 | 6,4 |
| KAZAKİSTAN | 25.867 | 41.702 | 61,2 | 3,2 |
| RUSYA FEDERASYONU | 24.304 | 39.612 | 63,0 | 3,1 |
| İNGİLTERE | 28.453 | 34.661 | 21,8 | 2,7 |
| POLONYA | 34.554 | 30.869 | -10,7 | 2,4 |
| UKRAYNA | 23.644 | 29.571 | 25,1 | 2,3 |
| BİRL. ARAP EMİRL. | 25.654 | 28.769 | 12,1 | 2,2 |
| İLK 10 ÜLKENİN TOPLAM İHRACATI | 560.813 | 673.272 | 20,1 | 52,3 |
| TOPLAM HALI İHRACATI | 1.086.013 | 1.286.334 | 18,4 | 100,0 |

Kaynak: İhracat-Net Bilgi Sistemi

1.2.2.3. Makine Halısı İhracatı

2010 yılında makine halısı ihracatımız, 2009 yılına kıyasla % 17,7 oranında artarak 1.131,6 milyon dolar olarak kaydedilmiştir.

Anılan dönemde, makine halısı ihracatımızda en büyük paya sahip olan ülke 153,9 milyon dolarlık ihracat ve % 13,6'lık payıyla S.Arabistan olmuştur. Suudi Arabistan'ı sırasıyla Irak, ABD, Almanya ve Kazakistan takip etmektedir. Türkiye makine halısı ihracatında ilk on pazara ilişkin gelişmeler Tablo 4.'te yer almaktadır.

Tablo 4. En Çok Makine Halısı İhracatı Yapılan Ülkeler

| EN ÇOK MAKİNE HALISI İHRACATI YAPILAN ÜLKELER (1.000\$) | | | | |
|--|----------------------------------|----------------------------------|----------------------|------------------------|
| ÜLKELER | 2009 OCAK- ARALIK | 2010 OCAK- ARALIK | DEĞİŞİM % | PAY(2010) % |
| SUUDI ARABİSTAN | 147.569 | 153.853 | 4,3 | 13,6 |
| IRAK | 100.834 | 107.447 | 6,6 | 9,5 |
| ABD | 52.315 | 93.345 | 78,4 | 8,2 |
| ALMANYA | 67.513 | 80.333 | 19,0 | 7,1 |
| KAZAKİSTAN | 25.515 | 41.529 | 62,8 | 3,7 |
| RUSYA FEDERASYONU | 24.097 | 34.207 | 42,0 | 3,0 |
| İNGİLTERE | 27.801 | 33.730 | 21,3 | 3,0 |
| POLONYA | 34.539 | 30.863 | -10,6 | 2,7 |
| UKRAYNA | 23.631 | 29.570 | 25,1 | 2,6 |
| BİRL. ARAP EMİRL. | 25.549 | 28.618 | 12,0 | 2,5 |
| İLK 10 ÜLKENİN TOPLAM İHRACATI | 529.364 | 633.496 | 19,7 | 56,0 |
| TOPLAM MAKİNE HALISI İHRACATI | 961.620 | 1.131.638 | 17,7 | 100,0 |

Kaynak: İhracat-Net Bilgi Sistemi

1.2.2.4. El Halısı İhracatı

2010 yılında el halısı ihracatı bir önceki yıla kıyasla % 24,4 oranında artarak yaklaşık 154,7 milyon dolar olarak kaydedilmiştir.

Bu dönemde el halısı ihracatımızda en önemli ülkeler ABD, Japonya, Fransa, Litvanya ve Avusturya olarak sıralanmaktadır. Türkiye el halısı ihracatında ilk on pazara ilişkin gelişmeler Tablo 5.'te yer almaktadır.

Tablo 5. En Çok El Halısı İhracatı Yapılan Ülkeler

| EN ÇOK EL HALISI İHRACATI YAPILAN ÜLKELER (1.000\$) | | | | |
|--|----------------------------------|----------------------------------|----------------------|------------------------|
| ÜLKELER | 2009 OCAK- ARALIK | 2010 OCAK- ARALIK | DEĞİŞİM % | PAY(2010) % |
| ABD | 26.273 | 28.437 | 8,2 | 18,4 |
| JAPONYA | 12.548 | 19.120 | 52,4 | 12,4 |
| FRANSA | 3.409 | 17.074 | 400,9 | 11,0 |
| LİTVANYA | 14 | 12.977 | 92.328,9 | 8,4 |
| AVUSTURYA | 3.669 | 11.833 | 222,5 | 7,6 |
| BELÇİKA | 6.065 | 9.874 | 62,8 | 6,4 |
| İSPANYA | 784 | 7.187 | 816,4 | 4,6 |
| ÇEK CUMHURİYETİ | 198 | 5.661 | 2.755,4 | 3,7 |
| RUSYA FEDERASYONU | 208 | 5.404 | 2.502,1 | 3,5 |
| İTALYA | 2.306 | 4.332 | 87,9 | 2,8 |
| İLK 10 ÜLKENİN TOPLAM İHRACATI | 55.474 | 121.899 | 119,7 | 78,8 |
| TOPLAM EL HALISI İHRACATI | 124.393 | 154.696 | 24,4 | 100,0 |

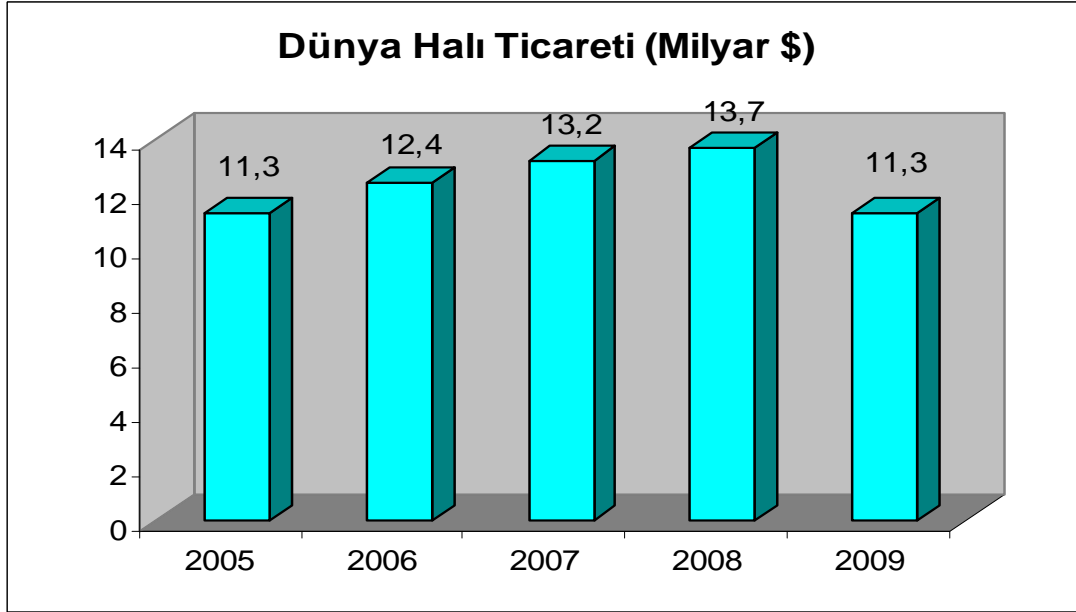
Kaynak: İhracat-Net Bilgi Sistem

1.3. DÜNYA HALI SEKTÖRÜ VE ÜLKEMİZİN SEKTÖR İÇİNDEKİ PAYI

Önceki yıllarda halı yatırım aracı veya bir kültürü temsil eden değerli bir eşya olarak alınırken, son yıllarda tamamen dekorasyon öğesi gibi değerlendirilmektedir. Bu nedenle halı tercihlerinde kalite ve bölgesel özellik yerine dekorasyon uyumu öne çıkmıştır. Dünyada gelişen talepler doğrultusunda, ticari getirisi kalmayan geleneksel halılar yerine geleneksel desenlerin yeniden yorumlanarak tasarlanması sonucunda moda uygun üretim yapılması gerekmektedir.

Dünya halı piyasalarında meydana gelen gelişmeler çerçevesinde yurtdışındaki alıcılar stoksuz, numune eşliğinde, standart ve seri üretimi yapabilen hızlı tedarikçilere yönelmişlerdir.

Birleşmiş Milletler'in 2005 - 2009 yıllarına ait verilerine göre dünya halı pazarı büyüme trendi içerisinde. Bu trend Şekil 1. yardımıyla da görülebilir. Dünya'nın en büyük halı ithalatçısı ülkeleri ABD, İngiltere, Almanya, Kanada, Japonya, olarak sıralanmaktadır.



Şekil 1. Dünya Halı Ticareti (**Kaynak:** Un-Comtrade)

Birleşmiş Milletler istatistiklerine göre; dünya halı pazarının büyüklüğü 2008 yılı sonu itibariyle 13,7 milyar dolardır. Ancak bazı ülkelerin dış ticaret rakamlarını sağlıklı kayıt altına alamadığı ve Birleşmiş Milletler'e doğru bilgi sunmadığı bilinen bir gerçek olduğundan, dünya halı pazarı büyüklüğünün 14 milyar doların üzerinde olabileceğini söylemek yanlış olmaz. Dünya halı pazarının yaklaşık % 84'ü makine halısı, geriye kalan % 16'sı ise el halısı ürünlerinden oluşmaktadır.

Dünyada halı sektörü ihracatı 1998-2008 yılları arasında 1,5 kat büyümüş fakat dünya toplam ticaretinden aldığı pay % 35 azalarak % 0,09'a düşmüştür. Bu bağlamda 2023 yılı için yapılan değerlendirmede pazarın 1,8 kat büyüyerek 25 milyar dolar seviyesine ulaşacağı, dünya ticaretinden alacağı payın da % 50 azalarak % 0,05'e düşeceği öngörülmektedir. Türkiye'nin sektör pazarından aldığı pay % 8,5'tir. Türkiye'nin artan payı göz önüne alındığında yıllık ortalama % 7,6 büyüyerek 2023 yılında 3,5 milyar dolar ihracat geliri ile dünya pazarındaki payının 1,6 kat artarak % 14 seviyesine ulaşacağı tahmin edilmektedir.

1.4. DÜNYANIN BAŞLICA HALI ÜRETİCİ VE İHRACATÇISI ÜLKELERİ

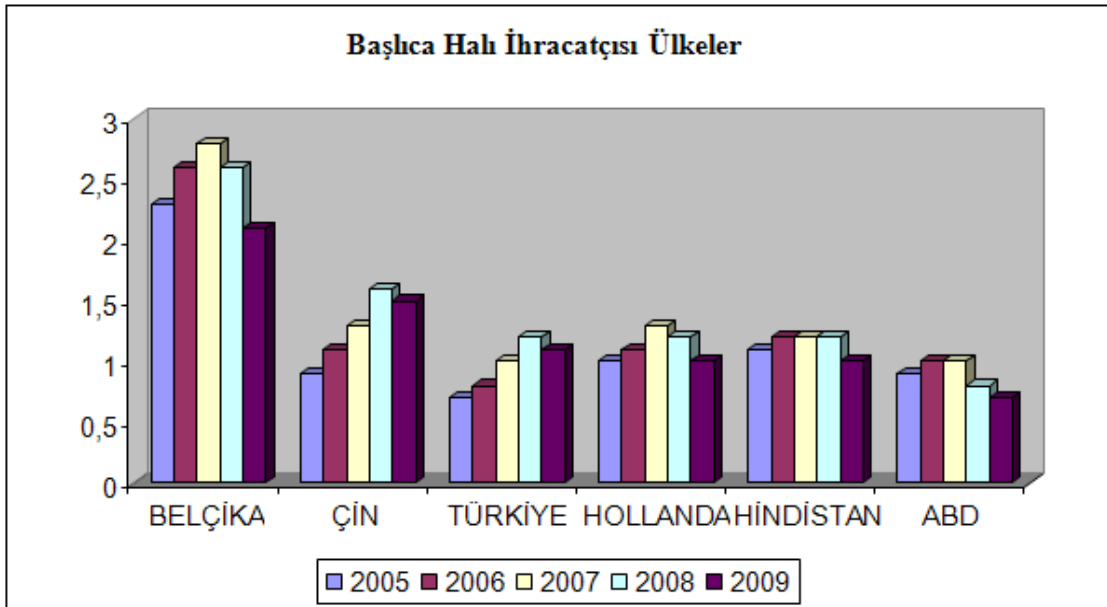
Dünyada en fazla makine halısı ABD tarafından üretilmekte, ikinci sırada Belçika bulunmaktadır. Türkiye ise, tuftel halı hariç tutulduğunda dokuma makine halısı üretiminde dünya üretim kapasitesinin yaklaşık % 28'ine sahiptir. Avrupa Birliği'nde makine halısı üretimi çoğunlukla Belçika, Almanya, Hollanda, İngiltere ve Fransa'nın kuzeyinde yoğunlaşmıştır. Belçika'nın Gent şehri bu üretim alanının merkezi konumundadır. Her yıl yaklaşık 1 milyar m² yeni halı AB'de kullanılmaktadır.⁽²⁾ Asya'da ise Çin, Pakistan ve Hindistan makine halısı üretiminde önde gelen ülkelerdir.⁽³⁾

Dünya el halısı ve kilim üretimi ise, genellikle İran, Çin, Pakistan, Hindistan, Türkiye, Nepal ve Tibet tarafından yapılmaktadır.

Belçika, dünyada en fazla makine halısı ihracatı yapan ülke konumundadır. İkinci sırayı Çin almakta, 2005 yılında 5. sırada yer Türkiye ise, 2009 yılı sonu itibariyle 3. sıraya yükselmiş bulunmaktadır. Belçika liderliğini devam ettirmekle birlikte 2008 ve 2009 yıllarında ihracatı azalış eğilimi göstermiştir.

El halısı ve kilim ihracatı genellikle İran, Çin, Pakistan, Hindistan, Türkiye, Nepal ve Tibet tarafından yapılmakta, pazar, çoğunlukla İranlı, Çinli ve Pakistanlı üretici/ihracatçıların kontrolünde bulunmaktadır.

Dünya el halısı ihracatında Asya ülkeleri lider konumunda bulunurken, makine halısı ihracatında batılı ülkelerin önde geldiği görülmektedir.



Şekil 2. Başlıca Dünya Halı İhracatçısı Ülkeleri (Kaynak: Un-Comtrade)

⁽²⁾ <http://www.unitex.be/diverse/worldcongres.pdf>

⁽³⁾ İGEME, "Halı Dış Pazar Araştırması", Ankara, 2003, s.12.

BU SAYFADA BİR RESİM
YERALACAK

İKİNCİ BÖLÜM ARAŞTIRMANIN AMACI, KAPSAMI VE ÖNEMİ

2.1. ARAŞTIRMANIN AMACI, KAPSAMI VE ÖNEMİ

Araştırmanın temel amacı Türkiye’de makine halıcılığı sektörüne yönelik envanter bilgilerini ortaya koymak, sektörün yaşadığı problemlerin önem ve öncelik sıralarını belirlemek ve çözüm önerileri geliştirmek, sektörün yatırım hedefleri doğrultusunda gelecek projeksiyonunu çizmek, son olarak da sektörün güçlü-zayıf yönlerini, çevresel tehdit ve fırsatlarını SWOT analizi yöntemiyle tespit etmek ve buna yönelik stratejiler geliştirmektir.

Bu amaç doğrultusunda araştırma verilerini elde etmek için Türkiye’de dokuma makine⁴ halısı üretimi yapan tüm firmalarla anket yapılması hedeflenmiştir. Bu amaçla alanında uzman öğretim üyeleri ve öğretim elemanları tarafından sektör temsilcileri ile toplantılar yapılarak kapsamlı bir anket hazırlanmıştır. Anketin hazırlanmasında KOSGEB’in kalite yönetim sistemi durum tespit formundan yararlanılmıştır. Daha sonra tüm halı imalat firmalarının isim, adres, sorumlu kişi, telefon, e-posta ve faks numaralarının yer aldığı bir liste oluşturulmuştur. Firma yetkililerinden randevu alınarak grup halinde ilgili öğretim elemanları tarafından birebir görüşmeler yapılmış ve anket formu doldurulmuştur. Bu bağlamda toplam 137 firmayla görüşülerek, veriler istatistikî analiz programları ile analize tabi tutulmuştur. Raporun sonraki bölümlerinde analiz sonuçları ayrıntılı bir şekilde grafik ve yorumlarla aktarılmaktadır.

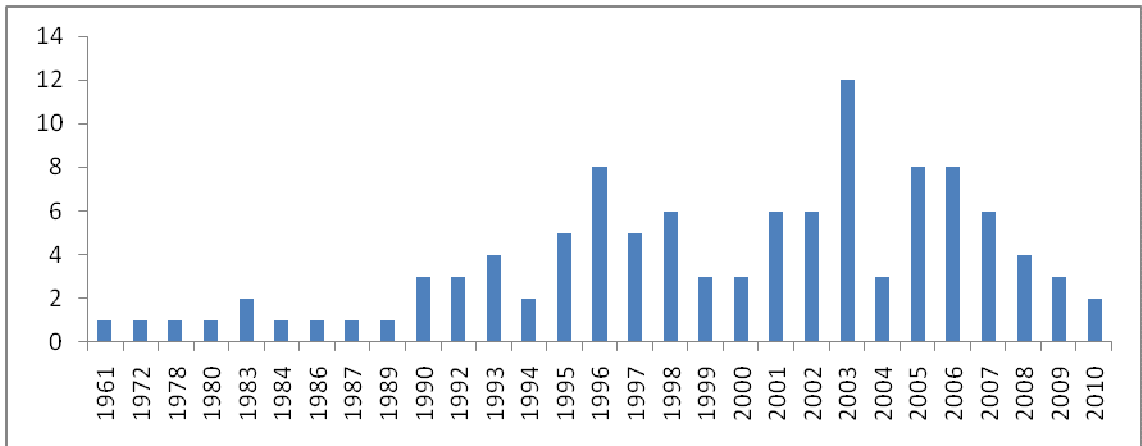
Bu araştırma Türkiye’de makine halıcılık sektörüne yönelik olarak yapılan en geniş kapsamlı çalışmadır. Bu çalışma ile sektörün envanter bilgileri, sektör problemlerine çözüm önerileri, geleceğe yönelik sektör beklentileri detaylı olarak analiz edilmiştir. Bu bağlamda ortaya çıkan sonuçların ve analizlerin gerek sektör aktörlerine gerekse de araştırmacılara yol göstermesi beklenmektedir.

⁴ Bu araştırmada el halısı ve tufting halısı üreticilerine ait verilere ulaşmada yaşanan zorluklar nedeniyle söz konusu halılar ile ilgili verilere yer verilmemiştir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM SEKTÖRE YÖNELİK ENVANTER BİLGİLERİ

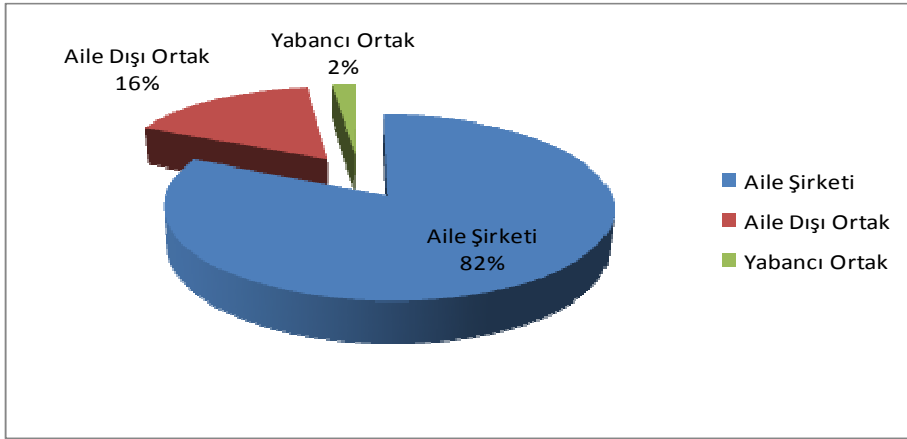
3.1. ŞİRKETLERİN GENEL PROFİLİ

Araştırmaya katılan işletmelerin kuruluş yılı, ortaklık yapısı, istihdam yapısı ve işletme yapısına ilişkin çeşitli bilgiler, bu başlık altında ele alınmaktadır. İlk olarak firmaların kuruluş yıllarına göre bir değerlendirme yapıldığında, araştırmaya katılan işletmelerin kuruluş yılı ortalamasının 1999 yılı olduğu görülmektedir. Aşağıdaki grafikte yıllara göre firma sayıları ve yoğunluğu görülmektedir.



Şekil 3. İşletmelerin Kuruluş Yıllarına Göre Dağılımları

Araştırmaya katılan işletmelerin %82 gibi büyük bir çoğunluğunu aile şirketleri oluşturmaktadır. İşletmelerin %16'sı aile dışı ortak bulundururken %2'si yabancı ortaklıdır.

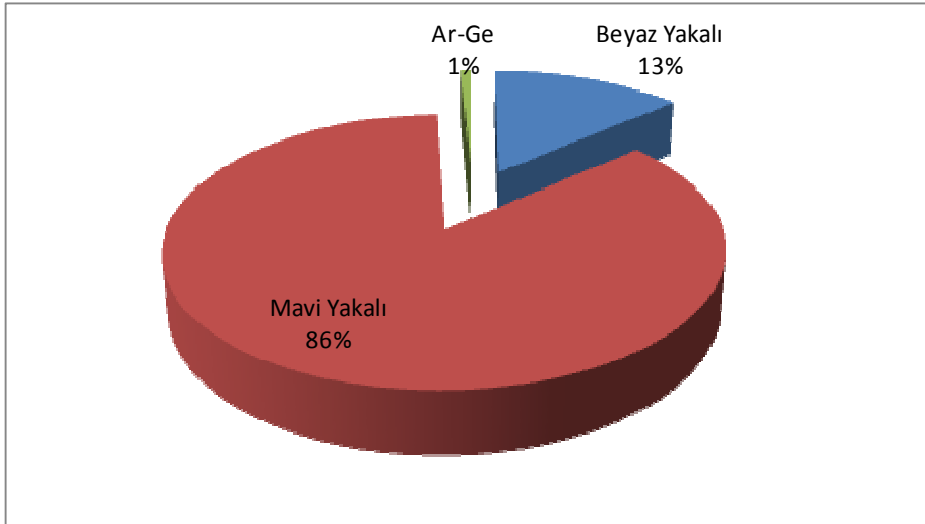


Şekil 4. İşletmelerin Ortaklık Yapısı (%)

Sektörde faaliyet gösteren işletmelerin istihdam yapıları şu şekildedir:

- Beyaz Yakalı⁵: 1.740
- Mavi Yakalı⁶: 11.660
- Ar-Ge Çalışanı: 99

Bu bağlamda, tezgah başına düşen ortalama işçi sayısı (beyaz yakalı, mavi yakalı ve Ar-Ge çalışanı toplamı) 14, 29'tur. Bu hesaplama işçi sayısı en düşük ve en fazla olan firmalar çıkarıldıktan sonra yapılmıştır.



Şekil 5. Sektörün İstihdam Yapısı (%)

Araştırmaya katılan işletmelerin %70'i kendi mülkiyetinde %30'u ise kiralamış olduğu tesislerde üretim yapmaktadır. Gaziantep'te araştırmaya katılan işletmeler,

⁵ Beyaz yakalı çalışan işletmede istihdam edilen idari personeldir.

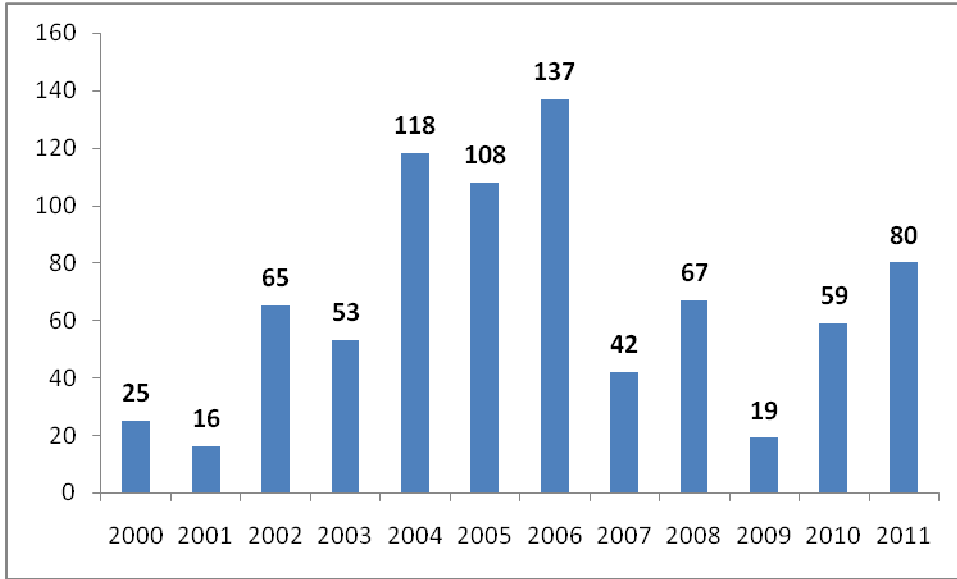
⁶ Mavi yakalı çalışan işletmede üretim hattında istihdam edilen personeldir.

toplam 2.917.181 m² lik alanda faaliyet göstermektedir. Bu alan 16.000.000 m² olan Gaziantep OSB'nin yaklaşık %18'ini oluşturmaktadır.

Tablo 6. İşletmelerin Kullandıkları Kapalı ve Toplam Alan

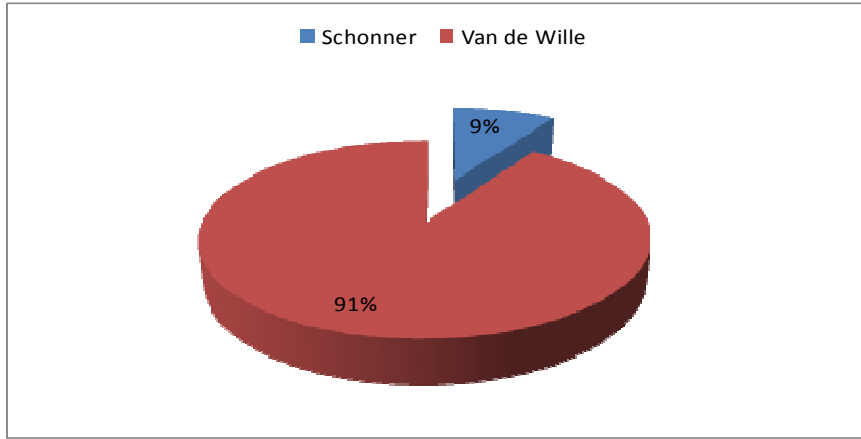
| | İşletmenin Kapalı Alanı(m ²) | İşletmenin Toplam Alanı(m ²) |
|------------------------------|--|--|
| Bildiren Firma Sayısı | 115 | 115 |
| Toplam Alan | 1.175.105 | 2.917.181 |
| En Küçük Alan | 500 | 900 |
| En Büyük Alan | 90.000 | 450.000 |

Sektörde faaliyet gösteren işletmelerin toplam tezgah sayısı **950**'dir. Sektörün 2000 yılı öncesi (1989-1999) tezgah sayısı 186 olup; 2000 yılı ve sonrasına ait tezgah sayıları ve yıllara göre dağılımı Şekil 6.'da verilmektedir. Sektörde faaliyet gösteren işletmelere göre sektörün ortalama tezgah yılı 2004'tür.



Şekil 6. 2000 Yılı Sonrası Tezgah Sayıları

Araştırmaya katılıp tezgah bilgilerini veren firmaların %91'i Van de Wiele marka tezgah kullanırken %9'u Schonner marka tezgah kullanmaktadır.



Şekil 7. Tezgahların Markalara Göre Dağılımı (%)

Araştırmaya katılan işletmelerin önemli maliyet unsurlarından biri olan enerji tüketimleri ele alındığında elektrik tüketiminin, doğalgaz ve fuel oil tüketimine göre daha fazla olduğu görülmektedir.

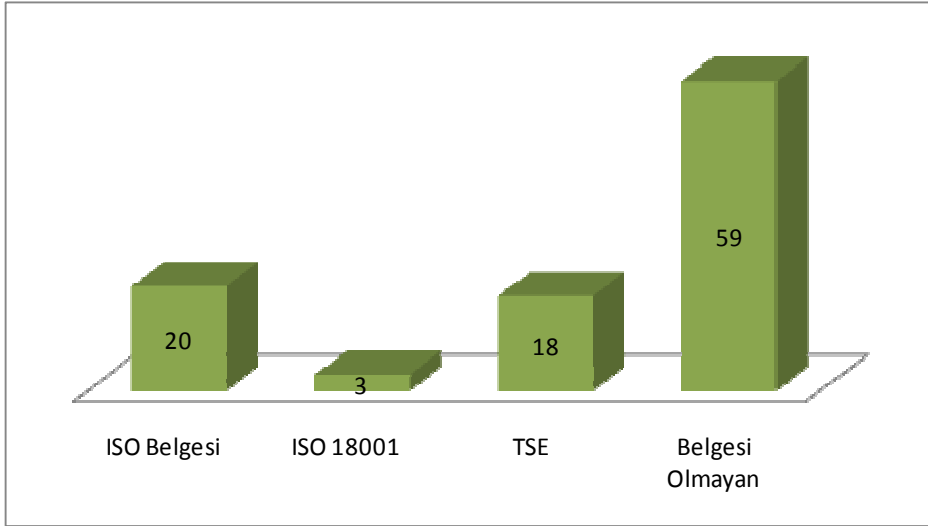
Tablo 7. Aylık Tüketilen Ortalama Enerji Miktarı(TL)

| | Fuel oil | Doğalgaz* | Elektrik** | |
|---------------|----------|-----------|------------|------------|
| | | | TL | KW |
| Tezgâh Başına | 978 | 1.868 | 3.534 | 20.789 |
| Tezgâh Sayısı | 65 | 551 | 663 | 663 |
| Firma Sayısı | 12 | 61 | 105 | 105 |
| Toplam | 63.600 | 1.029.196 | 2.343.128 | 13.783.107 |

* 1 m³ doğalgaz 0,58 TL

**1KW elektrik 0,17 TL.

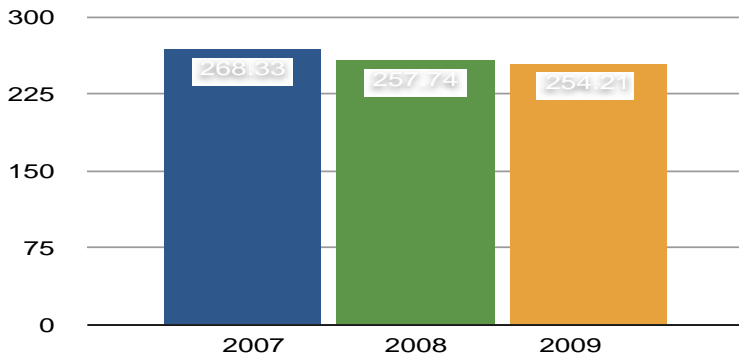
Araştırmaya katılan işletmelerin kullandıkları kalite yönetim sistemlerine bakıldığında, 20'sinin ISO belgesine, 18'inin TSE belgesine ve sadece 3'ünün ISO 18001 belgesine sahip olduğu görülmektedir. 59 işletmenin ise kalite yönetim sistemlerine ait herhangi bir belgesi bulunmamaktadır.



Şekil 8. Kalite Yönetim Sistemleri (İşletme Sayısı)

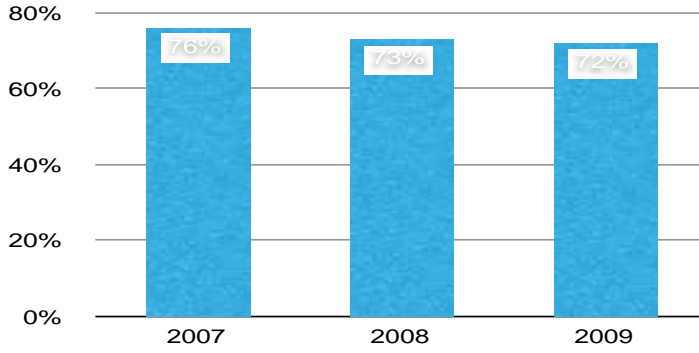
3.2. ÜRETİM VE HAMMADDE BİLGİLERİ

Araştırmaya katılan işletmelerin halı üretim, kapasite ve üretimde kullanılan hammadde miktarlarına ilişkin bilgiler bu başlık altında verilmektedir. Buna göre işletmelerin yaklaşık tezgah başına üretimlerine bakıldığında 2007 yılında 268.000 m², 2008 yılında 257.000 m², 2009 yılında 254.000 m² halı üretimi yapıldığı görülmektedir.



Şekil 9. Yıllara Göre Tezgâh Başına Halı Üretimi (1000 m²)

Şekil 10.'da araştırmaya katılan işletmelerin yıllara göre kapasite kullanım oranları yer almaktadır. Buna göre en yüksek kapasite kullanımının 2007 yılında gerçekleştiği, 2008 ve 2009 yıllarında ise bir miktar gerilediği görülmektedir. Bu düşüşün sebebinin 2008 yılında yaşanan ekonomik kriz olduğu düşünülmektedir. Ayrıca tezgah sayısındaki hızlı artışa paralel olarak talebin aynı oranda artmaması ikinci bir neden olarak değerlendirilmektedir.



Şekil 10. Yıllara Göre Halı Üretiminde Kapasite Kullanım Oranı (%)

Tablo 8’de yer alan yıllara göre halı üretim miktarlarına bakıldığında 2009 yılında 615 tezgahla toplam 156 milyon m² lik üretim yapıldığı görülmektedir. 2010 yılında toplam tezgah sayısının 806⁷ olduğu bilindiğine göre, sektörün 2010 yılının toplam üretiminin 204,7 milyon m² olduğu ve 2011 yılında toplam tezgah sayısının 950⁸ olacağı öngörüldüğüne göre 2011 yılının toplam dokuma makine halısı üretiminin 241,2 milyon m² olması beklenmektedir.

Tablo 8. Yıllara Göre Halı Üretimi (1000 m²)

| | 2007 | 2008 | 2009 |
|-----------------------|---------|---------|---------|
| Tezgah Başına | 268,33 | 257,74 | 254,21 |
| Tezgah Sayısı* | 536 | 558 | 615 |
| Firma Sayısı | 88 | 89 | 102 |
| Toplam | 143.824 | 143.818 | 156.339 |

Tablo 9. Yıllara Göre Kapasite Kullanım Oranı (%)

| | 2007 | 2008 | 2009 |
|-----------------------|-------|-------|-------|
| Tezgah Başına | 76,14 | 73,22 | 72,03 |
| Tezgah Sayısı* | 527 | 580 | 615 |
| Firma Sayısı | 86 | 92 | 102 |

*İlgili soruya cevap veren firmalara ait toplam tezgah sayısı

⁷ 2010 yılında sektörde faaliyet gösteren tüm firmalara ait tezgah sayısı

⁸ 2011 yılında sektörde faaliyet gösteren tüm firmalara ait tezgah sayısı

3.3. İPLİK ÜRETİMİNE İLİŞKİN ENVANTER BİLGİLERİ

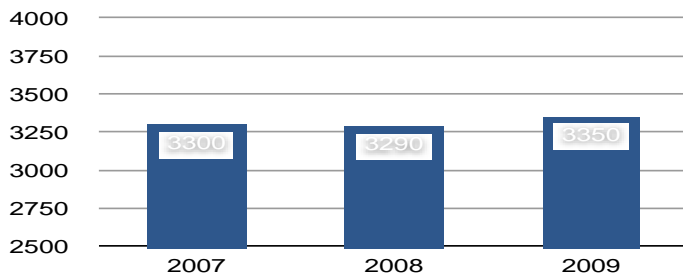
Araştırmaya katılan 137 işletmeden 35 işletme aynı zamanda iplik üretimi yapmaktadır. Bu rakam toplam işletme sayısının %26'sına tekabül etmektedir. Soruya cevap veren 28 işletmenin verilerine göre iplik üretimi için toplam alanın 922.000 m² olduğu görülmüştür.

Tablo 10. İplik Üretimi İçin Kullanılan Kapalı ve Toplam Alan(m²)

| | İplik üretimi için kapalı alan | İplik üretimi için toplam alan |
|----------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| Firma Sayısı* | 28 | 28 |
| Toplam | 350.113 | 922.000 |

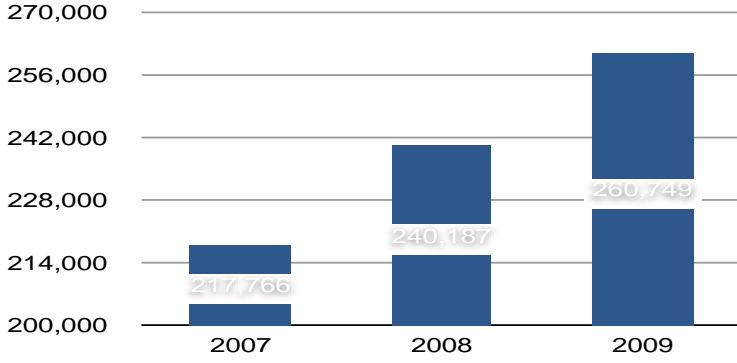
* İlgili soruya cevap veren işletme sayısıdır.

İplik üretiminde bir hat yaklaşık olarak yıllık 3.600 tonluk üretime denk gelmektedir. Ankete katılan işletmelerden aynı zamanda iplik üreticisi olan işletmelerin 2007-2009 dönemi verileri esas alındığında iplik üretim kapasitesinin çok fazla dalgalanmadığı ve işletmelerin yaklaşık %90 kapasite ile faaliyet gösterdiği görülmektedir.



Şekil 11. Hat Başına Üretim Kapasitesi(ton/yıl)

Ankete katılan işletmelerden aynı zamanda iplik üreticisi olan işletmelerin toplam iplik üretimlerine bakıldığında ise iplik üretiminin 2007-2009 dönemi boyunca ortalama %10 civarında arttığı görülmektedir.



Şekil 12. Toplam Üretim (Ton/Yıl)

3.4. SATIŞ, İTHALAT VE İHRACAT BİLGİLERİ

Anket çalışmasına katılan işletmelerin önemli bir kısmı, gizlilik esası kapsamında mali verilerini paylaşmak istemediğinden anket çalışması neticesinde net satış rakamlarına ulaşamamıştır. Ancak Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği'nden temin edilen ihracat verileri ve yurtiçi-yurtdışı satış oranlarına ilişkin sektör temsilcileri ile yapılan mülakatlar sonucunda sektörün tahmini satış rakamları elde edilmiştir. Buna göre, toplam satışların %60'ı yurtdışına, %40'ı da yurtiçine yapılmaktadır. Tablo 11.'de yurtiçi ve yurtdışı satış rakamları verilmiştir.

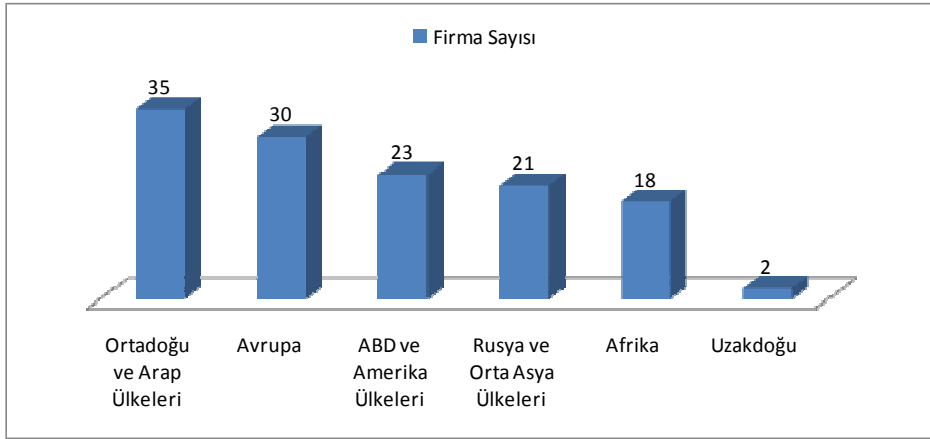
Tablo 11. İşletmelerin Yurtiçi ve Yurtdışı Satışları (Bin TL)

| | 2008 | 2009 | 2010 |
|--------------------------|-----------|-----------|-----------|
| İhracat* | 1.767.000 | 1.629.000 | 1.929.000 |
| Toplam Satışlar** | 2.945.000 | 2.715.000 | 3.215.000 |

* İhracat rakamları GAİB'in resmi ihracat rakamlarıdır.

**İhracat rakamlarına göre uyarlanmış tahmini satış rakamlarıdır.

Araştırmaya katılan işletmelerin %82'sinin ihracat yaptığı görülmüştür. İşletmelerin birçoğunun yurtdışı pazar ağlarını genişletme hedefleri bulunmaktadır. Söz konusu işletmelerin pazar hedefleri Şekil 13.'te verilmiştir. Sektör için en cazip dış pazarın Ortadoğu ve Arap Ülkeleri, ikinci sırada ise Avrupa pazarı olduğu görülmüştür.



Şekil 13. İşletmelerin Hedef İhracat Pazarları

Firmaların ihracat şartları incelendiğinde ihracatın en çok %55,6 ile açık hesap şeklinde yapıldığı, açık hesabı %23,07 ile vesaik mukabili, %15,55 ile akreditif ve %5,78 ile müşteri kabullü poliçenin takip ettiği görülmüştür.

Şekil 14.'te işletmelerin ihracat yapamama nedenleri önem sırasına göre verilmiştir. Araştırmaya katılan işletmelerin en önemli ihracat yapamama nedeninin dış pazarları tanımama ve bilgi eksikliği olduğu görülmüştür.

Halicilik sektörü genel olarak hammaddeyi yurtdışından temin etmektedir. Nitekim araştırma konusu işletmelerin önemli bir kısmı hammadde ithalatı yaptığını belirtmiştir. Dışa bağımlılığı en fazla olan hammadde polipropilen iplik üretimi için kullanılan granül ve jüt ipliğidir. Lâteks ve çözgüde ise dışa bağımlılık düşük düzeydedir. Firmaların yurtdışı alış şartları incelendiğinde işletmelerin %44,7 ile en fazla akreditif ve banka kabullü poliçe kullandığı, ikinci olarak kullanılan yöntemin %43,1 ile vesaik mukabili olduğu görülmüştür. %6,2 oranı ile müşteri kabullü poliçe ve %6 ile açık hesap mal mukabili en az kullanılan yöntemler olarak ortaya çıkmıştır⁹.

Mal alımlarında DİİB kullanılıp kullanılmadığı ile ilgili soruya cevap veren 106 firmadan 58'i (%54,7) kullanıldığı yönünde cevap vermiştir.

⁹ İthalat koşulları işletmelerin tezgah sayıları dikkate alınarak ağırlıklandırılmıştır.



Şekil 14. İşletmelerin İhracat Yapamama Nedenleri

Dahilde İşleme Rejimi, ihrac ürünleri üretmek için gerekli olan ve dışarıdan ithal edilen, bu yüzden de ithali gümrük vergisine tabi ara mallara ya da girdilere gümrük muafiyeti getiren bir ihracatı teşvik sistemidir. Bu teşvikten yararlanabilmek için Dahilde İşleme İzin Belgesi alınması zorunludur. Dahilde İşleme İzin Belgesi, Gümrük muafiyetli ithalat ya da yurtiçi alımlara olanak sağlayan Ekonomi Bakanlığı'na düzenlenen bir belgedir. Firmalar, ihrac etmeyi planladıkları ürünlerin üretiminde kullanılacak olan hammadde, yardımcı madde, yarı mamul, mamul, ara malı ve ambalaj malzemelerinin vergisel yükünden muaf tutulmak üzere ve devlete ihracat taahhüdünde bulunmak şartıyla, bu teşvikten yararlanabilmektedir.

3.5. FİNANSMANA İLİŞKİN BİLGİLER

Halı sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin sermaye yapıları incelendiğinde, işletmelerin finansman ihtiyaçlarının genel olarak öz kaynaklardan tedarik edildiği görülmektedir. Ankete katılan işletmelerin toplam kaynaklarının %55,31'inin öz kaynaklardan oluştuğu saptanmıştır (Bu oran ağırlıklandırılmış tezgah sayılarına göre hesaplanmıştır). Ancak bu işletmeler yeni kaynak yaratmada sıkıntı yaşamaktadır. Bu durum finansmana ilişkin sektör problemlerinde açıkça görülmektedir.

İşletmelerin yurtiçi alışlarında vade süresi ortalama 3,87 ay, yurtiçi satışlarında ise vade süresi ortalama 4,16 ay olmaktadır. Bu durum, işletmelerin finansman ihtiyaçlarını ön plana çıkarmaktadır. İşletmelerin yurtdışı alım vadeleri, ortalama 2,77 ay ile yurtiçi alış vadelerinden daha kısadır. Yine yurtdışı satış vadeleri de ortalama 2,73 ay ile yurtiçi satış vadelerinden daha kısadır.

İşletmelerin, ağırlıklı olarak yatırım ihtiyacından dolayı kredi talebinde bulunduğu, işyeri ve arsa alımı için ise kredi talebinde pek bulunmadığı araştırma sonucu ortaya çıkmıştır.

Tablo 12. İşletmelerin Kredi Talebinde Bulunma Nedenleri (%)

| Yatırım ihtiyacı | Kısa Vadeli Finansman | Kısa Vadeli borçlar | İş Yeri vb. Arsa alımı |
|-------------------------|------------------------------|----------------------------|-------------------------------|
| 78 | 43 | 18 | 7 |

Genel olarak sektör problemleri ve süreç analizine bakıldığında, işletmeler en çok yatırımları için kredi talebinde bulunurken, sektörde özellikle yeni tezgâh alımında leasing kullanımının da oldukça yaygın olduğu görülmektedir.

BU SAYFADA BİR RESİM
YERALACAK

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM SEKTÖR PROBLEMLERİ VE SÜREÇ ANALİZİ

4.1. SEKTÖR PROBLEMLERİ

Ankete katılan işletmelere finansman, maliyet, yatırım, Ar-Ge, istihdam, dış ticaret, rekabet ve bürokrasi ile ilgili sektör problemleri sorularak, soruları 1'den 5'e kadar önem sırasına göre sıralamaları istenmiştir. Sorulara verilen cevapların ortalama değerleri aşağıdaki tablolarda gösterilmiştir.

Tablo 13. İşletmelerin Finansman İle İlgili Öncelikli Sorunları

| | |
|--|------|
| Alacakların tahsilinden yaşanan sorunlar | 4,19 |
| Sermaye yetersizliği | 3,33 |
| Kredi maliyetlerinin yüksek oluşu | 3,30 |
| İşletmenin kaynak bulma sorunu | 2,99 |

1 : Çok Önemsiz 2 : Önemsiz 3 : Orta 4 : Önemli 5 : Çok Önemli

Sonuçlara göre, finansman başlığı altında en önemli sorun, alacakların tahsilinde yaşanan sorunlar, en önemsiz sorun ise işletmenin kaynak bulma sorunu olarak belirtilmiştir.

Tablo 14. İşletmelerin Maliyetler İle İlgili Öncelikli Sorunları

| | |
|------------------------------------|------|
| Girdi maliyetlerinin yüksek olması | 4,09 |
| Emtia fiyatlarındaki dalgalanmalar | 3,89 |
| Enerji maliyetlerinin yüksek oluşu | 3,62 |
| Kur riski | 3,46 |
| İstihdam maliyetleri | 3,15 |
| Lojistik maliyetleri | 2,63 |

1 : Çok Önemsiz 2 : Önemsiz 3 : Orta 4 : Önemli 5 : Çok Önemli

Sonuçlara göre, maliyet başlığı altında en önemli sorun, girdi maliyetlerinin yüksek olması, en önemsiz sorun ise lojistik maliyetleri olarak belirlenmiştir.

Tablo 15. İşletmelerin Yatırım ve ARGE İle İlgili Öncelikli Sorunları

| | |
|--|------|
| AR-GE faaliyetlerinin yetersizliği | 2,80 |
| Sektörün doymuş olması | 2,69 |
| Tasarım sorunları | 2,62 |
| İç ve dış çevre analizlerinin yapılamaması | 2,60 |
| Yetersiz teknoloji | 2,45 |
| Kuruluş yeri seçiminin yanlış olması | 2,18 |

1 : Çok Önemsiz 2 : Önemsiz 3 : Orta 4 : Önemli 5 : Çok Önemli

Sonuçlara göre, yatırım ve Ar-Ge başlığı altında en önemli sorun, Ar-Ge faaliyetlerinin yetersizliği, en önemsiz sorun ise kuruluş yeri seçiminin yanlış olması olarak belirlenmiştir.

Tablo 16. İşletmelerin İstihdam İle İlgili Öncelikli Sorunları

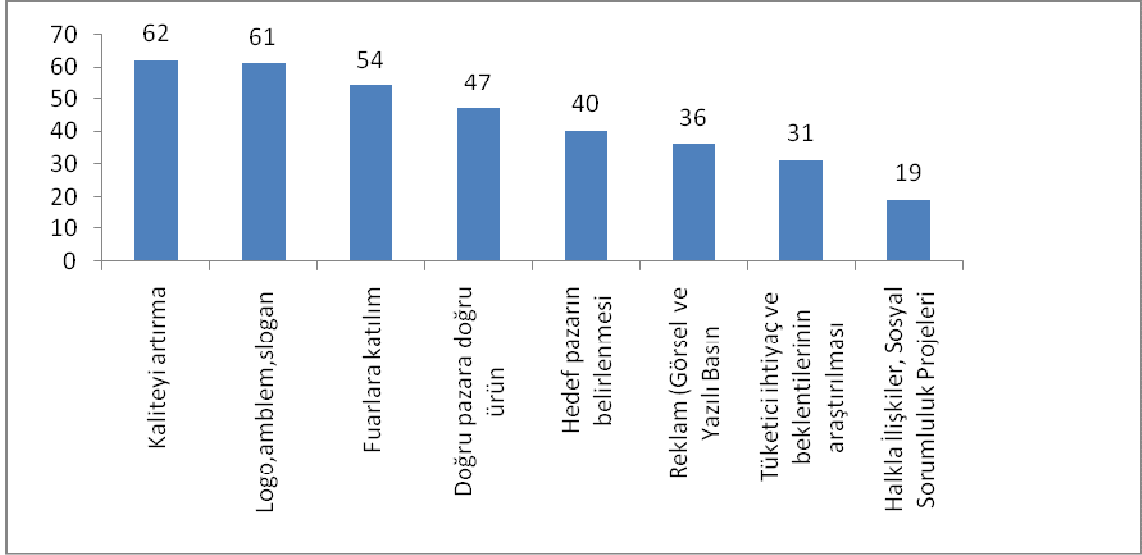
| | |
|---|------|
| Kalifiye eleman olmayışı | 3,47 |
| Profesyonel yöneticilerle çalışılmaması | 3,37 |
| Ara eleman olmaması | 2,84 |

1 : Çok Önemsiz 2 : Önemsiz 3 : Orta 4 : Önemli 5 : Çok Önemli

Sonuçlara göre, istihdam başlığı altında en önemli sorun, kalifiye eleman olmayışı, en önemsiz sorun ise ara eleman olmaması olarak belirlenmiştir.

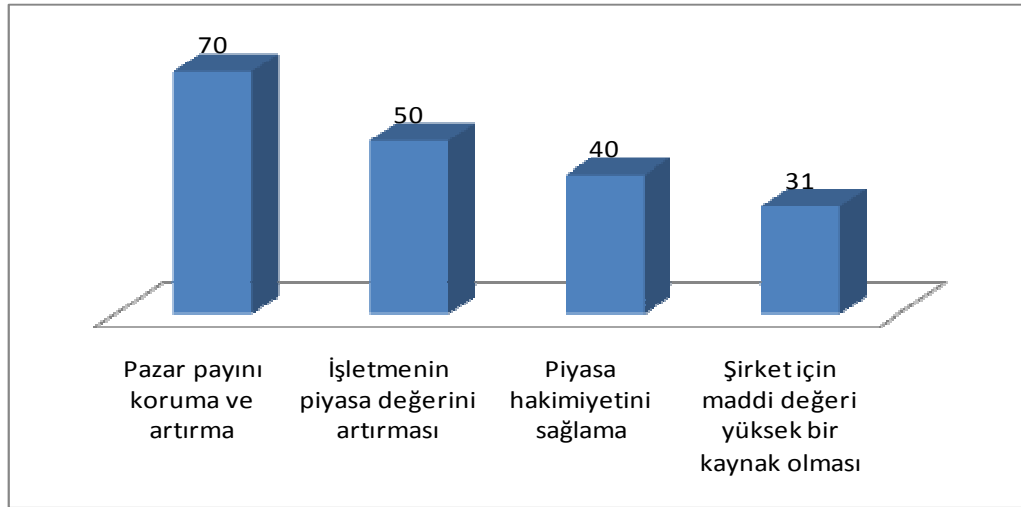
4.2. MARKALAŞMA FAALİYETLERİ

Araştırmaya katılan işletmelerin yaklaşık %80'inin tescilli markasının bulunduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca işletmelerin %67,86'sı markalaşma çalışmalarına devam etmektedir. Markalaşma faaliyetleri yürüten işletmelerin %64,58'i kalite artırma yolunu tercih etmekte; %64'ü logo, amblem ve slogan çalışmaları yürütmekte; %56'sı ise fuarlara katılımı tercih etmektedir. Şekil 15.'te markalaşmaya yönelik faaliyetlere ilişkin işletme sayıları verilmiştir.



Şekil 15. İşletmelerin Markalaşmaya Yönelik Çalışmaları (İşletme Sayısı)

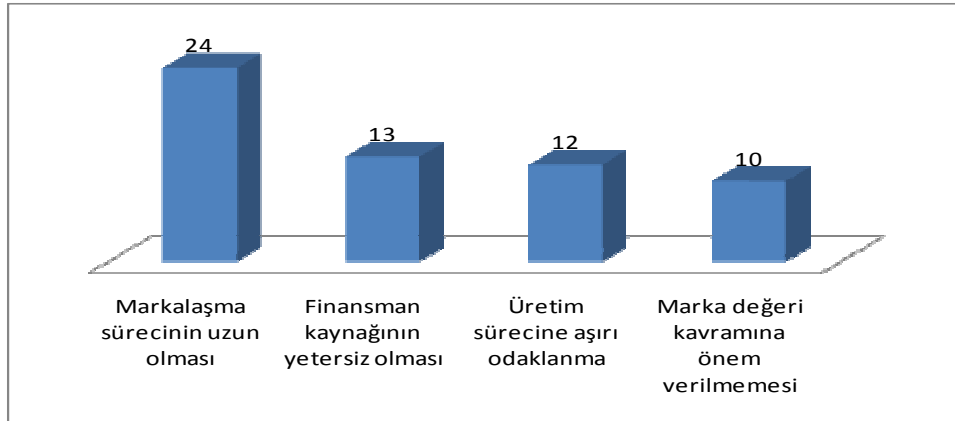
İşletmeler, markalaşmanın işletmelerine kattığı avantajları sıraladığında ilk sırada pazar payını koruma ve artırma yer almaktadır. Daha sonra ise sırasıyla markalaşmanın işletmenin piyasa değerini artırması, piyasa hâkimiyetini sağlama ve markalaşmanın şirket için maddi değeri yüksek bir kaynak olması gelmektedir.



Şekil 16. Markalaşmanın İşletmelere Kattığı Avantajlar (İşletme Sayısı)

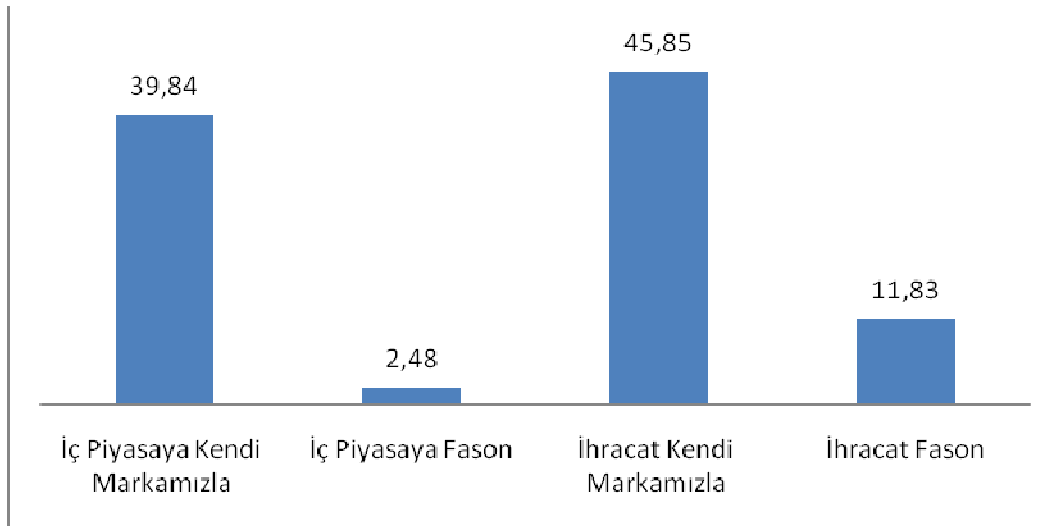
Bu araştırmada, markalaşma faaliyetleri başlığı altında ele alınan diğer bir konu, işletmelerin markalaşma sürecinde karşılaştığı zorluklardır. Sonuçlara göre markalaşmanın önündeki en büyük engel markalaşma sürecinin uzun olmasıdır. Bu problemi sırasıyla markalaşmak için gerekli finansman kaynağının yetersiz olması,

üretim sürecine aşırı odaklanma ve marka değeri kavramına önem verilmemesi takip etmektedir.



Şekil 17. İşletmelerin Markalaşmama Nedenleri (İşletme Sayısı)

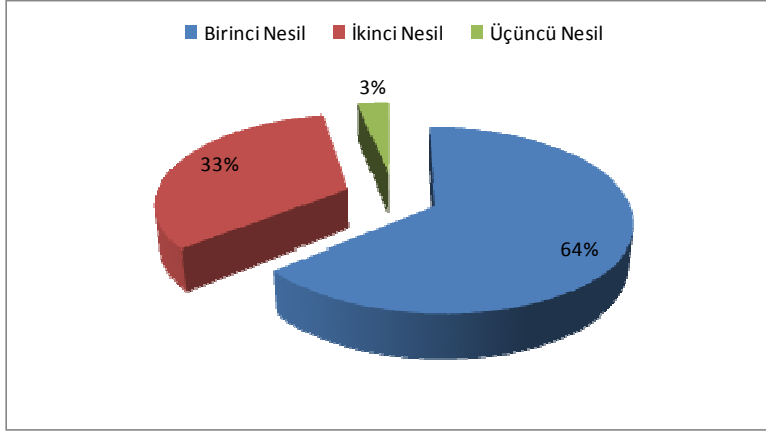
Araştırmaya katılan işletmelerin %45,73'ü kendi markalarıyla ihracat yapmakta, %11,74'ü ise fason ihracat yapmaktadır. İç piyasaya satışlarda ise, ihracatla benzer şekilde kendi markasıyla satış önemli bir paya sahiptir. İç piyasaya fason satışlar ise çok düşük bir orana sahiptir. Şekil 18.'de işletmelerin ürünlerini pazara sunma şekilleri gösterilmiştir.



Şekil 18. Üretimin Pazara Sunulma Şekli (%)

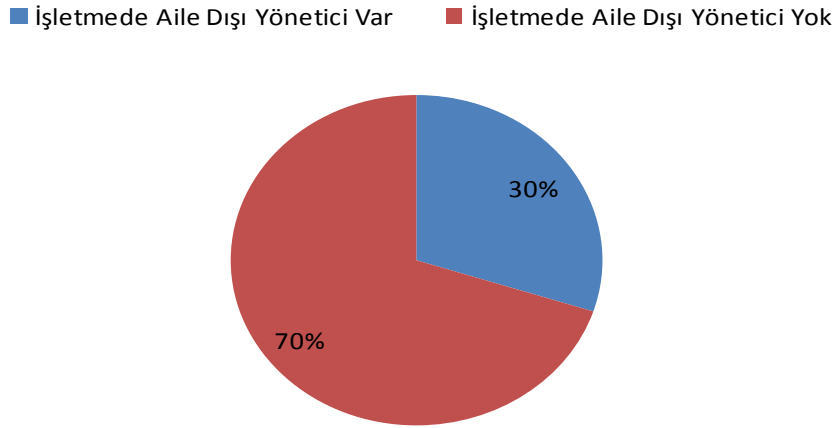
3.4. KURUMSALLAŞMAYA İLİŞKİN BİLGİLER

Araştırmaya katılan işletmelerin çoğunluğunun yönetimi birinci neslin elindedir. İkinci neslin yönetimin başında olduğu işletmelerin oranı %33 iken, üçüncü neslin oranı oldukça düşük düzeydedir. Üçüncü neslin yönetiminde olan işletmelerin sayısının çok az olması sektörün genç bir sektör olmasıyla bağlantılıdır.



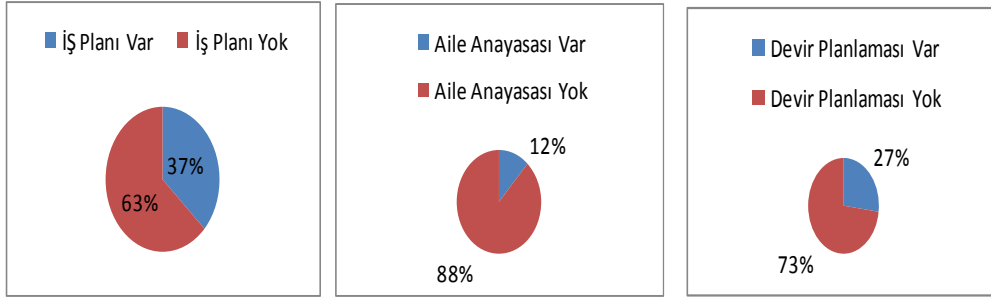
Şekil 19. İşletmelerde Nesillerin Dağılımı

Araştırma kapsamındaki işletmelerin büyük bir çoğunluğunun aile işletmesi olduğu düşünüldüğünde, kurumsallaşma işletmeler için önem arz eden bir olgu olarak değerlendirilebilir. Nitekim araştırma kapsamındaki işletmelerin sadece %30’unda aile dışı profesyonel yönetici istihdam edildiği görülmektedir.



Şekil 20. Aile Dışı Yönetici İstihdam Etme Oranı

Araştırmaya katılan işletmelerin %37’si işletme faaliyetlerini daha önceden belirlenmiş bir iş planı üzerinden yürütürken %63’ü yazılı ve onaylı bir planlama yapmamaktadır. Araştırma kapsamındaki işletmelerin sadece %12 gibi oldukça az bir kısmı iş yönetimi ve aile ilişkilerinin düzenlenmesine ait kuralları içeren yazılı bir sözleşmeden yararlanmaktadır. İşletmelerin %73 gibi büyük bir çoğunluğu, devir planlaması yapmadığını belirtmiştir.



Şekil 21. İşletmelerin Kurumsallaşmaya İlişkin Bazı Göstergeleri

İşletmelerin kurumsallaşma düzeyleri ile ilgili bilgi sahibi olmaya yardımcı olacak verilere bakıldığında kurumsallaşma düzeyinin düşük olduğu dikkati çekmektedir. Aile anayasası oluşturma, halef planlaması, iş planı ve aile dışı profesyonel yönetici istihdamı gibi faktörlerin oldukça düşük yüzdelere sahip olduğu görülmektedir. Ancak bu durumun daha öncede belirtildiği gibi sektörün yaş ortalaması ile ilgili olabileceği düşünülmektedir. Araştırma verileri sektördeki işletmelerin kuruluş yıllarının yaklaşık 1999 yılı olduğunu göstermektedir. Bu durumda işletmelerin oldukça büyük bir kısmı araştırma verilerinin de doğruladığı gibi birinci nesil yönetimindedir. Bu nedenle işletmelerde henüz nesil farklılaşmasından, ailenin genişlemesinden, işletmenin büyümesinden kaynaklanan sorunlar, çatışmalar ve problemler yaşanmamış olabilir. Ancak bu durum 10-15 yıl içinde işletmelere yönelik tehdit oluşturabilecek potansiyel bir tehlikedir. Bu nedenle, araştırma ile açıkça ortaya konan bu durumu işletmelerin bir erken uyarı sinyali olarak değerlendirmesi ve proaktif davranarak kurumsallaşma yolundaki adımları atması gerekir.

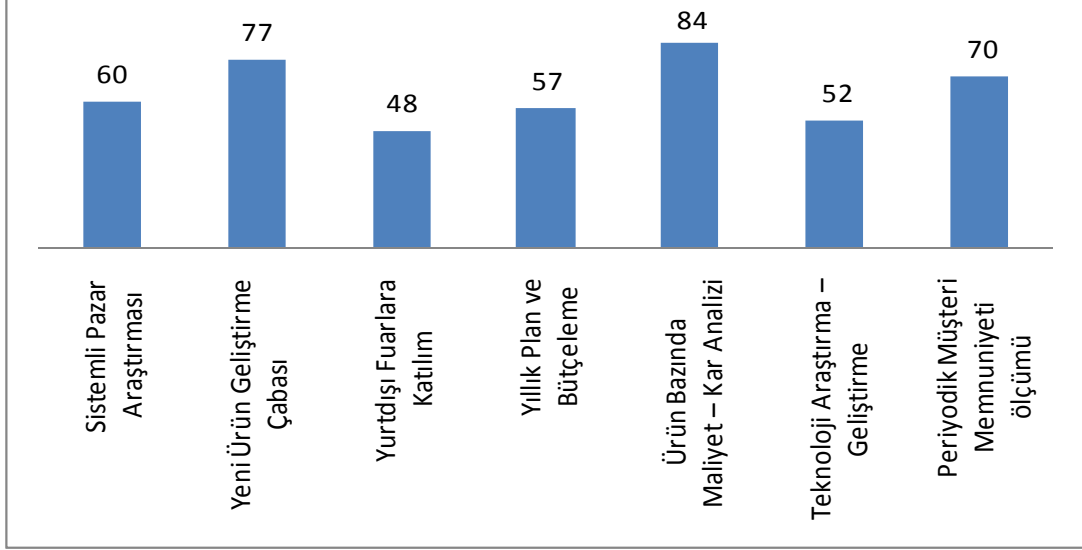
Araştırmaya katılan işletmelerin muhasebe/finans, üretim, pazarlama ve desen bölümlerine daha çok önem verdikleri görülmektedir. İşletmelerin AR-GE, insan kaynakları gibi firma değerini artırmayı hedefleyen departmanları oluşturma eğilimlerinin az olduğu dikkati çekmektedir.

İşletmelerin departmanlaşma oranlarına bakıldığında dağılım aşağıda yer aldığı gibidir.

- ✓ Muhasebe-Finans: %81
- ✓ Üretim: %85
- ✓ Pazarlama: %63
- ✓ Desen: %78
- ✓ Ar-Ge: %10
- ✓ İnsan Kaynakları: %33
- ✓ Kalite Kontrol: %40

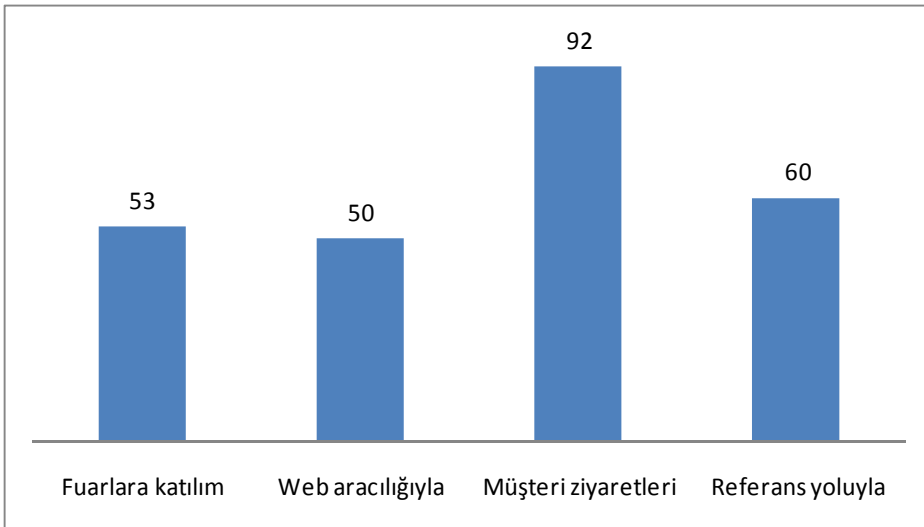
4.4. SÜREÇ ANALİZİ

Araştırmaya katılan işletmelerin önemli bir kısmı (%84) ürün bazında maliyet-kar analizi yapmakta ve yeni ürün geliştirme faaliyetleri (%77) yürütmektedir. Araştırmaya katılan işletmelerin yurtdışı fuarlara katılımının %48 ile sınırlı kaldığı dikkat çekmektedir.



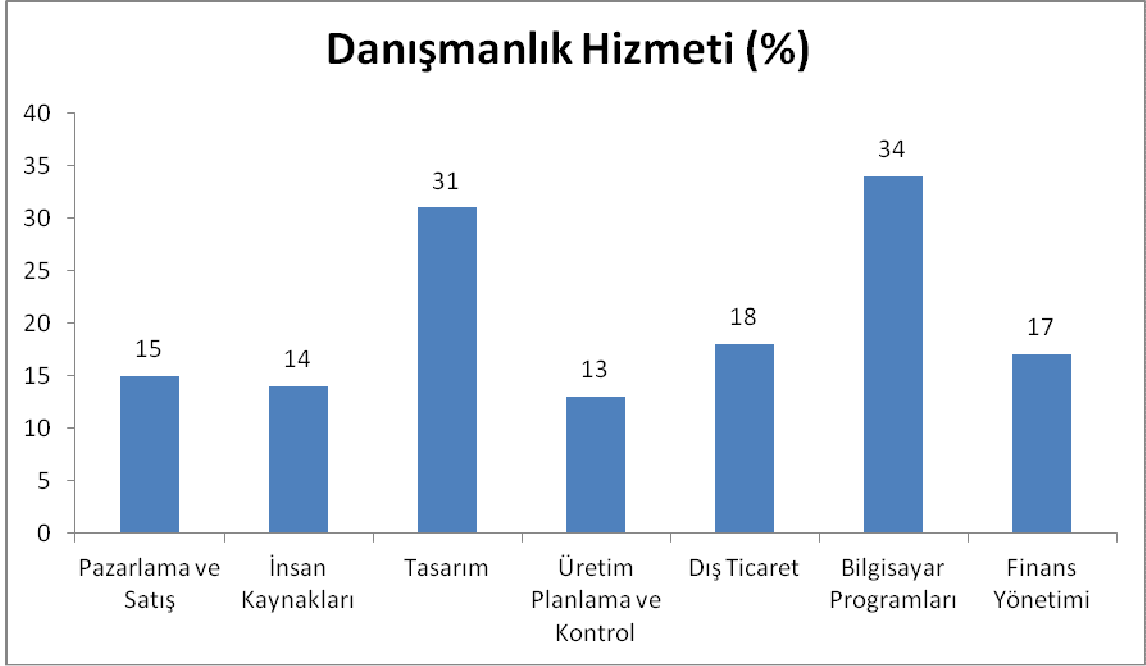
Şekil 22. İşletmelerde Uygulanan Süreçler (%)

Araştırmaya katılan işletmelerin müşteri portföyünü, çoğunlukla geleneksel yollara başvurarak artırmayı hedeflediği görülmektedir. Müşteri portföyünü artırmaya yönelik başvurulan en sık yöntem %92 oranla müşteri ziyaretleri iken, görece en az olan yöntem ise %50 oranla internet kullanıcılığıdır.



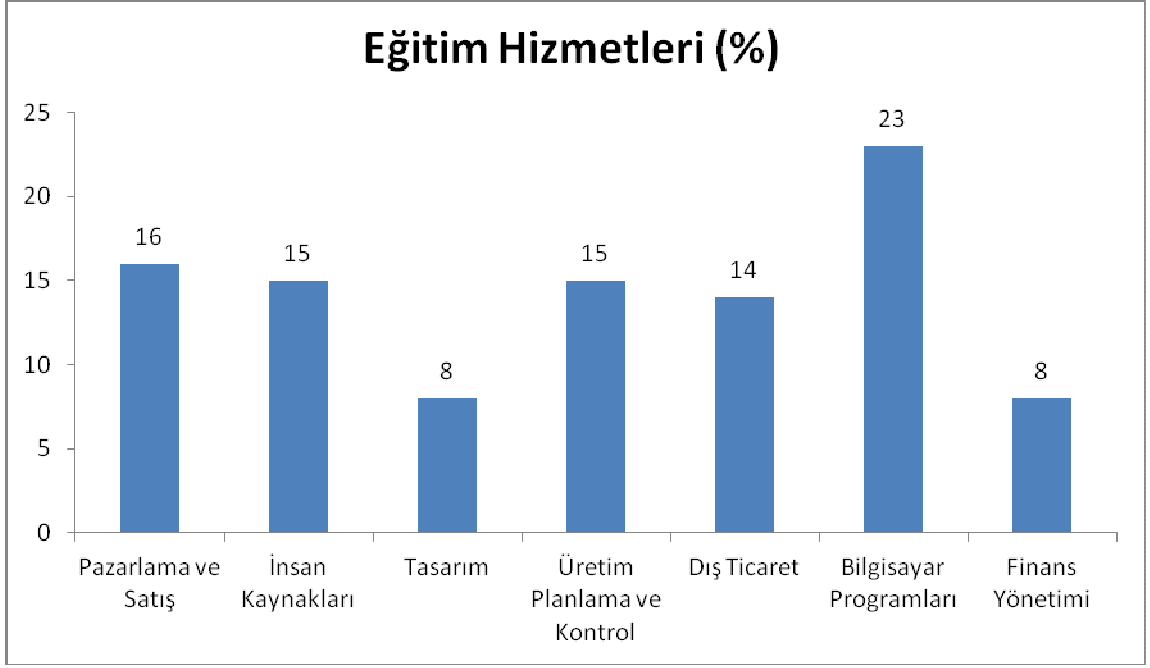
Şekil 23. İşletmelerin Müşteri Portföyünü Artırma Faaliyetleri (%)

Araştırmanın süreç analizi kısmında ele alınan bir diğer konu, işletmelerin almış oldukları eğitim ve danışmanlık hizmetleridir. Sonuçlara göre, işletmelerin bilgisayar sistemleri konusunda diğer alanlara göre, gerek eğitim gerekse danışmanlık hizmeti konularında daha fazla hizmet aldığı görülmektedir. Yatırım kararlarında ise, işletmelerin %75'i fizibilite çalışmaları ve pazar araştırmalarını baz alırken, geri kalan işletmeler ise rakiplerini baz almaktadırlar.



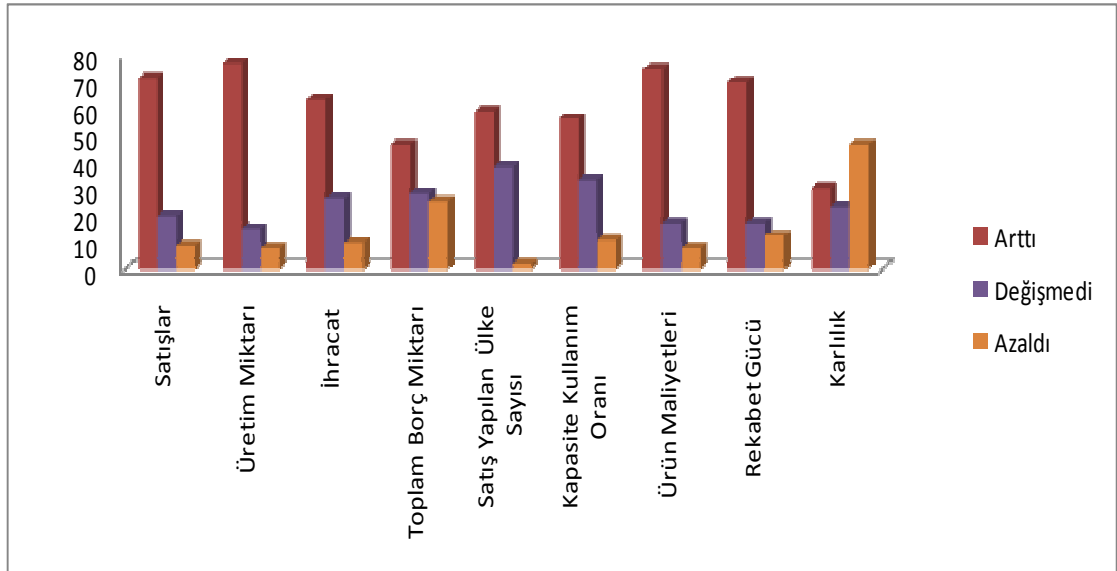
Şekil 24. İşletmelerin Aldığı Danışmanlık Hizmetleri (%)

Araştırmaya katılan işletmelerin danışmanlık ve eğitim alanlarında aldıkları hizmetlere bakıldığında, danışmanlık alanında tasarım ve bilgisayar programlarının öne çıktığı, eğitim hizmeti açısından ise yine bilgisayar programlarının ön planda olduğu dikkati çekmektedir. Pazarlama, insan kaynakları, üretim, finans yönetimi ve dış ticaret konularında alınan hizmetler diğer danışmanlık hizmetlerine göre daha düşükken, eğitim hizmetleri alanında ise en düşük hizmetlerin tasarım ve finans yönetimi olduğu dikkat çekmektedir.



Şekil 25. İşletmelerin Aldığı Eğitim Hizmetleri (%)

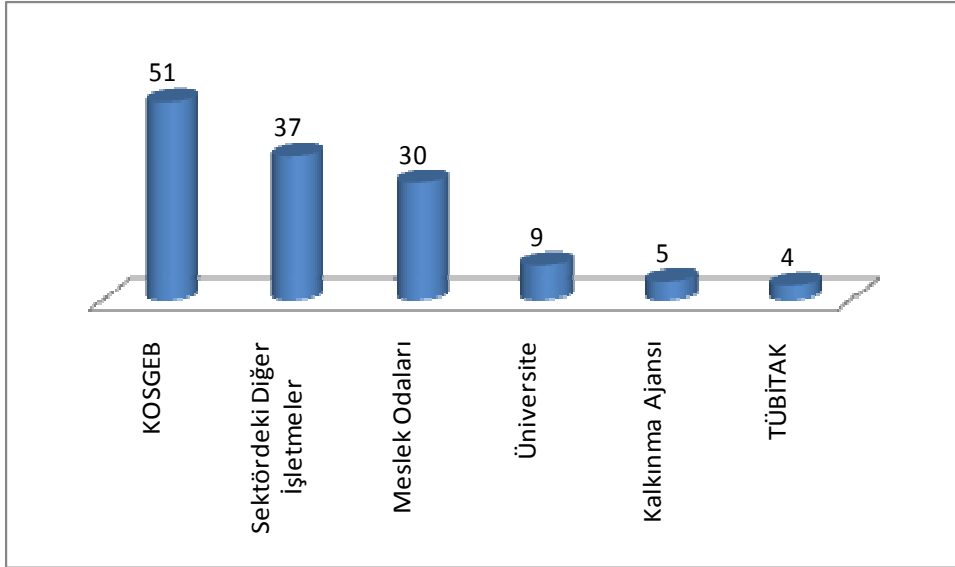
Araştırmaya katılan işletmelerin son üç yıllık performansları değerlendirildiğinde satış, üretim miktarı ve ürün maliyetlerinde artış kaydedilirken, buna paralel olarak toplam borç miktarında artış ve kârlılıkta azalma görülmüştür.



Şekil 26. İşletmelerin Son Üç Yıllık Performansları (%)

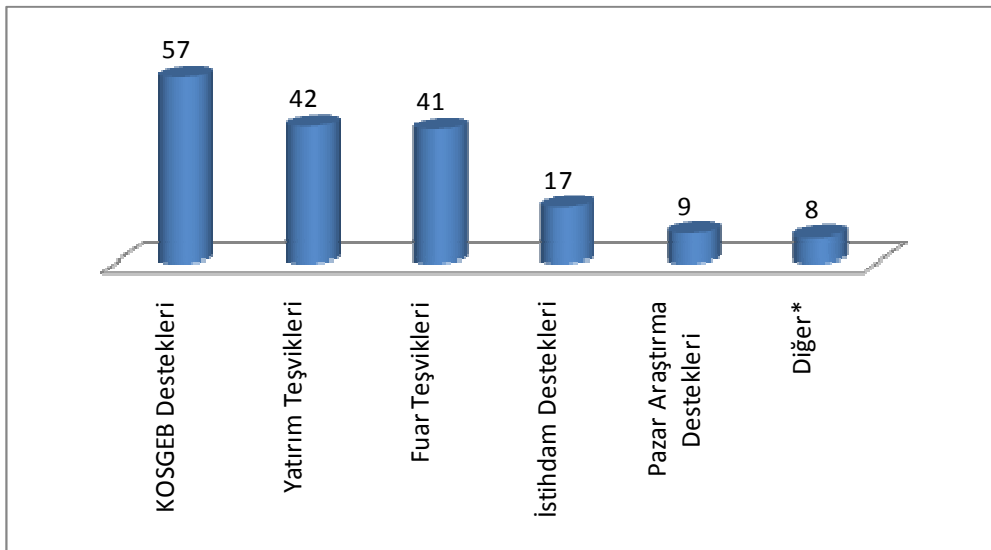
4.5. İŞBİRLİKLERİ VE ALINAN DESTEKLERE İLİŞKİN BİLGİLER

Araştırmaya katılan işletmelerin işbirliği yaptığı kurumlara bakıldığında KOSGEB ilk sırada yer almaktadır. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular incelendiğinde, yeterince işbirliği yapılmadığı görülmektedir.



Şekil 27. İşbirliği Yapılan Kurumlar

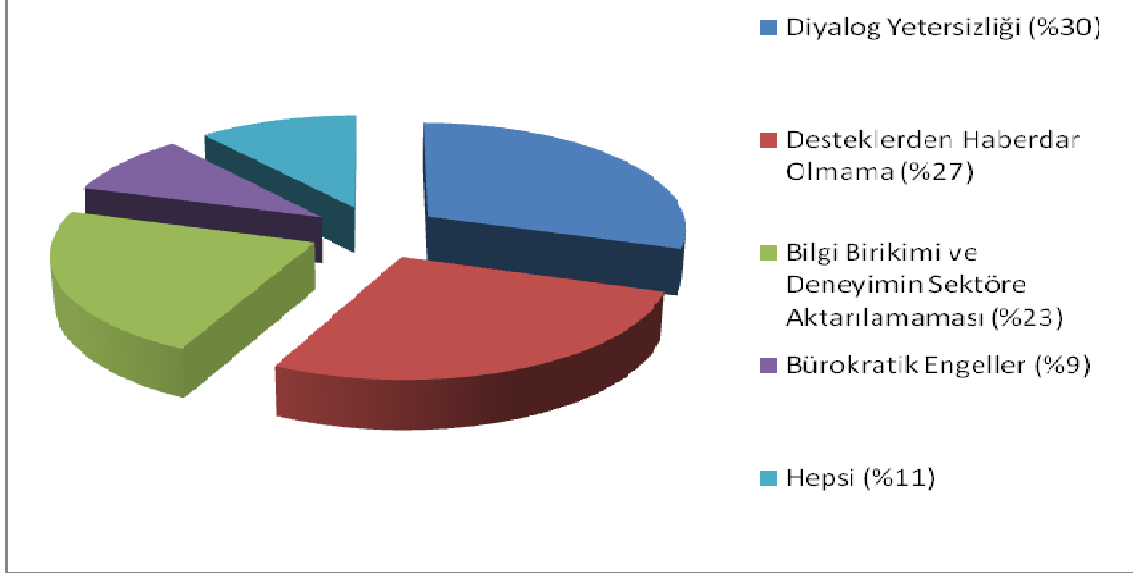
Sektörün faydalandığı devlet desteklerine bakıldığında, işbirliği yapılan kurumlara benzer şekilde KOSGEB'in desteklerinden yararlanan işletme sayısının daha fazla olduğu, bunun dışındaki devlet desteklerinden ise yeterince yararlanılmadığı görülmektedir.



Şekil 28. İşletmelerin Yararlandıkları Devlet Destekleri

* TÜBİTAK, AB kaynaklı fonlar, Kalkınma Ajansı hibeleri ve ARGE desteklerini kapsamaktadır.

Üniversite sanayi işbirliğinin yeterli olup olmadığı ile ilgili olarak yöneltilen soruya işletmelerin sadece %8'i işbirliğinin yeterli olduğu yönünde cevap vermiştir. Söz konusu işbirliği yetersizliğine ilişkin verilen cevaplar Şekil 29.'da gösterilmiştir.



Şekil 29. Üniversite-Sanayi İşbirliğinin Yetersiz Olma Nedenleri

Üniversite-sanayi işbirliğinin gelişimi için işletmelerin en sık değindiği çözüm önerisi, akademisyenlerin sahaya inerek sağlıklı diyalogların kurulması olmuştur. Bunun dışında öne çıkan çözüm önerileri;

- ✓ Üniversitelerin sanayiye kalifiye eleman temin etmesi,
- ✓ Üniversitelerin akademik araştırmalar ve ARGE çalışmaları ile sanayiye destek sağlaması,
- ✓ Oda ve birlikler vasıtasıyla ilişkilerin güçlendirilmesi,
- ✓ Ortak projelerin geliştirilmesidir.

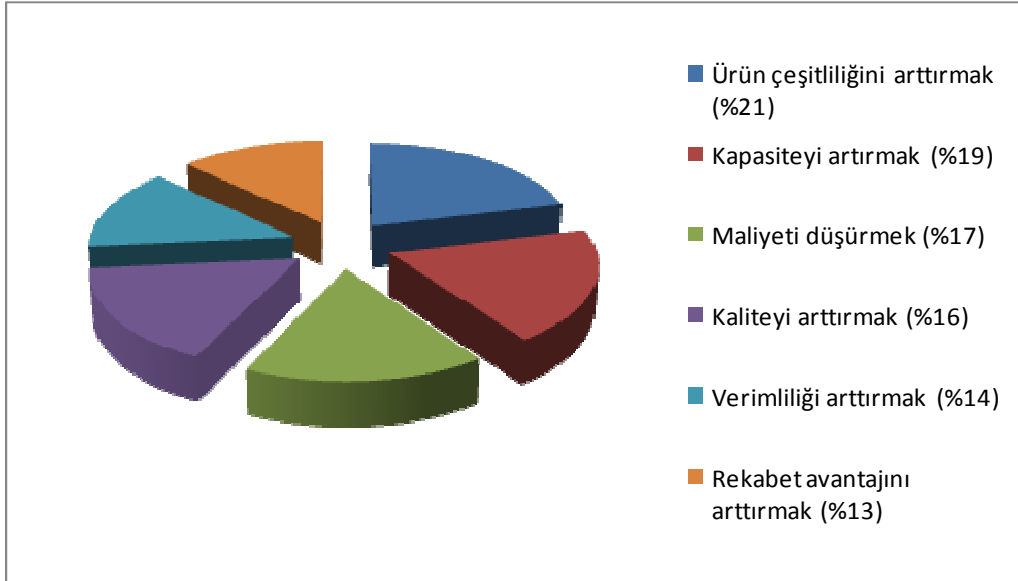
BU SAYFADA BİR RESİM
YERALACAK

BEŞİNCİ BÖLÜM SEKTÖR GELECEK PROJEKSİYONU

5.1. YATIRIM HEDEFLERİNE İLİŞKİN BİLGİLER

Araştırmaya katılan işletmelerin gelecek yıllarda yapmayı planladıkları yatırımlar, sektörde yıllık yaklaşık %9-12 arasında büyüme projeksiyonunu ortaya koymaktadır. Yatırımların ağırlıklı olarak yurtiçinde yapılması planlanmaktadır.

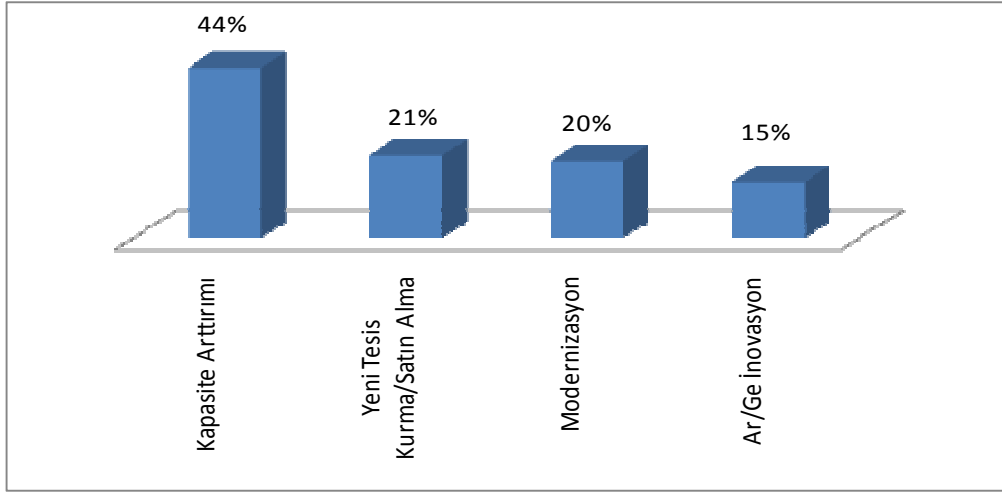
Araştırmaya katılan işletmelerin yatırım kararlarına dair grafik incelendiğinde sonuçların birbirine yakın olduğu göze çarpmaktadır. Bununla beraber ürün çeşitliliğini arttırmak için yapılması planlanan yatırımlar diğerlerine göre ön plana çıkmıştır.



Şekil 30. İşletmelerin Yatırım Yapma Amaçları

Araştırmaya katılan işletmeler yatırımların finansmanında en çok öz kaynak ve leasing kullanımına başvurmaktadır. Bu iki kaynaktan sonra yurtiçi yabancı kaynak kullanımı gelmekte, en son sırada ise yurt dışı yabancı kaynak kullanımı yer almaktadır.

Araştırmaya katılan işletmelerin geleceğe yönelik yatırımlarına bakıldığında işletmelerin yaklaşık olarak yarısının kapasite artırımı yapacakları görülmektedir. Kapasite artırımından sonra ise yeni tesis kurma ikinci sırada yer almaktadır.



Şekil 31. İşletmelerin Yatırım Kararları

5.2. REKABET STRATEJİLERİNE İLİŞKİN BİLGİLER

Araştırmanın rekabet stratejilerine ilişkin başlığı altında, işletmelerin sektörde hangi ülkeleri kendilerine rakip olarak gördüğü ve bu ülkelerle rekabette alınması gereken önlemler ele alınmıştır. Buna göre başlıca rakip ülkeler Belçika, Çin, Özbekistan, Mısır, Suriye, Rusya, Özbekistan ve İran olarak öne çıkmaktadır. Tablo 17.'ye bakıldığında birinci sırada rakip olarak görülen ülkelere göre alınması gereken önlemler aşağıda sıralanmıştır;

Belçika ile:

- ✓ Kaliteyi artırmak
- ✓ Ürün çeşitliliğini artırmak
- ✓ Reklama dayalı pazarlama
- ✓ Ar-Ge çalışmalarını artırmak
- ✓ Markalaşma
- ✓ Hedef pazarda olmayan inovatif ürünler üretmek

Çin ile:

- ✓ Kârlılığını azaltmak
- ✓ Maliyeti düşürmek

Özbekistan ile:

- ✓ Bürokratik engellerin kaldırılması

Mısır ve Rusya'ya karşı alınması gereken önlemler ise şöyledir:

- ✓ Kaliteyi artırmak
- ✓ Ürün çeşitliliğini artırmak
- ✓ Reklama dayalı pazarlama
- ✓ Ar-Ge çalışmalarını artırmak
- ✓ Markalaşma
- ✓ Hedef pazarda olmayan inovatif ürünler üretmek
- ✓ Bürokratik engellerin kaldırılması

Tablo 17. Rakiplere Karşı Alınması Gereken Önlemler

| | 1. Sıra | 2.Sıra | 3.Sıra |
|--|------------|----------------|---------------------|
| Kaliteyi Artırmak | Belçika | Çin | Mısır |
| Karlılığı Azaltmak | Çin | Belçika | Özbekistan |
| Ürün Çeşitliliğini Arttırmak | Belçika | Çin | Mısır |
| Maliyeti Düşürmek | Çin | Belçika | Özbekistan |
| Reklama Dayalı Pazarlama | Belçika | Çin | Mısır ve Rusya |
| AR-GE Çalışmalarını Artırmak | Belçika | Çin | Mısır |
| Markalaşma | Belçika | Çin | Mısır |
| Hedef Pazarda Olmayan İnovatif Ürünler Üretmek | Belçika | Çin | Mısır ve Özbekistan |
| Bürokratik Engellerin Kaldırılması | Özbekistan | Belçika ve Çin | Mısır ve Rusya |

5.3. İŞLETMELERİN İHTİYAÇ VE HEDEFLERİNE İLİŞKİN BİLGİLER

Ankete katılan işletmelere önümüzdeki üç yıla ilişkin ihtiyaçlarını önem sırasına göre 1'den 5'e kadar sıralamaları istenmiş ve sonuçlar Tablo 18.'de gösterilmiştir. Sonuçlara göre işletmelerin en önemli ihtiyaçları; yeni ürün geliştirme, kalitenin iyileştirilmesi ve yatırım için ek finansman olarak belirlenmiştir. Markalaşma, dış pazara açılma ve teknoloji iyileştirme diğer önemli ihtiyaçlardır. Sorulara verilen cevapların ortalama değerleri aşağıdaki tablolarda gösterilmiştir.

Tablo 18. İşletmelerin İhtiyaçlarının Önem Derecesi

| | |
|--------------------------------|------|
| Yeni Ürün Geliştirme | 4,27 |
| Kalitenin İyileştirilmesi | 4,15 |
| Yatırım İçin Ek Finansman | 4,14 |
| Markalaşma | 4,09 |
| Dış Pazara Açılma | 4,06 |
| Teknoloji İyileştirme | 4,01 |
| Alanında Uzman Personel | 3,96 |
| İlave İşletme Sermayesi | 3,8 |
| Otomasyon | 3,8 |
| Çalışan Eğitimi | 3,76 |
| İşletmenin Yeniden Yapılanması | 3,33 |
| İç Pazarda Büyüme | 3,21 |
| Yönetim Danışmanlığı | 3,01 |
| Elektronik Ticarete Geçiş | 2,89 |
| Yurtiçi ve Yurtdışı Ortaklık | 2,15 |

1 : Çok Önemsiz 2 : Önemsiz 3 : Orta 4 : Önemli 5 : Çok Önemli

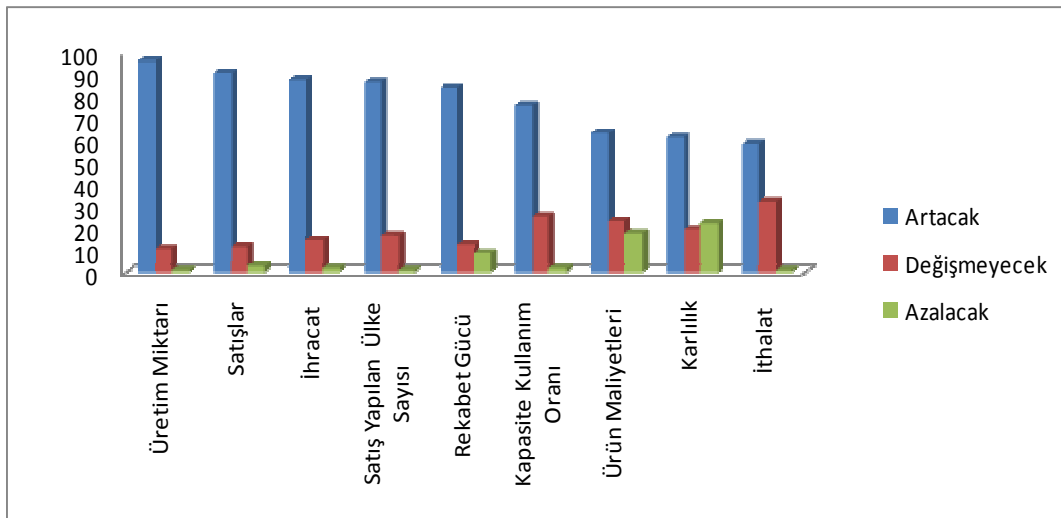
Araştırma, işletmelerin geleceğe yönelik beklentilerine ilişkin olarak önümüzdeki üç yıl için sektörün ve Türkiye ekonomisinin genel durumuna ilişkin öngörülerini ele almış ve sonuçta işletmelerin sektörün ve Türkiye ekonomisinin geleceğinden oldukça iyimser oldukları ortaya çıkmıştır.

**Şekil 32.** İşletmelerin Sektöre İlişkin Beklentileri



Şekil 33. İşletmelerin Türkiye Ekonomisine İlişkin Beklentileri

İşletmelerin üretim miktarları, satışları, ihracatları, v.s. ile ilgili gelecek beklentilerinin de, sektör ve ekonomik durumun geleceğine ilişkin beklentilerle paralel olarak iyimser olduğu görülmektedir. İşletmelerin önemli bir kısmı üretim miktarı, satışlar ve ihracatın artacağı yönünde beklenti içindedir.



Şekil 34. İşletmelerin Gelecek Üç Yıl İçin Beklentileri

Sektörde enerji maliyetlerinin karlılık üzerinde önemli bir baskı unsuru olduğu göz önünde bulundurulduğunda, işletmeler için enerji verimliliğini artırmak önemli bir ihtiyaç olarak görülmektedir. Bu kapsamda işletmelerin enerji verimliliğini artırmak için başvurduğu başlıca yollar şunlardır:

- ✓ Tasarruf tedbirlerinin uygulanması,
- ✓ Düşük enerji tüketen makine arayışı,

- ✓ Kojenerasyon planlaması,
- ✓ Eski makinelere inverter takılması,
- ✓ Sensör kullanımı,
- ✓ Bilinçli kullanım için personele eğitim verilmesi.

BU SAYFADA BİR RESİM
YERALACAK

ALTINCI BÖLÜM SEKTÖRE YÖNELİK SWOT ANALİZİ

6.1. SEKTÖRE YÖNELİK SWOT ANALİZİ

SWOT (Güçlü Yönler - Zayıf Yönler – Fırsatlar - Tehditler) analizi incelenen kuruluşun, tekniğin, sürecin veya durumun güçlü alanlarını ve iyileştirmeye açık alanlarını belirlemekte ve dış çevreden kaynaklanan fırsat ve tehditleri saptamakta kullanılan bir tekniktir.¹⁰

Sektörün güçlü yönlerine işletmelerin verdiği cevaplar Tablo 19.'da verilmiştir. Buna göre, halıcılığın bölgede yaygın olması, rekabet ve teknolojiye dayalı yenilik, sektörün güçlü yönleri olarak ön plana çıkmıştır.

Tablo 19. Sektörün Güçlü Yönleri

| Güçlü Yön | Cevap Veren İşletme Sayısı |
|--|----------------------------|
| Sektörün Bölgede Yoğunlaşması ve Bilgi Birikimi Avantajı | 26 |
| Rekabet | 17 |
| Teknoloji-Yenilik | 14 |
| Güçlü finansman | 7 |
| Kalite | 4 |
| Girişimcilik | 3 |
| İstikrar | 3 |
| Lokasyon | 3 |
| Markalaşma | 2 |

¹⁰ www.bayindirlik.gov.tr/.../15_1_StratejikYonetimTemelKavramlarSunum.pdf

Sektörün zayıf yönlerine ilişkin olarak işletmelerin vermiş olduğu cevaplar Tablo 20.'de gösterilmiştir. Tabloda görüldüğü gibi sektörün en zayıf yönleri sırasıyla rekabet, yetersiz Ar-Ge ve zayıf birlikteliktir.

Tablo 20. Sektörün Zayıf Yönleri

| Zayıf Yön | Cevap Veren İşletme Sayısı |
|-------------------|----------------------------|
| Rekabet | 20 |
| Yetersiz Ar- Ge | 12 |
| Zayıf birliktelik | 9 |
| Finansman | 7 |
| Bilgi eksikliği | 6 |
| Risk | 5 |
| Dışa bağımlılık | 4 |
| Yüksek maliyet | 4 |
| Kurumsallaşamama | 3 |

Sektörün fırsatlarına ilişkin olarak işletmelerin vermiş olduğu cevaplar Tablo 21.'de gösterilmiştir. Tabloda görüldüğü üzere sektörün fırsatları sırasıyla, teknoloji bazlı yeni ürün, talep koşulları, hammadde ve pazara yakınlıktır.

Tablo 21. Sektörün Fırsatları

| Fırsatlar | Cevap Veren İşletme Sayısı |
|-----------------------------|----------------------------|
| Teknoloji-Yeni ürün | 18 |
| Talep koşulları | 10 |
| Hammadde ve pazara yakınlık | 7 |
| Yeni pazarlar | 5 |
| Coğrafi konum | 3 |
| Finansman | 2 |
| Kalite | 2 |
| Markalaşma | 2 |
| Teşvikler | 2 |

Sektör için tehditlere ilişkin olarak işletmelerin vermiş olduğu cevaplar Tablo 22.'de gösterilmiştir. Tabloda görüldüğü gibi sektörü tehdit eden en büyük unsurun rekabet olduğu görülmektedir. Daha sonra ise istikrarsızlık ve yüksek maliyetler gelmektedir.

Tablo 22. Sektör İçin Tehditler

| Tehditler | Cevap Veren İşletme Sayısı |
|-------------------|-----------------------------------|
| Rekabet | 26 |
| İstikrarsızlık | 13 |
| Yüksek Maliyetler | 11 |

Tablo 23: Sektöre Yönelik SWOT Analizi ve Stratejiler

| İç Faktörler Dış Çevre Faktörleri | 1. Üstünlükler 1.1. Bölgede Kümelenme Olması 1.2. Rekabet 1.3. Teknoloji-Yenilik 1.4. Güçlü Finansman | 2. Zayıflıklar 2.1. Rekabet 2.2. Yetersiz AR-GE 2.3. Zayıf birliktelik 2.4. Bilgi Eksikliği 2.5. Yetersiz insan kaynağı |
|---|---|--|
| 3. Fırsatlar 3.1. Teknoloji-Yeni ürün 3.2. Talep koşulları 3.3. Hammadde ve pazara yakınlık 3.4. Yeni pazarlar | ÜF Stratejileri * Sektörel deneyim ve bilgi birikimini teknoloji ile birleştirerek hammadde ve pazara yakınlık avantajını kullanarak pazara inovatif ürünler sunulabilir, böylelikle yüksek rekabet gücüne sahip olarak pazar liderliği korunabilir. * Firmalar bilgi, deneyim ve finansman olanaklarını kullanarak yeni pazarlarda yatırımlar yapabilir ya da ortak girişimlerde bulunabilir. * Hedef pazarlarda satış ofisleri açılabilir ya da mevcut ofisler tanıtım ve ürün bakımından zenginleştirilerek müşteri portföyü genişletilebilir. | ZF Stratejileri *Gelişen teknolojiden yararlanarak yenilikçi ürün üretebilmek için sektör adına firmaların ortak katılımı ile oluşturulacak laboratuvarlar ile Ar-Ge alanındaki eksiklikler giderilebilir. Böylece işletmelerin hem Ar-Ge çalışmalarına rehberlik edilmiş olur hem de sektörde ortak akıl platformunun oluşmasına imkân tanınmış olur. *Sektörde dış ticarete yönelik bilgi eksikliğini gidermek amacıyla alanında uzman kişilerden çeşitli kurumlarla işbirliği yapılarak eğitim, seminer, konferans v.b. etkinlikler düzenlenebilir. |
| 4. Tehditler 4.1. Rekabet 4.2. İstikrarsızlık 4.3. Yüksek Maliyetler 4.4. Mevcut Dış Pazarların Üretime Geçmesi 4.5. Mevcut Pazarlardaki Gümrük Duvarların Yükselmesi | ÜT Stratejileri *İşletmelerin güçlü finansman yapıları teknoloji yatırımlarına aktarılarak yüksek maliyetler düşürülebilir ve rekabet avantajı elde edilebilir. *Sektörde düzenli periodlarla toplanacak ortak akıl platformu oluşturularak sektördeki problemler ve gelişmeler incelenerek gerekli değerlendirmeler yapılabilir. Bu sayede sektörel bilgi ve birikim etkili bir şekilde kullanılarak rekabet ve istikrarsızlığın olumsuz etkisi azaltılabilir. *Sektörün finansman yapısı ve bilgi birikimi ve deneyimini birleştirerek yurt dışı pazarlarda ortak veya bireysel yatırımlar yapılabilir. Bu şekilde gümrük ve yüksek maliyet problemleri aşılabılır. | ZT Stratejileri *Sektördeki yetkin insan kaynağı sorunun orta vadede çözülebilmesi için meslek liseleri ve üniversitelerle işbirliği yapılarak sektörün ve faaliyet alanlarının etkili bir şekilde tanıtılması ve öğrencilerin bu doğrultuda kendilerini yetiştirmeleri sağlanabilir. Böylece rekabet üstünlüğü sağlamada önemli bir avantaj elde edilmiş olur. * Ar-Ge'deki boşlukların ve bilgi eksikliklerinin tamamlanması ile sektör daha da güçlenmiş olacağından rekabet ve istikrarsızlığa yönelik problemler azalacağı varsayılmaktadır. |

GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Dünya dokuma makine halıcılığı üretiminin %28'i Türkiye'deki dokuma makine halıcılığı sektörü tarafından karşılanmaktadır. Bu anlamda Türk dokuma makine halıcılığı sektörü dünyada lider konumdadır. Sektör cari açık problemi yaşayan Türkiye için kritik öneme sahiptir. Nitekim araştırmaya katılan işletmelerin yaklaşık %82'si ihracat yapmaktadır. Sektörde mevcut durum itibariyle 137 firma yaklaşık 3 milyon m² toplam alanda, 950 tezgah ve yaklaşık 13.500 çalışan ile yıllık 241 milyon m² dokuma makine halısı üretmektedir. Bu üretimin %89'u Gaziantep ilinde gerçekleşmektedir. 2010 yılı itibariyle sektörden elde edilen toplam satış hasılatı 3,20 milyar TL'dir. Yine aynı yıl sonu itibariyle sektörün ihracat tutarı 1,93 milyar TL'dir. Yapılan ihracatın toplam satışlar içindeki payı %60'tır ve bu ihracatın %75'ini firmalar kendi markalarıyla gerçekleştirmektedir. Sektörün ihracatı Türkiye'deki toplam ihracatın %1,1'ini oluşturmaktadır. Gaziantep'teki dokuma makine halısı ihracatı ilin toplam ihracatının %25'ini oluşturmaktadır ve ihracatın büyük çoğunluğu Ortadoğu ve Arap Ülkelerine yapılmaktadır.

Sektördeki işletmelerin kuruluş yılları incelendiğinde, sektörün oldukça genç ve ortalama yaşının 12 olduğu görülmektedir. Ayrıca işletmeler kurumsallık açısından incelendiğinde, önemli bir gösterge olarak kabul edilen ortaklık yapısı bakımından işletmelerin büyük çoğunluğunun aile şirketi olduğu; yabancı ortak bulunduran işletmelerin sayısının ise oldukça az olduğu görülmektedir. Sektörde faaliyet gösteren firmaların güçlü finansman yapılarına sahip oldukları dikkati çekmektedir.

İncelemeye konu olan 2007-2010 yılları arasında sektörde kapasite kullanım oranının %72 ile %76 arasında olduğu görülmektedir. Sektörde bazı işletmeler(%29), temel girdi olan pp ve akrilik ipliği de kendi bünyelerinde üretmektedir. Söz konusu firmalarda toplam pp iplik üretimi 261.000 ton/yıl'dır.

Sektördeki işletmelerin yatırım hedefleri incelendiğinde yıllık ortalama %9-12 arasında büyümeyi planladıkları görülmektedir. Planlanan bu büyüme oranı 2023 yılı hedefleriyle paraleldir.

Sektörün elinde bulundurduğu kapasite avantajını etkin ve etkili bir şekilde değerlendirebilmesi için mevcut problemlerini çözmeye, bazı alanlardaki eksikliklerini tamamlamaya ihtiyacı vardır. Araştırmadan elde edilen veriler doğrultusunda sektörde faaliyette bulunan işletmelere yönelik bir takım tespitler ve öneriler aşağıda belirtilmiştir.

Sektörün genç olmasından, karşılaşılan sorunların etkileri henüz tam anlamıyla tecrübe edilmemiştir. Şirketlerin kendilerine bir gelecek öngörebilmeleri için proaktif bir tavır takınarak şimdiden sorunlara çözüm önerileri geliştirmeleri gerekmektedir. Bu anlamda ileriki dönemlerde belli başlı yaşanacak sorunlardan biri kurumsallaşma düzeyidir. İşletmelerin büyük kısmının aile şirketi olması ve %64'ünün henüz birinci nesil tarafından yönetilmesi, iş-aile-işletme ilişkilerini düzenleyecek herhangi bir planlamanın genellikle yapılmaması bu durumun olası nedenlerindedir. Ayrıca işletmelerde departmanlaşma oranının çok yüksek olmaması ve firma değerini arttıracak departmanların henüz oluşturulmamış olması, sektörün karşılaştığı önemli sorunlardan bir diğeridir.

İşletmeler yeni ürün geliştirme ve kalite iyileştirme ihtiyaçlarına vurgu yapmakta, buna karşın Ar-Ge faaliyetlerine verilen önem ve yapılan yatırımlar yetersiz kalmaktadır. İstihdam edilen personelin sadece %1'nin Ar-Ge departmanına tahsis edilmiş olması bu konuya yeterince önem verilmediğini göstermektedir. İşletmeler kalifiye eleman bulma noktasında sıkıntı çekmekte, ancak danışmanlık ve eğitim hizmeti alma konusunda yetersiz kalmaktadır. İşletmelerin kalite yönetim sistemlerini henüz tam manası ile uygulamadıkları görülmektedir.

Halı sektörünün sorunlarının temelinde maliyet-fiyat sarmalı bulunmaktadır. Yüksek enerji ve işçilik gibi üretim maliyetleri yüzünden dış pazarlarda rekabette sorun yaşanmaktadır. Belli başlı üretici ülkelerde sektörün devlet tarafından korunarak gümrük duvarlarının yükseltilmesi ve sektöre teşvikler verilmesi dünya halı ticaretinde haksız rekabete neden olmaktadır. Diğer taraftan, Türkiye'nin makine ve hammaddede dışa bağımlı olması ülkemiz halıcılığının çözmesi gereken önemli bir sorundur. Hammadde ithalatında engellerin kaldırılması, enerji ve işçilik maliyetlerinin rakip ülkeler düzeyine çekilmesi sorunların çözülmesi için önemlidir. Bunlara ek olarak, tasarım ve markalaşma ile katma değeri yüksek, tüketici taleplerine uygun ürünler geliştirmek ve ihracatta miktar artışına ilave olarak değer artışının sürdürülebilir olmasını sağlamak da sektörün gelişmesi için çok faydalı olacaktır.

Sektörde markalaşma düzeyi yeterli seviyede olmamasına rağmen işletmeler markalaşmaya önem vermektedir. Nitekim markalaşmanın pazar payını artırma ve korumada önemli bir avantajının olduğu düşünülmektedir. Araştırmaya katılan işletmelerin %80'inin tescilli markası bulunmaktadır. Ancak araştırma sonuçlarına göre markalaşma maliyeti ve süreçte yaşanan zorluklar işletmeler tarafından problem olarak algılanmakta ve bu durum markalaşma düzeyini olumsuz etkilemektedir.

İşletmelerin işbirliği yaptığı kurumlar ve yararlandıkları devlet destekleri incelendiğinde sadece KOSGEB ön plana çıkmaktadır. Özellikle son yıllarda artan işbirliği ortamından ve çeşitlenen destek mekanizmalarından sektörün artan potansiyeli kullanmakta geri kaldığı söylenebilir. Özellikle Ar-Ge, ihracat teşviki, markalaşma kurumsallaşma gibi konularda TÜBİTAK, Kalkınma Ajansları, üniversiteler ve diğer çeşitli devlet kurumlarından destek alınarak bu sorunların çözümüne katkıda bulunulabilir.

Sektörün, liderlik pozisyonunu koruyabilmesi ve sektördeki işletmelerin sürdürülebilir bir başarıyı yakalayabilmeleri için aşağıda belirtilen konular üzerinde yoğunlaşması önem arz etmektedir.

- ✓ Sektörün güçlü yönlerini kullanarak öne çıkan fırsatları etkin bir şekilde değerlendirebilmesi ve sektörü tehdit eden durumlara karşın proaktif bir tavır takınılması için *ortak akıl platformunun oluşturulması* yararlı olacaktır.
- ✓ Sektörde önemli bir ihtiyaç olarak ortaya çıkan *ortak laboratuvar kurulması*, Ar-Ge faaliyetlerinin iyileştirilmesi, işletmelere uzun dönemde maliyet avantajı kazandırması ve kaliteyi arttırması ile sektöre önemli rekabet üstünlüğü sağlayacaktır.
- ✓ Sektörde önemli bir sorun olarak görülen kalifiye eleman eksikliğinin giderilmesinde, sektörün *meslek liseleri ve üniversitelerle işbirliğine gitmesi ve sürekli eğitim merkezleri* oluşturması ihtiyaç duyulan elemanların yetiştirilmesinde etkili olacaktır.
- ✓ Sektörün geneli incelendiğinde departmanlaşma konusunda özellikle insan kaynakları departmanında büyük bir eksiklik olduğu görülmektedir. İşletme bünyesinde *insan kaynakları departmanlarının oluşturulması* şirket içi eğitim ve danışmanlık hizmetlerinin daha verimli bir şekilde gerçekleşmesini sağlayacak, bu vesileyle kalifiye eleman sıkıntısına çözüm bulunabilecektir.

- ✓ Sektördeki işletmelerin sürdürülebilir başarı elde edebilmeleri için özellikle *kurumsallaşma düzeylerini arttırmaları* önem arz etmektedir. Sektördeki işletmelerin yaş ortalamasının genç olması kurumsallaşamamaktan kaynaklanan problemleri henüz gölgelemektedir. Ancak ilerleyen yıllarda sektörün büyük bir çoğunluğunu oluşturan aile işletmelerinin bu konuda sıkıntı yaşaması muhtemeldir. Bu durumu önlemek için sektörde kurumsallaşmaya yönelik bilinç düzeyinin artırılması ve kurumsallaşma organlarının tanıtılması gerekmektedir. Özellikle profesyonel yönetici istihdam etme, aile anayasası, devir planlaması ve yazılı iş planları oluşturma noktasında çeşitli eğitim, seminer ve toplantılar düzenlenebilir.
- ✓ Ülkemizin pazardaki liderlik konumunun güçlendirilmesi, gümrük duvarlarının aşılması ve lojistik maliyetlerinin düşürülmesi amacıyla *yurtdışında organizatör ülke olarak bireysel ve ortak yatırımlar* yapılabilir.
- ✓ Sektör açısından en büyük problemlerden olan hammaddede dışa bağımlılık sorununun ve dolayısıyla ülke açısından da cari açık probleminin çözülebilmesi için ülkede *Petro-kimya üretim tesislerinin kurulması* önem arz etmektedir. Bu bağlamda gerek sektör içerisindeki yatırımcıların gerekse Türkiye'deki büyük sanayi aktörlerinin bu konuya eğilerek yatırım yapmaları sektör ve ülkemiz açısından faydalı olacaktır.
- ✓ Yapılan anket sonuçlarına göre firmaların %50'si kapasite artırmayı bir yatırım hedefi olarak düşünmektedir. Ancak firmaların kapasite artırmak yerine *mevcut kapasiteyi daha etkin ve rekabetçi ürünler için kullanmaları ve yatırım hedeflerini yan sektörlerle kaydırmaları* daha verimli olacaktır.
- ✓ Araştırma sonuçlarına göre işletmelerin önemli maliyet giderlerinden birini halı dokuma makinesi ithalatı oluşturmaktadır. İşletmelerin rekabet avantajlarını arttırmaları için söz konusu *makinelere üretiminin ülke sınırları içinde yapılması* hem sektör hem de ülke açısından artı değer yaratacaktır. Bu amaçla yine öneriler içerisinde yer alan ortak akıl platformu, ortak laboratuvar ve alınacak Ar-Ge desteklerinin faydalı olacağı düşünülmektedir.

BU SAYFADA BİR RESİM
YERALACAK

EK 1. ANKET FORMU**MAKİNA HALICILIĞI SEKTÖRÜNE İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA**

Bu çalışma, Türkiye genelinde makine halıcılığı sektöründe halı üretimi faaliyetinde bulunan firmaların envanterini, yapılarını, sektörün yaşamış olduğu sıkıntıların tespitini ve çözüm önerilerini, gelecek projeksiyonlarını ve potansiyellerini ortaya çıkarmak amacıyla yapılmaktadır. Aşağıdaki sorulara vereceğiniz cevapların doğru ve net olması araştırmanın sağlığı açısından son derece önemlidir. Bu çalışma ile sağlanacak bilgiler bilimsel amaçla kullanılacak ve cevaplarınız tamamen gizli tutulacaktır.

Değerli vaktinizi ayırdığınız için teşekkür eder, iyi çalışmalar dileriz.

ŞİRKET / ÜRETİM / ENVANTER BİLGİLERİ

1. Şirket İsmi:
2. Kuruluş Yılı:
3. Şirketteki pozisyonunuz nedir?
 - a. Yönetim Kurulu Üyesi/ Firma Sahibi
 - b. Genel Müdür
 - c. Diğer.....
4. İşletmenizin ortaklık yapısı nedir?
 - a. Aile Şirketi
 - b. Aile Dışı Ortak
 - c. T.C. Vatandaşı Olmayan Yabancı Ortak
5. İşletmeniz bir grup işletmesi midir? Cevabınız evet ise diğer şirketlerinizin isimlerini ve faaliyet alanlarını belirtiniz.
 - a. Evet (İsimlerini tabloda belirtiniz.)

| | |
|-----------|--|
| Pazarlama | |
| İplik | |
| Diğer | |

b. Hayır

6. İşletmenizde halı üretiminde kaç kişi istihdam edilmektedir?

Halı Üretimi

- a. Beyaz yakalı:(İdari personel)
- b. Mavi yakalı: (İşçi)
- c. AR-GE Çalışanı:

7. İşletmenizin halı üretimi için ; Kapalı alanı : m² Toplam alanı : m²

8. İşletmenizin üretim yeri mülkiyeti aşağıdakilerden hangisidir?

- a. İşletmenin kendi mülkü
- b. Kira
- c. Diğer.....

9. İşletmenize ait tescilli markanız var mı?

- a. Evet
- b. Hayır

10. İşletmenizde markalaşmaya yönelik çalışmalar yapılmakta mıdır?

17. Tezgâhlarınızın % kaçını yurtiçine % kaçını yurtdışına üretim yapmaktadır?

Yurtiçi(%)..... Yurtdışı(%).....

18. İşletmenizin son 3 yıla ilişkin halı üretimi ve kapasite bilgilerinizi yazınız.

| | 2007 | 2008 | 2009 |
|---|------|------|------|
| Üretim Kapasitesi (m ² /yıl) | | | |
| Kapasite Kul. Oranı (%) | | | |

19. İşletmeniz aşağıdaki üretim sistemlerinden hangisini kullanmaktadır?

- a. Stoğa üretim (%).....
 b. Sipariş üzerine üretim (%).....
 c. Diğer (%)

20. İşletmenizin son 3 yılda kullandığı hammadde miktarlarını belirtiniz.

| | 2007 | 2008 | 2009 |
|---------------------------------|------|------|------|
| Hav İpliği (Polipropilen)(ton) | | | |
| Hav İpliği (Polyester) (ton) | | | |
| Hav İpliği (Akrilik) (ton) | | | |
| Çözümlü İpliği (ton) | | | |
| Jüt İpliği (ton) | | | |
| Lateks (ton) | | | |

21.* İşletmenizin kullandığı aylık ortalama enerji miktarlarını belirtiniz.

Fuel Oil (TL): Doğalgaz (TL): Elektrik Miktarı (TL):

22. Enerji verimliliğini arttırmaya yönelik neler yapıyorsunuz?.....

23. İşletmenizin son 3 yıla ilişkin satış bilgilerinizi belirtiniz.(Bilanço verileri baz alınarak cevaplanacaktır.)

| | 2007 | 2008 | 2009 |
|---------------------|------|------|------|
| Yurtiçi Satış (TL) | | | |
| Yurtdışı Satış (TL) | | | |

24. İşletmenizde iplik (pp halı ipliği) üretimi yapılıyor mu?

- a. Evet
 b. Hayır (28 numaralı soruya geçiniz)

25. İşletmenizin iplik üretimi için ; Kapalı alanı : m² Toplam alanı : m²

26. İşletmenizin son 3 yıla ilişkin iplik üretim ve kapasite bilgilerinizi yazınız.

| | 2007 | 2008 | 2009 |
|---|------|------|------|
| Üretim Kapasitesi (m ² /yıl) | | | |
| Kapasite Kul. Oranı (%) | | | |

27. İşletmenizde iplik üretiminde kaç kişi istihdam edilmektedir?

- a. Beyaz yakalı: (İdari Personel)
 b. Mavi yakalı: (İşçi)
 c. AR-GE çalışanı

İplik Üretimi

.....

28. İşletmenizde üretilen ipliğin ne kadarı halı üretiminde kullanılıyor?(%).....

29. İşletmenizın sahip olduğu yönetim sistemi belgeleri işaretleyiniz.

- | | |
|-------------|--------------------------|
| ISO BELGESİ | <input type="checkbox"/> |
| ISO 18001 | <input type="checkbox"/> |
| TSE BELGESİ | <input type="checkbox"/> |
| Diğer | <input type="checkbox"/> |
| Belge yok | <input type="checkbox"/> |

30. İşletmeniz ihracat yapıyor mu? (Cevabınız hayır ise 32 numaralı soruya geçiniz.)

- a. Evet
b. Hayır

31. İhracat yapmayı planladığınız hedef pazarlar hangi ülkelerdir?

32. Aşağıda yer alan ihracat satış şartlarından hangilerini kullanıyorsunuz, oranlarıyla belirtiniz.

- a. Açık hesap mal mukabili %.....
b. vesaik mukabili %.....
c. akreditifli ve banka kabullü poliçeli %.....
d. müşteri kabullü poliçeli %.....

33. İhracat yapamama nedenleriniz nelerdir? (Şıklar kendi aralarında önem sırasına göre yandaki paranteze 1,2 ya da 3 diye işaretlenecektir.)

Önem sırası

- | | |
|--|-----|
| a. İç pazarlardan tatmin olma | () |
| b. Kaynak yetersizliği (sermaye, teknoloji, malzeme vb.) | () |
| c. Aracı işletme bulmadaki zorluk | () |
| d. Dış pazarları tanımama ve bilgi eksikliği | () |
| e. Talep edilen kalite ve miktarda mamul sunamama | () |
| f. Uygun fiyatta mamul sunamama | () |
| g. Yabancı dil yetersizliği | () |
| h. Ürün çeşitliliğinin yetersiz olması | () |
| Diğer | () |

34. İşletmenizde ithalat yapıyor mu?

- a. Evet
b. Hayır

35. İşletmenizde ithalat yapıyorsa hangi girdiler ithal ediliyor?

- | | |
|------------------|--------------------------|
| PP Cips | <input type="checkbox"/> |
| Jüt ipliği, | <input type="checkbox"/> |
| Çözümlü ipliği, | <input type="checkbox"/> |
| Polyester iplik, | <input type="checkbox"/> |
| Lateks | <input type="checkbox"/> |
| Diğer..... | |

36. Mal alımlarında DİİB(Dahilde İşleme İzin Belgesi) kullanılıyor mu?

- a. Evet
b. Hayır

37. İthalatta alış şartlarınız nelerdir? Oranlarıyla belirtiniz.

- a. Açık hesap mal mukabili %.....
b. vesaik mukabili %.....
c. Akreditifli ve banka kabullü poliçeli %.....
d. müşteri kabullü poliçeli %.....

38.İşletmenizde satış ve alışlarınızdaki ortalama vade sürelerini aşağıdaki tabloda belirtiniz.

| | Alış | Satış |
|---------------|------|-------|
| Yurtiçi (Ay) | | |
| Yurtdışı (Ay) | | |

39.İşletmenizin son 3 yıl içerisindeki hammadde ve makine ithalatını belirtiniz.

| | 2007 | 2008 | 2009 |
|---------------|------|------|------|
| Hammadde (\$) | | | |
| Makine (\$) | | | |

40.İşletmenizde kullanılan hammaddelerin temin şekillerini tabloda belirtiniz.

| | Yurtiçinden alış | Doğrudan İthalat | Aracı Firma ile İthalat | Kendi İmalatımız |
|--------------------------|------------------|------------------|-------------------------|------------------|
| Hav İpliği(Polipropilen) | | | | |
| Hav İpliği (Polyester) | | | | |
| Hav İpliği (Akrilik) | | | | |
| Çözümlü İpliği | | | | |
| Jüt İpliği | | | | |
| Lateks | | | | |

41.Öz kaynağınızın toplam kaynaklar içerisindeki oranı nedir? (%).....

42.Hangi ihtiyaçlarınız için kredi talebinde bulunuyorsunuz?

- Yatırım İhtiyacı
- Kısa süreli finansman
- Kısa vadeli borçlar
- İşyeri ve arsa vb. alımı
- Diğer.....

43.Finansman ihtiyacınız en çok hangi dönemlerde artmaktadır?(Ay olarak belirtiniz).

.....

44.Finans kurumlarıyla yaşadığınız sorunlar nelerdir?

- Teminat
- Faiz ve Komisyon Oranları
- İletişim
- Vade
- Limit yetersizliği
- Diğer

45.Kur riskinden korunmak için aşağıdaki yöntemlerden hangilerini kullanıyorsunuz?

- Forward
- Future
- Opsiyon
- SWAP
- Aynı para birimlerinden (\$,€,TL) aynı oranlarda alış ve satış yapılması
- Hiçbiri
- Diğer.....

46. 2008 veya geçmiş kriz dönemlerinde yaşadığınız en önemli sorun nedir? Bu krizlerle mücadele ve krizi fırsata çevirmek için yapmış olduğunuz faaliyetler nelerdir?

.....

47. İşletmenizin şu anki sahipleri kaçınıcı nesildir?

- a. Birinci Nesil b. İkinci Nesil c. Üçüncü Nesil

| | | |
|---|------|-------|
| 48. İşletmenizin kurumsallaşma düzeyi ile ilgili aşağıda yer alan soruları cevaplayınız. | | |
| | Evet | Hayır |
| İşletmenizde aileden olmayan yöneticiler var mı? | | |
| Mevcut bir iş planınız var mı? | | |
| Şirket sözleşmesine ek olarak iş ile ilgili konularda başvuru, örneğin aile anayasası gibi bir aile anlaşması var mı? | | |
| İşletmede devir planlaması (sizden sonra kimlerin iş başına geçeceği) mevcut mu? | | |

49. İşletmenizde aşağıdaki birimlerden hangileri bulunmaktadır?

| | | | |
|---------------------------|-----|----------------|-----|
| Üretim | () | Pazarlama | () |
| Planlama ve Kontrol | () | Satın Alma | () |
| Muhasebe-Finansman | () | Kalite Kontrol | () |
| Personel/İnsan Kaynakları | () | AR-GE | () |
| Desen | () | Tasarım | () |
| Diğer (Belirtiniz) | | | |

A- SEKTÖR PROBLEMLERİ VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

50. Aşağıda sektörle ilgili problemler kategoriler halinde verilmiştir. Kategorilerdeki problemlere önem derecesine göre 1 ile 5 puan veriniz.

1 : Çok Önemsiz 2 : Önemsiz 3 : Orta 4 : Önemli 5 : Çok Önemli

| A. FİNANSMAN | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Çözüm Önerisi (Sadece 5 puan verilen için) |
|--|---|---|---|---|---|--|
| Alacakların tahsilinden yaşanan sorunlar | | | | | | |
| Sermaye yetersizliği | | | | | | |
| Kredi maliyetlerinin yüksek oluşu | | | | | | |
| İşletmenin kaynak bulma sorunu | | | | | | |
| | | | | | | |
| B. MALİYET | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Çözüm Önerisi (Sadece 5 puan verilen için) |
| İstihdam maliyetleri | | | | | | |
| Lojistik maliyetleri | | | | | | |
| Girdi maliyetlerinin yüksek olması | | | | | | |
| Emtia fiyatlarındaki dalgalanmalar | | | | | | |
| Enerji maliyetlerinin yüksek oluşu | | | | | | |
| Kur riski | | | | | | |
| C. YATIRIM ve AR-GE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Çözüm Önerisi (Sadece 5 puan verilen için) |

| | | | | | | |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|---|
| Tasarım sorunları | | | | | | |
| AR-GE faaliyetlerinin yetersizliği | | | | | | |
| Sektörün doymuş olması | | | | | | |
| Kuruluş yeri seçiminin yanlış olması | | | | | | |
| Yetersiz teknoloji | | | | | | |
| İç ve dış çevre analizlerinin yapılamaması | | | | | | |
| | | | | | | |
| D. İSTİHDAM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Çözüm Önerisi (Sadece 5 puan verilen için) |
| Ara eleman olmaması | | | | | | |
| Kalifiye eleman olmayışı | | | | | | |
| Profesyonel yöneticilerle çalışılmaması | | | | | | |
| | | | | | | |
| E. DIŞ TİCARET | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Çözüm Önerisi (Sadece 5 puan verilen için) |
| Gümrük maliyetleri | | | | | | |
| Bilgi eksikliği | | | | | | |
| Lojistik sorunları | | | | | | |
| Anti-damping | | | | | | |
| Yasal prosedürlerin çok uzun sürmesi | | | | | | |
| İhracat-ithalat yapılacak ülkenin dili | | | | | | |
| Hedef ülkedeki ekonomik koşullar | | | | | | |
| | | | | | | |
| F. REKABET | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Çözüm Önerisi (Sadece 5 puan verilen için) |
| Kayıt dışı Ekonomi | | | | | | |
| Güçlü bir birlikteliğin olmaması | | | | | | |
| Marka yaratılamaması | | | | | | |
| Tasarım ve halı motiflerinin birebir taklit edilmesi | | | | | | |
| Tanıtım sorunu | | | | | | |
| Tekel oluşturma | | | | | | |
| Kurumsallaşma sorunları | | | | | | |
| Ürün kalitesi | | | | | | |
| Rekabetçi fiyat sunamama | | | | | | |
| | | | | | | |
| G. BÜROKRASI | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Çözüm Önerisi (Sadece 5 puan verilen için) |
| Teşvik yetersizliği | | | | | | |
| Yasalar | | | | | | |
| Vergi maliyetleri | | | | | | |
| | | | | | | |

51.Aşağıdaki süreçlerden hangilerini uyguluyorsunuz?

- | | | |
|-------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| ➤ Sistemli Pazar Araştırması | Yapılıyor | Yapılmıyor |
| ➤ Yeni Ürün Geliştirme Çabası | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ➤ Yurtiçi Fuarlara Katılım | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ➤ Yurtdışı Fuarlara Katılım | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|
| ➤ Yıllık Plan ve Bütçeleme | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ➤ Ürün Bazında Maliyet – Kar Analizi | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ➤ Eğitim ve Geliştirme Uygulamaları | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ➤ Teknoloji Araştırma – Geliştirme | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ➤ Periyodik Müşteri Memnuniyeti ölçümü | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ➤ Diğer | <input type="checkbox"/> | |

52. Müşteri portföyünüzü genişletmek için aşağıdaki yollardan hangilerine başvuruyorsunuz?

- | | |
|--|--------------------------|
| Fuarlara katılım | <input type="checkbox"/> |
| Web aracılığıyla | <input type="checkbox"/> |
| Mevcut ve hedef pazarlarda müşteri ziyaretleri | <input type="checkbox"/> |
| Referans yoluyla | <input type="checkbox"/> |
| Diğer..... | <input type="checkbox"/> |

53. Aşağıdaki alanlarda işletme dışından hizmet satın aldınız mı?

| | Danışmanlık Hizmeti Aldık | Eğitim Hizmeti Aldık |
|-------------------------------|------------------------------|--------------------------|
| a. Pazarlama ve Satış | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b. İnsan Kaynakları | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c. Toplam Kalite Yönetimi | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d. Tasarım | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e. Üretim Planlama ve Kontrol | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| f. Dış Ticaret | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| g. Bilgisayar Sistemleri | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| h. Finans Yönetimi | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| i. Diğer | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

54. İşletmenizin işbirliği içinde bulunduğu kuruluşlar aşağıdakilerden hangisidir?

- | | |
|-----------------------------|--------------------------|
| Üniversite | <input type="checkbox"/> |
| TÜBİTAK | <input type="checkbox"/> |
| KOSGEB | <input type="checkbox"/> |
| Kalkınma Ajansı | <input type="checkbox"/> |
| İşadamları Dernekleri | <input type="checkbox"/> |
| Sektördeki Diğer İşletmeler | <input type="checkbox"/> |
| Diğer..... | <input type="checkbox"/> |

55. Aşağıdaki devlet desteklerinden hangilerinden yararlanıyorsunuz?

- | | |
|----------------------------------|--------------------------|
| TUBİTAK | <input type="checkbox"/> |
| Kalkınma Ajansı Hibeleri | <input type="checkbox"/> |
| İşletme ve Marka Tanıtım Desteği | <input type="checkbox"/> |
| Fuar Teşvikleri | <input type="checkbox"/> |
| Yurt Dışı Ofis Mağaza Destekleri | <input type="checkbox"/> |
| AR-GE Destekleri | <input type="checkbox"/> |
| İstihdam Destekleri | <input type="checkbox"/> |
| KOSGEB Destekleri | <input type="checkbox"/> |
| Yatırım Teşvikleri | <input type="checkbox"/> |
| Pazar Araştırma Destekleri | <input type="checkbox"/> |
| Eğitim ve Danışmanlık Desteği | <input type="checkbox"/> |
| Tasarım Desteği | <input type="checkbox"/> |
| AB Kaynaklı Destekler | <input type="checkbox"/> |
| Diğer..... | <input type="checkbox"/> |
| Hiçbiri | <input type="checkbox"/> |

56. Sektörü göz önüne aldığınızda üniversite-sanayi işbirliği sizce yeterli midir?

- Evet
- Hayır

57. Üniversite-sanayi işbirliğinin yetersiz olma nedenleri nelerdir?

- Diyalog yetersizliği
- Proje, araştırma desteği vb. haberdar olmama
- Üniversitelerdeki bilgi birikimi ve deneyimin sektöre aktarılamaması
- Üniversitedeki bürokratik engeller
- Hepsi
- Diğer.....

58. Üniversite-sanayi işbirliğinin gelişimi için çözüm önerileriniz nelerdir?

.....

.....

.....

59. Sektörün bir bütün olarak gelişmesine yönelik neler yapılabilir?

.....

.....

.....

B- SEKTÖR GELECEK PROJEKSİYONU

60. 2009 yılında yapmış olduğunuz ve gelecek 3 yıl içinde yapmayı planladığınız yatırım miktarlarını belirtiniz.

| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|---------------|------|------|------|------|
| Yurtiçi (TL) | | | | |
| Yurtdışı (TL) | | | | |

61. Yapacağınız yatırımları ne amaçla yapmayı düşünüyorsunuz?

- Pazara katma değeri yüksek ürünler üretebilmek
- Ürün çeşitliliğini arttırmak
- Kaliteyi arttırmak
- Maliyeti düşürmek
- Emek yoğun üretimden teknoloji yoğun üretime geçmek
- Kapasiteyi arttırmak
- Farklı sektörlere girmek
- Rekabet avantajını arttırmak
- Verimliliği arttırmak
- Diğer.....

62. Yatırımlarınızda aşağıdaki finansman yöntemlerinden hangisini kullanıyorsunuz? Oranlarıyla belirtiniz.

- a. Özkaynak (%)
- b. Yurtiçi yabancı kaynak (%).....
- c. Yurtdışı yabancı kaynak
- d. Leasing (%)
- e. Diğer (%)

63. Gelecek dönemlerde yapmayı planladığınız yatırım türlerini yurt içi ve yurt dışı olarak ayrı ayrı belirtiniz.

| | Modernizasyon | Şirket satın alma | Ar-Ge /İnovasyon | Kapasite Artırma | Yeni Tesis Kurma/satın alma | Hiçbir yatırım planlanmadı |
|-----------|---------------|-------------------|------------------|------------------|-----------------------------|----------------------------|
| Yurt içi | | | | | | |
| Yurt dışı | | | | | | |

64. Yatırımlarınızı neye göre yapıyorsunuz?

- Fizibilite raporlarına ve pazar araştırmasına göre
- Rakipleri baz alarak
- Diğer

65. Kendinize rakip olarak gördüğünüz üretici ülke/ülkeler ve bu rakiplerle rekabet edebilmek için aldığınız önlemleri tablo üzerinde belirtiniz.

| | Belçika | Çin | Mısır | Özbekistan | Rusya | | |
|---|---------|-----|-------|------------|-------|-------|-------|
| Kaliteyi artırmak | | | | | | | |
| Karlılığı azaltmak | | | | | | | |
| Ürün çeşitliliğini artırmak | | | | | | | |
| Maliyeti düşürmek | | | | | | | |
| Reklama dayalı pazarlama | | | | | | | |
| AR-GE çalışmalarını artırmak | | | | | | | |
| Markalaşma | | | | | | | |
| Hedef pazarda olmayan inovatif ürünler üretmek | | | | | | | |
| Yurtdışına doğrudan yatırım | | | | | | | |
| Bürokratik engellerin kaldırılması için çalışmalar yapmak | | | | | | | |
| Diğer | | | | | | | |

66. Gelecek 3 yılı göz önüne aldığınızda işletmenizin ihtiyaçlarını önem derecesine göre puanlandırınız.

1 : Çok Önemsiz 2 : Önemsiz 3 : Orta 4 : Önemli 5 : Çok Önemli

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------------------------------|---|---|---|---|---|
| Yatırım İçin Ek Finans | | | | | |
| İlave İşletme Sermayesi | | | | | |
| Kalitenin İyileştirilmesi | | | | | |
| Dış Pazara Açılma | | | | | |
| İç Pazarda Büyüme | | | | | |
| Markalaşma | | | | | |
| İşletmenin Yeniden Yapılanması | | | | | |
| Alanında Uzman Personel | | | | | |
| Yeni Ürün Geliştirme | | | | | |

| | | | | | |
|------------------------------|--|--|--|--|--|
| Teknoloji İyileştirme | | | | | |
| Yurtiçi ve Yurtdışı Ortaklık | | | | | |
| Elektronik Ticarete Geçiş | | | | | |
| Yönetim Danışmanlığı | | | | | |
| Çalışan Eğitimi | | | | | |
| Otomasyon | | | | | |
| Diğer..... | | | | | |

67.Aşağıda gelecek 3 (2011-12-13) yıla ilişkin durum değerlendirmelerini yapınız.

| | | | |
|-----------------------------------|-----------------|------------------|--------------|
| | Daha iyi olacak | Daha kötü olacak | Değişmeyecek |
| Sektörün genel durumu | | | |
| Türkiye ekonomisinin genel durumu | | | |

Neden?.....
.....
.....
.....

68.Sektörün güçlü yönleri nelerdir?

.....
.....
.....

69.Sektörün zayıf yönleri nelerdir?

.....
.....
.....

70.Sektörde fırsat olarak gördüğünüz alanlar nelerdir?

.....
.....

71.Sektörü tehdit eden unsurlar nelerdir?

.....
.....
.....

72.Gelecek üç yıl içerisinde hedeflenen toplam ;

| | | | | |
|----------------------------------|------|------|------|------|
| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
| Üretim miktarı (m ²) | | | | |
| Yurt dışı satış miktarı (TL) | | | | |
| Yurt içi satış miktarı (TL) | | | | |
| Tezgah sayısı (Adet) | | | | |
| İplik üretimi (Ton) | | | | |

73.Aşağıdaki konuları işletmeniz açısından son 3 yıla göre değerlendirip uygun seçeneği işaretleyiniz.

| | | | |
|-----------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | Arttı | Değişmedi | Azaldı |
| a) Satışlar | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) Makine Parkı | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| | | | |
|------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| c) Müşteri Memnuniyeti | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d) Üretim Miktarı | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e) İhracat | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| f) Toplam Borç Miktarı | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| g) Satış Yapılan Ülke Sayısı | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| h) Kapasite Kullanım Oranı | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| i) Ürün Maliyetleri | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| j) Rekabet Gücü | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| k) Ödenen Vergiler | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| l) Karlılık | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

74. Aşağıdaki konuları işletmeniz açısından gelecek 3 yılı düşünerek, tahminlerinize uygun seçeneği işaretleyiniz.

| | Artacak | Değişmeyecek | Azalacak |
|------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a) Satışlar | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) Makine Parkı | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c) Üretim Miktarı | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d) İhracat | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e) İthalat | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| f) Toplam Borç Miktarı | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| g) Satış Yapılan Ülke Sayısı | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| h) Kapasite Kullanım Oranı | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| i) Ürün Maliyetleri | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| j) Rekabet Gücü | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| k) Karlılık | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| l) Pazar Payı | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

**BU SAYFADA BİR RESİM
YERALACAK**

EK 2. FİRMA LİSTELERİ

| FİRMA ÜNVANI | ADRES | TELEFON | FAKS | WEB | E-POSTA | FİRMA TEMSİLCİSİ |
|--|---|----------------------------------|----------------|--|--|--|
| ABDULLAH TATAR | KÖRKÜN MAH. KORAY AYDIN CAD. TURGUT ÖZAL KÜÇÜK SAN. SİT. NO:3 GAZİANTEP | (0342) 4771030 (0342) 4771032 | (0342) 4771060 | www.lineacarpet.com | info@lineacarpet.com | ABDULLAH TATAR |
| AKAN HALI GIDA TAŞIMACILIK SAN. VE TİC.LTD. ŞTİ. | 3.ORG. SAN. BÖL. 13. CAD. BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3378950 | (0342) 3378951 | | akancarpet@hotmail.com | ABDULKADİR AKAN |
| ANGEL HALI TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 4.ORG. SAN. BÖL. 83418 NOLU CAD. NO:7/C BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3570500 | (0342) 3570503 | www.angelcarpet.com | info@angelcarpet.com | EKREM ALGAN |
| ANGORA HALI SAN. VE TİC. A.Ş. | 3.ORG.SAN. BÖL. MEHMET BATALLI BULV. 83303 NOLU CAD. NO:6 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3379230 | (0342) 3379235 | www.angoracarpet.com | info@angoracarpet.com | ERSOY ŞİVEYDİNLİ |
| ARDA HALI TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 3.ORG.SAN. BÖL. CELAL DOĞAN BULV. 83326 NOLU CAD.NO:14 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3378340 | (0342) 3378343 | www.ardacarpet.com | info@ardacarpet.com | MURAT ULUTAŞ |
| ARICILAR TEKS. TAŞ. İNŞ. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 2.ORG. SAN. BÖL. SANİ KONUKOĞLU BULV. 11 NOLU SOK. NO: 5 ŞEHİTKAMİL/GAZİANTEP | (0342) 3371711 | (0342) 3371715 | www.aricilarcarpet.com | aricilar@aricilarcarpet.com | MEHMET ZEKİ ARICILAR |
| ARMAĞAN TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 2.ORG. SAN. BÖL. GENERAL DURSUN BAK BULV. 16 NOLU SOK. NO:6 ŞEHİTKAMİL/GAZİANTEP | (0342) 3373220 | (0342) 3373223 | www.armagancarpet.com | info@armagancarpet.com | MEHMET SAİT OZAN GÜRKAN OZAN SERKAN OZAN |
| ART CARPET SAN. VE TİC. A.Ş. | 3.ORG. SAN. BÖL. MEHMET BATTALLI BULV. 3 NOLU CAD. NO:2 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3379637 | (0342) 3379638 | www.artcarpet.com | info@artcarpet.com | M.MURAT FINDIK OKTAY ORAL |
| ARYA HALI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 4.ORG. SAN. BÖL. 83414 NOLU CAD. NO:19 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3570760 | (0342) 3570764 | www.aryahali.com | aryahali@aryahali.com | MUAMMER GÜNEŞ |
| ASYA HALI TEKSTİL SAN. TİC. LTD. ŞTİ. | 3. ORG. SAN. BÖL. 83315 NOLU SOK. NO:9 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3379003 | (0342) 3379005 | www.asyacarpet.com | info@asyacarpet.com | ÖZGÜR ÖZER İBRAHİM ÖZER |
| AŞİNA TEKSTİL SAN. TİC. | 3.ORG.SAN. BÖL. MEHMET | (0342) 3378777 | (0342) 3378778 | www.asinacarpet.com | info@asinacarpet.com | ABDULKADİR DARAK |

| | | | | | | |
|---|--|----------------------------------|----------------------------------|--|--|---------------------------------|
| LTD. ŞTİ. | BATALLI BULV. 2 NOLU CAD.NO:3 BAŞPINAR/GAZİANTEP | | | | | |
| ATLANTİK HALICILIK SAN. VE TİC. A.Ş. | ORGANİZE SAN. BÖL. 14.CAD.NO:35 KAYSERİ | (0352) 3220670 | (0352) 3220669 | www.atlantikhali.com.tr | info@atlantikhali.com.tr | TARKAN TEKDEMİR |
| AVŞAR HALI TEKS. GIDA ÜR. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 2.ORG. SAN. BÖL. 83225 NOLU CAD. NO:19 ŞEHİTKAMİL/GAZİANTEP | (0342) 3375201 | (0342) 3375202 | | mogucu@avsarcarpet.com info@avsarhali.com | MUHAMMED ÖĞÜCÜ |
| AYYILDIZ HALI TEKS. GIDA SAN. VE TİC. A.Ş. | 3.ORG. SAN. BÖL. MEHMET BATALLI BULV. 13 NOLU CD NO:2 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3379585 | (0342) 3379584 | www.ayyildizcarpet.com | ayyildiz@ayyildizcarpet.com | MURAT BİLBEN - HASAN ÇOLAK |
| BADE DOKUMA TEKSTİL SAN. VE TİC A.Ş. | 4. ORG. SAN. BÖL. 83414 NOLU CAD. NO:27 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3570606 (0342) 3373030 | (0342) 3570610 (0342) 3373035 | www.bayteks.com www.badehali.com | zeliha@bayteks.com kutan@badehali.com | KUTAN BAYRAM |
| BAĞDAT TEKSTİL HALI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 2.ORG. SAN. BÖL. 4 NOLU CAD MUAMMER AKSOY BULV. NO:2 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3374511 | (0342) 3374515 | www.bagdatcarpet.com | cengiz_cengiz@hotmail.com aygul_kara@hotmail.com | CENGİZ GÖZEGİR FATİH GÖZEGİR |
| BAHARİYE MENSUCAT SAN. VE TİC. A.Ş. | İSTASYON MAH. HACI ŞEREMET SAN BÖL. 59880 VELİMEŞE/ÇORLU/TEKİRDAĞ | (0282) 6745240 | (0282) 6745239 | www.bahariyehali.com | info@bahariyehali.com | MUHAMMED HULUSİ TOPBAŞ |
| BALAT MENSUCAT SAN. VE TİC. A.Ş | 4.ORG. SAN. BÖL. 83414 NOLU CAD. NO:12 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3570145 | (0342) 3570149 | www.balatcarpets.com | info@balatcarpets.com | BAKİ ERKENT |
| BAŞARAN HALI TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 4.ORG. SAN. BÖL. 3 NOLU CAD NO:5 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3570404 | (0342) 3570403 | www.basaranhali.com.tr | info@basaranhali.com.tr | İBRAHİM DAYIOĞLU |
| BEĞENDİ HALI TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 3.ORG. SAN. BÖL. 26 NOLU CAD. NO:9 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3379826 | (0342) 3379829 | www.gumussercarpet.com | begendi@gumussercarpet.com | İBRAHİM BEĞENDİ |
| BERFİN CARPET TEKS. SAN. İTH. İHR. VE TİC.LTD. ŞTİ. | 3.ORG. SAN. BÖL. MEHMET BATALLI BULV. NO:51 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3379066 | (0342) 3379469 | www.novacarpet.com | nova@novacarpet.com latifpolat@hotmail.com mehmetgur78@hotmail.com | MEHMET UĞUR |
| BERTİNİ HALI TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 3.ORG. SAN. BÖL. KAMİL ŞERBETÇİ BULV. 14 NOLU CAD. NO:23 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3378246 | (0342) 3378247 | www.bertinicarpet.com | info@bertinicarpet.com | UĞUR ORAK |
| BEYZADE HALI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 3.ORG. SAN.BÖL. KAMİL ŞERBETÇİ BULV. 15 NOLU CAD. NO:6 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3378415 | (0342) 3378417 | | | SALİH GÜDÜCÜ ALPER DURAN |
| BİRİMOĞLU HALI TEKS. | KÜSGET HALICILAR SİTESİ | (0342) 2390174 | (0342) 2390619 | www.birimoglu.com | birimoglu@birimoglu.com | FİKRET BİRİMOĞLU |

| | | | | | | |
|---|--|----------------|----------------|--|--|------------------------------------|
| SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 150 NOLU CAD. NO:7/B GAZİANTEP | | | | | |
| BİRLEŞİK KOYUNLULULAR MENS. TİC. VE SAN. A.Ş. | ORG. SAN. BÖL. BOR YOLU 7 KM. NİĞDE | (0388) 2250000 | (0388) 2250010 | www.koyunlu.com.tr | koyunlu@koyunlu.com.tr | |
| BİRSA HALI TEKS. SAN. TİC. LTD. ŞTİ. | HAVAALANI SAN. BÖL. 12 NOLU CAD. NO:16 GAZİANTEP | (0342) 4771407 | (0342) 4771406 | www.birsahali.com | birsahali@hotmail.com | HALİL İBRAHİM ELBİR AHMET ELBİR |
| BOSSAN TEKS. İTH. İHR. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 2.ORG. SAN. BÖL. CELAL DOĞAN BULV. 2.CAD NO:1 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3373417 | (0342) 3373419 | www.bossancarpet.com | info@bossancarpet.com | MUSTAFA BOSTAN MEHMET BOSTAN |
| BOZATLI TEKS. HALI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 2. ORG. SAN. BÖL. 83211 NOLU SOKAK NO:9 ŞEHİTKAMİL/GAZİANTEP | (0342) 3372700 | (0342) 3372701 | | ahmet_bozatli@hotmail.com | ÖMER BOZATLI |
| BÜKÜCÜ TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 2.ORG. SAN. BÖL. CELAL DOĞAN BULV. 11 NOLU SOK NO:7 ŞEHİTKAMİL/GAZİANTEP | (0342) 3374410 | (0342) 3372034 | www.bukucu.com www.cayirihali.com | info@bukucu.com | ASIM BÜKÜCÜ |
| BÜNYAN HALI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 3.ORG.SAN. BÖL. MEHMET BATALLI BULV. NO:2 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3378484 | (0342) 3379785 | www.bunyan.com.tr | info@bunyan.com.tr | NEVZAT DOĞANTEKİN |
| C.M.T HALI İPLİK VE GIDA SAN. VE TİC.LTD. ŞTİ. | 2.ORG. SAN. BÖL. DURSUN BAK BULV. 10 NOLU SOK NO:3 ŞEHİTKAMİL/GAZİANTEP | (0342) 3378326 | (0342) 3378329 | www.cmtcarpet.com | cengiz@cmtcarpet.com lizacarpet@yahoo.com | MURAT TÜRKMEN CENGİZ TÜRKMEN |
| CAFER DURMAZ HALI TEKS. SAN. TİC. LTD. ŞTİ. | 3.ORG.SAN.BÖL. KAMİL ŞERBETÇİ BULV. 18 NOLU CD.NO:30 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3378316 | (0342) 3378318 | | durmazcarpets@hotmail.com | CENGİZ DURMAZ |
| COVTEKS FEİZY HALI SAN. VE TİC. LTD.ŞTİ. | SERBEST BÖLGE 251 ADA D-1 PARSEL BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3591001 | (0342) 3591005 | www.covtex-feizy.com | info@covtex-feizy.com mustafakaya@covtex-feizy.com | NASER EFTEKHARİ KANDLAJİ |
| ÇOBANSER TEKS. ULUSLARARASI TAŞ. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 3.ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ 25 NOLU CAD.NO:16 ŞEHİTKAMİL/GAZİANTEP | (0342) 3378434 | (0342) 3378435 | | cobanser_tekstil@hotmail.com | ALİ ÇOBAN |
| DAIDA HALI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 2.ORG. SAN. BÖL. VALİ MUAMMER GÜLER BULV. NO:18 ŞEHİTKAMİL/GAZİANTEP | (0342) 3373979 | (0342) 3374742 | | | SETTAR HANÇER |
| DEHA TEKS. ELEKT. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 2.ORG. SAN. BÖL. MUAMMER GÜLER BULV. NO:15 ŞEHİTKAMİL/GAZİANTEP | (0342) 3372265 | (0342) 3371890 | www.dehacarpet.com | info@dehacarpet.com | DAVUT DÜNDAR |
| DELİKOYUN YÜNLÜ HALI | 3.ORG. SAN. BÖL. MEHMET | (0342) 3378196 | (0342) 3378189 | www.imperialhali.com | delikoyun@msn.com | TACETTİN DELİKOYUN |

| | | | | | | |
|---|---|----------------------------------|----------------------------------|--|---|--|
| SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | BATALLI BULV. NO:81 GAZİANTEP | | | | | |
| DİLEK HALI TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 2.ORG. SAN. BÖL. CELAL DOĞAN BULV. 11 NOLU SOK NO:16 ŞEHİTKAMİL/GAZİANTEP | (0342) 3373272 | (0342) 3373276 | www.dilekhali.com | info@dilekhali.com | ŞAHİN ŞAKI |
| DİNARSU İMALAT VE TİCARET TÜRK A.Ş. | MERKEZ MH.29 EKİM CAD.NO:21 YENİBOSNA/İSTANBUL | (0212) 6522155 | (0212) 6522103 | www.dinarsu.com.tr | dinarsu@dinarsu.com.tr | |
| DİYARSER HALI SAN. VE TİC.LTD. ŞTİ. | 2. ORG. SAN. BÖL. H. SANİ KONUKOĞLU BULV. NO:2 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3375272 | (0342) 3375273 | | abdiavci69@hotmail.com | ABDİ AVCI |
| DOKUTEKS HALI TEKS. SAN. TİC. LTD. ŞTİ. | 3.ORG. SAN. BÖL. 18 NOLU CAD BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3379746 | (0342) 3379749 | www.kozacarpets.com | info@kozacarpets.com | MEMİK CİNGİSİZ MEHMET SEDDAR CİNGİSİZ |
| DÖNMEZ HALI VE TEKSTİL SAN. TİC. LTD. ŞTİ. | 3.ORG. SAN. BÖL. MUAMMER GÜLER BULV. BATI 2.CAD NO :5 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3374416 | (0342) 3374419 | | donmezcarpet@hotmail.com | MEHMET DÖNMEZ |
| DURKAR HALI TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 3.ORG. SAN. BÖL. 5 NOLU CD MEHMET BATALLI BULV. NO:4 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3379390 | (0342) 3379395 | www.durkarcarpet.com | durkar@durkarcarpet.com | KENAN DURUR |
| EKİCİ HALI SAN. TİC. LTD. ŞTİ. | 2. ORGANİZE SAN. BÖL. MUAMMER GÜLER BULV. BATI 2 CAD. NO:24 ŞEHİTKAMİL/GAZİANTEP | (0532) 2770140 | (0342) 4771627 | | | CÜNEYT EKİCİ |
| EMEK TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 3.ORG. SAN. BÖL. MEHMET BATTALLI BULV. 54 NOLU CD NO:45 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3378410 | (0342) 3378414 | www.labellacarpets.com | eyupemek@labellacarpets.com | EYÜP EMEK M.METİN EMEK |
| ERKAPLAN İPLİK HALI TEKS. GİD. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 2.ORGANİZE SAN. BÖL. 83230 NO'LU CAD. NO:14 ŞEHİTKAMİL/GAZİANTEP | (0342) 3373640 | (0342) 3373643 | www.erkaplan.com.tr | info@erkaplan.com.tr | MEHMET KAPLAN |
| ERUSLU TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş. | 2.ORG. SAN. BÖL. CELAL DOĞAN BULV. NO:39 ŞEHİTKAMİL/GAZİANTEP | (0342) 3379630 (0342) 3379693 | (0342) 3379268 (0342) 3379694 | www.eruslutekstil.com www.emirhancarpets.com | emirhancarpets@hotmail.com info@emirhancarpets.com | EYÜP ERUSLU |
| FELİS HALI TEKSTİL GIDA SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 2.ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ 83231 NO.LU CAD.NO:14 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3379766 | (0342) 3379767 | www.feliscarpets.com | info@feliscarpets.com | MEHMET AĞDAĞ |
| GAP HALI SAN. VE TİC. A.Ş. | BEŞİRİ YOLU 8. KM BATMAN | (0488) 2126054 | (0488) 2126342 | www.mirhali.com | mirhali@mirhali.com | ABDULKADİR GEZER MEHMET EKİNCİ |
| GAYE AYAKKABICILIK VE TEKS. SAN. TİC. A.Ş. | 2.ORG. SAN. BÖL. DURSUN BAK BULV. 16 NOLU SOK NO:2 | (0342) 3378535 (0342) 3378533 | (0342) 3378536 | www.gayegroup.com | erayone@hotmail.com | ÖMER EGE |

| | | | | | | |
|---|---|----------------------------------|----------------|--|---|------------------------------|
| | ŞEHİTKAMİL/GAZİANTEP | | | | | |
| GLOBAL HALI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 2. ORG. SAN. BÖL. BATI 2. CAD. 83234 NO'LU CAD. NO:2 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3373212 | (0342) 3373214 | | yagmurhali@hotmail.com | MURAT ÇOLAK |
| GRAND HALI TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 4.ORG. SAN. BÖL. 83413 NOLU CAD NO:7 ŞEHİTKAMİL/GAZİANTEP | (0342) 3570255 | (0342) 3570259 | www.grandhali.com | grand@grandcarpet.com | MUSTAFA FINDIK |
| GÜLDAL HALI TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 2.ORG. SAN. BÖL. 16 NOLU CD NO:1 GAZİANTEP | (0342) 3374188 | (0342) 3374297 | | guldalcarpet@hotmail.com | ORHAN DAL |
| GÜMÜŞOĞLU TEKS. SAN. VE TİC. LTD.ŞTİ. | 3.ORG. SAN. BÖL. 22 NOLU CAD NO:8 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3379780 | (0342) 3379779 | www.silvercarpet.com.tr www.gumusoglu.net | info@silvercarpet.com.tr | İBRAHİM GÜMÜŞOĞLU |
| GÜRBÜZ MENSUCAT SAN. VE TİC. A.Ş. | 2.ORG.SAN.BÖLG.CELAL DOĞAN BULVARI 1 NOLU SOK. NO:6 ŞEHİTKAMİL/GAZİANTEP | (0342) 3371070 | (0342) 3373494 | www.gurbuzcarpets.com www.romanshali.com | gurbuzinfo@gurbuzcarpets.com info@romanshali.com | MEHMET GÜRBÜZ MURAT ÇELİK |
| HAKAN TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 3.ORG. SAN. BÖL. KAMİL ŞERBETÇİ BULV. NO:68 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3379913 | (0342) 3379468 | www.hakancarpets.com | info@hakancarpets.com | İBRAHİM HALİL UĞUR |
| HALISAN TEKSTİL APRE SAN. VE TİC. LTD.ŞTİ. | 3.ORG. SAN. BÖL. 25 NOLU CAD NO:9/B BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3379022 | (0342) 3379024 | www.halisan.com.tr | eforcarpet@hotmail.com | MEHMET KOCA |
| HASKAPLAN TEKS. VE GIDA SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 3.ORG. SAN. BÖL. KAMİL ŞERBETÇİ BULV. NO:48 ŞEHİTKAMİL/GAZİANTEP | (0342) 3379613 (0342) 3379838 | (0342) 3379614 | www.haskaplan.com | info@haskaplan.com | MUSTAFA KAPLAN |
| HAYAT HALI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 3.ORG. SAN. BÖL. KAMİL ŞERBETÇİ BULV. 5 NOLU CAD. NO:8 GAZİANTEP | (0342) 3379816 | (0342) 3379569 | www.hayatcarpet.com | info@hayatcarpet.com | HİKMET DURAN |
| HİMSAN TEKSTİL GIDA SAN. VE TAŞ. TİC. LTD. ŞTİ. | 3.ORG. SAN. BÖL. KAMİL ŞERBETÇİ BULV. 15 NOLU SOK. NO:12 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3378348 | (0342) 3378358 | www.himsantekstil.com | info@himsantekstil.com | HİLMİ DURAN |
| İŞILAY HALI TEKS. SAN VE TİC.LTD. ŞTİ. | 2.ORG.SAN. BÖL. VALİ M.GÜLER BULV. NO:24 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3374820 | (0342) 3374819 | | isilay_tamer@hotmail.com | MEHMET TAMER |
| İDEAL HALI İHR. İTH. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | HAVAALANI ORG. SAN. BÖL. EBUFEVZELÇİBEY CAD NO:8 GAZİANTEP | (0342) 4771673 | (0342) 4771674 | | hayribozdogan1@gmail.com | MEHMET BEYHAN ÇOLAK |
| İHLASSER HALILARI-FADİL KİPER | HAVAALANI SANAYİ BÖLGESİ EBULFEYZ ELÇİBEY | (0342) 4771257 | | | ihlasser_carpet@hotmail.com | FADİL KİPER |

| | | | | | | |
|--|--|----------------------------------|----------------|--|---|-------------------------------------|
| | CAD.NO:14 GAZİANTEP | | | | | |
| İPEK MEKİK HALI TEKS. SAN. VE TİC. LTD.ŞTİ. | 3.ORGANİZE SANAYİ BÖL. KAMİL ŞERBETÇİ BULV.NO:19 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3378375 | (0342) 3378378 | www.ipekcarpet.com | info@ipekcarpet.com | HALİL CEYHAN |
| KAFKAS HALI SAN. TİC. A.Ş. | KÜSGET HALICILAR SİT. 307 NOLU SOK. NO:6/B ŞEHİTKAMİL /GAZİANTEP | (0342) 2390597 | (0342) 2390121 | www.kafkashali.com | info@kafkashali.com | KAMİL DİNERİ |
| KAPLAN KARDEŞLER HALI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 4. ORG. SAN. BÖL. SANKO MAKİNE BİTİŞİĞİ NO:4 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3570226 | (0342) 3570224 | www.kaplankardesler.com | info@kaplankardesler.com | SALAHATTİN KAPLAN |
| KAPLANSER HALI GIDA TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 2.ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ VALİ MUAMMER GÜLER BULV.5 NOLU CAD. ŞEHİTKAMİL/GAZİANTEP | (0342) 3372710 | (0342) 3372709 | www.kaplansercarpet.com | kaplansercarpet@mynet.com info@kaplansercarpet.com | ALİ KAPLAN |
| KARACA TEKSTİL SAN. TİC. LTD. ŞTİ. | 3.ORG. SAN. BÖL. MEHMET BATALLI BULV. NO:41 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3379061 | (0342) 3379064 | www.karacahanhali.com | info@karacahanhali.com | AKİF ERDOĞAN YAVUZ SELİM ERDOĞAN |
| KARAR TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 3.ORG. SAN. BÖL. MEHMET BATTALLI BULV. 2 NOLU CAD. NO:2 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3379032 | (0342) 3379034 | www.kararhali.com | karar@kararhali.com | AHMET KARA |
| KARDELEN HALI VE TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 3.ORG. SAN. BÖL. MEHMET BATTALLI BUL 6 NOLU CAD. NO:1 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3378811 | (0342) 3378810 | www.kardelenhali.com | kardelencarpet@hotmail.com | MEHMET ALİ KARADALAREN |
| KARMEN TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 2.ORG. SAN. BÖL. DURSUN BAK BULV. NO:15 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3374466 | (0342) 3374460 | www.karmenhali.com | karmen@karmenhali.com | YAHYA DÖRTERLER |
| KARTAL HALI TEKS. SAN. VE TİC. A. Ş. | 4.ORG.SAN BÖL BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3570100 | (0342) 3570101 | www.kartalcarpets.com www.sanathali.com | info@kartalcarpets.com info@sanathali.com | YUSUF KAPLAN FAHRETTİN KAPLAN |
| KARTEKS TEKSTİL SAN. TİC. VE PAZ.LTD. ŞTİ. | 3.ORG. SAN. BÖL. KAMİL ŞERBETÇİ BULV. 20 NOLU CAD. NO:13 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3378721 | (0342) 3378722 | www.kartekscarpet.com | kar_eyup@hotmail.com info@kartekscarpet.com | EYÜP KARAKULAK |
| KAŞMİR HALI SANAYİ VE TİC. A. Ş. | 1. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ 2. CADDE NO:18 GAZİANTEP | (0342) 3373160 | (0342) 3371292 | www.kasmirhali.com | info@kasmirhali.com | |
| KAYSI TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | HAVAALANI ORG. SAN. BÖL. TURGUT ÖZAL SAN. SİT. NO:9 GAZİANTEP | (0342) 4771554 | (0342) 4771542 | www.kaysihali.com | kaysihali@hotmail.com | ALİ KAYSI |
| KEVSER HALI TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | HAVAALANI ORG. SAN. BÖL. TURGUT ÖZAL KÜÇÜK | (0342) 4771532 (0342) 2206183 | (0342) 4771534 | | kevserhali@hotmail.com | ETHEM TİNKÇİ MEHMET ALİ TİNKÇİ |

| | | | | | | |
|--|---|----------------------------------|----------------------------------|--|--|---|
| | SAN.SİT NO:12/A GAZİANTEP | | | | | |
| KİNGS CARPET KONF. SAN. VE DIŞ TİC.LTD. ŞTİ. | 1.ORG. SAN. BÖL. 5 NOLU CAD. NO:10 GAZİANTEP | (0342) 3371700 | (0342) 3371725 | | mehmet_kundak@hotmail.com | MEHMET KUNDAK BHARAT RAMJİ MANJİ |
| KLAS HALI PAZ. SAN. VE TİC. A.Ş. | 2.ORG. SAN. BÖL. VALİ MUAMMER GÜLER BULV. BATI 1.CAD. NO:2 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3374111 | (0342) 3374404 | www.klashali.com | info@klashali.com | KEMAL TATAR |
| KRC CARPET SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ | 3.ORG. SAN. BÖL. MEHMET BATALLI BULV. NO:35 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3378703 | (0342) 3378706 | www.krccarpet.com | info@krccarpet.com | ÖMER KARACAN |
| KUTUR TEKSTİL HALI SAN. VE TİC.LTD. ŞTİ. | KÜSGET HALICILAR SİTESİ 360 NOLU CADDE NO:15 ŞEHİTKAMİL/GAZİANTEP | (0342) 2390447 | (0342) 2390844 | | neslihanhali@hotmail.com | MEHMET HAZER YAŞAR KELEŞ |
| KÜBRA HALI SANAYİ-HACI DURSIN | HAVAALANI SANAYİ BÖLGESİ EBULFEYZ ELÇİBEY CAD.NO:18/B GAZİANTEP | (0342) 4771097 | (0342) 4771097 | | kubrahalicilik@hotmail.com | HACI DURSUN |
| MBS HALI VE TEKS. SAN. TİC. LTD. ŞTİ. | 3.ORG. SAN. BÖL. 83320 NOLU CAD. NO:13 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3379527 | (0342) 3379529 | | safircarpets@hotmail.com | M.BEYHAN SERÇE SİNAN SERÇE |
| MERİNOS HALI SAN. VE TİC. A.Ş. | MERVEŞEHİR MH MEHMET ERDEMOĞLU CAD. NO:4 ŞEHİTKAMİL/GAZİANTEP | (0342) 3290041 | (0342) 3290019 | www.merinos.com.tr | merinos@merinos.com.tr abdurrahmanyavuz@merinos.com.tr | MAHMUT ERDEMOĞLU - ABDURRAHMAN YAVUZ |
| MERKÜR HALI VE TEKS. SAN. TİC. LTD. ŞTİ. | 4.ORG. SAN. BÖL. 83422 NOLU CAD. NO:2 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3570023 (0342) 3379837 | (0342) 3570030 (0342) 3379866 | www.merkurrug.com | info@merkurrug.com.tr | NEVZAT ERKMEN |
| MODERN HALI SAN. TİC. A.Ş. | CEMAL ULUSOY CAD.NO:43 BAHÇELİEVLER/İSTANBUL | (0212) 4702232 | (0212) 4705154 | www.gumussuyu.net | export@gumussuyu.net | |
| MOTİF DOKUMA HALI VE TEKS. SAN. TİC. A.Ş. | 1.ORG. SAN. BÖL. 8 NOLU CAD. NO:7 GAZİANTEP | (0342) 3373980 | (0342) 3372984 | www.motifcarpet.com | info@motifcarpet.com | TURGUT KOÇER |
| MUTAŞ HALI İMALATI SAN. TİC. LTD. ŞTİ. | 3.ORG. SAN. BÖL. CELAL DOĞAN BULV NO:46 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3379190 | (0342) 3379192 | www.mutascarpet.com.tr | info@mutascarpet.com.tr | HÜSEYİN ULUTAŞ MAHMUT ULUTAŞ |
| NADİR HALI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | HAVAALANI SAN. BÖL. SABAHADDİN ÇAKMAKOĞLU CAD. NO:5 GAZİANTEP | (0342) 4771263 | (0342) 4771264 | | nadirhali@hotmail.com | MEHMET MAYDA |
| OKKIRAN TEKSTİL GIDA SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 3.ORG. SAN. BÖL. CELAL DOĞAN BULV. 26 NOLU CAD. NO:4 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3379036 | (0342) 3379039 | www.okkiran.com | info@okkiran.com | SERKAN OKKIRAN HAKAN OKKIRAN |
| ÖNDERLER TEKSTİL SAN. | 3.ORG. SAN. BÖL. KAMİL | (0342) 3379397 | (0342) 3379379 | www.ondercarpet.com | info@ondercarpet.com muzaffer_konuk@hotmail.com | İRFAN BÜYÜKKONUKLU MUZAFFER KONUK |

| | | | | | | |
|--|--|----------------------------------|----------------|------------------------|---|--|
| TİC. LTD. ŞTİ. | ŞERBETÇİ BUL. CAD NO:1 BAŞPINAR/GAZİANTEP | | | | | |
| ÖRYÜN TEKSTİL HALI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 3.ORG. SAN. BÖL. 12 NOLU CAD. NO:5 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3379339 | (0342) 3379577 | www.oryuntekstil.com | oguzhanarslan@hotmail.com info@oryuntekstil.com | OGUZHAN ARSLAN |
| ÖZKAPLAN İPEK HALI TEKS. SAN. TİC. LTD. ŞTİ. | 4.ORG. SAN. BÖL. 83414 NOLU CAD. 102 NOLU SOK. NO:13 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3570555 | (0342) 3570558 | www.ozkaplancarpet.com | info@ozkaplancarpet.com | ZEYNEL ABİDİN KAPLAN |
| ÖZNUR TEKSTİL HALI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 3.ORG. SAN. BÖL. MEHMET BATALLI BULV. NO:55 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3378236 | (0342) 3378239 | www.oznurhali.com | info@oznurcarpet.com export@oznurcarpet.com | AHMET ÖZBAĞ |
| ÖZULUTAŞ HALI İML. SAN. VE TİC. LTD.ŞTİ. | 2.ORGANİZE SAN. BÖL. CELAL DOĞAN BULV. 3. GÜNEY CAD.NO:6 ŞEHİTKAMİL/GAZİANTEP | (0342) 3379910 | (342)3379912 | www.prenscaarpet.com | info@prenscaarpet.com | TAYFUN ULUTAŞ |
| PAKYÜN HALI SAN. LTD. ŞTİ. | HAVAALANI SAN BÖL ÖKKEŞ YİĞİT CAD.NO:5 GAZİANTEP | (0342) 4771493 | (0342) 4771493 | | yagmurhali@hotmail.com | NACİ ÇOLAK |
| PETEK HALI TEKS. GIDA SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 2.ORG.SAN.BÖL.ORG.DURSUN BAK BULV.NO:11 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3374400 | (0342) 3374436 | www.petekcarpet.com | salih@petekcarpet.com info@petekcarpet.com | SALİH KADİR VELİ KADİR |
| PİRAMİT GOLTEKS HALI VE İPLİK SAN. TİC.LTD. ŞTİ. | 2.ORG. SAN. BÖL. DURSUN BAK BUL DOGU 2.CAD. NO:3 ŞEHİTKAMİL/GAZİANTEP | (0342) 3371380 | (0342) 3371398 | www.piramitcarpet.com | piramit@piramitcarpet.com | ABDULLAH DABANIYASTI |
| POLAT TEKSTİL HALI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 3. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ 83228 NOLU CADDE NO: 14 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3371446 | (0342) 3371449 | www.starhali.com.tr | info@starhali.com.tr | KEMAL POLAT- ALİ POLAT MEHMET TÜRKMEN POLAT |
| POLEN HALI SANAYİ VE TİC. LTD. ŞTİ. | 3.ORG. SAN. BÖL. MEHMET BATALLI BULV. NO:87 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3379072 | (0342) 3379075 | www.polencarpet.com | polencarpet@polencarpet.com info@polencarpet.com | TALİP CULHA MESUT CULHA |
| POLYSAN TEKSTİL SAN. VE TİC A. Ş. | 2.ORG. SAN. BÖL. DURSUN BAK BULV. 83226 NOLU CAD. NO:16 ŞEHİTKAMİL/GAZİANTEP | (0342) 3372900 | (0342) 3372901 | www.polysan.com.tr | info@polysan.com.tr mehmetcapkur@hotmail.com | ORHAN ÇAPKUR |
| POYTEKS TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 3.ORG.SAN.BÖL.M.BATTALLI BULV.NO:85 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3378298 | (0342) 3378299 | | poyteks@hotmail.com | MEHMET ALİ DURUR |
| RAVANDA HALI TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | GAZİMUHTARPAŞA BULV. HALI SARAYI KAT.1 NO:107 GAZİANTEP | (0342) 3238305 (0342) 3238307 | (0342) 3238307 | www.ravandacarpet.com | fethiuzanir@hotmail.com halituzanir@hotmail.com | HALİT UZANIR FETULLAH UZANIR |
| REYHAN HALI TEKSTİL | SANAYİ MAHALLESİ | (0342) 2390680 | (0342) 2390682 | www.reyhanrug.com | info@reyhanrug.com | ÖMER KARAKAŞ |

| | | | | | | |
|---|---|----------------------------------|----------------|--|--|------------------------------------|
| SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | HALICILAR SİTESİ 334 NOLU SOKAK NO:18 ŞEHİTKAMİL/GAZİANTEP | | | | | |
| RİVA KEÇECİ HALI TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 4. ORGANİZE SAN. BÖL. 83414 NOLU CAD. NO: 23 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3570724 | (0342) 3570728 | www.rivacarpet.com | info@rivacarpet.com | MUSTAFA KEÇECİ ÖMER KEÇECİ |
| ROYAL HALI İPLİK TEKS. MOB. SAN. VE TİC. A.Ş. | 4. ORGANİZE SAN. BÖL. BEYLERBEYİ MEVKİİ BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 2112626 | (0342) 2112637 | www.royalhali.com.tr | info@royalhali.com.tr | EMRE ÖZKAYA CİHAN DAĞCI |
| ROZA HALI SAN. VE TİC.LTD. ŞTİ. | 4.ORG. SAN. BÖL. 83418 NOLU CAD. NO:16 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3379270 | (0342) 3379273 | www.rozahali.com.tr | rozahali@hotmail.com info@rozahali.com.tr | ŞİH MEHMET ÖZTÜRK |
| SAFA HALICILIK SAN. VE TİC.LTD. ŞTİ. | 4.ORG. SAN. BÖL. 83418 NOLU CAD. NO:18 ŞEHİTKAMİL/GAZİANTEP | (0342) 3570240 | (0342) 3570244 | www.ufukhali.com | info@ufukhali.com | HASAN ŞİRİN |
| SAFYÜN HALI TEKS. SAN. VE TİC. A.Ş. | 3.ORG. SAN. BÖL. 18 NOLU CAD NO:6 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3379618 | (0342) 3379480 | www.safyun.com | safyun@safyun.com info@safyun.com | HAYRULLAH GÖLBAŞI SUAT GÖLBAŞI |
| SAMET HALI TEKSTİL TAŞ. SAN. VE TİC.LTD. ŞTİ | 3.ORG. SAN. BÖL. 26 NOLU CAD. NO:16 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3378330 (0342) 2277133 | (0342) 3378332 | | sametcarpet-27@hotmail.com | İLHAN DURAN ŞENEL DURAN |
| SARAY HALI A.Ş. | ATATÜRK MAH. VEDAT GÜNYOL CAD. NO 13 ATAŞEHİR/İSTANBUL | (0216) 5731050 | (0216) 5731052 | www.sarayhali.com.tr | lcavdar@sarayhali.com.tr | |
| SARYÜN HALI TEKS. SAN. VE TİC. A.Ş | 3.ORG. SAN. BÖL. MEHMET BATALLI BULV. 21 NOLU CAD. NO:5 ZÜMRÜT ÇİKOLATA ARKASI BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3379384 | (0342) 3379389 | www.saryunhali.com | info@saryunhali.com.tr keskinsm@hotmail.com | BEKİR LEBLEBİCİ |
| SEBİL-SER TEKSTİL NAK. SAN VE TİC. LTD. ŞTİ. | HAVAALANI SAN. BÖL. ÖKKEŞ YİĞİT BULV. 1 NOLU CAD. NO:8 GAZİANTEP | (0342) 4771779 | (0342) 4771780 | www.fabrug.com | info@fabrug.com sebilser@hotmail.com | ALİ SIRLI |
| SERGEN HALI | KÜSGET SAN. MAH. HALICILAR SİT. 60302 NOLU SOK. NO:4/B ŞEHİTKAMİL/GAZİANTEP | (0342) 2390301 | (0342) 2390309 | | sergencarpet@hotmail.com | MEHMET SİNAN YOLCU |
| SIRMA HALI TEKS. SAN. VE TİC. A.Ş. | 2.ORG SAN BÖL DOĞU 3.CD NO:8 ŞEHİTKAMİL/GAZİANTEP | (0342)3371835 | (0342)3371839 | www.sirmacarpet.com | info@sirmacarpet.com | ERKAN DURUR HANİFİ ŞİRECİ |
| SİMTEKS TEKSTİL SAN. TİC. A.Ş. | HAVAALANI SAN. BÖL.17.CAD. NO:22 | (0342) 4771710 | (0342) 4771712 | www.gumusmekik.com | simteks.ibrahim@mynet.com ibrahin@gumusmekik.com | AHMET GÖKSULAR İBRAHİM GÖKSULAR |

| | | | | | | |
|---|---|----------------|----------------|--|--|----------------------------------|
| | KÖRKÜN/GAZİANTEP | | | | | |
| SOFİTEKS TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş. | ORGANİZE SAN. BÖL. KIRMIZI CAD. NO:17 NİLÜFER/BURSA | (0224) 2410020 | (0224) 2410024 | www.sofiteks.com | sofiteks@sofiteks.com | ŞÜKRÜ TEOMAN ALPAY |
| SONER CARPET LTD. ŞTİ. | 2. ORG.SAN. BÖL. CELAL DOĞAN BULV. NO:38 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3379590 | (0342) 3379594 | www.sonercarpet.com | info@sonercarpet.com | MUSTAFA ULUTAŞ |
| SOYLUSER HALI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 2. ORG. SAN. BÖL. 83226 NO'LU CAD. NO:5 ŞEHİTKAMİL/GAZİANTEP | (0342) 3375181 | (0342) 3375183 | www.mirachali.com | mkarademir@mirachali.com info@mirachali.com | MESUT KARADEMİR |
| SULTAN FARİS DAHİLİ VE DIŞ TİC. LTD. ŞTİ. | İNCİLİPİNAR MAH. MUAMMER AKSOY BULV. F&H İŞ MER. K:1 NO:6 GAZİANTEP | (0342) 2154347 | (0342) 2154348 | www.fariscarpet.net | info@fariscarpet.net | GÜLENAY HİLAL |
| ŞAHAN KARDEŞLER TEKS. HALI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 4. ORGANİZE SAN. BÖL. 83401 NOLU CAD. BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3570535 | (0342) 3570540 | www.sahancarpet.com | info@sahancarpet.com | ALİ ŞAHAN |
| ŞEHZADE HALICILIK SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | KÖRKÜN MAH. TURGUT ÖZAL KÜÇÜK SAN. SİT. RAUF DENKTAŞ CAD.NO:4 OĞUZELİ/GAZİANTEP | (0342) 4771206 | (0342) 4771450 | www.sehzadehali.com | info@sehzadehali.com sehzade@sehzadehali.com | MEHMET ÖZ |
| TAT HALICILIK SAN. VE TİC. A.Ş. | 2.ORG. SAN. BÖL. KAHMANMARAŞ YOLU ÜZERİ NO:8 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3375050 | (0342) 3375052 | www.tatcarpet.com | info@tatcarpet.com | M. SELİM MEMİŞ KUTAYFER MEMİŞ |
| TURKUAZ HALI TEKS. SAN. VE TİC. LTD.ŞTİ. | KALAMIŞ FENER CAD. YELKEN SOK. NO: 1/6 KADIKÖY / İSTANBUL | (0216) 4494824 | (0216)4494680 | www.turkuazhali.com.tr | u.uyal@turkuazcarpets.com | UĞUR UYSAL |
| TÜMER HALI SAN. VE TİC. A.Ş. | 2. ORG. SAN. BÖL. 83207 NOLU CAD. NO:8 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3372400 | (0342) 3372403 | www.tumercarpet.com | info@tumercarpet.com | ALİ KEMAL TÜMER |
| UĞURSER HALI TEKS. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 4.ORG. SAN. BÖL. 83418 NOLU CAD. NO:11 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3570704 | (0342) 3570706 | www.ugursercarpet.com | info@ugursercarpet.com | MUSTAFA UĞUR FİKRET UĞUR |
| ÜÇLER TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş. | HAVA ALANI SAN. BÖL. ÖKKEŞ YİĞİT BULV. NO:10 GAZİANTEP | (0342) 4771676 | (0342) 4771675 | www.imzacarpet.com | info@imzacarpet.com | NEJMİ GÖLBAŞI |
| ÜSTÜN TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş. | 1.ORGANİZE SANAYİ BÖL.12 NOLU SOK.NO:6 GAZİANTEP | (0342) 3371651 | (0342) 3371225 | www.ustuncarpets.com | ustuncarpet@ustuncarpets.com zeliyakuyucu@ustuncarpets.com | HALİL BEĞENDİ |
| VEFA HALI SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 3.ORG. SAN. BÖL. 83303 NOLU CAD. NO:7 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3378949 | (0342) 3378948 | | hikmethali@hotmail.com vefa_carpet@hotmail.com | MUSTAFA DURAN |

| | | | | | | |
|--|---|----------------|----------------|--|--|--|
| VİLLA TEKS. PAZ. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 3.ORG. SAN. BÖL. 25 NOLU CAD. NO:32 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3378306 | (0342) 3378309 | www.villacarpets.com | miktat@villacarpets.com info@villacarpets.com | HALAF ÇULHA |
| YALÇIN KARDEŞLER HALI TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 2. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ 83225 NOLU CAD. NO:18 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3371511 | (0342) 3371513 | www.yalcinkardesler.com.tr | info@yalcinkardesler.com.tr | ADEM YALÇIN ALİ YALÇIN |
| YAREN HALI TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 3. ORG. SAN. BÖL. 83318 NOLU CAD.NO:16 27600 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (342) 3379811 | (0342) 3379815 | www.yarencarpet.com | info@yarencarpet.com | İSMAİL KARALAR |
| YASİN KAPLAN HALI SAN. VE TİC. A.Ş. | 3.ORG. SAN. BÖL. VALİ MUAMMER GÜLER BULV. 8 NOLU CAD. NO:4 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3374640 | (0342) 3374644 | www.kaplancarpet.com www.festivalhali.com | info@kaplancarpet.com info@festivalhali.com | AHMET KAPLAN |
| YENTUR TEKSTİL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. | 3. ORG. SAN BÖL. KAMİL ŞERBETÇİ BULV. NO:39 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3379277 | (0342) 3379285 | | info@dormina.com.tr | TAHSİN YENTUR |
| YUSUF TEKS. SAN. VE TİC. LTD.ŞTİ. | 2.ORG. SAN. BÖL.HACI S.KONUKOĞLU BULV.NO:4 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3372081 | (0342) 3372083 | www.yusufcarpets.com | info@yusufcarpets.com | MEHMET KAPLAN |
| YÜKSEL HALI TEKSTİL SAN. TİC. LTD. ŞTİ. | 3.ORG. SAN. BÖL. 83322 NOLU CAD. NO: 8 BAŞPINAR/GAZİANTEP | (0342) 3378274 | (0342) 3378277 | www.yukselcarpet.com | info@yukselcarpet.com | MUSTAFA ARSLAN |
| ZİRVE HALI SAN. TİC. | TURGUT ÖZAL KÜÇÜK SAN. SİT. MEVLANA CAD. NO:4 BÜYÜKŞAHİNBEY/GAZİANTEP | (0342) 4771725 | (0342) 4771725 | | zirvehali27@hotmail.com | CİHANGİR AYDIN ERKUT - MEHMET YILMAZ KOLUKISA |

