

# akib aktüel



Mayıs 2015 sayı 48

akdeniz ihracatçı birlikleri resmi yayın organı

**Ekonominin  
dinamik gücü  
ihracatçılardır**

**İhracatçı  
yatırıma devam  
ediyor**

**Genel Kurul  
maratonu  
sona erdi**

# AMERİKA TÜRK İHRACATÇILARINI İSTİYOR



## AKDENİZ İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİĞİ

Sayın  
Akdeniz Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar  
ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Üyemiz,

- ✓ Birliğimiz ve Mersin Üniversitesi iş birliğinde, Birliğimiz üyesi firmaların uluslararası piyasada daha rekabetçi yapıya kavuşmalarını sağlayacak bir eğitim programı düzenlenecektir.
- ✓ Bu eğitim programlarının ilki, Mersin Üniversitesi Rektör Yardımcısı ve İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü Öğretim Üyesi Prof. Dr. Mehmet İsmail Yağcı'nın katılımıyla gerçekleştirilecektir.
- ✓ Uluslararası Pazarlama konusuna odaklanacak eğitim programının katılım bedeli 50 TL olarak belirlenmiştir.
- ✓ Eğitim programı, sınırlı sayıda katılımcıya açık olacaktır.
- ✓ Bu anlamda, eğitim programına katılmak isteyen Birliğimiz üyesi firma temsilcilerinin, 12 Haziran'a kadar AKİB Genel Sekreterliği'nden telefon (Dahili 1218) ya da e-posta (hububat@akib.org.tr) yoluyla teyit almaları gereklidir.

### Eğitim Programının Takvimi:

(Akdeniz İhracatçı Birlikleri Toplantı Salonu'nda toplam 17 saat olmak üzere)

**20 Haziran 2015** Saat 09:30-16:30 saatleri arası

**27 Haziran 2015** Saat 09:30-16:30 saatleri arası

**28 Haziran 2015** Saat 09:30-12:30 saatleri arası



**AKİB Genel Sekreterliği +90 324 325 3737**

# Önemli olan katma değeri artırabilmek



## MAHMUT ARSLAN

AKDENİZ HUBUBAT, BAKLIYAT,  
YAĞLI TOHUMLAR VE  
MAMULLERİ İHRACATÇILARI  
BİRLİĞİ BAŞKANI

Demokrasilerin vazgeçilmez unsuru bir seçim sürecini daha geçirdik. Yeni dönemde ihracatçıların en büyük beklentisi, hızla seçim atmosferinden çıkılması ve ana gündemimiz olması gereken Türkiye ekonomisinin acil problemlerine odaklanılmasıdır. Gündemimizin ilk maddesi ihracattaki düşüştür. Ülke toplam ihracatı yılın ilk beş ayında yüzde 8,3 düşüşle 61,2 milyar dolara indi. Son 12 aylık ihracatımız ise yüzde 2,7 düşüşle 151,7 milyar dolar olarak gerçekleşti. Küresel ticarete doların değer kazanmasıyla, fiyat baskısı devam ediyor ve yüzde 10 düzeyinde bir daralma mevcut. Parite, ihracatımıza olumsuz yönde etki ediyor. Euro/Dolar paritesi de ilk beş ayda yüzde 18,7 geriledi. Buna karşın Türkiye'nin dünya ticaretinden aldığı pay artıyor. Dünya ticaretinden aldığımız pay binde 9'a çıktı. 2018 yılı hedefimiz yüzde 1, 2023 hedefimiz ise yüzde 1,5 düzeyine ulaşmaktır. Tüm olumsuz gelişmelere rağmen sonbaharla birlikte ihracatımızın tekrar yukarı yönlü bir trende girmesini öngörüyoruz.

Her zaman vurguladığımız bir gerçek var. Ülkemiz için sadece üretmek ve ihracatı artırmak yetmez. İhracatımızın katma değerini de kesinlikle yükseltmek zorundayız. Bunun için Ar-Ge, Ur-Ge, tasarım ve inovasyona yatırım yapmak çok büyük önem arz etmektedir.

Bu bağlamda sektörümüz hububat-bakliyat alanındaki Ur-Ge projelerine bir yenisini daha ekliyoruz. Ekonomi Bakanlığı ve TİM koordinasyonunda ülkemiz ihracat hedeflerini daha üst seviyelere taşımak amacıyla, sektör firmalarımıza dönük bir program hazırlıyordayız. Yürütülecek proje kapsamında bir araya gelecek olan firmalar, uluslararası pazarlara girmek ve rekabet güçlerini arttırmak için uzman ve danışmanlar eşliğinde ihtiyaçlarını belirleyecekler. Firmalarımız yapılacak analizler doğrultusunda, danışmanlık-egitim ve yurtdışı faaliyetlere yönelik harcamalarının destek kapsamında değerlendirilmesi imkanı bulacaklardır.

Proje kapsamındaki eğitim ve danışmanlık programlarına ilişkin harcamalar yüzde 75 oranında destek kapsamında yer alacaktır. Uluslararası pazarların ziyareti ve organize edilen fuar ve etkinliklere katılım, uluslararası ticaret ve alım heyetlerinin organizasyonları da destek kapsamında değerlendirilecektir.

36 ay sürecek projede yer almak isteyen firmaların Birliğimize üye olması ve sektörde faaliyet göstermesi ön koşuldur. Firmalarımızın belirlenecek etkinliklere azami ölçüde katılım sağlamaları gerekmektedir. Ekonomi Bakanlığı'nın onayı sonrası yürürlüğe girecek olan projeye katılmak isteyen üye firmalarımızın 26 Haziran tarihine dek Genel Sekreterliğimiz ile irtibata geçmesi gerekmektedir.

4 BİRLİK'TEN  
AKİB Koordinatör  
Başkanlığına  
Bülent Aymen seçildi

10 GÜNDEM  
Ekonominin  
dinamik gücü  
ihracatçılardır

14 GÜNDEM  
İhracat tabana  
yayıyor

20 GÜNDEM  
İhracatçı yatırıma  
devam ediyor

24 GÜNCEL  
Genel Kurul  
maratonu sona erdi

26 GÜNCEL  
Gümrük Birliği'nde  
sorunlar çözülüyor

28 İHRACAT  
Amerika  
Türk ihracatçılarını  
istiyor

32 AKTÜEL  
Verimliliğin anahtarı:  
Nebim V3

34 AKTÜEL  
Mevcut ticaret dünyası  
altı yıl içinde olmayacak

38 GÖSTERGELER

# 28



# 26





**SAHİBİ**  
AKDENİZ İHRACATÇI BİRLİKLERİ ADINA  
HAYRİ UĞUR

**YAYIN KURULU**  
ADNAN ERSOY ULUBAŞ  
ALİ CAN YAMANYILMAZ  
ALİ KAVAK  
ALİ UĞUR ATEŞ  
M. BÜLENT AYMEN  
HAYRİ UĞUR  
MAHMUT ARSLAN  
ZEKİ KIVANÇ

**SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ**  
İSMAİL ÇETİN

**YÖNETİM YERİ**  
AKİB LİMONLUX MAH.  
36. CAD. NO:4  
YENİŞEHİR 33120 MERSİN  
TEL: 0324 325 37 37  
FAXS: 0324 325 41 42  
E-POSTA: akib@akib.org.tr  
WEB: www.akib.org.tr

**YAPIM**



KÜÇÜK MUCİZELER YAYINCILIK VE  
İLETİŞİM HİZMETLERİ LTD. ŞTİ.

**YAYIN DİREKTÖRÜ**  
ERKAN ERSÖZ  
erkanersoz@kucukmucizeler.com

**EDİTÖR**  
TOLGA ÇATAL  
tolgacatal@kucukmucizeler.com

**GÖRSEL YÖNETMEN**  
GAYE ÇAĞLAR  
gaye@kucukmucizeler.com

**FOTOĞRAF**  
FATİH YALÇIN

**KATKIDA BULUNANLAR**  
ECE ÖNGEÇ, SAMİ SÜYGÜN  
MEHMET ÖZÇELİK

**BASKI - CİLT**  
BELMAT BASKI  
TELSİZ MAH. 69/1 SOK. NO:25/5  
ZEYTİNBURNU / İSTANBUL  
www.belmatbaski.com

**DAĞITIM**  
KRY NET

AKİB AKTÜEL DERGİSİ AKİB ADINA  
KÜÇÜK MUCİZELER YAYINCILIK VE  
İLETİŞİM HİZMETLERİ LTD. ŞTİ. TARAFINDAN  
YAYINA HAZIRLANMAKTADIR.

**İLETİŞİM**  
KAPTANPAŞA MAHALLESİ DARULACEZE CADDESİ  
BİLAŞ İŞ MERKEZİ A BLOK NO:31 KAT:6 D: 63  
ŞİŞLİ / İSTANBUL  
(0212) 211 68 53 - 73

AKİB AKTÜEL, AKDENİZ İHRACATÇI BİRLİKLERİ  
GENEL SEKRETERLİĞİ TARAFINDAN AYDA BİR  
YAYIMLANIR VE ÜCRETSİZ DAĞITILIR.

AKİB AKTÜEL'DE YER ALAN İMZALI YAZILAR,  
YAZARLARIN KİŞİSEL GÖRÜŞLERİDİR,  
AKDENİZ İHRACATÇI BİRLİKLERİNİ BAĞLAMAZ.

AKİB AKTÜEL'DE YER ALAN YAZILAR VE  
FOTOĞRAFLARIN HER TÜRLÜ TELİF HAKKI AKDENİZ  
İHRACATÇI BİRLİKLERİNE AİTTİR.  
İZİN ALINMADAN, KAYNAK GÖSTERİLEREK DAHI  
İKTİBAS EDİLEMEZ.

# AKİB Koordinatör Başkanlığına Bülent Aymen seçildi



Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Yönetim ve Denetleme Kurulu Üyesi, TİM Lojistik Konseyi Başkanı ve Akdeniz Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanlığı görevlerini de sürdüren Bülent Aymen, AKİB Koordinatör Başkanlığı görevine üçüncü kez seçildi. Yeni görevine ilişkin bir açıklama yapan Aymen, AKİB'in sekiz ayrı ihracatçı birliği ile 6 binden fazla üyeye hizmet verdiğini anımsatarak, "AKİB, geçtiğimiz yıl gerçekleştirdiği 13 milyar dolarlık ihracatla Türkiye ekonomisi ve ihracatına önemli katkıda bulundu. Özellikle 2023 yılı için hükümetin ihracat hedefi olan 500 milyar

dolarlık ihracat hedefinde AKİB'in payı 50 milyar dolardır" dedi.

Lojistik avantajlar ve birçok ayrı sektörde bölge ihracatının pazar hâkimi olmasına rağmen Suriye, Irak, Rusya, Ukrayna, Mısır ve Libya gibi ülkelerde yaşanan jeopolitik risklerin, AKİB üyesi ihracatçılar üzerinde oluşturduğu olumsuzluklara da değinen Aymen, bu olumsuzlukları sadece dua ederek çözemeyeceğimizi vurguladı ve "Öncelikle, yüksek katma değerli ihracata odaklanmak ve inovasyon açığını kapatmak için çalışmamız gerekli. Bu bağlamda, bölgemize yüksek katma değerli yatırım çekmek ve inovasyon kültürünün de yer-

leştirilmesi için TİM önderliğinde yapılan Anadolu İnovasyon Toplantıları'nın Mersin ayağı düzenlemek için çalışacağız. Ayrıca başkanlığım döneminde, bölge ihracatçısı olarak, alternatif pazar arayışı yanında mevcut pazarlarımızdaki teknik engellerin kaldırılması için bir yol haritası çıkarıyoruz. Bu dönemde, AKİB bünyesindeki birlikler olarak, İskandinav ülkeleri, Fas, Cezayir, Irak, Güney Kore, Hindistan, Suudi Arabistan gibi ülkelere yapacağımız ticaret heyetlerini kesin bir programa bağladık. Diğer potansiyel ülkeler için de araştırma ve çalışmalarımız devam ediyor. AKİB olarak her yıl düzenlediğimiz, milli katılım fuarlarımızı da artırarak sürdüreceğiz. Yine bu dönemde, ihracat sektöründe üretimde ve operasyondaki nitelikli eleman ihtiyacını karşılamak üzere, AKİB Akademi altında genel dış ticaret eğitimleri ve ihtiyaca yönelik spesifik eğitimler de düzenleyeceğiz" dedi.

**TÜRKİYE'NİN EN  
BÜYÜK İHRACATÇI  
BİRLİKLERİNDEN  
OLAN AKDENİZ  
İHRACATÇI  
BİRLİKLERİ'NİN  
YENİ KOORDİNATÖR  
BAŞKANLIĞINA,  
DAHA ÖNCE  
2000-2001 VE  
2008-2009'DA BU  
GÖREVİ ÜSTLENEN  
BÜLENT AYMEN  
SEÇİLDİ.**

# AKİB, Konyalı ihracatçıları unutmadı

**AKİB tarafından, Konya'da faaliyet gösteren ihracatçı firmaların bir araya getirilmesi ve sorunlarına tartışılarak çözüm bulunması amacıyla 21 Mayıs tarihinde bir değerlendirme toplantısı gerçekleştirildi.**

AKİB Koordinatör Başkanı M. Bülent Aymen ev sahipliğinde gerçekleştirilen toplantıya; Akdeniz Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Mahmut Arslan, Akdeniz Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği Başkanı Ali Can Yamanyılmaz, Akdeniz Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği Başkanı Adnan Ersoy Ulubaş, Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Başkanı Zeki Kıvanç, Akdeniz Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı A.Uğur Ateş ve AKİB Genel Sekreteri İsmail Çetin ile çok sayıda Konyalı ihracatçı firma temsilcisi katıldı.

AKİB Koordinatör Başkanı M. Bülent Aymen, düzenlenen toplantıdaki amaçlarının ihracatçıların karşılaştığı sorunlara ortak çözüm üretmek olduğunu altını çizerek, "AKİB'in ihracat rakamlarında gösterdiği başanda payı olan her üyemiz, bizim için çok kıymetli. Konya'daki üyelerimiz de 2014 yılında AKİB üzerinden 170 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Tüm problemlerinin halledilmesi yönünde ihracatçıların hizmetindeyiz, yanındayız" dedi.

## EN BÜYÜK SORUN KUŞ GRİBİ

Konyalı ihracatçıların sorunlarını tek tek dinleyen birlik başkanlarının karşısına çıkan en büyük sorun ise "kuş gribi" olarak dikkat çekti. Su ürünleri ve hayvansal mamuller ihracatı yapan çok sayıda Konyalı ihracatçı, kuş gribi nedeniyle kanatlı eti ve yumurta ihracatında yaşadıkları sorunları dile getirerek, özellikle Kuzey Irak'a olan ihracatlarının sektöre uğradığını ve bu konuda destek beklediklerinin altını çizdi. Daha önce aynı gerekçelerle Türkiye'den ithalatı durduran Azerbaycan'ın bu yasağı kaldırdığını ifade eden Konyalı ihracatçıları, Kuzey Irak'ın da ithalat yasağını kaldırmasını umut ettiklerini kaydetti.

Konuyla yakından ilgileneceklerini ileten AKİB başkanları ise Irak Kürt Bölgesel Yönetimi Tarım Bakanlığı yetkilileriyle görüşmelerin sürdüğünü belirterek, sıkıntılı dönemin kısa sürede atlatılması için ellerin



*Toplantıda bir konuşma yapan Aymen, "AKİB'in ihracat rakamlarında gösterdiği başanda payı olan her üyemiz, bizim için çok kıymetli. Konya'daki üyelerimiz de 2014 yılında AKİB üzerinden 170 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Tüm problemlerinin halledilmesi yönünde ihracatçıların hizmetindeyiz, yanındayız" dedi.*

geleni yaptıklarını, ayrıca Kuzey Irak'a alternatif olabilecek yeni ülkelere ihracatın gerçekleştirilmesi için çalışmalar yapıldığını vurguladı.

Bu çerçevede, Konya'nın ihracat rakamlarının daha da artınlabileceğini dile getiren Aymen; "Sorunlarımızla alakalı olarak düzenlediğimiz bu tür değerlendirme toplantılarını tekrarlayacağız. Üyelerimizin faaliyet gösterdiği tüm illerde bu tür toplantılar yapıp onların sorunlarını, karşılaştığı problemleri tartışarak çözüm üretmeye çalışacağız. Bundan sonraki süreçte daha sık aralıklarla bir araya geleceğiz. Karşılaştığımız her türlü sorun için bizimle irtibata geçebilirsiniz" derken, toplantıda

tüm birlik başkanları, sektörleriyle ilgili sorunları çözmek adına çalışmalar yürütceklerini ifade etti ve Konya da dâhil olmak üzere AKİB hizmet alanı içinde olan tüm firmalara yaşanan krizlere, küreselleşen dünyamızdaki rekabete ve tüm zorluklara rağmen üstlerine düşen görevi layıkıyla yapmalarından dolayı teşekkür etti.

Toplantı sonunda, 15 Mayıs tarihinde Koordinatör Başkanlığı görevini A.Uğur Ateş'ten devralan M. Bülent Aymen, 2014-2015 dönemi AKİB Koordinatör Başkanlığı görevi süresince yapmış olduğu hizmetler anısına Akdeniz Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı A.Uğur Ateş'e bir plaket takdim etti.

# AKİB üyesi bakliyatçılar Las Vegas Dünya Bakliyat Kongresi'nde



Ekonomi Bakanlığı 2010/8 Sayılı Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi (URGE) Hakkında Tebliğ kapsamında, AKİB tarafından yürütülen Yurt Dışı Pazarlama Programı dâhilindeki URGE Projesi katılımcıları, dünya bakliyat sektörünün buluşma noktası olan Dünya Bakliyat Kongresi ve kongre ile eş zamanlı gerçekleştirilen organizasyonlara katılım sağlayarak, sektördeki yeni firmalarla

tanışma ve faaliyetlerini yürüttükleri mevcut firmalarla ilişkilerini pekiştirme fırsatı yakaladı; kongredeki oturumlarda, dünyadaki diğer ülkelerin sektördeki her bir bakliyat ürününe yönelik beklentileri hakkında bilgiler edindi. Diğer yandan, AKİB'in bir stand ile katılım sağladığı kongrede, AKİB üyesi ihracatçı firmaların iletişim bilgileri ve Türkiye'ye ilişkin sektörel değerlendirmelerin yer al-

dığı broşürler de dağıtıldı ve ziyaretçilere AKİB faaliyetleri hakkında bilgilendirmeler yapıldı.

## DÜNYA BAKLIYATININ BAŞINA TÜRK İSİM

Dünya Bakliyat Ticareti ve Sanayileri Konfederasyonu'nun (CICILS) başkanlık seçimlerinin de gerçekleştirildiği kongrede Arbel Bakliyat CEO'su Hüseyin Arslan, CICILS Başkanı seçildi. Dünya Bakliyat Kongresi'nin 2016 yılında Türkiye'de gerçekleştirileceği bilgisini aktaran Arslan, kongrenin, Türkiye'nin yanı sıra sektördeki üreticilerin bilinirliğine de katkı sağlayacağını belirtirken, "Türkiye birlik içinde güçlü bir ülke. Üreticilerimiz, sektör temsilcisi şirketlerimiz ve birliklerimiz bakliyat konusunda önemli bilgi birikimine sahip. Bu nedenle de bu birlikte söz sahibi olmak, ülkemiz adına önemli" dedi.

Bilindiği üzere, Kanada'dan Avustralya'ya, Çin'den İngiltere'ye dünyanın farklı kıtalarından 55 ülkenin üye olduğu sektörün en etkin ve büyük meslek birliği olan CICILS, bakliyat üretim ve tüketimine yönelik elde ettiği bilgilerle dünya bakliyatına yön veriyor.

## Latin Amerika yolcusu kalmasın!



Geçtiğimiz Mart ayında duyurusunu yaptığımız ve Narenciye Tanıtım Grubu organizatörlüğünde gerçekleşecek Brezilya Arjantin'i kapsayacak İnceleme Heyeti, bu ay sonunda yola çıkıyor. Narenciye konusunda üretim yöntemleri, paketleme teknikleri, ihracat, endüstri ve bilimsel araştırma-

larda gelinen noktaları yerinde incelemek üzere düzenlenen heyet kapsamında Copal Gıda Üreticileri Birliği, Federcitrus Narenciye Federasyonu ve Tucuman Narenciye Üreticileri Derneği'nin ziyaret edilmesi planlanırken, Sao Paulo, Rio De Janeiro, Buenos Aires ve Tucuman şehirlerindeki paketleme

tesisleri, Ar-Ge merkezleri, meyve sebze halleri ve pek çok firmanın tesis ve bahçeleri yerinde incelenecek.

Bilindiği üzere, yeni pazarlar bulmak ve mevcut pazarlardaki varlığımızı koruyarak ülke ihracatımızı artırmak amacıyla; tarımda modernizasyon, inovatif çalışmalar ve Ar-Ge çalışmalarının taşıdığı önemin bilincinde olarak, uluslararası pazarda rekabet avantajını koruyabilmek için düzenlenen inceleme seyahatleri büyük önem taşıyor. Bu çerçevede düzenlenen inceleme heyetine ise Narenciye Tanıtım Grubu ve Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Ali Kavak ve Yönetim Kurulu Üyeleri ile İstanbul, Doğu Karadeniz ve Ege İhracatçı Birlikleri, Adana Çiftçiler Birliği ve Türkiye genelindeki ihracatçı ve üreticilerden toplam 35 iş insanı katılım gösteriyor.



# Norveç ve İsveç'e yönelik Plastik ve Kauçuk Ürünleri Sektörel Ticaret Heyeti düzenleniyor



Akdeniz Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği tarafından, 24-28 Haziran tarihleri arasında Norveç ve İsveç'e yönelik "Plastik ve Kauçuk Ürünleri Sektörel Ticaret Heyeti" programı düzenleniyor.

AKİB Genel Sekreterliği'nin aktardığı bilgilere göre, söz konusu sektör ihracatını artırmaya yönelik düzenlenecek sektörel ticaret heyeti programı kapsamında, heyete

katılan firmalar Norveç ve İsveç'te yerleşik iş insanları ile ikili görüşmeleri yapacak (her ürün için en az iki, toplamda en az 20 firma ile), ayrıca firma, kurum ve kuruluşlar da yerinde ziyaret edilecek.

Bilindiği üzere; Para-Kredi ve Koordinasyon Kurulu'nun 2011/1 sayılı Pazar Araştırması ve Pazara Giriş Desteği Hakkında Tebliğ kapsamında sektörel ticaret heyeti programlarına

ilişkin ulaşım ve konaklama giderlerinin yüzde 50'si devlet desteği kapsamında yer alıyor (şirket başına en fazla iki kişiye ait ekonomi sınıfı uçak biletinin yüzde 50'si ve yine şirket başına günlük 300 doları geçmemek kaydıyla konaklama (oda+kahvaltı) giderlerinin yüzde 50'si destek kapsamında yer alıyor).

Bu çerçevede; 2011/1 sayılı tebliğ kapsamında hak edilecek olan teşviklerin düşülmesi neticesinde firma başına düşen katılım payı bin 750 dolar olarak belirlenirken (tek kişilik odada kişi başı bin 600 dolar), katılım payına İstanbul-Oslo, Oslo-Stockholm, Stockholm-İstanbul uçak biletleri, beş yıldızlı otelde üç gece oda+kahvaltı konaklama, alan vergileri, seyahat sigortası, vize ücreti, yerel firmalarla ikili iş görüşmeleri, tercümanlık hizmetleri, transfer hizmetleri ve ikili iş görüşmeleri için gerekli olan bütün hizmetler ile heyet öncesi Norveç ve İsveç'teki en yüksek tirajlı üç gazeteden birine heyetle ilgili reklam ve bilgi ilanı verilmesi, program öncesi katılımcılarımıza verilecek Norveç ve İsveç'teki sektör raporu, heyet tarihini takip eden altı ay boyunca heyete katılan firmalara faaliyette buldukları ülkelerle ilgili ücretsiz bireysel danışmanlık hizmetleri dâhil edilmiş.

Organizasyona İstanbul dışından katılacak üyelerin iç hat uçuşları, oteldeki ekstra oda harcamaları, yurt dışı çıkış pul bedelleri ve diğer ekstra harcamalar ise katılım payı dışında tutuluyor.

İlgili programa ilişkin ayrıntılı bilgi, AKİB Genel Sekreterliği'nden edinilebilir.



## Aflex Etiket, ödüle doymuyor

Türkiye Etiket Sanayicileri Derneği'nin düzenlediği 12'nci Ulusal Etiket Baskı Yarışması'nın Flesko Baskı kategorisinde Aflex Etiket, "Tukas Mayonessa" etiketi ile birincilik ödülünün sahibi oldu. Daha önce "Flexo Kombine" baskı kategorisinde de Türkiye birinciliği bulunan Aflex Etiket, Dünya Etiketçiler Birliği'nin düzenlediği ve dünyanın seçkin firmalarının yer aldığı yarışmada Türkiye'yi temsil etmeyi hedefliyor.

## Yaş meyve sebze sektörü sorunlarını çözmekte kararlı

**Türkiye Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Sektör Kurulu, geçtiğimiz sezon yaş meyve sebze ihracatında yaşanan olumsuzlukları ve sunulacak çözüm önerilerini değerlendirmek üzere işçi temsilcileri, üreticiler ve ülkenin dört bir yanından katılan ihracatçılarla bir araya geldi.**



Türkiye Yaş Meyve Sebze Sektör Kurulu ve Narenciye Tanıtım Grubu Başkanı Ali Kavak başkanlığında, 29-30 Nisan tarihlerinde gerçekleştirilen toplantılarda, hasat öncesinden ihracata kadar sürecin her aşaması detaylarıyla değerlendirilirken, üretimin ve uluslararası pazarlardaki rekabetin hızla arttığı bir dünyada yaş meyve sebze sektöründe sürekliliğin sağlanması için yaşanan sorunlara etkili ve kalıcı çözüm önerileri sunuldu.

İşçi, üretici ve ihracatçı temsilcilerinin katılımıyla AKİB Hizmet Binası'nda gerçekleştirilen toplantılarda, sektör paydaşları olarak bundan sonraki süreçlerde de işçi, üretici ve ihracatçı olarak birlikte hareket etmenin önemine dikkat çekildi.

Öncelikle hasatta yapılan hatalar ve gerekli standartlar konusunun üzerinde durulan toplantılar boyunca, hasat öncesi işçilere eğitimler verilmesi ve bu yönde çalışmalar yapılması gündeme geldi. İşçi temsilcilerinin sorunlarını dinleyen üyeler, işçilerle alakalı güvence, iş sağlığı ve ulaşım gibi konularda gerekli standartların yakalanması hususuna vurgu yaptı. Bu çerçevede, narenciye hasadının bundan böyle götürü usulüyle yapılmaması; işçilerin normal saatlerde işe başlaması, çığlı ve ıslak ürünlerin hasat edilmemesi; normal toplam günlük çalışma saatinin net sekiz saatle sınırlı olması; meyve kasalarının bahçe içine taşınmaması, belirli bir noktada altlarına örtü serilerek kullanılması; işçilerin sosyal güvenceye

ulaşması ve diğer hakları için, işçi temsilcileri ve ihracatçı birlikleri temsilcilerinin müşterek çalışma yürütmesi; elcilerin sorumlu oldukları işçi postalarının başında bulunması; yeni sezona başlamadan, bir önceki sezon değerlendirmesinin yapılması ve hatalar, çözümleri elciler ve çavuşlarla görüşüldükten sonra yeni sözleşmelerin imzalanması; seçimlerden sonra Haziran ayı içerisinde, Adana'da tüm elci, üretici, çavuş ve ihracatçılarla genişletilmiş toplantıların yapılması; işçi taşıma araçlarının (servisler) standartlara uygun olması; tarım işçilerinin eğitimi konusunda Akdeniz Yaş Meyve ve Sebze İhracatçı Birlikleri ve işçi temsilcilerinin müşterek çalışma yürütmesi; derneklere üye olmayan elci ve çavuşların çalıştırılmaması konularında görüş birliğine varıldı. Diğer yandan, üretici temsilcileriyle yapılan toplantıda ise hasat tarihi, gübreleme, ilaçlama, sulama ve toplama yöntemleri gibi konuların üzerinde duruldu. Kaliteyi artırmak adına bu konularda akademi ve sektörün diğer temsilcileri ile iş birliği içinde çalışmanın önemine vurgu yapılırken, toplantı sonunda, üniversiteler, ihracatçılar ve üreticiler arasında iş birliğinin geliştirilmesi için adımlar atılması ve özellikle hasat öncesi gübreleme ve ilaçlama konusunda üniversite ile iş birliği başlatılarak, bir ekibin oluşturulması; erken hasatla ilgili müeyyide getirilmesi konusunda çalışmaların hızlandırılması; Mısır'daki üretimi araştırmak üzere, sektörel ticaret heyeti ziyaretinin ger-

çekleştirilmesi; Haziran ayında Adana'da tüm sektör temsilcilerinin sektörü geniş çapta masaya yatıracağı bir toplantı yapılması hususunda ortak kararlar alındı.

Toplantıların son gününde de ihracatçılarla bir araya gelen sektör Sektör Kurulu, sektörde önceki yıllar yaşanan kayıpların tekrar edilmemesi adına iş birliği içinde çalışma vurgusunda bulundu. Alım-satım politikaları, rekabet, paketleme standartları ve ithal ilaçlar gibi konuların üzerinde duran temsilciler ise hasat öncesi ve sonrası kullanılan gübre, zirai ilaç ve kimyasalları ile ilgili, Yaş Meyve ve Sebze Sektör Kurulu ve Uluslararası Turunçgil Konseyinin müşterek çalışma yapması; üniversite, Sektör Kurulu ve Uluslararası Turunçgil Konseyi, Üretici Birlikleri, Zirai İlaç Temsilcileri ile görüşülerek Salih Çalı koordinasyonunda bir komite oluşturulması; bu çalışmalar sonunda firmaların yetkilileri ve sorumlu ziraat mühendislerine belirlenecek periyodlar içerisinde eğitim verilmesi; eğitim içeriği konusunda Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı ile mutabakatın sağlanması; iş güvenliği ve diğer paketleme evleri standartlarıyla ilgili işletmelerin bilgilendirilmesi; mevsimlik tarım işçilerinin yasal statüye kavuşması için TBMM nezdinde oluşturulan Araştırma Komisyonu'nun bilgilendirilmesi için çalışmalar yapılması; Haziran ayında Adana'da tüm sektör temsilcilerinin sektörü geniş çapta masaya yatıracağı bir toplantı yapılması konularında görüş birliğine vardı.

# AKİB ihracatı toparlanıyor

**Türkiye geneli ihracat rakamları, Nisan ayında da düşüş eğilimini sürdürdü ve geçtiğimiz yılın aynı dönemine kıyasla 9,8 puanlık bir kayıp daha yaşadı. Bununla birlikte AKİB'in ihracat rakamlarındaki toparlanma miktar bazında dikkat çekerken, değer bazında halen istenilen seviyeye ulaşılmış değil.**



*Sektörler itibarıyla AKİB'in Nisan ayı ihracatında, özellikle mobilya, kağıt ve orman ürünleri, kimyevi maddeler ve mamulleri ile çelik ürünleri ihracatındaki toparlanmanın hızlandığını ve hem miktar hem de değer bazında geçtiğimiz yıl aynı döneme kıyasla pozitif görünüme döndüğü görülüyor.*

AKİB Koordinatör Başkanı A. Uğur Ateş, Koordinatör Başkanlığı görevini Bülent Ayman'e devretmeden önceki son ihracat rakamları değerlendirilmesinde, "Nisan ayında, ülke olarak, geçtiğimiz yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 9,8 daha az ihracat yaptık. İhracatımız 13 milyar 106 milyon dolardan 11 milyar 823 milyon dolara düştü. Benzer şekilde, bu yılın ilk dört ayı ile geçtiğimiz yılın aynı dönemini karşılaştırdığımızda da yüzde 8,1'lik düşüş ve 53 milyar 240 milyon dolardan 48 milyar 951 milyon dolara gerileyen bire ihracat tablosuyla karşılaşıyoruz" dedi.

Ateş, Nisan ayı AKİB ihracat rakamlarında da düşüş izlenmeye devam edildiğini ve geçtiğimiz yıla kıyasla AKİB ihracatının Nisan ayında yüzde 6,6 değer kaybederek, 1 milyar 61 milyon dolardan 991 milyon dolara gerilediğini dile getirirken, ilk dört ay değerlendirmesinde ise kaybın yüzde 11,2 seviyesine ulaştığına dikkat çekti. Bu dönemde AKİB ihracatı, 4 milyar 293 milyon dolardan 3 milyar 813 milyon dolara gerilemiş durumda. Ancak sektörler itibarıyla AKİB'in ihracatında, özellikle mobilya, kağıt ve orman ürünleri, kimyevi maddeler ve mamulleri ile çelik ürünleri ihracatındaki toparlanmanın hızlandığını ve hem miktar, hem de değer bazında geçtiğimiz yıl aynı döneme kıyasla pozitif görünüme döndüğünü de belirtelim.

Diğer yandan, Türkiye geneli ihracatını AKİB sorumluluk sahasında bulunan iller açısından da değerlendiren Ateş, Nisan ayında en fazla ihracat yapan iller sıralamasında Hatay'ın 10'uncu, Kayseri'nin 11'inci, Adana'nın 12'nci,

Mersin'in 13'üncü ve Karaman'ın 27'nci sırada olduğunu belirtti. AKİB ihracatını ülkeler bazında da inceleyen Ateş, Nisan ayında en fazla ihracat gerçekleştirilen ilk beş ülkeyi ise Mısır, Irak, Suudi Arabistan, Malta ve İspanya olarak açıkladı.

**Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri:** Nisan ayı sektörel bazda ihracat rakamlarına göre; Türkiye mobilya, kağıt ve orman ürünleri ihracatı, 2014 yılının eş değer dönemine kıyasla, yüzde -7,7 oranında düşüşle 364 milyon 432 bin dolar olarak gerçekleşirken, ilk dört ay ihracat rakamındaki düşüş ise yüzde -9,4'e ulaştı. Aynı dönem AKİB ihracat rakamları incelendiğinde ise 48 milyon 557 bin dolarlık ihracat gerçekleştirildiği görülüyor. Bu rakam, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 6,4 oranında bir artışa işaret ederken, sektörün en güçlü pazarı olan Irak'a olan ihracattaki yüzde 7,1'lik artış ise sevindirici bir gelişme olarak dikkat çekiyor.

**Demir ve Demir Dışı Metaller:** Nisan ayı sektörel bazda ihracat rakamlarına göre 33 milyon dolarlık demir ve demir dışı metaller ihracatı, geçtiğimiz yıl aynı döneme göre yüzde 34'lük bir kayıp olduğunu ortaya koyuyor. AKİB özelinde ise çelik ihracatı Nisan ayında yüzde 13 oranında artarak 118 milyon dolar olarak gerçekleşti. Nisan ayında en çok ihracat yapılan ülke ise yüzde 25 payla Mısır olarak dikkat çekiyor. Irak'ın yüzde 21 pay ile ikinci sırada yer aldığı sektör ihracatında ABD ise yüzde 4 pay ile üçüncü sırada yer aldı.

**Hazır Giyim ve Konfeksiyon:** Türkiye hazır

giyim ve konfeksiyon sektörü Nisan ayında 1,39 milyar dolar ihracat gerçekleştirirken, geçtiğimiz yıl aynı döneme göre yüzde 9,89 oranında bir düşüş yaşadı. Aynı dönemde AKİB ihracatı ise yüzde 9,23 oranında düşüş kaydetti ve 33,7 milyon dolar olarak gerçekleşti. Bu dönemde Ukrayna yüzde 17'lik pazar payı ile ilk sırada yer alırken, Romanya yüzde 14 ile ikinci, Almanya yüzde 11 ile üçüncü sırada yer aldı. **Kimyevi Maddeler ve Mamulleri:** Nisan ayı sektörel bazda ihracat rakamlarına göre Türkiye Kimyevi Maddeler ve Mamulleri ihracatı, yüzde 3'lük düşüş ile 1 milyar 437 milyon dolar seviyesinde gerçekleşti. AKİB sorumluluk sahasında ise aynı dönemde yüzde 10'luk bir artış yaşandığı izleniyor.

**Su Ürünleri ve Hayvansal Mamulleri:** Nisan ayı su ürünleri ve hayvansal mamuller sektörel bazda ihracat rakamlarına göre Türkiye ihracatı, 2014 yılı Nisan ayına kıyasla yüzde 15,3 oranında düşüşle 172 milyon 731 bin dolar olarak gerçekleşti. AKİB özelinde ise sektör, bu dönemde yüzde 22,5 oranında bir düşüş yaşadı. Sektörün ihraç pazarları arasında Irak yüzde 54 payla birinci sırada yer alırken, Suriye yüzde 9 ile ikinci, Lübnan ise yüzde 8,5 ile üçüncü sırada yer alıyor.

**Tekstil ve Hammaddeleri:** Türkiye tekstil ve hammaddeleri sektör ihracatı Nisan ayında 725 milyon olarak gerçekleşirken, ilk dört aydaki parite kayıpları ihracatın yüzde 12 değer kaybetmesine neden oldu. Bununla birlikte sektör ihracatı Nisan ayında miktar bakımından yüzde 11, ilk dört ayda ise yüzde 4 oranında artış gösterdi. Benzer bir durum AKİB sorumluluk sahasında da izleniyor: Sektör genelinde pariteden kaynaklanan gerileme Nisan ayında yüzde 9'a ulaştırken, miktar bakımından yüzde 17 oranında artış olması dikkat çekici.

**Yaş Meyve Sebze:** Yılın dördüncü ayında yaş meyve ve sebze ihracatı, miktarda yüzde 29 değerde ise yüzde 30 düşüş yaşadı. Narenciye ihracatında miktarda yüzde 38, değerde yüzde 43'e ulaştırken, taze meyve ihracatında ise miktarda yüzde 72, değerde yüzde 4 oranında artış izleniyor. Nisan ayında en fazla ihraç edilen ürünler ise sırasıyla domates, limon, biber ve elma olurken, en fazla ihracat yaptığımız ülkeler Rusya, Irak, Romanya ve Almanya oldu.



## **TİM İstişare Toplantısı'na katılan Başbakan Ahmet Davutoğlu, Türkiye ekonomisinin dinamik gücünün ihracatçılar olduğunu vurgularken, "Sizler bu başarıların hem şahitleri hem mimarlarıdır. İhracatçılarımızın girişimci ruhu olmasaydı, Ankara'da alınan kararlar sahada karşılığını bulamazdı" dedi.**

İhracatçı sektörlerin 2015-2023 hedefleri, sorunları ve çözüm önerilerinin ele alındığı TİM İstişare Toplantısı, Başbakan Ahmet Davutoğlu'nun katılımıyla, Mayıs ayı ortasında gerçekleştirildi. Başbakan Yardımcısı Ali Babacan, Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci, Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Taner Yıldız, Kalkınma Bakanı Cevdet Yılmaz, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Faruk Çelik, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanı Mehdi Eker ile Maliye Bakanı Mehmet Şimşek'in de katıldığı toplantıda ihracatçı sektörlerin sorunları detaylı olarak ele alındı.

Toplantıda yaptığı konuşmada "İhracatçılarımızın girişimci ruhu olmasaydı, Ankara'da alınan kararlar sahada karşılık bulmazdı" diyen Başbakan Davutoğlu, 12 yıl içinde olağanüstü girişimlerle Türkiye'nin adını dünyaya duyurduklarını belirtti. Türkiye'de güven ve istikrar ortamının devam edeceğini vurgulayan Davutoğlu, "12 yılda büyük başarılarla birlikte imza altıktık. Sizler bu başarıların hem şahitleri hem mimarlarıdır. Bu açıdan son 12 yılda Türkiye'nin makro ekonomik bütün dengeleri ihracatımızı destekleyecek bir üretim altyapısına sahip olma anlamında olağanüstü bir kapasiteye kavuştu. TİM yöneticilerinin Eylül ayında beni ziyaret ettiklerinde ele alınan konuların yüzde 60'ı, bugün gerçekleşmiş durumda. Bugün dile getireceğimiz hususların da yüzde 100'ünü de en kısa zamana gerçekleştireceğiz" şeklinde konuştu.

### **SİZLER BİZİM DÜNYADAKİ TİCARİ AKINCILARIMIZSINIZ**

Türkiye'nin seçim döneminde kaybedecek zamanı olmadığını vurgulayan Başbakan Davutoğlu, "Son derece dinamik, tarihi bir konjonktürde yaşıyoruz. Vaktinde alınması gereken kararlarda en ufak gecikme olursa, bunun telafisi mümkün olmaz. Bir ayağımızla Türkiye'nin bütün vilayetlerini dolaşıp seçimlere hazırlanırken, diğer ayağımızla özel sektörümüzle bir araya geliyoruz ve önemli kararlara öncülük ediyoruz. Dışişleri Bakanlığı yaptığım dönemde de, sonrasında da ihracatımızı hep birinci önce-

lik sıralamasına koyduk" derken, ihracatçıların Türkiye'nin dünyadaki ticari akıncıları olduğunu, ihracatçıların başarısının Türkiye'nin ekonomik performansını artıracığını dile getirdi ve "Biz, bunu seçim sonrasında erteleyebiliriz ama ertelemedik. Sizlerle istişare ederek, seçim sonrasında atacağımız adımlarla ilgili ön görüşmeleri de yapmış oluyoruz" dedi.

### **BİZİM CEVHERİMİZ İNSAN KAYNAĞI VE GİRİŞİMCİ RUH**

Konuşmasında girişimci ruhun önemine de dikkat çeken Başbakan Davutoğlu, "İhracatçılarımızın her ürünle, buldukları her delikten ihraç pazarlarına girdiğini gördüğümde dedim ki: 'Bu ihracatçı topluluğu ile başaramayacağımız bir iş yoktur.' Dışişleri Bakanlığı döneminde Avrupa'da bir Dışişleri Bakan dostum, 'Biz hayretle takip ediyoruz. Dünya ekonomisi küçülüyor. Biz Afrika'da elçiliklerimizi kapatırken, Türkiye Afrika'da büyükelçiliklerini açıyor. Bu nasıl oluyor' diye sorunca şöyle yanıt verdim: 'Bizim doğal kaynaklarımız yok. Doğal gazımız, petrolümüz yok. Avrupa'daki gibi kriz esnasında bir anda bize yüz milyarlar verecek yaklaşımımız da yok. Bizim cevherimiz, insan kaynağımız ve girişimci ruhtur. Biz, bir tek o cevheri kullanabiliriz. Siz, oturduğunuz başkentlerden dünya ekonomisine şekil veriyorsunuz ama bizim için ekonomik başarının olması için mutlaka kaynakların olduğu yere gitmemiz lazım.' Onun için nerede bir tek Türk girişimci varsa, orada Türk büyükelçisi, Türk Hava Yolları ve Türkiye Devleti mevcudiyeti olacak. Bizim iş insanımız girişimcidir; şuraya açılalım

dediğinizde, bavulunu alıp oraya gider. Ben, havalimanında kalan iş insanlarımızdan pek çok yardım talebi aldım. Bu, bizim en büyük gücümüz" ifadelerini kullandı.

### **NİTELİKSEL DEĞİŞİM KAÇINILMAZ**

Türkiye'nin 2023 yılı hedeflerine ilerlerken niteliksel değişime de ihtiyaç duyduğunu söyleyen Davutoğlu, konuşmasını şöyle sürdürdü; "Ulaştırma duble yollardan otoyollara, ulaştırmadan lojistiğe, demir yollarından hızlı trene ve yüksek hızlı trene geçiş... Eğitimde öğretim ortalamasının mutlaka 15 yıla çıkartılması... Sanayimizin, teknoloji yoğun bir üretim haline dönüşmesi... İhracata geldiğimizde niteliksel dönüşümün esası, ihracatın katma değeri yüksek, ileri teknoloji yoğunluklu bir yapıya kavuşmasıdır. Sadece hacim olarak değil, katma değer olarak da ihracatımızın niteliksel bir dönüşüm geçirmesine önem veriyoruz. Kilo başına 1,5 dolar olan ihracatımızın 3 dolara, ileride 4,5 dolara çıkarılması için yoğun bir çalışmaya ihtiyacımız var. Sizden beklentimiz, bu dönüşü sağlayacak hamleler yapmanız. Dışarıda, vahşi bir rekabetin seyrettiği uluslararası konjonktür var, dünya ekonomisi daralıyor. Bizim bu ekonomiden aldığımız payı artırmamız ancak ihracat artışımıza bağlı. 1991'de ihracat 12 milyar dolardı. 2002'de 36 milyar dolara çıktı. Biz, 158 milyar dolara ulaştırdık. 1990'lı yıllarda dünya ticareti büyürken, biz sadece 36 milyar dolar ihracat yapıyorduk. Şimdi, dünya ekonomisi küçülürken 158 milyar dolar ihracat yaptık.

**DAVUTOĞLU: SİZ NE TALEP EDİYORSANIZ, ÖNÜNÜZÜ AÇMAK BİZİM İÇİN ELZEMDİR. TÜRKİYE'NİN DÜNYADAKİ TİCARİ AKINCILARI İHRACATÇILARDIR.**



## KAVAK: SEKTÖR İÇERİSİNDEKİ İŞ BİRLİĞİ VE İLETİŞİMİ GÜÇLENDİRİP, VERİMLİLİĞİ ARTIRMAK İÇİN ÇALIŞIYORUZ. HÜKÜMETTEN BEKLENTİMİZ PROAKTİF OLMALARI.

Önümüzdeki dönemde büyümenin dünyada hızlanması durumunda, inşallah 500 milyar dolar hedefimiz daha kolay olacak.”

### İSTİYORUZ Kİ İHRACATÇIMIZ DÜNYANIN HER KÖŞESİNE GİDEBİLSİN

Başbakan Davutoğlu, ihracatçıların önünü açmak için birçok çalışma yaptıklarının altını çizdiği konuşmasında, “Rusya ile vizelerin kaldırılması kimsenin düşünebileceği bir adım değildi. İki ülke icracı bakanlıklarının bir araya geldiği bir mekanizma oluşturduk. Serbest ticaret anlaşmalarını yaygınlaştırdık. Gümrük Birliği çerçevesindeki pazar genişletme faaliyetimizi diğer ülkeler yaymak konusunda olağanüstü çaba sarf ettik. İlkemiz, sınırlarımızı siyasi bakımdan genişletmeden ekonomik pazarımızı genişletmek” vurgusunda da bulunarak, “Herkesin sınırına saygımız var. Ama serbest ticaret anlaşmalarıyla, vize muafiyetleriyle ekonomik alanımızı genişletmeye çalışıyoruz. Şimdi 76 ülkeyle vize serbestliğimiz var. İstiyoruz ki ihracatçımız, çantasını aldığı anda dünyanın her köşesine seyahat edebilsin ve indiğinde Türk Büyükelçiliği’ni görebilsin.

THY şu anda dünyadan en fazla noktaya uçan havayolu şirketiye, bunun arkasında sizin dünyaya açılışınızın da payı vardır. Siz ne talep ediyorsanız, önünüzü açmak bizim için elzemdir. Bu bağlamda ihracatımızı çeşitlendirilmeliyiz. Türkiye krizi aşabilmişse, bunda pazarı çeşitlendirmenin payı çoktur. Türkiye, ihracat olarak Avrupa Birliği pazarına bağlıydı; şimdi bu oranı da azaltıyoruz. Avrupa’da kriz başladığında, ufkumuzu komşu ülkelere çevirdik. Oralarda kriz başladığındaysa, Afrika’ya, Latin Amerika’ya açıldık. Çeşitliliği koruyarak, artışı sürdürmeye devam ettik. Bu bağlamda gururla söylüyorum, ihracatımızın 1 milyar doları aştığı ülke sayısı 2002’de sekizken, şimdi 34’e ulaşmış durumda. 2002’de sadece dokuz üründe 1 milyar dolar sınırını aşırıyorduk, şimdi ise 37 üründe bu ihracatı gerçekleştirebiliyoruz. Türkiye’de ihracatta 1 milyar doları aşan şehirlerimizin sayısı beşten 16’ya çıktı. Gurur verici bir rakam daha söyleyeyim, tam bin 737 farklı ürün ihraç edebiliyoruz.” dedi.

Başbakan Davutoğlu, önceki hükümetlerden alışılacağı gibi kendilerinin seçim öncesinde uzun vadeli programlara ara vermediğini de belirttiği konuşmasına, “Biz göreve geldiği-

mizde sekiz aylık bir hükümet programı açıklamadık. Sekiz yıllık bir hükümet programı açıkladık. Orta vadeli programı açıkladık. Bu programlar açıklandığında, kâğıt üzerinde kalmayacağını söyledik. Bu eylemlerden 41’i hayata geçirildi. Biz, yeni Türkiye’yi inşa faaliyetinde hem ekonominin bütününde hem de ihracat alanında yapısal bir değişime önem veriyoruz. Etrafımızda büyük kırımlar yaşanıyor. İhracat pazarımız olan altı ülkede kamu düzeni yok olmuş durumda. Buna rağmen siz oraya giriyor ve ihracat yapıyorsunuz. Buna rağmen Türkiye Cumhuriyeti, bu istikrarsız ülkeler arasında bir istikrar adası olma hüviyetini sürdürüyor. Asgari ücret üzerinden yapılan tartışmalara, doğrusu ihracatçılarımızın da rasyonel ekonomi bağlamında, ışık verici şekilde yorum getirmelerine ihtiyaç duyuluyor. Asgari ücret, işverenlerle işçilerin bir araya gelerek, kamunun da bulunduğu bir ortamda optimum bir noktada belirlenmeye çalışılır. Burada yapılacak popülist yaklaşımların, ihracatımızda rekabeti ne kadar olumsuz etkileyeceğini en iyi sizler bilirsiniz. Böyle bir dönemde Türkiye’nin orta ve uzun dönem hedeflerinde taviz vermeden, rasyonel politikalarla geleceği planlayacağından şüpheniz olmasın. Söz havada kalmayacak, kayda geçecek. Kayıt, defterde kalmayacak, hükümet programlarına geçecek. Burada zikredilen hususlar da mutlaka uygulamaya geçecek” sözleriyle devam ederken, Türkiye’nin ihracatçıların desteğiyle 500 milyar dolar ihracata ulaşacağını ve dünyanın en büyük 10 ekonomisi arasına gireceğini ifade etti.

### DÖRT BAŞLIKTA UZLAŞI

Başbakan Davutoğlu’nun konuşmasının ardından basına kapalı olarak devam eden TİM İstişare Toplantısı’nda bir sunum yapan Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci ise Avrupa Birliği ile Gümrük Birliği Anlaşması kapsamında talep ettikleri dört konuda Türkiye’nin istediği gibi uzlaştıklarını, anlaşmanın Belçika’da imzalanacağını açıkladı ve “AB komiserleri ile defalarca görüştük. Talep ettiğimiz dört konuda Türkiye’nin istediği gibi uzlaştık. Biri, kota engellerinin kaldırılması” dedi.

TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi de toplantıda yaptığı konuşmada, güven ortamı ve istikrarın sürmesinin kendileri için çok önemli olduğunu belirterek, çözüm sürecinin tavizsiz devam etmesinin istikrara büyük katkı sağladığını ve süreci en başından beri desteklediklerini vurguladı. İhracatçıları olarak, dünya ekonomilerindeki “sisli havalarda” net bir görüş mesafesi istediklerinin altını çizen Büyükekşi, 2023 yılı



ihracat hedeflerine yönelik uzun maratonda buna ihtiyaçları olduğunu dile getirdi. Büyükeşki, konuşmasında, 500 milyar dolar ihracat hedefi için artık sadece ihracat artışına değil, yüksek katma değerli ihracata odaklandıklarını vurgulayarak, "Diyoruz ki, dünyanın en çok ülkesine uçan biz, dünyanın tüm pazarlarına mal ihraç eden biz... Artık sıra, tüm ülkelere teknoloji satmaya geldi. Sürdürülebilir büyüme için ihracata dayalı üretim, istihdam ve yatırıma odaklanalım. Ekonomik büyüme yarışında sadece ihracat değil, yüksek katma değerli üretim ve ihracat kulvarında koşalım. Cari açığın ilacı ihracat için inovasyon açığımızı kapatalım. Zira biz, 'Türkiye'nin cari açığı yoktur, inovasyon açığı vardır' diyoruz. Tüm bunları yapabilmek için tasarruflarımızı artıralım, yeni doğrudan yabancı yatırımların önünü açalım" ifadelerini kullandı.

Başbakan Davutoğlu'nun geçen yılki Türkiye İnovasyon Haftası'nda söylediği "İhracat bir memleket meselesidir" sözüne atıfta bulunan Büyükeşki, dünya ticaretinde yüzde 5'lik gerileme beklenen zorlu bir yıla girilirken, bu sözün kendilerini cesaretlendirdiğini vurguladı. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, Başbakan Davutoğlu ve Ekonomi Bakanı Zeybekci'nin himayelerinde farklı coğrafyalara düzenlenen heyetlerin ihracata önemli katkılar sağladığını belirten Büyükeşki, "Yakın komşularımızı adeta ateş çemberi sarmışken, yılın ilk iki ayında dünya ticareti yüzde 9 gerilerken, ihracatımız

sadece yüzde 3,5 düştü. Doların tüm para birimlerine karşı son 11 yılın rekorunu kırması, avro/dolar paritesinin hızla gerilemesi, tüm dünyada dramatik fiyat düşüşlerine sebep oldu. Eurostat verilerine göre, yılın ilk iki ayında Avrupa'nın ithalatı yüzde 1 daraldı, avro bazında ihracatımız yüzde 12 arttı. Birim fiyatların gerilemesinin ihracatımıza ilk dört ayda tam 7,5 milyar dolarlık maliyeti oldu. Ancak bizler, sanayi ve tarım ihracatımızı miktar bazında yüzde 4 artırmayı başardık. Dünya pazar payımızı binde 8,5'ten, binde 9'a getirdik. Küresel Doğrudan Yabancı Yatırım Endeksi'nde 2014'te 25'nci sıradayken, 2015'te 22'nci sıraya geldik" derken, Başbakan Davutoğlu'na geçen yıl Eylül ayında 17 ana öneri sunduklarını ve bu önerilerin yüzde 60'ının hükümet tarafından dikkate alınarak hayata geçirildiğini anımsattı.

### KAYIT DIŞI EKONOMİ BÜYÜK SORUN OLUŞTURUYOR

Diğer yandan, nitelikli insan kaynağına ve temel bilimlerden mezun, Ar-Ge merkezleri için doktora ve yüksek lisanslı araştırmacıların sayısının artmasının çok önemli olduğunu da vurgulayan Büyükeşki, "Kayıt dışı ekonomi haksız rekabet açısından bizim için büyük sorun oluşturuyor. İş gücü piyasalarının etkinliği ve esnekliği artırılmalı. Ar-Ge merkezlerinin desteklerinin artırılması, yenilenebilir enerji yatırımlarına ve enerji verimliliğine verilen desteğin artırılması, insan haklarına, hukukun üstünlüğüne dayalı

yeni bir anayasa ile yargıya güvenin yeniden tesis edilmesi büyük önem taşıyor. Lojistik altyapımızın geliştirilmesi ve gümrüklerdeki sorunların çözülmesi, Gümrük Birliği'nin revize edilmesi, diğer ülkelerle STA'lar imzalanması ve ABD ile TTYO'ya dahil olmak için bizim için çok önemli. Son bir özel talebimiz ise Hopa-Batum demir yolu hattının bizi Batum Limanı üzerinden Çin'e bağlayacak olması nedeniyle açılmasını istiyoruz. Şikâyetlerin değil, çözümlerin arayışındayız. 2023 hedefleri için çok çalışarak, daha çok terleyerek daha girişimci, verimli ve rekabetçi olacağız."

### PROAKTİF ÇÖZÜMLER BEKLİYORUZ

Başbakan Davutoğlu, ekonomiden sorumlu yedi bakan ve tüm ihracatçı birliklerin yönetim kurulu başkanlarının katıldığı TİM İstişare Toplantısı'nda söz alan Narenciye Tanıtım Grubu ve Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçı Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Ali Kavak ise sektörün mevcut durumu hakkında bilgi aktararak, ihracat pazarlarındaki sıkıntıların hızla çözülmesi gerekliliğine işaret etti. Sektör içerisindeki iş birliği ve iletişimi güçlendirmek, verimliliği artırmak ve ihracat pazarlarına açılmak yolunda gerekli tüm çalışmaları yaptıklarını dile getiren Kavak, hükümetten beklentilerini ise ihracatçılara olan desteklerini artırmaları ve ihracatta yaşanan sıkıntıları duyarak, çözüm üretme konusunda proaktif olmaları olarak özetledi.



# İHRACAT TABANA YAYILIYOR

**Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin gerçekleştirdiği Türkiye'nin İlk 1000 İhracatçı Firması anketi 2014 yılı sonuçları açıklandı. İlk 1000 içerisindeki ihracatçıların toplam ihracat içindeki payı azalmaya devam ederken, diğer bir deyişle ihracat tabana yayılırken, anket sonuçlarına göre ihracat kilo değeri yavaş da olsa yükselmeye devam ediyor.**

Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) 2002 yılından buyana her yıl açıkladığı Türkiye'nin İlk 1000 İhracatçı Firması anketine ait 2014 yılı sonuçları, TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi tarafından Konya'da açıklandı.

TİM verilerine göre, ilk 1000 ihracatçının toplam ihracat içindeki payındaki azalış trendi 2014'te de devam etti ve 2013'teki yüzde 59,6'dan yüzde 58,7'ye indi. TİM

Başkanı Mehmet Büyükekşi bu veriyi, "Bu durum, 2023 vizyonuna paralel bir şekilde ihracatın tabana yayılması sürecinin devam ettiğini gösteriyor. Bundan memnuniyet duyuyoruz" sözleriyle değerlendirirken, toplam ihracatın yüzde 3,8 artarak 157,6 milyar dolar olarak gerçekleştiğini anımsattı ve ilk 1000 firmanın ihracatının da toplam ihracattaki artışa paralel olarak yüzde 2,5 oranında arttığını ve 92,6 milyar dolara

ulaştığının altını çizdi.

Anket verilerine göre Türkiye'nin toplam ihracatının yüzde 49,4'ünü ilk 500 firma üstlenirken, ikinci 500 firma ihracatın yüzde 9,4'ünü karşılamış gözüküyor. Dolayısıyla 61 bin ihracatçının 60 bine yakını toplam ihracatın yüzde 41,2'sini gerçekleştirmiş durumda. Bu veri, ihracatın tabana yayılıyor olmasına işaret eden en güçlü veri konumunda bulunuyor.



## 2014 TÜRKİYE'NİN İLK 1000 İHRACATÇI FIRMASI TANITIM TOPLANTISI



### 1 MİLYAR DOLAR EŞİĞİNİ ÖNEMSIYORUZ

Firmaların ihracat hacminin önemli bir göstere olduğunu söyleyen Başkan Büyükeksi, sektörel ve bölgesel düzeyde 1 milyar dolar eşini önemsediklerini vurgularken, firma düzeyinde 10 firmanın 1 milyar dolar ve üzerinde ihracat yaptığını aktardı: “2023 yılı hedefimiz 50 firmamızın yıllık 1 milyar dolar ihracat barajını aşması. 2014 yılında, 500 milyon ile 1 milyar arası ihracat yapan 14 firma var. Bu rakam geçen sene 12 idi. 100 milyon dolar ile 500 milyon dolar arası 138 firma, 50 milyon ile 100 milyon dolar arasında 228 firma, 25 milyon ile 50 milyon arasında 491 firma, 20 milyon ile 25 milyon arasında ise 119 ihracatçı firma bulunuyor. Son sıradaki firmamızın ihracatı 22 milyon dolar olarak gerçekleşti. Bir önceki sene bu rakam 20 milyon dolardı. Bu veriler, ilk etapta ihracatın tabana yayılmaya devam ettiğini, ikinci 500 şirketlerinin payını artırdığını, ilk 500’teki firmaların ise geniş coğrafi dağılımları ile 2014’te bilhassa bölgesel gelişmelerden bir miktar etkilendiklerini gösteriyor.”

### LİDERLİK MARMARA’DA

2014 yılında ihracat gerçekleştiren firmaların yüzde 65,3’ü üretici ihracatçı, yüzde 15,6’sı dış ticaret firması, yüzde 3,7’si sektörel-sermaye dış ticaret şirketi ve yüzde 15,3’ü ise üretici olmayan ihracatçı firmalar olarak öne çıkarken, Büyükeksi bu verileri “İhracatın tabana yayılmasını istiyoruz. Anadolu’daki birçok ilde ihracatın ekonomik göstergedeki payı artmış olacak. İleri teknoloji Türkiye’nin vazgeçilmezi olmalı. Yüksek katma değer, diğer önemli bileşenimiz. Ar-Ge, tasarım, marka ve inovasyondan oluşan katma değer unsurlarına yönelmeliyiz. Ar-Ge’ye ayrılan bütçenin artması gerekiyor. Pazarlama ve patent en önemli çıktılarımız olacak. Yurt dışında marka tescili çok önemli. Anadolu şehirlerinde ihracata dayalı büyüme gerçekleştirilmeli” sözleriyle yorumladı. Büyükeksi, ankete ilişkin verileri aktarırken, ilk 1000 firmanın yoğun olarak Marmara Bölgesi’nde kümelendiği bilgisinin de altını çizdi ve “Marmara Bölgesi’nden 591, Ege’den 137 firma ilk 1000 içerisinde yer aldı. Güneydoğu’da 2013’teki rakam 81 idi, şimdi 88 oldu. İç Anadolu’dan 82 firma, Akdeniz Bölgesi’nden ise 63 firma sıralamaya

girdi” dedi. Benzer şekilde, 1000 firmanın 443’ünün İstanbul’dan ihracat yaptığını ve İstanbul’un firma sayısı bazında payının son 9 yıldır, her yıl bir kademe gerilediğini belirten Büyükeksi, “İhracat içinde farklı illerin ağırlığının artması, Türkiye ihracatı ve ekonomisi adına sağlıklı bir gelişmedir. İhracatın bölgesel ve sektörel düzeyde farklılaşması ve yaygınlaşması arzuladığımız bir olgu” dedi. İller bazındaki sıralamada İstanbul’u 10,7 milyar dolarla Kocaeli, 7,2 milyar dolarla Bursa, 5,4 milyar dolarla İzmir ve 4,5 milyar dolarla Ankara izliyor.

### KÂRLILIK YÜZDE 7,5-8’İ GEÇMELİ

2013’e göre 2014’te kârlılıklarda yükselişin gözlemlendiğini de belirten Büyükeksi, “İlk 500 içerisindeki firmaların ortalama kârlılığı 4,8 iken ikinci 500’de kârlılık oranı 5,9 olarak gerçekleşti” dedi. Geçen yıl bu oranlar sırasıyla yüzde 4,25 ve yüzde 3,97 olarak belirlenmişti. Bu noktadan bakıldığında kârlılık oranları 2014’te, 2013’e göre oldukça artmış görünüyor. Bununla birlikte TIM Başkanı, kârlılık oranlarının daha da yükselmesi gerektiğini vurguladı.

### İLK 1000 FİRMA İÇİNDE ADANA PAYI

2014 Genel Sıralaması	Firma Ünvanı	İhracat 2014 (\$)
56	SASA POLYESTER SAN. A.Ş.	220.093.336,38
156	TEMSA GLOBAL SANAYİ VE TİCARET A.Ş.	103.104.929,90
163	BOSSA TİC.VE SAN. İŞLT. T.A.Ş.	99.877.774,53
294	ÖZMAYA SANAYİ A.Ş.	62.045.620,96
354	AMYLUM NIŞASTA SANAYİ VE TİCARET A.Ş.	54.561.945,77
412	Adının açıklanmasını istemiyor	47.609.544,98
420	ELİTA GIDA SANAYİ VE TİCARET A.Ş.	46.660.924,11
485	AYTEK KONF. TİC. PAZ. LTD. ŞTİ.	41.203.430,68
490	FİLPA AMBL. VE DIŞ TİC. A.Ş.	40.553.936,31
499	AKYEM ADANA YEM YAĞ BİODİZEL TAR. VE SAN. TİC. A.Ş.	40.011.589,97
506	GÖZEK TEKS. İTH. İHR. SAN. TİC. A.Ş.	39.654.733,72
578	OĞUZ TEKS. SAN. VE TİC. A.Ş.	35.752.292,59
612	AKHAN UN FABRİKASI TARIM ÜRÜN. GIDA SAN. TİC. LTD. ŞTİ.	34.271.749,80
623	Adının açıklanmasını istemiyor	33.747.828,46
655	Araştırmaya Katılmıyor	32.637.115,23
668	GARİP TAVUKÇULUK GIDA VE YEM SAN. TİC. A.Ş.	32.034.288,52
698	TAT NIŞASTA SANAYİ VE TİC. A.Ş.	30.818.555,01
728	ÖZLER TARIM ÜRÜN. ÜRETİM PAZ. SANAYİ VE TİC. A.Ş.	29.475.448,23
750	PİLYEM GIDA TARIM SANAYİ VE TİCARET A.Ş.	28.729.741,41
789	Araştırmaya Katılmıyor	27.410.298,09
833	İLBEYLİ KOLL.ŞTİ.	26.377.826,76
		1.106.632.911,41

### İLK 1000 FİRMA İÇİNDE HATAY PAYI

2014 Genel Sıralaması	Firma Ünvanı	İhracat 2014 (\$)
35	TOSYALI DIŞ TİCARET A.Ş.	304.310.454,41
37	İSKENDERUN DEMİR VE ÇELİK A.Ş.	297.293.428,00
97	NURSAN METALURJİ ENDÜSTRİSİ A.Ş.	143.994.675,91
277	MMK METALURJİ SAN. TİC. VE LİMAN İŞLETMELİĞİ A.Ş.	65.412.994,67
362	TEK ASYA TARIM ÜRÜNLERİ TİC. LTD. ŞTİ.	53.706.389,67
691	SEMT TARIM ÜRÜNLERİ İTH. İHR. TAŞ. VE GIDA SAN. TİC. LTD. ŞTİ.	31.039.368,55
786	HATEKS HATAY TEKSTİL İŞL.A.Ş.	27.520.157,65
808	Adının açıklanmasını istemiyor	26.863.120,24
831	AKAŞ TARIM ÜRÜNLERİ İNŞ.AHŞAP PLASTİK AMB.SAN VE TİC.A.Ş.	26.382.814,46
907	MAHMUT YARIM GIDA İTH.İHR. SAN.VE TİC.A.Ş.	24.336.873,71
981	EKREM NARİN İTH.İHR.LTD.ŞTİ.	22.560.586,88
		1.023.420.864,15

Büyükeksi, “İhracatçının kâr etmesi gerekiyor. Kârlılık oranının 7,5- 8’leri geçmesi gerekiyor. 2023 hedeflerine ulaşmak için yüksek teknolojiye ihtiyaç var ve bu yeni yatırımlarla olacak” derken, Eylül ayından itibaren ihracatta artış beklediklerine de vurgu yaptı.

#### EN BÜYÜK PAY OTOMOTİVİN

İlk 1000 ihracatçı firma ihracatının sektörel dağılımında en büyük pay ise yüzde 21,8’le otomotiv oldu. İkinci sıradaki kimyevi maddeler ve mamulleri ürünlerinin oranı yüzde 11,8 olurken, hazır giyim ve konfeksiyon sektörü ise 11,6 pay ile üçüncü oldu. Çelik sektörü 11,4 paya sahip olurken, sektörel dağılımda ilk 1000 içinde en fazla firma ile yer alan sektörler ise 171 firma ile hazır giyim ve konfeksiyon, 98 firma ile kimyevi maddeler ve 88 firma ile çelik sektörü olarak öne çıktı.

#### SIRALAMADA İLK ÜÇ DEĞİŞMEDİ

Anket verileri, ihracatın ilk üç firmasının da değişmediğini ortaya koyuyor. Buna göre, 2013’te olduğu gibi 2014’te de Tüpraş, Ford ve Oyak Renault firmaları ilk üç firma olarak sıralandı. Sıralama değişmemiş olsa da ilk üç firmanın ihracat gelirlerindeki düşüş dikkat çekiyor. 2013’te Tüpraş 4,1 milyar dolar, Ford 3,7 milyar dolar, Oyak Renault ise 3,5 milyar dolar ihracat yapmıştı. 2014’te ise Tüpraş 3,7 milyar dolar, Ford 3,5 milyar dolar, Oyak Renault 3 milyar dolar ihracat geliri elde etmiş. Diğer yandan, ihracatta ilk 1000 firmanın kilo başına ihracat değeri 2014 yılında 7 sent artışla 1,61 dolar düzeyine ulaşmış gözüküyor.

#### TOPLAM İSTİHDAMDAN ÖNEMLİ ARTIŞ YAKALANDI

Ortalama çalışan sayısına ilişkin de önemli veriler için anket sonuçlarına göre ilk 500 firmanın ortalama çalışan sayısı 790 iken, ikinci 500 ihracatçı firmanın ortalama çalışan sayısı 410 olarak gerçekleşti. Bu anlamda, firmaların ihracata yönelmeleriyle istihdamda da artışa gittiklerini dile getiren Büyükeksi, “İhracat arttıkça yeni istihdam sahaları yaratılmaya devam edecek. Her iki grupta da önemli ortalama istihdam artışı gözlemliyoruz” dedi.

#### KAPASİTE KULLANIMI YÜZDE 80

Türkiye’nin ilk 1000 İhracatçı Firması anketine göre kapasite kullanımında en yüksek

## ➤ İLK 1000 FİRMA İÇİNDE KAYSERİ PAYI

2014 Genel Sıralaması	Firma Ünvanı	İhracat 2014 (\$)
95	BOYTEKS TEKS. SAN. VE TİC. A.Ş.	147.429.417,11
117	BOYDAK DIŞ TİC. A.Ş.	123.239.478,72
119	HES HACILAR ELEKTRİK SANAYİ VE TİCARET A.Ş.	121.767.533,89
204	RE-MA METAL TEKSTİL İNŞ. GIDA SAN.TİC. LTD. ŞTİ.	81.168.358,80
214	ORTA ANADOLU TİC. VE SAN. İŞLET. T.A.Ş.	78.707.021,22
274	ÇİNKOM ÇİNKO KURSUN METAL VE MADENCİLİK SAN. TİC. A.Ş.	66.361.069,61
284	KUMTEL DAYANIKLI TÜKETİM MALL. PLASTİK SAN. TİC. A.Ş.	64.275.952,89
285	Adının açıklanmasını istemiyor	64.192.420,89
495	CEHA BÜRO MOBİLYALARI A.Ş.	40.121.283,08
598	BOYÇELİK METAL SAN. VE TİC. A.Ş.	34.961.881,40
622	ERBOSAN ERCİYAS BORU SANAYİ TİCARET A.Ş.	33.816.368,35
686	Adının açıklanmasını istemiyor	31.313.285,87
743	Adının açıklanmasını istemiyor	28.976.500,49
792	BOSTANCI DAMPER MAK.KALIP MOB. VE METAL SAN.TİC.LTD.ŞTİ.	27.306.245,03
868	KLASS DIS TIC LTD STI.	25.398.374,77
		969.035.192,12

## ➤ İLK 1000 FİRMA İÇİNDE MERSİN PAYI

2014 Genel Sıralaması	Firma Ünvanı	İhracat 2014 (\$)
147	ARBEL BAKLIYAT HUBUBAT SAN. TİC. A.Ş.	105.716.154,25
153	AVES ENERJİ YAĞ VE GIDA SANAYİ A.Ş.	103.716.255,08
164	Araştırmaya Katılmıyor	99.596.942,70
255	EVVEL MERSİN GID. MAD. ELEK. VE ELOK. İNŞ. MALZ. NAKL. DIŞ TİC. LTD. ŞTİ.	69.984.420,60
378	MERSİN UN SAN. VE TİC. A.Ş.	51.975.468,03
399	DİCLE GIDA VE TARIM ÜRÜNLERİ SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	49.198.772,03
556	ÇUKUROVA İNŞAAT MAKİNALARI SAN. VE TİC. A.Ş.	36.936.600,17
579	BAŞHAN TARIMSAL ÜRN. PAZ. SAN. DIŞ TİC. A.Ş.	35.733.164,33
593	NAWRAS TARIM ÜRÜN. GID. NAK. İNŞ. İTH. İHR. SAN. LTD. ŞTİ.	35.164.318,18
600	MENAS MERSİN ZİRAİ ÜRÜNLER İŞL. İHR. SAN. TİC. A.Ş.	34.857.651,88
618	MEMİŞOĞLU TARIM ÜRÜN. TİC. LTD. ŞTİ.	33.966.698,53
619	DURUM GIDA SAN. VE TİC. A.Ş.	33.957.850,90
758	MERSİN ŞEKER TAR. ÜRNL. DOĞAL VE MINER. SU VE İÇ. NAKL. SAN.TİC. A.Ş.	28.505.751,93
896	ÖZBAL ÇELİK BORU SAN.TİC.VE TAAH.A.Ş.	24.592.179,85
1000	EUROPEAN TOBACCO SİG.VE TÛTÛN SAN.VE TİC.A.Ş.	22.050.000,87
		765.952.229,33

## AKİB'in ihracata katkısı artıyor



20104 yılı Türkiye'nin İlk 1000 İhracatçı Firması sonuçlarını değerlendiren AKİB Koordinatör Başkanı ve TİM Lojistik Konseyi Başkanı Bülent Aymen, ilk 1000 firma içerisinde en çok katılım veren iller sıralamasında ilk on içinde Adana'nın 21, Kayseri ve Mersin'in ise 15'er firma ile yer alıyor olmasını memnuniyetle karşıladığını belirtti. Benzer şekilde Hatay'dan 11, Kahramanmaraş'tan 7, Karaman'dan 4 ve Osmaniye'den bir firmanın ilk 1000 içerisinde katılım sağladığını dile getiren Aymen, toplam 74 firmanın ulaştığı ihracat rakamının ise 4,6 milyar dolar olduğunu altını çizdi. "Detaylı incelendiğinde, AKİB ihracatçılarının, ilk 1000 firma içerisindeki toplam ihracatın yüzde 5'ini üstlendiğini görüyoruz. Sektörler bazında ilk 10 içerisinde birçok ihracatçımız bulunuyor. Ancak bu başarılar bizim için yeterli değildir. Daha yüksek ihracat rakamlarına ulaşmak, ilk 1000 firmanın en az yüzde 10'una katkı sağlamak hedefimiz olmalı. Bu amaçla, ihracatçılarımızın sorunlarına en hızlı çözümleri üretmek, onların yeni pazarlara açılmaları ve ihracatlarını artırmalarını kolaylaştırmak, dünyayı AKİB ihracatçılarıyla buluşturmak için çalışmalarımıza devam ediyoruz" diyen Aymen, ihracatçı firmaların da Ar-Ge, tasarım, inovasyon ve markalaşmaya önem vermeleri; dünyayı iyi izleyerek katma değerli üretime odaklanmaları gerektiğini ifade etti.

### ➤ İLK 1000 FİRMA İÇİNDE KAHRAMANMARAŞ PAYI

2014 Genel Sıralaması	Firma Ünvanı	İhracat 2014 (\$)
114	İSKUR İPLİK KUMAŞ MENS.TİC.VE SAN. A.Ş.	126.532.554,90
135	KİPAŞ PAZARLAMA VE TİCARET A.Ş.	110.889.911,65
426	MATESA TEKS. SAN. VE TİC. A.Ş.	46.370.310,90
508	ARMEN İPLİK ÖRME TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.	39.551.930,39
568	ERDEM TEKS. SAN. VE TİC. A.Ş.	36.224.543,51
678	İSFA METAL TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.	31.512.092,39
984	Araştırmaya Katılmıyor	22.520.839,46
		413.602.183,20

### ➤ İLK 1000 FİRMA İÇİNDE KARAMAN PAYI

2014 Genel Sıralaması	Firma Ünvanı	İhracat 2014 (\$)
183	ANI BİSKÜVİ GIDA SAN. VE TİC. A.Ş.	88.278.274,19
269	BİFA BİSKÜVİ VE GIDA SAN. A.Ş.	67.629.535,89
304	ŞİMŞEK BİSKÜVİ VE GIDA SAN. A.Ş.	60.456.722,25
449	Adının açıklanmasını istemiyor	43.933.195,53
		260.297.727,86

### ➤ İLK 1000 FİRMA İÇİNDE OSMANİYE PAYI

2014 Genel Sıralaması	Firma Ünvanı	İhracat 2014 (\$)
345	EMTA KABLO SAN. VE TİC. A.Ş.	55.591.067,39
		55.591.067,39

aralığın yüzde 71-80 olduğunu söyleyen Mehmet Büyükeksi, bu aralıkta 80 firmanın bulunduğunu, 55 firmanın kapasitesinin tamamına yakını kullandığını bildirdiğini, 69 firmanın ise yüzde 81-90 aralığında kapasite kullandığını aktardı. Kapasite kullanım oranını belirten firma sayısının 580 olduğunu ifade eden Büyükeksi, bu firmalardan üçte birinin 2014'te kapasitelerinin yüzde 70'ten fazlasını kullandığını belirtti.

#### İLK 500'DE AR-GE MERKEZİ OLAN FİRMA SAYISI 107

İlk 500 firma arasında Ar-Ge merkezi olan firma sayısının 107, ikinci 500'de ise bu sayının 76 olduğunu söyleyen Mehmet Büyükeksi, ilk 500 firmanın toplam cirosunun

1,51'ini Ar-Ge'ye ayırdığını belirtti. İkinci 500 firmanın toplam cirosunun 1,44'ünü Ar-Ge'ye ayırdığını ifade eden Büyükeksi, "Bu rakamlar Türkiye ortalamasının oldukça üzerinde. İlk 1000'de Ar-Ge merkezi bulunan 183 firmanın ortalama 76 Ar-Ge personeli mevcut. Henüz Ar-Ge merkezi bulunmayan firmalardan 78'i ortalama 14 Ar-Ge personeli istihdam ediyor. Bu veriler, yakın gelecekte yeni Ar-Ge mevzuatıyla Ar-Ge merkezleri sayısının hızla artacağını gösteriyor" dedi.

#### İKİNCİ 500'ÜN YAPTIĞI YATIRIMLARI OLDUKÇA MÜSPET BULUYORUZ

Türk markalarının küresel pazarlardaki bilinirliğinin arttığını dile getiren da dile

getiren Mehmet Büyükeksi, bunun en büyük göstergesinin tanıtım harcamaları olduğunu vurguladı. İlk 500 firma cirolarının yüzde 1,9'unu uluslararası tanıtım ve pazarlama harcamalarına ayırdığını ifade eden Büyükeksi, ikinci 500 firmada bu harcamaların yüzde 3,4'e yükseldiğini dikkat çekti. "İkinci 500 firmanın ulusal tanıtım ve pazarlamaya ayırdığı ciro ilk 500'e göre daha yüksek görülüyor. İkinci 500 cirosunun yüzde 4'ü bu alana ayrılıyor. İkinci 500'ün her kulvarda yaptığı atılımları ve yatırımları oldukça müspet buluyoruz" diyerek devam eden Büyükeksi, bu atılımların devamının ihracatta yeni markalar yaratmamıza ve yeni şampiyonlar çıkarmamıza sağlayacağına olan inancını dile getirdi.

Gerçekten de ilk 500 ihracatçı firmanın bünyesinde yer alan tescilli marka sayısı 8 bin 919, ikinci 500'de ise 6 bin 752 olarak dikkat çekiyor. Bu çerçevede, ilk 500 ihracatçı firmanın tescillediği uluslararası marka sayısının 4 bin 452 olduğunu ifade eden Büyükeksi, ikinci 500 ihracatçı firmanın ise 2 bin 118 uluslararası marka tescili yaptığını açıkladı.

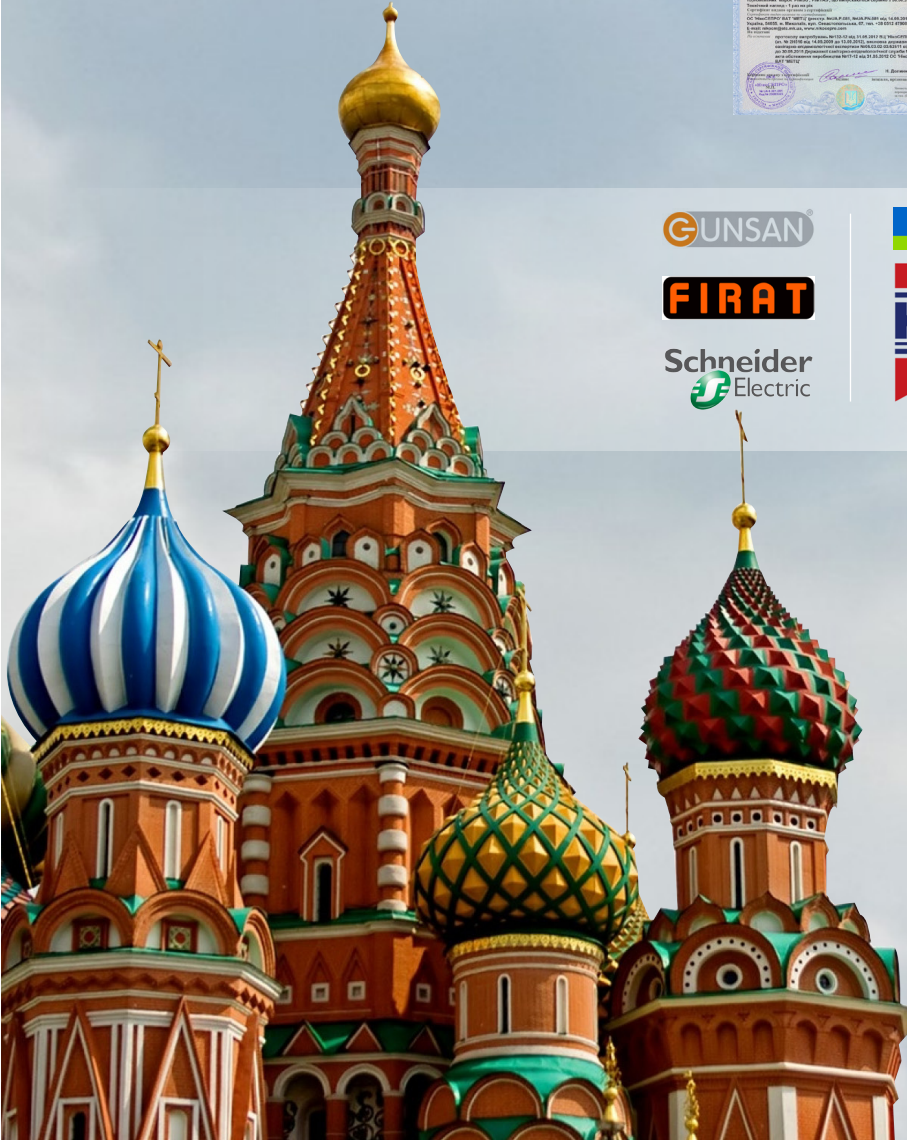
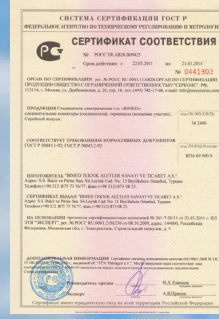
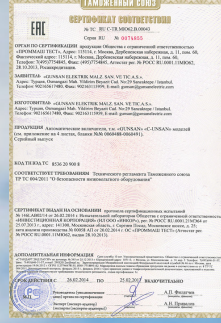
#### KİLO BAŞINA İHRACAT DEĞERLERİNDE ARTIŞ

İlk 1000 firmanın, kilo başına ihracat değerlerinde son üç yılda dolar bazında katma değer artışı da ifade eden Büyükeksi, "2012'de İlk 1000 firmanın ihracat kilo değeri 1,46 dolarken, bu rakam 2013'te 1,54 dolar/kilo, 2014'te ise 1,61 dolar/kilo olarak gerçekleşti. İlk 1000 firmada, ilk 500'ün ihracat birim değeri 1,59, ikinci 500'ün ihracat birim değeri ise 1,76 dolar/kilo oldu" dedi.

#### YURT DIŞI FUARLAR REVAÇTA

Uluslararası tanıtım olanakları bakımından yurt dışı fuarların önemli mecralar olarak öne çıktığını dile getiren Büyükeksi, 2014 yılında ilk 500 şirketin 999, ikinci 500 şirketin ise 748 yurt dışı fuara katıldığını altını çizdi. Ankete göre, yurt dışı fuarlar kadar yurt içi fuarlara da katılım devam ederken, ilk 500 içerisindeki firmaların 647, ikinci 500'deki firmaların ise 366 yurt içi fuara katılım gösterdiği izleniyor. Büyükeksi'nin sözleriyle, "Bu da bize, ikinci 500'de yer alan firmaların tanıtım konusunda ilk 500 kadar aktif olduğunu gösteriyor."

**GÜMRÜK BİRLİĞİ  
RUSYA, BELARUS  
KAZAKİSTAN VE  
UKRAYNA UKR-SEPRO  
SERTİFİKA TEMİNİ ALANINDA  
PROFESYONEL DESTEK**



Merkez Mah 29 Ekim Cad İstanbul Vizyon Park  
Ofis 4 Plaza No:9 Kat.5 Ofis No.47  
Yenibosna/İSTANBUL  
Web: [www.sercons.com.tr](http://www.sercons.com.tr)  
E-mail : [info@sercons.com.tr](mailto:info@sercons.com.tr)  
Tel. : 0212 481 42 21 Fax. : 0212 481 42 22



# İHRACATÇI YATIRIMA DEVAM EDİYOR

**TİM, 2015 Birinci Çeyrek Gerçekleşme ve İkinci Çeyrek Beklenti Anketi sonuçlarını açıkladı. Ankete göre firmaların ilk çeyrekte 50 bin yeni istihdam yarattığı görülürken, ihracatçıların yatırım yapma ve istihdama katkı vermeye devam edecekleri vurgulandı.**

TİM tarafından geleneksel hale getirilen ve yılın çeyreklerine göre gerçekleşme ve beklentileri değerlendiren “Eğilim Anketi” çalışmasının 2015 birinci çeyrek gerçekleşme ve 2015 ikinci çeyrek beklenti sonuçları açıklandı. Anket sonuçlarına göre ihracatçıların ilk üç büyük sorunu, döviz kurları, enerji maliyetleri ve ham madde/ara mal fiyatları olarak öne çıkarken, ihracatçı firmaların 2015 birinci çeyreğinde yaklaşık 50 bin yeni

istihdam yaratmış olması dikkat çekiyor. Anket sonuçlarını bir basın toplantısı ile kamuoyuna açıklayan TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, ihracatçıların tüm dünyada yaşanan daralma ve kârlılığının düşmesini göze alarak pazar payı kazanmaya odaklandığını söylerken, “İhracatçılarımız bunun için yatırım yapmaya ve istihdama katkı vermeye devam ediyor” dedi. İkinci çeyrekte birim ihraç fiyat beklentilerinin yükselmesini de olumlu olarak değerlen-

diren Büyükekşi, “Birim ihraç fiyat beklentilerinin artması, ihracat için çok iyi bir gelişmedir. Çünkü ihracatımızı kilo bazında artırıyoruz. Buna ek olarak, birim fiyat beklentilerinin artması, önümüzdeki dönemde ihracatımıza pozitif yansıtacak” diye konuştu.

Büyükekşi, ilk çeyrekte girdi maliyetlerinin arttığını belirten ihracatçıların oranının yüzde 66,5 olduğunu, enerji birim girdi maliyetlerinin arttığını belirten firmala-

rın oranının ise yüzde 48'den yüzde 55'e yükseldiğini ifade ettiği sunumunda, firmaların ham madde teminindeki döviz dağılımında en yüksek payı avronun aldığını belirtti ve "Avro, ihracatta yüzde 49, ithalatta ise yüzde 42'lik bir paya sahip. Avro kazanıp dolar harcayan bir yapıda, paritedeki düşüşlerin bizi etkilemesinin sebebi de budur. Sadece AB28 pazarında parite, ihracatımıza dört ayda 4,5 milyar dolar negatif etki yaptı. Nasıl avro yükseldiğinde, geçtiğimiz yıl aynı günlerde olduğu gibi pozitif etkisinden bahsediyorsak, avro düştüğünde de negatif etkisini ortaya koyuyoruz" şeklinde konuştu.

## ÜRETİMİ ARTAN FİRMA ORANI YÜZDE 29,3

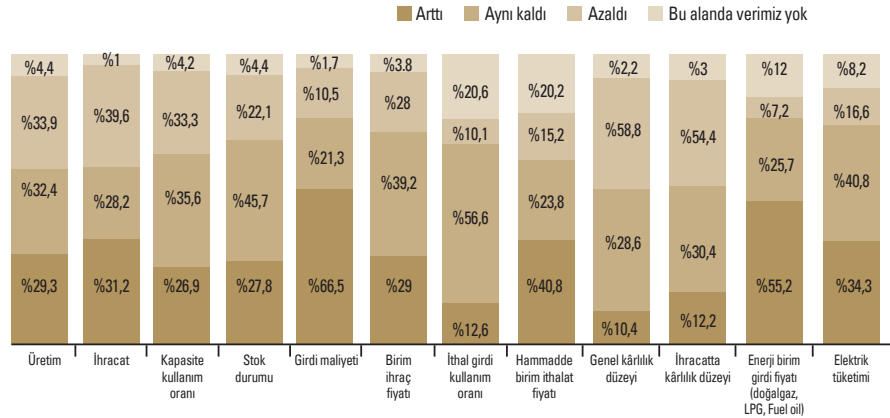
Anket sonuçlarına göre üretiminin arttığını belirten ihracatçı firma oranı yüzde 29,3 olarak öne çıkarken, üretiminin aynı kaldığını aktaran firma oranı ise yüzde 32,4 olarak gerçekleşmiş. Benzer şekilde ihracatının arttığını belirten firma oranı yüzde 31,2 olurken, ihracatının aynı kaldığını aktaran firma oranı da yüzde 28,2 olarak dikkat çekiyor.

Girdi maliyetlerinin arttığını belirten firma oranını yüzde 66,5 olarak belirleyen Eğitim Anketi'nde enerji birim girdi fiyatının arttığını aktaran firma oranı da yüzde 55,2 seviyelerinde. Yine, 2015 yılı ikinci çeyrek beklentilerine göre üretiminin artacağını belirten ihracatçı firma oranı yüzde 34,9 olurken, üretiminin aynı kalacağını aktaran firma oranı yüzde 37,9; ihracatının artacağını belirten firma oranı yüzde 37,6; ihracatının aynı kalacağını aktaran firma oranı da yüzde 37,4 olarak öne çıkıyor. Ayrıca girdi maliyetlerinin artacağını belirten firma oranı yüzde 46,9; enerji birim girdi fiyatının artacağını aktaran firma oranı da yüzde 38,1 seviyelerinde bulunuyor.

## YÜZDE 19,2 İLE RUSYA YATIRIMDA İLK SIRADA

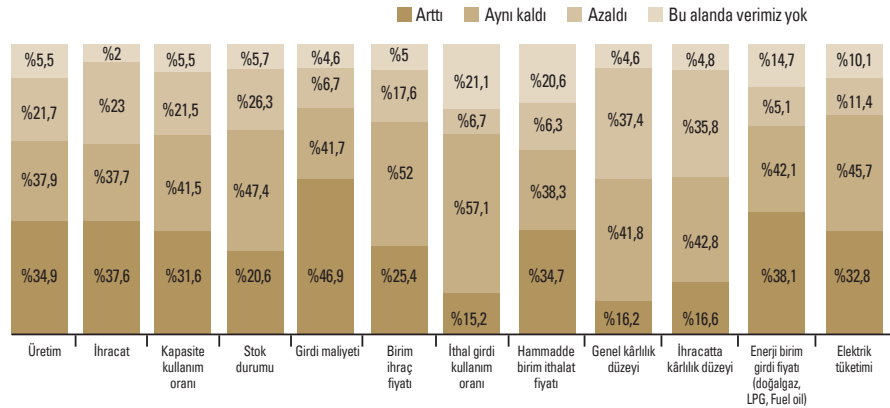
"Geçtiğimiz üç aylık dönemde ihracatta yeni pazarlara girebildiniz mi" sorusuna "evet" yanıtını veren firma oranı anket genelinde yüzde 39,4 olurken, ilk 500'deki firmalar arasında bu oran yüzde 41,9, ikinci 500'de yer alan firmalar arasında ise yüzde 38,8 seviyelerinde gerçekleşmiş. Gelecek üç aylık dönemde ilk girilmek istenen pazar konusunda ise Rusya yüzde 19,2 oranında ilk sırada yer alıyor.

## \* Yılın ilk çeyreğindeki "GERÇEKLEŞMELER"



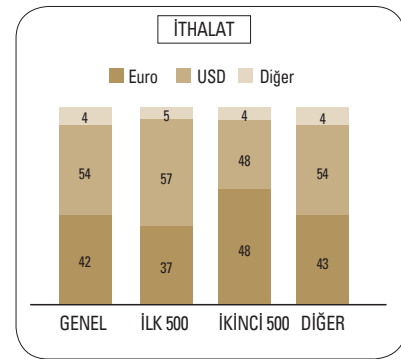
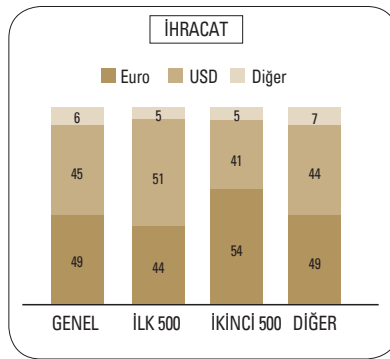
Geçen yılın aynı dönemine göre Ocak-Mart 2015 döneminin değerlendirildiği araştırma kapsamında üretiminin arttığını belirten ihracatçı firma oranı yüzde 29,3 oldu. Üretiminin aynı kaldığını aktaran firma oranı yüzde 32,4 olurken, ihracatının arttığını belirten firma oranı da yüzde 31,2 olarak gerçekleşti.

## \* Yılın ikinci çeyreğindeki "BEKLENTİLER"



Geçen yılın aynı dönemine göre Ocak-Mart 2015 döneminin değerlendirildiği araştırma kapsamında üretiminin artacağını belirten ihracatçı firma oranı yüzde 34,9 oldu. Üretiminin aynı kalacağını aktaran firma oranı yüzde 37,9 olurken, ihracatının artacağını belirten firma oranı yüzde 37,6 olarak gerçekleşti.

## \* Ham madde temininde Avro & Dolar dağılımı



"İhracat ve ithalat kırılımını avro, dolar ve diğer olmak üzere 100'e tamamlayacak şekilde dağıtır mısınız?" sorusuna ihracatçıların yüzde 49'u "Avro", yüzde 45'i "Dolar", yüzde 6'sı da "diğer" yanıtını verdi.

## EĞİLİM ANKETİ

Rusya'yı yüzde 15,4 ile ABD, yüzde 9,8 ile Çin, yüzde 8,6 ile Almanya, yüzde 8,4 ile Brezilya takip ediyor.

Benzer şekilde, "Geçtiğimiz üç aylık dönemde ihracatta; mevcut pazarlarda yeni müşterilerden sipariş alabildiniz mi" sorusuna "evet" yanıtı veren firma oranı anket genelinde yüzde 56 olurken, ilk 500'deki firmalar arasında bu oran yüzde 63,5, ikinci 500'deki firmalar arasında ise yüzde 59,2 seviyelerinde ilerliyor.

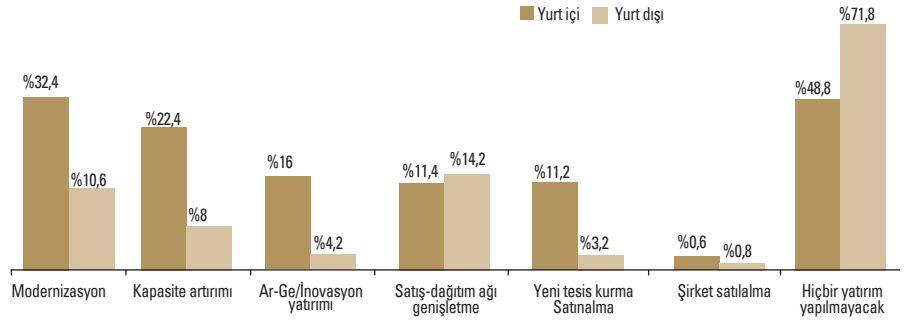
Geçen üç aylık dönemde müşteri kaybettiği pazarların olduğunu aktaran firma oranı anket genelinde yüzde 38,2 iken, ilk 500'deki firmalar arasında yüzde 33,8, ikinci 500'deki firmalar arasında ise yüzde 44,7 olarak belirleniyor.

Geçen çeyrekte cironun pazarlara göre dağılımına bakıldığında ihracat oranının en yüksek olduğu sektör ise yüzde 76,2 ile tekstil olarak dikkat çekiyor. Tekstili yüzde 70,5 ile bitkisel ürünler, yüzde 61,7 ile otomotiv izliyor.

### REKABETÇİ FİYAT SUNAMIYORUZ

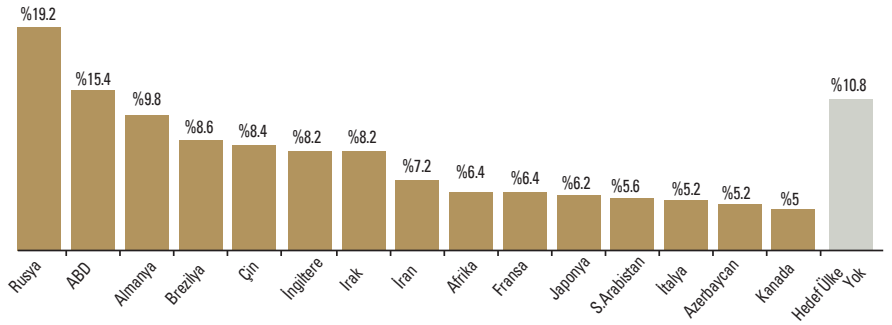
"Geçtiğimiz üç aylık dönemde, ihracat pazarlamasında hangi sorunlarla karşılaştınız" sorusunda, en fazla karşılaşılan sorun yüzde 53,6 ile hedef ülkedeki ekonomik koşullar olarak görülüyor. Daha sonra ise yüzde 51,8 ile rekabetçi fiyat sunamama, yüzde 35,4

### \* 2015 İkinci çeyreğinde gerçekleştirilmesi planlanan yatırımlar



Gelecek çeyrekte yüzde 32,4 oranıyla yurt içinde en fazla modernizasyon yatırımının yapılacağı görülüyor. Daha sonra yüzde 22,4 ile kapasite artırımı ve yüzde 16 ile Ar-Ge/İnovasyon öne çıkıyor.

### \* 2015 İkinci çeyreğinde ilk kez girilmesi planlanan ülkeler



Gelecek üç aylık dönemde ilk girilmek istenen pazar konusunda Rusya yüzde 19,2 oranında ilk sırada yer alıyor. Rusya'yı, yüzde 15,4 ile Amerika Birleşik Devletleri, yüzde 9,8 ile Çin, yüzde 8,6 ile Almanya, yüzde 8,4 ile Brezilya takip ediyor.

**ANKET SONUÇLARINA GÖRE ÜRETİMİNİN ARTIĞINI BELİRTEN FİRMA ORANI YÜZDE 29,3 OLARAK ÖNE ÇIKARKEN, İHRACATIN ARTIĞINI BELİRTEN FİRMA ORANI YÜZDE 31,2 OLDU.**

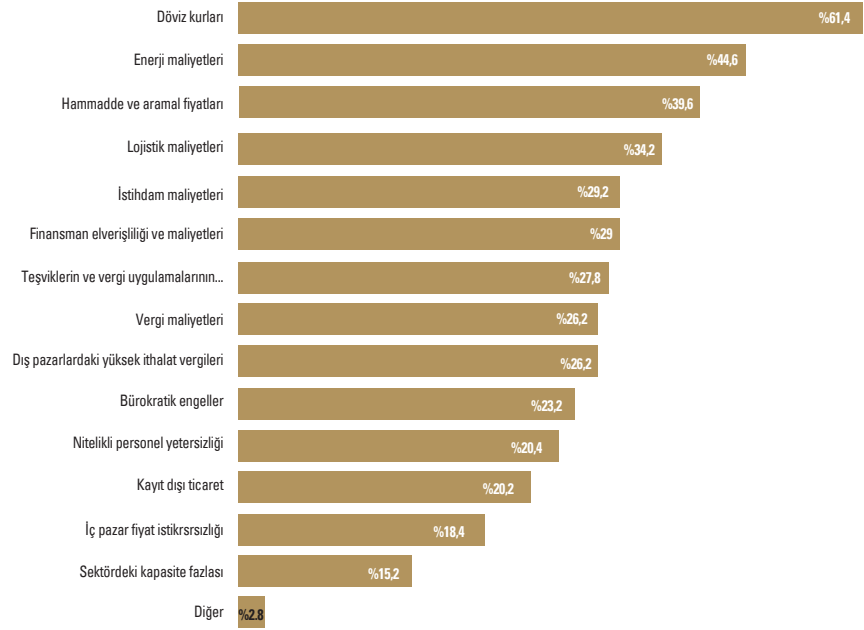


ile hedef ülkedeki siyasi ve bürokratik engeller ve yüzde 24,6 ile finansman geliyor. İhracatçıların öncelikli sorunları incelendiğinde, ihracatçıların yüzde 61,4'ü döviz kurlarını en önemli sorun olarak işaret ederken, ihracatçıların yüzde 44,6'sı enerji maliyetlerini, yüzde 39,6'sı ham madde ve ara mal fiyatlarını, yüzde 34,2'si istihdam maliyetlerini ve yüzde 29,2'si teşvikler ve vergi uygulamalarının yetersizliğini sorun olarak dile getiriyor. Geçen çeyrekte firmaların üretimde kullandığı ham maddelerin yüzde 66,2'sinin yurt içinden temin edildiğini ortaya koyan ankete göre bu oran ilk 500'deki firmalar arasında yüzde 59,5, ikinci 500'deki firmalar arasında ise yüzde 65,1 olarak gerçekleşmiş. Kullandığı ham madde bakımından yurt içine bağımlı sektörler ise şöyle sıralanıyor: Yüzde 89,4 ile toprak ürünleri ve madencilik, yüzde 88,6 ile bitkisel ürünler, yüzde 73,9 ile su ürünleri ve hayvansal mamuller, yüzde 70 ile tekstil. Ham madde açısından yurt dışına bağımlı sektörlerde ise yüzde 56,8 ile kimyevi maddeler ve mamulleri ilk sıradayken, yüzde 46,1 ile demir çelik ve demir dışı metaller ikinci, yüzde 45,3 ile otomotiv sanayisi üçüncü sırada yer alıyor.

## İDEAL DOLAR/LİRA KUR SEVİYESİ 2,55

Ankete göre, 2015 yılının ikinci çeyreği

### \* İhracat sektörünün öncelikli sorunları



İhracatçıların öncelikli sorunları incelendiğinde ihracatçıların yüzde 61,4'ü döviz kurlarını en önemli sorun olarak görüyor. Döviz kurlarını, yüzde 44,6 ile enerji maliyetleri, yüzde 39,6 ile ham madde ve ara mal fiyatları, yüzde 34,2 ile istihdam maliyetleri ve yüzde 29,2 ile teşviklerin ve vergi uygulamalarının yetersizliği takip ediyor.

için 2,66 olacak dolar/lira paritesi, 2015 yılı sonu için 2,76 olarak öngörülüyor. 2015 yılının Nisan-Haziran dönemi için 2,85 olarak beklenen avro/lira paritesi ise 2015 yılı sonu için 2,91 olarak tahmin edi-

liyor. Anket, yılsonu enflasyon beklentisini yüzde 7,25 olarak ortaya koyarken, ihracatçıların için yılsonu rekabetçi ideal dolar/lira kur seviyesi 2,55, avro/lira kur seviyesi de 2,93 olarak dikkat çekiyor.

# GENEL KURUL MARATONU SONA ERDİ

Türkiye genelindeki tüm ihracatçı birliklerinde olduğu gibi AKİB bünyesinde de Nisan ayı boyunca gerçekleşen olağan mali genel kurul toplantıları sona erdi. 5910 sayılı Türkiye İhracatçılar Meclisi ve İhracatçı Birlikleri Kanunu'na göre ihracatçı birlikleri yönetim kurulları görev süreleri dört yıl olduğu için, Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği bünyesindeki sekiz ihracatçı birliğinin yönetim kurulları seçimleri, 2018 yılındaki genel kurullarda yapılacak.



**%17** AKİB üyelerinin  
ihracat artış oranı

**1,3** AKİB üyelerinin  
ihracat rakamı  
MİLYAR DOLAR

**6,7** Sektörün toplam  
ihracat rakamı  
MİLYAR DOLAR

## 2015 için umutlu

Akdeniz Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği'nin 2014 yılı Olağan Genel Kurul Toplantısı'nda bir konuşma yapan Yönetim Kurulu Başkanı Mahmut Arslan, Irak ve Suriye gibi Türkiye'nin komşu ülkelerinde yaşanan karışıklıklara rağmen BM, Kızılay ve Kızılhaç gibi yardım kuruluşlarının özellikle lojistik konumu nedeniyle Türkiye'yi ve AKİB ihracatçılarını tercih etmesi nedeniyle, yıllık artış ile kapadıklarını dile getirdi.

Bununla birlikte ihracatçıların sıkıntıları ve talepleriyle ilgili her türlü platformda çalışmaya devam ettiklerinin altını çizen Arslan, bu yıla ilişkin beklentilerinin de olumlu olduğunu kaydetti.



Akdeniz Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı  
MAH MUT ARSLAN



Akdeniz Demir ve Demir Dışı Mamuller  
İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı  
ADNAN ERSOY ULUBAŞ

**%20** AKİB üyelerinin  
ihracat artış  
oranı

**476** AKİB üyelerinin  
ihracat rakamı  
MİLYON DOLAR



## Katma değeri yüksek ürünlere yönelmeliyiz

Akdeniz Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği'nin 2014 yılı Olağan Genel Kurul Toplantısı'nda bir konuşma yapan Yönetim Kurulu Başkanı Adnan Ersoy Ulubaş, tüm olumsuzluklara rağmen ihracatta kayıp yaşanan pazarları yeni ihracat pazarları ile ikame ettiklerinin altını çizirken, geçmişten gelen olumsuz deneyimlerin de katkısıyla krizlere karşı daha dirençli

olduklarını, çok hızlı reaksiyon gösterebildiklerini vurguladı. Türkiye toplam ihracatına AKİB sorumluluk sahasında bulunan illerin önemli katkıları olduğunu da ifade eden Ulubaş, bu yıl da kontrollü bir büyümeyle ihracatı artırmayı hedeflediklerini dile getirdi ve 2023 yılı hedeflerine ulaşabilmek için yüksek katma değerli ürünler üretip ihracatının önemine işaret etti.



## Sorunlar çözülecek

Akdeniz Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği'nin 2014 yılı Olağan Genel Kurul Toplantısı'nda bir konuşma yapan Yönetim Kurulu Başkanı Ali Uğur Ateş, geçtiğimiz yıl yaşanan olumsuzluklara rağmen ihracata dayalı büyüme modeline geçiş yapan Türkiye'nin büyümesine devam ettiğine vurgu yaparak, kimyevi maddeler ve mamulleri sektörünün de yüzde 2,36 oranında artışla bu büyümeyle destek sağladığının altını çizdi.

Bununla birlikte AKİB sorumluluk sahası içerisindeki ihracatın, yakın coğrafyamızdaki olumsuzlukların en yakın muhatabı olması nedeniyle yüzde 5'lik bir kayıp yaşadığını anımsatan Ateş, AKMİB olarak, ihracatın her aşamasında yaşanan sorunlara çözüm üretmek adına tüm platformlarda seslerini duyurmak ve çözümler elde etmek için çalışmaya devam edeceklerini dile getirdi.



Akdeniz Kimyevi Maddeler ve Mamulleri  
İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı  
ALİ UĞUR ATEŞ

**%5** AKİB üyelerinin  
ihracat kayıp oranı

**5,1** AKİB üyelerinin  
ihracat rakamı  
MİLYAR DOLAR



# GÜMRÜK BİRLİĞİ'NDE SORUNLAR ÇÖZÜLÜYOR

**Türkiye ve AB arasındaki ticareti düzenleyen Gümrük Birliği, nihayet revize ediliyor. İhracatçıların uzun süredir dile getirdiği kapsamlı revizyonlar, beş başlık altında şekillendi ve iki taraf arasında bir Mutabakat Zaptı imzalandı.**

**Y**irminci yılına yaklaşan Gümrük Birliği, kuşkusuz Türkiye'nin sanayileşmesi ve küresel ekonomiye uyum sağlamasında çok önemli bir görev üstlendi; hatta kimi analiste göre Türk üreticilere ihracatı öğreten de Gümrük Birliği oldu.

Ancak değişen ekonomik şartlar ve milenyum ekonomisi karşısında Gümrük Birliği'nin Türk ihracatçısına sağladığı avantajlar bir bir dezavantaja dönüşmeye başladı ve Gümrük Birliği, destekten çok köstek olan bir görünüme bürünmeye

başladı. Vize sorunu, kotalar ve yeni nesil serbest ticaret anlaşmalarıyla zarar görmeye başladığımız Gümrük Birliği'nin revize edilmesi gerekliliği, bu çerçevede çok uzun süredir ihracatçılar tarafından dile getiriliyor; ekonomi yönetimi de bu yönde



Avrupalı meslektaşlarıyla uzun görüşmeler gerçekleştiriyordu.

Özellikle AB'nin ABD ile halen sürdürdüğü Transatlantik Ticaret Yatırım Ortaklığı'nın arka planı netleşmeye başladıkça, Gümrük Birliği'nin Türkiye'nin lehine revize edilmesi aciliyeti, daha da önem kazandı. Türkiye'nin taleplerine uzun süre direnen AB, Dünya Bankası'na hazırlattığı bir raporun da TTYO ve Gümrük Birliği'nin Türkiye'ye olumsuz etkilerini ortaya koymasıyla, tutumunu yumuşatmaya başladı ve nihayet Mayıs ayı ortasında, taraflar, kapsamlı bir revizyon için anlaşmayı başardı.

### 150 MİLYAR DOLARLIK EK HACİM YARATILACAK

Türkiye ve AB arasında Gümrük Birliği'nin revizyonuna ilişkin Mutabakat Zaptı'nın imzalanmasında elbette en büyük rol, Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci'ye ait. Görüşmeleri

bizzat sürdüren, etki analizinin hazırlanması, adımların hızlı atılması ve AB nezdinde sürdürülen lobi faaliyetlerinde de büyük emekleri bulunan Zeybekci, beş ana temel ekseninde şekillenen Mutabakat Zaptı için, "Çok cesur bir adım atıyoruz. Gümrük Birliği'nin eksiklerini giderirsek, buradaki güç tam üyeliğe kaldıraç etkisi yapacaktır" değerlenmesinde bulunuyor.

Diğer yandan, 2023'e kadar 500 milyar dolar ihracat, 150 milyar dolar hizmet geliri ve 100 milyar dolar müteahhitlik geliri hedefi olan Türkiye'nin birinci ticaret ortağının AB olduğunu hatırlatan Zeybekci, AB'nin en büyük beşinci ticaret ortağının da Türkiye olduğunun altını çizerek, "Teknik komisyonların çalışmalarını tamamlaması için bir yıla daha ihtiyacımız var. 1995'te imzalanan Gümrük Birliği, önemli kazanımları olmakla birlikte artık egemen bir devletin kabul etmesi mümkün olmayan kısıtlamalar içeriyordu. Bu kısıtlamaların aşılması için çalışmaya devam edeceğiz" diyor.

Özellikle tarım ürünleri, hizmetler ve kamu alımlarında hiçbir kısıtlamanın kalmaması gerekliliğine vurgu yapan Zeybekci, "AB ile Türkiye arasındaki müzakerelerin hedefi tam üyelikse, bütün bu kısıtlayıcı hükümlerin kalkması lazım. Yeni durum, her iki tarafın da kazancına olacak. 155-160 milyar dolarlık ek iş hacmi oluşacağına inanıyoruz" derken, sağlık, sosyal güvenlik ve yerel yönetim hizmetlerinde Türk özel sektörünün avantajlı görüldüğünü belirtiyor.

### SÜREÇ 2016'DA BAŞLAYACAK VE TAMAMLANACAK

2016 yılından itibaren görüşmeye başlayacak uzmanlar heyetini bekleyen başlıklar ise Türkiye'nin Gümrük Birliği'nde karar alma mekanizmalarında yer alması; AB'nin üçüncü ülkelerle imzaladığı serbest ticaret anlaşmalarına (STA) Türkiye'nin otomatik olarak taraf olması; Türkiye'nin Gümrük Birliği kapsamındaki ihraç ürünlerinin AB'de serbest dolaşımı; Gümrük Birliği kapsamında olmayan hizmetler sektörünün, kamu alımlarının ve tarımın, bu kapsama alınması etrafında şekillenecek.

### BU REVİZYON, 2023 HEDEFLERİ İÇİN ÇOK ÖNEMLİ

Türkiye ve AB arasında Brüksel'de imzalanan Mutabakat Zaptına yönelik bir açıklama yapan TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi ise "Gündemimizdeki en kritik konulardan biri

## BEKLENTİLER VE ATILACAK ADIMLAR

- ✓ AB'nin danışma ve karar alma mekanizmalarına etkin katılımın sağlanması,
- ✓ Serbest Ticaret Anlaşmalarına (STA) uyum kapsamında yaşanan sorunlara kalıcı bir çözüm bulunması,
- ✓ Kara yollarında kotaların kaldırılması.
- ✓ Sistematik problemlere çözüm bulurken, ticari ilişkilerin tarım, kamu alımları ve hizmetler alanında derinleştirilmesi,
- ✓ Türkiye'nin Transatlantik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı (TTIP) Anlaşması'na dâhil olmasının sağlanması.

Gümrük Birliği'nin güncellenmesi. Atılan bu kararlı adımlardan büyük memnuniyet duyuyoruz" derken, bu güncelleme ile tarım, hizmetler ve kamu alımları sektörlerinin anlaşmaya dâhil edilmesinin ihracatta önemli kazanımlara neden olacağını ifade etti. "Gümrük Birliği'nin güncellenmesi kapsamında atılacak adımlarla birlikte, AB ile 150 milyar dolarlık ticaret hacmini 300 milyara çıkaracağımıza yürekten inanıyoruz. Dolayısıyla Gümrük Birliği'nin 'upgrade' edilmesinin, 2023 hedeflerimiz için son derece önemli olduğunu düşünüyoruz" diyerek devam eden Büyükekşi, bu revizyon ile tüm dünya ekonomisini etkileyecek TTYO'ya taraf olmamız yolunda da önemli bir adım atılmış olacağını altını çizdi: "Diğer taraftan AB ve ABD'nin TTIP müzakerelerine başlamasıyla birlikte biz de TİM olarak, olası bir Türkiye-ABD Serbest Ticaret Anlaşmasının, Türkiye ekonomisi ve sektörler üzerindeki ekonomik etkilerini analiz etmek için Ekonomi Bakanlığı desteğinde, ayrıntılı bir etki analizi çalışması yaptık. 2013 sonunda tamamlanan projemizle olası bir Türkiye-ABD STA'sının ekonomik büyüme ve doğrudan yabancı yatırım girişini artırma açısından Türkiye için olumlu olmasının beklendiği sonucuna ulaştık. Bu anlamda bilhassa Avrupa Birliği'nin dâhil olduğu tüm STA'lara eşit koşullarda Türkiye'nin otomatik dâhil olması, hem ülkemiz hem de AB için de uygun seçenektir."



**AMERİKA  
TÜRK İHRACATÇILARINI  
İSTİYOR**

**Türkiye'nin 2015 yılı ihracatında gözlenen pariteden kaynaklı düşüş, ihracatçıların yüzünü ABD'ye çevirmesine neden oldu. İlk dört ayda yüzde 8'e ulaşan kayıp yaşayan Türkiye ihracatı, önemli ticari partnerimiz Rusya'da yaklaşık yüzde 35 pazar kaybederken, ABD'ye olan ihracatta ise yüzde 13'lük artış sağladı. Doların yüksek seyrinin de etkili olduğu bu artışla birlikte, ABD, Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı ülkeler arasında 7'ncilikten 5'inciliğe yükseldi.**

**T**ürkiye'nin ihracata dayalı büyüme stratejisi, yeni yılla birlikte tüm dünyada etkisini gösteren olumsuzluklara rağmen rayında ilerliyor. 2015 yılının Ocak-Nisan döneminde yaşanan yüzde 8'lik düşüşe çözüm üretmeye çalışan Türkiye, yeni pazar arayışlarına da ara vermeden devam ediyor. 2015 yılı Nisan ayı verilerine göre, Türkiye ihracatında yaşanan ülke bazındaki düşüşlere rağmen ABD pazarına geçekleştirilen ihracatta yüzde 13'e yaklaşan bir artış sağlamış durumda.

Küresel ekonominin belirleyicisi konumunda bulunan ABD, doların yüksek seyri ve ekonomisindeki güçlü toparlanma sinyalleri ışığında, bu yıl küresel ekonomide daha belirleyici bir rol üstleniyor. ABD'deki istihdam artışları güçlü seyrini sürdürürken Amerikan borsa endeksleri de yükseliş seyrine devam ediyor. Türkiye ekonomisi ise yeni kıtanın yeni atağına karşı hazırlıklarını yapmış durumda: Yakın coğrafyasında yaşanan olumsuzlukların kötü etkisini, ABD pazarına yönelik ihracatını artırarak karşılamayı hedefliyor.

## TİCARET HACMİ İLE TÜM DÜNYANIN EN ÖNEMLİ DIŞ TİCARET ORTAĞI

Yüzölçümü bakımından dünyanın üçüncü büyük ülkesi olan ABD, aynı zamanda dünyanın en büyük ekonomisi ve en büyük pazarı konumunda bulunuyor. 3,9 trilyon dolara ulaşan dış ticaret hacmi ile bütün ülkeler için önemli bir dış ticaret ortağı olan ABD'nin ithalat hacmi düşünüldüğünde, uluslararası pazarlar arasındaki konumu ve tedarikçi ülkeler açısından önemi daha da net anlaşılıyor. 2014 yılı verilerine göre ABD'nin nüfusu yaklaşık 319 milyon kişi. Toplam nüfusun yüzde 14'ü 65 yaşın üzerinde, yüzde 66'sı 15-64 yaş, yüzde 20'si ise 0-14 yaş aralığında bulunuyor. Son yapılan tahminlere göre ABD'de ortalama yaşam süresi kadınlar için 82, erkekler için 77 yaş civarında seyrediyor. Nüfus bürosunun tahminlerine göre ABD nüfusunun yüzde 80'i beyazlardan oluşuyor. Afro-Amerikan siyah nüfus yüzde 13, Asyalı nüfus ise yüzde 4'lük bir kesimi oluşturuyor. İspanyol ve Latin kökenli nüfusun ise yüzde 14 olduğu görülüyor. Toplam nüfusun yüzde 80'inden fazlası kentlerde yaşıyor.

## KRİZLERE RAĞMEN DÜNYANIN EN BÜYÜK EKONOMİSİ

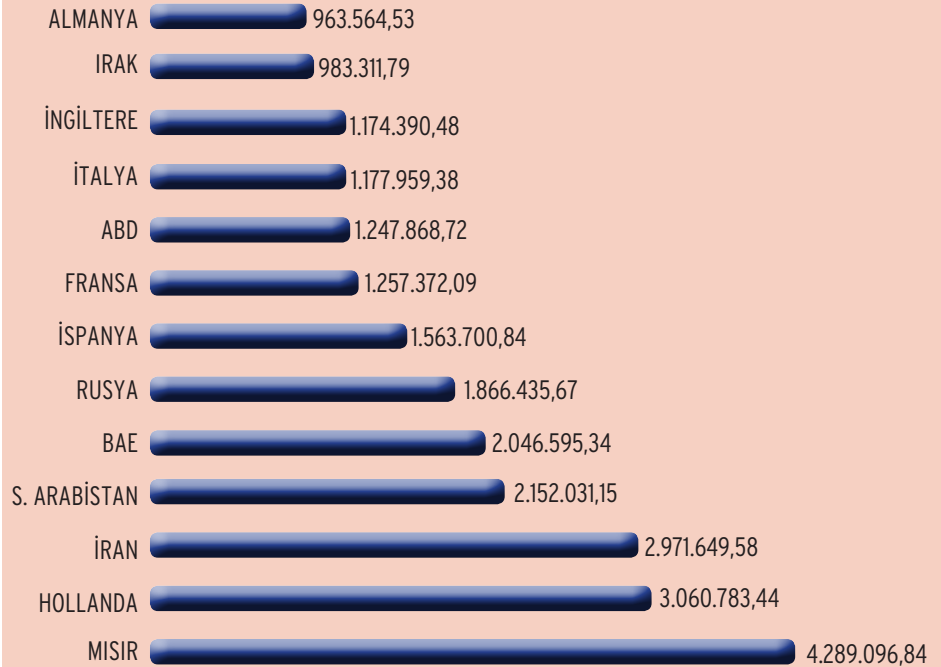
Küresel bazda son yıllarda etkili olan ekonomik krizlerin bıraktığı olumsuz etkilere rağmen ABD, dünyanın en önemli ekonomisi olmaya devam ediyor. ABD ekonomisinde, özellikle organik kimyasallar, bilgisayar, uçaklar, motorlu araçlar, transistörler ve telekomünikasyon ekipmanları, otomobil ve ilaç gibi sektörler güçlü sektörler olarak öne çıkıyor. 2014 yılı verileri ile 319 milyona ulaşan nüfusu ve 17 trilyon doları bulan GSYİH'si ile ABD, dev bir ekonomik ve ticari güç konumunda bulunuyor. ABD'nin GSYİH'sinin sektörler göre dağılımı incelendiğinde hizmet sektörünün yüzde 79 ile başı çektiği görülüyor. Hizmet sektörünü yüzde 20 ile sanayi ve yüzde 1 ile tarım sektörleri takip ediyor. 2013 yılı verilerine göre ABD'nin ithalatı 2,33 trilyon dolar iken ihracatı 1,58 trilyon dolar seviyesinde bulunuyor.

## 2014'Ü YÜZDE 2,4 BÜYÜME İLE KAPATTI, 2015'TE BEKLENTİ YÜZDE 3

Dünyanın en büyük ekonomisi ABD'de 2014 yılının ilk çeyreğinde büyük ölçüde soğuk ve olumsuz hava koşullarından kaynaklanan daralma, ikinci ve üçüncü çeyrekte yerini toparlanma ve hızlı büyümeye bırakmışken, FED'in Ekim ayında tahvil alımlarını sonlandırmasının ardından 2015 yılının hangi bölümünde ve ne ölçüde faiz artırımına gideceği özellikle Türkiye gibi cari açığı yüksek gelişmekte olan ekonomileri yakından ilgilendiriyor. Bu çerçevede, 2014 yılının ilk çeyreğinde yüzde 2,1 daralan ABD ekonomisinin, yılın ikinci çeyrek döneminde yüzde 4,6 gibi yüksek bir oranda büyüdüğü, üçüncü çeyrek dönemde ise büyümenin hızlanarak son 11 yılın en yüksek çeyrek büyüme oranı olan yüzde 5'e ulaştığı kaydediliyor. Nitekim Kasım ayında sanayi üretimi beklentilerin üzerinde artarak Mayıs 2010'dan bu yana en hızlı yüksek

## ➔ TÜRKİYE GENELİ EN FAZLA İHRACAT YAPILAN İLK 10 ÜLKE

KAYIT DEĞERİ (BİN DOLAR)



## TEKSTİLCİ ROTASINI ABD'YE ÇEVİRDİ



Geçtiğimiz yıl Türkiye genelinde, tekstil ve hammaddeleri sektör ihracatı içindeki ABD payı artmaya devam etti ve 328,3 milyon dolar ve yüzde 4'lük payla, en çok ihracat yapılan ülkeler içerisinde yedinci sırada yer aldı. ATHİB olarak biz de ABD'ye 46,7 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdik. Bu rakam, toplam ihracatımızın yüzde 5'ini oluşturması ve tüm ülkeler içerisinde ABD'yi dördüncü sıraya taşıması açısından çok önemlidir. ABD, sektörümüz ve ATHİB ihracatı için önemini korumaya devam edecek. Ancak paritesinin seyri dengelendiği ve AB'ye yapılan ihracatın tekrar artışa geçmesiyle sürecin tekrar normal seyrine dönebileceğini öngörüyoruz.

lişini kaydederken, kapasite kullanım oranı da Mart 2008'den bu yana en yüksek düzeyinde gerçekleşmişti. Sonuç olarak, ABD ekonomisi, 2014 yılı genelinde bir yıl önceye göre yüzde 2,4 büyümüş oldu. Söz konusu büyüme oranı ABD ekonomisinin henüz tam potansiyeline ulaşmasa da birçok uzman tarafından krizin geliştiği 2008 yılından bu yana en güçlü büyüme aşamasına geçtiği şeklinde yorumlanıyor.

Öte yandan Obama yönetimi ülkenin ihracatını artırmaya özel bir önem verse de, dünya genelinde birçok bölgede yükselen jeopolitik krizler ve ekonomik sorunlar, ABD'nin denizasını ticaretini ekonominin zayıf karnı olma riskiyle karşı karşıya bırakıyor.

### 2009 YILINDAN İTİBAREN YÜKSELİŞTE

2013 yılında ABD'nin genel ihracatı yaklaşık 1,58 trilyon dolar, genel ithalatı ise 2,33 trilyon dolar olarak gerçekleşti. 2009 yılında tüm dünyayı etkileyen küresel kriz, ABD'nin dış ticaretinin küçülmesine yol açtı. 2008 yılına göre 2009 yılında ABD'nin ihracatı yüzde 18,7 gerilerken, ithalatı da yüzde 26 oranında küçüldü. Küresel ekonomik krizin etkisini yitirmesiyle 2009'u takip eden yıllarda ABD'nin dış ticareti tekrar eski seviyesini yakaladı ve geçti. 2012 yılı sonu itibarıyla ise ihracattaki artış oranı küçülmeye başlarken, 2013 yılında ihracat sadece yüzde 2,1 oranında arttı. İthalatta da benzer bir durum yaşanırken, ABD'nin genel ithalatı 2013 yılını yüzde 0,2 gerilemeyle kapattı.

### İHRACATTA KANADA, İTHALATTA ÇİN LİDER

2013 yılı itibarıyla ABD'nin en çok ihracat gerçekleştirdiği ülkelerin başında Kanada geliyor. Anılan dönemde Kanada'ya 300,2 milyar dolarlık ihracat gerçekleştiren ABD'nin diğer ihracat ortakları ise sırasıyla Meksika, Çin, Japonya ve İngiltere oldu. ABD, toplam ihracatının yüzde 62'sini en çok ihracat yaptığı 10 ülkeye gerçekleştirdi. Türkiye ise bu sıralamada 26'ncı sırada yer aldı. 2013 yılında ABD'nin en çok ithalat gerçekleştirdiği ülkelerin başında ise 460 milyar dolarlık ithalat ile Çin geldi. Bu ülkeyi sırasıyla Kanada, Meksika, Japonya ve Almanya izledi. Türkiye, ABD'nin en fazla ithalat yaptığı 41'inci ülke olarak sıralamada yer aldı. 2013 yılında Türkiye'den 7 milyar dolarlık ithalat gerçekleştiren ABD'nin Türkiye'den yaptığı ithalat 2012 yılına kıyasla yüzde 6,3 oranında arttı.

### DÖRDÜNCÜ BÜYÜK İHRACAT ORTAĞI

319 milyon nüfusu ile dünyanın en büyük ülkelerinden ve ekonomilerinden biri olan ABD, coğrafi uzaklığa rağmen Türkiye'nin yoğun ticari ilişkide olduğu ülkelerden biri konumunda bulunuyor. İki ülke arasındaki genel dış ticaret hacmi 2013 yılında 18,2 milyar dolar düzeyinde gerçekleşirken 2014 yılının Ocak-Kasım döneminde ise 17,3 milyar doları geçti. 2014 yılının Ocak-Kasım dönemi itibarıyla ABD, Türkiye'nin

en fazla ihracat yaptığı 6'ncı ülke ve en fazla ithalat yaptığı 4'üncü ülke idi. 2013 yılında 151,8 milyar dolar değerinde gerçekleşen Türkiye genel ihracatında, ABD'nin 5,6 milyar dolar ile yüzde 3,7'lik bir payı bulunuyordu. 2013 yılında Türkiye'nin genel ihracatı 2012 yılına kıyasla yüzde 0,4 oranında azalırken, ABD'ye ihracat yüzde 0,6 oranında arttı. Bu durumda 2013 yılında ABD'nin Türkiye genel ihracatından aldığı pay, 2012 yılındaki oranı olan yüzde 3,7 düzeyini korumuştur. 2014 yılı genel ihracat verilerine göre ise, Türkiye'nin ABD'ye gerçekleştirdiği ihracat yüzde 15 seviyesinde artarak 6,2 milyar dolara yükseldi. 2015 yılı Şubat ayı ihracat verilerine göre ise Türkiye'nin ABD'ye gerçekleştirdiği ihracat yüzde 16,5 oranında artarak 521 milyon 581 bin dolara yükseldi ve ABD bu performansla, Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı 4'üncü ülke konumuna yükseldi.

### ABD PAZARINDA BAŞARININ ANAHTARI FUARLARA KATILIM

İthalat hacmi ile dünyanın en büyük pazarı olan ABD'ye ihracatta uygulanacak stratejinin çok iyi belirlenmesi ve pazar araştırmasının da en ince detayına kadar derinleştirilmesi ve ABD pazarına ihracatta rakiplerin fazla olduğu ve gelişmiş bir pazara girildiğinin de unutulmaması gerekiyor. Fuarlara katılım, dağıtım zincirinin diğer halkalarına ulaşmak için en önemli fırsat olarak öne çıkıyor. ABD pazarı rekabete açık olması nedeniyle ürün tasarımı ve ambalaj konusunda oldukça hassas davranılması gereken pazarların başında geliyor. ABD pazarına girerken aşılması gereken engellerin başlıcalarını ise rekabet, doymuş pazar ve yeni ve bilinmeyeneye karşı genel direnç şeklinde sıralamak mümkün.

### HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON İHRACATINDA 10'UNCU

Türkiye, 2013 yılına ilişkin olarak Dünya Ticaret Örgütü tarafından açıklanan istatistiklere göre, 490 milyar dolar tutarındaki dünya hazır giyim ve konfeksiyon ticaretinde yüzde 3,5'lik payı ile 7'nci en büyük tedarikçi konumunda bulunuyor. Uluslararası pazarlarda en önemli tekstil ve konfeksiyon tedarikçilerinden biri olan Türkiye ile ABD arasındaki tekstil ve konfeksiyon ticareti ise maalesef her iki ülkenin de potansiyelini yansıtmaktan uzak. Ancak, bu zayıf seyir 2015 yılında yerini önemli bir artışa bırakmış gözüküyor. 2015 yılı Ocak-Şubat döneminde, Türkiye'nin ABD'ye gerçekleştirdiği tekstil ve hammaddeleri ihracatı yüzde 13,4'lük bir artış ile 54,9 milyon dolara ulaştı. ABD'nin, Türkiye tekstil ve hammaddeleri ihracatındaki





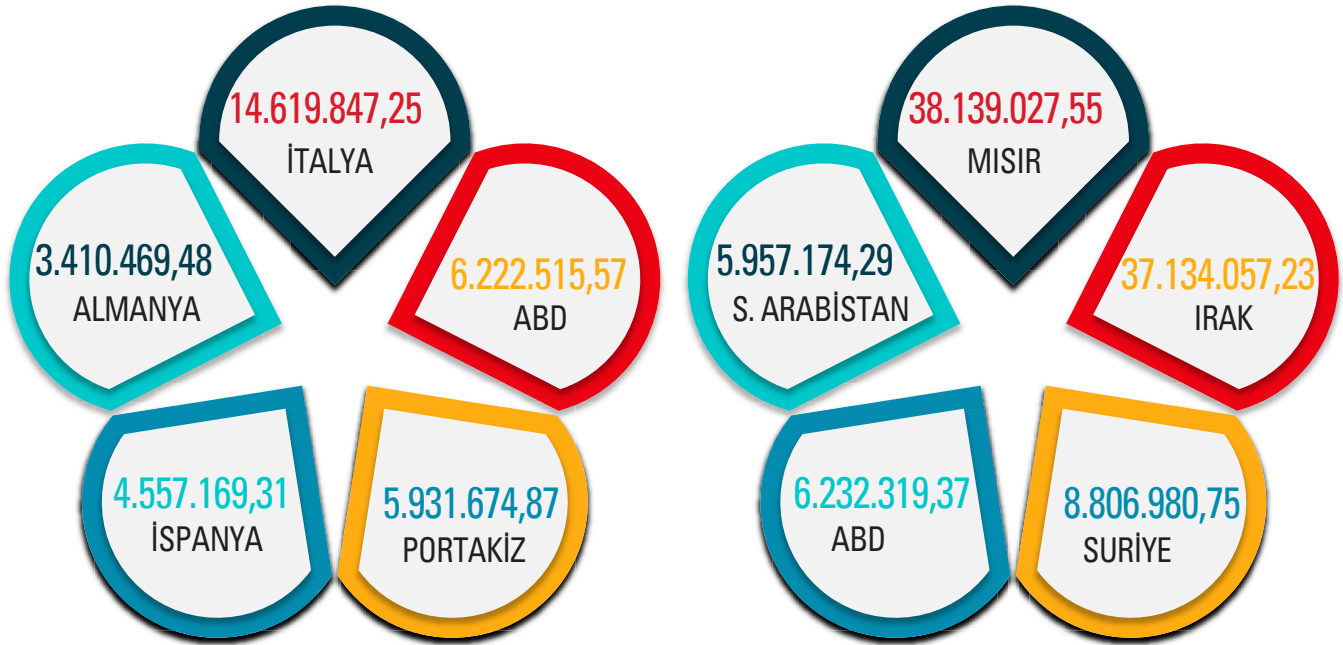
payı ise yüzde 4,4'e yükseldi. Bu çerçevede, özellikle hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün hedefindeki ABD pazarına ilişkin olarak, İHKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi de, "ABD'deki hazır giyim pazarı 100 milyar doları ithalat olmak üzere 250 milyar dolar seviyesinde. Bu rakam 2025 yılında 300 milyar dolara ulaşacak. ABD, böyle bir potansiyele sahipken Türkiye'nin bu ülkeye hazır giyim ihracatı 2014 yılında yüzde 4,2 artışla, sadece 500 milyon dolar oldu" diyor ve AB ekonomisindeki riskler ve Çin ekonomisindeki yavaşlamanın yanında, ABD ekonomisi 2014'ün 3'üncü çeyreğinde yüzde 5 gibi tarihi

büyüme yaşadığına dikkat çekerek, "Büyüyen bu pazarın sunduğu potansiyel ve fırsatlardan azami seviyede yararlanmamız gerekiyor. Şimdi ABD pazarına tekrar dönüyoruz" diyor.

#### AKİB İHRACATÇILARI DA ABD PAZARINDA İDDİALİ

Öte yandan, AKİB bünyesindeki ABD ihracatında da dikkat çekici artışlar izleniyor. Nisan ayı ihracat rakamlarına göre AKİB'in ihracat gerçekleştirdiği ilk on ülke sıralamasında 26,3 milyon dolarla 10'uncu sırada bulunan ABD, tekstil ve hammaddeleri, demir ve demir dışı

metaller, su ürünleri ve hayvansal mamuller ile yaş meyve ve sebze ihracatında önemli bir pay üstleniyor. Tekstil ve hammaddeleri ihracatında, Nisan ayında İtalya'nın ardından 6,2 milyon dolarlık ihracatla ikinci sırada yer aşlan ABD, demir ve demir dışı metaller sektöründe Mısır, Irak ve Suriye'nin ardından 6,2 milyon dolar ile dördüncü; su ürünleri ve hayvansal mamuller sektöründe Irak, Suriye, Lübnan ve Suriye'nin ardından 1,4 milyon dolarla beşinci; yaş meyve sebze sektöründe ise Irak, Rusya, Romanya, Suudi Arabistan ve Suriye'nin ardından 1,9 milyon dolarla altıncı sırada bulunuyor.



➤ AKİB - TEKSTİL VE HAMMADDELERİ SEKTÖRÜNDE NİSAN 2015 İHRACATI İLK 5 ÜLKE (DOLAR)

➤ AKİB - DEMİR VE DEMİR DIŞI METALLER SEKTÖRÜNDE NİSAN 2015 İHRACATI İLK 5 ÜLKE (DOLAR)

# VERİMLİLİĞİN ANAHTARI NEBİM V3

**NEBİM V3; PLANLAMADAN SATIN ALMAYA, ÜRETİMDEN SEVKİYATA, TÜM SATIŞ KANALLARINDAKİ UÇ NOKTALARDA GERÇEKLEŞEN SATIŞTAN SATIŞ SONRASI HİZMETLERE KADAR BİR PERAKENDECI, TOPTANCI YA DA ÜRETİCİ FİRMANIN GEREKSİNİM DUYACAĞI TÜM İŞ SÜREÇLERİNİ BAŞTAN SONA KAPSIYOR.**

**K**urumsal Kaynak Planlama (ERP) alanındaki iş uygulamalarıyla kurumların iş süreçlerini destekleyen Nebim, 1966'dan beri süregelen deneyim ve bilgi birikimiyle Türkiye'nin en köklü geçmişe sahip bağımsız yazılım firmalarından biri konumunda bulunuyor. Hazır giyim, ayakkabı, zincir mağazalar, çok katlı mağazalar ve optik yazılımlarında Türkiye'nin en fazla tercih edilen yerli yazılım şirketi olan Nebim, Türkiye geneline yayılmış Nebim Çözüm Ortaklarıyla birlikte 500 kişiyi aşan uzman bir kadro ile 10 binden fazla firma ve 60 binden fazla kullanıcıya hizmet verirken, geliştirdiği ERP, tedarik zinciri yönetimi, müşteri ilişkileri yönetimi, perakende yönetimi ve kurumsal performans yönetimi iş yazılımları ve hizmetlerinden yararlanan firmalar; işletme kaynaklarını en etkin biçimde kullanabiliyor ve iş süreçlerini verimli yönetebiliyor. Nebim Genel Koordinatörü Sedat

Taşcı, eski teknoloji yazılımların yerine yenilerinin alması ve devletin son yıllardaki e-dönüşüm stratejisinden ötürü yoğun bir yıl daha geçirdiklerini dile getirirken, ciro büyümesi olarak geçtiğimiz yıl, bir önceki yıla göre yüzde 30'un üzerinde büyüme sergilediklerinin altını çiziyor. "Son bir yılda insan kaynağı büyümesi olarak da yüzde 35'in üzerinde bir büyüme gerçekleştirdik. Deneyimli insan kaynağının sürekli artması ve var olan insan kaynağının gelişimi için Nebim Akademi portalıyla da verimliliği sürekli artırmayı hedefliyoruz" diyerek devam eden Taşcı, bu yıla ilişkin beklentilerini ise "01.01.2016 itibarıyla birçok firma için zorunlu olacak ve devreye girecek e-arşiv, yeni nesil ÖKC (Ödeme Kaydedici Cihaz) entegrasyonları gibi konulardan dolayı yoğun bir dönem yaşanacak. Bu yılın ilk çeyreğinde firmalarda e-defterlerin verilmesi için yoğun mesailer harcandı ve e-defterlerin ulaştırılması için

ilk tarih olan 30 Nisan'a kadar yüzde 100'e yakın firmanın işlemi Nebim ekiplerinin de desteği ile tamamlandı. Ayrıca bu yıl yine önemli bir çok ERP geçişi ve değişimi gerçekleştireceğiz. Bu anlamda, bu yıl da önemli yoğunluklar yaşayacağız ve buna bağlı olarak ilk beş ayı yüzde 30'un üzerinde kapatarak, yıl toplamında yüzde 25 'in üzerinde bir büyüme hedefliyoruz" sözleriyle özetliyor.

## TEKSTİL VE HAZIR GİYİMİN İHTİYACI: NEBİM V3

2011 yılında pazara sunulan "Perakendeci, Toptancı ve Üretici Firmalar için Kurumsal Kaynak Planlama (ERP) Çözümü Nebim V3" halen Nebim'in amiral gemisi konumunda bulunuyor. Taşcı, "Rekabet, büyüyen iş hacimleri ve daralan kâr marjları, işletme kaynaklarının daha verimli kullanımını ve firmaların operasyonel süreçlerini daha etkin yönetmelerini gerektiriyor. Nakit



Nebim Genel Koordinatörü  
Sedat Taşçı

akışını ve finansal riskleri yönetmek, mali muhasebeyi ve işletme muhasebesini hatasız gerçekleştirmek, satın alma siparişlerini ve sevkiyatları lojistik süreçleriyle entegre yönetmek, ürünlerin stok yatırım getirisini en yüksek düzeye getirecek şekilde yönetmek, perakende ve toptan müşterilerin gereksinimlerini rakamlarla ölçerek anlamak; satış ve satış sonrası hizmetleri müşteri memnuniyetini sağlayacak kalitede gerçekleştirebilmek; tüm ticari işletmelerin gereksinim duydukları temel fonksiyonlar” derken, özellikle tekstil ve hazır giyim sektörlerinin lider firmalarının seçtiği Nebim V3’ün, tüm bu gereksinimleri en ideal şekilde karşılayan ERP çözümü olduğunun altını çiziyor.

Gerçekten de Nebim V3; planlamadan satın almaya, üretimden sevkiyata, tüm satış kanallarındaki uç noktalarda gerçekleşen satıştan satış sonrası hizmetlere kadar bir perakendeci, toptancı ya da üretici firmanın gereksinim duyacağı tüm iş süreçlerini baştan sona kapsıyor. Nebim V3’ün desteklediği iş süreçleri ve fonksiyonlar tasarlanırken, özellikle perakende, toptan satış ve üretim gerçekleştiren, toptan, perakende, bayi gibi çok kanallı yapıları olan, çok uluslu operasyonları hedefleyen firmaların gereksinimleri göz önünde bulundurulmuş. Nebim V3’ün ortak bir platform üzerinde geliştirilmiş olan uygulamaları; firmaların

tüm ofislerinde, fabrikalarında ve perakende satış noktalarında -hem arka ofiste hem de ön ofiste (POS)- görev alan kullanıcıların gereksinim duydukları süreçleri kapsarken, ayrıca firmaların iş birliğinde oldukları iş ortaklarının satışları, stokları ve hatta muhasebelerinin de aynı ERP platformu üzerinde yönetilmesine imkân sağlıyor.

Nebim V3, tüm bu fonksiyonelliği modüler ancak birbirleri ile tümüyle entegre çalışan uygulamalarla sağlarken, taşçı, kendi aralarında belirli zamanlarda “batch” veri nakli ile kısmen entegre olan çözümlerin aksine Nebim V3 uygulamalarının aynı platform üzerinde çalıştığını, gerçek zamanlı olarak veri entegrasyonu sağlandığını ve ortak bir Nebim V3 ERP versiyonu olarak aynı anda güncellendiğini vurguluyor. Bu sayede de Nebim V3 hem ERP işletme toplam sahip olma maliyetlerini en aza indiriyor, hem de departmanlar arası kurumsal veri bütünlüğünü gerçek zamanlı olarak sağlayabiliyor.


Taşçı, bu çerçevede, “Firmalar ERP’ye geçiş kararını aldıktan sonra Nebim’i sadece uyarılma sürecinde değil, aynı zamanda fiili kullanıma sürecinde de her an yanlarında bulabiliyor” derken, sonuç olarak ürün ve hizmetin her boyutunda müşterilerin gerçek ihtiyacına uygun çözümler sunabildikleri için rekabette öne çıkabildiklerini dile getiriyor.

### ERP NEDEN ÖNEMLİ?

Sedat Taşçı, ERP’nin firmalar için önemini ise şu sözlerle açıklıyor: “ERP’yi firmalar için önemli kılan unsurların başında, sistemdeki verinin üzerinde karar alınabilecek şekilde enformasyona dönüştürülmesi, bu bilginin kolay erişilebilir olması ve bu sayede firmanın rakamlarla yönetilmesi geliyor. ERP’yi kullanan departmanlardaki kullanıcıların günlük işlerini takip ettikleri tüm süreçlerin entegre olmaları, aynı verinin farklı sistemlerde tekrarlanmaması, tekilleştirilmiş ürün, tedarikçi ve müşteri bilgileri ile çalışılabilmesini de ERP’nin önemli faydaları arasında sıralayabiliriz. Tüm bilgilerin entegre olduğu bir ERP sistemi; firmaların daha hızlı hareket etmelerini ve daha az maliyetle daha etkin çalışmalarını mümkün kılacak, planlama süreçlerini yürütürken firmaların satışlarını ve marj potansiyellerini en yüksek seviyeye çıkartacak, işletme maliyetlerini azaltacak, üst yönetimin verdiği hedefleri firmaların yönettikleri kaynaklara ve operasyonlara sayısal olarak bağlamalarını mümkün kılacaktır. Bu sayede firmalar atıl stokla çalışmak durumunda kalmayacak, teslimattaki sorunların önüne geçmiş olacak ve aynı zamanda kalite problemlerini de zamanında görerek çözüme kavuşturacak; böylece toptan tedarik maliyetleri düşecek ve kurumsal kârlılık artacaktır.”

# MEVCUT TİCARET DÜNYASI ALTI YIL İÇİNDE OLMAYACAK

İNTERNET ÇAĞI, TİCARETİN YAPILIŞ YÖNTEMİNİ VE İÇERİĞİNİ KÜRESEL ANLAMDA HIZLA DEĞİŞTİRDİ. BU DEĞİŞİMİN ETKİLERİ ÖYLESİNE RADİKAL SONUÇLAR DOĞURDU Kİ, GELENEKSEL TİCARETİN YERİNİ ALAN E-TİCARET FİRMALARI BİLE BUGÜN HAYATTA KALMA MÜCADELESİ VERİYOR.



**T**eknoloji devrimi ve internetin kullanımı, tüm alışkanlıkları hızla değiştiriyor. Sosyal ve kültürel kodlarda yaşanan değişimlerin yanında asıl elle tutulan ve etkisini hissettiren değişim ise ticaret dünyasında yaşanıyor. Carpet XL dergisinde yayımlanan bir makale, değişen müşteri davranışları ve hızla artan teknik yenilikler nedeniyle, klasik düşünce kalıplarından kurtulamayan firmaların artık pazarda yaşayamayacağını ortaya koyuyor. Bu çerçevede uzmanlar, önümüzdeki altı yıl için ticarete geniş kapsamlı değişimler öngörüyor. Geçmişte her zaman e-ticaretin geleneksel ticaret üzerinde radikal etkileri olacağı söylenirdi. Fakat gelişmeler o kadar hızlı ki, e-ticaret yapanlar da şimdilerde, gelecekte pazarda nasıl yaşaymaya devam edebileceklerini düşünmek zorunda. Pazarda bir dereceye kadar kendilerine yer edinir edinmez, dikkate almaları gereken yeni iş modelleri ortaya çıktı bile. Müşteri davranışı değişiyor, sürekli olarak yeni teknik seçenekler ortaya çıkıyor ve bu da dolayısıyla tüketici taleplerini beraberinde getiriyor. Cologne Ticari Araştırmalar Enstitüsü Genel Müdürü Dr. Kai Hudetz, hem geleneksel ticaret hem de online ticarete atıfta bulunarak “Sadece ana iş alanlarına esnek konseptler ekleyebilen iş insanları, gelecekte bir fırsata sahip olabilecek” diyor. Mücke Sturm & Company Yönetim Danışmanlığı Bölümü’nden Dr. Nikolaus Mohr ise dünya ticareti ile ilgili yorumunda “Ticarete erozyon riski bulunuyor. Altı yıl içinde mevcut ticaret artık olmayacak” uyarısında bulunuyor.

### TEZ-1

#### Geleneksel ticareti tercih edenlerin yüzde 70’i ya kendilerini tamamen keşfedecek ya da ortadan kalkacak

IFH Cologne’un tahminlerine göre, geleneksel ticaret yapanların yüzde 30’u 2020 yılına kadar pazardan kaybolacak. Kalan yüzde 40’lık kesim ise sadece iş modellerini temelden değiştirmeyi başarabilirlerse yaşamaya devam edecek. Sadece müşterilerin elektronik ortamdaki isteklerine karşı gerektiği gibi cevap verebilenler yaşama şansına sahip olabilecek. Dr. Nikolaus Mohr’a göre bu rakamlardan çıkan net mesaj şu: “Geleneksel ticari alıcılar ortadan kalkıyor, dolayısıyla geleneksel ticaret de...”

### TEZ-2

#### E-ticaret yapanların yüzde 90’ı yaşamaya devam edemeyecek

Aşırı düşük kâr marjları nedeniyle tek bir alanda hizmet veren oyunculara ait pazar güçlenecek. Sadece ana iş alanlarını optimize etme, performanslarıyla ilgili olarak müşterilerine açık bir şekilde söz verme ve verdikleri sözü sürekli olarak tutma anlayışına sahip olanlar pazarda tutunabilecek. Dr. Kai Hudetz, bu teze yönelik olarak, “Tek bir alanda hizmet veren şirketlere gelince, Amazon’dan ayrı olarak, sadece birkaç kategori uzmanı olacak” diyor.

### TEZ-3

#### Ortam merkezli düşünme geçmişte kaldı; gelecek, çoklu temas noktalı yönetim anlayışında

Müşteriler zaten ileri seviye “çapraz mecra” arayışı içinde: Her temas noktasında müşterilere -mecra kısıtlamaları olmaksızın- gerçekten katma değer sunan zeki, müşteri odaklı anlayışlar ayakta kalacak.

### TEZ-4

#### Esnek, ilgili ve eğlenceli formatlar geleceğin ticaretini belirleyecek

Müşteri ile çıkılan yolculukta müşteri deneyimi oluşturacak esnek, yenilikçi ve istikrarlı konseptler gerekli. Ana iş alanına yeni, esnek ve olabildiğince kişisel kavramlar katmayı yönetebilen ve satın almayı bir deneyim haline getirebilenler, gelecekte daha başarılı olacak.

### TEZ-5

#### Güçlü markalar pazarı kontrol edecek

İnternet, marka odaklı hedef müşterilerin payını artırırken, bu gelişmenin kazananları ise güçlü markaları bulunan üreticiler ve tüccarlar olarak öne çıkıyor. Yıllardır üreticilerin e-mağazaları genel olarak e-ticaretten daha hızlı büyümüşü: Örneğin, IFH Cologne tarafından yapılan bir araştırma, 2008 ile 2013 arasında e-ticaretin 2,5 kat artmasına rağmen üreticilerin e-mağaza sayısının neredeyse dört kat arttığını gösteriyor.



# İŞ İNSANLARI NASIL BESLENMELİ?

**YOĞUN ÇALIŞMA TEMPOSU NEDENİYLE İŞ İNSANLARI SAĞLIKLARINA VE KENDİLERİNE YETERLİ ÖZENİ GÖSTERMİYOR VE BU DURUM, KİŞİLERİN ÖNCE SAĞLIKLARINI, ARDINDAN DA İŞ YAŞAMINI ETKİLİYOR.**

**Diyetisyen İdil Annaç**





**B**eslenme, acıkınca karın doyurma eylemi olarak değil, yaşam kalitesini yüksek tutmak adına sağlığın devamlılığı ve gelişimi için bilinçli bir şekilde yapılması gereken bir davranıştır. Sağlıklı beslenme, kalori hesabı yapmadan, besin öğelerinin günlük olarak belirli miktarlarda ve belirli zamanlarda tüketilmesidir. Bu öğelerin gereğinden az veya çok tüketilmesi, sağlığın bozulmasına, büyüme ve gelişmenin engellenmesine neden olur.

Besin öğelerinin vücudun ihtiyaç duyduğundan daha az tüketilmesine yetersiz beslenme denirken, gereğinden fazla tüketilmesi durumuna ise dengesiz beslenme denir. Yoğun iş temposu, masa başında oturularak hareketsiz geçirilen uzun mesai saatleri, sık ve uzun süreli iş seyahatleri gibi hareketli ve yoğun bir tempoya sahip iş insanlarının dengeli beslenmesi mümkün değil gibi görünse de diyet programlarının her sosyal hayata uygun bir şekilde düzenlenebileceği unutulmamalıdır. Sağlıklı beslenmek veya kilo vermek isteyen iş insanları, mutlaka bir diyetisyen ile iş

birliği içinde olmalıdır. “Diyet kişiye özeldir” görüşünü göz önünde bulundurarak, her iş insanının diyeti de, ihtiyaçları hesaplanarak, çalışma saatlerine ve seyahat ajandasına uygun bir şekilde düzenlenmeli ve gereken durumlarda (kokteyl, kutlama, iş yemeği, davetler g.b.) kontrol zamanını beklemeden anlık değişiklikler yapılabilir. Gerekli takdirde, gidilen ülkenin mutfağına uygun bir beslenme programı hazırlanmalıdır.

Bir iş insanının diyeti mümkün oldukça beş temel besin grubunu içermeli, gün içindeki yoğunluğa göre düzenlenmelidir. Yoğun çalışma saatleri boyunca dinç, enerjik ve verimli çalışabilmek için öğün atlanmamalı, uzun süre aç kalınmamalıdır. Tek tip besin içeren diyetlerden kaçınılmalı, mucize olarak lanse edilen şok diyetler kesinlikle uygulanmamalıdır. Geç yenilen akşam yemekleri hafif tutulmalı, alkol belirli günler belirli miktarda tüketilmelidir. Herhangi özel bir durumda, ertesi gün için program tekrardan düzenlenmelidir. Tek başına diyet yapmak,

sağlıklı beslenme için yeterli değildir. Bu yüzden diyet programının yanına mutlaka bir egzersiz programı da eklenmelidir.

Hepimiz için önemli olan su, iş insanları için de oldukça önemlidir. Masa başında geçirilen uzun saatler boyunca terleme olmasa da, farkında olunmadan buharlaşma yoluyla çok fazla su kaybedilir. Kaybedilen sıvı çay, kahve yerine sudan karşılanmalıdır. Yolculuklar ve seyahatlerin neden olduğu hava değişimi sonucunda, vücutta ödem oluşabilir. Ödem oluşmasını engellemek ve oluşan ödemi vücuttan atmak için su tüketimine çok dikkat edilmesi gereklidir.

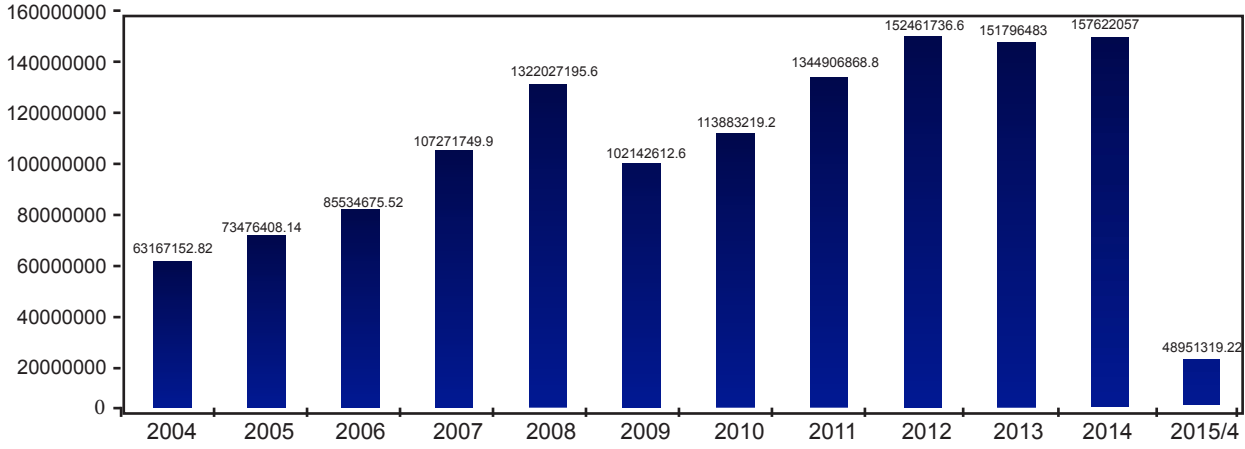
Son olarak, yapılması gereken en doğru şey, beslenme danışmanlığı alan iş insanlarının bilinçlendirmektir. Besin grupları öğretilmeli, sağlıklı besin seçimi alışkanlık haline getirilmelidir. Neyin yerine neyi, ne kadar yiyebileceğimizi gösteren değişim listeleri öğretilmeli; sadece diyet yapılan dönemlerin dışında sağlıklı beslenmeyi bir yaşam biçimi haline getirilmesinde yardımcı olunmalıdır.

## 2015 YILI NİSAN AYI TÜRKİYE İHRACAT RAKAMLARI SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI - 1000 \$

SEKTÖRLER	NİSAN				SON 12 AY			
	2014	2015	Değişim (%)	Pay (%)	2013-2014	2014-2015	Değişim (%)	Pay (%)
<b>I. TARIM</b>	<b>1.849.234</b>	<b>1.716.230</b>	<b>-7,2</b>	<b>14,5</b>	<b>22.078.430</b>	<b>21.991.532</b>	<b>-0,4</b>	<b>15,1</b>
<b>A. BİTKİSEL ÜRÜNLER</b>	<b>1.250.645</b>	<b>1.179.068</b>	<b>-5,7</b>	<b>10,0</b>	<b>15.335.350</b>	<b>15.445.717</b>	<b>0,7</b>	<b>10,6</b>
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	610.687	488.986	-19,9	4,1	6.940.889	6.439.233	-7,2	4,4
Yaş Meyve ve Sebze	177.393	125.068	-29,5	1,1	2.403.402	2.257.100	-6,1	1,6
Meyve Sebze Mamulleri	121.027	106.349	-12,1	0,9	1.409.312	1.353.485	-4,0	0,9
Kuru Meyve ve Mamulleri	110.831	111.944	1,0	0,9	1.449.037	1.418.027	-2,1	1,0
Fındık ve Mamulleri	148.896	245.109	64,6	2,1	1.827.785	2.610.282	42,8	1,8
Zeytin ve Zeytinyağı	19.990	18.271	-8,6	0,2	332.462	210.852	-36,6	0,1
Tütün	48.540	72.639	49,6	0,6	889.412	1.076.552	21,0	0,7
Kesme Çiçek	13.281	10.702	-19,4	0,1	83.051	80.188	-3,4	0,1
<b>B. HAYVANSAL ÜRÜNLER</b>	<b>203.889</b>	<b>172.731</b>	<b>-15,3</b>	<b>1,5</b>	<b>2.160.374</b>	<b>2.166.079</b>	<b>0,3</b>	<b>1,5</b>
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	203.889	172.731	-15,3	1,5	2.160.374	2.166.079	0,3	1,5
<b>C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ</b>	<b>394.701</b>	<b>364.432</b>	<b>-7,7</b>	<b>3,1</b>	<b>4.582.705</b>	<b>4.379.736</b>	<b>-4,4</b>	<b>3,0</b>
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	394.701	364.432	-7,7	3,1	4.582.705	4.379.736	-4,4	3,0
<b>II. SANAYİ</b>	<b>10.845.224</b>	<b>9.756.423</b>	<b>-10,0</b>	<b>82,5</b>	<b>121.625.837</b>	<b>119.012.030</b>	<b>-2,1</b>	<b>81,9</b>
<b>A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER</b>	<b>1.149.033</b>	<b>1.050.333</b>	<b>-8,6</b>	<b>8,9</b>	<b>12.889.437</b>	<b>12.553.167</b>	<b>-2,6</b>	<b>8,6</b>
Tekstil ve Hammaddeleri	790.452	725.723	-8,2	6,1	8.665.730	8.505.995	-1,8	5,9
Deri ve Deri Mamulleri	154.749	146.489	-5,3	1,2	1.965.653	1.805.879	-8,1	1,2
Halı	203.832	178.121	-12,6	1,5	2.258.053	2.241.294	-0,7	1,5
<b>B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.</b>	<b>1.481.193</b>	<b>1.437.212</b>	<b>-3,0</b>	<b>12,2</b>	<b>17.592.259</b>	<b>17.162.569</b>	<b>-2,4</b>	<b>11,8</b>
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	1.481.193	1.437.212	-3,0	12,2	17.592.259	17.162.569	-2,4	11,8
<b>C. SANAYİ MAMULLERİ</b>	<b>8.214.998</b>	<b>7.268.878</b>	<b>-11,5</b>	<b>61,5</b>	<b>91.144.141</b>	<b>89.296.293</b>	<b>-2,0</b>	<b>61,4</b>
Hazır giyim ve Konfeksiyon	1.543.768	1.391.142	-9,9	11,8	17.966.517	17.885.516	-0,5	12,3
Taşıt Araçları ve Yan Sanayi	2.085.927	1.843.349	-11,6	15,6	22.035.083	21.685.730	-1,6	14,9
Gemi ve Yat	76.354	103.764	35,9	0,9	1.147.663	1.227.274	6,9	0,8
Elektrik - Elektronik	1.079.057	886.310	-17,9	7,5	12.159.032	11.441.032	-5,9	7,9
Makine ve Aksamları	525.178	497.677	-5,2	4,2	5.894.511	5.917.987	0,4	4,1
Demir ve Demir Dışı Metaller	648.814	567.628	-12,5	4,8	7.020.823	6.758.345	-3,7	4,7
Demir Çelik Ürünleri	1.200.628	987.239	-17,8	8,3	13.443.264	12.279.163	-8,7	8,4
Çimento ve Toprak Ürünleri	308.166	264.815	-14,1	2,2	3.176.140	3.023.131	-4,8	2,1
Değerli Maden ve Mücevherat	207.717	250.553	20,6	2,1	2.343.881	3.151.685	34,5	2,2
Savunma Sanayii	133.668	128.254	-4,1	1,1	1.460.087	1.654.047	13,3	1,1
İklimlendirme Sanayii	393.690	336.532	-14,5	2,8	4.391.655	4.167.924	-5,1	2,9
Diğer Sanayi Ürünleri	12.031	11.615	-3,5	0,1	105.484	104.462	-1,0	0,1
<b>III. MADENCİLİK</b>	<b>412.196</b>	<b>350.928</b>	<b>-14,9</b>	<b>3,0</b>	<b>4.974.113</b>	<b>4.327.603</b>	<b>-13,0</b>	<b>3,0</b>
<b>Madencilik Ürünleri</b>					<b>4.974.113</b>	<b>4.327.603</b>	<b>-13,0</b>	<b>3,0</b>
<b>TOPLAM</b>	<b>13.106.654</b>	<b>11.823.581</b>	<b>-9,8</b>	<b>100,0</b>	<b>148.678.380</b>	<b>145.331.164</b>	<b>-2,3</b>	<b>94,8</b>



YILLAR İTİBARI İLE TÜRKİYE İHRACATI 2003-2015 (1000\$)



İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİKLERİ BAZINDA İHRACAT RAKAMLARI (1000 \$)

	NİSAN				SON BİR YIL			
	2014	2015	Değişim (%)	Pay (%)	2013-2014	2014-2015	Değişim (%)	Pay (%)
AKİB	1.061.155	991.301	-6,6	8,4	12.616.572	12.413.291	-1,6	8,5
BAİB	154.916	135.023	-12,8	1,1	1.587.452	1.584.351	-0,2	1,1
DAİB	280.436	230.042	-18,0	1,9	3.143.082	2.758.778	-12,2	1,9
DENİB	202.344	183.675	-9,2	1,6	2.258.723	2.200.599	-2,6	1,5
DKİB	98.941	70.419	-28,8	0,6	1.075.070	966.801	-10,1	0,7
EİB	1.025.859	902.352	-12,0	7,6	12.393.226	11.555.918	-6,8	8,0
GAİB	808.370	726.444	-10,1	6,1	9.487.880	8.685.686	-8,5	6,0
İİB	588.125	598.412	1,7	5,1	6.813.046	6.763.069	-0,7	4,7
İMMİB	3.707.625	3.351.899	-9,6	28,3	41.595.013	41.667.932	0,2	28,7
İTKİB	1.721.663	1.574.094	-8,6	13,3	20.506.248	19.757.050	-3,7	13,6
KİB	118.668	144.284	21,6	1,2	1.447.098	1.713.952	18,4	1,2
OAİB	1.146.761	989.499	-13,7	8,4	12.487.420	12.283.539	-1,6	8,5
UİB	2.191.792	1.926.138	-12,1	16,3	23.267.552	22.980.199	-1,2	15,8
<b>TOPLAM</b>	<b>13.106.654</b>	<b>11.823.581</b>	<b>-9,8</b>	<b>100,0</b>	<b>148.678.380</b>	<b>145.331.164</b>	<b>-2,3</b>	<b>100,0</b>

İHRACATIMIZDA İLK 20 ÜLKE (1000 \$)

ÜLKELER	NİSAN
ALMANYA	1.124.312,23
İRAK	768.446,26
İNGİLTERE	769.633,20
İTALYA	549.487,32
ABD	509.403,53
FRANSA	479.668,61
İSPANYA	406.171,40
RUSYA FEDERASYONU	319.547,50
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	312.252,50
İRAN	384.378,27
SUUDİ ARABİSTAN	300.055,50
HOLLANDA	255.790,60
BELÇİKA	329.824,93
ROMANYA	269.562,74
MISIR	216.772,58
İSRİL	207.501,01
POLONYA	214.066,19
AZERBAYCAN	193.358,85
CEZAYİR	208.757,18
TÜRKMENİSTAN	178.083,98
<b>İlk 20 Ülke Toplam</b>	<b>7.997.074</b>

**AKİB NİSAN AYI İHRACAT RAKAMLARI DÜŞÜŞ EĞİLİMİNİ SÜRDÜRÜYOR. BUNUNLA BİRLİKTE, TÜM İHRACATÇI BİRLİKLERİ ARASINDA İHRACAT EĞİLİMİNİ TOPARLAMADA POZİTİF BİR PERFORMANS GÖSTEREN AKİB ÜYELERİ ÖZELLİKLE ÇELİK ÜRÜNLERİ İHRACATINDA OLUMLU RAKAMLARA İMZA ATIYOR.**

## AKİB-NİSAN AYI SEKTÖREL İHRACAT RAKAMLARI (Ş)

SEKTÖRLER	NİSAN 2015	DEĞ (%)	OCAK-NİSAN 2015	DEĞ (%)
<b>I. TARIM</b>	<b>230.111.023</b>		<b>1.079.120.503</b>	
<b>A. BİTKİSEL ÜRÜNLER</b>	<b>157.259.663</b>		<b>811.425.123</b>	
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	85.137.823,82	-29,87	382.243.301,07	-15,15
Yaş Meyve ve Sebze	42.312.820,82	-41,84	331.091.803,47	-15,46
Meyve Sebze Mamulleri	10.202.328,95	-21,70	33.883.811,47	-30,00
Kuru Meyve ve Mamulleri	9.185.627,16	-0,38	32.241.702,09	-13,82
Fındık ve Mamulleri	5.891.990,93	113,72	13.622.195,67	-27,15
Zeytin ve Zeytinyağı	1.415.244,35	-52,22	6.132.130,95	-57,69
Tütün	2.840.861,00	33,55	11.651.116,00	142,93
Süs Bitkileri ve Mam.	272.965,59	26,65	559.061,89	-24,31
<b>B. HAYVANSAL ÜRÜNLER</b>	<b>24.293.980,67</b>	<b>-22,51</b>	<b>95.329.870,34</b>	<b>-26,01</b>
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	24.293.980,67	-22,51	95.329.870,34	-26,01
<b>C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ</b>	<b>48.557.379,25</b>	<b>6,39</b>	<b>172.365.509,55</b>	<b>0,06</b>
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	48.557.379,25	6,39	172.365.509,55	0,06
<b>II. SANAYİ</b>	<b>749.058.485</b>		<b>2.682.883.037</b>	
<b>A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER</b>	<b>78.660.443</b>		<b>303.724.321</b>	
Tekstil ve Hammaddeleri	75.570.627,82	-9,28	291.722.910,66	-9,66
Deri ve Deri Mamulleri	744.967,34	-40,93	3.138.533,91	-22,17
Halı	2.344.848,03	0,72	8.862.876,79	30,63
<b>B. KİMYEVİ MADDELER VE MAMÜLLERİ</b>	<b>387.456.834,19</b>	<b>10,64</b>	<b>1.337.421.727,16</b>	<b>-8,89</b>
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	387.456.834,19	10,64	1.337.421.727,16	-8,89
<b>C. SANAYİ MAMÜLLERİ</b>	<b>282.941.208</b>		<b>1.041.736.989</b>	
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	33.728.155,76	-9,23	116.257.216,53	-8,83
Otomotiv Endüstrisi	33.706.380,32	-27,61	156.061.471,89	-15,74
Gemi ve Yat	74.529,54	2.118,89	299.290,13	61,34
Elektrik-Elektronik,Mak.ve Bilişim	23.480.112,39	-19,74	81.954.651,67	-27,71
Makine ve Aksamları	14.823.109,70	-7,02	54.202.809,61	-8,77
Demir ve Demir Dışı Metaller	33.207.111,30	-34,49	128.276.026,46	-28,46
Çelik	118.097.254,88	13,05	407.541.534,21	-3,15
Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	12.023.674,96	69,29	46.316.545,91	73,49
Mücevher	2.862,46	-85,41	7.940,62	-72,92
Savunma ve Havacılık Sanayii	1.127.167,23	-2,41	4.994.161,86	-8,13
İklimlendirme Sanayii	12.380.737,04	-8,41	45.209.886,32	-6,70
Diğer Sanayi Ürünleri	290.112,04	-45,03	615.453,35	-61,52
<b>III. MADENCİLİK</b>	<b>12.131.277,56</b>	<b>-25,18</b>	<b>51.074.902,27</b>	<b>-9,72</b>
<b>TOPLAM</b>	<b>991.300.785</b>	<b>-7</b>	<b>3.813.078.442</b>	<b>-11</b>

## AKİB NİSAN AYI İHRACATTA İLK 10 ÜLKE (Ş)

HAZIR GIYIM	
UKRAYNA	5.784.184
ROMANYA	4.813.575
ALMANYA	3.615.116
İSPANYA	3.021.133
LİTVANYA	2.654.522
POLONYA	1.728.336
SLOVAKYA	1.296.430
FRANSA	936.295
ESTONYA	812.508
İNGİLTERE	727.984

YAŞ MEYVE SEBZE	
IRAK	12.161.544
RUSYA	11.516.505
ROMANYA	3.982.213
SUUDİ ARABİSTAN	3.137.576
SURİYE	2.952.644
ABD	1.968.949
HOLLANDA	1.627.311
UKRAYNA	1.539.354
BULGARİSTAN	1.473.735
KKTC	1.448.597

SU ÜR. HAYVANCILIK MAM.	
IRAK	13.124.108
SURİYE	2.305.013
LÜBNAN	2.066.981
LİBYA	2.040.264
ABD	1.413.600
ALMANYA	772.716
KKTC	646.912
TAYLAND	317.800
MERSİN SERBEST BÖLGE	280.287
FRANSA	200.925

DEMİR VE DEMİR DİŞİ METALLER	
MISIR	38.139.028
IRAK	37.134.057
SURİYE	8.806.981
ABD	6.232.319
SUUDİ ARABİSTAN	5.957.174
TÜRKMENİSTAN	5.565.758
İSVEÇ	5.323.380
ALMANYA	4.994.489
İSRAİL	4.673.586
CEZAYİR	4.431.398

TEKSTİL	
İTALYA	14.619.847
ABD	6.222.516
PORTEKİZ	5.931.675
İSPANYA	4.557.169
ALMANYA	3.410.469
RUSYA	3.150.808
BULGARİSTAN	2.650.255
MISIR	2.280.463
SUUDİ ARABİSTAN	2.224.516
YUNANİSTAN	2.147.782

HUBUBAT, BAKLIYAT	
IRAK	17.363.976
SURİYE	14.795.805
SUDAN	9.182.405
SUUDİ ARABİSTAN	3.146.528
HOLLANDA	2.469.043
ALMANYA	1.895.732
İSRAİL	1.778.405
LÜBNAN	1.751.011
LİBYA	1.715.843
JAPONYA	1.671.758

MOBİLYA, KAĞIT VE ORMAN	
IRAK	14.234.356
ALMANYA	4.293.246
SUUDİ ARABİSTAN	4.270.350
LİBYA	1.820.326
SURİYE	1.732.133
FRANSA	1.644.305
İNGİLTERE	1.536.311
İRAN	1.512.547
İTALYA	1.507.122
ÜRDÜN	1.442.516

KİMYEVİ MADDELER	
MISIR	68.174.496
MALTA	60.677.478
SUUDİ ARABİSTAN	45.308.387
BAE	38.983.356
İSPANYA	36.184.584
GÜNEY AFRİKA	22.879.157
KUVEYT	20.951.176
KKTC	17.318.194
SINGAPUR	10.731.026
CEBELİTARİK	9.497.400

VAR ETTİNİZ,  
VAR OLUN...

Darüşşafaka varsa sayenizde var.  
151 yıldır iyi ki varsınız.



Bu bayram Darüşşafaka'ya bağış yapın, annesi veya babası hayatta olmayan binlerce çocuğumuzun eğitimine katkıda bulunun.

[www.darussafaka.org](http://www.darussafaka.org) | 444 1863

**Darüşşafaka**  
1863  
CEMİYET

# Ortadođu'ya ulaşım sizin için sorun olmasın

Maersk Line ile güvenli konteyner taşımacılığını keşfedin.  
Yklerinizi Arap Yarımadası'na en ekonomik ve en kısa  
sürede ulaştırın, ticaretiniz yarıda kalmasın.

Mersin ve İskenderun'dan Transit Srelerimiz



Cidde



Dubai - Jebel Ali



Akabe



Dammam



Doha



Umm Kasr



maerskline.com

444 0 675



MAERSK  
LINE