

İHRACATIN REKOR YILI



**AKİB'den ihracatçıya
finansman desteği**

**Plastikçilerin gözü
AB liderliğinde**

Daha fazlasını istiyoruz



BÜLENT AYMEN

AKDENİZ AĞAÇ MAMULLERİ
VE ORMAN ÜRÜNLERİ
İHRACATÇILARI BİRLİĞİ
YÖNETİM KURULU BAŞKANI

Ülkemiz geride bıraktığımız 2012 yılında toplam ihracatı 151 milyar doların üzerine taşıyarak yeni bir tarihi rekora imza attı. Yılın tamamında 2011'e göre ihracatımız yüzde 12,5 artış gösterdi. Öncelikle sayıları 40 bini aşkın ihracatçı firma tarafından gerçekleştirilen bu tarihi başarıdan dolayı tüm iş dünyamızı gönülden kutluyorum. Avrupa Birliği ve gelişmiş ülke ekonomilerinin derin bir darboğazdan geçtiği 2012 yılında böylesine bir başarıya imza atılması, Türkiye'nin geleceği adına hepimizi çok sevindiriyor.

Ülkeler bazında ihracatımıza baktığımızda, başarının sırrı da anlaşılıyor. Bölgesel olarak AB ülkeleri halen ihracatımızın bir numaralı adresi olsa da, alternatif pazarların gelişmesi firmalarımızın dirayetinin ve yeni arayışlarının olumlu sonuçlandığının göstergesidir. Ortadoğu, Kuzey Afrika ve Güney Amerika gibi pazarlarda olağanüstü ihracat artışları görüldü. Ortadoğu'ya ihracatımız 2012 yılında yüzde 12 arttı ve 27 milyar dolar oldu. 20 sektörümüz Ortadoğu'ya ihracatını artırdı. Afrika'ya ihracatımızda yüzde 27 artış gerçekleşti ve 24 sektörümüz bu kıtaya ihracatını artırdı. Diğer bir deyişle küresel ekonomiye sekte vuran mali kriz, ihracatçımızı yolundan saptırmadı ve ülkemizin dünyanın ilk 10 ekonomisi arasına girmesi yolundaki hedefine iş dünyamız büyük bir katkı sağladı.

Akdeniz Bölgesi ihracatçıların çatı kuruluşu AKİB olarak da çok başarılı bir yılı geride bıraktık. Türkiye genelindeki ihracatçı birliklerinin artış ortalamasının üzerine çıkarak, 2012 yılında 13 milyar dolar ihracatın üzerine çıktık. Bu başarıya katkı veren ihracatçılarımıza, üreticilerimize, lojistik ve finans gibi destekleyici sektörlerimizin tüm bileşenlerine teşekkür ediyoruz. Elbette iş dünyasının yarattığı bu başarıların ardında, onu destekleyen kamu yönetiminin katkısı çok büyük. Başta Cumhurbaşkanımız ve Başbakanımız olmak üzere tüm yürütme erki ekonomik büyüme çabamızı destekledi ve olanaklar açtı. Ancak ihracatçıların uzak ve yakın vadeli bütün çalışmalarına tam destek veren Ekonomi Bakanımız Sayın Zafer Çağlayan'a özel olarak şükranlarımızı sunmak isterim. Aynı zamanda bölgemiz milletvekili olan Sayın Çağlayan, AKİB'in ihracatı geliştirme çabalarına her zaman destek oldu ve bundan sonra da olmaya devam edecektir.

İhracatçılarımız, yatırım, istihdam ve büyüme bakımından Türkiye ekonomisini sırtlamaya devam ediyor. Üretimde yakaladığımız büyük başarıları, katma değere taşımamız ve cari açığımızı azaltacak yönde teknoloji ve inovasyona dayalı üretim süreçlerine geçmemiz gerekiyor. Bizi 2023 hedeflerimize götürecek perspektif inovasyon, Ar-Ge ve tasarım merkezli çalışmalar yapmaktır. Üretimde rüştünü ispatlayan Türkiye, bu alanlarda yapılacak yatırımların meyvesini çok kısa sürede toplayacaktır. Kırdığımız ihracat rekorları bize yetmez, daha fazlasını istiyoruz.

Bu vesileyle, bölge ihracatçılarımıza ve tüm ulusumuza sağlık, başarı ve kazanç dolu bir 2013 yılı diliyorum.

4 MAKRO

6 BİRLİK'TEN

8 KAPAK

İhracatın 2012 yılı karnesi

18 DOĞAL TAŞ

Atılan stratejik adımlar
doğal taş ihracatını
artırıyor

24 KOBİ

Teknomar,
2023'e koşuyor

24 KOBİ

Mermer sektörünün
yükselen değeri;
Davut Grup

28 FİNANS

İhracatçıya
finansman desteği

30 RÖPORTAJ

İhracatçıya "Aslan" zırhı

32 DEMİR-ÇELİK

Demir-çeliğin
geleceğine 24 adım

36 KİMYEVİ MADDELER

Plastikçilerin gözü
AB liderliğinde

40 AKTÜEL

Bin beş yüz yıl
öteden gelen lezzet

44 MAKALE

Serdar Aksoy

46 GÖSTERGELER



8



18



30



28



36



40



32

SAHİBİ

AKDENİZ İHRACATÇI BİRLİKLERİ ADINA
ADNAN ERSOY ULUBAŞ

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 LİMONLUK 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

KUÇUK MUCİZELER

KUÇUK MUCİZELER YAYINCILIK VE
İLETİŞİM HİZMETLERİ LTD. ŞTİ.

YAYIN DİREKTÖRÜ

ERKAN ERSÖZ
erkanersoz@kucukmucizeler.com

YAYIN YÖNETMENİ

ERKAN ALMAZ
erkanalmaz@kucukmucizeler.com

EDİTÖRLER

MERAL GÜLER
ŞERİFE TÜRK

GRAFİK TASARIM

EYLEM AKSÜNGER

KATKIDA BULUNANLAR

ECE ÖNGEÇ, SAMİ SÜYGÜN

BASKI ÇİLT

MATSİS MATBAA HİZMETLERİ LTD. ŞTİ.
TEVFİK BEY MAH. DOKTOR ALİ DEMİR CAD.
NO: 51 SEFAKÖY-İSTANBUL
TEL: (212) 624 21 11

DAĞITIM

KRY NET

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

İLETİŞİM

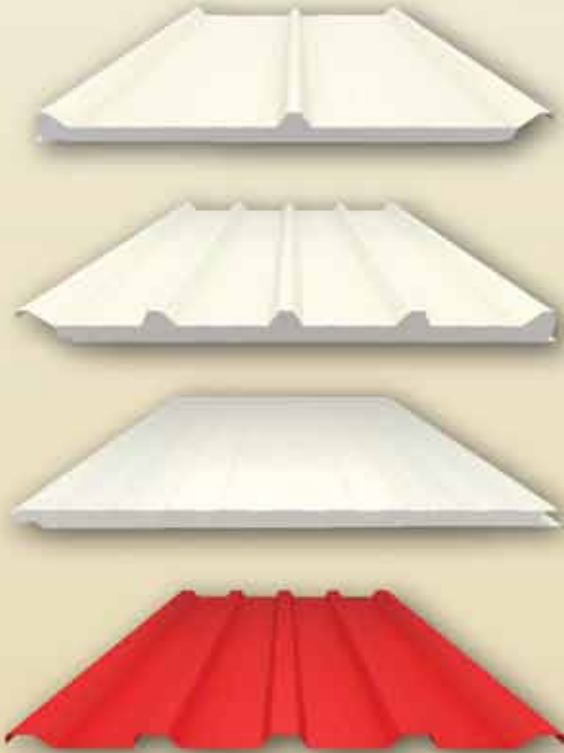
KAPTANPAŞA MAHALLESİ DARULACEZE CADDESİ
BİLAŞ İŞ MERKEZİ A BLOK NO:31 KAT:6 D: 63
OKMEYDANI İSTANBUL
(0212) 211 68 53 - 73

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.

D
DAVUT
panel



Türkiye'nin Sandviç Panel Markası

DAVUT PANEL VE SAC SAN. TİC. A.Ş.
Hacı Sabancı Organize Sanayi Bölgesi /ADANA
www.davutpanel.com.tr - info@davutas.com
TEL: 0.3222 550 50 01 PBX FAX: 0.322 550 50 02

AB'NİN DÜMENİNE İRLANDA GEÇTİ

İrlanda, Avrupa Birliği dönem başkanlığını altı aylığına devraldı. Dönem başkanlığı ilk kez ekonomik krizin pençesindeki bir ülkeden diğer bir ülkeye geçmiş oldu. İrlanda, AB dönem başkanlığını 1 Ocak 2013'ten itibaren altı ay süreyle Güney Kıbrıs'tan devraldı. İrlanda'nın dönem başkanlığını devralması bünyesinde bir ilki de barındırıyor. AB'nin dönem başkanlığı ilk kez ekonomik krizin pençesindeki bir ülkeden diğer bir ülkeye geçmiş oldu. İrlanda, AB dönem başkanlığını yedinci kez üstlendi. 1973'ten bu yana AB üyesi, 1999'dan bu yana ise Euro Bölgesi'nde yer alan İrlanda, Türkiye'nin AB üyeliğini destekliyor. Kıta Avrupa'sının kuzey batısında, yaklaşık 6.5 milyon kişinin yaşadığı ve Avrupa'nın üçüncü büyük adası olan İrlanda'nın ihracatında Türkiye 349 milyon avro ile 23'üncü sırada, ithalatında ise 224 milyon Euro ile 24'üncü sırada bulunuyor. İrlanda'nın dış ticaretinde ilk sıralarda ise ABD, İngiltere ve Almanya yer alıyor. İrlanda Hükümeti, genişlemeye verdiği genel destek çerçevesinde Türkiye'nin AB üyeliğini ilkesel olarak desteklerken, İrlanda'da bugün 213'ü çifte vatandaş olmak üzere, 1800'ü aşkın Türkiye vatandaşı yaşıyor. İrlanda'dan Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısı ise 2011'de 118 bin 620 oldu. TÜİK verilerine göre, Türkiye'nin İrlanda'ya ihracatı bu yılın kasım ayı itibarıyla, 315 milyon 448 bin dolar, ithalat ise 767 milyon 599 bin dolar olarak gerçekleşti. Dış ticaret hacmi de kasım itibarıyla 1 milyar doları geçmiş oldu. Ticaret hacmi İrlanda'da ekonomik krizin iyice baş gösterdiği 2011'de 1 milyar 193 milyon dolar olarak gerçekleşirken, bunun 354 milyon doları ihracat, yaklaşık 840 milyon doları ise ithalat rakamından oluşmuştu.



AVRUPA'DA İMALAT SANAYİ DARALİYOR

Euro Bölgesi'nde imalat sanayi Aralık ayında ilk açıklanan veriye göre daha fazla daraldı. Euro Bölgesi'nde imalat sanayi Aralık ayında, verinin ilk açıklamasına göre daha hızlı bir daralma gösterdi. Bu durum, bölge liderlerinin borç krizine çözüm bulmada zorlanması ile birlikte, Euro Bölgesi'ndeki resesyonun bu yıla da genişleyebileceği işaretlerine katkıda bulundu. Londra merkezli Markit Economics'ten yapılan açıklamaya göre, 17 üyeli Euro Bölgesi'nde imalat sanayi satın alma yöneticileri endeksi (PMI), kasım ayındaki seviyesi olan 46.2'den aralık ayında 46.1'e indi. Bu veri, 14 Aralık'taki açıklamada, 46.3 seviyesindeydi. 50 seviyesi-

nin altında bir rakam sektörün daraldığını işaret ediyor. Euro Bölgesi ekonomisi iki çeyrek üst üste daraldı ve ekonomistler, geçen yılın son çeyreğinde de gayri safi yurtiçi hâsılda (GSYİH) daralma olmasını bekliyorlar. Avrupa Merkez Bankası, 2012 ve 2013 yıllarında sırasıyla yüzde 0.5 ve yüzde 0.3 daralma öngörüyor. Markit baş ekonomisti Chris Williamson, "Euro Bölgesi imalat sanayi sektörü yılın sonunda keskin daralmasını devam ettirdi" dedi ve "Bölge'deki resesyon, bu nedenle, yılın dördüncü çeyreğinde muhtemelen oldukça kayda değer bir oranda derinleşmiş görünüyor" yorumunda bulundu.

BRIC GERİDE KALDI

Gelişen piyasa ekonomilerindeki hükümet müdahalelerin, hisse senedi kazançlarını azaltmasıyla BRIC ülkeleri, küresel hisselerin gerisinde kaldı. Hükümetlerin piyasa müdahalelerinden ötürü daha hızlı büyümenin artık yatırımcıları cezbedememesiyle, en büyük gelişmiş piyasalardaki hisseler üçüncü yılında da küresel hisselerin gerisinde kaldı. Brezilya, Rusya, Hindistan ve Çin'deki hisselerden oluşan MSCI Geliş Piyasalar Endeksi bu yıl yüzde 11 ile MSCI Tüm Dünya Endeksi'nden yüzde 1.6 daha az kazanç sağladı. Deutsche Bank AG'nin stratejistlerinden John-Paul Smith, trendin büyük ihtimalle 2013'te de devam edeceğini öngördü. Brezilya'daki siyasetçilerin kamu hizmeti ücretlerini indirmek üzere müdahale etmesi, Çin'in en büyük şirketlerindeki kontrolünü devam ettirmesi ve Rusya'daki şirketlerin hissedarlarının parasını hükümetin tercih ettiği projelerde harcamasıyla BRIC ülkelerine yatırım yapan mevduat fonlarından 1.65 milyar dolarlık net çıkış oldu. Sosyalist zihniyetten piyasa ekonomisi zihniyetine geçişin henüz tamamlanmadığını savunan Templeton Gelişmekte Olan Piyasalar Grubu CEO'su Mark



Mobius, hâlen gidilecek çok yol olduğunu söyledi. Goldman Sachs Group Inc.'in 2001'de ekonomilerinin üç katı büyümesinin ardından BRIC kavramını öne atmasının sonrasındaki sekiz senede BRIC şirketlerinin hisseleri, küresel hisseleri yüzde 403 yendi. BRIC ülkelerinin gayrisafı yurtiçi hâsılası şimdi 1998'den bu yana en düşük hızında büyüyor. Uluslararası Para Fonu (IMF) 4 ülkenin bu yıl yüzde 4.5 büyüyerek, 2010'daki yüzde 8.1 seviyesinin neredeyse yarısında genişleyeceğini öngörüyor. IMF, dünya ekonomisinin ise yüzde 3.3 büyümesini bekliyor.

Mersin'e 5 milyon lira kaynak tahsisi

Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan, Maliye Bakanlığı tarafından Mersin'e 5 milyon liralık kaynak tahsisi yapıldığını belirtti. Bakan Çağlayan, yazılı açıklamasında, Maliye Bakanlığı'nın Mersin'de köy yolu, içme suyu ve tarımsal sulama projelerinde kullanılmak üzere 5 milyon lira ödeneği İl Özel İdaresi'ne tahsis ettiğini kaydetti. Ödeneğin, önümüzdeki günlerde İl Özel İdaresi hesabına aktarılacağını ifade eden Çağlayan, "2013 yılı, Mersin için özel bir yıl olacak. Çünkü haziran ayında Akdeniz Oyunları'nın kalbi burada atacak, oyunlar, Mersin'in dünyada tanıtımını gerçekleştirecek. Akdeniz Oyunları'nın kusursuz tamamlanması sayesinde, hem Mersin'in hem de Türkiye'nin uluslararası arenadaki konumu daha da sağlamlaşacak. Oyunlardan Mersin'in alınını aklıyla çıkması ve insanların daha iyi ve sağlıklı hizmet alabilmesi için Mersin'in altyapısının sağlam olması gerekiyor. Coğrafi ve topografik yapısının engebeli olması, şiddetli yağan yağmurlar zaman zaman altyapıya zarar verebilmekte, bu da hizmetlerden tam ve sağlıklı şekilde yararlanmayı engelleyebilmektedir" ifadesinde bulundu. Daha iyi hizmet sunabilmek için İl Özel İdaresi'nin, gerek duyulan yeni altyapı yatırımlarını ve projelerini belirlediğini anlatan Çağlayan, şunları kaydetti: "Söz konusu projelerin gerçekleştirilebilmesi için gerekli olan 5 milyon lira ödenek için Maliye Bakanı Mehmet Şimşek'le görüştük. 2013 yılının ilk gününde başbakanımızın talimatıyla, maliye bakanımız Mersin'e 5 milyon lira kaynak tahsisi yaptı. Tahsis edilen 5 milyon lira, İl Özel İdaresi'nce belirlenen ve Maliye Bakanlığı'na sunulan projelerin gerçekleştirilmesinde kullanılacak. Bu kaynak, önümüzdeki günlerde İl Özel İdaresi hesabına aktarılacak. Ayrılan kaynağın, Mersin için hayırlı olmasını temenni ediyorum."



"ADANA'NIN EKONOMİK POTANSİYELİ YETERİNCE DEĞERLENDİRİLMİYOR"

Adana Sanayi Odası (ADASO) Başkanı Sadi Sürenkök, kentin ekonomik potansiyelinin yeterince değerlendirilemediğini belirterek, "Adanalı sanayicinin ve ihracatçının önünü açmayı hedefliyoruz." dedi. Adana'da faaliyet gösteren sanayi sitelerinin yöneticileri ADASO'nun ev sahipliğinde bir araya geldi. Metal, Seyhan Orta Ölçekli, Doğu, Mobilyacılar, Modern, Madeni Sanatkarlar ve Demirciler Sanayi siteleri yöneticilerinin katıldığı toplantıda konuşan ADASO Başkanı Sadi Sürenkök, kentin ekonomik potansiyelinin yeterince değerlendirilemediğini belirterek, "Adanalı sanayicinin ve ihracatçının önünü açmayı hedefliyoruz." dedi. Adana'nın Türkiye'nin ilk sanayileşen kentlerinden biri olduğunu, gelişmiş sanayi altyapısı ve kültürüne sahip bulunduğunu bildiren Sürenkök, mevcut ekonomik potansiyelin istenilen seviyede kullanılmadığını belirtti. Sürenkök, "Hepimiz aynı gemideyiz. Bu gemi sağlıklı sulara düzgün limanlara giderse kentimizin, hepimizin yararına, yolunu kaybederse hep birlikte zarar görürüz. O nedenle ele ele vererek, güç birliği içerisinde sonuç almak daha kolay olacaktır" dedi. ADASO Başkanı Sadi Sürenkök, sanayici ve ihracatçıların Ekonomi Bakanlığı, KOSGEB ve TÜBİTAK desteklerinden yararlandırılması amacıyla bilgilendirme çalışmalarının 2013 yılında yoğunlaştırılacağını vurguladı. ADASO Başkanı Sürenkök'ün, firmaların tanıtılması amacıyla sektörel bazda tanıtım katalogları hazırlanması ve web sitesi kurulması önerisini olumlu karşıladıklarını ifade eden sanayi siteleri yöneticileri, sitelerinin durumu ve sorunlarını dile getirdi, bazı sitelerin 18 yıl aradan sonra asfaltla ve belediye başkanı ile tanıştıklarını, elektrik sorunlarının azaldığını belirttiler.



TÜRKİYE'DE KÂRINI EN FAZLA ARTTIRAN ŞİRKET AKDENİZ'DEN

Türkiye tekstil sektörünün öncü kuruluşlarından BOSSA 2011 yılında kârını bir önceki yıla göre 12 kat arttırarak 49 milyon TL kâr elde etti ve Capital Dergisi tarafından 2011 yılında kârını en fazla arttıran şirket seçilerek ödüllendirildi. BOSSA Genel Müdürü Lütfi Soyupak, BOSSA'ya ödül getiren kâr artışında emeği geçen BOSSA çalışanları, iş ortakları ve BOSSA ürünlerini tercih eden markalara teşekkür ederek şunları söyledi: "BOSSA 240 milyon USD'lık ortalama ciro ve 110 milyon USD'lık ihracatı olan 2568 kişi istihdam eden, Türkiye'nin tekstil okullarından birisi olma niteliğine sahip, 62 yıllık bir kuruluştur. BOSSA'nın başarısında en önemli unsur ekibimizin sinerjisi ve tecrübesidir. Teknoloji, Ar-Ge ve insana yatırım yaparak büyümeyi sürdürmeyi hedefliyoruz. 62 yılın tecrübesini ve bilgi birikimini günümüzün dinamikleri ile harmanlayıp, global arenada önde gelen oyuncuların olmanın haklı gururunu yaşıyoruz." BOSSA, ekonomik performansının yanı sıra yeni ürünlerini tanıttığı Paris Denim by PV Fuarı'nda da tam not aldı. Şirket, fuarda; denimde 2014 ilkbahar yaz modasının ana çizgilerini taşıyan, yüksek esneklik kabiliyeti olan ve vücuda şekil veren kumaşları ile indigo gömlekliklerini, uluslararası şirket temsilcileri ve denimin uzmanlarının beğenisine sundu. BOSSA, Avrupa ve Amerika kıtasının ileri gelen en önemli diğer dört denim üreticisiyle birlikte oluşumuna önyak olduğu ve bu sebeple kendisi için ayrı bir anlam taşıyan Denim by PV Fuarı'na her yıl katılarak, dünya denim modasına katkıda bulunuyor. Firma, bu sezon fuarda 2014 ilkbahar-yaz denim modasına yön verecek kumaşlarını sunarken, Bossa standı da dünya deniminin en önemli aktörleri sayılan Adriano Goldschmied ve Francois Girbaud başta olmak üzere birçok denim duayeni tarafından ziyaret edildi.



ATHİB Kumaş Tasarım Yarışması'nda sona doğru



Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (ATHİB) tarafından, dokuma kumaş desen tasarımı ve ürün geliştirme

alanında, genç yetenekleri sektöre kazandırmak amacıyla ile bu yıl ilki gerçekleştirilen olan "Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması"nın

jüri değerlendirmeleri sona erdi. Özverili bir çalışmayla 65 tasarım arasından 13 tasarımı seçen jüri üyelerine teşekkür eden Jüri Başkanı ve Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Zeki Kıvanç, çok başarılı tasarımların önlerine geldiğini ve seçim yaparken tüm jüri üyelerinin çok zorlandığını ifade etti. Yarışmanın Ekonomi Bakanlığı ve Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin desteğiyle, öğrenci ve profesyonel olmak üzere iki ayrı kategoride düzenlendiğini belirten Kıvanç, "Her iki kategoride de kazanan tasarımcılara para ödülü, bunun yanı sıra tüm finalistlere de Paris Premiere Vision Tekstil fuarına katılma fırsatı sunulacak. Öğrenci kategorisinin özel ödülü ise, tasarım konusunda iki yıl yurt dışında eğitim imkânı olacak" dedi. Dereceye giren tasarımların açıklanacağı ve özel bir defile ile gerçekleşecek ödül töreni Şubat ayında Adana'da gerçekleştirilecek.

AKİB, 100 ihracat neferi yetiştirmeye hazırlanıyor

AKİB Akademi, Akdeniz İhracatçı Birlikleri'nin (AKİB) eğitim ve seminer gibi organizasyonları ile projelerinin karar alma ve yürütmesini üstlenecek çatı örgüt olarak 2011 yılında kuruldu. Akademi, ihracatı artırmak için çalışmalara başlayarak, Türkiye ihracatına yön verecek yeni ihracatçıların, en üst donanımla Türkiye'ye hizmet etmesini sağlamak amacıyla "İhracata Yönelik Girişimcilik Programı"nı başlattı. İlk 2012 Nisan ayı itibarıyla son bulan program sonucunda dört ilden toplam 90 kişi mezun oldu. Mezun kursiyerlerin yüzde 70'i kendi işlerini kurmayı başardı ya da dış ticaret alanında uzman olarak çalışma hayatına atıldı. AKİB Akademi ise Cumhuriyetin 100'üncü yılı olan 2023 için kendisine 500 milyar dolar ihracat hedefi koyan Türkiye'yi, bu hedefe ulaştıracak ihracat neferlerinin sayısının 50 binden 70 bine çıkarılmasına katkıda bulunmak amacıyla aynı programın ikincisi düzenlenmeye karar verdi.

100 İHRACAT NEFERİNE 324 SAAT EĞİTİM

İhracata yönelik girişimciliğin teşvik edilmesi amacıyla ile yürütülecek bu programla ilgili ayrıntılı bilgiler veren AKİB Koordinatör Başkanı Adnan Ersoy Ulubaş, "AKİB Akademi Girişimcilik programına katılacak 100 ihracat neferi adayımız, tamamı alanında uzman eğitimciler tarafından eğitim alacaklar. Geleceğin ihracatçıları; 120 saat Dış Ticaret, 60 saat Girişimcilik Eğitimi, 48 saat Mesleki İngilizce, 40 saat Kişisel Gelişim, 16 saat Word-Excell-Power Point Eğitimi ve 24 saat Proje Yazma eğitimi görecekle. Toplam 324 saatlik bu eğitim süreci sonunda ihracatçı adaylarına altı ayrı sertifika ve bir diploma verilecek. Verilecek diplomanın gelecekte tüm ihracatçı firmalarımız tarafından aranılacak bir yetkinlik belgesi olmasını hedefliyoruz" şeklinde açıklamada bulundu.

DÖRT İLDEN 25'ER KURSIYER

Mezuniyet sonrasında, kursiyerlerin tamamının Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) Girişimcilik hibe ve kredi desteğinden faydalanabileceklerini de kaydeden Adnan Ersoy Ulubaş, "Proje kapsamında Mersin, Adana, Kayseri ve Hatay için 25'er kursiyer alınacak. Kursiyerler sınav ve mülakat sonucu belirlenecek. Kursiyerler için, üniversitelerin dört yıllık eğitim veren lisans

bölmelerinden birinden mezun olması ve orta seviyede İngilizce biliyor olması şartı aranacak. Ayrıca kursiyerin herhangi bir sabıkasının ve yurtiçi ile yurtdışı seyahat engeli bulunması da aranan özellikler arasında. Son başvuru tarihi ise, 25 Ocak 2012 Cuma" şeklinde bilgiler verdi.

PROJE EKİBİ KURSIYERLERİ SEÇECEK

Kursa seçilecek öğrencilerin özgeçmiş değerlendirmesi proje ekibi tarafından yapılacak. Özgeçmişin değerlendirilmesi dışında başvuru sayısına göre 27-31 Ocak 2013 tarihleri arasında önceden ilan edilmek suretiyle herhangi bir zamanda içeriği Akdeniz İhracatçı Birlikleri tarafından oluşturulacak bir eleme sınavı ve mülakat da yapılacak. Bu iki aşamalı değerlendirme sonunda; AKİB Akademi tarafından belirlenen her ilden en başarılı 25 kişi, ücretsiz eğitim almaya hak kazanacak. İhracata Yönelik Girişimcilik Programı'nı bitiren kursiyerler, proje sürecince eğitimciler desteğinde hazırladıkları ihracat simülasyonu projelerini kamuoyuna ve konuyla ilgili kurum ile kuruluşlara sunma imkânı yakalayacak.



Yaş meyveciler Antakya'da toplandı

Türkiye Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Sektör Kurulu, 21 Aralık 2012 tarihinde Antakya'da toplandı. Türkiye Yaş Meyve Sebze İhracatçı Birlikleri Sektör Kurulu Başkanı Kemal Kaçmaz başkanlığında gerçekleştirilen toplantıya; Yaş Meyve Sebze İhracatçı Birlikleri Sektör Kurulu üye ve temsilcilerinin yanı sıra Akdeniz İhracatçı Birlikleri yönetim kurulu üyeleri ile Uludağ İhracatçı Birlikleri yönetim kurulu üyeleri katılım sağladı. Sektörün başlıca sorunları değerlendirildiği toplantıda, Romanya ihra-

catlarında yaşanan sıkıntıları muhataplarına aktarmak amaçlı Ekonomi Bakanlığı ve ihracatçı birlikleri temsilcilerinden oluşan heyetin ziyaretleri ve kazanımları hakkında bilgiler verildi. Ayrıca 18-23 Kasım 2012 tarihlerinde İspanya'nın Valencia şehrinde gerçekleştirilen 12'inci Uluslararası Narenciye Kongresi'nde, 2020 yılı Uluslararası Narenciye Kongresi'nin Mersin'de yapılacak olması sektör ile paylaşıldı ve bu noktada yapılması gerekenler üzerinde durularak katılımcılardan görüş alındı.

AKİB'DEN ROMANYA ÇIKARMASI

Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği tarafından 3 Aralık 2012 tarihinde Ekonomi Bakanlığı'na; Romanya'ya yapılan ihracatlarda sınır kapılarında 8-10 güne varan bekleme sürelerinin ürünler üzerinde bozulmasına sebep olduğu, bunun da ihracatçıları olumsuz etkileyerek Türkiye ihracatını zora soktuğu ifade eden bir yazı iletildi. Ekonomi Bakanlığı'ndan 7 Aralık 2012 tarihinde gelen cevapta: "Ülkemizden Romanya'ya ihraç edilen greyfurt partileri üzerinde mezkur ülke makamlarınca gerçekleştirilen kalıntı analizleri sonucunda, 120 ton greyfurt partisinde kabul edilebilir limitlerin üzerinde zirai kalıntıya rastlanması üzerine söz konusu ürünler imha edilmiş, Romanya Sıhhi Veterinerlik ve Gıda Güvenliği Kurumu tarafından yapılan açıklamada ise müteakip süreçte ülkemizden Romanya'ya ihraç edilecek ürün partilerinin daha sık ve detaylı şekilde tetkik edileceği hususu ifade edilmiştir. Bu çerçevede, ih-

racatçı birlikleri ile taze meyve ve sebze sektöründe faaliyet gösteren firmaların Bakanlığımıza vaki müracaatlarında, denetimlerin sıklaştırılmasının sınır kapılarında uzun bekleme sürelerine sebebiyet verdiği, bu itibarla çabuk bozulabilir evsafta bulunan taze meyve ve sebze ürünlerin nitelik kaybına yol açtığı bildirilmiştir. Bakanlığımız ilgili kamu kurumları ve ihracatçı birlikleri temsilcilerinden oluşacak bir heyetin, Romanya Sıhhi Veterinerlik ve Gıda Güvenliği Kurumu nezdinde temaslarda bulunmak üzere Romanya'ya bir ziyaret gerçekleştirmesinin faydalı olacağını belirtmiştir" şeklinde oldu. Bu bağlamda Ekonomi Bakanlığı'ndan ve Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'ndan üst düzey yetkililer ile Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Ali Kavak ve yönetim kurulu üyelerinden oluşan bir heyet, 10 Aralık 2012 tarihinde Romanya'ya çıkarma yaptı.

TARIM SEKTÖRÜ, FRESH TÜRKİYE İÇİN GÜN SAYIYOR

Coğrafi konumu ve pazar açısından büyük avantajlara sahip Türkiye, dünyada yetişen yaklaşık 140 meyve-sebze çeşidinden yarısından çoğunu üretiyor. Dünya yaş meyve ve sebze üretimi konusunda önemli potansiyeli içinde barındıran Türkiye, üretilen yerli çeşitlerin üçte ikisini ihraç ediyor. Türk sebze meyve sektörünü, yetişen ürünleri ve Türkiye'deki tarımsal üretim ve pazarlama süreçlerini sektör profesyonellerinin katılımıyla tanıtmayı amaçlayan Türkiye, 11-13 Ocak 2013 tarihleri arasında "Fresh Türkiye Yaş, Meyve, Sebze, Organik Ürünler, Depolama ve Lojistiği Fuarı" ile sektörün temsilcilerini bir araya getirecek. Bu yıl ikincisi düzenlenecek olan Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) tarafından desteklenen Fresh Türkiye Fuarı, Star Fuarçılık organizasyonunda İstanbul Fuar Merkezi'nde gerçekleşecek. Fuarın katılımcı profilini; yurtiçi ve yurtdışı pazarını hedefleyen yaş meyve üretici ve tedarikçileri, fide-fidan üreticileri, bitki besleyici üretici ve tedarikçileri, sera ve sulama sistemleri ile ekipmanları, organik ürün, kuru meyve, dondurulmuş sebze ve kuruyemiş üretici ve tedarikçileri oluşturacak. İhracatçıların ve üreticilerin yeni ürün ve hizmetlerini tanıtaçağı, yeni müşteriler ve tedarikçiler ile tanışma fırsatı bulacağı, yerli ve yabancı basının ilgi duyacağı Fresh Türkiye Fuarı'na ABD, Rusya, Ukrayna, Yunanistan, İtalya, Romanya, Bulgaristan, İran, Irak, Pakistan, Afrika ve Türkiye Cumhuriyetleri'nden yurtiçi ve yurtdışı ziyaretçi heyetlerinin gelmesi bekleniyor.



İhracatta tarihi başarı

Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan başkanlığında gerçekleşen 2012 yılı ihracat rakamları değerlendirmesi tüm ihracatçı birlik başkanlarının katılımıyla gerçekleşti. Türkiye'nin 2012 yılı toplam ihracatı 151 milyar 860 milyon dolarla yeni bir Cumhuriyet rekoruna imza attı.



Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM), 2012 ihracat rakamlarını Ankara'da açıkladı. Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan başkanlığında gerçekleşen toplantıda tüm ihracatçı birlik başkanları da hazır bulunurken, karşılıklı görüş alışverişini eşliğinde 2012 yılı ihracat değerlendirmesi de yapıldı. Türkiye'nin 2012 yılı toplam ihracatı 151 milyar 860 milyon dolarla yeni bir Cumhuriyet rekoruna imza attı. Yılın tamamında geçen yıla göre yüzde 12.57 artan ihracat aralık ayında, geçen yılın aynı ayına göre yüzde 1.38 düşüşle 11 milyar 877 milyon dolar oldu. TİM verilerine göre 2012 yılının sektörler bazında ihracat şampiyonu 19 milyar dolar ile otomotiv oldu. Otomotiv sektörünün ihracatı geçen yıla göre yüzde 5.5 azalmasına rağmen birinciliği kaybetmedi. Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) Başkanı Mehmet Büyükekşi'nin Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan ile birlikte Ankara'da düzenlediği basın toplantısıyla açıklanan rakamlara göre 2012 yılında 17.5 milyar dolar ihracat yapan kimyevi maddeler sektörü ikinci sırada yer alırken üçüncü sıraya ise 16.1 milyar dolarla hazır giyim ve konfeksiyon aldı. Yıllık bazda ihracatını en fazla artıran sektör yüzde

43 ile savunma ve havacılık sanayi oldu. Bu sektörü yüzde 42 artışla mücevher, yüzde 25 artışla tütün sektörü takip etti. 2012 yılında ülke bazında en fazla ihracat yaptığımız üç ülke Almanya, Irak ve İngiltere oldu. Bu üç ülkeyi sırasıyla, Rusya, İtalya, Fransa, ABD, Suudi Arabistan ve İspanya takip etti. İhracat rakamlarını değerlendiren Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan, Türkiye'nin, reel faizlerin negatife doğru gittiği, önemli bir dönemden geçildiğini belirterek, "AB, ABD ve birçok ülkenin bu konuda önemli çağrılar yapıyor. Türkiye ile daha yakın iş birliği yapmamız kendi menfaatimizdir diyorlar" ifadesinde bulundu. 2012 yılının 2011'den daha sıkıntılı bir yıl olduğunu belirten Bakan Çağlayan, "Euro Bölgesi'nde hâlâ krizin devam ediyor. ABD'de mali uçurumun hemen kenarından geçici bir şekilde döndü. Çin'in yeterince büyüyemediği ve bilhassa Ortadoğu'da ve Afrika'daki siyasi olumsuzluklar, 2012'ye damgasını vuran gelişmeler oldu" dedi. İhracat açısından çok başarılı bir yılın geride kaldığını ve bu gurur ile yeni bir yıla başladıklarını belirten TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, bu yıl 20'nci yılını kutlayacak TİM'in bu süreçte birçok başarıyı sigırdığını ifade etti. Büyü-

kekşi, şöyle devam etti: "2013 yılının tüm Türkiye'ye, tüm ihracat camiamıza ve tüm dünyaya hayırlı olmasını; sağlık, mutluluk ve barış getirmesini diliyorum. 2012 yılı Türkiye açısından başarılı geçti. Olması gereken oldu. Türkiye 9 ayda yüzde 2.6 büyüdü. İhracatımız ise 2012 yılında 151 milyar 860 milyona ulaştı. Bu rakam Cumhuriyet tarihinde yeni bir ihracat rekorudur. Ancak ihracatta rekorlar kendiliğinden kırılmaz. Yatırım yaptık, istihdam ürettik. Büyümeye net katkı verdik. Cari açıkla mücadelede en ön saflarda yer aldık. Ekonomideki kırılganlıklar ihracat sayesinde azaltıldı."

EN FAZLA İHRACAT YAPAN İL İSTANBUL

2012 yılında en fazla ihracat yapan il 61 milyar dolarla İstanbul oldu. İstanbul'u 13 milyar dolar ihracat ile Kocaeli, 11.9 milyar dolar ihracat gerçekleştiren Bursa takip etti. En fazla ihracat yapan ilk 10 ilimiz arasında ihracatını en fazla artıran ilimiz Gaziantep oldu. Gaziantep ihracatını geçtiğimiz yıla göre yüzde 19 artırdı. Gaziantep'i 10 ihracat artışı ile Ankara, yüzde 8 ile Adana, yüzde 5 ile İzmir, yüzde 4 ile Kocaeli, yüzde 3 ile İstanbul takip etti.

30 yıldır damdan inmedik!



www.ezinc.com.tr

 **ezinc**



Türkiye ekonomisinin lokomotif sektörlerinden biri olan kimya sektörü, ihracatını geçen yıla oranla artırmaya devam etti. Dünyada yaşanan krize rağmen ihracat hedefini büyüten sektör alternatif pazarlarla ülke ekonomisine katkı sağlıyor.

Kimyevi maddelerde yüzde 11 artış

Sanayileşmiş ülkelerin lokomotif sektörlerinden biri olan kimya sektörü, enerji, tarım, sağlık, ulaştırma, gıda, inşaat, elektronik, tekstil ve çevre koruma gibi birçok alana yüksek katma değerli ürünler sunuyor. Bu doğrultuda kimyevi maddeler ve mamulleri sektörü 2012 yılı ihracatı, 2011 yılına oranla yüzde 11 oranında bir artışla 17.5 milyar dolar olarak gerçekleşti. Türkiye geneli ihracattaki payı ise yüzde 11.5 oldu. Türkiye geneli ihracat rakamları incelendiğinde, 2012 yılı kimyevi maddeler sektörü ikinci sırada yer aldı. Türkiye'nin sektör ihracatı ülke bazında değerlendirildiğinde ise Mısır, Irak ve Birleşik Arap Emirlikleri ön sıralarda yer aldı. Sektör ihracatında önde gelen mal grupları ise; mineral yakıtlar, yağlar ve ürünleri, plastik ve mamulleri ile anorganik kimyasallar oldu. Akdeniz Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği 2012 yılı ihracatı ise 2011 yılına kıyasla yüzde 13 oranında bir artışla 5.9 milyar dolar olarak gerçekleşti. AKİB'in toplam ihracattaki payı ise yüzde 45 oldu. 2012 yılı AKİB sektörel ihracat rakamları incelendiğinde, kimyevi maddeler sektörü ilk sırada yer aldı. Akdeniz kimyevi maddeler ve mamulleri sektör ihracatı ülke bazında değerlendirildiğinde ise Mısır, Birleşik Arap Emirlikleri'nin yanında Türkiye genelinden farklı olarak Malta ön plana çıktı. Sektör ihracatında önde gelen mal grupları ise; Türkiye geneliyle paralellik

göstererek yine mineral yakıtlar, yağlar ve ürünleri, plastik ve mamulleri ile anorganik kimyasallar oldu. Akdeniz Kimyevi Maddeler ve Mamulleri Birliği'nin 2012 yılı Aralık ayı ihraç ettiği ülkelerde ilk üç sırayı Mısır, Malta ve Singapur aldı. Bu ülkeleri sırasıyla; Brezilya, Birleşik Arap Emirlikleri, KKTC, Belçika, Togo, Japonya ve Umman takip etti. Avrupa'daki ekonomik krize rağmen Türkiye'nin alternatif ülkelerle kendine yeni pazarlar yaratmayı başardığını belirten Akdeniz Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Ali Uğur Ateş, tekstil, hazır giyim ve otomotiv sektörü ihracatı bir önceki yıla oranla düşüş kaydederken, Türkiye kimya sektöründe yüzde 11 oranında artış yaşandığını ifade etti. Sektörün 2012 yılı ilk çeyreğinde 2011 yılının bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla, artan bir ivmeyle yüzde 27 artış oranına yükseldiğini kaydeden Ateş, daha sonra yaşanan küçük çaptaki duraklama ve düşüşten sonra sektörün tekrar toparlanarak aralık ayına kadar yüksek ivmesini muhafaza ettiğini söyledi. Türkiye kimya sektörünün Ürdün, Brezilya, Libya ve Togo gibi ülkelere ihracatta 2011 yılına kıyasla ciddi artışlar kaydedildiğini açıklayan Ateş, "Değişen dünya koşullarına ayak uyduran Türkiye, kimya sektörü yeni pazar arayışlarını başarıyla gerçekleştirdi ve belirlenen doğru stratejilerle ihracat artışına katkıda bulundu" dedi. Türkiye'nin AB'ye ihracatı 2012 yılında yüzde 7 gerilerken,



Akdeniz Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Ali Uğur Ateş

kimya sektörünün AB'ye ihracatını artıran üç sektörden biri olduğuna dikkat çeken Ateş, "2012 yılında yüzde 27 artan Afrika ihracatında da en çok artışı yakalayan sektör yine kimya sektörü oldu" dedi. 2013 yılı hedeflerine ilişkin bilgiler de veren Ateş, 2023 yılında 50 milyar dolar hedef belirleyen kimya sektörünün, bu sene 20 milyar dolar ihracatı hedeflediklerini belirtti. Ateş, son olarak, "Hedefe ulaşmak için birliğimiz üyelerinin ihracatını artırmaya yönelik fuar, seminer gibi etkinlikler düzenlemeye, üniversite-sanayi iş birliği sağlayacak projelerde yer almasına devam edecek" dedi.

Sıkıntılara karşı çelik gibi duruş

Çelik ve metaller sektör ihracatını artıran AKİB, 2012 yılının toplamında 1.7 milyar doları aşkın ihracata imza attı. Birlik, komşu ülkelerde yaşanan sıkıntılara rağmen Türkiye geneli çelik ihracatına verdiği katkısı artırıyor.

Türkiye 2012 yılında toplamda 151 milyar 860 milyon 846 bin dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Büyük bir başarıya imza atan Türkiye, geçen yıla kıyasla değerinde yüzde 12.57'lik ihracat artışı yakaladı. Türkiye demir ve demir dışı metaller sektörü de geçen yıla göre ihracatını 2012 yılında yüzde 1.34 oranında artırdı. Türkiye geneli gerçekleştirilen toplam ihracat içindeki payı yüzde 4.19 olan demir ve demir dışı metaller sektörü, 2011 yılında gerçekleştirdiği 6 milyar 283 milyon 177 bin dolarlık ihracatını 6 milyar 367 milyon 209 bin dolara çıkardı. İhracatta 2012 yılının Aralık ayında geçen yılın aynı ayına göre yüzde 1.41'lik artış kaydeden sektör, 538 milyon 13 bin dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) ise demir

ve demir dışı metal ürünleri ihracatını değerinde yüzde 9 oranında artırdı. Türkiye'nin komşu ülkelerinde yaşanan ekonomik ve siyasi krizlere rağmen demir ve demir dışı metal ürünleri ihracatını artıran birlik, 2011 yılında gerçekleştirdiği 331 milyon 100 bin dolarlık ihracatını, 2012 yılında 361 milyon 162 bin dolara yükseltti. 2012 yılının Aralık ayında demir ve demir dışı metal ürünleri ihracatında geçen yılın aynı ayına göre değerinde yüzde 4'lük artış kaydeden AKİB, 2012 yılının Aralık ayında Türkiye geneli gerçekleştirilen 538 milyon 13 bin dolarlık ihracatın 34 milyon 989 bin dolarını karşıladı. 2012 yılında Türkiye'nin gerçekleştirdiği yaklaşık 152 milyar dolarlık ihracatla Cumhuriyet tarihi rekoru kırdığını belirten Akdeniz Demir ve Demir Dışı Metaller

İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Adnan Ersoy Ulubaş, "Akdeniz ihracatçı Birlikleri üyesi ihracatçıları ise gerçekleştirdikleri 13 milyar dolar ihracatla bu başarıya ortak oldular. Türkiye ihracatının yaklaşık yüzde 10'unu karşılayan AKİB açısından, 2012 yılı gayet başarılı geçti" diye konuştu. 2012 yılına sektör olarak bakıldığında ise demir ve demir dışı metaller ve çelik ürünleri ihracatının Türkiye geneli ihracattan yüzde 15 oranında pay aldığını ifade eden Adnan Ersoy Ulubaş, "Bu sektörler birlikte değerlendirildiğinde demir ve demir dışı metaller ve çelik, ülkemizin en fazla ihracat gerçekleştirdiği sektördür. Türkiye'nin sanayileşme hamlesine çok büyük katkı sunan sektör, gelişen Türkiye'nin 2023 vizyonu çerçevesinde kendine yeni hedefler belirledi. Bu hedeflere ulaşma noktasında izlenecek yöntemleri Bilim, Sanayi



AKİB Koordinatör Başkanı Akdeniz Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği Başkanı Adnan Ersoy Ulubaş

ve Teknoloji Bakanı Nihat Ergün tarafından sunulan Strateji Belgesi'nde kamuoyu ile paylaştı. Strateji Belgesi, 2023 yılında dünyanın ilk 10 ekonomisi arasına girmek isteyen ve 500 milyar dolar ihracatı hedefleyen ülkemiz için çok önemli bir katkı sağlayacak" dedi. AKİB üyelerinin 2012 yılında gerçekleştirdikleri ihracatla Türkiye ekonomisine katkıda bulunduğunu belirten Adnan Ersoy Ulubaş şöyle devam etti: "Gerek Avrupa'da yaşanan ekonomik krize gerekse Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkelerinin içinde bulunduğu siyasal istikrarsızlığa rağmen halen yeni pazarlar peşinde koşan ve başarılarla imza atan ihracatçılarımızı tebrik ediyorum. 2013 yılında da gayretlerini devam ettirerek yeni başarılarla imza atacaklarına inanıyorum."

Yaş meyve sebze sınırlar genişleyecek

Türkiye yaş meyve sebze ihracatında yüzde 44 ile aslan payının sahibi AKİB, Suriye’de yaşanan sıkıntılardan dolayı Ortadoğu pazarının yanı sıra Uzak Doğu ülkelerine ihracatı da gündemine almış durumda.



İhracat değerini 2012 yılında 2 milyar 184 milyon dolara taşıyan Türkiye yaş meyve sebze sektörü küresel gelişmelere rağmen alternatif pazar arayışını bırakmıyor. Türkiye’nin dış ticaret performansı hem ihracat hem de ithalat anlamında Orta Vadeli Program’da öngörülenden daha üst düzeyde gerçekleşti. Ancak Avrupa’da yaşanan kriz, dünya genelinde gelişen ekonomilerdeki durgunluk, Ortadoğu ve Körfez ülkelerindeki sosyal-politik karışıklıkların ve tüm bunlara ek olarak iklimsel koşullardan kaynaklı üretim düşüşü yaş meyve sebze sektörü ihracatını da olumsuz yönde etkiledi. Bu duruma paralel Akdeniz Bölgesi yaş meyve-sebze ihracatçılarının ise 2012 yılı Aralık ayında en çok Rusya, Ukrayna ve Irak’a ihracat gerçekleştirdi. Bu ülkeleri sırasıyla; Suudi Arabistan, Romanya, Hollanda, Almanya, İngiltere, Bulgaristan ve Gürcistan takip etti. 2012 yılı yaş meyve ve sebze üretimi 46 milyon ton olurken bu rakamla Türkiye, sebze üretiminde dünyada 4’üncü, meyve üretiminde ise 6’ncı sıraya yükseldi. 2012 yılında Türkiye geneli yaş meyve sebze sektörü ihracatı 2 milyar 184 milyon dolar olarak gerçekleşti. Alt gruplar bazında incelendiğinde ise yaş meyvede 611.8 milyon dolar, narenciyede 914.1 milyon dolar, taze sebze de 645.6 milyon dolar ihracat rakamlarına ulaşıldı. Türkiye yaşa meyve sebze ihracatından aslan payına sahip Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği ise 2012 yılını 957.2 milyon dolar ihracatla kapattı. Sektörel bazda bir incelemeğe tabi tutulduğunda AKİB’in, en fazla ihracat gerçekleştiren birlik olduğu ve Türkiye geneli yaş meyve sebze ihracatının yüzde 44’ünü de karşıladığı görülüyor. Akdeniz



Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Başkanı Ali Kavak

Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Başkanı Ali Kavak, 2012 yılında yaşanan yüzde 6’lık düşüşün sebebini Ortadoğu’da yaşanan siyasi kriz ve AB ülkelerindeki ekonomik krizin sebep olduğunun altını çizdi. Kavak, “Ortadoğu’ya geçen transit yolun Suriye tarafından kapatılmış olması bizim ürünlerimizin bölge pazarlarına ulaşmasında birtakım zorlukları getirdi. Ro-Ro seferleri bizim beklentilerimizi ve ihtiyaçlarımızı karşılamadı maalesef. Çünkü maliyet açısından, maliyetlerimiz katlandığı gibi yaş meyve sebzenin raf ömrünün belirli bir süresi var. Ro-ro ile yapılan taşımacılıkta normal dört-beş gün içinde pazara ulaşan ürünlerimiz 20-25 günde ulaşmaya başladı. Çürümeye neden oldu. Dolayısıyla buradaki rekabet gücümüzde kaybetmiş olduk” şeklinde konuştu. Yaş meyve sebze başlıca rakiplerimiz olan İspanya,

İtalya ve Yunanistan’ın 2012 yılında fiyatları aşağıya çektiğini söyleyen Kavak, buna karşın Türkiye’de ise iklim şartlarından kaynaklı üretim düşüşünden dolayı iç pazarda fiyatların yükseldiğini anlattı. Bu durumun özellikle maliyet açısından İspanya, Yunanistan, Pakistan, Hırvatistan, Çin, Mısır gibi ülkelerle rekabet etmekte zorluk çekilmesine sebep olduğunu kaydeden Kavak, “Bu nedenlerden dolayı 2012 yılını eksi 6’da kapattık” dedi. Yaş meyve sebzenin raf ömrünün de göz önünde bulundurulması gerektiğinin altını çizen Kavak, özellikle ihracat pazarlarının komşu ve çevre ülkeler olması gerektiğini söyledi. Uzakdoğu ülkelerine de ihracat arayışları içinde olduklarını belirten Kavak, şöyle devam etti: “Japonya’ya narenciye ihracat etme çalışmalarımız var. Geçen sene bu çalışmayı başlattık. Tabii burada maliyetler çok yüksek; yol uzaklığı gibi sebeplerden ötürü arzu ettiğimiz başarıyı elde edemedik şu ana kadar. Ama ilerde ne olur bilemeyiz. Tabii ki arayışlar devam edecek. Ama genellikle sebze meyvede ülkeler daha çok kendi ülkelerine yakın mesafedeki ülkelere ilgi duyuyorlar.” Sektörün 2013 yılına dair beklentilerine de değinen Kavak, “Ülke olarak ekonomik başarılarımızda ihracatın payının yadsınamayacak ölçüde büyük olduğunun farkındayız. Bu sebeple ihracatçıları pazar paylarının yüksek olduğu coğrafyalarda yaşanan sıkıntılardan olumsuz etkilenmemek adını alternatif pazar arayışlarını sürdürüyor. 2012 yılında olduğu gibi 2013 yılında da ihracatın ülke ekonomisine katkısının devam edeceği beklentiler arasında. İhracatın büyümeye katkısının 2013 yılında iki puan düzeylerinde olacağı tahmin ediliyor” dedi.



Hububat bakliyat ihracatçısı engel tanımıyor

Dünyada ve Türkiye’de ağır geçen kış şartları ile kavurucu sıcaklıklara rağmen 2012 yılı ihracatını yüzde 2 artıran Akdeniz Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçı Birlikleri, düşük buğday rekoltesine rağmen geçen yılı artıda kapattı.

Türkiye, tarım sektörünün alt segmentlerinden biri olan hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri ihracatında geçen yıla kıyasla 2012 yılında yüzde 7.88 oranında artış yakaladı. Türkiye geneli toplam ihracatın yüzde 3.88’ini karşılayan hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektörü, ihracatını 5 milyar 457 milyon 379 bin dolardan, 5 milyar 887 milyon 660 bin dolara çıkardı. İhracatta 2012 yılının Aralık ayında geçen yılın aynı ayına göre yüzde 8.88’lik düşüş kaydeden sektör, 2012’nin Aralık ayında 519 milyon 365 bin dolar ihracat yapabildi. Akdeniz İhracatçı Birlikleri’nde (AKİB), sanayi sektöründen sonra en fazla ihracat gerçekleştiren sektör, tarım oldu. Bitkisel ürünler içinde yaş meyve ve sebze sektöründen sonra en fazla ürün ihraç eden hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektörü, ihracatını değerinde yüzde 2 oranında artırdı. Türkiye’nin komşu ülkelerinde yaşanan ekonomik ve siyasi krizlere rağmen 12 ayın sonunda hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri ihracatını artıran birlik, 2011 yılında gerçekleştirdiği 995 milyon 701 bin 250 dolarlık ihracatını, 2012 yılında 1 milyar 11 milyon 675 bin dolara yükseltmeyi başardı. 2012 yılının Aralık ayında hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri

ihracatında geçen yılın aynı dönemine göre değerinde yüzde 11’lik düşüş kaydeden AKİB, 2012 yılının Aralık ayında Türkiye geneli gerçekleştirilen 519 milyon 365 bin dolarlık ihracatın 86 milyon 221 bin dolarını karşıladı. Dünyada ve Türkiye’de ağır geçen kış şartlarının ve dünyayı kavuran sıcaklıkların, dünya buğday rekoltesini olumsuz etkilediğini belirten Akdeniz Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçı Birlikleri Başkanı Mahmut Arslan, buna rağmen hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri ihracatında geçen yıla göre yüzde 7.88 oranında artış kaydedildiğini açıkladı. Akdeniz İhracatçı Birlikleri’nin 2012 yılında hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamullerinde sırasıyla; Irak, Suriye, Libya, Sudan, Suudi Arabistan ve Almanya’ya ihracat gerçekleştirdiğini belirten Arslan, 2012 yılında 14 milyon 86 bin dolarla en çok ihracat yapılan ülkenin Irak olduğunu söyledi. Başkan Arslan Irak’ı 10 milyon 534 bin dolarla Suriye, 8 milyon 364 bin dolarla Libya ve 5 milyon 233 bin dolarla Sudan’ın takip ettiğini kaydetti. Suriye’de meydana gelen iç karışıklıklardan etkilenmemek için hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektörünün alternatif pazarlara yöneldiğini belirten Arslan, “Hem Avrupa ülkelerinde yaşanan ekonomik kriz hem de

Ortadoğu’da yaşanan siyasi krizden, yeni pazarlara ihracat gerçekleştirerek, ticaret heyetleri düzenleyerek etkilenmemeye çalıştık. Akdeniz ihracatçı birlikleri olarak hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamullerinde ihracatımızı değerinde yüzde 2 oranında artırdık. Önemli pazarlarımızdan olan Suriye’ye gerçekleşen ihracattaki düşüşe rağmen bu rakamı oldukça olumlu buluyoruz” dedi.



Akdeniz Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçı Birlikleri Başkanı Mahmut Arslan



Tekstil krize rağmen hedef yükseltti

Türkiye geneli tekstil sektörü, ABD'deki durgunluk ve AB ülkelerinde mali borç yükünden kaynaklanan ekonomik krizden etkilenmesine rağmen, ATHİB 2012 yılı tekstil ve hammaddeleri ihracatını değerinde yüzde 16 oranında artırdı. Birlik, 2013 yılında tekstil ihracatını 920 milyon dolar seviyesine çıkarmayı hedefliyor.

Türkiye geneli gerçekleştirilen toplam ihracat içindeki payı yüzde 5.17 olan tekstil ve hammaddeleri sektörü, 2011 yılında gerçekleştirdiği 7 milyar 944 milyon 933 bin dolarlık ihracatın ardından geçen yılı küçük çaplı bir gerilemeyle 1.2'lik düşüşle kapattı. İhracatta 2012 yılının Aralık ayında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 3.76'lık düşüş kaydeden sektör, 626 milyon 129 bin dolarlık ihracat yapabildi. 2012 yılında tekstil ve hammaddeleri, ihracatını değerinde yüzde 16 oranında artıran Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) ise Türkiye geneli tekstil ve hammaddeleri ihracat performansının aksine bir seyir takip etti. Avrupa ülkelerindeki ekonomik krize ve Ortadoğu'daki siyasi karışıklıklara rağmen, tekstil ve hammaddeleri ihracatını artıran birlik, 2011 yılında gerçekleştirdiği 717 milyon 666 bin dolarlık ihracatını, 2012 yılında 832 milyon 101 bin dolara yükseltti. 2012 yılının Aralık ayında tekstil ve hammaddeleri ürünleri ihracatında geçen yılın aynı ayına göre değerinde yüzde 3'lük düşüş kaydeden AKİB, 2012 yılının aynı döneminde Türkiye geneli gerçekleştirilen 626 milyon 129 bin dolarlık ihracatın yaklaşık 65 milyon 680

bin dolarını karşıladı. 2012 yılında yaşanan krizlerin Türkiye'yi olumsuz etkilediğini belirten Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (ATHİB) Yönetim Kurulu Başkanı Zeki Kıvanç, "2012 yılı AB ülkelerinde mali borç yükünden kaynaklanan ekonomik darboğaz ve bunun sonucunda ardı ardına alınan sert ekonomi politikası kararları ile ABD ekonomisinde yaşanan durgunluk tüm sektörlerde olduğu gibi Türkiye geneli tekstil sektörü ihracatımızı da olumsuz yönde etkiledi" dedi. Avrupa Birliği ve ABD'de yaşanan ekonomik gelişmelerin 2013 yılı ihracat performansını etkileyeceğini belirten Kıvanç, yeni pazarlara açılma hevesi ile tekstil sektörünün ihracatını artırdığını ve ATHİB'in ihracatta 920 milyon dolar seviyesine ulaşmayı hedeflediğini söyledi. Türkiye genelinde tekstil sektöründe en fazla ihracat yapılan ilk üç ülkenin; Rusya, İtalya ve Almanya olduğunu ifade eden Kıvanç, en fazla ihracatı yapılan ürünlerin sırasıyla dokuma kumaşlar, örme kumaşlar ve suni-sentetik ipliklerden oluştuğunu kaydetti. ATHİB'in 2012 yılında ihracatının 2011 yılına kıyasla yüzde 16 oranında artış gösterdiğini vurgulayan Kıvanç, "Bu performansıyla

ATHİB, Türkiye genelinde tekstil sektörü ihracatında 2012 yılında yaşanan düşüşün frenleyicisi oldu. ATHİB'in ihracatına baktığımızda ihracatımızın İtalya, Portekiz ve İspanya'ya arttığı görüldü" diye konuştu.



Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Zeki Kıvanç

Ağaç-ormandan alternatif pazarlar atağı



Ortadoğu'da yaşanan krizin etkilerini alternatif pazarlara yönelerek aşan Akdeniz İhracatçı Birlikleri, 2012 yılında ağaç ve orman ürünleri ihracatını geçen yıla göre yüzde 19 oranında artırdı. Birlik, geride kalan yılı toplamda 500 milyon 868 bin dolarla kapattı.

Türkiye ağaç mamulleri ve orman ürünleri sektörü, geçen yıla göre ihracatını 2012 yılında yüzde 14.2 oranında artırdı. Türkiye geneli gerçekleştirilen toplam ihracat içindeki payı yüzde 2.55 olan ağaç mamulleri ve orman ürünleri sektörü, 2011 yılında gerçekleştirdiği 3 milyar 390 milyon 418 bin dolarlık ihracatını 3 milyar 865 milyon 766 bin dolara çıkardı. İhracatta 2012 yılının Aralık ayında geçen yılın aynı ayına göre yüzde 8'lik artış kaydeden sektör, 361 milyon 364 bin dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) ise ağaç mamulleri ve orman ürünleri ihracatını değerinde yüzde 19 oranında artırdı. Türkiye'nin komşu ülkelerinde yaşanan ekonomik ve siyasi krizlere rağmen ağaç mamulleri ve orman ürünleri ihracatını artıran birlik, 2011 yılında gerçekleştirdiği 421 milyon 484 bin dolarlık ihracatını, 2012 yılında 500 milyon 868 bin dolara yükseltti. 2012 yılının Aralık ayında ağaç mamulleri ve orman ürünleri ihracatında geçen yılın aynı ayına göre değerinde yüzde 37'lik artış kaydeden AKİB, 2012 yılının Aralık ayında Türkiye geneli gerçekleştirilen 361 milyon 364 bin dolarlık ihracatın 54 milyon 424 bin dolarını karşıladı. Türkiye'nin toplamda 151 milyar 860 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdiğini belirten, Akdeniz Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Bülent Ay-

men, "Hem Orta Vadeli Programda koyduğumuz hedefi geçtik hem de 2023 yılı 500 milyar dolar ihracatında 2012 yılında 150 milyar dolar olarak belirlediğimiz hedefi geçerek yaklaşık yüzde 13'lük bir ihracat artışı elde ettik" dedi. Komşu ülkelerde yaşanan ekonomik ve siyasi karışıklıkların Türkiye'nin ekonomisini olumsuz etkilediğini söyleyen Aymen, Türk ihracatçısının alternatif pazarlara yönelerek ihracattaki bu açığı kapatmaya çalıştığını açıkladı. 2012 yılında ise AKİB'in 13 milyar 89 milyon dolarlık ihracatta yüzde 4'lük bir artış gerçekleştirdiğini kaydeden Bülent Aymen, "Türkiye'nin özellikle doğudaki komşularıyla yaşadığı krizlerden en fazla etkilenen birlik AKİB oldu. Maalesef bütün bu ülkelerde kriz söz konusu iken AKİB'in yüzde 4'lük bir artış gerçekleşmesi çok sevindirici. Her ne kadar Avrupa ve Ortadoğu'da kriz olsa da sektörel anlamda ortada olumsuz bir tablo yok. Bu yüzden biz AKİB olarak hedefimizi yakaladığımızı düşünüyoruz. 2023 yılında da AKİB'in belirlediği 50 milyar dolarlık ihracat hedefine ulaşacağız" diye konuştu. Ağaç mamulleri ve orman ürünleri sektöründe AKİB'in bir önceki seneye göre mobilya ihracatında yüzde 18.4 artış yakaladığını vurgulayan Aymen, kağıt karton ihracatında ise yüzde 17 artış gerçekleştirdiğini belirtti. Suriye'ye olan ihracatın azalmasına rağmen Avrupa ülkelerine ihracatın arttığını belirten Ay-



Akdeniz Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Bülent Aymen

men, "Afrika ülkelerine yönelmemiz ihracatta artış gerçekleştirdi. Bu ihracat artışını desteklemek ve 2023 yılında koyduğumuz 20 milyar dolarlık ihracat hedefine ulaşmak için Mobilya Ar-Ge Proje Pazarı'nı başlattık. Bu proje ile her sene ihracatımızda minimum yüzde 15'lik artış hedefliyoruz. Bu sayede de 2023 hedefini gerçekleştireceğiz ve sektördeki istihdamı artıracaktır" dedi.



Hayvansal ürünlerin gözü yeni pazarlarda



Akdeniz Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği Başkanı Ali Can Yamanyılmaz

Su ürünleri ve hayvansal mamulleri ihracatını 2012 yılında 17.33 artıran AKİB, 2013 yılını garantiye almanın yollarını arıyor. Birlik, Suriye’de yaşanan sıkıntıların ardından Irak pazarına alternatif olması açısından Polonya, Ukrayna, Mısır, Suudi Arabistan ve Libya’ya yönelmiş durumda.

İhracat potansiyelini 2012 yılında da artırmayı başaran su ürünleri ve hayvansal mamulleri sektörü, altı alt grubu ile ülke ekonomisine katkı sağlıyor. Sektörün ihracat liderliğini, hayvansal ürünler alt grubu elinde tutuyor. Bu grubu az bir farkla balık ve su ürünleri izliyor. Süt ve süt ürünlerinde dünyada 15’inci büyük üretici olmakla beraber kültür balığı üretiminde Avrupa’nın gözde ülkelerinden biri olan Türkiye, aynı zamanda kanatlı grubu üretiminde de bir yükselişe sahip. Süt ve süt ürünleri, balık ve kanatlı hayvan etlerinin yanı sıra Türk yumurtası da küresel piyasada yoğun talep gören ürünler arasında yerini alıyor. Akdeniz Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği’nin 2011

yılı ihracatı 1 milyar 418 milyon dolar iken 2012 yılında yüzde 17.33’lük artışla 1 milyar 664 milyon dolara ulaştı. Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) ise 2012 yılında daha iyi bir performans gerçekleştirerek 2011 yılı 191.5 milyon dolar olan ihracatını, 2012 yılında yüzde 33 artırarak 255 milyon dolara yükseldi. Türkiye geneli su ürünleri ve hayvansal mamulleri ihracatına bakıldığında özellikle kümes hayvanları etleri ve yumurtaları ihracatı 880 milyon dolar olarak gerçekleşti. Akdeniz Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği Başkanı Ali Can Yamanyılmaz, birliğinin toplam ihracatının yüzde 70’inin kümes hayvanları etleri ve yumurtaların oluşturduğunu belirtti. Su ürünleri ve hayvansal

mamulleri sektörünün, 2012 yılında oldukça olumlu geçtiğini söyleyen Yamanyılmaz, “Su ürünleri ve hayvansal mamulleri birliğimizin ihracatı 2012 yılında yüzde 17.33’lük artışla 1 milyar 664 milyon dolara ulaştı. Türkiye’nin potansiyeli düşünüldüğünde ihracatımızın bu rakamların çok üstüne çıkabilme imkânına sahip olduğuna inanıyorum” dedi. 2012 yılında Ortadoğu’da yaşanan siyasi karışıklıkların bölge ekonomisini derinden etkilediğine değinen Yamanyılmaz, bilhassa Suriye ile yaşanan sorunların ülke ihracatına büyük darbe vurduğunu söyledi. Yamanyılmaz, Suriye’de yaşanan sorunların aynı zamanda transit taşımacılığa negatif etkisinden dolayı da çevre ülkelere olan ihracatta büyük kayıplara yol açtığını kaydetti. Irak’a yönelen ihracatın uzun vadede önemli riskler barındırmaya başladığının bilgisini veren Yamanyılmaz, “2012 yılı itibarıyla birliğimizin toplam 255 milyon dolarlık ihracatının yüzde 63’ü Irak’a gerçekleşti. Bu süreçte kabul edersiniz ki Irak’a ihracatta karşılaşılabilecek en ufak bir sorunda sektörün dengeleri alt üst olabilir. Tabii bu sürecin bilincinde olan yönetim kurulumuz önümüzdeki dönem yeni pazar arayışlarına hız vermeye devam edecek” ifadesinde bulundu. Son olarak 2013 yılı ihracat hedefine ilişkin de bilgi veren Yamanyılmaz, “Türkiye’nin 2023 yılı ihracat hedefi 500 milyar dolar. Bu rakamı belirleyen Ekonomi Bakanlığı bu süreçteki yol haritasını zaten belirlemiş durumda. 2013 yılı ile ilgili olarak özellikle Ekonomi Bakanlığı’nın hedef ülke belirlediği Polonya, Ukrayna, Mısır, Suudi Arabistan ve Libya gibi ülkelere odaklanmayı düşünüyoruz” şeklinde konuştu.

Hazır giyimciler hedef yükseltti



Dünyada yaşanan ekonomik krize paralel ihracatında gerileme yaşayan hazır giyim ihracatçıları, yaşanan olumsuzluklara rağmen birlik düzeyinde hedef yükseltti. Türkiye geneli hazır giyim sektörünün 2013 ihracat hedefi ise 17 milyar dolar.

Hazır giyim ve konfeksiyon sektörü 2011 yılında, Türkiye genelinde 16.4 milyar doları ihracat gerçekleştirirken, 2012 yılında da 16.1 milyar dolar ihracat rakamına ulaştı. Ülke genelindeki toplam ihracattaki payı ise yüzde 12'den, yüzde 10.6'ya geriledi. Türkiye'nin ihracatı 2012 yılında bir önceki yıla göre yüzde 12.57 artarken, hazır giyim sektörü ise aynı artışı yakalayamadı. Bunun başlıca nedeni, sektörün en büyük pazarı olan Avrupa Birliği ülkelerindeki kriz ve daralmadan kaynaklandı. Akdeniz Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkanı Hayri Uğur, yaşanan bu gerilemenin Euro/dolar paritesinden kaynaklandığını açıkladı. 2011 yılında 1.40'lardan paritenin, 2012 yılında 1.25-1.30 bandında kalmasının sektörü olumsuz yönde etkilediğini belirten Uğur, "İhracatın çoğunluğunu Euro ile yapan sektörümüz için dolar ile takip edilen toplam ihracat rakamına olumsuz katkı yaptı" dedi. Türkiye hazır giyim

ve konfeksiyon ihracatında yaşanan gerilemenin aksine özellikle 2012'nin son üç ayında yüzde 30 civarında ihracat artışı sağlayarak, yılı toplamda yüzde 4'lük artış ile tamamladıklarını kaydeden Uğur, Akdeniz Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği olarak ihracatlarını 220 milyon dolardan, 229 milyon dolara yükselttiklerini kaydetti. 2012 yılında dünyadaki koşulların genel olarak hazır giyim ve konfeksiyon sektörünü olumsuz etkilediğini söyleyen Uğur, şöyle devam etti: "Bölgemizdeki ihracat artışı ile Türkiye genelindeki hafif düşüşten olumlu olarak ayrıştı; ancak bu yeterli olmadı. Bölgemizin rekabet koşulları daha da iyileştiği takdirde ihracatımız artarak devam edecek. İhracat artışı sağlamak için ihracatımızı Avrupa dışındaki ülkelere yöneltmeli, pazar çeşitlendirmesi yapmalıyız. Aralık ayında ihracat yaptığımız ilk üç ülke sırasıyla; İspanya, Almanya ve İngiltere oldu. Özellikle Ortadoğu ve Afrika ülkeleri hedef



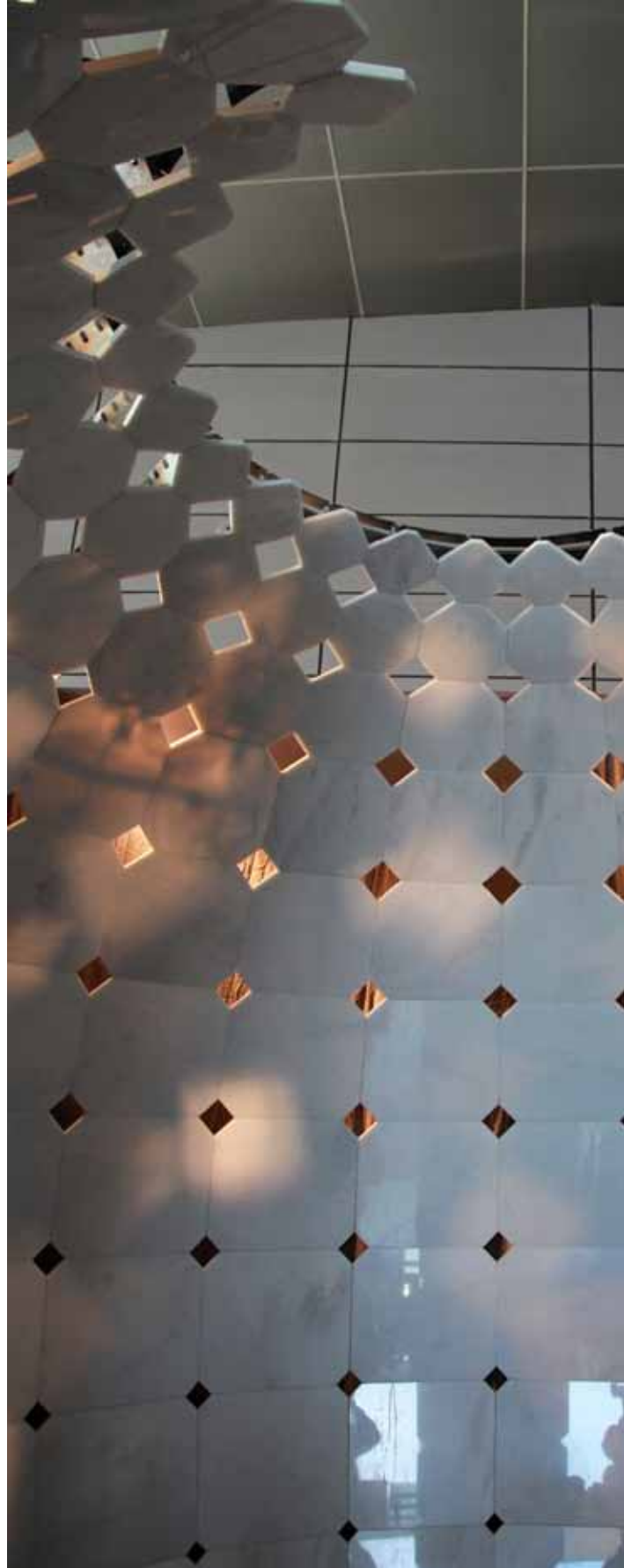
Akdeniz Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkanı Hayri Uğur

ülkeler olmalıdır." Son olarak sektörün 2013 yılı hedefine de değinen Hayri Uğur, "Türkiye genelinde 2013 yılı ihracat hedefimiz 160 milyar dolar olarak açıklandı. Bu da yıllık yüzde 5'lik bir artış anlamına geliyor. Sektörümüzün ihracat hedefi, 17 milyar dolar. Bu rakam ulaşılabilir ve gerçekçi bir hedef. Avrupa'daki krizin yavaşlaması, azalması ve iyi yönetilmesi ile bu rakamın da üstüne çıkacağız diye düşünüyorum. Akdeniz Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği olarak ise hedefimiz en az yüzde 10'dur. Biz bu rakamın üstünde bir ihracat yaparsak da sürpriz olmayacak" ifadesinde bulundu.

Atılan stratejik adımlar doğal taş ihracatını artırıyor

Jeolojik yapısı ve sahip olduğu rezerv miktarı bakımından dünyanın önemli oyuncularından biri olan Türkiye doğal taş sektörü, ihracatta yönünü Çin ve Hindistan gibi Uzakdoğu ülkelerine çevirdi. Üretimini yaklaşık yüzde 40'ını ihraç eden sektör, 2012 yılında yaklaşık 2 milyar dolara yakın ihracat gerçekleştirdi.

Türk doğal taş sektörü; çeşit ve rezerv zenginliği, sektör deneyimi, ham madde bolluğu, deniz ulaşımında nakliye kolaylığı, dinamik sektör yapısı, kullanılan yeni teknolojiler ve geniş renk skalası ile dünya doğal taş piyasasında önemli bir yere sahip bulunuyor. Dünyanın en zengin mermer yataklarına sahip Türkiye, yaklaşık dünya mermer rezervlerinin yüzde 33'ünü içinde barındırıyor. Dünya pazarlarında beğeni kazanabilecek nitelikte doğal taş çeşidine sahip olan Türkiye'de, rezervler Anadolu ve Trakya boyunca geniş bir bölgede yer alıyor. İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi'nden (İGEME) alınan verilere göre, rezervlerin yüzde 32'si Ege Bölgesi'nde, yüzde 26'sı Marmara Bölgesi'nde, yüzde 11'i İç Anadolu Bölgesi'nde ve yüzde 31'i de Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri ile Karadeniz ve Akdeniz Bölgeleri'nde yer alıyor. Türkiye'de 80'nin üzerinde değişik yapıda, 120'nin üzerinde değişik renk ve desende mermer rezervi çıkarılıyor. Sektör; yüksek ihracat potansiyeli, iç piyasa tüketimi, doğal taş makineleri üretimi ve ihracatı ile Türkiye ekonomisine önemli bir katkı sağlıyor. Önceleri estetik ve dayanıklılığı sebebiyle sanatsal alanlarda kullanılan mermer, bugün daha çok inşaat sektöründe, dekorasyon, heykeltçilik, süs eşyalarının yapımı ve mezarlıklarda kullanılıyor. Bloktan üretilen plakaların; binaların iç ve dış kaplamasında, taban döşemesinde, merdiven basamaklarında, şömine, mutfak ve banyolarda, taşıyıcı sütunlarda kullanıldığı görülüyor. İç dekorasyonda masa, sehpa, biblo, avize, kül tablası gibi ürünlerin yapımında önemli miktarlarda özellikle damarlı mermer, renkli mermer, oniks mermeri ve yeşil somaki tüketiliyor. Sanat malzemesi olarak anıtlar ve heykellerde ise en değerli mermer türü olan arı beyaz renkli ve düzenli tane yapıları mermer kullanılıyor. Son dönemde mermer üretiminde, klasik mermer üretim yöntemlerinin değişmeye başlaması, nitelikli iş gücü ve ileri teknolojiye dayanan modern üretim yöntemlerinin daha çok kullanılmaya başlanması, büyük firmaların yapmış oldukları yatırımlarla birlikte bütünleşmiş üretim yapan tesislerin de devreye girmesiyle, işlenmiş mermer





retiminde büyük artış kaydedildiği görülüyor. Türkiye’de uygulanmaya başlanan modern ocak üretim yöntemleri ve son teknikler sayesinde rekabetin çok yoğun olduğu dünya doğal taş pazarına uygun üretim ve pazarlama yapabilecek ürünler hazırlayan tesis sayısı arttı ve Türkiye, dünya doğal taş üretiminde lider 10 büyük üreticiden biri konumuna yükseldi. Mermer sektörüne yapılan yatırım sayısının artması sonucu ihracat potansiyelinde de artış görülüyor. Ekonomi Bakanlığı 2012 yılı doğal taş sektör raporuna göre; mermer ihracatı her yıl bir önceki yıla göre artarak devam etti ve 2011 yılında doğal taş ihracatı bir önceki yıla göre yüzde 6.6 artarak 1.7 milyar dolar olarak gerçekleşti. Türkiye, 2011 yılında doğal taş ihracatında en önemli katma değeri yüzde 49’luk pay ile işlenmiş mermer ve traverten-den sağladı. Doğal taş ihracatının 814 milyon dolarını işlenmiş mermer, 688 milyon dolarını blok mermer, 161 milyon dolarını ise granit ve diğer sert taşlar karşıladı. İşlenmiş mermer ihracatında en önemli pazar ABD oldu. ABD’yi sırasıyla yüzde 9’luk payla Irak, yüzde 7’lik payla Suudi Arabistan takip etti.

DÜNYACA ÜNLÜ ESERLERDE TÜRK DOĞAL TAŞLARI KULLANILYOR

Türkiye mermer üretimi hakkında değerlendirmede bulunan İstanbul Maden İhracatçıları Birliği (İMİB) Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Özer, Türkiye’nin sahip olduğu zengin doğal taş rezervleri ile dünyada bu sektörde öne çıkan ülkelerden biri olduğunu söyledi. Türk doğal taşlarının, Beyaz Saray’dan birçok ünlü otel ve hatta Kâbe’ye kadar sayısız büyük eser ve projede kullanıldığını vurgulayan Mehmet Özer, “Türk üreticiler pazarlamaya biraz daha ağırlık verdikleri takdirde Türk mermerinin dünyada aranan bir marka olmaması için hiçbir sebep yok. Sektörün gelişim çizgisi düşünüldüğünde, Türk mermerinin dünyada markalaşma yolunda emin adımlarla ilerlediğini söyleyebilirim” dedi. Doğal taş sektörünün toplam maden ihracatı içinde yüzde 46’lık bir paya sahip olduğunu belirten Özer, doğal taş ihracatında 2012 yılındaki 1.9 milyar dolarlık ihracat değeri ile Türkiye’nin Çin ve İtalya’nın ardından üçüncü sırada yer aldığını ifade etti. Türkiye’nin granit rezerv ve çeşitliliğinin sınırlı olması ve ihracatın tamamına yakınının mermer ve traverten ürünlerinden oluşması nedeniyle toplam doğal taş ihracatında Türkiye’nin üçüncü sırada bulunduğunu kaydeden Özer, “Granit ihracatı kapsam dışında tutulup sadece

mermer ve traverten ihracatımız baz alındığında dünya mermer ve traverten ihracatında ülkemiz birinci sırada. Gelişmiş ülkelere baktığımızda madencilik sektörünün bu ülkelerin ekonomisinde önemli bir yer tuttuğunu görüyoruz. Bu nedenle katma değeri son derece yüksek olan doğal taş sektörünün gelişmesi ve ihracatını artırması ülke ekonomisinin refahı için büyük önem taşıyor” açıklamasını yaptı.

DÜZENLENEN FUARLAR İLE TÜRK DOĞAL TAŞLARI TANITILYOR

Türkiye’nin mermer ürünleri sektöründe uluslararası arenada bir adım daha öne çıkması için tasarım odaklı çalışmalara ağırlık vermesi gerektiğini belirten Mehmet Özer, Türkiye’nin sahip olduğu mermer çeşitliliğini, desen ve renk alternatiflerini tasarımla birleştirirse dünya pazarında rekabetsiz bir konuma ulaşacağını ifade etti. Özer, şöyle devam etti: “İstanbul Maden İhracatçıları Birliği olarak Türk mermerlerinin tüm dünyada marka olarak algılanması için dünyanın en önemli doğal taş fuarlarına katılım sağlıyoruz. Sektörümüz için büyük önem taşıyan İtalya’nın Verona şehrinde düzenlenen Marmomacc Fuarı ve ABD’de düzenlenen Coverings Fuarı’nın mili katılım organizasyonu birliğimiz tarafından organize ediliyor. Yine Hindistan’da düzenlenen India Stone Mart Fuarı’nda da birlik olarak yer alarak ülkemiz için önemli bir pazar olan bu ülkedeki mimar ve proje sahiplerine Türk doğal taşlarını tanıtıyoruz. Birlik olarak fuarlara katılımın yanı sıra tasarım alanında da Türkiye’nin adından söz ettirebilmek için tasarımla ilgili önemli etkinliklerde yer alıyoruz. Bu kapsamda 2012 yılında Milano Tasarım Haftası’nda dünyaca



İstanbul Maden İhracatçıları Birliği (İMİB) Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Özer



Doğal taş sektörü 2013 yılında ABD, Hindistan, Suudi Arabistan, Irak, Rusya Federasyonu, BAE, Katar ve Brezilya gibi ülkelere ihracatını artırmayı hedefliyor.

ünlü dokuz tasarımcının Anadolu mermerine yeni bir form kazandırdıkları "Thus Spoke the Marble: The Journey Alters You" (Ve mermer dedi ki: Yol seni değiştirir) adlı sergiyi gerçekleştirdik. "Thus Spoke the Marble: The Journey Alters You" adlı sergide, dünyaca ünlü Türk tasarımcılar; Emre Arolat, Can Yalman, Ayşe Birsal (Birsal + Seck) ve serginin küratörlüğünü de üstlenen Demirden Design'ın tasarımlarının yanı sıra İspanyol ikili El Ultimo Grito, Richard Hutten, Werner Aisslinger, Alfredo Häberli ve James Irvine de eserleriyle yer aldı. 'Yolculuk' temalı serginin ikincisi Milano'dan sonra 6-8 Aralık 2012'de İnovasyon Haftası kapsamında İstanbul'da gerçekleşti. İMİB olarak bu yıl da Milano Tasarım Haftası'nda yepyeni eserlerle yer almayı hedefliyoruz. Ayrıca birlik olarak düzenlediğimiz tasarım yarışmalarıyla da Türkiye'de doğal taş sektöründe tasarımın önemini vurguluyoruz."

MERMER VE DOĞAL TAŞ İHRACATI 2012'DE DE TIRMANIŞTA

Doğal taş ihracatının önümüzdeki yıllarda artış trendini sürdüreceğini belirten Mehmet Özer, Türkiye'nin doğal taş alanında sahip olduğu zengin kaynakları, doğru stratejik adımlarla dünya pazarlarına ulaştırabildiği takdirde, sektörün ihracatının önümüzdeki yıllarda daha da artacağını söyledi. Sektörün gelişimi için çeşitli teşvik, destek ve düzenlemelere de ihtiyaç olduğunu vurgulayan Özer, "Özellikle sektörümüzün hedef pazarlarını çeşitlendirmeye odaklandık. 2013 yılında sektörümüzün ihracatını artırmayı hedeflediği pazarlar arasında; ABD, Hindistan, Suudi Arabistan, Irak, Rusya Federasyonu, BAE, Katar ve Brezilya yer alıyor. Çin ve Amerika da ihracat gerçekleştir-

diğimiz ülkeler arasında ilk sırada yer almaya devam edecek. Bu noktada bu ülkelerdeki gelişmeleri de yakından takip ediyoruz" dedi. Avrupa Birliği'nde yaşanan ekonomik krizin mermer sektöründe herhangi bir küçülmeye yol açmadığını ifade eden Özer, Türkiye mermer ve doğa ltaş ihracatı grafiğindeki yukarı tırmanışın 2012 yılında da devam ettiğini dile getirdi. Doğal taş sektörünün 170 farklı ülkeye ihracat gerçekleştirerek Türkiye ekonomisi için katma değer yaratmaya 2012 yılında da devam ettiğini yineleyen Özer, "2012 yılında doğal taş ihracatımız yüzde 13.6 oranında artarak 1.9 milyar dolar olarak gerçekleşti. Çin, ABD, Irak, Suudi Arabistan ve Hindistan en çok doğal taş ihraç ettiğimiz ülkeler oldu. Gerek ihracat rakamları gerekse en çok ihracat yaptığımız pazarlar da gösteriyor ki sektörümüzün izlediği ihracat stratejisi 2012 yılında başarılıydı. Sektörümüzün tanıtımı için katıldığımız fuarlar ve düzenlediğimiz ticaret

heyetleri de bu noktada büyük önem taşıyor" dedi. Mermer ve doğal taş üreticisi firmalarının yatırım yapması gereken en önemli konuların başında Ar-Ge ve inovasyon çalışmalarının geldiğini vurgulayan Özer, bu alana yatırım yapılırsa doğal taş ihracatında daha fazla katma değer alınacağını kaydetti.

YAKLAŞIK 2 MİLYAR DOLARLIK MERMER İHRACATI

Mermer üretimi niteliği ve ihracatı ile ilgili açıklamalarda bulunan Türkiye Mermer Doğal Taş ve Makinaları Üreticileri Birliği (TÜMMER) Yönetim Kurulu Başkanı Selahattin Onur, sektör temsilcilerinin ve makine üreticilerinin birçok konuda fedakârlıklar göstererek mermer ve doğal taş sektörünü başarıya taşıdığını belirtti. Türkiye'de 20 civarında mermer blok üretiminin yapıldığı havzanın bulunduğunu açıklayan Onur, "Bu havzalarda blok üretiminin gerçekleştirildiği; bin 500 adet mermer ocağı, 30 ile bin arasında kişinin çalıştığı değişik büyüklüklerde bin 800 fabrika ile ülke coğrafyasına dağılmış durumda yaklaşık olarak 7 bin 500 adet atölye büyüklüğünde işletme mevcut. Türkiye'de değişik cins ve desende 500 çeşit mermer ve doğal taş bulunuyor" dedi. 1957 yılında bin 186 dolar olan mermer ihracatının, 1996'da 94 milyon dolar, 2012 yılında ise 1 milyar 903 milyon dolara yükseldiğini kaydeden Onur, üretimin yaklaşık yüzde 40'ının ihraç edildiğini yüzde 60'ının ise iç piyasada tüketildiğini söyledi. Bu değerlendirmeye göre sektörün 2012 yılı içinde toplam üretim değerinin 4.5 milyar dolar olarak hesap edildiğini ifade eden Onur, "2009 yılı verilerine göre; dünyada ilk 10 ülke toplam üretim ve değerini yüzde 94'ünü paylaşıyor. Paylaşma kelimesini kullanmış olduğumuz için bu konu



Türkiye Mermer Doğal Taş ve Makinaları Üreticileri Birliği (TÜMMER) Yönetim Kurulu Başkanı Selahattin Onur



Yarım Asırlık Tecrübe

Sivil Patlayıcı & Havai Fişek



Sivil Patlayıcıda Uzman Kuruluş



Üretim - Mühendislik hizmetleri - Patern dizayn - Delme - Patlatma



Gösteriyi Sanata Dönüştüren Anlayış
SAHNEMİZ GÖZKYÜZÜ

Sivil Patlayıcı Üretim, Pazarlama, Satış, Mühendislik ve Uygulamalı Patlatma Hizmetleri

Merkez : Alimüniñ Cad. No. 164 - Adana / TÜRKİYE
Tel : 0 322 352 62 00 - 01 - 02 Pbx
Fax : 0 322 531 56 00

Fabrika : Cevdetiye Beldesi Cumhuriyet Mah. Okul Sk. No: 1-2 OSMANİYE
BÜRO : Yıldırım Beyazıt Mh. Musa Şahin Bulv. Alhanlı Cad. No: 171 / A OSMANİYE
Tel : 0 328 813 80 88 - 813 80 81 Fax: 0 328 813 80 01

www.idealexplosive.com



2012 yılında 1 milyar 903 milyon dolarlık doğal taş ve mermer ihracatı üretimin yaklaşık yüzde 40'ını ihraç etti, yüzde 60'ını ise iç piyasada tüketti.

yanlış değerlendirilmemelidir, aslında ülkeler arasında kıyasıya bir rekabet mevcut. Bu ülkeler sıralamasında yoğun nüfusları nedeni ile Çin ve Hindistan'dan sonra gelmek üzere Türkiye; İtalya, İspanya, Brezilya ve İran ile üçüncülük için yarışıyor" diye konuştu.

ÜLKELER DOĞAL TAŞ İHRACATINI ARTIRMAYA ÇALIŞIYOR

Türkiye'de mermer ve doğal taşların 1985 yılında Maden Kanunu ile ruhsat güvencesine kavuştuğunu belirten Selahattin Onur, mermer sektöründe gelişmenin bu yıldan itibaren başladığını altını çizdi. Globalleşen dünyada gelişmenin dört temel unsuru olduğunu dikkat çeken Onur, bu unsurları; blok ve nihai ürün elde edilmesi, üretim makine ve sarf malzemelerindeki gelişme, nihai ürünlerin ürün çeşitliğinde tasarım ve kalite, bu ürünlerin yerine konmasında proje ve uygulama tasarımı olarak sıraladı. Doğal taş sektörünün tüm dünyadaki büyüklüğünün ihracat değeri olarak yaklaşık 15 milyar dolar düzeyinde olduğunu vurgulayan Onur, "Ülkeler her türlü imkânlarını seferber ederek, bu paydan en yüksek düzeyde yararlanma yollarını arıyor" dedi. Onur, şöyle devam etti: "1950 yılı sonrasında dünya nüfusunda meydana gelen artış ve yerleşim alanı ilişkisi insanı çok katlı, hatta gökdelen tipi yerleşim biçimini kullanmaya zorladı. Bu nedenle doğal taşların bu yapı tipine hitap edecek bir şekilde kullanılmasını sağlayacak araştırma ve çalışmaların yapılması kaçınılmaz hale geldi. Türk makine üreticileri ile birlikte başarı addedilen bir gelişim gösterdi ve böylece her ölçekte talebe hitap edebilecek fiziki yapı elde edildi. Ancak bu gelişmişliğin dünya ülkeleri arasında ülke-

miz adına avantaja dönüşebilmesini sağlamak için mimarlarımızın da makine üreticilerimiz örneğinde olduğu gibi sektör ile birlikte hareket ediyor hale gelmesi ciddi bir gereklilik gibi görünüyor. Aslında son yıllarda yapılan çalışmalar bu olgunun sağlanması yönünde yoğunlaştı. Konuya hizmet amacı ile artık sektörde bölgesel seminerler, ulusal ve uluslararası sempozyum ile kongreler düzenleniyor" dedi.

2023'TE 10 MİLYAR DOLARLIK İHRACAT HEDEFLENDİ

Mermer ihracatında Türkiye'nin rekabet içinde olduğu ülkelerin önüne geçmek için atması gereken adımlardan bahseden Selahattin Onur, "Mermer ihracatında rekabet içinde olduğumuz ülkelerin önüne geçmek için atılması gereken adımlarla ilgili olarak sektör kurumlarımız, 2011 yılında Mermer ve Doğal taş Stratejik Eylem Planı'nı hazırladı ve ilgili makamlara sundu. Buna göre yasal mevzuattaki düzenlemeler, nitelikli iş gücü ve eğitim problemleri, tasarım ve uygulamadaki gelişim, piyasa araştırmaları, teşvik unsurları, Ar-Ge ve inovasyon gibi konularda belirlenen hedeflere ulaşmada gerekli destekler alınabilirse, mermer sektörü 2023 yılında belirlediği 10 milyar dolarlık ihracat hedefine ulaşacak" açıklamasını yaptı. Avrupa ülkelerinde yaşanan ekonomik kriz ve Ortadoğu'da yaşanan siyasi krizin etkilerini en aza indirmek için ihracatçı birliklerinin ciddi araştırma ve çalışma içerisinde olduğunu belirten Onur, "Ekonomik ve siyasi krizlerden etkilenmemek için yeni pazarlara yönelmek gerekiyor. 2013 yılının Mart ayında düzenlenecek olan Marble 2013 Fuarı alternatif pazarlara yönelme konusunda ihracatçılara destek olacak" dedi.

DOĞAL TAŞ ÜRETİCİLERİ SEKTÖREL TEŞVİK İSTİYOR

Yarattığı istihdam, ihracat ve oldukça geniş rezervlerle yıldızı parlayan Türkiye doğal taş sektörü, ülke ekonomisine sağladığı katma değere rağmen teşvik konusunda hak ettiğini alamamaktan şikâyet ediyor. Sektör, madenin bulunduğu yerde işletilmesi, tükendikten sonra yerine konamaması, kimya ve imalat sanayinin hammaddesi olmamasından yola çıkarak bölgesel teşvikler yerine sektörel teşvik ve destek talep ediyor. Yüksek enerji maliyetleri, kaliteli eleman, ocak işletme izinlerinin hızlanması gibi diğer birçok sorunun çözümü konusunda bir Madencilik Şurası'nın düzenlenip ulusal madencilik politikası oluşturulması gerektiğine işaret eden sektör temsilcilerine göre, madencilik projelerine özgü çevre standartlarının oluşturulması, madencilik faaliyetleriyle ilgili izinlerin Çevresel Etki Değerlendirmesi (ÇED) sürecinde alınabilmesi için mevzuatta gerekli değişikliklerin yapılması şart. Ayrıca ocak açma ve işletme izinlerinin uzunluğu ile bürokratik işlemlerden dolayı sıkıntı yaşayan sektörün, izin süreçlerini azaltacak ve ülkedeki tüm madenleri kapsayacak bir Maden Bakanlığı isteği de gündemdeki yerini koruyor. Sahip olduğu avantajlara rağmen dünya piyasasından istenilen payı alamamalarından yakınan sektör temsilcilerine göre, sektörel teşviklerin yanında ihracata yönelik desteklerin de bir an önce yürürlüğe girmesi gerekiyor.



teknomar
mermer ve madencilik

"THE BEST OR NOTHING"

*Sanata ilham veren **Mermer**
dođduđu topraklardan
dünyaya açılıyor...*



Claros Grey



Ankara Merkez Ofis
İlkbahar Mahallesi 621. Sokak No:8
06450 Çankaya / Ankara / Türkiye
T: +90 312 49197 80 - M: +90 533 762 29 06
F: +90 312 49197 81

sales@teknomarmaden.com

İstanbul Ofis
Sümer Korusu Postacı Halli Sokak No:4/1
34450 Sarıyer / Tarabya / İstanbul / Türkiye
T: +90 212 363 82 00 - F: +90 212 262 26 06

www.teknomarmaden.com

Teknomar, 2023'e koşuyor

Maden sektöründeki başarılarıyla adından söz ettiren Teknomar, yeni yatırımlarla 2023'e koşuyor. Şirket, 2012 yılında yaptığı yeni maden ocağı yatırımlarıyla ihracatını artırıyor

Ali Emiroğlu ve M.Turgut Çopuroğlu tarafından 2002 yılında kurulan Teknomar Mermer ve Madencilik, Türkiye'nin değişik bölgelerinde 50 civarında mermer ve maden ruhsatlarına sahip ve Türkiye'nin en büyük bej mermer ocağı olan Silifke Ocağı üretiminin yüzde 80'ini ihraç eden bir firma. Yeni taşlar yaratmanın verdiği heyecan ve motivasyonun yıllardır içlerinde hiç sönmeyen bir ışık olduğunu söyleyen Teknomar Mermer ve Madencilik'in kurucularından Ali Emiroğlu, "Ortağım M. Turgut Çopuroğlu ile Türkiye'ye, ülkemizin değerlerine hatırı sayılır anlamda katkı sağlayan birçok değerli ocak kazandırdık ve kazandırmaya da devam ediyoruz. Teknomar olarak yatırım yapmayı seven bir firmayız. 2012 yılında İzmir yöresinde açacağımız Splendor ismini verdiğimiz yeni bir gümüş emperador tarzı bir ocağa yatırım yapıyoruz. Yine aynı yıl içinde Konya Beyşehir'de Dimgrey ismini verdiğimiz yeni taşımızın da deneme üretimini gerçekleştirip, dünya pazarına sunacağız. Ayrıca yeni keşfettiğimiz İzmir'deki Claros Grey ocağımızın, Antalya Burdur yöresindeki Salamanca Red-Burdur Kahve ocağımızın ve saha sahibi olduğumuz ve MEDMAR'ın işlettiği Mersin Taşucu Bej Mermer Ocağı'nın da üretimleri devam ediyor. Bununla beraber 4 bin metre karotlu sondaj, yarma ve iki ayrı galeri çalışmalarıyla değerli bir krom sahası olduğunu kanıtlayan Eskişehir Mihalicik krom sahamız da yatırım sürecindedir" şeklinde konuştu. Son yıllarda gri taşlara olan talebin büyük artış göstermesiyle gri taşlara yöndiklerini belirten Emiroğlu, Claros Grey, Splendor ve Dimgrey gri gurubu olmak üzere, Salamanca Red-Burdur Kahve taşları ile doğal taş taleplerini karşılamak için çalıştıklarını ifade etti. "İhracatımızın çoğunu blok olarak gerçekleştiriyoruz. Ancak, plaka ve ebatlı taleplerini de karşılıyor" diyen Emiroğlu şunları söyledi: "Ağırlıklı olarak Çin, Hindistan ve Tayvan'a ürünlerimizi ihraç ediyoruz. Bunun dışında İtalya, Yunanistan, Lübnan ve diğer Arap ülkeleri ile de çalışmaktayız. Ocaklarımızdaki makine gücü, deneyimli mühendis, kalifiyeli ekibimiz ve mühendislik biliminin yol gösteri-



ciliği ile verimli blok üretimi yapmaktayız. Şu anda blok üretilip, bu blokları çoğunlukla ihraç ediyoruz. Tabii ki iç piyasadan gelen talepleri de göz ardı etmiyoruz. Müşterilerimizin plaka taleplerini de karşılamaya çalışıyoruz. 2012 yılında Xiamen, İzmir, Tianjin ve Verona fuarlarına katılıyoruz. Bunun dışında uygun gördüğümüz fuarlara da katılmayı planlıyoruz. Fuarların hem ülkemizin hem de firmamızın tanıtımına büyük katkılar sağladığına inanıyoruz."

SEKTÖRÜN SORUNLARI

Sektördeki en önemli sorunlardan bir tanesinin madencilik faaliyetleri ile ilgili ruhsatların Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı tarafından verilmesine rağmen işletme faaliyetine geçebilmek için 10 ayrı bakanlığın 22 ayrı biriminden izin almak gerekmekte olduğunu söyleyen Emiroğlu, bu sürecin çok uzun zaman aldığını belirtti. Emiroğlu, şöyle devam etti: "Maden ruhsatları alındıktan sonra çalışmaya başlayabilmek için diğer bakanlıklardan alınacak izinler, Çevre Kanunu, Orman Kanunu, Mera Kanunu, Zeytinlikleri Koruma Kanunu, Su Havzaları Kanunu gibi kanunlara tabidir. Bu kanunlar ile getirilen yasaklamalar yatırımcıların sektöre girmesinde caydırıcı oluyor. Ayrıca bilimsel temele dayanmayan doğal sit alanı uygulamaları, doğal kaynakların ekonomiyeye kazandırılmasını önüyor. Mermer arama ça-



alışmaları için verilmekte olan 100 hektarlık ruhsat alanları oldukça küçük alanlardır. Ciddi bir rezerve sahip olunamadığı taktirde yatırım kararı almak daha zorlaşıyor. Sektörümüzün teşvikinde bölgesel teşvikler yerine sektörel teşvikler uygulanması olumludur. En önemli maliyet kalemlerimiz olan akaryakıt ve enerjide ÖTV'nin maliyetlerimizi olumsuz etkilediği ve rekabet gücümüzü zayıflatığı bilinen bir gerçektir. Burada yapılacak bir iyileştirmenin 2023 hedefleri kapsamında üretim ve ihracata son derece olumlu katkıda bulunacak düşüncesindeyiz."



ÇETPA

Liman Hizmetleri

www.cetpaliman.com

Size çok yakındayız...

Geniş hizmet yelpazesi
müşteri memnuniyeti
güvenilir hizmet ve ayrıca
güçlü referanslarımızla
sektörde lider olmaya adayız.

135 Sokak No:9 Kat 3 Daire 378 Işıkkent - Bornova - İzmir
Liman İrtibat: Ferdi Özyürek / 05376784204

Mermer sektörünün yükselen değeri; Davut Grup

Hazır beton sektöründeki başarısını mermer sektörüne de taşıyan Davut Grup, 30 ülkeye ihracat yapıyor. Firma, toplam satışlarında ihracatın payını yüzde 40'a çıkarmayı hedefliyor

Son yıllarda hız kazanan inşaat sektörüne paralel beton sektöründe de gözle görülür gelişmeler oluyor. Hazır beton sektöründe 2006 yılında kardeş firma Özyapı İnşaat'tan ayrı olarak İskenderun'da faaliyete başlayan Davut Grup, satış hacminin yüzde 40'ını ihracattan sağlamayı hedefliyor. Yıllık üretim kapasitelerinin, üç vardiyada; yaklaşık 2 milyon 500 bin metrekare olduğunu kaydeden Davut İnşaat A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı Alper Davut, "Şu anda üretimimiz tek vardiya olarak devam ediyor ve çeşitli illerimizdeki müşterilerimize satış ve sevkiyatlarımız devam ediyor" dedi. Firma olarak yurtdışı pazarını önemstediklerini söyleyen Davut, genel satışlarının içinde ihracattan elde ettikleri payı yüzde 40'a çıkarmayı hedeflediklerini belirtti. Irak'ın kendileri için önemli pazar olduğunu ifade eden Davut, gelecek yıllardaki tekrar yapılaşmada Suriye ve Libya'nın satışlarında önemli rol oynayacağını söyledi. Yurtiçi ve yurtdışı fuarlara katıldıklarını kaydeden Davut, ürünlerin doğru kitle ve pazarlara ulaştırmada fuarların etkin rol oynadığını, bununla birlikte Ar-Ge çalışmalarının da devam ettiğini belirtti. Davut, "Kendi laboratuvarımız mevcut olup sürekli analizler ve yeni panel çalışmalarımız oluyor. Şu anda Poliüretanlı Sandviç Panel üretimi yapmakta olup bunun yanında programımıza taş yünü paneli de dâhil edeceğiz. Bunu yanında polikarbonat ve CTP saydam paneller üzerinde de çalışıyoruz. Çatı, cephe panellerinin yanında 20 santimetre kalınlığa kadar soğuk oda paneli de yapabiliyoruz. Membranlı, CTP'li ve kraft kâğıt panellerini de yapıyoruz" şeklinde konuştu.

İLERİ TEKNOLOJİ ALTYAPI

Mermer sektörüne 2007 yılında dâhil olan Davut İnşaat, 2007 yılında mermer sektöründe bir dönem mermer blok satışı yaptıktan sonra 2009 yılında mermer fabrikasını İskenderun-Nardüzün'de hayata geçirdi. Dünyada nadir bulunan siyah mermeri İtalya'dan getiren Grup,



ikinci yılında 30 ülkeye ihracat yapan bir firma haline geldi. Hem yurtiçi hem de yurtdışı prestijli büyük projelere üç farklı renk de bulunan kendi butik mermerlerini pazarladıklarını belirten Alper Davut, Adana Hacı Sabancı Organize Sanayi Bölgesi'nde 35 dönümlük alan üzerinde 10 bin metrekarelik kapalı alanda üretim yaptıklarını kaydetti. Davut, İtalya'dan gelen en son teknolojik yeni modern ekipman ve makinelelerimizle kontinu hat olarak poliüretanlı sandviç panel üretmekteyiz" bilgisini verdi. Bu anlamda sektörlerdeki en yeni fabrika olduklarını anımsatan Davut, "En önde gelen ilkemiz kaliteden taviz vermeden disiplinli iş anlayışını benimseyerek müşteri memnuniyetini sağlamak" dedi.

POLİÜRETANLI SANDVIÇ PANEL FABRİKASI

Son dönemlerde poliüretan ve izolasyon kaplamalarının öneminin daha da arttığına dikkat çeken Davut, "Poliüretanlı Sandviç Panel fabrikamızı kurmaktaki amacımız İskenderun-Payas'ta gelişen demir-çelik sektörüne ve sac üretimine yakınlığımızdan dolayı gelişen bu

sektörde pay sahibi olmak ve demir ve sacın ve türevlerinin artık yaşamımızda hemen her yerde kullanılan bir ürün olmasından dolayıdır" ifadesinde bulundu. Son yıllardayalıtıma önem verilmesi ve özellikle Poliüretan'ın çatı ve cephe kaplamalarında vazgeçilmez bir malzeme haline gelmesine de değinen Davut, "Teknoloji ve dolayısıyla istekler her geçen gün daha üst seviyelere çıkıyor ve bu isteklerden doğrultusunda günümüz izolasyon kaplamalarında öne çıkan malzeme ise Poliüretanlı Sandviç Panelleri'dir. Gerek hafifliği gerek montajının kolaylığı gerekse yalıtım özelliğinden dolayı son yılların vazgeçilmez bir kaplaması oldu. Poliüretanlı Sandviç Panel hatumuzun yanında ayriyeten 27-200 formatında trapez levha hatımız ve buna bağlı aksesuar makinelerimiz de mevcuttur" şeklinde konuştu. Kalite belgeleri olarak TSE ve İSO çalışmalarına başladıklarını ve şu anda da henüz açılabilir bir ay gibi kısa süre olmasına rağmen şimdiden ilgiden ve satışlardan memnun olduklarını söyleyen Davut, profesyonel ve kurumsal yönde büyümeye ve ürün gamlarını genişletmeye çalıştıklarını söyledi.

BURDUR BEIGE QUARY
BLOCK AND SLABS



EymenMarble



İhracatçıya finansman desteği

İhracatçı firmaların finansman imkânlarını geliştirmeyi amaçlayan AKİB, ING Bank ile iş birliği protokolü imzaladı. Birlik üyesi firmalar protokolle, kredilerden mevduat ve yatırım ürünlerine, dış ticaret işlemlerinden sigorta işlemlerine kadar tüm bankacılık ürün ve hizmetlerinde birçok avantaja hak kazanıyor.

Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) ile ING Bank arasında ihracatçı firmalara yönelik bir iş birliği protokolü imzalandı. İş birliği çerçevesinde AKİB üyelerinin ticari kapasitelerinin ve ihracat faaliyetlerinin gelişimine imkân tanınırken, özel avantajlar içeren ürün ve hizmetler de sunuluyor. Dış ticaret yapan firmaların ana bankası olmayı hedefleyen ING Bank ile Akdeniz İhracatçı Birlikleri arasında birlik üyelerinin ticari kapasitelerinin ve ihracat faaliyetlerinin gelişimini teşvik etmeye yönelik gerçekleşen protokolde imzalar, AKİB Koordinatör Başkanı Adnan Ersoy Ulubaş ile ING Bank A.Ş. Genel Müdür Yardımcısı İhsan Çakır tarafından atıldı. AKİB Hizmet Binası'nda 12 Aralık 2012 tarihinde gerçekleştirilen protokol imza törenine, Akdeniz Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Bülent Aymen, Akdeniz Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Ali Can Yamanyılmaz, Akdeniz Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Hayri Uğur, Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Zeki Kıvanç, Akdeniz Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Ateş, Yaş Meyve Sebze Sektör Kurulu Başkanı Kemal Kaçmaz, Akdeniz Su Ürünleri ve Hayvansal

Mamuller İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Üyesi Şahin Öder ile ihracatçılar katıldı.

“BANKACILIK SEKTÖRÜ İLE BİRLİKTE YÜRÜYORUZ”

İmza töreni öncesinde konuşan AKİB Koordinatör Başkanı Adnan Ersoy Ulubaş, ING Bank yöneticilerine teşekkür ederek, “Bir ülkede bankacılık sistemi zayıfsa, o ülkenin sanayisi de ticareti de zayıf olur. Bankacılık sistemi güçlüyse, o ülkenin sanayisi de ticareti de güçlü olur. Şu an bankacılık sektörü ve sanayi olarak yavaş yavaş hep beraber büyüyoruz” diye konuştu. İmzalanan protokolün bölge sanayicisi ve ihracatçısı için hayırlı olmasını dileyen Başkan Ulubaş, “İmzalanan iş birliği protokolü kapsamında ING Bank, AKİB üyelerine ihracat finansmanına yönelik kredilerden mevduat ve yatırım ürünlerine, dış ticaret işlemlerinden sigorta işlemlerine kadar tüm bankacılık ürün ve hizmetlerinde birçok avantaj sunacak. Umuyorum tüm üyelerimiz bu avantajlardan yararlanarak ihracatımıza katkılarını artırırlar” ifadesinde bulundu.

“İHRACATTA İDDİALİ BİR BANKAYIZ”

ING Bank KOBİ ve Ticari Bankacılıktan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı İhsan Çakır ise, dünya genelinde 40'ın üzerinde ülkede

faaliyet gösteren bir grubun üyesi olarak ihracat konusunda iddialı bir banka olduklarının altını çizerek, Türkiye'de dış ticaret yapan firmalara en fazla desteği sağlayan banka olmayı hedeflediklerini belirtti. ING Bank'ın AKİB üyelerine özel, kapsamlı bankacılık ürün ve hizmetlerini özel avantajlarla sunacaklarını belirten Çakır, “AKİB ihracatçıları için, özellikle tedarik sürecinde hammadde alımından ihracatın yapılıp ödemenin alınmasına kadar tüm süreçler için özel çözümler üreteceğiz. İhtiyaçlarına yönelik olarak, hem finansman hem de danışmanlık hizmetleri sunacağız” şeklinde konuştu.



Protokolde imzalar, AKİB Koordinatör Başkanı Adnan Ersoy Ulubaş ile ING Bank A.Ş. Genel Müdür Yardımcısı İhsan Çakır tarafından atıldı.

İHRACATÇI OLMAK İSTER MİSİNİZ?

AKİB AKADEMİ'DEN KENDİ İŞİNİ KURARAK İHRACAT YAPMAK İSTEYENLERE GİRİŞİMCİLİK DESTEĞİ

324 SAAT EĞİTİM, 6 SERTİFİKA, 1 DİPLOMA

- Dış Ticaret Eğitimi – 120 Saat
- Girişimcilik Eğitimi – 60 Saat
- Mesleki İngilizce Eğitimi – 48 Saat
- Kişisel Gelişim Eğitimi – 40 Saat
- Word+Excell+PP Eğitimi – 16 Saat
- Proje Yazma Eğitimi – 24 Saat

YURTIÇI ORYANTASYON PROGRAMLARI

- Dış ticaretle ilgili yerel, ulusal ve uluslararası kurum kuruluşlardan yerinde alınacak brifingler

PROJENİZİN DUYURULMASI İMKANI

- Programı bitiren kursiyerlerin proje süresince eğitimler desteğinde hazırladıkları ihracat simülasyonu projelerini kamuoyuna ve konuyla ilgili kurum/kuruluşlara sunma imkanı sağlanacaktır.

KENDİ İŞİNİZİ KURMA FIRSATI!

- Programı bitiren kursiyerlerin tamamı KOSGEB Girişimcilik hibe ve kredi desteğinden faydalanabilecektir.

KATILIM ŞARTLARI

- Üniversitelerin 4 yıllık eğitim veren fakültelerinin herhangi birinden mezun olmak
- Orta seviyede İngilizce biliyor olmak

Proje kapsamında Mersin, Adana, Kayseri ve Hatay için 25'er kursiyer alınacak, kursiyerler sınav ve mülakat sonucu belirlenecek ve kursiyerlerden ücret talep edilmeyecektir.



Ayrıntılı Bilgi İçin;

Şebnem TİNLİ
Proje Koordinatörü
sebnemtinli@akib.org.tr

www.akib.org.tr
Akdeniz İhracatçı Birlikleri
Tel : 0 324 325 37 37(1130)

Son Başvuru Tarihi : 25 Ocak 2013

İhracatçıya "Aslan" zırhı

İhracatçının lider bankası olmayı hedeflediklerini söyleyen İhsan Çakır, AKİB ihracatçıları için özellikle tedarik sürecinde hammadde alımından, ihracatın yapılıp ödemenin alınmasına kadar geçen tüm süreçlerde özel çözümler ürettikleri açıkladı.

Diş ticaret yapan firmaların ana bankası olmayı hedefleyen ING Bank ile Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) arasında birlik üyelerinin ticari kapasitelerinin ve ihracat faaliyetlerinin gelişimini teşvik etmeye yönelik protokol imzalandı. İş birliği çerçevesinde AKİB üyelerinin ticari kapasitelerinin ve ihracat faaliyetlerinin gelişimine imkân tanıyan ING Bank, aynı zamanda özel avantajlar içeren ürün ve hizmetler de sunuyor. Dış ticaretin ana bankası ve KOBİ'lerin sürdürülebilir büyümelerini destekleme hedeflerimiz doğrultusunda Türkiye'nin ekonomi stratejilerine paralel bir bankacılık stratejisi izleyen ING Bank, 2013 planları arasında yüzde 40'lık bir büyüme gerçekleştirmek, KOBİ müşteri sayısını minimum 100 bin artırmayı ve 2.5 milyar Türk Lirası hacme ulaşmayı hedefliyor. Ayrıntıları paylaşmak adına ING Bank KOBİ ve Ticari Bankacılık Genel Müdür Yardımcısı İhsan Çakır ile bir söyleşi gerçekleştirdik.

ING Bank'ın Türkiye'deki dönemsel performans başarısı hakkında bilgi verir misiniz? Banka olarak belirlenen stratejik hedefe ulaşıldı mı?

2012 yılı güçlenerek büyüdüğümüz bir yıl oldu. Türkiye'nin ekonomik büyümesine paralel bankacılık yapma stratejimiz doğrultusunda üç ana konuya odaklandık; tasarrufa dikkat çekmek, KOBİ firmalarımızın gelişimi ve ihracatçıların desteklenmesi. 2012'de bu alanlarda iyi bir performans sergileyerek sektör ortalamasının üzerine



ING Bank KOBİ ve Ticari Bankacılık
Genel Müdür Yardımcısı İhsan Çakır

çıkttık. Hedefimiz kısa vadede güçlü bir rakip olmaktı. Bunu sağladık. KOBİ ve Ticari Bankacılık'ta 2011 yılsonuna göre Ekim itibarıyla yüzde 34 büyüme sağladık. Aynı dönemde sektör toplam KOBİ kredilerinde yüzde 4 büyürken biz yüzde 28 büyüdük. "İlişki Bankacılığı" anlayışımız doğrultusunda bu yıl KOBİ ve Ticari Bankacılık ekibi olarak hep sahadaydık. Müşterimizi dinledik, ihtiyaçlarını analiz ederek onlara basit, kolay ulaşılabilir ve ihtiyaçlarına özel ve ufak miktarlı tasarruflarına bile değer katan ürünler sunduk. Bu



kapsamda KOBİ'lerin nakit akışlarını daha iyi yönetmeleri için ekim ayı başında "ING Paydos Yok Hesap"ı hayata geçirdik. ING Paydos Yok Hesap, KOBİ'lerimize masrafsız, tasarruf ettiren ve kullanımı kolay bir ürün. Tasarruf ve masrafsızlık özelliklerine sahip bu hesap ile müşterilerimize nakit akışlarını daha iyi yönetme imkânı sunduk. Tüm bunlar hedeflerimiz doğrultusunda attığımız adımların başarı grafiğimize nasıl yansıdığını gösteriyor. Ancak ING Bank olarak KOBİ Bankacılığı'nda çok iddialıyız. Dolayısıyla önümüzdeki yıl için daha büyük hedeflerimiz var; yüzde 40'lık bir büyüme gerçekleştirmek istiyoruz. Bu kapsamda KOBİ müşteri sayımızı minimum 100 bin artırmayı, 2.5 milyar Türk Lirası hacme ulaşmayı hedefliyoruz.

Dış ticaret yapan firmaların ana bankası olmayı hedefleyen ING Bank, ihracatçılara sunduğu finansal imkânlar nelerdir? ING Bank olarak dış ticaretin ana bankası ve KOBİ'lerin sürdürülebilir büyümelerini



destekleme hedeflerimiz doğrultusunda Türkiye'nin ekonomi stratejilerine paralel bir bankacılık stratejisi izliyoruz. Bu hedeflere ulaşmak adına birçok işbirliği gerçekleştiriyoruz. Önce sahada ihracatçılarımızı dinliyor, anlıyor ve daha sonra yaptığımız analizlerle iş hacimlerini artıracak çözümlerden oluşan paketler sunuyoruz. İhracatçılarımıza finansmanına yönelik kredilerden mevduat ve yatırım ürünlerine, dış ticaret işlemlerinden sigorta işlemlerine kadar birçok hizmet sunuyoruz. Bunun yanı sıra 2012 yılı sonuna doğru sunduğumuz ING Paydos Yok Hesap ile KOBİ'lerimize tasarruf ettiren, masrafsız ve kullanımı kolay bir ürün imkânı sağlıyoruz. ING Paydos Yok Hesap'ta KOBİ'lerimiz iş günlerinde saat 17.00'den önce hesaba yatırdıkları 5 bin Türk Lirası'nın üzerindeki bakiyeleri herhangi bir talimata gerek olmadan gecelik mevduatta değerlendiriyoruz.

ING Bank ile Akdeniz İhracatçı Birlikleri arasında ihracatçı firmalara yönelik bir

iş birliği protokolü imzalandı. İş birliği çerçevesinde AKİB üyelerine ne gibi imkânlar sağlandı?

ING Bank imzalanan protokolle üyelerin hem finansmana kolay erişimine yardımcı oluyor, hem de bankacılık hizmetlerinden avantajlı koşullarda faydalanabilmelerini sağlıyor. ING Bank AKİB üyelerine özel kapsamlı bankacılık ürün ve hizmetlerini özel avantajlarla sunuyor. Bu hizmetlerin arasında ihracat finansmanına yönelik krediler, mevduat ve yatırım ürünleri, dış ticaret işlemleri ve sigorta işlemleri yer alıyor. AKİB ihracatçıları için özellikle tedarik sürecinde hammadde alımından, ihracatın yapılıp ödemelerin alınmasına kadar tüm süreçler için özel çözümler üretiyor. Üyelerin ihtiyaçlarını karşılamak amaçlı, hem finansman hem de danışmanlık hizmeti sağlıyor.

ING Bank olarak AKİB dışında başka hangi birliklerle protokol imzaladınız ve sunduğunuz hizmetler nelerdir?

Bugüne kadar İstanbul Tekstil ve Konfek-

siyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB), Marmara ve Kuzey Anadolu Sanayici ve İş Adamları Dernekleri Federasyonu (MAKSİ-FED), Doğu Karadeniz İhracatçı Birlikleri (DKİB), Doğu Anadolu İhracatçıları Birliği (DAİB), Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri (GAİB), Sivas Ticaret Borsası, Samsun Emlakçılar Birliği, Samsun Sanayi ve Ticaret Odası ve son olarak da AKİB'le protokoller imzaladık. Hepsinin ortak ve temel amacı, müşterilerimize kolaylık ve avantajlı fırsatlar sunmak. Bu kapsamda hazırladığımız protokoller finansman hizmetinden, işyeri alımına, ticari taşıt kredisinden, nakit yönetimi hizmetlerine ve yurtdışı yatırım danışmanlığına birçok hizmeti içeriyor. ING Bank olarak karşımızdakini anlamamızın, onun ihtiyaçlarını karşılamak için çok önemli olduğuna inanıyoruz. Dolayısıyla bu iş birlikleri öncesinde KOBİ'leri ziyaret ediyor, yüz yüze görüşmeler yaparak istek ve ihtiyaçlarını anlıyor; ürünlerimizi buna göre tasarlıyor ve beğenilerine sunuyoruz. Ardından tekrar sahaya inip sunduğumuz hizmetleri teker teker anlatıyor ve banka olarak sektördeki farkımızı ortaya koyuyoruz.

Dünyanın 23 ülkesinde sahip olduğumuz Türkiye Kürsüleri'nden ihracatçı firmalar nasıl yararlanıyor?

40 ülkede faaliyet gösteren bir banka olarak, 23 ülkede bulunan Türkiye Kürsüleri ile KOBİ'lere finansmanın yanı sıra yurtdışına açılma ve iş hacimlerini artırma imkânı sunarken, finans sektöründe de firmalarımızı global bir güç olmanın avantajları ile tanıtıyoruz. Globalde sahip olduğumuz bilgi ve tecrübeyi KOBİ'lere ilettilerinde yolda ışık tutmak amaçlı, onlara güvenli bir iş ortağı olmak adına kullanıyoruz. Bu çerçevede yurtdışına açılmak isteyen KOBİ'lerimize mevzuattan uluslararası pazardaki rekabetle başa çıkmaya, yer almak istediği pazarın gereksinimlerinden ihraç edilen ürününün tanıtım faaliyetlerine kadar birçok konuda danışmanlık hizmeti veriyor, onlara gelişmeleri için ve birer dünya oyuncusu olabilmeleri için yol gösteriyoruz. ING Global'in güçlü ve yaygın yer aldığı Hollanda, Almanya, Belçika, Lüksemburg, Romanya, Polonya gibi Avrupa ülkeleri ile Rusya ve Ukrayna'ya yapılacak ihracatta avantajlar sunabiliyoruz. Bu ülkelere ihracat yapan müşterimize para trafiği, akredite, aracılık, transfer konularında maliyet avantajı sağlayabiliyoruz.



Demir-çeliğın geleceğine 24 adım



Demir-çelik ve demir dışı metaller sektörünü daha yukarılara taşıyacak beş hedef temelinde 24 eylem noktası belirlendi. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Nihat Ergün tarafından açıklanan Strateji Belgesi ve Eylem Planı ile sektör, geleceğe odaklandı.

Türkiye Demir-Çelik ve Demir Dışı Metaller Sektörü Strateji Belgesi ve Eylem Planı 2012-2016 Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Nihat Ergün tarafından açıklandı. Bakanlığın yanı sıra ihracatçı birlikleri ve sivil toplum örgütlerinin katkıları ile hazırlanan eylem planı, önümüzdeki dört yıllık dönemi kapsıyor. Toplantıya Bakan Nihat Ergün'ün yanı sıra Çelik İhracatçıları Birliği (ÇİB) Başkanı Namık Ekinci, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanvekili Mustafa Çıkrıkçıoğlu, DÇÜD Yüksek İstişare Kurulu Başkanı Halil Şahin, Demir Çelik Üreticileri Derneği Başkanı Bayram Aslan, İstanbul Demir ve Demirdışı Metaller İhracatçıları Birliği (İDDMİB) Başkan Yardımcısı Çetin Tecdelioğlu katıldı. İstanbul'da düzenlenen toplantıda konuşan Bakan Ergün, demir çelik ve demir dışı metaller sektörünün, sanayinin lokomotifi ana sektörlerden birisi olduğunu vurguladı. Türkiye'nin, iç ve dış pazar imkânları, üretim maliyetleri ve kalitesi ile dünyadaki en rekabetçi ekonomilerden biri olma potansiyelini taşıdığını belirten Ergün, 2002 yılında 36 milyar dolar olan ihracatın, 2012 yılında 150 milyar dolar seviyesine ulaşmasının, bu rekabetçiliğin ve dinamizmin açık bir göstergesi olduğunu söyledi. Türkiye için bu büyük potansiyelinin açığa çıkmasında, demir-çelik sektörünün önemli bir rol oynayacağını kaydeden Bakan Ergün, 2011 yılındaki 135 milyar dolarlık ihracatın 22 milyar dolarlık kısmının demir-çelik ve demir dışı metaller sektörüne ait olduğunun altını çizdi. Ergün, sektörün 2011 yılında 55-60 milyar dolar gibi önemli bir dış ticaret hacmine ulaştığını belirtti.

BEŞ FARKLI HEDEF İÇİN 24 EYLEM

Demir Çelik ve Demir Dışı Metaller Sektörü Strateji Belgesinde, beş farklı hedef için 24 eylem belirlediklerini bildiren Nihat Ergün, şu açıklamalarda bulundu: "Birinci hedefimiz eğer sektör birtakım hukuki ve idari düzenlemeye ihtiyaç duyuyorsa, bunları gerçekleştirmek. Sanayide kullanılan elektrik enerjisi girdi maliyetlerini azaltmaya yönelik çalışmalar yürütülecek. Mesela TRT payında daha önce bir azaltmaya gitmiştik. Bununla ilgili eğer bir kanun çalışması gerekiyorsa tabii o da olacak. Ama tabii ki TRT'ye son zamanlarda çok uluslararası yükler de bindirildi. Türkiye'nin dünyadaki imajını güçlendirme konusunda TRT'nin



önemli görevleri var. Bunların finansmanı da elbette söz konusu. Ama yine de eğer enerji maliyetleri üzerinde yük azaltması üzerine gidilecekse ve bu da hukuki bir düzenlemeyi gerektiriyorsa, o hukuki düzenlemeleri birlikte çalışacağız.” ithaline izin verilen kontrole tabi yakıt ve atıklar ile hurdalardan alınan çevre katkı payını azaltma yönünde çalışmalar yapılacağını da sözlerine ekleyen Ergün, iş sağlığı ve güvenliği konusunda organize sanayi bölgeleri ile serbest bölgelerde, çevre ortak birimleri kurulması için yasal düzenlemeler hazırlanacağını bildirdi.

YERLİ GİRDİ KULLANIMINA TEŞVİK

Bakan Ergün, Strateji Belgesi’nde ikinci hedefleri olan olan “Üretim Altyapısını Geliştirmek” başlığı kapsamında; kamu yatırımlarında en yüksek katma değeri sağlayacak şekilde yerli girdi kullanımının teşvik edileceğini belirtti. Rüzgâr Enerjisi Yatırım Sözleşmeleri’nde, rüzgâr türbinleri yatırımında başta sfero döküm ve yassı çelik olmak üzere yerli girdi kullanımı teşvik edileceğine işaret eden Ergün, “Çevreye yönelik olarak atık yok etmeye yönelik makine ve ekipman yatırımlarına teşvikler uygulanacak. Bölgesel enerji boru hatlarında yerli sac kullanılarak üretilen çelik boruların ve diğer yerli malzemelerin kullanımına öncelik verilecek. Bu projelerle ilgili yatırımlara vergi indirim teşviki de

sağlanabilir, bunun üzerinde çalışacağız. Demir ve demir dışı cevher aramalarına önem verilecek ve maden aramaları desteklenecek. Demir-çelik sektöründe, enerji verimliliğinin artırılmasına yönelik proje ve çalışmalara destek verilecek” açıklamasında bulundu. Strateji Belgesinde “Dış Ticarete Aksayan Yönleri Gidermek” başlığında ise Afrika ve Ortadoğu’ya yönelik ihracatta, ihracat kredi sigortası uygulamalarının yaygınlaştırılacağını dile getiren Ergün, düşük fiyatlı ithal ürünlerin yerli üreticilerin üzerinde yarattığı fiyat esaslı baskının bertaraf edilmesi yönündeki çalışmaların da sürdürüleceğini söyledi.

EN ÖNEMLİ KAZANÇ İSTİKRAR

Türkiye Demir-Çelik ve Demir Dışı Metaller Sektörü Strateji Belgesi ve Eylem Planı’nın açıklandığı toplantıda sektörü ilgilendiren önemli bilgiler veren Nihat Ergün, Türkiye ekonomisinin özellikle son 10 yılda her alanda büyük bir değişim iradesi gösterdiğini dile getirdi. Bakan Ergün, şu açıklamalarda bulundu: “Son 10 yılda çok önemli reformlar gerçekleştirdik. Bunun sonucunda çok önemli mesafeler kat ettik. Küresel ekonomide meydana gelen birçok olumsuz göstergeye rağmen yoluna güven ve istikrar ile devam eden bir Türkiye var. Ekonomi ve siyasette yakaladığımız bu istikrarın sonuçlarını hep birlikte görüyoruz. Ancak bu olumlu sonuçlardan en önemlisi, artık Türkiye’nin bütün birimleri ile kamu

Türkiye Demir-Çelik ve Demir Dışı Metaller Sektörü Strateji Belgesi ve Eylem Planı için düzenlenen toplantıya Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Nihat Ergün’ün yanı sıra ihracatçılar birliği başkanları ve yönetim kurulu üyeleri katıldı.

ve özel sektörün orta ve uzun vadeli programlar hazırlayabilmesi ve bunları uygulayabilmesidir. Bu da istikrar döneminin en önemli kazançlarından biridir. Eğer siyasette istikrar yoksa hiçbir şeyi uzun vadeli düşünemezsiniz. Strateji Belgesi hazırlamak, onu eylem planına dönüştürmek, sonra orta vadeli eylem planını önünüze hedef koymak hayal olurdu. Bundan dolayıdır ki en önemli kazancımız istikrar ve güven ortamıdır.” İstikrar ve güveni varlığında çok fark edilmeyen ama yokluğunda çok sorunlara yol açan kavramlar olarak yorumlayan Ergün, “İstikrar ve güven sağlığa benzer. Sağlıklı olduğumuz zaman kıymetini pek bilmeyiz ama sağlığımızı kaybettiğimiz zaman bir nefesin ne kadar kıymetli olduğunu anlarız. Şimdi rahat nefes alıyoruz, rahat alınca bir problem olmuyor ama ciğerlerimiz rahatsızlandı mı nefesimizin değerini o zaman anlıyoruz” diye konuştu.

İHRACATTA İKİNCİ SEKTÖR: DEMİR-ÇELİK

İstanbul’da düzenlenen toplantıda konuşan ÇİB Başkanı Namık Ekinci ise 2012 yılında Avrupa’daki ekonomik krizin derinleştiğini ve Afrika, Ortadoğu bölgelerinde yaşanan siyasi karışıklıkların etkileri ile de küresel pazarlarda ciddi daralmalar yaşandığını dile getirdi. Ekinci, “Dünya çelik üretimindeki artış da buna eklenince, çelik fiyatları üzerinde baskılar oluştu” dedi. Sektörün, ihracatta otomotivden sonra ikinci sırada yer aldığının altını çizen Ekinci, 2023 yılında 55 milyar dolar tutarında ihracat gerçekleştirmeyi hedeflediklerini söyleyerek, “Bu hedefe ulaşabilmek için üretim miktar ve çeşitliliğimiz ile ihracatımızı artırmamız ve yeni pazarlar bulmamız şart” diye konuştu. İhracat potansiyelinin yeterince değerlendirilemediğini kaydeden Ekinci, Çelik İhracatçıları Birliği olarak, Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi (URGE) mevzuatı çerçevesinde çeşitli faaliyetler düzenlediklerini aktardı. Ekinci, bu çerçevede gerçekleştirilen proje pazarı, tasarım ve Ar-Ge çalışmaları ile yaptıkları meslek okullarından söz ederek,

İHRACAT REKORUNA ÇELİKÇİLERDEN BÜYÜK KATKI

Çelik sektörü, 2012 yılında 15.6 milyar dolar ihracat yaparak, Türkiye ihracatının 151.8 milyar dolarlık rekorunda önem pay sahibi oldu. Türkiye'nin ihracatının yüzde 10'undan fazlasını gerçekleştiren çelik ihracatçıları, başarıyı yeni pazarlara açılarak yakaladılar. Çelik İhracatçıları Birliği'nden yapılan açıklamaya göre, sektörün ihracatı, 2011 yılına oranla miktar bazında yüzde 9.62 artışla 19.9 milyon tona çıktı. Değer bazında da bir önceki yıla oranla çelik ihracatı yüzde 1.78 artışla 15.6 milyar dolara yükseldi. Çelik İhracatçıları Birliği dışındaki ihracatçı birlikleri tarafından tutulan demir-çelik ürünü ihracat kayıtlar da eklendiğinde sektörün toplam ihracatı, miktar olarak 20.6 milyon tona, değer olarak ise 17.6 milyar dolara ulaştı. Geçen yıl en çok çelik ihracatı yapılan bölge Ortadoğu oldu. Toplam 8.1 milyon tonla ilk sırada bulunan Ortadoğu'yu 2.2 milyon ton ile Avrupa Birliği, 2,1 milyon ton ile de Kuzey Afrika izledi. Bu dönemde en çok ihraç edilen demir-çelik ürünü 8.87 milyon tonla çubuk, 2.97 milyon tonla kütük, 1.91 milyon tonla boru, 1.68 milyon tonla profil ve 1.08 milyon tonla filmaşın oldu. Yıl içinde etkili bir performans sergileyen sektör, geçen yılın son ayında genel ihracatta yaşanan gerilemeden nasibini aldı ve aylık bazda düşüş görüldü. Çelik ihracatı, aralık ayında miktarda yüzde 5.7 değer bazında da yüzde 9.9 geriledi.



“Demir Çelik ve Demirdışı Metaller Strateji Belgesi içinde yer alan sektörün, rekabet gücünün artırılmasına yönelik tedbirleri önemsiyoruz” dedi.

SOYADIMIZ TASARIM OLDU

İDDMİB Başkan Yardımcısı Çetin Tecdelioğlu da buradaki konuşmasında, sektörün tasarım, Ar-Ge ve inovasyona ciddi yatırımlar yaptığını belirterek, “Soyadımız tasarım oldu” dedi. İDDMİB olarak gerçekleştirilen Metalik Fikirler Ar-Ge Proje Pazarı, açılan

tasarım okulu ve tasarım yarışmaları hakkında bilgiler veren Tecdelioğlu, “Orta gelir grubundaki bir ülke olmaktan çıkmak ve dünya ekonomisinde söz sahibi, yenilik ve teknolojiye başı çeken, yüksek gelir grubunda bir ülke haline gelmek hepimizin ortak hedefidir” diye konuştu. Sektörün NASA’dan otomotiv devlerine kadar dünyanın önde gelen üreticilerine mal tedarik ettiğini bildiren Tecdelioğlu, şöyle devam etti: “Fakat bizim gözümüz çok daha yükseklerde, oralara çıkacak potansiyelimizde

var. Bu potansiyelimizi ancak özgün tasarımlarla, teknoloji değeri yüksek patentlerle, kaliteden ödün vermeden yapabiliriz. Ancak bu şekilde gelişmiş ülkeler ligine sıçrayabiliriz. Ancak bu şekilde ihracatımızı ve zenginliğimizi katlayabiliriz.” Yenilikçilik, Ar-Ge ve tasarımın yanı sıra hammadde maliyetlerine ve tedarik süreçlerinde yaşanan güçlüklerle de dikkat çeken Tecdelioğlu, “Temel ham maddelerimiz olan alüminyum, bakır ve paslanmaz çelikte büyük oranda dışa bağımlıyız” dedi.

Plastikçilerin gözü AB liderliğinde

Dünya plastik tüketiminin geçen yıl 325 milyon tona ulaştığı tahmin ediliyor. Üretim olarak Almanya ve İtalya'nın ardından üçüncülüğe yerleşen Türkiye plastik sektörü, kendi iç tüketimi ile birlikte dünya pazarlarından aldığı payı yükseltmeyi hedefliyor.

Tüketim itibarıyla 1990 yılından sonra dünyada çelik kullanımını geride bırakan plastik sektörü, 2010 yılında elde ettiği tüketim değerleriyle, tüm dikkatleri üzerine çekmeye devam ediyor. Verilere göre; bu yılda plastik tüketimi çelik tüketimini halihazırda ikiye katlamış durumda. Türk Plastik Sektörü 10'uncu Kalkınma Planı Hazırlık Raporu'nu kamuoyu ile paylaşan, Plastik Sanayicileri Federasyonu (PLASFED), rapora; sektörün potansiyeline dair dikkat çekici birçok veriyi de ortaya koyuyor. Araştırma; plastiğin küresel ekonomi içindeki potansiyeli ve dinamiklerine dikkat çekerken, Türkiye plastik sektörü ve pazarı hakkında da ayrıntılı bilgilere yer veriyor. 1950-2005 yılları ara-

sında yılda ortalama yüzde 9.5 artan dünya plastik tüketimi, 2005-2010 yılları arasında yılda ortalama yüzde 5.5 büyüyerek 2010 yılında 304 milyon tona çıktı. Raporla göre; tüketimin geçen yıl 325 milyon tona eriştiği tahmin ediliyor. PLASFED Yönetim Kurulu Başkanı Selçuk Aksoy, "Dünya ortalamasının yaklaşık iki katı plastik tüketim oranına sahip Türkiye'nin hedefi, gelişmiş ülkeler ortalamasını yakalamak" diye konuştu.

TÜRKİYE'NİN HEDEFLERİ İLE EŞGÜDÜMLÜ BÜYÜME PLANI

Günlük yaşamda hemen her alanda kullanılan plastik, ambalaj, inşaat, otomotiv, elektrik ve elektronik sanayilerinin en fazla talep

ettiği malzemeler arasında yer alıyor. Dünya plastik tüketimini yönlendiren sektörlerin başında ambalaj sanayi yüzde 36 ile ilk sıraya yerleşirken, bu sektörü yüzde 20 ile inşaat ve yüzde 8 ile otomotiv ve yüzde 7 ile elektrik ve elektronik sektörleri izliyor. Diğer tüm sektörler toplam tüketimden yaklaşık yüzde 29 oranında pay alıyor. Tonu ortalama 300 dolar olan ham petrol, plastik hammaddesi haline geldiğinde değeri bin 900 dolara çıkıyor. Değişik sektörler için imal edilen plastik mamul ve ara mamullerinin ton fiyatı ise 3-4 bin doları buluyor. Raporla; yüksek katma değerli plastik için Türkiye'nin son derece stratejik bir konuma sahip olduğu yer alıyor. Ayrıca mevcut ve planlanan doğal gaz ve ham

petrol boru hatı projeleri ile bir enerji terminali olmayı hedefleyen Türkiye'nin, özellikle Ortadoğu bölgesindeki devreye giren yeni ve dev ölçekli petrokimya tesisleri ile büyük ölçekli Batı pazarları arasında köprü konusunda bulunduğu bahsediliyor.

SEKTÖR, 250 BİN KİŞİYE İSTİHDAM SAĞLIYOR

Başkan Selçuk Aksoy, Avrupa Birliği'nde 15 milyon kişiye istihdam sağlayan plastik sektörünün, yine yılda ortalama 160 milyon Euro da katma değer yarattığına dikkat çekti. Sektörün, dünyada ise 60 milyon kişiye istihdam sağladığını kaydeden Aksoy, küresel ölçekte yılda ortalama 700 milyar Euro'luk bir sektörel katma değer söz konusu olduğunu dile getirdi. Aksoy, Türkiye pazarı hakkında ise şu değerlendirmelerde bulundu: "Geçen yıl ekonomiye 11 milyar dolar katma değer sağlayan Türkiye plastik sektörü, Avrupa Birliği'nde üretim olarak Almanya ve İtalya'dan sonra üçüncü sırada yer alıyor. Türkiye'de 250 bin kişiye istihdam olanağı sağlayan sektörün, gelişmeye açık yüzü ekonomimizin gelecek hedefleri itibarıyla sanayimize büyük bir motivasyon sağlıyor. Türkiye'de plastik tüketimi kişi başı 70 kilo civarında bulunuyor. Bu tüketim oranı, dünya ortalamasının iki katına ulaşıyor. Ancak yetişmeyi hedeflediğimiz gelişmiş ülkelerin ise yarısı kadar plastik tükettiğimiz gerçeği, bize, sektörün önündeki potansiyelin çok daha yüksek olduğunu gösteriyor. Bu nedenle PLASFED olarak 10'uncu Kalkınma

Raporu ışığında ve sektörümüzdeki gelişmeleri dikkate alarak kapsamlı bir çalışmaya gerçekleştirdik. Bu çalışmayı kamuoyu ve yetkililerle paylaşırken, raporumuzun, plastiğin ekonomi içindeki gerçek potansiyelini ortaya koymasını ve bu alanda yapılacak vizyoner çalışmalara ışık tutmasını arzu ettik."

PLASTİK İŞLEME MAKİNELERİ İHRACATINDA REKOR

Avrupa'da ilk üçteki yerini alan Türkiye plastik sanayinde, son dönemde bir başka sevindirici gelişme de plastik işleme makineleri sektöründe yaşanıyor. PLASFED Plastik İşleme Makineleri Sektörü İzleme Raporu'na göre; plastik işleme makineleri ihracatı 2012'yi rekorla kapatacak. Sektörün 2012 Ocak-Ekim dönemi gerçekleştirmeleri ile yıl sonu gerçekleşme tahminine ilişkin bilgilerin yer aldığı raporda, 2012 sonu itibarıyla makine ihracatının yüzde 11.3 oranında artarak 114 milyon dolarla en üst düzeye ulaşacağı tahmin ediliyor. Raporda ayrıca 2012 Ocak-Ekim döneminde plastik işleme makinelerinde üretimin 241 milyon dolar olarak gerçekleştiği belirtiliyor. Bu yılın sonuna kadar ise üretimin bir önceki yıla göre yüzde 2 oranında gerileyerek 290 milyon dolar düzeyinde oluşacağı kaydediliyor. Bir önceki yıla göre enjeksiyon, ekstrüzyon, püskürtme makineleri ile preslerin üretimdeki payı artarken, bu makinelerin parça ve aksamlarının payı azalacak.

BİRİM FİYATLARDA ARTIŞ

Raporda, ihracat birim fiyatlarındaki artış da bir diğer olumlu bir gelişme olarak yer aldı. Buna göre, plastik işleme makineleri ile bunların aksam ve parçalarının ortalama birim ihracat fiyatı 2011 yılında kilogram başına 11.2 dolar seviyesindeyken, 2012 yılının 10 ayında yüzde 8.7 artarak 12.17 dolara yükseldi. 2012 yılında enjeksiyon, presler, kesme, yarma ve biçim verme makineleri dışındaki tüm kalemlerde birim ihracat fiyatları artış gösterdi. Plastik işleme makinelerinde en fazla ihracat yapılan üç ülke sırasıyla Rusya, İran ve Azerbaycan oldu. Ocak-Ekim döneminde en fazla ihracat yapılan 10 ülkenin, toplam ihracat içindeki payı; değer bazında yüzde 59, miktar bazında ise yüzde 39 olarak gerçekleşti.

İTHALAT AZALDI

Plastik işleme makinelerinde 2011 yılında ulaşılan en yüksek değer olan 692 milyon dolarlık tutarın, bu yılın sonunda yüzde 14

PLASTİĞİN KULLANIM ALANLARI

Plastik, 1850'li yıllarda sert kauçuğun kullanılmasıyla birlikte doğal maddeler yerine kullanılabilen kimyasal bir maddeden elde edildi. Bugün plastik; temel olarak termoplastikler, termoset plastikler ve polimer alaşımları olmak üzere üç grupta değerlendiriliyor. Termoplastikler ısıtılıp tekrar soğutulduğunda eski şeklini alabilirken, termoset plastikler eski şekillerini alamıyor ve bozulmuyor. Çeşitli türleri olan plastiğin kimi yün kadar yumuşak, kimi ise çelik kadar sağlamdır. Sıcak suda eriyen plastik olduğu gibi alevde dayanıklı olanları da vardır. İnce Lexan plastiği tabakası kısa mesafeden ateş eden 38 kalibrelik bir tabancanın kurşununu durdurabilir. Tüm plastiklerin tek ortak yönü hepsinin kimyacıların buluşu olmasıdır. Hiçbiri yün ve ipek gibi doğada bulunmaz. Yapıları çok basittir. Binlerce plastik türü olmakla birlikte bunları sıcakta sertleşen ve sıcakta kalıplanan plastikler olmak üzere iki ana grupta toplamak mümkündür. Plastik ürünleri; cam, metal, ağaç gibi maddelerle birlikte kullanıldığı gibi demir, tahta ve cam gibi malzemelerin alternatifi olarak da kullanım alanı buluyor. Plastik sektörü girdilerinin yüzde 90'ını petrokimya sanayinden temin ediyor. Plastiğin en önemli tüketicileri ise ambalaj ve inşaat sektörleri olup, bunların yanı sıra otomotiv, elektrik, beyaz eşya ve ayakkabı gibi birçok alanda da yoğun olarak plastik kullanılıyor. Kısaca, plastikten mamul ürünler çok basit kullanımların yanı sıra yüksek teknoloji gerektiren sektörlerde de tüketiliyor.



Plastik Sanayicileri Federasyonu (PLASFED)
Yönetim Kurulu Başkanı Selçuk Aksoy

azalarak 592 milyon dolar düzeyinde kaldı. PLASFED raporuna göre, 2012 Ocak-Ekim döneminde ithalat 494 milyon dolar olarak gerçekleşti. Türkiye'ye en fazla ithalat sırasıyla; Çin, Almanya ve İtalya'dan yapıldı. Ocak-Ekim döneminde en fazla ithalat yapılan 10 ülke, değer bazında yüzde 49, adet bazında ise yüzde 48 pay aldı. Tek başına Çin'den yapılan ithalat, toplam ithalatın değer bazında yüzde 26, adet bazında ise yüzde 65'i oranında gerçekleşti. Ortalama ithalat fiyatı; kilogram başına 12.3 dolar olarak gerçekleşirken, Çin'den yapılan ithalatın kilogram başına değeri 6.5 dolar oldu.

DIŞ TİCARET AÇIĞI DÜŞTÜ

Raporda, sektörün sürekli dış ticaret açığı verdiği işaret ediliyor. Buna karşılık, 2012 yıl sonu tahmininde açığın 2011'e kıyasla yüzde 19 düşerek 478 milyon dolar olarak gerçekleşmesinin beklendiği belirtiliyor. Rapora göre, 2012 yılının 10 ayında dış ticaret açığı, 398 milyon dolar oldu. Yıl sonu gerçekleşmesi ise ihracattaki artış, ithalattaki azalışa paralel olarak 478 milyon dolar olarak tahmin ediliyor. Plastik işleme makineleri dış ticaret açığı, 2011 yılında 589 milyon dolarla en yüksek seviyesine geldi.

SEKTÖRE KDV DESTEĞİ ŞART

Plastik İşleme Makineleri Sektörü İzleme Raporu'nu değerlendiren PLASFED Başkanı Selçuk Aksoy, dış ticaret açığının azalması ve sektörün ihracatının gözle görülür biçimde yükselmesinin olumlu olduğunu belirterek şunları söyledi: "Bu yılın sonunda, plastik işleme makineleri üretimimizin yüzde 39'u ihraç edilecek. Ancak plastik sanayinin makine-teçhizat yatırımlarının yüzde 77'si ithalatla karşılanacak. Plastik işleme makineleri sektöründe en güncel sorunumuz, finansal kiralama yöntemiyle yapılan satışlarda yüzde 18 KDV uygulanması. Finansal kiralama yöntemiyle yapılan satışlarımızda KDV oranının yüzde 1'e indirilmesi durumunda plastik

sektörünün makine teçhizat yatırımlarının en az yüzde 25 artacağını tahmin ediyoruz. Sektörün yatırımlarını devam ettirmesi, rekabet avantajı sağlaması gerekiyor. Elbette, yerli makinelerimizin kullanımı çok önemli bir konu ve üreticilerimizin dünya standartlarında makinelere hayat verdiklerini biliyoruz. Bu alanda, sanayicimizin yerli ürünleri tercih etmesini öneriyoruz. Makine sektörümüzün daha da gelişmesi için Ar-Ge, inovasyon ve verimlilik yatırımları önemli. Bu alanlara yönelik olarak makine imalatçılarının yeni araçlarla teşvik edilmesini talep ediyoruz" dedi.

YATIRIMLAR DA ZİRVE YAPTI

Selçuk Aksoy, Türkiye plastik sektörünün işleme kapasitesindeki artışa paralel olarak her yıl artan ölçüde makine ve teçhizat yatırımını yaptığını ve sektörün 2003 yılında 288 milyon dolar olan makine teçhizat yatırımının 2011 yılında 885 milyon dolarla zirveye çıktığını aktardı. Aksoy, "Ancak 2012 Ocak-Ekim döneminde bu rakam, 640 milyon dolar olarak gerçekleşti ve bu yılın sonunda yüzde 13 azalarak 768 milyona ineceğini tahmin ediyoruz. Plastik işleme makineleri ile aksam ve parçaları sektöründe 2012 yılında 290 milyon dolar üretim, 592 milyon dolar ithalat, 114 milyon dolar ihracat ve 768 milyon dolar da iç pazar satışı yani makine ve teçhizat yatırım bekliyoruz. Sektörümüzdeki makine teçhizat yatırımlarının yüzde 30'unu kesme, yarma ve biçim verme, yüzde 23'ünü enjeksiyon, yüzde 17'sini ekstrüzyon ve yüzde 11'ini bunların aksam ve parçaları oluşturuyor" dedi.

YENİ YÖNETMELİK SORU İŞARETİ TAŞIYOR

Türk plastik sektöründeki, 6 bin firma arasında gıda sektörü için plastik ambalaj üreten yaklaşık 300 firma faaliyet gösteriyor. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'ndan aldıkları izin ile üretim yapan firmaların kayıt numaralarının üretim yaptıkları plas-



Türk Plastik Sanayicileri Araştırma, Geliştirme ve Eğitim Vakfı (PAGEV) Başkanı Mehmet Uysal

tik ürünlerin altında yer alması gerekiyor. Plastik üreticisi için yeni uygulama ile ilgili sorun da burada başlıyor. Yeni yönetmelik çerçevesinde bu numaraların değişikliği söz konusu, ancak üreticiler bu değişikliğe gerek olmadığı noktasında birleşiyor. Numara değişikliği üretimde kullanılan kalıplarda revizyon işlemini de beraberinde getiriyor. Bir kalıbın maliyetinin bin Türk Lirası civarında olduğu düşünüldüğünde sektörün bu durumda mali yükünün yaklaşık 500 milyon dolara ulaşabileceği belirtiliyor. Türk Plastik Sanayicileri Araştırma, Geliştirme ve Eğitim Vakfı (PAGEV) Başkanı Mehmet Uysal konuyla ilgili yaptığı açıklamada, "Türk plastik sektörü ülkemizin en önemli sektörlerinden biri, üretim rakamlarımızla, ihracatımızla Avrupa'daki büyümemizi sürdürüyoruz. Ancak sektörümüzün daha da büyümesi, üretim ve ihracatını artırabilmesi için engellemelerden ziyade, desteğe ve teşvike ihtiyacı var. Son olarak gündeme gelen gıda ambalajlarındaki numara değişikliği sektörümüze ilave yük getirmekten başka bir fayda sağlamayacak. Üreticiler gıda ambalajı üretiminde zaten gerekli izinleri almak ve bunu belgelemek zorunda. Yeni uygulamanın sektöre nasıl bir fayda sağlayacağı bizler için soru işareti taşıyor. Gündemde sadece kalıp değişikliğinin getireceği mali yükten söz ediliyor. Ancak sektörümüzün kademeli de olsa bu değişiklikler sırasında üretim kaybı nedeniyle yaşayacağı zarar düşünülüyor" dedi.

PLASTİK İŞLEME MAKİNELERİ GENEL ARZ - TALEP DENGESİ (Milyon Dolar)				
	2011	2012 (Ocak-Ekim)	2012 (Tahmin)	Yüzde Artış 2012 / 2011 (Tahmin)
Üretim	296	241	290	-2,2
İthalat	692	494	592	-14,4
İhracat	103	95	114	11,3
İç Satış	885	640	768	-13,3
İthalat / İç Satış (%)	78	77	77	
İhracat / Üretim (%)	35	39	39	

Bu çocuklar size emanet.

Bu bayram
Darüşşafaka'ya bağış yapın,
yüzlerce yetenekli çocuğumuza
kolej seviyesinde eğitimle
iyi bir gelecek hazırlayalım.

www.darussafaka.org



Bin beş yüz yıl öteden gelen lezzet

Tarihi yüzyıllar öncesinde Orta Asya Türklerine dayanan pastırma, lezzetiyle dünya çapında bir üne sahip. Osmanlı'da saray ahalisinin vazgeçilmez tatlarından olan pastırmanın, günümüzde 20'den fazla çeşidi bulunuyor.

Evliya Çelebi'nin, Seyahatnamesi'nde, "Melukat ve imalat-ı has beyaz ekmeği, lavaşa yufkası, katmerli böreği, matbah baharlı böreği, lahm-ı kadit namı ile şöhret bulan kimyonlu sığır pastırması ve miskli et sucuğu hiçbir yerde yoktur. İstanbul'a hediye olarak gider" diye övdüğü Kayseri, ürettiği pasturmayla dünya çapında yerinde bir üne sahip. Et, tuz ve kırmızıbiberin birbirine karıştırılarak, sarımsak ve çemenle bastırılıp güneş veya iste kurutulmasıyla meydana gelen bir çeşit et yiyeceği olan pastırma, çok eski bir Türk yemeği ve et konservesidir. 20'den fazla çeşidi bulunan pastırma, genelde sığır, deve, koyun ve keçi etinden yapılıyor. Yüzyıllar öncesinde Orta Asya Türklerine kadar uzanan pastırmanın tarihi yaklaşık bin 500 yıl öncesine kadar dayanıyor. Çiğ etin çeşitli baharatlar ve tuzla kurutulması ile yapılan bir yiyecek türü olan pastırma, teknolojinin gelişmesi ve makineleşmenin hayatın her alanına girmesine rağmen halen geleneksel yöntemlerle üretiliyor. Orta büyüklükteki bir sığırdan 19, büyük bir sığırdan ise 26 çeşit pastırma elde ediliyor. Etin alındığı kısma göre 15-16 çeşit pastırma imal

ediliyor. Kuşgözü ve sırt ekstra kaliteli, bohça, kenar, sekerpare, but, mehle, omuz ve kürek pastırması birinci sınıf iken bacak, döş, etek, kavram, meme, kelle ve dil gibi isimler alan pasturmalar ise ikinci sınıf olarak kabul ediliyor. Pastırmanın geleneksel lezzetinde çemeni de ayrı bir yer tutuyor. Pastırmalık etin üzerine kaplanan çemen, ete pastırmanın geleneksel lezzetini verdiği gibi aynı zamanda etin gereğinden fazla kurumasının, etin hava ile temasını keserek bozulmasının ve etin üstündeki yağların oksitlenerek acılaştırmasının önüne geçiyor. Çemensiz pastırma da sıkça tercih edilen türler arasında bulunuyor.

PASTIRMANIN SERÜVENİ

Pastırmanın mazisi yola ya da savaşa giden Türklerin gıdasız kalmamak ve fazla zaman harcamamak için yanlarına tuzlanmış sığır ve buna benzer hayvan etleri almasına dayanıyor. Yolculuk esnasında deri kılıfların içine, bazen de açıktan atın eğerine bağlayarak, bacaklarının arasına iyice sıkıştırılan tuzlanmış et parçaları, haftalar süren yolculuk esnasında basıla basıla "pastırma" haline geliyordu. Yemek pişirmek için vak-

AKİB'DEN BULGARİSTAN'A PASTIRMA TEPKİSİ

Bulgaristan'ın Kayseri ile özdeşleşen pastırmayı tescillemek için Avrupa Birliği'ne başvurması hem Ekonomi Bakanlığı'nı hem de sivil toplum örgütlerini ve ihracatçıları harekete geçirdi. Bilindiği üzere, AB tarafından özgün tarımsal üretimin teşviki amacıyla uygulanan koruma düzenlemeleri arasında yer alan ISO çerçevesinde, üretimin menşei ve coğrafi özelliklerinden bağımsız olarak, üretimde kullanılan geleneksel malzeme ve yöntemlere ilişkin bir tescil öngörülüyor. Bu bağlamda da Bulgaristan, AB'nin Coğrafi İşaret Tescili'nde "geleneksel özellik garantisi" altında bulunan tescil girişimi için başvuruda bulundu.

"ÜLKEMİZİN KAN KAYBETMESİ DEMEKTİR"

Konu ile ilgili olarak açıklamada bulunan Akdeniz Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği Başkanı Ali Can Yamanılmaz, pastırmanın tarihçesi ile ilgili hakkında kısa bir bilgi vererek "Orta Asya'da yaşayan Hun ve Oğuz Türkleri'ne kadar ulaşan pastırmayı, yola veya savaşa giden Türkler,

gıdasız kalmamak ve fazla zaman harcamamak için, yanlarına tuzlanmış sığır ve buna benzer hayvan etleri alırlardı. Bu etleri atın eğerine bağlayarak, bacaklarının arasına iyice sıkıştırırlardı. Tuzlanmış ve baharatlanmış et parçaları haftalar süren yolculuk esnasında baskı sonucunda pastırma dediğimiz ürün meydana gelirdi. Yemek pişirmek için vakti olmayan yolcu veya savaşçı, hiç zaman kaybetmeden bu kolay ve besleyici etlerden biraz keserek yer, gıdasını alırdı. Pastırma, Türkler vasıtasıyla Rumeli'ye, Balkanlar'a ve çevresine götürüldü" diye konuştu. Şimdi ise atalarımıza ait bu gıdaya Bulgarlar'ın talip olduğunu kaydeden Yamanılmaz, "Buradaki tek amaç AB'nin Coğrafi İşaret Tescili'nde geleneksel özellik garantisi alarak AB'den çeşitli sübvansiyonlar almak ve pastırmanın ihracatında dünyada tekel olmaya çalışmaktır. İhracatımızda önemli bir ekonomik potansiyele sahip olan pastırmamızın dış ticarete sorunlar yaşamaması demek, dış piyasada aradığını bulamayan ihracatçımızın ve üreticimizin iç piyasa daha

da ağırlık vermesi demektir. Bu durum da kabul edersiniz ki ekonomik anlamda ülkemizin kan kaybetmesi demektir" ifadesinde bulundu. İlgili süreçte yüreklerine su serpen en önemli gelişmenin ise Dış İşleri Bakanlığı ile beraber Ekonomi Bakanlığı'nın duruma el koyması olduğunu belirten Yamanılmaz, "Akdeniz Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği olarak gelişmeleri yakından takip ediyoruz ve patent işlemleri ile ilgili olarak elimizden gelebilecek her türlü desteği vermeye hazırız" şeklinde konuştu.



PASTIRMA ÜRETİMİ SIRASIYLA ŞU AŞAMALARDAN OLUŞUYOR:

Söküm: Pastırmalık etlerin büyük kitleler halinde kemiklerinden ayrılmasıdır.

Açım: Etlerin lenf yumruları, fascia, tendo, ligament, fazla yağlarından, büyük damarlar ve sinirlerinden arındırılıp şekil verilmesidir. Şekil verilen etlerin bir ucuna ip geçirilir ve büyüklüğüne göre bir yüzü 5-8 yerinden kas liflerine paralel olarak saklanır.

Tuzlama: Bunun için yüzde 1-3 oranında Nitrat içeren ya da nitritli kütleme tuzu kullanılabilir. Bıçak yaralarına tuz iyice yedirilir. Takiben bıçak yaraları üst üste gelecek şekilde etler bir arada istiflenir. Tuzlu etler bu şekilde 24 saat bekletilir.

Tuzlama-Çevirme-Döndürme: Birinci tuzlamadan sonra en üstteki etler en alta ve bıçak yarası alta gelecek şekilde tekrar istiflenir ve bu şekilde 12-24 saat bekletilir.

Yıkama: İkinci tuzlamadan sonra tuzunu tamamen almış olan etler, akarsu altında, tekneler içinde ya da otomatik yıkama makinelerinde yıkanılır.

Kurutma: Yapay veya doğal koşullarda yapılabilir. Yapay olarak klimalı kurutma odaları kullanılır. Doğal olarak ise sonbahar-



da havanın fazla sıcak olmadığı, rüzgârlı ve güneşli günlerde kurutulur. Kurutma süresi, etin büyüklüğüne göre açık ve güneşli havalarda 3-5 gün, bulutlu ve soğuk havalarda ise 15 gün veya daha uzun olabiliyor.

Baskı-Soğuk Denklem: Bu amaçla otomatik baskı makineleri ya da bu iş için yapılmış baskı aleti kullanılıyor.

Kurutma-Terleme-Ağarma: Bu kurutma genellikle kalın pastırmalık etlere uygulanır. İnce etlere gerek duyulmaz. Kurutma süresi hava koşullarına bağlı olarak 10 gün sürebilir.

Baskı-Sıcak Denklem: İkinci defa kurutulmuş etler 4-5 saat 1'inci baskılamada olduğu gibi baskıya alınır.

Kurutma: Pek uygulanmıyor. Gerekli görülürse yapılıyor.

Çemen Bekletme ve Çemenleme: Çemenleme pastırmaya özel bir görünüm, renk, aroma ve lezzet kazandıran, mikroorganizmaların gelişmelerini engelleyen bir soslama işlemidir. Genel olarak çemen hamuru 50 kısım buy otu tohumu unu, 35 kısım sarımsak ve 15 kısım kırmızıbiberden oluşan karışım 65 litre su ile macun haline getirilerek hazırlanır. Kurutulmuş etler tek tek incelenip oluşan şekil bozuklukları düzeltilir. Takiben etler tekne içinde hazırlanmış olan çemen hamuru içine konarak üzeri tamamen çemen ile örtülür ve 12-36 saat bekletilir.

Kurutma: Çemenlenen etler askılıklara asılarak yapay veya doğal koşullarda kurutulurlar. Doğal koşullarda kurutma süresi iklime bağlı olarak 7 gün olabiliyor.

Ambalajlama: Aynı kalitede 5-10 adet pastırma bir arada kutu, tahta sandık ya da torbalara konulur.

ti olmayan yolcu veya savaşçı, hiç zaman kaybetmeden bu kolay ve besleyici etleri biraz kesiyor, yiyor ve gıdasını alıyordu. Türkler vasıtasıyla Rumeli'ye, Balkanlar'a ve çevresine taşınan pastırma, ülkemizde en iyi ve en çok Kayseri'de üretiliyor. Bol enerji kaynağı ve çok kuvvetli albüminli bir gıdası olan pastırma, bilhassa bedenen çalışan insanlar için bol enerji kaynağı görevi görüyor. Hazmı çok kolay olup az bir pastırma parçasında, çok miktarda etin yerini tutan besin ve kalori değeri bulunuyor. Besin değeri açısından konsantre bir yapıya sahip pastırmanın imalatı ise şu şekilde gerçekleşiyor: Sığırların sırtlarından ve sinirsiz yerlerinden ayrılan az yağlı veya hiç yağlı olmayan et parçaları, önce parçalar halinde bölünüp bolca tuzlanıyor. Hazırlanmış tahtalar içinde iyice dövülüyor. Daha sonra bastırılarak çemen tohumu, kırmızıbiber ve tuz karışımından meydana gelen bulamacı, dövülmüş etin üzerine sürülüyor. Bu bulamacı "çemen" ismi veriliyor. Pastırmanın üzerine sürülen bu maddeler, ete çok güzel koku vererek, uzun müddet kokmasını önüyor. Pastırma yapımına, yaz

ayının sonunda, sonbahar mevsiminin ortalarında başlanıyor. Hazırlanmış, tuzlanmış ve çemenlenmiş parçalar rüzgârlı yerlerde kurutulurak hazır hale getiriliyor.

SEYAHATNAME'DE PASTIRMA

Orta çağlarda Avrupa'ya akan Hun Türklerinin pastırmayı yiyecek maddesi olarak kullandıklarını Romalılardan öğrenirken pastırmayı ilk yapanların Orta Asya'da Hunlar olduğunu Weber-Baldamus'un "Dünya Tarihi" kitabında Antalyalı Amianus'un 273-275 yıllarında yazmış olduğu eserinde; "Hunlar yemek tanımazlar, yaban etleri ile atın sırtında, baldırları arasında ezdikleri yan pişmiş eti yerler" şeklinde yazdığını söyler. Hâlbuki Macar müzelerinde bulunan Hunlara ait iki cepli at eyerleri, kurumuş etlerin bu çantalara koyulduğunu ve atın baldırına, vücuduna değmediği görülüyor. 17'nci yüzyılda yazdığı Seyahatnamesi'nde Kayseri'den bahseden Evliya Çelebi şehrin çarşıları ve hanlarının yanı sıra kimyonlu sığır pastırmasını miskli et sucuğunu çok beğendiğini de anlatıyor. Evliya Çelebi Seyahatnamesi'nde,

"Esnafı pastırmacıyı sığır bunlarda anga bezirgânlardır. Kasımda İstanbul halkının ganimesi için üç kere 100 bin sığır getirip kule kapısının taşrasında hendek kenarında iki hisar peçe arasında pastırma yaparlar. Pastırma Emiri Ali Ağa pacını alır ve pastırma naibi Hüseyin Efendi davalarını dinler. Pür silah ubur ederler. Altı yüz neferdirler, esnafı tacirani pastırma-dükkan yüz ve neferat 400'dür, dükkanları odun kapının taşrasında Galata'da, Tophane'de olup kuru pastırma satarlar. Dükkanlarını kimyonlar, pastırmalar ile zeynedüp (al pastırma) deyu ubur ederler. (...) Makulat ve imalata has beyaz ekmeği, lavaşa yufkası, katmerli böreği, lahm-ı kadit namı ile şöret bulan kimyonlu sığır pastırması ve nilskli et sucuğu bir tarafta yoktur" şeklinde anlatıyor. Yine Ankara Sicilâtı Ser'iyeye defterinde, saraya her sene gönderilen ahu-ceylan pastırmalarının gönderilmemesinden ötürü şikâyetnameler olduğu yazıyor. Tarihsel yolculuğunda Oğuzlarla birlikte göç eden pastırma, Anadolu'nun ortasındaki Kayseri'yi kendine yurt edinir. Sonra da ünü dört bir yana yayılır.

PASTIRMA ÇEŞİTLERİ

İyi pastırma koyu kırmızı renktedir. Açık kırmızı renkte olan pastırmalar iyi kalite değildir. Ağızda lâstik gibi uzar, besin değeri azdır. TSE'nin hazırladığı TS-1071 Pastırma Standardında, "Kasaplık büyükbaş hayvan gövde etlerinden usulüne göre ayrılan parçaların teknolojik işlemlerden geçirilerek, izin verilen katkı maddeleriyle hazırlanıp kurutulduktan sonra çemenlenmesi, yeniden kurutulmasıyla elde edilen kemiksiz et ürünüdür" tanımı yer alıyor. Orta büyüklükteki bir sığırdan 19, büyük bir sığırdan ise 26 çeşit pastırma elde ediliyor. Etin alın-

dığı kısma göre 15-16 çeşit pastırma üretiliyor. Bu çeşitlerden bazıları sırt pastırması, antrikot pastırması ve kuşgözü pastırması. Sırt pastırma, dana etinin sırt bölgesinden dana pırzola da diyebileceğimiz yumuşak ve lezzetli az yağlı et bölgesinden yapılıyor. Antrikot pastırma, sırt bölgesinin devamı olan dana sırtının orta kısmından boyun kısmına doğru alınan lezzetli ve yumuşak az yağlı et bölgesinden yapılıyor. Kuşgözü pastırma ise yine sırt bölgesinin hemen alt kısmında dananın en az hareket eden kuş kısmından oluşan lezzetli yumuşak et bölgesinden yapılıyor.

"PASTIRMA YAZI"

Kasım ayında hava sıcaklıklarının geçici olarak bir süre artması "pastırma yazı" olarak adlandırılıyor. Pastırma yazı yaşanan dönemde hava sıcaklıkları gündüz 25 dereceye kadar çıkarken, gece özellikle sabaha karşı eksi 2-5 dereceye kadar düşüyor. Pastırma yazının bu özelliği nedeniyle kurumaya alınan pastırmalık etler, ani ısı değişimi sonucunda daha uzun sürede kuruyup daha lezzetli hale geliyor. Bu nedenle, kasım ayında pastırma yazı olarak adlandırılan dönemde yapılan pastırmaların daha lezzetli olduğu ifade ediliyor.



Et, tuz ve kırmızıbiberin birbirine karıştırılarak, sarımsak ve çemenle bastırılıp güneş veya iste kurutulmasıyla meydana gelen bir çeşit et yiyeceği olan pastırma, çok eski bir Türk yemeği ve et konservesidir.

İhracatı teşvik ve ihracatta KDV istisnası



İHRACATI TEŞVİK TEDBİRLERİ GENEL OLARAK ÜRÜN MALİYETLERİNİ DÜŞÜREN VEYA İHRACAT GELİRLERİNİ ARTIRAN TEDBİRLERİN BÜTÜNÜDÜR. İHRACATIN ULUSLARARASI REKABET ŞARTLARINI İRDELEDİĞİMİZDE, BU TEŞVİKİN ÖNEMİ DAHA NET ANLAŞILMAKTADIR.

SERDAR AKSOY / ADANA-MERSİN VERGİ DAİRESİ BAŞKANI

Uluslararası pazarlarda ülkeler arasındaki rekabet şartlarının ağırlaştığı günümüzde ihracatın gelişmesine katkıda bulunacak stratejiler belirleyerek ve çeşitli önlemler alan ülkeler avantajlı duruma geçmektedirler. Ülkelerin gelişmelerini etkileyen en önemli unsurlardan birisi olan ihracatın geliştirilmesi amacıyla yapılan teşvik tedbirleri ihracat politikaları içerisindeki yerini her zaman korumuştur. Günümüzde Türkiye’de uygulanmakta olan ihracat teşvikleri; devlet yardımları, dahilde ve hariçte işleme rejimleri, Türk Eximbank tarafından sağlanan kredi, sigorta ve garanti programları, ihracat, ihracat sayılan satış ve teslimler ile döviz kazandırıcı hizmet ve faaliyetlerde vergi, resim ve harç istisnası ile ihracatta KDV istisnasıdır.

İHRACATI TEŞVİK İÇİN KDV İSTİSNASI

İhracatı teşvik araçlarından biri olarak kabul edilen ihracatta KDV istisnası Türk Katma Değer Vergisi Kanunu’nda “İhracat İstisnası” başlığı altında düzenlenmiştir. İhracata konu malın üretimi ve tedarikinde katılan yüklerin iadesi olan KDV iade sistemi ihracatçıların finansmanında ve uluslararası rekabetlerinde

önemli bir unsur olmuştur. İhraç edilen malların üretimi amacıyla, hammadde ve diğer girdilerin tedariki esnasında ödenmiş olan KDV’den, imalatçı ihracatçı ya da ihraç edilen malların imalatını yapan işletmeler üzerinde kalan kısmı, ihracattan sonra ilgili işletmelere iade edilmektedir. Diğer ifadeyle bu işletmeler vergiden istisna edilmektedir.

KDV İSTİSNASININ KAPSAMI

İhracatçıların dünya pazarlarında rekabet gücünün artırılması amacıyla 3065 sayılı KDV Kanunu’nun 11. ve 12. maddesi ile yapılan Düzenlemelerle Türk Vergi Sistemi’nde yer alan ihracatta KDV istisnasının kapsamı şu şekilde düzenlenmiştir: 1’inci maddenin “a” bendinde; “İhracat teslimleri ile bu teslimlere ilişkin hizmetler ve yurtdışındaki müşteriler için yapılan hizmetler KDV’den istisna tutulmuştur” hükmü yer almaktadır. Aynı maddenin “b” bendinde ise “Türkiye’de ikamet etmeyen yolcuların Türkiye’den satın alıp yurtdışına götürdükleri mallara ait ödenen KDV’nin iade edileceği ve yolcu beraberinde yurtdışına çıkarılan eşyaların da normal ihracat şeklinde vergiden istisna tutulacağı” hükmü düzenlenmiştir. KDV Kanunu 11’inci

maddesine 3297 sayılı kanunla eklenen “c” bendinde ise ihraç kaydıyla yapılan satışlarda ihracatçılar tarafından KDV'nin ödenmeyerek bir tür ön ihracat uygulaması öngörülmüştür. KDV Kanunu'nun 12'nci maddesinde, bir teslimin ihracat sayılabilmesi için gerekli şartlar belirlenmiştir. Buna göre;

- a) Teslim, yurtdışındaki bir müşteriye yapılmalıdır.
- b) Teslim konusu mal, TC Gümrük Bölgesi'nden çıkarak bir dış ülkeye veya bir serbest bölgeye vasil olmalı ya da yurtdışındaki müşteriye gönderilmek üzere yetkili gümrük antrepösuna konulmalıdır.

İSTİSNA KAPSAMINDA GERÇEKLEŞTİRİLEN İŞLEMLER

Kanunun 32'nci maddesinde, mükelleflerin istisna kapsamında gerçekleştirdikleri işlemleri dolayısıyla yükledikleri vergileri, istisna kapsamında olmayan işlemleri üzerinden hesapladıkları vergiden indirebilecekleri, indirim dolayısıyla giderilemeyen verginin de iade edileceği hükme bağlanmıştır. KDV uygulamasında ön ihracat istisnası olmamasına karşın, KDV Kanunu'nun 11/1 maddesine 3297 sayılı kanunla eklenen “c” bendi ile 20 Haziran 1986 tarihinden itibaren ihraç kaydıyla yapılan teslimler ihracat istisnası kapsamına alınmıştır. Tecil terkin sisteminde alıcı konumundaki ihracatçı, aldığı malı belli şartlar altında ihraç etmek şartıyla satıcıya KDV ödeme, ihracatı gerçekleştirdikten sonra vergi iadesi formaliteleri ile uğraşmamaktadır. Böylece hem zaman ve emek tasarrufu yapmış olmakta hem de vergi iadesinde yasanın gecikmeler nedeniyle uğranılan finansman kaybı engellenmiş olmaktadır. Bu sistemde ihracatçılar, belli şartlara haiz olan imalatçıların kendilerine ihraç edilmek üzere teslim edilen mallara ilişkin KDV'sini ödememektedir. İmalatçılar, ihracatçılardan tahsil etmedikleri KDV'sini ilgili dönem beyannamesinde beyan ederek tarh ve tahakkuk ettirmekte, tahakkuk eden vergi varsa tecil ettirmektedir. İhraç kaydıyla teslim edilen malların üç ay içerisinde ihraç edilmesi durumunda tecil edilen vergi terkin edilmektedir.

HİZMETİN YAPILDIĞI YERİN TESPİTİ

KDV Kanunu'nun 1'inci maddesi gereği, Türkiye'de yapılmayan hizmetler verginin konusuna girmemektedir. Burada hizmetin yapıldığı yerin tespiti önem kazanmaktadır. Türkiye'de yapılmakla birlikte yurtdışın-

İhracatçıların, ihraç kayıtlı satışlardan doğan Katma Değer Vergisi iade alacağını nakdi olarak alması mümkün.



daki müşteriler için yapılan hizmetler ise kanunun 11/1-a maddesi uyarınca vergiden istisna edilmiştir. Bu durumda hizmetin, yurtdışında yapılmış hizmet mi olduğu, yoksa Türkiye'de yapılmış ve ihraç edilmiş bir hizmet mi olduğu konusu önem kazanmaktadır. Bir hizmetin Türkiye dışı hizmet sayılmasındaki tek ölçü, o hizmetin maliyetlerinin ve hâsılının Türkiye'de kayda alınmasının gerekmemesidir. KDV Kanunu'nun 12'nci maddesi uyarınca hizmet ihracının vergiden istisna tutulması için;

- 1) Hizmet Türkiye'de yurtdışındaki bir müşteri için yapılmalıdır.
- 2) Fatura veya benzeri belge yurtdışındaki müşteri adına düzenlenmelidir.
- 3) Hizmetin bedeli döviz olarak Türkiye'ye getirilmelidir.
- 4) Hizmetten yurtdışında yararlanılmalıdır.

3065 SAYILI KDV KANUNU

Tam istisna olarak adlandırılan bazı işlemlerde ise teslimi yapılan veya ifa edilen hizmetlerin bünyesine giren vergilerin diğer muamelelere ilişkin hesaplanan vergiden mahsup edilememesi halinde yüklenicilere iade imkânı getirilmiştir. KDV Kanunu'nun 32.maddesi uyarınca ihracat ve ihraç kayıtlı satış nedeniyle yükleni-

lip indirilemeyen vergiler Maliye Bakanlığı ve Gümrük Müsteşarlığı'nca belirlenen esaslara göre iade edilmektedir. Katma Değer Vergisi iade alacağının hak sahibi mükellefin kendisinin, ortaklarının veya mal ve hizmet satın aldığı kişilerin vergi borçlarına, ithalat sırasında uygulanan vergilere, SSK prim borçlarına mahsup talepleri, miktarlarına bakılmaksızın inceleme raporu ve teminat aranılmadan yerine getirilmektedir. İhracatçıların, ihracat, ihraç kayıtlı satışlardan doğan KDV iade alacağının nakden iade yoluyla alınması da mümkündür.

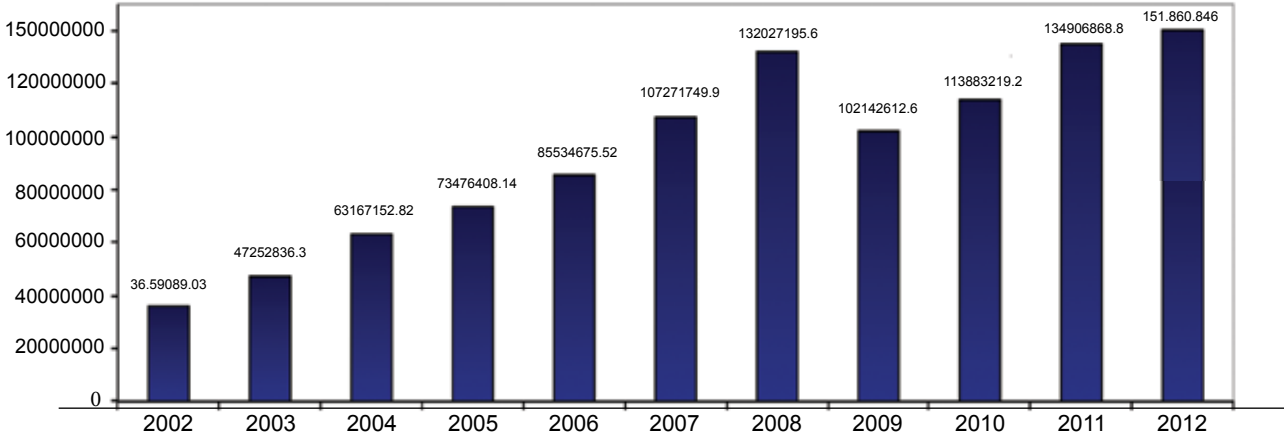
TEŞVİKİN ÖNEMİ DAHA NET ANLAŞILIYOR

İhracatı teşvik tedbirleri genel olarak ürün maliyetlerini düşüren veya ihracat gelirlerini artıran tedbirlerin bütünüdür. İhracatın uluslararası rekabet şartlarını irdelediğimizde, bu teşvikin önemi daha net anlaşılmaktadır. Aynı zamanda Avrupa Birliği'ne girme aşamasında olan ülkemizin, vergi kanunlarını ve muhasebe sistemlerini uluslararası çalışmalara uyumunu sağlayacak düzenlemelerden olan Yeni Türk Ticaret Kanunu ile birlikte, kayıtlı ekonominin ve özellikle uluslararası muhasebe standartlarının ve finansal tablolarında yeni dönemde önemi ön plana çıkacaktır.

ARALIK 2012 AYI İHRACAT RAKAMLARI SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI - 1000 \$

SEKTÖRLER	ARALIK				SON 12 AY			
	2011	2012	Değişim (%)	Pay (%)	2011	2012	Değişim (%)	Pay (%)
I. TARIM	1.866.851	1.844.656	-1,19	15,53	17.870.628	19.158.123	7,20	12,62
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	1.386.950	1.305.927	-5,84	10,99	13.061.783	13.628.081	4,34	8,97
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	569.956	519.365	-8,88	4,37	5.457.379	5.887.660	7,88	3,88
Yaş Meyve ve Sebze	340.356	309.899	-8,95	2,61	2.335.772	2.184.807	-6,46	1,44
Meyve Sebze Mamulleri	119.030	101.052	-15,10	0,85	1.204.331	1.262.119	4,80	0,83
Kuru Meyve ve Mamulleri	121.089	112.275	-7,28	0,95	1.370.830	1.367.594	-0,24	0,90
Fındık ve Mamulleri	147.919	164.468	11,19	1,38	1.759.111	1.805.461	2,63	1,19
Zeytin ve Zeytinyağı	20.389	26.974	32,29	0,23	180.953	201.552	11,38	0,13
Tütün	63.199	65.921	4,31	0,56	677.121	845.711	24,90	0,56
Kesme Çiçek	5.013	5.973	19,15	0,05	76.285	73.177	-4,07	0,05
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	145.303	177.365	22,06	1,49	1.418.427	1.664.277	17,33	1,10
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	145.303	177.365	22,06	1,49	1.418.427	1.664.277	17,33	1,10
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	334.597	361.364	8,00	3,04	3.390.418	3.865.766	14,02	2,55
Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri	334.597	361.364	8,00	3,04	3.390.418	3.865.766	14,02	2,55
II. SANAYİ	9.833.452	9.634.807	-2,02	81,12	111.441.709	114.370.279	2,63	75,31
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	978.314	947.850	-3,11	7,98	11.052.650	11.466.712	3,75	7,55
Tekstil ve Hammaddeleri	650.598	626.129	-3,76	5,27	7.944.933	7.849.702	-1,20	5,17
Deri ve Deri Mamulleri	164.491	132.766	-19,29	1,12	1.479.274	1.605.069	8,50	1,06
Halı	163.225	188.954	15,76	1,59	1.628.443	2.011.941	23,55	1,32
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	1.344.358	1.410.344	4,91	11,87	15.764.903	17.542.394	11,27	11,55
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	1.344.358	1.410.344	4,91	11,87	15.764.903	17.542.394	11,27	11,55
C. SANAYİ MAMULLERİ	7.510.781	7.276.613	-3,12	61,26	84.624.155	85.361.173	0,87	56,21
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1.335.524	1.383.486	3,59	11,65	16.150.161	16.088.099	-0,38	10,59
Taşıt Araçları ve Yan Sanayi	1.734.839	1.638.864	-5,53	13,80	20.121.082	19.063.427	-5,26	12,55
Gemi ve Yat	78.682	99.579	26,56	0,84	1.321.678	811.246	-38,62	0,53
Elektrik - Elektronik	1.117.358	1.005.995	-9,97	8,47	11.182.476	11.811.673	5,63	7,78
Makine ve Aksamları	487.077	455.960	-6,39	3,84	4.899.125	5.327.524	8,74	3,51
Demir ve Demir Dışı Metaller	530.525	538.013	1,41	4,53	6.283.177	6.367.209	1,34	4,19
Demir Çelik Ürünleri	1.400.976	1.261.861	-9,93	10,62	15.297.577	15.563.898	1,74	10,25
Çimento ve Toprak Ürünleri	245.220	239.008	-2,53	2,01	3.160.846	3.102.250	-1,85	2,04
Değerli Maden ve Mücevherat	113.978	166.612	46,18	1,40	1.461.408	2.083.084	42,54	1,37
Savunma Sanayii	150.256	173.245	15,30	1,46	883.845	1.262.371	42,83	0,83
İklimlendirme Sanayii	311.030	306.168	-1,56	2,58	3.789.298	3.797.942	0,23	2,50
Diğer Sanayi Ürünleri	5.316	7.823	47,14	0,07	73.483	82.451	12,20	0,05
III. MADENCİLİK	343.147	398.106	16,02	3,35	3.863.169	4.181.526	8,24	2,75
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat					1.731.364	14.150.917	717,33	9,32
TOPLAM	12.043.450	11.877.569	-1,38	100	134.906.869	151.860.846	12,57	100

YILLAR İTİBARI İLE TÜRKİYE İHRACATI 2002-2012 (1000\$)



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

ARALIK	SON BİR YIL							
	2011	2012	Değişim (%)	Pay (%)	2010-2011	2011-2012	Değişim (%)	Pay (%)
AİB	117.780	130.264	10,6	1,1	1.072.314	1.262.043	17,7	0,9
AKİB	1.215.146	1.166.428	-4,0	9,8	12.587.357	13.089.777	4,0	9,5
DAİB	311.192	259.543	-16,6	2,2	3.305.919	3.204.536	-3,1	2,3
DENİB	136.896	158.706	15,9	1,3	1.710.368	1.818.720	6,3	1,3
DKİB	130.747	109.128	-16,5	0,9	1.110.449	1.117.260	0,6	0,8
EİB	1.027.582	924.733	-10,0	7,8	11.395.915	11.429.164	0,3	8,3
GAİB	661.581	724.530	9,5	6,1	7.034.144	8.208.473	16,7	6,0
İİB	513.582	580.683	13,1	4,9	5.810.928	5.786.279	-0,4	4,2
İMMİB	3.428.750	3.436.863	0,2	28,9	37.651.294	40.494.804	7,6	29,4
İTKİB	1.577.746	1.563.840	-0,9	13,2	18.454.772	18.693.457	1,3	13,6
KİB	113.056	118.449	4,8	1,0	1.469.185	1.471.407	0,2	1,1
OAİB	932.650	960.456	3,0	8,1	10.166.768	10.700.366	5,2	7,8
ÜİB	1.876.742	1.743.946	-7,1	14,7	21.406.297	20.433.643	-4,5	14,8
TOPLAM	12.043.450	11.877.569	-1,38	100	133.175.711	137.709.929	3,40	100

İHRACATIMIZDA İLK 20 ÜLKE (1000 \$)

ÜLKELER	ARALIK	2012 TOPLAM
ALMANYA	971.083,25	12.924.856,58
IRAK	1.020.812,05	10.756.777,32
İNGİLTERE	674.056,95	7.941.259,60
RUSYA	526.971,27	6.748.230,35
İTALYA	538.652,88	6.344.151,71
FRANSA	578.743,75	6.231.190,11
ABD	527.358,52	5.478.446,94
SUUDİ ARABİSTAN	297.220,50	3.755.717,09
İSPANYA	314.317,11	3.745.079,63
MİSİR	259.687,30	3.705.627,34
İRAN	226.510,48	3.407.075,45
HOLLANDA	311.507,72	3.174.917,87
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	283.665,25	3.058.091,20
ÇİN	312.837,22	2.878.551,80
AZERBAYCAN-NAHÇIVAN	228.020,04	2.597.108,23
ROMANYA	167.089,69	2.542.141,97
BELÇİKA	221.234,00	2.341.653,73
İSRAİL	192.207,14	2.338.049,43
LİBYA	242.041,66	2.140.303,14
UKRAYNA	156.649,59	1.861.806,45
İlk 20 Ülke Toplam		93.971.036

2012 yılına bölgesel olarak baktığımızda Avrupa Birliği en fazla ihracat yaptığımız bölge oldu.

AKİB-ARALIK AYI SEKTÖREL İHRACAT RAKAMLARI (₺)

SEKTÖR ADI	ARALIK 2011	ARALIK 2012	DEĞ %	OCAK-ARALIK 2011	OCAK-ARALIK 2012	DEĞ %
I. TARIM	380.616.825	352.380.799	-7	3.025.024.866	3.015.869.066	0
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	319.977.361	270.775.000	-15	2.411.949.135	2.259.853.885	-6
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	97.001.787	86.221.822	-11	995.701.250	1.011.675.954	2
Yaş Meyve ve Sebze	192.950.358	159.489.561	-17	1.113.793.331	957.241.264	-14
Meyve Sebze Mamulleri	13.349.777	10.969.917	-18	126.041.877	119.819.818	-5
Kuru Meyve ve Mamulleri	8.613.547	8.087.977	-6	99.404.478	88.113.669	-11
Fındık ve Mamulleri	4.790.708	2.256.417	-53	40.218.823	51.942.204	29
Zeytin ve Zeytinyağı	2.087.566	2.911.553	39	12.691.880	14.919.621	18
Tütün	1.100.120	808.142	-27	22.782.206	14.950.989	-34
Süs Bitkileri ve Mam.	83.498	29.612	-65	1.315.290	1.190.365	-9
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	20.901.925	27.181.555	30	191.590.758	255.146.294	33
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	20.901.925	27.181.555	30	191.590.758	255.146.294	33
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	39.737.540	54.424.244	37	421.484.973	500.868.887	19
Ağaç Mamülleri ve Orman Ürünleri	39.737.540	54.424.244	37	421.484.973	500.868.887	19
II. SANAYİ	819.622.922	800.602.480	-2	9.410.725.438	9.914.289.896	5
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	70.159.529	68.475.901	-2	752.334.146	870.519.733	16
Tekstil ve Hammaddeleri	67.572.056	65.679.308	-3	717.666.591	832.101.248	16
Deri ve Deri Mamulleri	908.257	948.542	4	8.721.530	10.818.637	24
Halı	1.679.215	1.848.051	10	25.946.024	27.599.848	6
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAMÜLLERİ	410.741.923	460.754.015	12	5.221.327.119	5.942.123.135	14
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	410.741.923	460.754.015	12	5.221.327.119	5.942.123.135	14
C. SANAYİ MAMÜLLERİ	338.721.470	271.372.564	-20	3.437.064.174	3.101.647.028	-10
Hazır giyim ve Konfeksiyon	17.990.421	25.869.598	44	220.269.503	229.561.200	4
Otomotiv Endüstrisi	29.762.585	39.607.973	33	404.389.080	440.922.251	9
Gemi ve Yat	76.117	6.533	-91	5.395.581	1.573.694	-71
Elektrik-Elektronik, Mak. ve Bilişim	25.140.748	22.935.598	-9	232.914.034	246.461.437	6
Makine ve Aksamları	16.770.834	16.343.207	-3	180.535.697	204.136.277	13
Demir ve Demir Dışı Metaller	33.536.643	34.989.884	4	331.100.073	361.162.773	9
Çelik	194.300.277	109.495.313	-44	1.796.516.944	1.387.027.095	-23
Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	5.665.508	5.326.468	-6	121.028.305	80.304.728	-34
Mücevher	5.174	387	-93	87.215	46.531	-47
Savunma Sanayii	155.676	584.175	275	8.620.579	9.835.992	14
İklimlendirme Sanayii	15.263.248	15.730.598	3	135.167.554	138.786.308	3
Diğer Sanayi Ürünleri	54.238	482.831	790	1.039.610	1.828.742	76
III. MADENCİLİK	14.905.953	13.444.271	-10	151.600.034	159.618.448	5
A. MADENCİLİK ÜRÜNLERİ	14.905.953	13.444.271	-10	151.600.034	159.618.448	5
Madencilik Ürünleri	14.905.953	13.444.271	-10	151.600.034	159.618.448	5
TOPLAM	1.215.145.700	1.166.427.549	-4	12.587.350.339	13.089.777.410	4

AKİB KASIM AYI İHRACATTA İLK 10 ÜLKE (₺)

HAZIR GIYIM	
İSPANYA	5.479.676
ALMANYA	2.785.000
BİRLEŞİK KRALLIK	2.182.147
AHL SERBEST BÖLGE	1.594.600
FRANSA	1.138.980
IRAK	966.547
BİRLEŞİK DEVLETLER	943.501
HOLLANDA	694.959
SUUDİ ARABİSTAN	579.361
BAE	333.284

YAŞ MEYVE SEBZE	
RUSYA FEDERASYONU	49.301.600
UKRAYNA	32.926.541
IRAK	31.942.147
SUUDİ ARABİSTAN	8.993.886
ROMANYA	4.789.985
HOLLANDA	4.519.694
ALMANYA	3.560.346
BİRLEŞİK KRALLIK	3.230.408
BULGARİSTAN	3.148.485
GÜRCİSTAN	2.812.693

SU ÜR. HAYVANCILIK MAM.	
IRAK	19.711.225
ALMANYA	2.491.645
LÜBNAN	1.496.628
POLONYA	670.588
KKTC	553.022
TACİKİSTAN	541.259
SURİYE	210.404
LİBYA	201.806
İSPANYA	201.338
SUUDİ ARABİSTAN	178.793

DEMİR VE DEMİR DİŞİ METALLER	
IRAK	47.162.404
LÜBNAN	16.322.832
BİRLEŞİK DEVLETLER	15.013.582
CEZAYİR	10.724.209
İTALYA	9.836.251
FRANSA	7.168.912
ETİYOPYA	5.913.304
MISIR	5.777.981
SUUDİ ARABİSTAN	5.141.243
ALMANYA	5.031.780

TEKSTİL	
İTALYA	9.704.609
ALMANYA	6.092.718
PORTEKİZ	5.472.865
BREZİLİYA	4.772.833
İSPANYA	3.982.606
RUSYA FEDERASYONU	3.812.789
POLONYA	3.374.307
BİRLEŞİK DEVLETLER	2.924.966
ENDONEZYA	2.161.777
FRANSA	2.137.380

HUBUBAT-BAKLIYAT	
IRAK	14.086.078
SURİYE	10.534.261
LİBYA	8.364.666
SUDAN	5.233.977
SUUDİ ARABİSTAN	3.716.374
ALMANYA	3.024.832
İTALYA	2.619.304
MISIR	2.299.348
HOLLANDA	2.039.661
CEZAYİR	1.822.712

AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	
IRAK	18.824.038
ALMANYA	4.495.981
AZERBAJCAN-NAHÇIVAN	4.196.583
LİBYA	2.868.302
TÜRKMENİSTAN	2.543.331
FRANSA	2.510.885
HOLLANDA	1.722.565
SUUDİ ARABİSTAN	1.636.202
BİRLEŞİK DEVLETLER	1.568.520
MISIR	1.524.792

KİMYEVİ MADDELER	
MISIR	97.744.984
MALTA	74.036.672
SINGAPUR	56.637.810
BREZİLİYA	35.455.553
BAE	33.456.957
KKTC	28.428.038
BELÇİKA	26.072.611
TOGO	17.065.494
JAPONYA	16.223.529
UMMAN	14.141.100