

TARIMDA DEV BULUŞMA

Fruit Logistica
2015 Fuarı'na bu yıl
Türkiye'den 46 firma
katılırken, fuarı 130
ülkeden 65 bin ziyaretçi
takip etti.



Nihat Zeybekci, fuar destekleriyle ilgili merak edilenleri cevapladı.

Çelik sektörü, 2014'ün yarasını 2015'te sarmaya odaklandı.

3 ADIMDA

cebinizde

1

Google Play Store'a
ya da Apple Store'a
"timreport" yazın

2

Karşınıza çıkan ikona
tıklayarak "timreport"
dergisinin ücretsiz
aplikasyonunu indirin.

3

Artık "*timreport*"
cebinizde.



En büyük risk döviz kurları



ZEKİ KIVANÇ

AKDENİZ TEKSTİL VE
HAMMADDELERİ İHRACATÇILARI
BİRLİĞİ BAŞKANI

2014, ülkemiz açısından oldukça zor bir yıl olarak geride kaldı. 2013'ün Haziran ayında başlayan çalkantılı süreç yılın hemen öncesinde sıkıntılı bir hal alarak, sanayicilerin zorlanmasına sebep oldu. Özellikle makro anlamdaki hedeflerimize ulaşamadığımız tatsız bir dönemi geride bıraktık.

Son dönemde ise dünya ekonomilerinin gündemini, güçlenen Amerikan Doları ile euro/dolar paritesindeki dramatik gerileme şekillendiriyor. Bundan dolayı Ocak ayında Türkiye'nin ihracatı geçen yılın aynı ayına göre yüzde 9,8 düşüşle 10,8 milyar dolar oldu. Son 12 aylık ihracat ise yüzde 2,5 artışla 156 milyar dolar düzeyine geldi.

İhracatın Ocak ayında düşmesinde, net bir şekilde paritedeki gerileme etkili oldu. Ortalama parite değeri, bu senenin Ocak ayında, geçen seneye göre yüzde 14 düşerek, 1,36'dan 1,14'e kadar indi. Özellikle euro ile satış yaptığımız Avrupa pazarındaki ihracat kaybımızda, paritenin etkisi çok fazla yansıdı. ABD daha güçlü bir pozisyon sergilese de, Euro Bölgesi, Japonya, Rusya ve bazı gelişmekte olan ekonomilerindeki zayıflık devam ediyor. Son zamanlarda yıldızı parlayan İran'la gerçekleştirilen serbest ticaret anlaşmasının iyi değerlendirilmesi ve yeni pazar arayışlarının sürdürülmesi gerekiyor.

AKİB olarak biz de Ocak ayında ihracatta düşüşle başladık. Türkiye ortalamasının daha altında olmakla beraber, ihracatımız 2014 yılının aynı ayına göre yüzde 8 geriledi. İhracat Kayseri'de yüzde 13,5, Adana ve Kahramanmaraş'ta yüzde 12, Hatay'da ise yüzde 1 düşüş kaydetti. Mersin ili ise yüzde 3 artış göstermeyi başardı.

Fakat iyimserliğimizi koruyoruz. Önümüzdeki süreçte belirsizliklere değil, olumlu gelişmelere odaklanmak gerektiğine inanıyoruz. Dikkatli olmamız, günlük sorunların ötesinde makro anlamdaki tüm gelişmeleri takip ederek doğru öngörülerde bulunmamız gereken bir dönemdeyiz. Bu süreçte ihracatçıların çok temkinli olması gerekli. Kur riskleri iyi yönetilmeli, dövizdeki spekülasyon hareketlerinden kazanç kesinlikle beklenmemelidir. Haziran ayının ardından ülkemiz, dört yıl seçim atmosferinden uzak kalacak. Bunu fırsata dönüştürüp, yapısal sorunların çözümüne, ekonomi ve sanayiye odaklanmamız gerekmektedir.

Ekonomide başarının üretime dayalı bir büyüme ile mümkün olacağı unutulmamalıdır. Türkiye'nin artık önemli bir yatırım hamlesine, makro anlamda da önemli bir yapısal dönüşüme ihtiyacı var. Bu anlamda sanayicinin girdi maliyetlerinin azaltılması, finansman ihtiyacının daha uygun şartlarda sağlanması, istihdam üzerindeki yüklerin azaltılmasına yönelik düzenlemeler yapılarak kısa sürede uygulamaya konulmalıdır.

4 BİRLİK'TEN

12 SÖYLEŞİ

Fuarlara yeni destek paketi

16 YAŞ MEYVE SEBZE

Dev buluşmanın ardından

20 GÜNCEL

Hedef Afro-Avrasya, amaç yüksek teknolojiye geçiş

22 DEMİR VE DEMİRDİŞİ METALLER

Çelik sektörü 2015 için umutlu

26 TEKSTİL VE

HAMMADDELERİ SASA yuvada kaldı

28 TEKSTİL VE

HAMMADDELERİ 2015 sektör için daha iyi bir yıl olacak

30 MOBİLYA, KAĞIT VE ORMAN ÜRÜNLERİ

2015'te pazar çeşitlendirmesi öne çıkacak

32 HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON

Katma değerli ihracata tasarım desteği

34 HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON

"Aile Paketi" kadın istihdamını düşürür mü?

36 AKTÜEL

38 GÖSTERGELER





SAH-B:
AKDENİZ İHRACATÇI BİRLİKLERİ ADINA
HAYRİ ÜĞÜR

YAYIN KURULU
ADNAN ERSOY ULUBAŞ
ALİ CAN YAMANYILMAZ
ALİ KAVAK
ALİ ÜĞÜR ATEŞ
M. BÜLENT AYMEN
HAYRİ ÜĞÜR
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



KÜÇÜK MUCİZELER YAYINLILIK VE
İLETİŞİM HİZMETLERİ LTD. ŞTİ.

YAYIN DİREKTÖRÜ
ERKAN ERSÖZ
erkanersoz@kucukmucizeler.com

EDİTÖR
TOLGA ÇATAL
tolgacatal@kucukmucizeler.com

GÖRSEL YÖNETMEN
GAYE ÜZGER
gaye@kucukmucizeler.com

FOTOĞRAF
FATİH YALÇIN

KATKIDA BULUNANLAR
ECE ÖNGEÇ, SAMİ SÜYGÜN
MEHMET ÖZÇELİK

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

DAĞITIM
KRY NET

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

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

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

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

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

Düşen parite, girdi maliyetlerine yansımali

TİM'in hazırladığı 2014 yılı 4'üncü çeyrek gerçekleşme ve 2015 yılı 1'inci çeyrek beklenti anketi açıklandı. Anketin dikkat çekici başlıklarından biri ise düşen parite karşısında ihracatçıların girdi maliyetlerinde düşüş beklentisi olarak öne çıkıyor.



TİM tarafından geleneksel hale getirilen ve yılın çeyreklerine göre gerçekleşme ve beklentileri değerlendiren Eğilim Anketi çalışmasının 2014 yılı 4'üncü çeyrek gerçekleşme ve 2015 yılı 1'inci çeyrek beklenti sonuçları açıklandı. Anket sonuçları çarpıcı rakamları ortaya koyarken, ihracatçı firmaların yüzde 38,6'sının Ocak-Mart döneminde ihracatını artıracığı öngörüsü, 2015 için sevindirici bir gelişme olarak yorumlanabilir. Diğer yandan, anket sonuçlarına göre ihracatçıların ilk üç büyük sorunu ise girdi ve enerji maliyetleri ile ham madde fiyatlarındaki yükseklik olarak öne çıkarken, ihracatçılar, gerileyen paritenin yarattığı fiyat ve karlılık baskısıyla bölgesel pazarlardaki sıkıntılar karşısında girdi maliyetlerinde iyileştirmeler olmasını istiyor. Bununla birlikte, anket sonuçlarına göre, ihracatçı firmalar bu yılın ilk çeyreğinde yaklaşık 80 bin yeni istihdam yaratmayı planlıyor.

Anket sonuçlarını kamuoyu ile paylaşan TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, "İhracatçılarımız

tüm jeopolitik gelişmelerin ve AB pazarındaki sıkıntılardan üstesinden gelmek için yeni pazarlarda atılım yapıyor. Neredeyse her iki ihracatçımızdan biri, son çeyrekte yeni pazarlara mal sattı" diyerek başladığı açıklamalarında, özellikle enerji girdi fiyatlarında düşüş bekleyenlerin oranının 15 puan artmasının, girdi maliyetlerinde belirgin bir düşüş beklentisi olduğu bilgisini aktardı.

İHRACATÇILAR FAALİYET KÂRINA ODAKLANMALI

Anket verilerinin açıklandığı toplantıda konuşan TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, ihracatçıların 1'inci çeyrek dolar öngörüsünün 2,28, avronun 2,64, parite beklentisinin ise 1,16'ya gerilediğini açıkladı. "Döviz kuru riskine karşı ihracatçılar önlem almalı ve ihracatçılarımız öncelikle kendi faaliyetlerinde para kazanmalı, faaliyet kârına odaklanmalı, kârı dövizdeki spekülâtif hareketlere bağlamamalı" diyen Büyükekşi, ihracatçıların yılın 4'üncü çeyreğinde ortalama 70 bin yeni

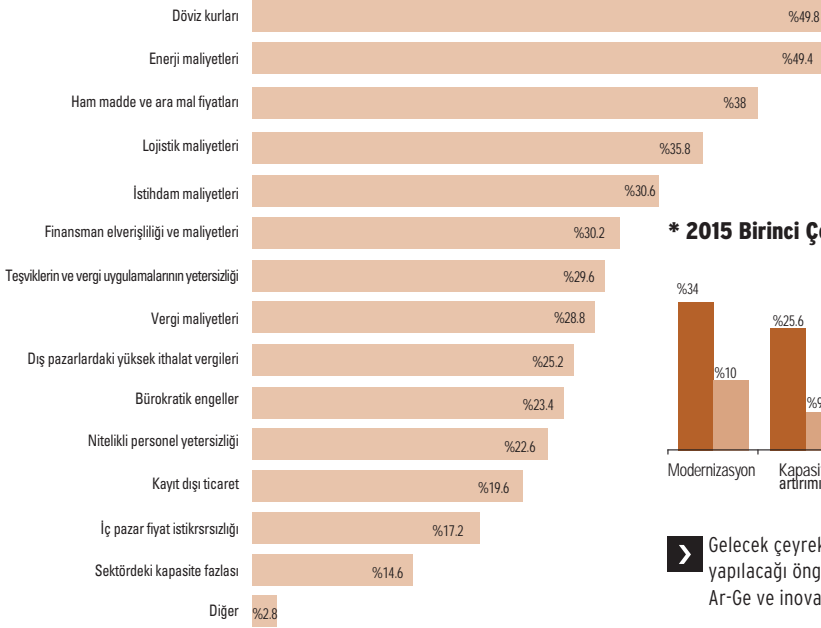
istihdam yarattığını açıklarken, 2015 yılının ilk çeyreğinde beklendikleri yeni istihdamı yaklaşık 80 bin olarak öngördüğünü ifade etti.

HER İKİ İHRACATÇIDAN BİRİ YENİ PAZARLARA MAL SATTI

Büyükekşi, ihracatçıların yılın ilk çeyreğine pozitif bir bakış açısıyla girdiklerine dikkat çekerek, "İhracatçılarımız yeni pazarlarda atılım yapıyor. Yılın son çeyreğinde yeni pazarlara girdiğini belirten firmaların oranı yüzde 44'ü buldu. 2010'dan bu yana en yüksek seviyeye ulaştık. Bu demek oluyor ki, neredeyse her iki ihracatçıdan biri, son çeyrekte yeni pazarlara mal satmış. Bu yılın ilk çeyreğinde de ihracatçılarımız alternatif olarak yüksek hacimli, büyük pazarlara odaklanıyorlar, bunu son derece olumlu buluyoruz" dedi.

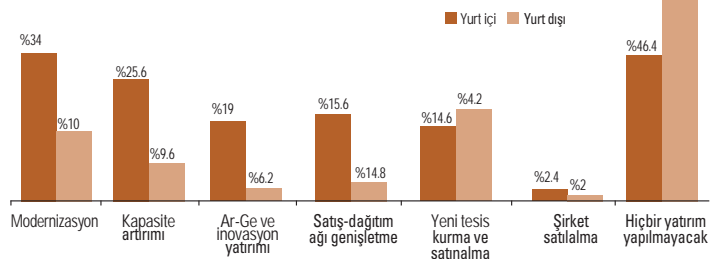
2014 yılının son çeyreğinde dış finansman talebinde bulunan firmaların oranının rekor bir seviyede, yüzde 44,8 olarak gerçekleştiğini belirten TİM Başkanı, "2015'in ilk çeyreğinde

* İhracatçı sektörlerin öncelikli sorunları



İhracatçıların öncelikli sorunları incelendiğinde, yüzde 49,8 ile döviz kurlarının en önemli sorun olarak görülmesi dikkat çekiyor. Döviz kurlarını, yüzde 49,4 ile enerji maliyetleri, yüzde 38 ile ham madde ve ara mal fiyatları, yüzde 35,8 ile lojistik maliyetler ve yüzde 30,6 ile istihdam maliyetleri takip ediyor.

* 2015 Birinci Çeyrek'te gerçekleştirilmesi planlanan yatırımlar



Gelecek çeyrekte, yurt için de en çok, yüzde 34 oranıyla modernizasyon yatırımının yapılacağı öngörülüyor. Daha sonra yüzde 25,6 ile kapasite artırımı ve yüzde 19 ile Ar-Ge ve inovasyon öne çıkıyor.

dış finansman talebinin olacağını öngören firmaların oranı, yüzde 45 mertebesi ile güçlü artış trendini devam ettiriyor. Özellikle ilk 500'deki büyük ihracatçıların yüzde 51'inin dış finansman kaynaklarına ihtiyaç duyması, vakit kaybetmeden finansman imkânlarının geliştirilmesi gerektiğine işaret ediyor" dedi.

İNOVASYON STRATEJİSİ YAYGINLAŞIYOR

Her dönem yapılan ankete, gündeme ilişkin soruların da eklendiğini vurgulayan Büyükeşşi, "İhracatçılarımızın öncelikli dönüşüm programlarına dair görüşlerini almak için dokuz ana başlıktaki 1'inci Grup planlarına dair görüşlerini sorduk. İhracatçılarımız yeni dönemde sırasıyla yüzde 78 ile 'İthalata Olan Bağımlılığın Azaltılması Programını', yüzde 60 ile 'Enerji Verimliliğinin Geliştirilmesi Programını' ve yüzde 56 ile 'Yerli Kaynaklara Dayalı Enerji Üretim Programını' öncelikli görüyorlar" dedi.

Büyükeşşi, ihracatçıların yüzde 45'inin firmalarında kurumsal bir inovasyon stratejisi geliştirdiğini görmekten son derece umutlandıklarını da belirterek, "İlk 500'de bu oranın yüzde 52'ye yükseldiğini görüyoruz. KOBİ ölçeğindeki firmaların da zamanla inovasyon stratejilerine daha fazla ağırlık vereceğine inanıyoruz. Diğer taraftan firmalarımız, İnovasyon Stratejisi ve İnovasyon Organizasyon Kültürünün yaygınlaşmasına da önem veriyor. İnovasyon Döngüsü ve Sonuçlarına

ise zamanla daha fazla ağırlık verileceğine inanıyoruz" dedi. Gündem kısmındaki sorular arasında petrol fiyatlarındaki düşüşün etkilerini de değerlendirdiklerini söyleyen TİM Başkanı, ihracatçıların yüzde 73'ünün

petrol fiyatlarında yaşanan düşüşün enerji maliyetlerine (doğal gaz ve elektrik) azalış olarak yansımını beklediğini, "Üretim maliyetlerinde azalış bekliyorum" diyenlerin ise ihracatçıların yarısını oluşturduğunu" söyledi.

Anketten Notlar...

- Girdi maliyetlerinin arttığını belirten ihracatçıların oranı yüzde 59,4. Geçtiğimiz döneme göre bu oranın yüzde 67'den 8 puan gerileyerek yüzde 59'a düşmesi dikkat çekici. Benzer trend, enerji maliyetlerinde de görülüyor: Enerji birim girdi maliyetlerinin arttığını belirten firmaların oranı yüzde 59'dan yüzde 48'e, elektrik tüketiminin arttığını belirtenlerin oranı ise yüzde 45,2'den yüzde 41,2'ye geriledi.
- İhracatçı firmaların yüzde 39,1'i üretimlerinin, yüzde 39,2'si ise ihracatlarının geçen yılın aynı dönemi ile karşılaştırıldığında yükseldiğini belirtiyor.
- 2015 yılı ilk çeyreğine üretim ve ihracatlarının artacağı beklentisi ile giren "umutlu" ihracatçıların oranının da sırasıyla yüzde 36,2 ve yüzde 38,6 olarak gerçekleşti.
- Üretimde kullanılan ham maddelerin yerlilik oranı yüzde 65. İlk 500'de yer alan

- firmalarda yerli girdi kullanım oranı ise yüzde 53,4.
- 2014 yılının son çeyreğinde yeni pazarlara giren firmaların oranı yüzde 44. 2015 yılı ilk döneminde ise firmaların yüzde 13,8'i yeni pazarları hedeflemediğini bildiriyor.
- İhracatçı firmaların yüzde 43'ü döviz risklerinden korunmak için herhangi bir finansal araç kullanmıyor.
- 2015 yılında sektörünün daha iyiye gideceğini düşünen "iyimser"lerin oranı 7 puan yükselerek yüzde 30,2'ye, Türkiye ekonomisinin iyiye gideceğini düşünenlerin oranı ise 8 puan yükselerek yüzde 25,6'ya yükseldi.
- İnovasyon Stratejisi olduğunu belirten firmaların oranı yüzde 45.
- İhracatçıların yüzde 73'ü, petrol fiyatlarında yaşanan düşüşün enerji maliyetlerine azalış olarak yansımalarını düşünüyor.

Rusya Federasyonu'ndan yatırım ve ticaret daveti

Rusya Federasyonu Penza Eyaleti Valisi Vasiliy K. Bochkarev ve beraberindeki heyet, Mersin ve Adana'da iki gün süren programları boyunca, firmaları yatırım ve ticaret yapmaya davet etti.



Akdeniz Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği'nin ev sahipliğinde gerçekleşen ziyaretin ilk gününde AKİB Binası'nda bir araya gelen heyetler, bir çalışma toplantısı gerçekleştirdi. Toplantının açılış konuşmasını yapan Akdeniz Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Mahmut Arslan, Rusya Federasyonu'nun, AB gıda ürünlerine ambargo uygulamasının ardından rotasını Türkiye'ye çevirmesinin etkisiyle Türkiye lehine oluşan fırsatlara değinerek, bu tür organizasyonların üretici ve ihracatçılar için önemine işaret etti ve gelecekte de benzer ziyaretlerin sürmesi ve ikili ilişkilerin artırılması gerektiğini dile getirdi.

Rusya Federasyonu Penza Eyaleti Valisi Vasiliy K. Bochkarev ise Vali yardımcılar Vladimir Volkov ve Alexey Panin ile Penza Eyaleti'nde bulunan Kuvaka firması Genel Müdürü Kamil Devlikamov ve Rusya Federasyonu'na yatırım yapmayı amaçlayan çok sayıda iş insanının katıldığı toplantıdaki sunumunda, Penza bölgesinin ekonomisi, sanayi altyapısı, ulaşım imkânları, yatırımcılar için destek mekanizmaları ve tarımın gelişmesi için öncelikli alanlarına ilişkin

bilgiler aktardı. Organizasyonun ikinci gününde Mersin ve Adana'da yer alan firmaları ziyaret ederek üretimlerine ilişkin incelemelerde bulunan ve yatırım fırsatlarıyla ilgili firmalara değişik seçenekler sunan heyet, sonrasında Adana Sanayi Odası'nda üretici ve sanayicilerle bir araya gelme fırsatı yakaladı.

Adana Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanı ve Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Zeki Kıvanç, Vali Bochkarev başkanlığındaki Rusya heyetinin ziyaretinde yaptığı açıklamada, ziyaretin Penza ile Adana arasındaki ticaret ve yatırım ilişkilerinin gelişmesi yönünde olumlu çalışmalara zemin hazırlayacağına vurgu yaptı. Rusya ve İran ile ticareti çok önemstediklerini vurgulayan Kıvanç, "Ticaret ve yatırımların önünde hiçbir engel yok. Vali Bochkarev'in girişimleriyle, olası sorunların da kolay çözümleneceğine inanıyoruz. Ticari ilişkilerimiz, karşılıklı ziyaretlerle daha ileri seviyelere gelecektir" derken, Penza Valisi Vasily K.Bochkarev, Adana'daki sanayi işletmelerinde ileri teknolojiyle üretimi görme imkanı bulduğunu ifade ederek, "Gıpta ederek izledim, çağdaş işletmeler

kurduğunuzu görmek gurur verici" dedi. Yatırımlarda yerli, yabancı ayrımı olmadığını, aynı oranda destek verildiği bilgisini de aktaran Vali Bochkarev, yatırımcıya vergi avantajı sağlandığını, elektrik, doğal gaz, su, yol ve arsa gibi altyapı konusunda her türlü imkânı da sağladıklarını dile getirdi. Penza'nın sanayileşme bakımından dinamik ve hızlı büyüyen bölge olduğunu, gıda ürünlerinin yanı sıra konut inşaatı ve orman ürünleri konusunda yatırımlara ihtiyacı bulunduğunu vurgulayan Vali Bochkarev, Adana ve Mersinli sanayici ve iş insanlarını ticaret ve yatırım yapmaya davet ederek, en uygun şartlarda yatırım ortamı sağlanacağını belirtti. "Özellikle gıda ürünleri konusunda sadece üretim değil, ürünleri tüketiciye ulaştıracak şekilde yatırım yapılmasını çok önemsiyoruz" diyen Vali Bochkarev, iki gün süren ziyaretin ardından yaptığı değerlendirmede, Penza ile Mersin ve Adana arasındaki ticaret ve yatırım ilişkilerinin gelişmesi yönünde önemli adımlar atıldığını, Rusya Federasyonu ile ticaretin yanı sıra ülkelere yatırım yapmak isteyen çok sayıda iş insanıyla bir araya gelme imkânı bulduklarını dile getirdi ve memnuniyetini ifade etti.

Adana Valisi'nden AKİB'e ziyaret

Adana Valisi Mustafa Büyük, dönem başkanlığını yürüttüğü Çukurova Kalkınma Ajansı'nın 2015 yılı ilk toplantısına katılmak üzere geldiği Mersin'de, Akdeniz İhracatçı Birlikleri'ni de ziyaret etti.



Adana Valisi Mustafa Büyük, 9 Ocak tarihinde Mersin'de bazı kurum ve kuruluşları ziyaret ederek temaslarda bulundu. Bu ziyaretler çerçevesinde Akdeniz İhracatçı Birlikleri'ni de ziyaret eden Vali Büyük, AKİB Koordinatör Başkan Yardımcısı Zeki Kıvanç, Akdeniz Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Mahmut Arslan, Akdeniz Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Ali Can Yamanyılmaz, Akdeniz Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı M.Murat Direkçi ve AKİB Genel Sekreteri İsmail Çetin tarafından karşılandı.

Akdeniz Bölgesi ekonomisinin gelişip kalkınması yönündeki çalışma ve gayretlerinden dolayı AKİB'in tüm yönetici ve üyelerini kutlayan Vali Mustafa Büyük, Adana ve Mersin gibi önemli iki kentin bulunduğu Çukurova ve Doğu Akdeniz Bölgelerinin hızlı bir kalkınmaya açık olduğuna dikkat çekti. Vali Büyük ayrıca, Adana ve bölge ekonomisinin gelişmesi yönünde atılacak her adımı desteklemeye kararlı olduklarını ifade ederek, ihracatçıların önlerindeki sorunların aşılmasında yardımcı olacaklarını belirtti.



AKİB'den İsrail çıkarması

Akdeniz Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği tarafından 29 Mart - 2 Nisan 2015 tarihleri arasında İsrail'in Tel Aviv, Hayfa ve Kudüs şehirlerine yönelik "Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri Sektörel Ticaret Heyeti" programı düzenleniyor.



Söz konusu sektörün ihracatını artırmaya yönelik düzenlenecek Sektörel Ticaret Heyeti Programı kapsamında, Türkiye ve İsrail'de yerleşik iş insanları arasında ikili iş görüşmeleri yapılması (her ürün için en az beş, toplamda en az 50 firma ile), buna ilaveten ilgili firma, kurum ve kuruluşların ziyaret edilmesi planlanıyor.

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

yüzde 50'si devlet desteğine tabi bulunuyor (Şirket başına en fazla iki kişiye ait ekonomi sınıfı uçak biletinin yüzde 50'si ve yine şirket başına günlük 300 doları geçmemek kaydıyla konaklama (oda+kahvaltı) giderlerinin yüzde 50'si destek kapsamındadır). Bu çerçevede; 2011/1 sayılı tebliğ kapsamında hak edilecek olan teşviklerin düşülmesi neticesinde, firma başına düşen katılım payı bin 400 dolar olarak belirlenirken (tek kişilik odada kişi başı bin 250 dolar), katılım payına dâhil olan hizmetler ise İstanbul-Tel Aviv-İstanbul uçak biletleri, beş yıldızlı otelde 4 gece konaklama

(oda+kahvaltı), alan vergisi, seyahat sigortası, vize ücreti, yerel firmalarla ikili iş görüşmeleri, tercümanlık hizmetleri, heyete yönelik katalog basımı, İsrail basınında heyetle ilgili haber ile yer alınması, havaalanı-otel-havaalanı, Tel Aviv, Hayfa ve Kudüs transferleri ile ikili iş görüşmeleri için gerekli olan bütün hizmetleri kapsıyor.

İlgili sektörel ticaret heyeti programı hakkında daha ayrıntılı bilgi ve katılım şartları için; Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği'nden Şube Müdürü Şebnem Tinli ile iletişime geçilebilir.

İhracatçı birliklerinde unvan değişikliği

Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birlikleri'nin unvanları, 1 Şubat 2015 Tarihli ve 29254 Sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren tebliğ ile Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği olarak değiştirildi. Bu değişim ile Akdeniz Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği'nin yeni unvanı "Akdeniz Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği" olurken, Orta Anadolu Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği'nin unvanı "Orta Anadolu Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği"; İstanbul Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği'nin



unvanı "İstanbul Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği"; Ege Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri İhracatçıları

Birliği'nin unvanı da "Ege Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği" olarak güncellendi.

Etiyopya Heyeti Türkiye’de



Akdeniz Demir ve Demirdışı Metaller İhracatçıları Birliği, 10-11 Aralık 2014 tarihleri arasında gerçekleşen Cibuti-Etiyopya heyet ziyaretinin hemen ardından,

Etiyopya’dan gelen misafirlerini ağırladı ve ihracatçılara yeni alternatifler sunmak için çalışmalarına devam etti. Bu kapsamda, Etiyopya Sanayi Bakanlığı, sektör kuru-

luşlarının temsilcileri ve akademisyenlerden oluşan 10 kişilik bir heyet, bir dizi inceleme ve temaslarda bulunmak üzere Türkiye’ye geldi.

AKİB ve ÇKA’dan inovasyon eğitimi

Türkiye İhracatçılar Meclisi himayesinde ve Ege İhracatçı Birlikleri Koordinatörlüğü’nde yürütülen “İnovasyon Yönetimi Akademisi”, 2023 yılında 500 milyar dolar ihracat hedefine uygun olarak işletmelerin inovasyon süreçlerini içselleştirip firma kültürlerinin parçası haline getirmelerini amaçlıyor.

Çukurova Kalkınma Ajansı’nın (ÇKA) da katkıda bulunduğu proje kapsamında, geliştirilen vaka bazlı eğitim programıyla işletmelerin daha rekabetçi olmalarına yönelik inovasyon sürecinin yönetimine ve finansman olanaklarına ilişkin bilgi sahibi olmaları hedeflenirken, iki ayrı çalışmayla Mersin’de düzenlenen, 20 firmanın katılım gösterdiği eğitim programında, eğitmenler Şebnem Tinli, Dr. M. Sami Süygün ve Ahmet Batat tarafından katılımcı firmalara inovasyon kavramı, inovasyon için finansman kaynakları ve inovasyon projesi hazırlama gibi konularda uygulamalı eğitimler verildi. Türkiye İnovasyon Haftası’nda “İnovasyon Sonuçları Finalisti” olan Berdan Cıvata Yönetim Kurulu Başkanı Hasan Şemsi’nin inovasyon deneyimlerini paylaştığı, İnovasyon Yönetim Akademisi proje koordinatörü



Ekin Taşkın ve Proje Uzmanı Gözde Sidal’ın da sunumlarıyla katkı verdiği eğitimde, firmalar vaka bazlı çalışma kapsamında gruplar halinde bir firmanın inovasyon sürecini simüle etme şansı yakalarken, eğitim, grupların inovasyon projelerini sunması

sonrasında yapılan sınavla sona erdi.

“İnovasyon Yönetimi” konusunda bölgedeki ilk pilot eğitim olma özelliği taşıyan programın, ilerleyen dönemde AKİB sorumluluk sahasındaki diğer illerde de yürütülmesi planlanıyor.

Türk ürünlerinin güvenilirliği UDDER'in sorumluluğunda

Uygunluk Değerlendirmesi Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Selçuk Uçar, Türk uygunluk değerlendirme sektörünün, Türk ürünlerinin yurt dışı pazarlara açılması için “bir akıncı beyi gibi” fayda sağladığını söylüyor.



**Uygunluk Değerlendirmesi
Derneği Yönetim Kurulu Başkanı
SELÇUK UÇAR**

Uygunluk Değerlendirmesi Derneği (UDDER), kısaca uygunluk değerlendirme olarak ifade edilen test, muayene ve belgelendirmenin Türkiye’de gelişimi ve tanıtımını desteklemek amacıyla 2006 yılında kurulan bir dernek. Halen 81 üyesi bulunan derneğin üyeleri ise asıl faaliyet alanı test, muayene, gözetim ve belgelendirme olan kuruluşların yanı sıra bu alanda mevzuat hazırlayan ve denetleyen kamu kurumları, özel sektör kuruluşları, ticaret ve meslek odaları, tüketici örgütleri ve diğer sivil toplum kuruluşlarından oluşuyor. Bu açıdan UDDER, Türkiye için çok önemli olan “uygunluk değerlendirme” kavramıyla ilgili her kesimin temsil edildiği bir yapıya sahip olmasıyla da öne çıkıyor. UDDER’in amaçları ise ulusal uygunluk değerlendirme sisteminin etkinliği ve güvenilirliğinin artırılmasına ve uluslararası gelişimine katkı sağlamak; bu alanda yetkinlikleri artırarak tüm paydaşlar arasındaki iş birliğini geliştirmek; yasal düzenlemelere katkıda bulunmak ve uygunluk değerlendirme sektörünün sorunlarına çözümler üretmeye çalışmak olarak şekilleniyor. UDDER Yönetim Kurulu Başkanı Selçuk Uçar, 2006 yılından bugüne faaliyetlerinin önemli bir bölümünü uygunluk değerlendirme konusunda farkındalığın artırılması ve bilinçlendirme için

sürdürdüklerini ifade ederken, bu amaçla sempozyumlar düzenlediklerini, mevzuat düzenleyici ve denetleyici kurumlarla sürekli iletişimde olduklarını ve 2014 yılı içerisinde UDDE-RAkademik markasıyla, üyeleri ve paydaşlarının uygunluk değerlendirme alanında eğitim ihtiyaçlarının karşılamaya başladıklarını söylüyor.

UYGUNLUK DEĞERLENDİRME NEDEN ÖNEMLİ?

Selçuk Uçar, uygunluk değerlendirmenin hem endüstri hem de tüketiciler için son derece önemli bir kavram olduğunu vurgularken, herkesin satın aldığı ürün veya hizmetin güvenilir olmasını arzu ettiğini; bu güvenilirliğin bazen kalite anlamında, bazen kullanım emniyeti gibi anlamlarda olmasını talep ettiğimizi dile getiriyor. “İşte bu noktada üçüncü taraf kuruluşlarca o ürün veya hizmet üzerinde yapılan uygunluk değerlendirme faaliyetleri çok kritiktir. Uygunluğu değerlendirilmiş bir ürünün güvenli olduğu, bağımsız bir kuruluşça yapılan test, muayene veya belgelendirme hizmetiyle tescil edilmiştir. Güvenli ürüne ulaşımında yapılan bu uygunluk değerlendirme faaliyeti sonrası piyasada kamunun etkin gözetimi, güçlü yaptırım ve tabii ki bilinçli tüketim de önem arz etmektedir” diyen Uçar’a göre Türk uygunluk değerlendirme sektörü, yine Türk ürünlerinin yurt dışı pazarlara açılması için “bir akıncı beyi gibi” fayda sağlıyor. Çünkü günümüz rekabet koşullarında, uluslararası ticaret içerisinde uygunluk değerlendirmeye

tabii olmayan ürünler, dolaşıma bile giremiyor. Uçar, Avrupalı uygunluk değerlendirme derneği CEOC’un yaptığı bir araştırmanın ilginç sonuçlarını da paylaşıyor. CEOC’un 2012-2014 yılları arasında yaptığı bir çalışmaya göre, üreticinin kendi beyanıyla CE işaretlenmiş veya üçüncü taraf uygunluk değerlendirme hizmeti olarak CE işaretlenmiş elektrikli ev gereçlerinden, hem Avrupa’da hem ABD’de habersiz numune alıyor ve teste tabii tutuluyor. Araştırma sonunda görülüyor ki uygunluk değerlendirme hizmeti almamış 247 ürünün yüzde 78’i AB mevzuatına ve standartlara uygun değil, 38 üründe ise kritik önemde uygunsuzluk bulunuyor. Uygunluk değerlendirme hizmeti almış 120 adet ürünün ise sadece birinde güvenlik açısından kritik uygunsuzluk tespit edilmiş.

Dünyada uygunluk değerlendirmenin pazar büyüklüğü 150 milyar dolara kadar ulaşmış durumda. Türkiye’de ise sektörün büyüklüğü, 1,6 milyar dolar düzeyinde. Avrupa’da duran bir görünüm yaşanmasına rağmen, dünya ekonomik görünümü pozitifte seyrediyor ve uygunluk değerlendirme pazarının benzer büyüme oranını takip etmesi bekleniyor. Uçar, bu konuda, “Gelişmekte olan ülkelerdeki uygunluk değerlendirme pazarının gün geçtikçe arttığını gözlemliyoruz. Tabii uygunluk değerlendirmenin daha da büyüebilmesi için insanların yaşam standartlarındaki artış, yasal düzenlemelerin oturması, dış ticaretin artması, tüketici farkındalığının artması gibi unsurlar önemlidir” diyor.



RosUpack 2015'e katılım ikinci kez AKİB ile olacak



RosUpack
RUSSIA

16-19 Haziran 2015 tarihleri arasında Moskova'da düzenlenecek olan "RosUpack 2015 Ambalaj Endüstrisi, Paketleme ve Paketleme Makineleri Fuarı"na Türkiye Milli Katılım Organizasyonu, ikinci kez Akdeniz Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği'nce gerçekleştirilecek.

RosUpack 2015 Fuarı'na AKİB organizasyonu ile katılacak firmaların yer kirası, özel stand konstrüksiyonu, genel tanıtım giderleri, stand genel ve günlük temizlik hizmeti, firma kayıt bedeli, İnternet sitesi ve kataloğa katılım bedeli, fuar alanında verilecek diğer hizmetleri içeren katılım

bedeli 350 Avro/metrekaare iken, nakliye hizmeti (Ürünlerin tek yön nakliyesi) dâhil katılım bedeli ise 380 Avro/metrekaare olarak belirlendi.

Ekonomi Bakanlığı'nın 2009/5 sayılı Yurt Dışı Fuar Katılımlarının Desteklenmesine ilişkin Tebliği uyarınca ödenen katılım bedeli ve bir firmaya ait iki katılımcının ulaşım bedeli giderleri yüzde 50'lik devlet desteği altında karşılanacak olup, azami destek tutarı ise 15 bin doları geçemeyecek.

İlgili fuar programı hakkında daha ayrıntılı bilgi ve katılım şartları için; Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği'nden Sultan Bayrak ile iletişime geçilebilir.

Iran Food+Hospitality Fuarı için geri sayım başladı



26-29 Mayıs 2015 tarihleri arasında İran'ın başkenti Tahran'da düzenlenecek olan "22'nci İran-Tahran Uluslararası Gıda, İçecek ve İkramcılık Ticari Fuarı"na Türkiye Milli Katılım Organizasyonu, bu yıl da Akdeniz İhracatçı Birlikleri tarafından gerçekleştirilecek. İlgili fuara AKİB organizasyonu ile katılacak firmaların yer kirası, özel stand konstrüksiyonu, genel tanıtım giderleri,

stand genel ve günlük temizlik hizmeti, firma kayıt bedeli, İnternet sitesi ve kataloğa katılım bedeli, fuar alanında verilecek diğer hizmetleri içeren katılım bedeli 460 Avro/metrekaare iken, nakliye hizmeti (Ürünlerin tek yön nakliyesi) dâhil katılım bedeli ise 490 Avro/metrekaare olarak belirlendi. Ekonomi Bakanlığı'nın 2009/5 sayılı Yurt Dışı Fuar Katılımlarının Desteklenmesine

ilişkin Tebliği uyarınca ödenen katılım bedeli ve bir firmaya ait iki katılımcının ulaşım bedeli giderleri yüzde 50'lik devlet desteği altında karşılanacak olup, azami destek tutarı ise 15 bin doları geçemeyecek.

İlgili fuar programı hakkında daha ayrıntılı bilgi ve katılım şartları için; Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği'nden Sultan Bayrak ile iletişime geçilebilir.



■ Söyleşi: Meral Güler

FUARLARA YENİ DESTEK PAKETİ

Yurt içinde düzenlenen sektörel nitelikli uluslararası fuarların yurt dışında tanıtımını kolaylaştıran yeni düzenleme yürürlüğe girdi. Yeni düzenlemeyle ilgili merak edilenleri, Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci'ye sorduk.

Yurt dışı ticaret platformlarında ülkelerin tanıtımının etkin bir şekilde yapılması, gelecekte o ülkelerin hanelerine artı puan olarak geri dönüyor; özellikle uluslararası ticarete büyük önemi olan fuarlara katılım, sektörel bazda ülke ihracatının artışında rol oynuyor. Fuarlara katılım büyük maliyetler olarak firma temsilcilerinin karşısına çıksa da Ekonomi Bakanlığı tarafından sağlanan yurt içi ve yurt dışı fuarlara katılımlarda sağlanan destekler, maliyet yü-

künü hafifliyor. Prestijli fuarlar, hedef ülkeler, yurt dışı fuarlar ve alım heyetleri başlıkları altında destek veren Bakanlık, aynı zamanda yurt içinde düzenlenen sektörel nitelikli uluslararası fuarlara da destek sağlıyor. Bu kapsamda, yurt içinde düzenlenen sektörel nitelikli uluslararası fuarların yurt dışında etkin olarak tanıtımının yapılması, dolayısıyla yabancı ziyaretçi ve katılımcı sayısının artırılması amacıyla, Ekonomi Bakanlığı, yeni bir düzenlemeye imza attı ve "Sektörel Nitelikli

Uluslararası Yurt İçi Fuarların Desteklenmesi ile ilgili Karar" kapsamındaki ilgili düzenleme, 16 Ağustos 2014 tarihli ve 29090 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girdi. Bu anlamda, İstanbul'un dünyadaki ilk beş moda merkezi arasında yer alma hedefine katkı sağlayacak ve hazır giyim sektörünün dünyadaki rekabet avantajını güçlendirecek fuar çalışmalarına ilişkin çalışmaları ve 2015 yılına ilişkin fuar desteklerini, "Firmalarımızın ihracat stratejilerinde ve önceliğinde



moda, marka, tasarım ve Ar-Ge olmalıdır” diyen Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci’ye sorduk.

Bakanlık olarak yurt dışı fuar destekleriniz hakkında bilgi verir misiniz?

Fuar Destekleri, genel olarak fuar esnasında yapılan ve katılımcı tarafından organizatöre ödenen, özel donanımlı stant dâhil katılım bedelini; bireysel katılımlarda ise katılımcının fuarın yetkili organizatörüne ödeyeceği boş stant veya donanımlı stant kirası, nakliye harcamaları ve beş temsilcinin ekonomi sınıfı ulaşım bedeli harcamalarını kapsıyor. Burada belirlenen üst limitimiz 15 bin dolardır. Katılımcının; gen mühendisliği/biyoteknoloji, uzay ve havacılık teknolojileri, ileri malzeme teknolojileri, nanoteknoloji, teknik tekstil, yenilenebilir enerji, donanım (hardware),

yazılım (software) ya da bilişim sektörlerinden olması durumunda ise yüzde 50 destek oranına 25 puan daha ilave edilir. Hedef ülkede fuara katılması durumunda ise yüzde 50 destek oranına 20 puan ilave ediyor. Diğer taraftan, Bakanlığımızca yetkilendirilen yurt dışı fuar organizatörlerinin yurt dışı fuar organizasyonlarında yapacakları tanıtım faaliyetleri harcamaları da yüzde 75 oranında ve 120 bin dolara kadar aynı Tebliğ kapsamında destekleniyor.

Prestijli Fuar Desteği, fuar desteklerinden hangi koşullarda farklılık gösteriyor?

Toplam katılımcı sayısı 600 ve üzeri, Türkiye’den katılımcı ve ziyaretçi sayısı ise denetimli-Audit olup olmadığı, fuarın kaç yıldır yapıldığı, sektörde öne çıkıp çıkmadığı gibi hususları dikkate alarak Prestijli

Fuarları belirliyoruz. Bu fuarlar belirlenirken, sektörün ilgi odağı olan, sektörde gelecek dönemlerle ilgili trendlerin belirlendiği, sektöre ait yeniliklerin ve yeni ürünlerin ilk defa sergilendiği, sektörün önde gelen firmalarının genel olarak katılım sağladığı, yoğun talep sebebiyle katılımcı olarak yer bulmanın zor olduğu veya sıra beklemenin gerektiği, sadece fuarın yapıldığı ülkeden değil bütün dünya ülkelerinden sektördeki üretici, alıcı veya satıcıların ziyaret etmek için çaba gösterdiği ve önem verdiği fuarlar tercih ediliyor. Hâlihazırda 2014 yılı için 245 fuar, 2015 yılı için ise 280 fuar Prestijli Fuar olarak yayımlandı ve ihtiyaca göre bu fuar listelerini de güncelliyoruz. Bu anlamda, yurt dışında gerçekleştirilen fuar katılımlarında destek üst limiti 15 bin dolar ve katılım hakkı sınırsızken, Bakanlıkça ilan edilen Prestijli Fuarlarda

destek sınırı 50 bin dolar, destek oranı ise yüzde 50'dir. Her firma, takvim yılında iki defa uygulanan bu destekten faydalanabilir. Önemli bir fark olarak belirtilmeli ki, yurt dışı fuar organizasyonlarında 50 metrekareye kadar iki kişinin, 50 metrekareden büyük stant katılımlarında ise üç kişinin ulaşım masrafları karşılanırken, Prestijli Fuarlarda beş temsilcinin ulaşımını karşılıyoruz.

2015 yılında Hedef Ülkeler listesinde hangi ülkeler yer alıyor ve destek oranları ne olacak?

Her yıl belirlenen 15 hedef ülkede, yüzde 50 destek oranına 20 puan ilave ediyoruz. Yani, hedef ülkelerde gerçekleştirilen fuarlardaki bütün destek ödemeleri yüzde 70 üzerinden hesaplanıyor. Halen hedef ülke listesinde yer alan ülkeler ABD, Güney Afrika, Brezilya, Çin, Endonezya, Etiyopya, Peru, Hindistan, Japonya, Malezya, Meksika, Nijerya, Polonya, Tayland ve Tanzanya olarak öne çıkarken, 2015 yılı için hedef ülkelerin belirlenmesi çalışmalarına da devam ediyoruz.

Hazır giyim üretiminde lider ülkelerden olan Türkiye'nin sektörde yaşadığı en büyük sorunlarından biri de uluslararası arenaya ya-

ılan bir moda fuarının olmaması... Bakanlık olarak böyle bir fuarın yurt dışı destekler kapsamında değerlendirilme imkanı veya bununla ilgili altyapı çalışmalarımız var mı?

Bilindiği üzere yurt dışı fuar ve sergi düzenlenmesine ilişkin esasların belirlenmesi ve uygulanması, bu çerçevede yurt dışı fuar organizatörlerinin görev ve sorumluluklarının tespit edilmesi ve faaliyetlerinin değerlendirilmesi, ayrıca organizatörlerin ve katılımcıların desteklenmesi hususu Bakanlığımızca yürütülüyor. Bu kapsamda, Bakanlığımızca yetkilendirilen organizatörlerin ilgili mevzuat hükümleri çerçevesinde başvuruları halinde, fuar düzenlemeleri elbette mümkündür. Diğer taraftan, yurt içinde düzenlenen sektörel nitelikli uluslararası fuarların yurt dışında etkin olarak tanıtımının yapılması, dolayısıyla yabancı ziyaretçi ve katılımcı sayısının artırılması amacıyla, Bakanlığımız tarafından yeni bir düzenleme yapıldı. 16 Ağustos 2014 tarihli ve 29090 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren "Sektörel Nitelikli Uluslararası Yurt İçi Fuarların Desteklenmesi İle İlgili Karar" kapsamında, yurt içinde düzenlenen sektörel nitelikli uluslararası fuarın desteklenebilmesi için;

- TOBB İnternet sitesinde ve Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi'nde yayımlanan yıllık yurt içi fuar takviminde yer alması,
- En son düzenlenen yurt içi fuarda yabancı ziyaretçi sayısının en az bin 500 olması ve fuarda yabancı ziyaretçi sayısının toplam ziyaretçi sayısına oranının yüzde 5'in üzerinde olması,
- En son düzenlenen yurt içi fuarda toplam katılımcı sayısının en az 300 olması ve yabancı katılımcı sayısının toplam katılımcı sayısına oranının yüzde 5'in üzerinde olması,
- En son düzenlenen yurt içi fuarda katılımcılara tahsis edilen stant alanının en az 10 bin metrekare olması ve yabancı katılımcılara tahsis edilen toplam stant alanının en az 300 metrekare olması gereklidir. Söz konusu Karar kapsamında organizatörün; yurt içi fuarın konusu ile ilgili seminer, konferans, toplantı ve duyuru, reklam panoları, afiş, katalog, broşür/kitapçık biçimindeki tanıtım etkinlikleri, elektronik ortamda tanıtım/videowall, multivizyon gösterileri, kitle iletişim araçlarında yayınlanacak reklamlar, yurt içi fuarın konusu sektör/sektörlerde düzenlenen uluslararası yurt dışı fuar ziyareti kapsamında en fazla iki organizatör çalışanın ulaşım ve



konaklama giderleri, yurt içi fuarın konusu sektör/sektörlerde düzenlenen uluslararası yurt dışı fuarlarda toplam alanı 18 metrekareyi geçmemek üzere info stant katılımları, yurt içi fuarın konusu sektör/sektörlerde düzenlenen uluslararası yurt dışı fuarlarda gösteri/etkinlik/trend alanı harcamaları destek kapsamında yer alıyor.

Modada söz sahibi olmak isteyen İstanbul'un fuar, moda haftaları çalışmalarına ilave olarak neler yapılması gerekiyor? Moda etkinliklerinin katma değerli ihracata katkısını nasıl değerlendiriyorsunuz? Daha fazla ihracat için moda etkinliklerinin sayısının artması gerektiğine inanıyor musunuz?

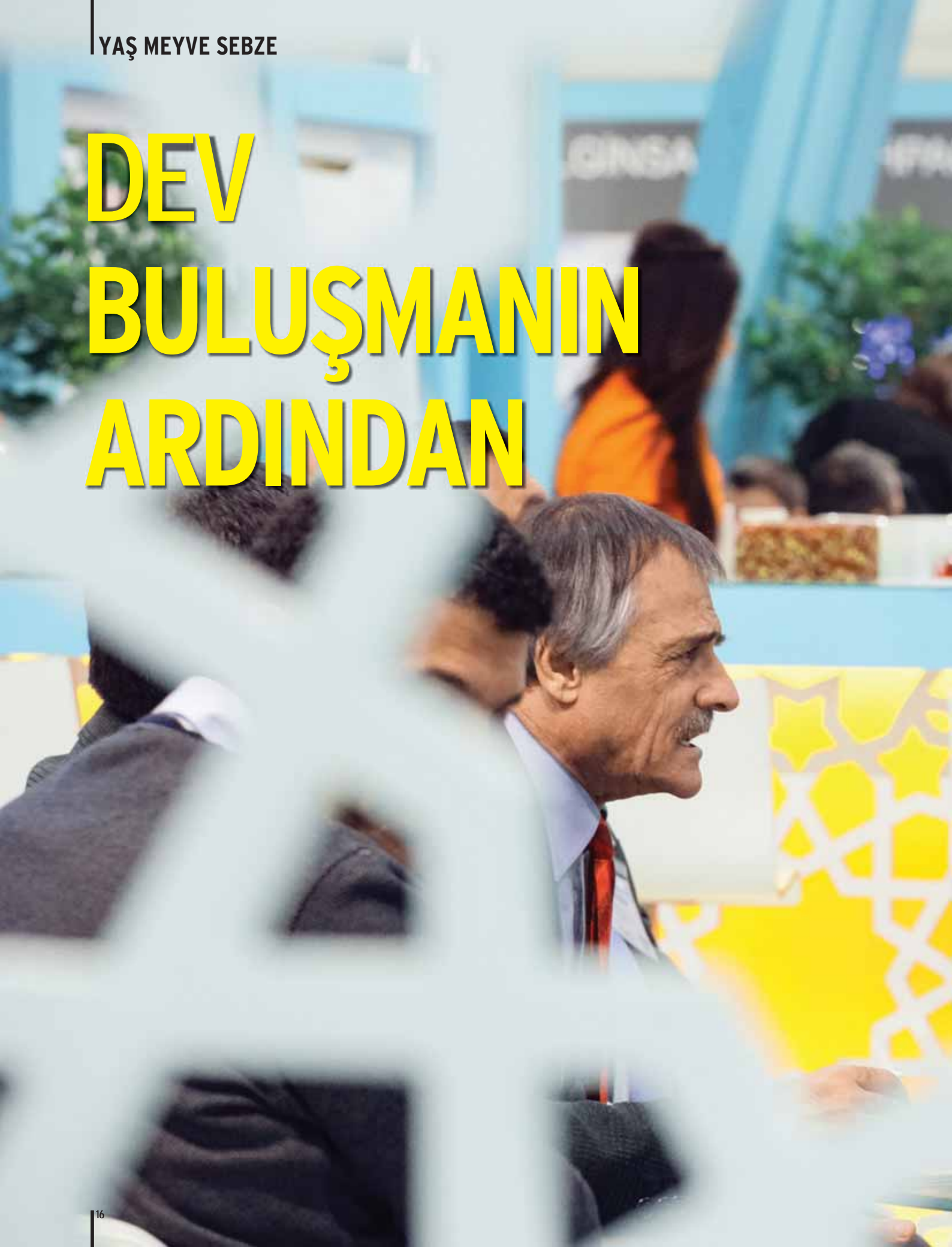
Bilindiği üzere, 2009 yılı Ağustos ayından itibaren düzenlenen İstanbul Moda Haftası, ülkemizin tanıtımında ve İstanbul'un dünyanın önde gelen moda merkezlerinden biri haline gelmesi yolunda düzenlenen en önemli etkinlikler arasında yer alıyor. Sektörün rekabet gücünün artırılması ile yeni müşteri ve pazarlar bulunması hususlarında sektöre katkı sağlayan söz konusu etkinlik kapsamında düzenlenen Alım Heyeti programları, 2011/1 sayılı Pazar Araştırması ve Pazara Giriş Desteği Hakkında Tebliğ çerçevesinde Bakanlığımız tarafından destekleniyor. Benzer şekilde, her yıl düzenlenen İstanbul Moda Hazır Giyim Konferansı kapsamında ve İTKİB organizasyonunda gerçekleştirilen Alım Heyeti programları, anılan Tebliğ kapsamında Bakanlığımız tarafından destekleniyor. Bu organizasyon, gerek dünyanın en büyük markalarının tepe yöneticilerinin bir araya getirildiği ve sektördeki son dönem gelişmelerinin paylaşıldığı bir platform yaratılması gerekse tedarikçiler ile alım gruplarının ikili iş görüşmeleri yapmalarına imkân sağlaması açısından sektöre açısından büyük önem arz ediyor. Bu anlamda, İstanbul Moda Haftası ve İstanbul Moda Hazır Giyim Konferansı kapsamında düzenlenen Alım Heyeti programları ile benzer uluslararası organizasyonlar kapsamında düzenlenecek Alım Heyeti programları, İstanbul'un dünyadaki ilk beş moda merkezi arasında yer alma hedefine katkı sağlayacak ve hazır giyim sektörünün dünyadaki rekabet avantajını güçlendirecektir. Diğer taraftan, hazır giyim sektöründe moda ile marka ve tasarım, diğer sektörlerden daha fazla önem arz ediyor. Emek yoğun bir sektör olması sebebiyle iş gücünün üretim maliyetlerinde önemli bir yer tuttuğu hazır giyim sektöründe, firmaların rekabetçi yapısını koruyabilmesi, hatta artırabilmesi için moda ile marka ve tasarıma önem



vermesi gerekiyor. Ucuz iş gücüne dayanan rekabet anlayışı, artık sürdürülebilir olmaktan çok uzaktır. Ülkemiz tekstil ve konfeksiyon sektörü de katma değeri ve rekabetçi avantajı inovasyonda, markalaşmada ve tasarımda aramaya başlamıştır. Marka gücünün satın alma kararını etkilemesine bağlı olmasından hareketle, sektörel ihracatımız içinde markalı ihracatın payını artırmaya gayret etmeliyiz. "Made in Turkey" etiketinin bir tercih nedeni haline geldiğini gözlemlediğimiz bu dönemde, bu etiketin altını kendi markalarımızla doldurmalıyız. Halen ağırlıklı olarak batılı ülkelerin öncülük ettiği moda yaratmada, artık Türk tasarımcıları da kendilerinden söz ettirmeye başladı. İstanbul'da düzenlenen uluslararası nitelikteki moda etkinlikleri, gelecekte bu alanda da Türk tasarımcılarının gündemi belirleyici bir rol üstlenmeleri için önemli bir fırsat sunuyor. Küreselleşmenin değiştirdiği dünyada bugün rekabetin de anlamı değişiyor. Firmalarımızın uluslararası rekabet koşullarını iyi analiz etmesi ve tüm sektörlerin kendini yeni dönemin şartlarına uygun bir biçimde dönüştürmesi gerekiyor. Diğer yandan, firmalarımızın rekabetçilik-

lerinin artırılması için katma değeri yüksek ürün üretimine yönelmeleri de çok önemli. Bir başka deyişle moda, marka, tasarım ve Ar-Ge, firmalarımızın ihracat stratejilerinde ve önceliğinde olmalı. Bu noktada, markalaşma ve tasarım, Bakanlığımız tarafından doğrudan desteklenen faaliyetlerdir. Bu kapsamda, Bakanlığımızın yürüttüğü "Turquality®" Programı, markalaşma yolunda verdiğimiz önemli bir destektir. Anılan program çerçevesinde, belirli yetkinliğin üzerinde olduğu tespit edilen şirketlerin, kurumsal ve beşeri altyapıları desteklenirken, şirketler, konusunda uzman profesyonellerle bir araya getiriliyor ve doğru stratejilerin doğru uygulamaya yöntemleri belirleniyor. Ayrıca, "Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi Tebliği" ile sektörde faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının, derneklerin, kooperatiflerin "birlikte hareket" etmelerini, el ele vererek sektörün ihracatını artırmalarını hedefliyoruz. Benzer şekilde, markalaşmanın başta gelen bir unsuru olan tasarımın doğrudan desteklenebilmesi için de uygulamaya koyduğumuz "Tasarım Desteği", sektöre sunduğumuz önemli bir hizmettir.

DEV BULUŞMANIN ARDINDAN





Şubat ayı başında Almanya'nın başkenti Berlin'de düzenlenen Fruit Logistica 2015 Uluslararası Meyve, Sebze Ticaret Fuarı'na Türkiye'nin milli katılım organizasyonu, bu yıl 12'nci kez AKİB Genel Sekreterliği tarafından gerçekleştirildi.

YAŞ MEYVE SEBZE

Akdeniz İhracatçı Birlikleri, yaş meyve, sebze sektörünün lideri olarak, Türk üretici ve alım heyetlerine yol göstermeye devam ediyor. Türkiye, 47 milyon tonluk meyve, sebze üretimi, sektöründeki üretim olanakları ve dünyanın birçok ülkesinden talep bulan kaliteli ürünleriyle küresel arenada da en önemli oyuncular arasında yer alıyor. Bu anlamda, yaş meyve, sebze sektörü üretiminin daha fazlasını ihracata yönlendirmek ve kendisine yeni fırsatlar yaratabilmek için Fruit Logistica gibi sektörün kalbinin attığı fuarlarda milli düzeyde katılımı önemseyen Türkiye adına bu organizasyonların ana sorumluluğunu ise yıllardır AKİB Genel Sekreterliği üstleniyor. Bu yıl toplam 106 bin metrekare kapalı alanda gerçekleştirilen, sektöründe Avrupa'nın en büyük, dünyanın ise sayılı yaş meyve sebze fuarlarından olan Fruit Logistica'ya 130 ülkeden 65 bin ziyaretçi ve 83 ülkeden 2 bin 785 katılımcı firma katılırken, Türkiye adına hazırlanan 895 metrekarelik stant yine ilgi odağı oldu. Taze meyve, sebze, narenciye, organik meyve, sebze ve paketleme sektöründen 29 firmayla temsil edilen Türkiye milli katılım organizasyonu, fuara bireysel katılım gösteren 17 Türk firmasının da katılımıyla, Türkiye ve Türk ürünleri adına son derece güçlü ve verimli bir buluşmaya dönüştü. Fuara yoğun ilgi gösteren diğer ülkeler ve katılımcı firma sayıları ise şöyleydi: İtalya 494 firma, İspanya 285 firma, Almanya 284 firma, Hollanda 283 firma ve Fransa 231 firma...

DÜNYAYI BULUŞTURAN FUAR

Ziyaretçilerin çoğu yeni iş bağlantıları gerçekleştirmek, yeni tedarikçiler bulmak, yeni ürünleri görmek ve piyasaya ilişkin bilgi toplamak amacıyla, 4-6 Şubat tarihleri arasında fuarı ziyaret ederken, her zamanki gibi meyve sebze üreticileri, ithalat ve ihracat firma temsilcileri ile toptan ve perakende satış sektöründen profesyoneller, fuarın asıl kitlesini oluşturdu.

Diğer yandan, bu yıl Portekiz'in konuk ülke olarak yer aldığı fuarda sergilenen ürünlerse, her fuarda olduğu gibi, yaş meyve sebzeler, kuru meyveler, kabuklu meyveler, baharatlar, organik ürünler, taze kesilmiş hazır meyveler, bitkiler, çiçekler, paketleme ve etiketleme makineleri, paketleme malzemeleri, dondurulmuş meyve-sebze ve baharatlar, tohum ve fidanlar, kalite kontrol

sistemleri, soğutma-ürün izleme sistemleri ve meyve sebze işleme-yıkama sistemleri olarak öne çıktı.

Türkiye Yaş Meyve Sebze İhracatçı Birlikleri Sektör Kurulu Başkanı, Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı ve Narenciye Tanıtım Grubu Başkanı Ali Kavak, Fruit Logistica fuarına ilişkin yaptığı açıklamada, fuarın Türk yaş meyve sebze sektörü için çok önemli olduğunu vurgularken, "12 yıldan beri başarılı bir şekilde milli katılım organizasyonunun gerçekleştiriyoruz. Bu yıl da hem sektörümüz hem de ihracatçılarımız için başarılı bir fuar geçirdik, bunun mutluluğunu yaşıyoruz. Biz, fuarları çok önemsiyoruz çünkü fuarlar ticari hayatımızın en önemli enstrümanlarından biridir. Tüm dünyadan üretici ve ihracatçılar, yani sektörün tüm paydaşları burada bir araya geliyor, sektöre ilişkin projeksiyonlar yapılıyor, aynı zamanda alım satın aksiyonları gerçekleştiriliyor ve paydaşlar arasında iyi diyaloglar kuruluyor. Zaten bizim de amacımız, burada üreten kesimlerle alıcıları bir araya getirmek ve onların iletişim kurmalarını sağlamak" dedi ve fuarı, küresel yaş meyve sebze ticaretinde önemli yeri olan Türkiye'nin değişen ve artan tüketici taleplerine cevap verebilmesi ve kendisini tanıtabilmesi için iyi bir fırsat olarak değerlendirdi.

TÜRKİYE'DE SEKTÖRÜN GÜNCEL DURUMU

Hatırlanacağı üzere Türkiye, 2014 yılında 3,5 milyon ton yaş meyve sebze ihracatı gerçekleştirirken, bu ihracattan 2,3 milyar dolar gelir elde etti. Sektör içerisinde narenciye ihracatı 1,5 milyon ton, yaş meyve ihracatı 774 bin ton ve yaş sebze ihracatı 1,1 milyon ton olarak gerçekleşirken, bu ürün gruplarından elde edilen gelir ise narenciyede 942 milyon dolar, yaş meyvede 720 milyon dolar ve yaş sebzede 710 milyon dolar olarak gerçekleşti.

Diğer yandan Türkiye'nin en çok yaş meyve sebze ürünü ihraç ettiği ülke, yine Rusya olarak öne çıkıyor. Bu pazar 940 milyon dolar ile Türkiye yaş meyve sebze ihracatının yüzde 39'unu oluştururken, Irak 293 milyon dolar ve yüzde 12 pazar payı ile ikinci; 2007 yılından bu yana ilk üç arasında yer alan Almanya ise 181 milyon dolar ve yüzde 8 pazar payıyla üçüncü ülke oldu. Ukrayna, Bulgaristan, Suudi Arabistan ve Romanya ise diğer önemli ihraç pazarları olarak öne çıkıyor.



BU YIL FRUIT LOGISTICA FUARI'NA TÜRKİYE'DEN TOPLAM 46 FİRMA KATILIRKEN, FUARI 130 ÜLKEDEN 65 BİN ZİYARETÇİ TAKİP ETTİ.





Ekonomi Bakanlığı Tarım Daire Başkanı Tayfun Kılıç, AKİB Tarım Şubesi Uzman Yardımcısı Mediha Erdoğan, Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı, Narenciye Tanıtım Grubu Başkanı ve Türkiye Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Sektör Kurulu Başkanı Ali Kavak, AKİB Fuarlar Şube Şefi Sultan Bayrak ile AKİB Genel Sekreteri İsmail Çetin (soldan sağa).





yatırım destek programları başlatılması öngörülürken, bu çerçevede, yurt dışından alınan test ve muayene hizmetlerinin ülke içinde yapılabilmesi için akredite laboratuvar/test merkezi yatırımlarına ve ithal bağımlılığı yüksek olan ara malların yatırımlarına ek teşvikler verilmesi planlanıyor. Kamu alımlarında daha fazla yerli katkı sağlamak amacıyla, uzun vadeli alım planlarının yapılmasının da planlandığı yeni strateji belgesiyle birlikte bu ürünlere yönelik yatırım yapmak isteyen işletmelerin plan yapması da kolaylaştırılmış olacak. Diğer yandan, yeni strateji belgesinde, OSB'lerle küçük sanayi sitelerine verilen kredilerin iyileştirilmesi, bu tür bölgelerin kuruluş aşamasında kolaylık sağlamak amacıyla kamulaştırma yapılmasının gerekli olduğu hallerde kamulaştırma desteği verilmesine de yer veriliyor.

KOBİ birleşmelerinin destekleneceği, teknoloji yoğun ürünlere geçiş amacıyla KOBİ'lerin üniversitelerle iş birliğinin mali olarak destekleneceği yeni strateji belgesinde, deneyim paylaşımı ve eğitim kalitesini yük-

sellemek için patent sayısı, ürün geliştirme ve sanayi uygulama projelerinin akademik yükselme kriterleri arasında yer alması da öngörülüyor.

AMAÇ AYNI, HEDEF DEĞİŞTİ

Yeni stratejide amaç bir önceki ile aynı olarak korunurken, sanayi stratejisinin amacı; "Türk sanayisinin rekabet edebilirliğinin ve verimliliğinin yükseltilerek, dünya ihracatından daha fazla pay alan, ağırlıklı olarak yüksek katma değerli ve ileri teknoloji ürünlerin üretildiği, nitelikli işgücüne sahip ve aynı zamanda çevreye ve topluma duyarlı bir sanayi yapısına dönüşümünü hızlandırmak" olarak belirlendi. Bununla birlikte, sanayi stratejisindeki hedeflerin yeniden belirlendiği çalışmada ağırlıklı olarak yüksek teknoloji ürünler geçiş önceliği korundu, ancak vurgularda farklılıklar yapıldı. Türkiye'de sanayinin GSYİH içindeki payının çok anlamlı bir şekilde değişmediğinin hatırlatıldığı belgede, "Hizmetler sektörünün payı diğer sektörler göre yıllar itibarıyla daha fazla artış göstermiştir. Sanayi sektörünün payının kademeli olarak artırılması ise uzun dönemli ve yüksek oranlı sürdürülebilir bir büyümenin sağlanması açısından son derece önemlidir" deniliyor. Sanayinin teknolojik durumuna ilişkin olarak ise belgede, 2003-2012 yılları arasında düşük teknoloji grubuna giren malların imalat sanayisindeki payının yüzde 47'den yüzde 39,1'e düştüğü, ortanın altı ve ortanın üstü teknoloji grubuna giren mallarda payın yüzde 47,4'ten yüzde 57,3 oranına yükseldiği vurgulanırken, yüksek teknoloji ürünlerin payının ise yüzde 5,7'den yüzde 3,5'e gerilediği bilgisi paylaşılıyor. Bunun düşüşün ise orta ve düşük teknoloji ürünlerdeki üretim artışının, yüksek teknoloji ürünlerden daha hızlı artması... Belgede, düşük teknoloji ürünlerden orta teknolojiye geçişte başarı sağlandığı, yüksek teknolojiye geçiş için de benzeri bir yaklaşım gerektiğinin altı çiziliyor.

POLİTİKA VE EYLEMLER

Strateji belgesinde yeni politika ve eylemler de yer verildiği görülüyor. Bunlardan öne çıkan başlıklarsa şöyle sıralanıyor: "Yatırım ve iş ortamının iyileştirilmesi", "Uluslararası ticaret ve yatırımlar", "KOBİ destek programları", "Beceriler ve insan kaynakları", "KOBİ'lerin finansmana erişimi", "Sanayide teknolojik dönüşüm", "Altyapı sektörleri", "Sanayi bölgeleri ve küçük sanayi siteleri" ile "Yeşil sanayi."

YENİ STRATEJİ BELGESİ'Nİ DESTEKLİYORUZ



AKİB Koordinatör Başkanı
ALİ UĞUR ATEŞ

AKİB Koordinatör Başkanı Ali Uğur Ateş, yeni Sanayi Strateji Belgesi'nin en göze çarpan yanının, amacının bir önceki belge ile aynı olması olduğunu söylerken, "Burada, istikrar ve sürekliliğin korunmuş olduğunu görüyoruz. Ayrıca belge, her aşamasında ihracat odaklı üretimin artırılmasını destekler nitelikte. Bu da biz ihracatçılar için çok önemli" diyor ve rekabetçi, verimliliği yüksek, dünya ihracatından daha fazla pay alan, yüksek katma değerli ve ileri teknoloji ürünlerin üretildiği, yeşil bir sanayiye amaçlayan yeni strateji belgesinin, ihracatçıların amaçlarıyla birebir örtüştüğünün altını çiziyor. Yeni strateji belgesinin çok kapsamlı hazırlandığına da vurgu yapan Ateş, "Bir önceki belgenin de hesabını veren bu doküman, ancak uygulamayı sağlayacak tüm hukuki ve benzer prosedürlerin hayata geçmesi ile mümkün olacaktır" diyor. Ateş, diğer yandan, hedef olarak Afro-Avrasya'nın belirlenmiş olmasını ise hem sanayiciler hem de KOBİ'ler için memnuniyet verici olarak değerlendiriyor.

Ateş, son olarak, yeni Sanayi Strateji Belgesi'ni 2023 hedefine giden yolda en etkili enstrüman olarak gördüğünü dile getirerek, "Çünkü ülke olarak yüksek katma değerli ürünler ihracat etmeden 500 milyar dolar ihracatı yakalamamız mümkün görünmüyor. Yüksek katma değerli üretim ise sanayiden geçiyor" diyor.

ÇELİK SEKTÖRÜ 2015 İÇİN UMUTLU

2014 yılında öngörülen atılımı gerçekleştiremeyen demir çelik sektörü, 2015 için umudunu yüksek tutuyor. Değer bazında geçen yıla göre yüzde 4,3 düşüş yaşayan sektörün en büyük sıkıntısı ise antidamping davaları...

Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin verilerine göre, demir ve demirdışı metaller sektörü, 2014 yılında ihracatını yüzde 4 oranında artırarak 7,12 milyar dolar ihracata ulaştırırken, Çelik İhracatçıları Birliği'nin açıkladığı son rakamlarsa, sektörün 2014'ün de kayıpla kapandığına, ancak 2015 için umutlarını yüksek olacağına işaret ediyor. Miktar bazında 17,5 milyon ton, değer bazında ise 13,2 milyar dolar ihracat gerçekleştiren çelik sektöründe en çok inşaat çeliği ihraç edilirken, bölgede yaşanan olumsuzluklara rağmen Orta Doğu en çok ihracat yapılan bölge konumunu koruyor. Yine Çelik İhracatçıları Birliği tarafından açıklanan 2014 yılı verilerine göre; Türkiye'nin çelik ihracatı değer bazında geçen yıla göre yüzde 4,3, miktar bazında ise yüzde 4,5 düşüş yaşadı. Ancak çelik sektörü ihracatına, diğer birliklerin faaliyet alanına giren demir çelik ürünleri de eklendiğinde Türkiye'nin 2014 yılı toplam çelik ihracatı; miktar bazında 18 milyon 449 bin tona; değer bazında ise 15 milyar 696 milyon

dolara ulaşıyor. Bu rakamlara, 2014'ün son ay verileri de eşlik ettiğinde, sektörün 2015 için umudu ve heyecanı da artıyor. Sektörün Aralık 2014 performansı, geçen yılın aynı dönemine göre değerde yüzde 0,01 azalış gerçekleşmiş olsa da miktarda yüzde 10,44 artışa işaret ediyordu. Çelik boru ihracatındaki artış ise Aralık ayında yüzde 28 olarak kayıtlara geçti. AKİB özelindeki rakamlara baktığımızda da 476 milyon dolarlık demir ve demir dışı metaller ihracatı gerçekleştirildiğini; bu rakamın bir önceki yıla göre yüzde 20 oranında bir artışa işaret ettiğini görüyoruz. Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği'nin rakamlarına göre çelik ihracatı ise yüzde 9 oranında artışla 1 milyar 149 milyon dolar olarak gerçekleşti.

SEKTÖR EN ÇOK ANTİDAMPİNG DAVALARINDAN ETKİLENDİ

Akdeniz Demir ve Demirdışı Metaller İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Adnan Ersoy Ulubaş, 2014 yılına ilişkin değerlendirmeye

sinde, yılı durağan geçiren demir ve demirdışı metaller ile çelik sektörünün ihracat artışının önündeki en öncelikli sıkıntıları, önemli ihracat pazarlarındaki siyasi dalgalanmalar, antidamping davaları ve müşteri ülkelerin kendi yerli sanayilerini kurma yönündeki çalışmaları olarak özetliyor. Özellikle antidamping davalarının Türk çelik sektörünü 2014 yılında oldukça zorladığını dile getiren Ulubaş, 2014 yılını, ihracatçıların Çin tehdidi altında daha fazla ezildikleri bir yıl olarak değerlendiriyor. Çinli üreticilerin, devlet desteğini de arkasına alarak hem iç hem de dış pazarlarda Türk üreticileri ve ihracatçıları zor durumda bıraktığının altını çizen Ulubaş'a göre önemli bir demir cevheri üretim avantajına sahip olan Çin'in olumsuz etkisi, 2015 yılında da devam edecek.

"Bu noktada, sektör olarak 2015 yılında ülkemiz açısından stratejik sektörlerin başında gelen çelik sektörünün rekabet gücünün korunmasını teminen, belirli adımların atılmasını bekliyoruz" diyerek devam eden Ulubaş, özellikle ener-

ji maliyetlerinin düşürülmesi, ürün maliyetine yansıyan ek vergilerin kaldırılması ve DTÖ kuralları çerçevesinde Çin'e yönelik tedbir alınması yönünde atılacak adımların sektöre nefes aldıracağını vurguluyor. Ayrıca, demir cevheriyle üretimin teşviki ve cevher rezervlerinin artırılmasına yönelik araştırmalara yatırım yapılmasının da sektörün geleceği için önem arz ettiğini dile getiren Ulubaş, yoğun Çin rekabeti ve antidamping davalarına rağmen, 2015'te sektör ihracatında artış beklediğini de sözlerine ekliyor.

Ulubaş, bu anlamda, hedef pazarlardaki siyasi belirsizliklerin ortadan kalkmasının da sektör ihracatına olumlu yansıtacağını ifade ederken, küresel ekonominin 2015 yılında toparlanma eğiliminde olmasını da sektör açısından bir fırsat olarak gördüğünü dile getiriyor ve "Her ne kadar en önemli ihrac pazarlarımızdan olan Avro Bölgesi'ndeki toparlanma küresel ekonominin gerisinde kalacak gibi görünse de, sektör için önemli fırsatlar sunmaya devam ediyor. Sektörün Ar-Ge ve inovasyona dayalı üretime müsait yapısı, daha yüksek katma değerli ihracata imkân tanıyor. Bu amaçla, Ar-Ge ve inovasyonun teşviki için TİM ve İhracatçı Birlikler tarafından gerçekleştirilen faaliyetlere ek olarak, devlet teşviklerini de önemsiyoruz. Biz de, Akdeniz Demir ve Demirdışı Metaller İhracatçıları Birliği olarak, 2015 yılında üyelerimiz için başlatacağımız 'İnovasyon Yönetim Akademisi' eğitimleri ile firmalarımızın inovasyon kabiliyetini artırmayı hedefliyoruz. Çünkü katma değerli ürün ihracatını artırarak 2023 yılı 500 milyar dolar ihracat hedefine ulaşabileceğimizi biliyoruz" diyor.

ÇİN ETKİSİ, TÜM YILI OLUMSUZ ETKİLEDİ

Çelik İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Namık Ekinci ise yaptığı değerlendirmede, 2014'ün son ayında yaşanan yüzde 28'lik çelik ihracatı artışına dikkat çekerek, "2014 yılını miktar bazında 17,5 milyon ton, değer bazında ise 13,2 milyar dolar direkt ihracat ile tamamladık. 2013 yılında yaşadığımız olumsuzlukların 2014 yılında da sürmesi Türk çelik sektörünün zor ve sıkıntılı bir dönem yaşamasına sebep oldu. Olumsuz koşullara rağmen çelik sektörü olarak 2014 yılını hedeflerimiz doğrultusunda kapattığımızı söyleyebilirim. Aralık ayında, özellikle çelik boru ihracatındaki yüzde 28'lik artış, 2015 için umut veriyor. 2015 yılında dünya ve ülkemizdeki siyasi, ekonomik istikrar ve güven ortamının sağlanması da en büyük beklentimiz. Bu doğrultuda, 2015

Sektörle birlikte Türkiye de büyüyecek

Adnan Ersoy Ulubaş, sektöre ilişkin görüşlerinin yanı sıra Türkiye ve dünya ekonomisindeki genel görünüme ilişkin görüşlerini de aktardığı açıklamasında, 2014 yılında yüzde 3,1 seviyesinde büyüyen küresel ekonominin, 2015 yılında yüzde 3,4 oranında büyümesinin beklendiğini dile getirerek, öngörülen büyümeyi daha çok geliştirmekte olan ve gelişmiş ekonomilerin gerçekleştireceğini de sözlerine ekliyor. Küresel ekonomideki büyümeye paralel olarak Türkiye ekonomisinin de yüzde 3,5 - 4 arasında bir büyüme performansı ortaya koyacağını ifade eden Ulubaş, diğer gelişmiş ekonomilere oranla daha az büyümesi beklenen Avro Bölgesi ekonomilerinin performansının, Türkiye'nin en önemli ihrac pazarı olması nedeniyle kuşkusuz Türkiye'nin ekonomik performansı üzerinde etkisi olacağına işaret ediyor. Diğer taraftan Suriye'deki iç savaşın, Irak'taki kargaşa ortamının ve Mısır, Tunus ve Lübnan gibi ülkelerde yaşanan politik sorunların gölgesinde girilen 2015 yılında, bu coğrafyalarda yaşanacak gelişmelerin de Türkiye ekonomisine etki edeceğinin altını çizen Ulubaş, bu noktada, Türkiye'deki istikrar ortamının devamının da



Akdeniz Demir ve Demirdışı Metaller İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı ADNAN ERSOY ULUBAŞ

ülkeye sermaye girişlerinin devam etmesi açısından önemli olduğunu vurguluyor. Bu gelişmeler ışığında, Ulubaş, Türkiye ekonomisi 2015 yılında da büyümeyi sürdüreceğini ve ihracatın ülke ekonomisinin en önemli lokomotifine olmaya devam edeceğine olan inancını dile getiriyor.

AKİB-TÜRKİYE KARŞILAŞTIRMALI İHRACAT RAKAMLARI (BİN DOLAR)

SEKTÖRLER	TÜRKİYE GENELİ			AKİB		
	2013	2014	Pay (yüzde)	2013	2014	Pay (yüzde)
DEMİR VE DEMİR DİŞİ METALLER	6.829.719	7.105.845	4.04	395.119	476.025	20
ÇELİK	13.818.690	13.222.305	-4.32	1.057.700	1.148.786	9

yılı için miktar olarak 18 milyon ton, değer olarak ise 13,5 milyar dolar ihracat hedefi ile çalışmalarımıza başladık" diyor. Ekinci, 2013'te başlayan düşüşün 2014'te de devam etmesini ise, Adnan Ersoy Ulubaş'ın da özetlediği gibi, sektörün en önemli ihracat pazarları olan Orta Doğu ve komşu ülkelerdeki siyasi istikrarsızlıklar ve bazı ülkelerin ithalata karşı koruma amacıyla açtığı antidamping ve koruma önlemleri soruşturmalarıyla ham madde,

yarı ürün ve son ürün ihracatının tümünde dünya pazarlarına teşvikli, dampedli ve hatta hileli yollara başvurarak mal ihraç eden, DTÖ kurallarına aykırı ticaret yapan Çin'in ihrac pazarlarından pay çalması olarak açıklıyor.

KÜRESEL DARBOĞAZ AŞILAMADI

Diğer yandan, küresel çelik üretimindeki darboğaz da henüz aşılmış değil: Dünya Çelik

SEKTÖRÜN GÜÇLÜ VE ZAYIF YÖNLERİ

Güçlü Yönler

- ▶ Avrupa standartlarında üretim yapabilmesi
- ▶ Ulusal ve uluslararası projelerle adını duyurmuş kaliteli üreticiler
- ▶ Bilgi ve tecrübe birikimi, teknoloji ve altyapısı ile uluslararası rekabet gücüne sahip olması
- ▶ Ülkenin coğrafi konumunun getirdiği lojistik ve stratejik avantajlar
- ▶ Kapasitelerin yüksek miktarlara cevap verebilmesi
- ▶ Kalifiye iş gücü

Zayıf Yönler

- ▶ Çelik boru üretiminde kullanılan hammaddede kaynaklarının ülkemizde temrininin ve fiyatının istenilen seviyede olmaması,
- ▶ Türkiye’de milli bir otomotiv sanayinin olmaması
- ▶ Gelişmekte olan Asya pazarları için lojistik maliyetlerinin yüksek oluşu,
- ▶ İşçilik maliyetlerinin rakip ülkelere kıyasla yüksek olması,
- ▶ Başta Çin, Rusya ve Ukrayna olmak üzere, rakip ülkelerdeki üreticilerin maliyet gözetmeksizin uyguladığı rekabet dışı fiyat politikaları,
- ▶ Potansiyel pazarlardaki korumacı yaklaşımlar,

Kaynak: TOBB Türkiye Demir ve Demirdışı Metaller Meclisi Sektör Raporu, Nisan 2014

DÜŞÜŞÜN NEDENLERİ

Türk çelik sektörünün performansındaki düşüş ve üretimin gerilemesindeki etkin nedenler, uzmanların görüşüne göre şöyle sıralanıyor;

- ▶ Dünya çelik sektöründeki kapasite fazlalığı,
- ▶ Girdi maliyetleri ile mamul fiyatları arasındaki marjin daralmasının, sektörün rekabet gücünü zayıflatması,
- ▶ İhracat pazarlarındaki korumacı politikalar,
- ▶ Sektörün üzerindeki, rakip ülke üreticileri üzerinde bulunmayan ilave yüklerin rekabet gücünü düşürmesi,
- ▶ İthalatı teşvik eden ve ithal ürünleri yerli ürünler karşısında avantajlı hale getiren Dâhilde İşleme Rejimi uygulamalarının sürdürülmesi,
- ▶ Kalitesiz ve düşük fiyatlı ithalatın önünü kesecek tedbirlerin alınmaması,
- ▶ Genel olarak serbest ticareti olumsuz yönde etkileyen yaklaşımların yaygınlaşması.

Derneği (WorldSteel) verilerine göre, Kasım 2014 verilerine göre küresel çelik üretimi, önceki yılın aynı dönemine kıyasla ancak binde 1’lik bir artış gösterdi ve 130,5 milyon tona ulaştı. Kasım ayında küresel çelik endüstrisinin lokomotifini olan Çin’in ham çelik üretimi yıllık bazda binde 2 düşüşle 63,3 milyon ton seviyesinde kalırken, aynı dönemde Japonya’nın ham çelik üretimi yüzde 1,1 geriledi, ABD’nin üretimi ise yüzde 1,5 artış gösterdi. Kasım ayındaki en dikkat çekici rakam, Güney Kore, Hindistan ve Rusya’nın üretim artışları ile Ukrayna’daki devasa düşüş oldu. Buna göre Rusya üretimini yüzde 5,8 arttırırken, Güney Kore yüzde 5,5, Hindistan ise yüzde 4,8 artış kaydetti. Avrupa’nın en büyük çelik üreticisi Almanya’nın yüzde 1,9 düşüş yaşadığı dönemde Ukrayna’nın kaybı ise yüzde 28,6 oldu.

ORTA DOĞU YİNE LİDER

Türk çelik sektörünün 2014 yılı verileri bölgeler bazında incelendiğinde; liderliğin yüzde 19,11’lik düşüşe rağmen 6,2 milyon tonluk ihracatla Orta Doğu bölgesinde olduğu görülüyor. AB ülkeleri 2,8 milyon tonla ikinci olurken, Kuzey Amerika ülkeleri 2,7 milyon tonla üçüncü, Kuzey Afrika ülkeleri 1,8 milyon tonla dördüncü sırada yer alıyor. Ürün bazında en çok ihraç edilen çelik ürün ise 7,7 milyon tonla inşaat çeliği olurken, bunu 1,9 milyon tonla çelik boru, 1,7 milyon tonla profil ve yine 1,7 milyon tonla yassı sıcak çelik takip ediyor. Özellikle çelik boru ihracatının iki milyon tona yaklaşmış olması üreticileri sevindiren bir gelişme olurken, iç pazardaki aynı miktar ile çelik boru sektörü, 4 milyon ton üretim seviyesini korumayı başardı. Çelik boru üretimindeki artışın ana etkenleri ise TANAP Projesi ve Türkiye’de devam eden büyük ölçekli altyapı projelerinin inşaat sektörüne hız vermesi olarak gösteriliyor.

Akdeniz Demir ve Demirdışı Metaller İhracatçıları Birliği’nin açıkladığı yılsonu verilerine göre, AKİB sorumluluk bölgesindeki ihracatçılar, değer bazında en çok Irak’a ihracat gerçekleştirdi. Yüzde 22 pazar payına sahip olan Irak’ı, yüzde 11 pazar payı ile mısır ve yüzde 4 pazar payı ile İngiltere izliyor. 2013 yılına kıyasla ilk 10 sırada yer alan ülkelere İsrail’de yüzde 7, ABD’de yüzde 11, Kayseri Serbest Bölge’de yüzde 10 ve Cezayir’de yüzde 41’e varan ihracat kayıpları ise dikkat çekiyor.

ÇELİK BORU ÜMİT VERİYOR

Diğer yandan, Çelik Boru İmalatçıları Derneği Genel Sekreteri Mehmet Zeren, Türkiye’nin Avrupa’nın en büyük, dünyanın ise beşinci bü-

yük çelik boru üreticisi olduğunu vurguladığı açıklamasında, “Türkiye, 2014 yılında miktar bazında yüzde 4,9 artış gerçekleştirirken, değer bazında binde 7,1’lik bir kayıp yaşadı. En büyük pazar konumundaki Irak’ta yaşanan sıcak gelişmeler sektörün ihracatını olumsuz etkilese de, Irak, yaşanan yüzde 20’lik ihracat kaybına rağmen, 2014 yılında da en çok çelik boru ihraç ettiğimiz ülke konumunu korudu. Irak’tan sonra en çok ihracat gerçekleştirilen ülkelere ABD, İngiltere, Romanya ve İsrail olarak sıralanıyor. İsrail’e olan ihracatın yüzde 125 artış göstermiş olması, dikkat çekici bir gelişme olarak değerlendirilebilir. Diğer yandan, 2014 yılının son ayında ihracat atağına geçen Türk çelik boru sektörünün Aralık ayı ihracatı, miktar bazında yüzde 27,84 artışla 206 bin 221 ton, değer bazında ise yüzde 25,54 artışla 170 milyon 653 bin dolar oldu ve Türk çelik sektörünün 2015 için umudunu yükselmesini de sağladı” diyor.

2015 yılı için en büyük beklentinin ekonomik ve siyasal dengesizliklerin ortadan kalkması olduğunu belirten Mehmet Zeren, Türkiye’nin sahip olduğu coğrafi konumun getirdiği lojistik ve stratejik avantajları iyi değerlendirmeleri gerektiğinin altını çizerken, kalifiye iş gücü, katma değeri yüksek ürünlerin üretimine odaklanma ve ihracat kültürünün sektörde yerleşmiş olması gibi faktörlere bağlı olarak 2015’te 4,5 milyon ton üretim ve 2 milyon tonun üzerinde ihracat hedeflediklerini söylüyor. Zeren, bu hedefe rağmen sektörün yaşadığı sorunlara da dikkat çekiyor ve özellikle ham madde temininde yaşanan sorunların çözülmemesi durumunda, 2023 yılı için hedeflenen 7,9 milyar dolarlık ihracata ulaşmanın zor olacağını ifade ediyor. Zeren’in özellikle vurguladığı sorunlar ise ham madde olarak kullanılan yassı çelik ürünlerine uygulanan gümrük vergileri ile dünya piyasa fiyatlarından ham madde teminine imkân sağlanamaması olarak öne çıkıyor. Bilindiği üzere birçok sektörde ham madde ithalatında düşük vergi ve mamul ithalatında yüksek vergi uygulanırken çelik boru sektöründe tam tersi uygulanıyor. Çelik boru üretiminde kullanılan sıcak hadde yassı çelik ürünleri için yüzde 9 ve soğuk hadde yassı çelik ürünleri için ithalatta yüzde 10 gümrük vergisi uygulanırken, çelik boruların ithalatı gümrük vergisinden muaf tutuluyor. Bu durum, yurt içi piyasada yerli yassı çelik üreticilerinin fiyatlarını dünya piyasalarının üzerinde tutmalarına neden olurken, çelik boru sektörünün rekabet gücünü de zayıflatıyor. Uzmanlar, halen çelik boru ithalatının çok yüksek seviyelerde bulunmadığını ancak

ham maddeye uygulanan gümrük vergisi nedeniyle gelecekte ithalatın artabileceğini ve çelik boru sektörünün zarara uğrayabileceği bildiriyor.

Bu anlamda, çelik boru sektörünün küresel konumunu güçlendirmek ve kapasite kullanım oranını artırmak için ihracatın artırılması da önem taşıyor. Ancak bazı ülkelerdeki yüksek gümrük vergileri nedeniyle ihracatçıların yaşadığı zorluklar da biliniyor. Bu anlamda, AB'nin STA imzaladığı ülkelerle Türkiye'nin de STA imzalaması ve gümrük vergilerini Türkiye lehine düşürmesi, çelik boru ihracatının artması için büyük önem teşkil ediyor.

ÇELİK ÜRETİMİ KÂRLILIĞINI KAYBEDİYOR

Yassı Çelik İthalat, İhracat ve Sanayicileri Derneği Başkanı Tuncay Sergen'e göre yassı çelikte yaşanan sorunlar, hatalı yatırımların eseri... Özellikle ark ocağıyla yassı çelik üretiminde kapasite fazlası olduğuna dikkat çeken Sergen, yassı çeliğin halen 18 milyon ton kapasiteyle 10 milyon üretim; çelik ihracatında yüzde 12,4 pay ve 14,6 milyon ton tüketim, çelik ithalatında ise yüzde 47,9 paya sahip olduğunu ifade ediyor. Sergen, üretimde eski kârlılığın olmadığını da altını çizirken, çelik firmalarının güç birliğine gitmeleri gerekliliğine işaret ediyor.

KÜRESEL PİYASADA YENİ DENGELER OLUŞACAK

Türkiye Çelik Üreticileri Derneği Genel Sekreteri Veysel Yayan ise Aralık ayında düzenlenen dokuzuncu Çelik Konferansı'nın açılış konuşmasında da vurguladığı üzere, küresel piyasadaki yeniden yapılanmaya dikkat çekiyor. Yayan, 2000'li yıllarda üretimini 16,5 milyon tondan 35 milyon ton seviyesine yükselten Türk çelik sektörünün, 2012 yılına kadar üretimini en fazla artıran ülke konumunda olduğunu, ancak son iki yıldır gerileme yaşadıklarının altını çiziyor ve bu değişimi, küresel çelik piyasasındaki dengelerin yeniden kuruluyor olmasına bağlıyor. Bununla birlikte, tüm üreticilerin bu değişimden aynı oranda etkilenmediğini, üretimdeki düşüşlerde en büyük payı ark ocaklı tesislerin aldığını vurgulayan Yayan, "Çin, ürettiği kadar tüketemiyor ve bu nedenle 25 milyon ton çeliği ihraç pazarlarına yönlendiriyor. Bu ihracatın küresel piyasada yarattığı çöküşü bazı üreticiler dengelerken, bazıları ise geride kalıyor. Tıpkı bizim gibi" diyor. Türk çelik üretiminin 2013 yılında sekizinciliğe yükseldiğini de anımsatan Yayan, 2014 rakamlarına göre sıralamada dokuzunculuğa gerilediklerini, bu kaybın asıl nedeninin ise

ÇELİK SEKTÖRÜNÜN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ



2013 yılı itibarıyla sektörde faaliyet gösteren 30 tesisin, üç tanesi Bazık Oksijen Fırını entegre tesis, 24 tanesi Elektrik Ark Ocaklı tesis ve üç tanesi de İndüksiyon Ocaklı tesis olarak konumlanmış. Bu tesislerin bölgelere göre yayılımına baktığımızda da 30 tesisin 10'unun Akdeniz, sekizinin Marmara, yedisinin Ege, üçünün Karadeniz ve ikisinin İç Anadolu bölgesinde yerleşik bulunduğunu görüyoruz. Yine 2013 yılı itibarıyla söz konusu tesislerden 10'unun ham çelik kapasitesi 2 milyon ton ve üzerinde, sekiz tanesinin kapasitesi 1-2 milyon ton arasında, altı tanesinin kapasitesi 500 bin-1 milyon ton arasında ve altı tanesinin kapasitesi de 50 bin-500 bin ton arasında bulunuyor. Diğer yandan, yine rakamsal verilere göre, ham çelikten ürün üreten kurumların sağladığı istihdam ise 2013 yılı itibarıyla 37 bin 129 kişi olarak tespit edilmiş. Diğer çelik kuruluşları ve dolaylı istihdamla birlikte sektörün toplam istihdamının 200 bin kişinin üzerinde olduğu tahmin ediliyor. Elektrik ark ocaklı tesislerdeki istihdamın yıllar itibarıyla arttığı izlenirken, entegre tesislerde ise istihdamın azalıyor olması dikkat çekici. Bununla birlikte, 2013 yılı itibarıyla, 49.6 milyon tonluk ham çelik

kapasitesinin yüzde 75.9'u oranındaki 37.7 milyon tonu elektrik ocaklı tesislere, yüzde 24.1 oranındaki 12 milyon tonu ise entegre tesislere ait gözüküyor. Entegre tesis yatırımlarının maliyetinin yüksek olması nedeniyle, çelik sektörünün elektrik ark ocağı ağırlıklı büyümeye devam etmesi ve ham çelik kapasitesinin, geçmiş yıllara kıyasla yavaşlayarak da olsa önümüzdeki yıllarda artış eğilimini sürdürmesi bekleniyor.

Yassı ve yapısal çelik ürünlerine yönelik yatırımlardaki artış ise devam ediyor. 2013 yılındaki slab üretim kapasitesi, 2000 yılına göre yüzde 442 oranında artışla 3 milyon tondan 16.25 milyon tona yükseldi. Slab üretim kapasitesindeki hızlı artışta, özellikle 2006-2013 döneminde 13 milyon ton yeni üretim kapasitesinin devreye girmesini sağlayan yatırımlar etkili olurken, üretimin yetersiz kaldığı yassı ürünlere yönelik yatırımlar da artış eğilimine devam ediyor. 2000 yılına kıyasla kütük üretim kapasitesi yüzde 138 oranında artışla 16.8 milyon tondan 40.1 milyon tona yükseldi. Bu rakamlardan hareketle yükselen çelik üretimine baktığımızda ise 2000-2013 döneminde, Türkiye'nin toplam ham çelik üretiminin yüzde 142, kütük üretiminin yüzde 120 ve slab üretiminin yüzde 250 oranında artış gösterdiğini görüyoruz.

kapasite kullanım oranının yüzde 67 seviyesine düşmesi olduğunun altını çiziyor. Artan tüketime rağmen üretim kapasitesinin artmaması ise artışın ithalatla karşılanıyor olması... Mevcut ithalat ile Türkiye'nin en büyük yedinci ithalatçı olduğuna işaret eden Yayan, Türkiye'nin dünya sıralamasında en büyük beş tüketiciden biri olduğunu ve 2015'te Çin'in kişi başı çelik tüketimini geride bırakabileceğimizi belirtiyor. Yayan'a göre Çin'in

agresif yöntemlerle gerçekleştirdiği üretim ve ihracat, önümüzdeki 20 yılda engellenemeyecek ancak bu durum iç piyasayı koruyacak tedbirlerin alınmasını da hızlandıracak; yeni üretim stratejileri ve ürün çeşitlerinin ortaya çıkarılmasını kolaylaştıracak. Nitekim Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci'nin demir-çelik sektörünü teşvik sistemine dâhil edebileceklerini açıklaması da bu yöndeki öngörülerin gerçekleştiğinin önemli bir göstergesi.



SASA YUVADA KALDI

Sabancı Ailesi'nin önemli simalarından merhum Özdemir Sabancı'nın, henüz 25 yaşında genç bir mühendisken aldığı yatırım kararıyla kurulan ve dünyanın en önemli elyaf üreticilerinden biri olan Adana'nın simgelerinden SASA Polyester, geçtiğimiz aylarda Gaziantepli Erdemoğlu Holding tarafından satın alındı.

Hatırlanacağı üzere, geçtiğimiz yıl Nisan ayında, SASA Polyester'in Tayland merkezli Indorama Ventures Public şirketinin Hollanda iştirakine satışına ilişkin haberler medyaya, "milli değer yabacıya gidiyor" manşetleriyle yansımış ve SASA Polyester'in, arazisi ve tesisleriyle birlikte 62 milyon dolara satıldığı bilgisi kamuoyu ile paylaşılmıştı. Ardından, yaklaşık 500 milyon dolar cirosu bulunan SASA'nın halka açık olmayan yüzde 51'lik hissesinin satışına ilişkin olarak, Adana Sanayi Odası ve Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Zeki Kıvanç ile İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Gülle,

sert açıklamalar yapmış ve Rekabet Kurulu'na, nihai satışın gerçekleşmemesi için başvuruda bulunmuştu. O tarihlerde, Türk tekstil sanayicilerinin bu satışa ilişkin yaklaşımını en net hatırlatan sözler ise İTHİB Başkanı Gülle'den gelmişti; "Sektör olarak fiyat dezavantajına rağmen SASA'yı tercih ederken, firmamızın satılmasını doğru bulmuyoruz. Gerekirse aramızda para toplayıp SASA'yı biz alalım, yeter ki milli bir işletme olarak kalsın. Sakıp Ağa hayatta olsaydı satmazdı."

Zeki Kıvanç ise bu satışı "memleket meselesi" olarak gördüklerinin altını çizmiş ve "28 milyar dolarlık tekstil ve konfeksiyon ihracatımız var. SASA, yurt dışına giderse veya gerisinde kimin olduğu bilinmeyen fonlara satılırsa, söz

konusu ihracatın 7-8 milyar doları bu işten olumsuz etkilenebilir. Satış gerçekleşirse, polyester elyafı uluslararası pazarda rakibimiz olan Indorama tekel olur. Türk tekstili zarar görür" uyarısında bulunarak, Türk sanayicilerinden oluşan bir konsorsiyumla SASA'yı satın almak için Sabancı Holding ile masaya oturmak istemişti.

ADANALIYDI, ANTEPLİ OLDU

Bu gelişmeler üzerine, devam eden günlerde satışın iptal edildiği haberini kamuoyu ile paylaşan Sabancı Holding, nihayet geçtiğimiz aylarda tamamlanan görüşmeler sonucunda, SASA Polyester'e ait yüzde 51'lik hissesini, bu kez Merinos ve Dinarsu markalarının da



Adana Sanayi Odası ve Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı
ZEKİ KIVANÇ



İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı
İSMAİL GÜLLE

sahibi olan Gaziantep’li Erdemöglü Holding’e 102 milyon dolara sattığını açıkladı. Milli ve stratejik bir değere sahip olan SASA’nın yine bir Türk firmasına satılması, elbette Türk tekstil sektörü için sevindirici bir haber. Nitekim Zeki Kıvanç, SASA’nın Erdemöglü Holding’e satışından sonra yaptığı açıklamada, “Tayland merkezli Indorama firması elyaf iplik sektöründe uluslararası tekel oluşturmaya çalışan bir firma, SASA’yı alarak ülkemizi de bu tekele mahkûm etmek istiyorlardı. İhtiyacımız olan ürünleri üretmemeleri veya geç teslim etmeleri, hızlı olan pazarda bizim oyun dışına itilmemizi sağlayabilirdi” derken, “Bu bizim için çok önemli bir gelişme. SASA’nın yerli bir firma tarafından satın alınması sektörü memnun etmiş ve bizleri tekel ortamından kurtarmıştır” vurgusunda bulundu. İTHİB Başkanı Gülle ise “Sakıp Sabancı’nın mirası olarak gördüğü SASA’nın milli bir değeri var. Sakıp Ağa sektörümüzün eli öpülesi liderlerinden biriydi. Onun büyük çabaları kurup büyüttüğü ve arkasından gelen binlerce firmaya can ve güç veren bu eseri yabancıların eline gitmemeliydi. Yeni bir SASA yaratmak müm-

kün değil” dedi ve “SASA’nın ürettiği polyes-terde tasarrufun yabancıların eline bırakılması, Türkiye’de hiç kimse için iyi olmazdı. Biz, kamuoyunun dikkatini çekmek için güçlü bir itiraz geliştirdik. Amacımız sektörü korumak ve milli birikimlerimize dikkat çekmektir. Türkiye’nin sanayi tarihini yazan birkaç gruptan biri olarak Sabancı Holding, büyüklüğüne yakışan karar

verdi ve SASA’yı Erdemöglü Holding’e satarak herkes için en doğru olanı yaptı. Umarım bu satış hem alan hem de satan için hayırlı olur. Bizim dileğimiz büyüklerin olduğu kadar, sektörün diğer oyuncularının da kazanmasıdır” yorumuyla, Türkiye’nin üretim, ihracat ve istihdamda yükünü sırtlayan tekstil sektörünün “milli bir sanayi” olduğunun yeniden tescillendiğinin altını çizdi.





2015 SEKTÖR İÇİN DAHA İYİ BİR YIL OLACAK

ATHİB Yönetim Kurulu Başkanı Zeki Kıvanç, tekstil ve hammaddeleri sektörünün 2014 yılını değerlendirdi ve 2015 yılı için beklentilerini açıkladı.

Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Zeki Kıvanç, Türkiye ve dünyada zor bir yılın geride kaldığını söyleyerek başladığı değerlendirmede, 2014'ün politik iklimin egemen olduğu bir yıl olduğunu hatırlattı ve "Bu süreçte doğal olarak ekonomi maalesef gündemde geri planda kaldı. Umut ediyorum ki, Haziran ayı başında bu maratonun sona

ermesiyle, önümüzdeki dönem makro alanda sorunların çözülmesi, ekonomi, sanayi ve üretime odaklanacağımız bir dönem olacak" dedi. "Son dönemde ülkemizi çevreleyen ateş topu, bir yandan gergin bir siyasi ortam oluştururken diğer taraftan da ülkemizin en önemli ihracat pazarlarından olan Irak, Suriye, Ukrayna ve Rusya gibi ülkelerde ihracatımızın istenilen seviyelere ulaşmasını engelliyor" diyen Kıvanç,

2014'te Türkiye'nin 160 milyar dolar ihracat hedeflediğini, ancak 157,6 milyar dolarlık gerçekleşmenin olduğunu; 2015'te ise belirli bazı sorunların kısmen de olsa çözülmesiyle, Türkiye'nin daha iyi performans göstermesini umduğunu dile getirdi.

Zeki Kıvanç, 2015 yılının 2014'e göre iç tüketim ve dış talep açısından daha olumlu olacağını düşündüğünü ifade ettiği değerlendirmede,

“Burada, özellikle gerileyen petrol fiyatlarının büyümeye ve cari açığımıza olumlu etkileri olacaktır. Enflasyonun da geçtiğimiz yıla nazaran önemli bir gerileme göstereceği, kur kaynaklı bir olumsuzluk yaşanmaması durumunda, yılın ilk yarısı içinde yüzde 6’lar seviyesine ineceğine dair beklentiler var” dedi ve dolayısıyla 2015 yılının büyüme, enflasyon ve cari açık açısından 2014 yılına göre daha olumlu olacağı kanaatinde olduğunu altını çizdi.

EŞİT ŞARTLARDA HER ÜLKE İLE REKABET EDEBİLİRİZ

2014 yılının tekstil ve hammaddeleri sektörü açısından hareketli geçtiğini ifade eden Kıvanç, Uzak Doğu ve Asya ülkelerinin yarattığı haksız rekabet ve baskılarla mücadelenin yanı sıra ürünlerin menşe sapması yoluyla Gümrük Birliği üzerinden Türkiye’ye girmesini engellemeye yönelik girişimlerde de bulduklarını anımsattı. “Önleme tabi ürünler, usulsüz olarak yapılan menşe değişikliği ile herhangi bir ek vergiye tabi olmayacak şekilde Türkiye’ye sokulmakta, bu durum bir taraftan sektörümüze zarar verirken, diğer taraftan da devletimiz için vergi kaybına yol açıyor” diyen Kıvanç, ticaret politikası önlemlerine tabi ürün gruplarında, ithalat aşamasında daha caydırıcı önlemler alınması gerektiğine vurgu yaptı ve gümrüklerde menşe şahadetnamesi aranmasının önemine işaret etti. Bu anlamda, Ekonomi Bakanlığı’nın da gerekli adımları atarak Çin menşeli sentetik ve suni devamsız liflerden dokunmuş mensucat ürünlerinin Bulgaristan ve Polonya üzerinden Türkiye’ye sokulduğu ve önlemlerin etkisiz kılındığı şüphesiyle soruşturma başlatıldığını dile getiren Kıvanç, “Sektörümüz, eşit şartların oluşması için gerekli destek verildiği takdirde dünyanın her ülkesiyle rekabet edebileceğini açık şekilde gösterdi” dedi.

ATHİB İHRACATI YÜZDE 11 ARTTI

Zeki Kıvanç, 2014 yılında Türkiye toplam tekstil ve hammaddeleri sektör ihracatı rakamlarını da paylaştı ve sektörün Türkiye’nin toplam ihracatının üzerinde bir performans ile yüzde 6 oranında artış kaydederek 8,8 milyar dolar olarak gerçekleştiği bilgisini aktardı. “Bu miktar beklentilerimizin biraz altında, ancak sektör olarak 2023 hedeflerimiz dikkate alındığında doğru yolda olduğumuz görülüyor” diyen Kıvanç, Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği penceresinden bakıldığında da başarılı bir yılı geride bıraktıklarını, sektör

ihracatının 957 milyon dolarla 2013 yılına göre yüzde 11,4 oranında artış yakaladığını dile getirdi. ATHİB sektör ihracatının ürün gruplarına göre dağılımında ise dokuma kumaş ürünlerinin yüzde 42 pay ile ilk sırada, örme kumaşların yüzde 25 ile ikinci sırada, pamuk ipliği ürünlerinin ise yüzde 12,7 ile üçüncü sırada yer aldığını ifade eden Kıvanç, AT-HİB ihracatının ülkelere göre dağılımında ise İtalya’nın yüzde 21,6 pazar payı ile ilk sırada yer aldığı bilgisini aktardı. ATHİB ihracatında İtalya’yı takip eden diğer ülkelere yüzde 5,5 pazar payı ile Rusya, yüzde 5 pazar payı ile Portekiz olarak öne çıkıyor.

YENİ TEŞVİK SİSTEMİ HEDEFE UYGUN KURGULANMALI

“Sektör olarak 2015 yılında Türkiye genelinde 10,7 milyar dolara, ATHİB olarak ise 1,1 milyar dolar ihracata ulaşmayı hedefliyoruz” diyerek devam eden Kıvanç, 2023 için öngörülerinin 20 milyar dolar ihracat olduğunu ifade etti. Ancak Kıvanç’a göre bu hedefe ulaşmak için sektör olarak mevcut olandan farklı şeyler yapılması gerekli: “Bu alanda bizlere önemli görevler düşüyor. Teknolojiye, tasarıma ve markalaşmaya ağırlık verip, bu alanlarda yatırımlarımızı geliştirmemiz gerekiyor. Sektör olarak başlattığımız İTA Ar-Ge Merkezi Projemizle, tasarım iklimini oluşturmak ve bu kültürü yaygınlaştırmak için organize ettiğimiz tasarım yarışmaları ile sektörümüzde tasarım ve teknoloji yoğun inovatif ürünleri artırmayı hedefliyoruz” diyen Kıvanç, tam da bu noktada, Ekonomi Bakanlığı’nın Ürün Geliştirme ve Tasarım Tebliği ile firmaların bu alandaki yatırımlarını destekleyecek olmasının önemli bir gelişme olduğunu söyledi. “Türkiye, 2023 yılında 500 milyar dolar ihracat hedefini yakalamak için bugün için gerçekleştirdiği 150 milyar doların üzerindeki ihracatını üç katma çıkarmak zorundadır. Mevcut üretim kapasitesi ile 150 milyar dolarlık ihracat gerçekleştiren Türkiye önemli bir verimlilik artışı gerçekleştirmeli, ayrıca ciddi bir yatırım hamlesi yapmalıdır. Yeni teşvik sistemi de bu hedefe uygun olarak kurgulanmalıdır” diyen Kıvanç, yeni teşvik sisteminde, 5082 Teşvik Yasası’ndaki elektrik katkı desteği ve daha önceki teşviklerde sağlanan kaynak kullanımı destek primleri gibi destekler verilmesi gerektiğine dikkat çekti ve hedeflenen yatırımların gerçekleşmesi için teşvik yasa ve uygulamasının, ilçe ve sektörler bazında işsizlik kriteri de göz önünde bulundurularak belirlenmesi gerekliliğinin altını çizdi.

SEKTÖRÜN TÜRKİYE RAKAMLARI



Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri
İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı
ZEKİ KIVANÇ

Türkiye’de dış ticaretin gururu tekstil ve hammaddeleri sektörü, milli gelirden aldığı pay, sağladığı istihdam ve yüksek ihracat potansiyeli ile ülke ekonomisinin lokomotif sektörlerinden biri. Tekstil ve hammaddeleri sektörü hazır giyim ve konfeksiyon sektörü ile birlikte değerlendirildiğinde halen en çok dış ticaret fazlası veren sektör konumunda bulunuyor. Oluşturduğu istihdam ile işsizliğin azalmasına ve toplumun refahına çok ciddi düzeyde katkılar sağlayan bu iki sektör, ülkenin Gayrisafi Yurtiçi Hasılasının yüzde 10’undan fazlasını ve imalat sanayinde yaratılan katma değerinin yüzde 16’sını sağlıyor. Günümüzde dünya tekstil ihracatının büyüklüğü 300 milyar dolar civarında. Tarıma dayalı işlenmiş ürünler içerisinde yer alan tekstil ve hammaddeleri sektörü 2014 yılı Aralık ayında geçen yılın aynı ayına göre yüzde 1,9 artışla 674 milyon 119 bin dolar ihracat gerçekleştirirken, 2014 yılı toplam ihracat verilerine bakıldığında ise, ihracatın geçen yıla oranla yüzde 6’lık bir değişimle 8 milyar 887 milyon 741 bin dolar olduğu görülüyor. Tekstil ve hammaddeleri sektörünün 2014 yılı toplam ülke ihracatından aldığı pay ise yüzde 5,6.

2015'TE PAZAR ÇEŞİTLENDİRMESİ ÖNE ÇIKACAK

Altı binden fazla kullanım alanına sahip mobilya, kağıt ve orman ürünleri sektörü, çözüm bekleyen sorunlar ve hedef pazarlardaki siyasi çalkantılar nedeniyle gerileyen ihracata rağmen, 2015 için umudunu koruyor.

Akdeniz Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Bülent Aymen, 2014 yılına ait yaptığı değerlendirmede, Türkiye mobilya, kağıt ve orman ürünleri ihracatının iç açıcı geçmediğini söyledi ve en önemli pazarlarımızdan olan komşu ülkelerde yaşanan siyasi çalkantıların, sektörü yakından etkilediğini dile getirdi.

2014 yılında, Türkiye mobilya, kağıt ve orman ürünleri ihracatının yüzde 1,4 oranında artış kaydederek, 4 milyar 519 milyon dolar olarak gerçekleştiği bilgisini paylaşan Aymen, bu rakamla sektörün Türkiye toplam ihracatından aldığı payınsa yüzde 2,9 olarak gerçekleştiğini açıkladı. Akdeniz İhracatçı Birlikleri özelinde ise 2014 yılında beklendikleri rakama ulaşamadıklarını ifade eden Aymen, 537 milyon 723 bin dolar ihracatla, bir önceki yıla göre sektör ihracatında yüzde 2'lik bir kayıp yaşadıklarını söyledi. AKİB özelinde öne çıkan ürün grubu mobilya olurken, Birlik ihracatından değer bazında yüzde 63,6 pay alan mobilya ürün grubunu, sektör ihraca-

tından değer bazında yüzde 16 pay alan kağıt-karton ve matbu yayıncılar ürün grubu takip etti. Bülent Aymen, Türkiye geneli sektör ihracatında ise dört ana alt sektör içerisinde en çok ihracatın yapıldığı ürün grubunun, çok az bir farkla mobilyalar ürün grubunu geride bırakan kağıt-karton ve matbu yayıncılar olduğunu söylediği açıklamasında, sektör ihracatında değer bazında yüzde 40 paya sahip olan bu ürün grubunu, değer bazında yüzde 36 paya sahip olan mobilya ürün grubu izlediğini dile getirdi.

EN ÖNEMLİ PAZAR IRAK

Türkiye geneli ve Akdeniz İhracatçı Birlikleri olarak sektörün 2014 yılı ihracat rakamlarına göre değer bazında en önemli pazar, yine Irak olurken, Türkiye toplam ihracatından yüzde 15 pay alan Irak, AKİB ihracatından yüzde 28 pay aldı. Aymen'in paylaştığı rakamlara göre AKİB'den Irak'a gerçekleşen ihracatta binde 1 oranında bir düşüş yaşansa da, Türkiye genelindeki düşüş çok daha büyük boyutlarda, yüzde 16

seviyesinde gerçekleşti. Bu rakamlar eşliğinde, Bülent Aymen, "2014 yılının sektör için iç açıcı geçmediğini söyleyebilirim. En önemli pazarlarımızdan olan komşu ülkelerimizde yaşanan siyasi çalkantılar, sektörü yakından etkiledi. Özellikle Irak pazarında önemli ölçüde kayıp yaşanırken, sektördeki bu sıkıntı, doğal olarak en çok AKİB ihracatçılarını etkiledi. Türkiye genelinde, her ne kadar daha önceki yıllardaki ihracat artış oranlarıyla kıyaslanmayacak seviyede olsa da ihracat artışı yaşanırken, bölgemiz ihracatında düşüş yaşandığını izledik. Suriye ve Libya gibi yine önemli pazarlarımızda da kayıplar yaşadık" dedi ve mobilya, kağıt ve orman ürünleri sektörü için acil çözüm üretilmesi gereken sorunların halen geçerliliğini koruduğunun altını çizdi.

ACİL ÇÖZÜMLER ÜRETİLMELİ

Bülent Aymen'in çözüm için acil çağrı yaptığı sorunlar ise şöyle sıralanıyor:

- Yakın pazarlardaki güvenlik sıkıntısı sebebiyle yükselen navlun maliyetleri; pazar çeşitlendir-



DÜNYA HER NE KADAR DİJİTAL ORTAMA GEÇMİŞ VE PETROL ÜRÜNLERİYLE BEZENMİŞ OLSA DA AĞACIN ÖNEMİ, TİCARİ ANLAMDA DEĞERİNİ YİTİRMİŞ DEĞİL. AKSİNE BU ÜRÜNLERİN KULLANILMADIĞI YA DA FAYDALANILMADIĞI BİR SEKTÖR, BİR İŞ KOLU NEREDEYSE YOK. AĞAÇ VE ONDAN ELDE EDİLEN ÜRÜNLER BUGÜN YAŞAMIN HER YERİNDE VARLIĞINI GÖSTERİYOR. BU NEDENLE DÜNYA VAR OLDUĞU SÜRECE, BU ÜRÜNLERE GEREKSİNİMİMİZ DE VAR OLACAK.

Akdeniz Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı BÜLENT AYMEN



mesi yapmaya çalışan ihracatçıların alternatif pazarlara ulaşmaya çalışırken karşılaştıkları yüksek nakliye maliyetleri,

- İşçi bulmanın zorluğu, bunun yanı sıra işçi maliyetlerinin yüksekliği,
- Markalaşmama problemi ve markalaşmanın getireceği yüksek fiyatlı ürün satma zorluğu; yüksek fiyatlı ürünleri satılabileceği gelişmiş pazarlarda pazar payımızın düşük kalması,
- Yüksek standartlı üretim yapılamaması ve yurt dışı pazarlarda son tüketiciye ulaşamaması ve dolayısıyla yaratılacak katma değerinin ihracat

yapılan ülkede kalması,

- Ham madde bulma güçlüğü ve ham madde maliyetlerinin yüksekliği.

Aymen, 2015 yılı için sektör ihracatında, ihracatçıların özverili çalışmaları sayesinde yine artış yaşanacağını düşünmekle birlikte, bahse konu sorunlara çözüm üretilmediği takdirde artış oranlarının yine düşük seviyede kalacağı uyarısında da bulunuyor. “2015 yılında da geçtiğimiz yıl olduğu gibi sıkıntı yaşamamak amacıyla, pazar payımızın yüksek olduğu ülkelerdeki ihracat paylarımızı korumaya çalışırken, pazar

çeşitlenmesi de yapmalıyız” diyerek devam eden Aymen, bu amaçla, ihracatımız içerisinde düşük oranda paya sahip olan İsrail, Katar, Rusya Federasyonu ve bazı Afrika ülkelerine yönelik olarak ticaret heyeti organizasyonları düzenleyerek, o bölgelere yönelik ihracatı artırmaya ve Türk markasını yerleştirmeye çalışacakları bilgisini paylaşıyor ve ticaret heyeti organizasyonlarının yanı sıra Mobilya Ar-Ge Proje Pazarı gibi sektöre katkı sağlayacak projeler geliştirmeye ve var olan bu tarz projeleri desteklemeye devam edeceklerini vurguluyor.

AKİB'DEN GERÇEKLEŞEN İHRACAT RAKAMLARI

ÜRÜN GRUBU	2013		2014		DEĞİŞİM (%)		PAY (%)	
	MİKTAR	DEĞER	MİKTAR	DEĞER	MİKTAR	DEĞER	MİKTAR	DEĞER
MOBİLYALAR	120.917.157	317.085.174	132.252.217	342.141.134	9,4	7,9	39,6	63,6
KAĞIT-KARTON VE MATBU YAYINLAR	58.245.092	131.780.963	61.821.803	86.211.925	6,1	-34,6	18,5	16,0
KERESTELER-SANDIK-KAFES-PALET	95.307.876	55.783.329	113.009.124	62.596.711	18,6	12,2	33,8	11,6
DİĞER AĞAÇ MAMULLERİ	15.080.765	27.352.911	20.041.031	32.195.808	32,9	17,7	6,0	6,0
ORMAN TALİ ÜRÜNLERİ	7.064.512	16.481.382	7.085.687	14.628.052	0,3	-11,2	2,1	2,7
GENEL TOPLAM	296.615.402	548.506.354	334.209.862	537.722.604	12,7	-2,0	100,0	100,0



KATMA DEĞERLİ İHRACATA TASARIM DESTEĞİ

2023 yılında 60 milyar dolar ihracat hedefleyen hazır giyim sektörüne, Ekonomi Bakanlığı'ndan "Tasarım ve Ürün Geliştirme Desteği" geldi. Geçtiğimiz ay bir araya gelen hazır giyim ve konfeksiyon ihracatçı birliklerinin yönetim kurulu başkanları, Ekonomi Bakanlığı'ndan yetkililerle bir araya gelerek, destek paketinin detaylarını konuştu.

Hazır giyim ve tekstil sektörünün uzun yıllar beklediği "Tasarım ve Ürün Geliştirme Desteği", nihayet geçtiğimiz yılın son günlerinde Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girdi. 2023 İhracat Stratejisi hedefleri doğrultusunda, değişen rekabet koşulları ve ihracatçıların ihtiyaçlarına uygun olarak, katma değerli ihracatın artırılmasına yönelik desteklere yenilerini ekleyen Ekonomi Bakanlığı, tasarımcı ve sanayicilerin aynı platformda buluşmasına imkân sağlayacak yeni bir destek mekanizması geliştirdi. Bu anlamda, İHKİB,

EİB, AKİB Hazır Giyim ve konfeksiyon Birlikleri Yönetim Kurulu Başkanları, Ekonomi Bakanlığı'ndan yetkililerle İstanbul Dış Ticaret Kompleksi'nde bir araya geldi ve destek paketinin detaylarını konuştu.

12 Ocak Pazartesi günü gerçekleştirilen toplantıya İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkanı Hikmet Tanrıverdi, Akdeniz Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkanı Hayri Uğur, Ege Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkanı Emre Kızılgüneşler, Uludağ İhracatçı Birlikleri ve Denizli İhracatçıları Birliği Genel

Sekreterliklerinden temsilcilerle İTKİB yetkilileri katılırken, toplantıda, Ekonomi Bakanlığı tarafından açıklanan ve 21 Aralık 2014 tarihli 29212 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren "2014/4 sayılı Tasarım Desteği Hakkında Tebliğ (Tebliğ No:2008/2)'de Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ" in detayları ve değişiklikleri, firmaların başvuru süreçleri, kriterleri ile destek miktarları konuşuldu.

ÜÇ YIL BOYUNCA DESTEK

2023 yılında 500 milyar dolar ihracat hedefine ulaşmak amacıyla katma değerli ihracat için



Turquality®, Marka ve Tasarım Destek Programlarını yürüten Ekonomi Bakanlığı, yeni hazırlanan “Tasarım ve Ürün Geliştirme Projeleri Desteği” ile bu halkaya yeni bir program daha eklemiştir. Buna göre, tasarım ve ürün geliştirme proje önerileri Ekonomi Bakanlığı tarafından destek kapsamına alındığı takdirde; şirketlerin söz konusu projeler kapsamındaki tasarımcı, modelist ve mühendis istihdamı, alet, teçhizat, malzeme ve yazılım giderleriyle seyahat ve İnternet sitesi üyeliğine ilişkin giderleri, anılan Tebliğ’de belirtilen limitler dâhilinde yüzde 50 oranında desteklenecek. Bakanlık tarafından açıklanan destek kapsamında, şirketlerin çalıştıracakları tasarımcı, modelist ve mühendislerin toplam 1 milyon dolara kadar olan brüt maaşları karşılanacak. Aynı proje kapsamında kullanılacak teçhizat, malzemeler ve yazılım giderleri için 250 bin dolar destek verilecek. Seyahat ve İnternet sayfası üyeliğine ilişkin masraflara da 150 bin dolara kadar destek verilen tebliğ kapsamınca, Bakanlık üç yıl boyunca 1,4 milyon dolarlık destek sağlayacak.

Bununla birlikte, yürürlükte olan “2008/2 sayılı Tasarım Desteği Hakkında Tebliğ” kapsamında tasarım yarışması organizasyonlarında, dereceye giren tasarımcıların

yurt dışındaki okullarda eğitimleri de destekleniyordu. Bu kapsamda, 2014 yılında 20 farklı tasarım yarışması organizasyonu ve 2011, 2012, 2013 ve 2014 yıllarında düzenlenen tasarım yarışmalarında dereceye giren toplam 71 tasarımcının yurt dışı eğitimi desteklenirken, hâlihazırda dokuz tasarımcı şirketi ve bir tasarım ofisinin, yurt dışı defile, tanıtım, ofis kira gibi maliyetlerine de önemli katkılar sunuluyor. Yeni destek paketi, buna ek olarak, şirketlerin tasarım departmanı kurmaları, eğer böyle bir departmanları varsa geliştirmelerinin sağlanması da amaçlıyor.

TEBLİĞ, SEKTÖRE ÖNEMLİ AÇILIMLAR SAĞLAYACAK

Akdeniz Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Hayri Uğur, yeni destek paketi ve Ekonomi Bakanlığı yetkilileriyle yapılan toplantıya dair açıklamasında, “Cumhuriyetimizin 100’üncü yılı için konulan 500 milyar dolarlık hedefe ulaşmada daha çok ihracatçı ve daha çeşitli pazar olmasının yanı sıra katma değerli ihracatın artması büyük önem taşımaktadır” derken, bu anlamda, yeni destek paketi ile ihracatçıların moda, endüstriyel tasarım ve inavasyon kapasitelerinin artırılması ve ihracata dönük katma değeri yüksek ürün üretilmesinin sağlanacağı bilgisini paylaştı.

Hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün halen Türkiye’nin en fazla katma değer sağlayan sektörlerinin başında geldiğini anımsatan Uğur, “Konfeksiyon ürünleri ihracatının kilogram değerinin ortalama 20–25 dolara ulaştığı göz önüne alındığında, söz konusu tebliğ ile bu rakam çok daha yüksek seviyelere çıkacak” diyerek devam ettiği açıklamasında, şirketlerin projelerinin Bakanlık tarafından destek kapsamına alınması durumunda, söz konusu projeler kapsamındaki tasarımcı, modelist ve mühendis istihdamı dahil olmak üzere geniş bir içerik kapsamında yüzde 50 oranında destekleneceğini dile getirdi.

Hayri Uğur, Uzak Doğu ülkelerinin düşük fiyat rekabetiyle öne çıktığı bugünlerde, artık ucuz iş gücü rekabetinden çıkarak katma değeri yüksek ürün üretimine odaklanmanın önemine de işaret etti ve “2023 yılı için belirlenen hedeflere ulaşmamızdaki en önemli hususlar Ar-Ge, inovasyon, tasarım ve markalaşma bilincinin yaygınlaşmasıdır. ‘Tasarım ve Ürün Geliştirme Desteği’ sayesinde firmalar, bu alanlarda kendilerini geliştirebilecek ve firmalarımızın söz konusu ülkelerle rekabet edebilirliğinin önemli bir oranda artırılması sağlanacaktır” dedi.





“AİLE PAKETİ” KADIN İSTİHDAMINI DÜŞÜRÜR MÜ?

Kadın istihdamını artırmak ve genç nüfus yapısını korumak amacıyla Başbakan Ahmet Davutoğlu'nun açıkladığı “Aile Paketi”, en çok kadın çalıştıran sektörler arasında ilk sırada yer alan hazır giyim sanayisinde ihtiyatla karşılandı.

Kadın istihdamında AB standartlarını yakalayan Türk hazır giyim sektörü, Başbakan Ahmet Davutoğlu'nun açıkladığı “Aile Paketi”nin tedirginliğini yaşıyor. Bunun nedeni ise oldukça anlaşılır: Türkiye’de tüm iş kollarındaki çalışabilir konumdaki kadınların sadece yüzde 29’u istihdam edilirken, hazır giyim sektöründe bu oran yüzde 64’e ulaşıyor. Bu doğrultuda; açıklanan “Ailenin ve Dinamik Nüfus Yapısının Korunması” programının, hazır giyim ve konfeksiyon sektörünü olumsuz etkilemesinden korkuluyor.

Başbakan Ahmet Davutoğlu’nun Ocak ayı başında açıkladığı, ailenin korunmasına ilişkin hazırlanan paket, kapsamı itibarıyla sosyal hizmet ve desteklerden hamilelik izni ve ücretlerine, yeni evleneceklerden yaşlı ve engellilere kadar birçok alanda yeni düzenlemeler içeriyor. Aile Paketi’nin tanıtım toplantısında, doğuma bağlı yarı zamanlı çalışmalarla ilgili önemli çalışmalar yapılacağını belirten Ahmet Davutoğlu, “Yapacağımız düzenlemeyle yarı zamanlı çalışma imkânı getireceğiz. Yani anneler, isterse yarı zamanla mesai yapmak suretiyle geri kalan za-

manda çocuklarının yanında olacak ve aradaki fark kesintiye uğramayacak ve tam ücret alacaklar. Yarı zamanı işveren, izinli sayılan zamanı ise biz devlet olarak karşılayacağız” derken, önümüzdeki iki ay içinde tüm uygulamalarıyla paketin hayata geçirileceği bilgisini aktardı. Bununla birlikte, Başbakan Davutoğlu, “Alacağımız her tedbirin yan etkisi olabilir ama önemli olan bunu minimuma indirmek” sözleriyle işveren endişelerine de vurgu yaptı ve “Bizim burada aldığımız kararda özel sektöre hiç bir yük getirmiyoruz. Yarı zamanlı dediğimizde,



sıra yanı zamanlı çalışma, doğum yardımı gibi ilave haklar getirilecek” diyor. Diğer yandan, Hayri Uğur’a göre Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün ana rekabet avantajını oluşturan hızlı teslimat da yeni paketten etkilenebilir ve teslimat sürelerinde gecikmeler yaşanabilir. “Oluşacak iş gücü kaybı, siparişlerde gecikmeler yaşanmasına ve sonuç olarak iş kaybı ve pazar kaybı yaşanmasına neden olacaktır” diyen Uğur’a göre Türkiye ihracatında önemli bir yeri olan ve en çok katma değeri oluşturan hazır giyim sektörünün yeni Aile Paketi uygulamalarından olumsuz etkilenmesi, ne yazık ki kaçınılmaz.

Hayri Uğur, bu anlamda, “Kadınların hiç şüphesiz gerek ekonomik gerekse toplumsal yaşamdaki konumları ve ülkemiz gelişmişlik düzeyindeki etkileri büyük önem arz etmektedir. Ancak endişemiz, bu uygulamayla firmaların kadın istihdamından uzaklaşıp erkek personele yönelmeleridir” derken, elbette kadın çalışanların haklarının iyileştirilmesi ve yeni haklara sahip olmalarını arzu ettiklerini, ancak bunun firmalar ve dolayısıyla sektörü mağdur etmeden yapılması gerektiğinin altını çiziyor; uygulama üzerinde bazı değişiklikler ve iyileştirmelere gidilmesinin daha doğru olacağına dikkat çekiyor.

EN ÇOK HAZIR GİYİM SEKTÖRÜ ETKİLENECEK

İstanbul Hazır giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkanı Hikmet Tanrıverdi ise “Resmi işsizliğin yüzde 11 olduğu Türkiye’de, maalesef biz tam gün çalışacak eleman bulmakta zorlanıyoruz. Bu ortamda, yanı zamanlı personeli

nereden temin edeceğiz? Yarım günlük işimizi kime yaptıracağız? Bir de bunun üzerine 5,5 yıla varabilecek yarım gün çalışma uygulaması gelirse, şirketler kadın istihdamından uzaklaşıp erkek çalışana yönelirler” sözleriyle, Aile Paketi’nin etkilerinin beklenenden daha ciddi etkileri olacağına işaretini veriyor.

Paket ile doğum yapan kadın çalışanların, istemleri halinde çocukları 5,5 yaşına gelene kadar yarım gün çalışma hakkı kazanabileceklerine vurgu yapan Tanrıverdi, “Hazır giyim sektörü olarak yüz binlerce çalışmamızın en az yarısını kadınlarımız oluşturuyor. Bu boyutta kadın istihdam eden ikinci bir sektör yoktur. Bu nedenle Aile Paketi’nin en çok ve doğru etkileyeceği sektörlerin başında geliyoruz. Çalışmamızın en az yarısını etkileyen bu düzenleme, küresel rekabetteki en önemli avantajımızı oluşturan ‘hızlı üretim hızlı teslimat’ avantajımızı sekteye uğratabilir. Siparişlerde yaşanabilecek gecikmeler, iş ve pazar kayıplarına neden olabilir” diyerek, Hayri Uğur ile benzer endişeleri aktarıyor.

Şirketlerinde yüzlerce, binlerce kadın çalıştıran hiçbir üreticinin, böylesine ağır bir riski taşımak istemeyeceğinin altını çizen Tanrıverdi, son olarak, “Firmalarımız, ailenin ve sosyal barışın en önemli yapı taşlarından olan kadın istihdamından uzaklaşıp, erkek personele yönelebilir. Bunu, ne biz ne de ülkeyi idare eden yöneticilerimiz ister. Anne istihdamına destek olmayı amaçlayan bu paket, dünyanın üreten kadını, yarın işsizliğe mahkûm edebilir. Sektörlerin kendi gerçeklerinden hareket ederek, olası riskleri bugünden ortadan kaldırmamız” diyor.

çalışma hakkı 40 saat ise haftada 20 saati özel sektör diğer 20 saati devlet ödeyecek. Bunu biliyoruz. Devletin aldığı tedbirler dolayısıyla özel sektörün politikalarının değişmemesine özen göstereceğiz. Özel sektörde bazı alanlar var ki kadın çalışmasını öncelikle isteyebilir. Burada fedakârlık söz konusu olmaz ama kadın istihdamı konusunda teşvikler de yapabiliriz” dedi.

REKABET AVANTAJINI KAYBETME RİSKİ VAR

Yeni pakete ilk tepki, doğal olarak, bünyesinde kadın istihdamının yoğun olduğu hazır giyim sektöründen geldi. Akdeniz Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Hayri Uğur, Aile Paketi’nin ilk olası etkilerinin maliyet artışları ve iş gücü kayıpları olacağını dile getirirken, sektör çalışanlarının yüzde 64’ünün kadınlardan oluştuğu bilgisini hatırlatıyor ve “Bu nedenle, açıklanan ‘Aile Paketi’ kapsamında etkilenecek sektörlerin başında hazır giyim ve konfeksiyon sektörü geliyor. ‘Aile Paketi’ çerçevesinde doğum yapan ve çalışan annelere normal izin sürelerinin yanı



Afrika'nın dünya ve Türkiye için önemi



ANALİSTLER, GERÇEK SÜRDÜRÜLEBİLİR EKONOMİK TEDAVİNİN AFRIKA KITASINDA OLDUĞUNU SÖYLEMEYE DEVAM EDİYOR: BİR MİLYAR 200 BİN NÜFUSLU VE TÜM ÜRÜNLERDE EKSİĞİ OLAN BÜYÜK BİR PAZARDAN SÖZ EDİYORUZ.

M. TARIK BOZBEY / TİM-AKİB AFRIKA MASASI BAŞKANI

Dünya'da 2007 yılından itibaren ciddi sıkıntılara ve hatta alabalara sebep olan ekonomik krizleri çözmek için çeşitli uygulamalar yapıldı. Parasal ve sıyasal yollar denendi. ABD'nin ve AB'nin uyguladığı parasal bolluşma kısmen işe yaradığı görünse de hasta ekonomiler tamamen iyileşemedi. Arkasından sıyasal çalkantılar ve savaşlar başlatıldı. Ancak sorun aşılamadı: 2015 ve sonrası yıllarda büyük ekonomilerin sıfıra yakın büyüme hızlan bekleniyor. Tek ayrıcalıklı olan ülke, geçen hafta son dilim büyümesi yüzde 5 olan ABD... Ancak ABD'nin dayanıklılığını ne kadar sürdüreceği de tartışmalı...

Bununla birlikte analistler, gerçek ilacın, gerçek sürdürülebilir ekonomik tedavinin Afrika

kitasında olduğunu söylemeye devam ediyor: Bir milyar 200 bin nüfuslu ve tüm ürünlerde eksikliği olan büyük bir pazardan söz ediyoruz. Halen, dünya para piyasalarında sekiz trilyon dolar kredi stoğu var ve yakın bir tarihte bu krediler, 35 yıldır ambargo ile yok sayılan İran, 50 yıldır yok sayılan Küba ve korkulan Afrika ekonomilerine tedavi amaçlı kullanıma açılacak. Kapılar açılacak, paralar dağıtılacak ve hareket başlayacak. ABD, 9 milyonluk Küba'yı küçük bir açılım olarak ele aldı bile. İran ise ambargonun kalkmasıyla birlikte 200 milyar dolarlık harcama yapabilir. Türkiye ise Afrika'yı daha önemser mesajlar vermeye başladı. Aslen 2005 yılından itibaren

Afrika'ya özel önem atfeden Türkiye, artık ekdiği tohumların meyvalarını toplamaya başlamalıdır. Başbakan Ahmet Davutoğlu'nun Afrika'ya vurgu yapması ve Güney Amerika ve Uzak Doğu'yla birlikte en uygun hedef Pazar olarak Afrika'yı işaret etmesi, bunun bir göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Bu vurgunun en belirgin yansıması ise Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Afrika hamlesidir. Afrika'nın tamamına yakınına kapsayacak ziyaretlerle şekillenen ve ilk adımı geçtiğimiz ay gerçekleştirilen resmi ziyaretlerle atılan bu adım, Türkiye ve Afrika ülkeleri arasındaki ilişkileri mutlaka yükselen bir seyirde etkileyecek.



“İlham verici” tek Türk kadını

Moda tasarımcısı Nejla Güvenç, ABD’de yayımlanan “Yükselen Ekonomilerden ve Gelişmekte Olan Ülkelerden İlham Verici Kadın Girişimci Hikâyeleri” kitabındaki tek Türk kadın girişimci olarak dikkat çekiyor.

Türkiye’nin ilk ve tek organik moda tasarımcısı Nejla Güvenç, farkı yaratan çalışmalarıyla uluslararası alanda ses getirmeye devam ediyor. ABD’de, The Wharton School of The University of Pennsylvania, Joseph H. Lauder Institute’da girişimcilik dersinde okutulan “Yükselen Ekonomilerden ve Gelişmekte Olan Ülkelerden İlham Verici Kadın Girişimci Hikâyeleri” kitabında yer alan Güvenç, özgün tasarım felsefesiyle genç modacılar ilham veriyor. Kendi hikâyesinin üniversitede ders olarak anlatılmasının gurur verici olduğunu söyleyen Nejla Güvenç, “Tasarım yolculuğumun en büyük ödülü bu oldu” diyor.

Nejla Güvenç, aynı zamanda, 2011 yılında yatırım bankası Goldman Sachs tarafından desteklenen, Harvard University ve The Wharton School of The University of Pennsylvania tarafından yürütülen “10.000 Kadın Girişimci” projesinde, rol model seçilen tek Türk kadın girişimci olmuştu.

2002 yılında yarattığı markası NEJ’i, “ekolojik bir serüven” olarak konumlayan Nejla Güvenç, tasarımlarında, üretilirken, kullanılırken ve yok edilirken çevre dostu olan organik malzemeler kullanıyor. Yükselen ve gelişmekte olan ülkelerde girişimci olarak kendi ayakları üzerinde durarak mücade-



le eden, fark yaratan, uluslararası olan, iş hacmi yaratan, pazarlama ve insan kaynağı yöneten, işini büyütme başarısı gösteren 24 girişimci kadını “case study” olarak inceleyen kitap, dünyaca ünlü akademik yayinevi Routledge Taylor & Frances Group tarafından basıldı. Amerika’daki kitapçılar-

da ve amazon.com’da satılan kitap, Joseph H. Lauder Institute’da uluslararası yönetim programı kapsamında girişimcilik dersinde “casebook” olarak okutuluyor ve kadın girişimcilerin azimli yolculuğuna ışık tutarken, girişimci olmak isteyen öğrencilere de rehberlik ediyor, ilham veriyor.

Nejla Güvenç kimdir?

Moda Tasarımcıları Derneği (MTD) Yönetim Kurulu Üyesi olan Nejla Güvenç; Garanti Bankası’nın, Ekonomist Dergisi ve Türkiye Kadın Girişimcileri Derneği’nin (KAGİDER) iş birliğiyle 2011’de düzenlenen “Türkiye’nin Kadın Girişimcileri” yarışmasında “Gelecek Vadeden Kadın Girişimci” dalında ikinci olmuştu. Türkiye’yi dünya moda endüstrisinde temsil eden tasarımcılar arasında yer alan, İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon ve İhracatçıları Birlikleri

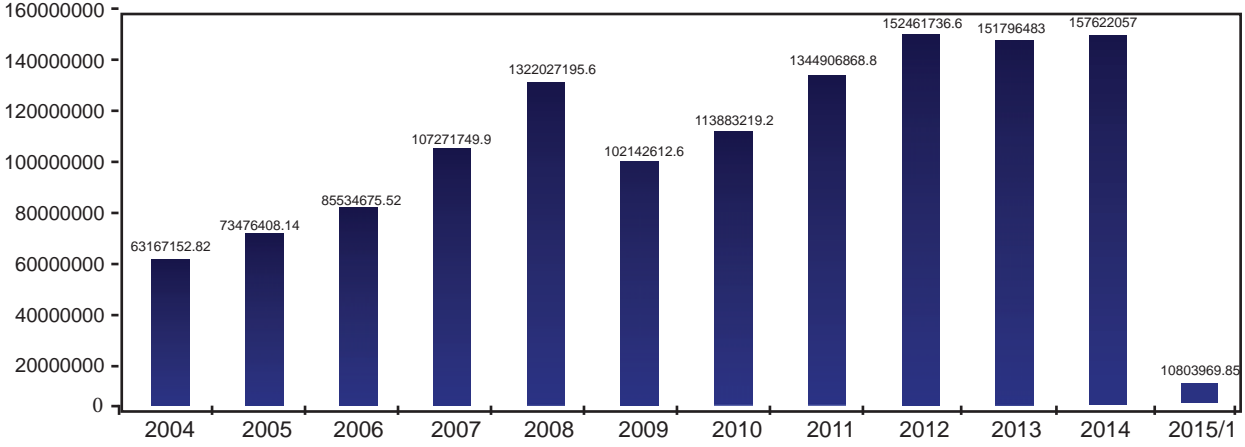
(İTKİB) tarafından da desteklenen Nejla Güvenç, Birleşmiş Kültür organizasyonun düzenlediği “Hope Couture” projesinde farklı ülkelerden seçilen dört tasarımcıdan birisi olma başarısını da sergilemiş; barış, kültür ve moda elçisi olarak Türkiye’yi temsil etmişti. 2013’de Türkiye’de ilk kez gerçekleştirilen, UNESCO’nun desteklediği Dünya Kültür Expo’da Türkiye’yi temsil eden; “Turquality®” projesinde “Yetkilendirilmiş Tasarım Danışmanı”

olan; Coterie New York, Who’s Next Paris, Berlin Premium, Tokyo I.F.F, Tokyo Weaready, Mercedes-Benz Fashion Week Istanbul presented by American Express, Kuveyt Hala Expo ve CPM Moscow’da koleksiyonunu sergileyen Nejla Güvenç, NEJ markasıyla, halen uluslararası platformda Amerika, Fransa, Almanya, İtalya, İsviçre, Portekiz, İngiltere, İsrail, Bahreyn, Kuveyt, Lübnan, Riyad ve Mısır’da seçkin noktalarda yer almaya devam ediyor.

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

SEKTÖRLER	OCAK				SON 12 AY			
	2013	2014	Değişim (%)	Pay (%)	2013	2014	Değişim (%)	Pay (%)
I. TARIM	1.927.049	1.827.067	-5,2	16,9	21.568.166	22.391.144	3,8	14,3
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	1.356.104	1.335.155	-1,5	12,4	15.032.172	15.674.951	4,3	10,0
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	614.050	568.196	-7,5	5,3	6.698.330	6.671.970	-0,4	4,3
Yaş Meyve ve Sebze	219.373	219.327	0,0	2,0	2.347.206	2.395.363	2,1	1,5
Meyve Sebze Mamulleri	111.499	93.323	-16,3	0,9	1.346.574	1.398.484	3,9	0,9
Kuru Meyve ve Mamulleri	116.018	98.158	-15,4	0,9	1.447.415	1.442.712	-0,3	0,9
Fındık ve Mamulleri	153.796	248.367	61,5	2,3	1.745.363	2.413.265	38,3	1,5
Zeytin ve Zeytinyağı	24.434	16.866	-31,0	0,2	419.160	220.470	-47,4	0,1
Tütün	109.576	84.587	-22,8	0,8	949.033	1.050.669	10,7	0,7
Kesme Çiçek	7.359	6.330	-14,0	0,1	79.092	82.018	3,7	0,1
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	209.571	172.946	-17,5	1,6	2.026.529	2.239.888	10,5	1,4
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	209.571	172.946	-17,5	1,6	2.026.529	2.239.888	10,5	1,4
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	361.375	318.966	-11,7	3,0	4.509.465	4.476.305	-0,7	2,9
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	361.375	318.966	-11,7	3,0	4.509.465	4.476.305	-0,7	2,9
II. SANAYİ	9.649.323	8.699.209	-9,8	80,5	119.794.779	123.131.468	2,8	78,9
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	1.070.027	907.429	-15,2	8,4	12.632.279	12.931.029	2,4	8,3
Tekstil ve Hammaddeleri	767.902	650.150	-15,3	6,0	8.473.466	8.769.056	3,5	5,6
Deri ve Deri Mamulleri	123.769	113.145	-8,6	1,0	1.951.048	1.841.451	-5,6	1,2
Halı	178.357	144.134	-19,2	1,3	2.207.764	2.320.523	5,1	1,5
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	1.394.170	1.196.632	-14,2	11,1	17.509.353	17.587.623	0,4	11,3
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	1.394.170	1.196.632	-14,2	11,1	17.509.353	17.587.623	0,4	11,3
C. SANAYİ MAMULLERİ	7.185.125	6.595.148	-8,2	61,0	89.653.148	92.612.816	3,3	59,3
Hazır giyim ve Konfeksiyon	1.586.677	1.391.624	-12,3	12,9	17.554.011	18.541.634	5,6	11,9
Taşıt Araçları ve Yan Sanayi	1.585.958	1.730.321	9,1	16,0	21.403.670	22.414.934	4,7	14,4
Gemi ve Yat	54.471	43.976	-19,3	0,4	1.169.110	1.270.382	8,7	0,8
Elektrik - Elektronik	902.953	735.135	-18,6	6,8	11.766.808	11.946.283	1,5	7,7
Makine ve Aksamları	477.207	466.805	-2,2	4,3	5.844.376	6.035.637	3,3	3,9
Demir ve Demir Dışı Metaller	591.731	490.520	-17,1	4,5	6.901.946	7.003.370	1,5	4,5
Demir Çelik Ürünleri	1.105.473	865.230	-21,7	8,0	13.779.550	12.964.297	-5,9	8,3
Çimento ve Toprak Ürünleri	243.550	201.606	-17,2	1,9	3.163.661	3.114.586	-1,6	2,0
Değerli Maden ve Mücevherat	194.227	288.800	48,7	2,7	2.292.698	3.201.266	39,6	2,1
Savunma Sanayii	106.122	99.512	-6,2	0,9	1.422.367	1.641.253	15,4	1,1
İklimlendirme Sanayii	329.795	275.839	-16,4	2,6	4.250.392	4.370.285	2,8	2,8
Diğer Sanayi Ürünleri	6.961	5.779	-17,0	0,1	104.559	108.889	4,1	0,1
III. MADENCİLİK	400.471	277.694	-30,7	2,6	5.040.778	4.522.982	-10,3	2,9
Madencilik Ürünleri					5.040.778	4.522.982	-10,3	2,9
TOPLAM	11.976.843	10.803.970	-9,8	100,0	146.403.722	150.045.594	2,5	96,1

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



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

	OCAK				SON BİR YIL			
	2013	2014	Değişim (%)	Pay (%)	2012-2013	2013-2014	Değişim (%)	Pay (%)
AKİB	1.044.999	960.356	-8,1	8,9	12.509.967	12.811.714	2,4	8,5
BAİB	120.757	117.206	-2,9	1,1	1.548.353	1.624.360	4,9	1,1
DAİB	243.951	183.614	-24,7	1,7	3.123.774	2.913.670	-6,7	1,9
DENİB	205.152	169.353	-17,4	1,6	2.184.729	2.266.888	3,8	1,5
DKİB	61.111	47.720	-21,9	0,4	1.136.284	1.044.292	-8,1	0,7
EİB	1.060.180	858.155	-19,1	7,9	12.290.212	12.024.144	-2,2	8,0
GAİB	775.172	686.370	-11,5	6,4	9.405.652	8.919.845	-5,2	5,9
İİB	528.680	511.445	-3,3	4,7	6.614.184	6.921.093	4,6	4,6
İMMİB	3.495.576	2.892.634	-17,2	26,8	41.044.229	43.014.043	4,8	28,7
İTKİB	1.737.671	1.513.927	-12,9	14,0	20.262.740	20.419.129	0,8	13,6
KİB	132.456	148.617	12,2	1,4	1.397.778	1.655.942	18,5	1,1
OAİB	1.017.262	922.930	-9,3	8,5	12.072.143	12.711.210	5,3	8,5
UİB	1.553.877	1.791.642	15,3	16,6	22.813.678	23.719.262	4,0	15,8
TOPLAM	11.976.843	10.803.970	-9,8	100	146.403.722	150.045.594	2,5	100

İHRACATIMIZDA İLK 20 ÜLKE (1000 \$)

ÜLKELER	EKİM
ALMANYA	1.090.035
IRAK	848.384
İNGİLTERE	752.500
İTALYA	574.263
ABD	482.052
FRANSA	471.161
İRAN	399.885
İSPANYA	389.329
RUSYA FEDERASYONU	314.901
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	276.060
HOLLANDA	255.848
MİSİR	215.244
BELÇİKA	213.688
ROMANYA	208.417
SUUDİ ARABİSTAN	203.768
AZERBAIJAN-NAHÇIVAN	189.154
POLONYA	184.278
İSRAİL	172.143
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	153.438
CEZAYİR	140.698
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	7.535.246

AKİB, 2015'İN İLK AYINDA, GEÇEN YILIN AYNI DÖNEMINE GÖRE YÜZDE 8'LİK BİR KAYIP YAŞADI VE 960,3 MİLYON DOLAR İHRACAT GERÇEKLEŞTİRDİ. BUNUNLA BİRLİKTE AKİB'İN OCAK 2015 İHRACATI, TÜM İHRACATÇI BİRLİKLERİ ARASINDA DÖRDÜNCÜ SIRADA YER ALIYOR VE TOPLAM İHRACATTAN YÜZDE 9 PAY ALIYOR.

AKİB-OCAK AYI SEKTÖREL İHRACAT RAKAMLARI (\$)

SEKTÖRLER	OCAK 2014	DEĞ (%)	OCAK 2015	DEĞ (%)
I. TARIM	465.686.867	-8	427.198.391	7
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	379.079.183	-10	340.217.855	9
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	134.505.462	-7	124.644.145	17
Yaş Meyve ve Sebze	209.795.451	-10	189.197.385	2
Meyve Sebze Mamulleri	14.032.209	-36	8.965.518	6
Kuru Meyve ve Mamulleri	9.642.302	4	10.049.702	7
Fındık ve Mamulleri	5.224.876	-22	4.076.225	-11
Zeytin ve Zeytinyağı	3.182.355	-65	1.107.584	-12
Tütün	2.579.500	-18	2.117.100	22
Süs Bitkileri ve Mam.	117.028	-49	60.197	49
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	33.607.592	-8	30.834.149	7
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	33.607.592	-8	30.834.149	7
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	53.000.092	6	56.146.387	-2
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	53.000.092	6	56.146.387	-2
II. SANAYİ	827.483.361	-10	743.665.957	2
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	75.545.411	8	81.326.881	12
Tekstil ve Hammaddeleri	71.564.879	6	76.215.184	11
Deri ve Deri Mamulleri	499.493	45	722.642	15
Halı	3.481.039	26	4.389.055	20
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAMÜLLERİ	456.581.466	-23	353.541.383	-7
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	456.581.466	-23	353.541.383	-7
C. SANAYİ MAMULLERİ	295.356.484	5	308.797.693	15
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	25.916.680	28	33.212.684	60
Otomotiv Endüstrisi	44.042.889	40	61.443.872	28
Gemi ve Yat	5.899	104	12.030	61
Elektrik-Elektronik, Mak. ve Bilişim	31.535.400	6	33.559.638	3
Makine ve Aksamları	14.069.676	11	15.606.272	-22
Demir ve Demir Dışı Metaller	41.811.119	-1	41.277.400	20
Çelik	105.910.357	-11	94.552.632	9
Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	5.722.145	105	11.741.469	37
Mücevher	3.444	-67	1.139	160
Savunma ve Havacılık Sanayii	978.079	59	1.550.601	55
İklimlendirme Sanayii	25.098.651	-37	15.790.885	-6
Diğer Sanayi Ürünleri	262.146	-81	49.072	-20
III. MADENCİLİK	12.676.297	50	19.024.970	13
TOPLAM	1.305.846.525	-9	1.189.889.319	4

AKİB OCAK AYI İHRACATTA İLK 10 ÜLKE (\$)

HAZIR GIYIM	
ALMANYA	4.889.356
İSPANYA	3.715.631
ROMANYA	2.496.811
SURİYE	1.763.248
POLONYA	1.745.049
İNGİLTERE	1.740.401
İTALYA	1.624.073
SUUDİ ARABİSTAN	1.029.994
ARNAVUTLUK	755.425
MISIR	631.552

YAŞ MEYVE SEBZE	
RUSYA FEDERASYONU	43.170.910
IRAK	39.278.445
UKRAYNA	10.171.558
SUUDİ ARABİSTAN	5.882.476
ROMANYA	4.632.780
SURİYE	4.309.480
ALMANYA	3.231.826
BULGARİSTAN	2.519.750
ABD	2.479.455
HOLLANDA	2.082.454

SU ÜR. HAYVANCILIK MAM.	
IRAK	11.703.171
SURİYE	3.811.722
LÜBNAN	2.048.971
ABD	1.485.543
MERSİN SERBEST BÖLGE	581.685
KKTC	405.554
TACİKİSTAN	149.267

DEMİR VE DEMİR DIŞI METALLER	
IRAK	33.403.027
SURİYE	15.416.530
ABD	12.790.509
CEZAYİR	9.760.542
ETİYOPYA	9.396.672
TÜRKMENİSTAN	6.429.300
SUUDİ ARABİSTAN	5.471.045
İNGİLTERE	5.346.193
MISIR	5.212.883
ROMANYA	5.016.867

TEKSTİL	
İTALYA	16.778.134
ABD	5.324.660
PORTEKİZ	5.173.079
ALMANYA	3.390.617
İSPANYA	3.147.351
RUSYA FEDERASYONU	2.891.721
SUUDİ ARABİSTAN	2.309.502
POLONYA	2.153.921
MISIR	1.959.767
FAS	1.945.988

HUBUBAT, BAKLIYAT	
IRAK	31.112.688
SURİYE	11.534.483
ROMANYA	6.941.808
MISIR	5.357.885
SUDAN	5.039.019
YEMEN	4.328.975
SUUDİ ARABİSTAN	4.014.799
ABD	3.466.721
ALMANYA	2.889.107
LÜBNAN	1.894.611

MOBİLYA, KAĞIT VE ORMAN	
IRAK	15.732.815
ALMANYA	4.084.347
SUUDİ ARABİSTAN	2.465.161
LÜBNAN	2.373.322
SURİYE	1.962.511
İRAN	1.677.932
FRANSA	1.525.941
MISIR	1.416.552
İTALYA	1.345.453
ABD	1.262.029

KİMYEVİ MADDELER	
BAE	80.024.051
MISIR	57.841.624
MALTA	38.370.413
İSPANYA	24.755.784
NAMİBYA	17.480.610
KKTC	16.668.505
FAS	10.152.294
ALMANYA	8.936.972
IRAK	6.671.412
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	4.901.661



Gidilen yollarla küçülür bu dünya!

Müşteri ihtiyaçları, Sabay'ın büyüme politikası... Gelen istek ve talepler doğrultusunda kendini yenileyen ve hizmetlerini çeşitlendiren Sabay, Türkiye'nin en köklü forwarder kuruluşlarından biri olarak her türlü hammadde ve işlenmiş ürünü kapıdan kapıya güvenle ulaştırır. Proje taşımacılığında 30 yıldır uzmanlığını konuşturarak Sabay için dünya her geçen gün biraz daha küçülüyor.

**Değişmez Sabay ilkesi:
Müşteri için, müşteriye özel,
müşteri memnuniyeti!**

İskenderun ofisimiz, İskenderun limanı çıkışlı tüm Full ve Parsiyel konteyner çıkışlarınızda size hizmet vermekten memnuniyet duymaktadır.

T: (+90 326) 613 7141 pbx F:(+90 326) 613 44 86

