akib aktüel

Sayı: 54

akdeniz ihracatçı birlikleri resmi yayın organı



AKDENİZLİ TEKSTİLCİLER İHRACATTA AVANTAJLI

2015 yılında ihracat 11 milyar dolar oldu

Adana, Türkiye sanayisine enerji veriyor

ron

TEXTILE AUXILLARIES









Deliklikaya Mah. No: 43 34867 Hadımköy / Arnavutköy / İSTANBUL

Tel: +90 212 775 23 50 - 51 - 52 - Fax: +90 212 775 23 56

www.ronkimya.com.tr - Email: info@ronkimya.com.tr

Bu yıldan umutluyuz



ALİ UĞUR ATEŞ

AKDENİZ KİMYEVİ MADDELER
VE MAMULLERİ İHRACATÇILARI
BİRLİĞİ BAŞKANI

2015 senesi hem ülkemiz, hem de küresel ekonomi açısından oldukça zorlu bir yıldı. Belirsizlikler ve çatışma iklimi altında dünyada ticaret hacmi daraldı. 2014 yılında 18,8 trilyon dolar seviyesinde olan dünya ticareti, IMF'nin tahminine göre 2015 senesinde 16,5 trilyon dolara gerileyecek.

Ülkemiz için de çok zor bir yılı geride bıraktık. Ortadoğu bölgesinin durumu ortada. Irak ve Suriye'de yaşanan savaş ortamı, sınır komşuları olarak en çok bizi etkiliyor. Diğer yandan dünya çapında görülen ekonomik durgunluk, ihracatçımızı zorluyor. Bütün zorluklara karşın, ihracata dayalı büyüme stratejimizi değiştirmiyoruz. En güçlü ekonomilerde dahi bizimkinden daha büyük kayıplar yaşandığı 2015'te, ülke ihracatımızın düşmesi kötü bir gelişme olsa da bir felaket değildir. Bugünleri de atlatıp, daha iyimser günlere ulaşabiliriz.

Her zaman ifade ettiğimiz gibi, Ar-Ge, teknoloji, marka ve tasarım konusunda yapısal sorunlarımızı çözmeye odaklanmalıyız. İhracatımızı katma değerli biçimde artırmak için kesinlikle inovasyon ve Ar-Ge'ye yatırım yapmamız gerekiyor.

Ülkemizin kaliteli, ileri teknolojiye dayalı, yenilikçi ve markalı bir yapıya kavuşması için, Ekonomi Bakanlığımız öncülüğünde başlatılan, "Turkey; Discover the potential" markası da bu anlamda çok önemli bir çalışmadır. Ülkemizin 2020'li yıllarda ekonomik yükselişinin kaldıraçlarından biri olacağına inandığımız markamızın küresel kampanyasına biz de destek vermekteyiz.

Son dönemde yıldızı parlayan İran'ın, ihracatçılarımıza yeni pazar imkanları sağladığına dikkat çekmek isterim. Batı dünyasının varılan anlaşmayla ambargoları kaldırması, kadim ilişkilerimiz bulunan komşumuzla yeni bir başlangıç yapma olanağı bulacağız. İhracatçılarımızın buralardaki fırsatları yakından takip etmesini tavsiye ediyoruz.

4 BİRLİK'TEN
2'nci URGE projesinin startı verildi

6 BİRLİK'TEN
İran pazarı gıdacıların hedefinde

8 BAKANLIK ZİYARETLERİ
İhracatçılardan Ankara'ya ikinci çıkarma

12 TÜRKİYE MARKASI
Türkiye Potansiyelini Keşfet lansmanı

14 İHRACAT
İhracat değerde azalsa da miktarda arttı

18 KAPAK
Tasarım ve katma değer ile tekstil güçleniyor

26 İHRACAT PAZARLARI
Tekstilde istikrar rotası: Avrupa Birliği

30 İL
Adana, Türk sanayisine enerji veriyor

36 MAKALE
İhracatta aranan çıkış kapısı: Afrika kıtası

38 GÖSTERGELER









SAHİBİ
AKDENİZ İHRACATÇI BİRLİKLERİ ADINA
M. BÜLENT AYMEN

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

SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ
İSMAİL ÇETİN

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

YAPIM
KÜÇÜK MUCİZELER YAYINCILIK VE İLETİŞİM HİZMETLERİ LTD. ŞTİ.

YAYIN DİREKTÖRÜ
ERKAN ERSÖZ
erkanersoz@kucukmucizeler.com

EDİTÖR
KADİR CANSİ
kadir@kucukmucizeler.com

GRAFİK TASARIM
ELİF GÜLAYDIN
elifgulaydin@kucukmucizeler.com

FOTOĞRAF
FATİH YALÇIN

KATKIDA BULUNANLAR
ECE ÖNGEÇ, SAMİ SÜYGÜN
MEHMET ÖZÇELİK

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

DAĞITIM
KRY NET

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

İLETİŞİM
KAPTANPAŞA MAHALLESİ DARÜLACEZE 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 BİRLİKLERİ'Nİ BAĞLAMAZ.

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



VEFAT

TÜRKİYE'NİN 1000 BÜYÜK SANAYİ KURULUŞU
ARASINDA YER ALAN KIVANÇ TEKSTİL'İN KURUCUSU

HACI MUSTAFA KIVANÇ

HAKK'IN RAHMETİNE KAVUŞMUŞTUR.

AKİB AİLESİ VE İHRACATÇILAR OLARAK
MERHUMA RAHMET VE AİLESİNE
BAŞSAĞLIĞI DİLERİZ.

AKİB

2'nci URGE projesinin startı verildi

'Hububat Sektörünün Uluslararası Rekabet Gücünün Arttırılması ve İhracatın Desteklenmesi' projesinin, İhtiyaç Analizi Toplantısı yapıldı. Toplantıda AKİB Genel Sek. Yrd. Ümit Sarı açılış konuşması yaptı.



Akdeniz Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği'nce başvurusu yapılan ve Ekonomi Bakanlığı tarafından kabul edilen 'Hububat Sektörünün Uluslararası Rekabet Gücünün Arttırılması ve İhracatın Desteklenmesi' projesinin, İhtiyaç Analizi Tanışma Toplantısı 15 firmanın katılımıyla Mersin AKİB binasında yapıldı. 24 firmanın katılımıyla gerçekleştirilecek olan URGE projesi tanışma toplantısına katılan firma temsilcileri, AKİB Genel Sekreter Yardımcısı Ümit Sarı'nın açılış konuşmasının ardından Ur-Ge Proje Uzmanı Cemile Asker tarafından yapılan sunum ve Zobu Danışmanlık uzmanları Mustafa Hakan Zobu ve Fevzi Doğu tarafından yapılan bilgilendirme sunumları ile İhtiyaç Analizi süreci hakkında bilgi sahibi oldular. Toplantının önemli bir kısmı firmaların sorularının cevaplandırılması ve URGE projesindeki iyi örneklerin paylaşılması açısından oldukça verimli geçtiği kanısı tüm paydaşlar tarafından dile getirildi. Sektör sorunları ile beraber özellikle farklı sektörlerden temsilcilerinin verdiği örnekler ve uygulama pratiklerinin sıklıkla dile getirildiği toplantıda, süreç firmalardan alınacak randevular ile beraber firmaların yerinde ziyaretlerin düzenlenmesi ile devam edecek. İhtiyaç Analizi sürecinin URGE projesi kapsamında düzenlenen hem ilk hem de en önemli faaliyet olması gereğince sürecin ihtiyaç analizi raporunun tamamlanması ile sürecek. Buna göre, iki aylık sürecin sonunda tüm paydaşların üzerinde mutabık kaldığı İhtiyaç Analizi Sonuç Raporu yine firmaların katılımı ile düzenlenecek bir toplantıda sunulacak.

Moritanya'da üst düzey pazar araştırması

Yeni iş ve yatırım imkânlarının oluşturulması ve Türkiye'nin pazar payının artırılması amacıyla Ali Can Yamanyılmaz başkanlığındaki TİM heyeti, Moritanya'ya gitti.



MORİTANYA EKONOMİK VERİLERİ (2014)

İhracat	İthalat	İhracatta lider Çin	İthalatta lider ABD
2.1 Milyar Dolar	3.6 Milyar Dolar	700 Milyon Dolar	864 Milyon Dolar

Ali Can Yamanyılmaz başkanlığında 8-10 Aralık 2015 tarihleri arasında Moritanya'ya yönelik yeni iş ve yatırım imkânlarının oluşturulması ve pazar payımızın artırılması ve amacıyla iş insanları heyeti gerçekleştirildi. Akdeniz Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği Başkanı Ali Can Yamanyılmaz'ın başkanlığında gerçekleştirilen TİM heyetine; hububat (buğday, pirinç, bulgur), su ürünleri, unlu mamuller (makarna, bisküvi, gofret), makina aksam ve parçaları (ağır iş makine ve cihazlarının aksam, parça ve aksesuarları), plastik borular (plastik hortum ve borular), elektrik-elektronik (elektrik konvertisörleri, elektrikli cihazlar), demir çelik (demir veya çelik çubuklar, demiryolu hattı malzemesi, inşaat ve inşaat aksamı), inşaat malzemeleri (prefabrik yapılar, kiremit, tuğla), halı, kimya (temizlik maddeleri) sektörlerinde faaliyet gösteren 36 firma temsilcileri katıldı. 10 Aralık 2015 Salı günü Moritanya Başbakanı Yahya Veled Hademin, Moritanya Tarım Bakanı Naha Mint Hamdi, Moritanya Ekonomi Bakanı Sid Ahmed Ould Raiss ile birlikte Ali Can Yamanyılmaz başkanlığındaki heyeti makamında misafir etti.

Dubai'de Türk kimyası tanıtılacak

Duphat 21. Dubai Uluslararası İlaç ve Teknolojileri Fuarı' 15-17 Mart 2016 tarihleri arasında Dubai'de düzenlenecek. Fuar için Türkiye milli katılım organizasyonu, bu yıl da Akdeniz Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği gerçekleştirecek.



Duphat 2016 Fuarı'na Akdeniz Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği organizasyonu altında katılacak firmalar için; Yer kirası, özel stant konstrüksiyonu, genel tanıtım giderleri, stand genel ve günlük temizlik hizmeti, firma kayıt bedeli, web'e ve kataloğa giriş bedeli, fuar alanında verilecek diğer hizmetleri (internet bağlantısı, ikram (çay-kahve-kurabiye) hizmetleri, katılımcı broşürü, stand genel ve günlük temizlik hizmeti v.b.) içeren katılım bedeli 460 dolar/metrekaredir. Nakliye hizmeti (Ürünlerin tek yön nakliyesi) dahil katılım bedeli ise 500 dolar/metrekaredir. Ekonomi Bakanlığı'nın 2009/5 sayılı Yurtdışı Fuar Katılımlarının Desteklenmesine ilişkin Tebliğ'i uyarınca ödenen katılım bedeli ve bir firmaya ait iki katılımcının ulaşım bedeli giderlerinin yarısı geri alınacak., azami destek tutarı da 15 bin doları geçmeyecek. İlgili fuara katılmak isteyen firmaların, Online Başvuru Formu'nu doldurarak, katılım payı yarı bedelinin belirtilen banka hesabına yatırıldığına dair ödeme dekontunu en geç 15 Ocak 2016 günü mesai bitimine kadar Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği'ne (Fax: 0324 325 41 42; E-posta: aybukedokudur@akib.org.tr) göndermeleri gerekiyor.

Türk kimyacılar Rosupack yolunda

Akdeniz Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği liderliğinde Türkiye, milli katılımı ile Rosupack 2016 Ambalaj Endüstrisi, Paketleme ve Paketleme Makineleri Fuarı'nda yer alacak. Başvuru için son gün 15 Şubat Pazartesi'dir.

Akdeniz Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği, 14-17 Haziran 2016 tarihleri arasında Moskova'da düzenlenecek olan Rosupack 2016 Ambalaj Endüstrisi, Paketleme ve Paketleme Makineleri Fuarı'nın Türkiye milli katılım organizasyonunu gerçekleştirecek. Rosupack 2016 Fuarı'na AKMİB organizasyonu altında katılacak firmalar için; yer kirası, özel stand konstrüksiyonu, genel tanıtım giderleri, stand genel ve günlük temizlik hizmeti, firma kayıt bedeli, web'e ve kataloğa giriş bedeli, fuar alanında verilecek diğer hizmetleri (internet bağlantısı, ikram (çay-kahve-kurabiye) hizmetleri, katılımcı broşürü, stand genel ve günlük temizlik hizmeti ve benzeri) içeren katılım bedeli 386 Euro /metrekaredir. Nakliye hizmeti (Ürünlerin tek yön nakliyesi) dâhil katılım bedeli ise 419 Euro /metrekaredir. Ekonomi Bakanlığı'nın 2009/5 sayılı Yurt Dışı Fuar Katılımlarının Desteklenmesine ilişkin Tebliğ'i uyarınca ödenen katılım bedeli ve bir firmaya ait iki katılımcının ulaşım bedeli giderlerinin yarısı geri alınacak olup (yüzde 50 devlet desteği), azami destek tutarı 15 bin doları geçmeyecek. İlgili fuara katılmak isteyen firmaların, www.akib.org.tr'de yer alan Online Başvuru Formu'nu doldurarak, katılım payı yarı bedelinin belirtilen banka hesabına yatırıldığına dair ödeme dekontunu en geç 15 Şubat 2016 günü mesai bitimine kadar AKİB Genel Sekreterliği'ne (Fax: 0324 325 41 42; E-posta: aybukedokudur@akib.org.tr; sultanbayrak@akib.org.tr) göndermeleri önemle rica olunur.





Meyve, sebze rotayı Almanya'ya kırdı

Almanya, Berlin'de yapılacak Uluslararası Meyve, Sebze Ticaret Fuarı Fruit Logistica 2016'ya 13'üncü kez milli düzeyde katılım Akdeniz İhracatçı Birlikleri tarafından gerçekleştirilecek.

Avrupa'nın en büyük yaş meyve sebze fuarı olan Fruit Logistica fuarında 2015 yılında 83 ülkeden 2 bin 785 firma yer almıştı. 112 bin metrekare alana kurulu ve sadece ticari ziyaretçilere açık olan fuarı 130 ülkeden 65 bin civarında ziyaretçi gezmişti. Fruit Logistica Fuarı'nda sergilenen ürünler: Yaş meyve sebze, kuru meyveler, organik ürünler, dondurulmuş meyve-sebze, kabuklu meyveler, baharatlar, taze kesilmiş-hazır taze ürünler, çiçekler, tohum ve fidanlar, bitkiler, paketleme-etiketleme makineleri, paketleme malzemeleri, kalite kontrol sistemleri, soğutma-ürün izleme sistemleri, meyve sebze işleme- yıkama sistemleri.

Söz Konusu fuar '2009/5 sayılı Tebliğ' kapsamında katılımcılar metrekare üzerinden ödenecek katılım bedelinin yüzde 50'si toplam destek tutarı 15 bin doları aşmamak üzere destekliyor. Yurtdışı fuar organizasyonlarında, katılımcıların stantlarında görevlendireceği 50 metrekarelik alana kadar, en fazla iki temsilcinin, 50 metrekare üzerinde ise en fazla üç temsilcinin ekonomi sınıfı gidiş-dönüş ulaşım masraflarının ve katılım bedeli esas alınarak hesaplanan destek tutarını aşmamak kaydıyla katılımcı tarafından organizatöre ödenen fatura tutarının yüzde 50'si destek kapsamında katılımcıya ödeniyor. Katılım payı ücretine dahil olan hizmetler: Stant alanının kiralanması, stant inşaat ve dekorasyonu, ürünlerin karayolu nakliyesi, gümrükleme ve sigortası, taze ve dondurulmuş ürün ve gıda haricindeki sergi ürünleri ile katalog ve benzeri tanıtım malzemelerinin tek yön gidiş kara nakliyesi, İnternet bağlantısı, katılımcı firmaların yer aldığı broşür yapılması ve fuar alanında dağıtılması, stant genel ve günlük temizlik hizmeti, reklam, tanıtım hizmetleri, dergi ilanları, fuar basılı ve online kataloğunda yer alma, metrekare baz alınarak ücretsiz fuar giriş kartı, İkram hizmetleri.

İran pazarı gıdacıların hedefinde

Akdeniz İhracatçı Birlikleri organizasyonu ile Türkiye, 23. İran-Tahran Uluslararası Gıda, İçecek ve İkramcılık Ticari Fuarı'na milli katılım sağlayacak. Başvuru için son gün 30 Ocak Cumartesi'dir.

Akdeniz İhracatçı Birlikleri, 29 Mayıs ila 01 Haziran 2016 tarihleri arasında İran, Tahran'da düzenlenecek olan 23. İran-Tahran Uluslararası Gıda, İçecek ve İkramcılık Ticari Fuarı Türkiye milli katılım organizasyonunu gerçekleştirecek. İran Food and Hospitality 2016 Fuarı'na AKİB organizasyonu altında katılacak firmalar için; yer kirası, özel stant konstrüksiyonu, genel tanıtım giderleri, stant genel ve günlük temizlik hizmeti, firma kayıt bedeli, web'e ve kataloğa giriş bedeli, fuar alanında verilecek diğer hizmetleri (internet bağlantısı, ikram (çay-kahve-kurabiye) hizmetleri, katılımcı broşürü, stant genel ve günlük temizlik hizmeti ve benzeri) içeren katılım bedeli 676 Euro/metrekaredir. Nakliye hizmeti (ürünlerin tek yön nakliyesi) dahil katılım bedeli ise 716 Euro/metrekaredir.

Ekonomi Bakanlığı'nın 2009/5 sayılı Yurt Dışı Fuar Katılımlarının Desteklenmesine ilişkin Tebliğ'i uyarınca ödenen katılım bedeli ve bir firmaya ait iki katılımcının ulaşım bedeli giderlerinin yarısı geri alınacak olup (yüzde 50 devlet desteği), azami destek tutarı 15 bin doları geçmeyecek. İlgili fuara katılmak isteyen firmaların, www.akib.org.tr'de yer alan Online Başvuru Formu'nu doldurarak, katılım payı yarı bedelinin belirtilen banka hesabına yatırıldığına dair ödeme dekontunu en geç 30 Ocak 2016 günü mesai bitimine kadar AKİB Genel Sekreterliği'ne (Fax: 0324 325 41 42; E-posta: aybukedokudur@akib.org.tr; sultanbayrak@akib.org.tr) göndermeleri önemle rica olunur.





AKİB heyeti, Lütfi Elvan'ı ziyaret etti

AKİB Yönetim Kurulu başkanları, Başbakan Yardımcısı olarak yeni hükümet kabinesinde göreve başlayan Lütfi Elvan'ı makamında ziyaret ederek, yeni görevinde başarılar diledi.

AKİB Yönetim Kurulu başkanları, Başbakan Yardımcısı olarak yeni hükümet kabinesinde göreve başlayan Lütfi Elvan'ı makamında ziyaret ederek, yeni görevinde başarılar diledi. 7 Ocak 2016 tarihinde gerçekleştirilen ziyarette, AKİB'i Koordinatör Başkanı Bülent Aymen, Koordinatör Başkan Yardımcıları olarak Akdeniz Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Mahmut Arslan ve ASHİB Başkanı Ali Can Yamanyılmaz, ATHİB Başkanı Zeki Kıvanç, AKMİB Başkanı Uğur Ateş, AHKİB Başkanı Hayri Uğur ve AKİB Genel Sekreteri İsmail Çetin temsil etti.







Bakan Elvan: "AKİB ihracatının çok daha iyi noktalara geleceğini düşünüyorum."

"Ricamız; sorunların çözüm süreçlerinde yanımızda olmanız"

Lütfi Elvan'ın, Başbakan Yardımcılığı görevinde de çok başarılı olacağına dair inançlarını dile getiren AKİB başkanları, "Akdeniz İhracatçı Birlikleri olarak her zaman yanınızda olup, çalışmalarınıza destek vermeye hazırız" diye konuştu. Elvan'a AKİB ihracatı ile ilgili bilgiler aktaran AKİB başkanları, sektör sorunları, sektörün beklentileri ve 2016 yılı yol haritası ile ilgili olarak Elvan ile fikir alış verişinde bulunarak, "Sizden ricamız; bölgemizi sık sık ziyaret ederek, sorunlarımızı yakından takip etmeniz, sorunların çözüm süreçlerinde yanımızda olmanız" şeklinde konuştu. Başbakan Yardımcısı Elvan ise, ziyaretten uyduğu memnuniyeti dile getirerek; "Milletvekili bulunduğum bölge ihracatçılarının temsilcilerini ağırlamaktan büyük mutluluk duyuyorum. AKİB'in ülkemiz ihracatında çok önemli bir yere sahip olduğunu ve yapılan çalışmalarla AKİB ihracatının çok daha iyi noktalara geleceğini düşünüyorum" dedi.

İHRACATÇILARDAN ANKARA'YA İKİNCİ ÇIKARMA

Ali Can Yamanyılmaz, TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi başkanlığındaki TİM heyeti ile beraber 64. Hükümet bakanlarını ziyaret etti. Görüşmelerde siyasi istikrar ile beraber ekonomik istikrarında 2016 yılında sağlanacağına vurgu yapıldı.





TİM Sektörler Konseyi üyesi ve AKİB Koordinatör Başkan Yardımcısı Ali Can Yamanyılmaz'ın içinde yer aldığı, TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi başkanlığındaki TİM heyeti 16 Aralık 2015 Çarşamba günü 64. Hükümet bakanlarına hayırlı olsun ziyaretlerinde bulundu. Gümrük ve Ticaret Bakanı Bülent Tüfenkci ile başlayan ziyaretler, Başbakan Yardımcısı Numan Kurtulmuş, Gençlik ve Spor Bakanı Akif Çağatay Kılıç, Kalkınma Bakanı Cevdet Yılmaz, Kültür ve Turizm Bakanı Mahir Ünal, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Süleyman Soylu ile devam etti. TİM heyetinde TİM Başkan vekilleri Tahsin Öztiryaki ve Süleyman Kocasert, TİM Yönetim Kurulu üyeleri Mustafa Satıcı, Ömer Burhanoğlu, TİM Sektörler Konseyi üyeleri Ali Can Yamanyılmaz, Başaran Bayrak, Ayhan Güner, İsmail Gülle, Mustafa Şenocak, Latif Aral Aliş de yer aldı. AKİB koordinatörü Bülent Aymen ve yönetim kurulu üyeleri önceki ay da Ekonomi Bakanı Mustafa ELitaş ve Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanı Faruk Çelik'i ziyaret etmişti.

REFORM SÜRECİNİN EN ÖNEMLİ AYAĞI: EKONOMİ

Reform sürecinin üç temel ayağının olduğuna işaret eden Başbakan Yardımcısı Numan Kurtulmuş, bunlardan birinin ekonomik reformların gerçekleştirilmesi olduğunu anlattı Kurtulmuş, Türkiye'nin mali disiplinden vazgeçmeyeceğini, makro istikrarın bozulmasına fırsat vermeyeceğini belirterek, bunun tek başına yeterli olmadığını bilerek aynı zamanda ekonomik potansiyelini artıracak adımları atacaklarını bildirdi. Numan Kurtulmuş, bu paketin temel özelliğinin daha çok üreten, istihdam yaratan ve ihracat yapan bir Türkiye olduğunu vurgulayarak, ekonomik reformlarda ana unsurlardan birinin Türkiye'nin uluslararası piyasalarda mal ve hizmetlerini rekabet edilebilir hale getirmek olduğunu belirtti. Kurtulmuş, Türkiye'nin yüksek teknoloji ürünlerini üreten, satan ve rekabet edebilir bir ülke olacağını dile getirdi. Ekonomik reformların ikinci kısmının ise orta direğin güçlendirilmesini kapsadığını bildiren Kurtulmuş, esnafın, KOBİ'lerin, sanayicilerin, tarım sektörünün, ailelerin ve gençlerin güçlü şekilde ekonomik süreçlere katılımını sağlayacak reform tedbirlerini aldıklarını söyledi. Alt gelir gruplarının alım

Kalkınma Bakanı Cevdet Yılmaz: "Belirsizliklerin azaldığı, reformların hızlandığı bir ortamda 2016 çok daha iyi bir yıl olacak."





Gümrük ve Ticaret Bakanı Bülent Tüfenkci, TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi başkanlığındaki TİM heyetini makamında kabul etti.



Bakan Kurtulmuş: "Henüz süper lige çıkmadık, playoff'tayız. Playoff'tan Türkiye'nin süper lige çıkması lazım. Dünyanın 10 büyük ekonomisinden birisi olması şarttır."



gücünün belli bir seviyeye ulaştırılması için sosyal politika tedbirlerinin kuvvetlendirilmesi gerektiğine değinen Kurtulmuş, "Sadece bir takım sosyal yardımlar değil, bunların sistematik sosyal politika tedbiri haline dönüştürülmesi reform paketimiz ana eksenidir" dedi. Kurtulmuş, Türkiye'nin son üç yılda ekonomik olarak büyük başarılar kazandığını, ancak bunun yeterli olmadığını bildirdi. Kurtulmuş, "Henüz süper lige çıkmadık, playoff'tayız. Playoff'tan Türkiye'nin süper lige çıkması lazım. Dünyanın 10 büyük ekonomisinden, istikrarlı büyümeyi sürdüren ekonomilerden birisi ve bunu yaparken de siyasi istikrarı da kuvvetli olan bir ülke olması şarttır" ifadesini kullandı.

SİYASİ BELİRSİZLİK YOK

64. Hükümette yeniden Gençlik ve Spor Bakanlığı görevini üstlenen Bakan Akif Çağatay Kılıç, reformların hızlanmasıyla 2016 çok daha iyi bir yıl olacağını ve Türkiye ekonomisi için olumlu perspektife sahip olduklarını belirterek, siyasi belirsizliklerin kalktığı, istikrarın pekiştiği bir döneme girildiğini söyledi. Kalkınma Bakanı Cevdet Yılmaz ise, seçimlerle ortaya çıkan tablonun Türkiye için önem taşıdığını ifade ederek "Siyasi istikrar ve reformların bir araya gelmesiyle yatırımların ve büyümenin önü açılmış oluyor" dedi. Türkiye'nin 2015 yılının üçüncü çeyreğine ilişkin açıklanan büyüme verilerine değinen Yılmaz; "Üçüncü çeyrek büyümesi beklentilerin oldukça üzerinde bir performans gösterdi, üstelik seçimlerden önceki konjonktürde; dolayısıyla önümüzdeki dönem büyüme açısından da daha olumlu bir perspektife sahibiz. Belirsizliklerin azaldığı, reformların hızlandığı bir ortamda 2016 çok daha iyi bir yıl olacak. Önümüzdeki dönem de rekabetçi bir yapı içinde bir taraftan yüksek teknolojiye doğru dönüşen bir ekonomiyi, diğer taraftan da istihdam üreten sektörlerimizin korunduğu ve geliştirildiği bir ekonomik yapıyı oluşturmalıyız. İkisini aynı anda başarmamız gerekiyor. Bundan sonraki dönemde de büyüme odaklı politikalarımızı devam ettireceğiz" ifadelerinde bulundu.



BAŞKANLAR KURULU, EKONOMİ BAKANI'NI AĞIRLADI

TİM Genişletilmiş Başkanlar Kurulu Aralık Toplantısı'nın konuğu Ekonomi Bakanı Mustafa Elitaş olurken, AKİB üyesi birlik başkanları Bülent Aymen, Ali Kavak, Ali Can Yamanyılmaz, Ali Uğur Ateş, Hayri Uğur ve Zeki Kıvanç kendi sektörleri ile ilgili gelişmeleri Bakan Elitaş'a aktardı.

TİM Genişletilmiş Başkanlar Kurulu Aralık Toplantısı'nın konuğu Ekonomi Bakanı Mustafa Elitaş oldu. Ekonomi Bakanı Mustafa Elitaş, TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, 26 sektör temsilcileri, dört bölgesel birlik başkanları ve yönetim kurulu üyelerinin katılımıyla toplantı 18 Aralık 2015 Cuma günü Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleşti. Toplantıda AKİB Koordinatör Başkanı Bülent Aymen, Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Başkanı Ali Kavak, Akdeniz Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği Başkanı Ali Can Yamanyılmaz, Akdeniz Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Ali Uğur Ateş, Akdeniz Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Başkanı Hayri Uğur ve Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği Başkanı Zeki Kıvanç da yer aldı.

RUSYA'NIN EN BÜYÜK YAŞ MEYVE-SEBZE TEDARİKÇİ BİZİZ

Toplantının açılışında bir konuşma yapan Ekonomi Bakanı Mustafa Elitaş, "Bizler ticaret erbabıyız. Ticarette küsme olmaz, darılma olmaz. Ticaret kendi kuralları içinde devam eder" dedi ve Rusya ile ilişkiler konusunda şöyle konuştu: "Bugün Rusya'nın yaş meyve-sebze tedarikinde en büyük tedarikçi biziz. Rusya bizim yaş meyve-sebze ihracatımızda çok önemli bir alıcı değil. Ama Rusya'nın en önemli tedarikçilerinden birisi biziz. Şu anda Rusya Federasyonu'nun yetkilileri, Türk ihracatçısına ceza vermek için yaptıkları eylemlerle aslında kendi vatandaşlarını cezalandırdıklarının farkında değiller. Özellikle buradan Rus yetkililere diyorum ki; ticari kuralların dışına çıkarak, büyük devlet davranışının dışına çıkarak, Türk ihracatçısını, Türk yaş meyve-sebze ihracatçısını cezalandırmak isterken, Rusya halkını cezalandırdıklarının farkında olmaları gereğinin altını çiziyorum."

FED'İN KARARLARININ BELİRSİZLİĞİ GİDERMESİ BEKLENİYOR

Bakan Elitaş, ABD Merkez Bankası Fed'in faiz kararı konusunda da şu değerlendirmede bulundu: "İki gün önce Fed iki yıldır sürüncemede olan kararını açıkladı; iki yıldır belirli periyodlar halinde sürekli Fed'in ne yapacağı konusunda spekülasyon yapılıyor ve tüm dünya piyasalarını olumsuz etkiliyor. Ama Fed'in açıklamasıyla birlikte, piyasaların önceden olumsuz şekilde algıladığı, olumsuz şekilde satın aldığı sonucu nihayet belli bir noktaya getirdi. Ve döviz fiyatlarında kırılgan dalga boyunu biraz daha aşağıya düşürdü. Ümit ediyorum ki 2016 yılında döviz fiyatlarındaki dalga boyu biraz daha azalıp, net bir şekilde önümüzü görecek boyuta geldiğimizde, gelecek ile ilgili kanaatlerimiz ayağı yere basar ve endişeye mahal bırakmayacak şekilde iyi bir noktaya gidecek."

Mustafa Elitaş, ihracat verilerine ilişkin de şunları söyledi: "2015 yılı bizim ihracatımızda rakam olarak bir düşüklüğü beraberinde getiriyor. Ekim ayı itibariyle ihracatımızda yüzde 8.2 civarında bir düşme var. TİM kayıtlarına göre her halde kasım-aralık itibarıyla de yüzde 11 civarında parasal değer olarak azalma var. Toplam olarak Euro/dolar paritesinden kaynaklanan 11 milyar dolarlık ihracatımızda azalma söz konusu, 11.7 milyar dolar ithalatımızda bir azalma söz konusu. Yani bu seneki hedefimiz, 143 milyar dolarlık kısmı yakalayacağız diye tahmin ediyorum. Bugün aldığımız verilere göre, 2015 yılı hedefine yakalayabilmemiz için 5 milyar dolarlık ihracat daha gerçekleştirmemiz gerekiyor."

2016 İHRACAT HEDEFİ: 150 MİLYAR DOLAR

Konuşmaların ardından Ekonomi Bakanı Mustafa Elitaş, gazetecilerin sorularını ya-

nıtladı. Bir gazetecinin Gümrük ve Ticaret Bakanı Bülent Tüfenkçi'nin 2016 yılında 200 milyar dolar ihracat beklediğine dair açıklamalarının sorulması üzerine şunları kaydetti: "Henüz bakanımızla bu konuyu görüşmedik. Orta Vadeli Plan'da bizim ihracat hedefimiz 2016 yılında 150 milyar dolar seviyesinde. Gönül ister ki daha fazla rakamları ortaya çıkarabilmek. 2002 yılında 32 bin olan ihracatçı sayımız, 2015 yılında 72 bine çıkmış. Gönül ister ki 2016 yılında 80 bin ihracatçımızla, dünyanın her tarafını gezerek 200 milyar dolar ihracatı yakalayabilmek. Ama orta vadeli planımızdaki rakam 150 milyar dolar."

Bakan Mustafa Elitaş, İsrail konusunda da şu açıklamaları yaptı: "Basından takip ettiğimiz kadarıyla, İsrail ile bir ilişkinin var olduğu ifade ediliyor. Ama bizim burada şartımız belli. Sayın Cumhurbaşkanımızın ifade ettiği şart yerine geldiği takdirde İsrail'le olan ilişkilerimizi eski haline döndürmek için gayret gösteririz. Şartlar; birincisi özür meselesiydi, ikincisi tazminat meselesiydi, üçüncüsü ise Gazze'ye konulan ablukanın kaldırılması meselesiydi. Özür meselesi gerçekleşti, tazminat konusu da kısmen halledildi. Eğer İsrail, Cumhurbaşkanımızın söylediği üçüncü şıkkı da yerine getiriyorsa ilişkilerimizin eski haline dönmesinde herhangi bir sakıncanın, sıkıntının olmadığını söylüyorum."



Toplantıda söz alan AYMSİB Başkanı Ali Kavak, ASHİB Başkanı Ali Can Yamanyılmaz, AHKİB Başkanı Hayri Uğur ve ATHİB Başkanı Zeki Kıvanç kendi sektörleri ile ilgili son gelişmeleri ve beklentilerini Ekonomi Bakanı Mustafa Elitaş'a iletti.

TÜRKİYE YÜKSEK BİR POTANSİYELE SAHİP

TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, 2015 yılının hem küresel ekonomide meydana gelen gelişmeler, hem de komşu ülkelerde yaşananlar nedeniyle zorlu geçtiğini, ancak yine de ihracatta birçok ülkede yaşanan düşüşlere göre Türkiye'nin kaybının daha sınırlı kaldığını hatırlattı. Türkiye'nin dünya ithalatından aldığı payı binde 9.4 seviyesine çıkartarak bugüne kadarki en yüksek değere ulaşıldığını kaydeden Büyükekşi, "Bizler, Türkiye'nin yüksek bir potansiyele sahip olduğunu biliyoruz. Bu potansiyeli hayata geçirebilmek, Türkiye ekonomisini çok daha dayanıklı hale getirmek, çok daha hızlı büyütebilmek için de önemli adımlara ihtiyaç duyduğumuza inanıyoruz" diye konuştu. Taleplerini Başbakan'a ilettiklerini ve 2016 Hükümet Eylem Planını olumlu bulduklarını kaydeden Büyükekşi, "Son olarak kasım ayında asgari ücret konusu için yaptığımız çalışmayı, '100 Gün Programı İçin İhracatçıların Beklentileri' ve 'İhracatçıların 100 Gün Dışındaki Orta Vadeli Beklentileri'ni 51 özet madde halinde raporladık. Eylem Planı'nda taleplerimize cevap veren birçok maddenin bulunmasından dolayı da ayrıca mutluluk duyduk. Ayrıca, söz konusu planda yer alan reform ve icraatların uzun vadede oldukça müspet etkiler meydana getireceğini düşünüyoruz. Daha önce de belirttiğimiz gibi biz bu reform sürecinin en büyük destekçisi ve takipçisi olmayı sürdüreceğiz" diye konuştu.

YÜKSEK TEKNOLOJİYE DESTEK ÇOK ÖNEMLİ

Ekonominin merkezinde kaliteli eğitim olan, uygun yatırım ortamı sunan, Ar-Ge ve inovasyona dayalı ve güçlü teşvik mekanizmalarıyla bezenmiş yeni bir büyüme modeline ihtiyaç duyulduğunu ifade eden Büyükekşi, sözlerini şöyle tamamladı: "Bu model ile yüksek katma değerli üretim gerçekleştirebileceğimize ve ihracatın önünde engelleri ortadan kaldırabileceğimize inanıyoruz. Bu amaçla ihracatçılarımız ilk etapta yatırım ortamının iyileştirilmesini ve yeterli finansman ortamını sağlanmasını talep ediyorlar. Düşük bedelli arsa kullanımı, sektörel kümelenmelerin teşviki gibi uygulamaların ihracatçılarımızın önünü açacağını düşünüyoruz Ayrıca, organize sanayi bölgelerinde teknoloji geliştirme bölümlerinin ve teknoparkların kurulması da bizler için büyük önem arz ediyor. Diğer taraftan, yatırımlarımızın artırılması için yatırımcının finansmana ulaşımının güvenilir ve hızlı olması önem arz ediyor. Orta ve yüksek teknolojiye dayalı uzun vadeli sanayi yatırımlarına, birçok Batı ülkesi örneğinde olduğu gibi düşük maliyetli finansman desteğinin çok önemli olduğuna inanıyoruz."









POTANSİYELİNİ KEŞFEDEN TÜRKİYE MARKASINI GÜÇLENDİRİYOR

Türkiye'nin yeni markası 'Turkey Discover the Potential'ın tanıtım atağına Türkiye'de ve dünyada start verildi. Başbakan Ahmet Davutoğlu'nun katıldığı logonun lansmanında AKİB adına Adnan Ersoy Ulubaş'ın yanı sıra çalışmaya destek veren kurum ve kuruluşların temsilcileri hazır bulundu.

Türkiye'nin yeni markası Turkey Discover the Potential ile ülke potansiyelinin keşfedilmesi amacıyla yurtta ve dünyada TİM, tanıtım atağı başlattı. TİM öncülüğünde Ekonomi Bakanlığı himayesi ve Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın katkıları ile gerçekleşen Türkiye'nin yeni markası Turkey Discover the Potential yani Türkiye'nin Gücünü Keşfet tanıtım lansmanı Başbakan Ahmet Davutoğlu'nun katılımıyla 25 Aralık 2015 tarihinde Çırağan Sarayı'nda gerçekleşti. Lansmana Akdeniz Demir Ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği Başkanı Adnan Ersoy Ulubaş da katıldı. Hem yurt içinde hem de yurt dışında başlatılan tanıtım atağıyla Türkiye artık dünyaya daha güçlü seslenecek. Etkinliğe çalışmaya destek veren kurum ve kuruluşların temsilcileri ile iş, siyaset ve spor dünyasından çok sayıda ünlü ismi katıldı. Türkiye Markası lansmanı ile Türkiye'nin kanaat liderlerinden başlanarak ülke insanına tanıtımı amaçlanırken, bazı şirketler de Türkiye'nin yeni markasıyla kendi ürün ve markalarını birleştiren reklam kampanyaları ile tanıtıma destek olacaklar. Kampanyaya TRT, Doğuş, Doğan, Turkuaz, Ciner, Türk Medya, Yeni Şafak, Fox, Cumhuriyet Medya Grupları ve Türk Hava Yolları ile İstanbul Büyükşehir Belediyesi de destek verecek. Yurt dışı kampanyalarında ise 2016 yılından itibaren Türkiye'nin hikâyesini anlatan içerikler oluşturulacak, inovatif, yeni nesil, interaktif bir iletişim politikası izlenecek.

BU MARKA TÜRKİYE'NİN TANITILMASINA DEĞER KATACAK

Başbakan Ahmet Davutoğlu, 'Türkiye Markası' lansmanında Turkey Discover the Potential'ın Türkiye'yi tanıtan bütün kurumları dağınıklıktan kurtaracağını belirtti. Türkiye'nin küresel ekonomimin merkezinde olacağını söyleyen Ahmet Davutoğlu, "Türkiye, gücünün, imkânlarının, coğrafyasının, kültürel değerlerinin, ekonomik dinamizminin ve milletinin gücünün farkında. Bu marka da Türkiye'nin dünyaya tanıtılmasına değer katacak. Türkiye'nin hikâyesi milyonlarca kişiyle buluşturulacak, dünyaya anlatılacak ve birlikte daha nice hikâyeler yazacağız" diye konuştu.



TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi ve Akdeniz Demir Ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği Başkanı Adnan Ersoy Ulubaş, Başbakan Ahmet Davutoğlu ve Bakanları kapıda karşıladı. Karşılamanın ardından Türkiye Markası logosunun yanında fotoğraf çekildi

Ferdi hayatta olduğu gibi ülkelerin hayatında da öz güvenin her şeyden daha önemli olduğunu söyleyen Davutoğlu, "Öz güven bana göre kendi gücünü, kendi imkânlarını, kendi sınırlarını keşfetmektir ve en büyük ihtiyacımız, en büyük güç kaynağımız öz güvenimizdir. Öz güvenini kaybeden ülkelerin atılım yapma gücü kalmaz" dedi. Ahmet Davutoğlu, Türkiye gibi bir ülkeyi tanıtmanın kolay ve böyle bir ülke adına konuşmanın gurur verici olduğunu ifade ederek, "Bizim kültürümüze değmemiş medeniyet yoktur. İlk tarım toplumundan İskender dönemine, Roma dönemine, Selçuklu'ya, Osmanlı'ya, İslam medeniyetine, Orta Asya'dan gelen Horasan kültürüyle meczetmiş bütün kültürel harmanlanmaya biz sahibiz. Açın Mesnevi'yi, her yerden bir iz bulursunuz. Bu büyük kültürel birikimle biz her bir medeniyete değerek, insanlığı temsil ediyoruz. İnsanlığı bütünüyle temsil eden çok az coğrafya vardır ve insanlık kültürünü bu anlamda en güçlü şekilde temsil eden temerküz ettiği coğrafyada bizim ülkemizdir" ifadelerini kullandı.

BİZ HEM DOĞUYUZ HEM BATIYIZ

Türkiye'nin yeni markasıyla hikâyesini dünyaya anlatacağını söyleyen TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi ise, "Turkey Discover the Potential bir marka değildir. Marka olan Türkiye'nin kendisidir" dedi. Önlerine büyük hedefler koyduklarını, 2023 yılında dünyanın en büyük 10 ekonomisinden biri olmayı amaçladıklarını aktaran Büyükekşi, Türkiye'nin muazzam bir medeniyetler zincirinin mirasçısı olduğunu hatırlatarak, "Şimdi vakit bu gururu, bu medeniyet ufkunu, bu ilahi ahengi ve harmoniyi, tüm dünyaya anlatmanın vakti. Türkiye'nin yeni markasını milletimize sunmanın gururunu yaşıyoruz. Bugün, 300 yıldır sürdürdüğümüz, 'Biz Batı mıyız yoksa Doğu muyuz?' tartışmasını, 'Biz hem Doğuyuz hem Batıyız' diyerek noktalamanın günü" dedi. Mehmet Büyükekşi, şöyle devam etti: "Turkey Discover the Potential'la tüm dünyaya bir teklif yapıyoruz. Bu teklif, sıradan bir reklam sloganı veya tanımlayıcı bir işaretten ibaret değildir. Bu teklif Doğu-Batı şeklinde ikiye bölünen insan medeniyetine insan ruhuna ve insan zihnine yapılan büyük bir birleşme çağrısıdır. Rabbin yarattığı insan ırkını coğrafyanın, dilin ve siyasetin ayraçları ile bölmek vakti dolmuştur. Yeni markamızın işaret diliyle, dünyaya şunu söylüyoruz: 'Biz, üzerinde yaşadığımız coğrafya ve taşıdığımız mirasla, Doğu'nun ve Batı'nın bir senteziyiz."



Turkey
Discover
the potential

➜ İlk kez Türkiye'nin endüstriyel potansiyeline odaklanılan bir tanıtım kampanyası hazırlandı.

➜ Hem reklam hem de medyada haber hazırlanması şeklinde kurgulanan kampanya bu açıdan 'melez bir kampanya' olarak tanımlanıyor.

➜ Türkiye'nin yeni markası Türkiye'nin gücünü keşfet yani Turkey Discover the Potential kampanyası, TİM öncülüğünde Ekonomi Bakanlığı himayesi ve Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın katkıları ile gerçekleşiyor.

➜ Ulusal ve uluslararası bacağı olan kampanyanın uluslararası bütçesi Ekonomi Bakanlığınca, yurtiçi bütçesi ise TİM tarafından karşılanıyor.

➜ 1 Aralık'tan itibaren İngilizce, Almanca, Faransızca, İtalyanca ve Arapça hazırlanan reklam filmleri çeşitli ülkelerde yayınlanmaya başlandı.

İHRACAT DEĞERDE AZALSA DA MİKTARDA ARTTI

İhracat 2015 yılını 2014'e göre değer bazında yüzde 8.7 kayıpla 143 milyar 730 milyon dolar ile kapattı. Türkiye'nin mal ihracatı 2015 yılında değer bazında düşse de miktar bazında yüzde 1.5 arttı. Aralık ayı ihracatı da 11 milyar 535 milyon dolar oldu.



TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, TİM tarafından kayda alınan aralık ayı ve son 12 aylık ihracat verilerini 4 Ocak 2015 Pazartesi günü basın toplantısıyla Ekonomi Bakanlığı'nda kamuoyuyla paylaştı. '2015 Genel İhracat Rakamları Basın Açıklaması'na Ekonomi Bakanı Mustafa Elitaş da katıldı. TİM verilerine göre aralık ayında ihracat önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 12 düşüşle 11 milyar 535 milyon dolar olarak gerçekleşti. Aralık ayında en fazla ihracata imza atan sektörler ise sırasıyla bir milyar 850 milyon dolarla otomotiv, bir milyar 393 milyon dolarla hazır giyim ve konfeksiyon ile bir milyar 270 milyon dolarla kimyevi maddeler oldu. İhracat 2015 yılını 2014'e göre değer bazında yüzde 8.7 kayıpla 143 milyar 730 milyon dolar ile kapattı. TİM Başkanı Büyükekşi, küresel anlamda 2015'in zor bir yıl olduğun ve dünya ticaretinin daraldığını hatırlatarak, "Tüm bu olumsuzluklara rağmen Dünya ithalatından aldığımız payı binde 9 seviyesine taşıyarak yeni bir rekor kırdık" diye konuştu.

İSVİÇRE'YE DEĞER BAZINDA DA İHRACAT ARTTI

2015 yılında Türkiye'den 239 ülke ve gümrük bölgesine ihracat gerçekleştirildiğini belirten Ekonomi Bakanı Mustafa Elitaş, Geçen yıl en çok ihracat gerçekleştirdiğimiz ülkenin Almanya olduğunu dile getirdi. Elitaş, "Geçen yıl en çok ihracat gerçekleştirdiğimiz on ülkeye baktığımızda 13.4 milyar dolarla Almanya ilk sırada yer alıyor. Bu ülkeyi sırayla 10.6 milyar dolarla İngiltere 8.5 miyar dolarla Irak 6.9 milyar ile İtalya ve 6.4 milyar dolarla da ABD'nin takip ettiğini görüyoruz. Bu yıl ihracatımızda artış yaşadığımız 74 ülke arasından değer bazında en fazla ihracatımızı arttırdığımız ülke 2.5 milyar dolar ile İsviçre olurken bu ülkeyi 663 milyon dolar ile İngiltere ve 425 milyon dolar ile Suudi Arabistan takip etmiştir." diye konuştu. Bu yıl özellikle petrol ve emtia fiyatlarında yaşanan gerileme parite ve fiyat etkisiyle jeopolitik gelişmeler sonucunda tutar bazında ihracatımızda en fazla düşüş yaşadığımız ülkeler sırasıyla Irak, Rusya, Almanya, Azerbaycan ve Libya olduğunu belirten Elitaş, Almanya başta olmak üzere AB ülkelerine ihracatımızın düşmesinin temel sebebi Euro-Dolar paritesindeki gerileme olduğunu kaydetti.

"PARİTE SÖZ KONUSU OLMAZSA…"

2015 yılı itibariyle ticaretimizi etkileyen unsurların başında Euro-dolar paritesindeki düşüş olduğunu ifade eden Elitaş, şöyle devam etti: "2015 yılında 2014 yılına göre Euro-dolar paritesinde ortalama yüzde 19.7'lik bir düşüş yaşanmıştır. 2014 yılında Euro ile yaptığımız ihracatın dolar karşılığı 64.3 milyar dolar iken 2015 yılında bu rakam 58.7 milyar dolara gerilemiştir. Halbuki 2014 yılında Euro ile yaptığımız ihracatın 48.3 milyar iken bu sene yüzde 9.7 artışla 53 milyara yükselmiştir. Fakat nihai rakamlarımız dolar üzerinden açıkladığımız için parite etkisi yüzünden ihracatımızı olduğundan düşük gözükmüştür. Bu düşüşle birlikte ihracatta parite kaynaklı 12.9 milyar dolar gerileme kaydedildi. Eğer parite kaynaklı bir azalma

söz konusu olmasaydı bu yıl geçen yılki ihracatın parasal değerine yaklaşmış olacaktık."

DEVLER GİBİ ESER BIRAKMAK İÇİN KARINCA GİBİ ÇALIŞMALI

İhracat verilerini Ekonomi Bakanı Mustafa Elitaş ile birlikte değerlendiren TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, öncelikle 2016 yılının Türkiye'ye sağlık, mutluluk, birlik ve beraberlik getirmesini diledi. Konfüçyüs'ün "Eğer ağaca tırmanmak istiyorsanız, yıldızlara ulaşmaya niyet edin ki başarasınız" sözlerini hatırlatan Büyükekşi, TİM olarak kendilerinin de koydukları hedeflere ulaşabilmek için çalıştıklarının altını çizdi. "Daha fazla ihracat, daha fazla büyüme, daha fazla refah artışı istiyoruz. Devler gibi eserler bırakmak için, karıncalar gibi çalışmak lazım. Biz devletimize, ülkemize, sanayicimize, ihracatçımıza güveniyoruz" diyen Büyükekşi, hedefe ulaşmadaki inancını ortaya koydu. Yapısal sorunlarını çözemeyen milletlerin düşüşe geçtiğine işaret eden Büyükekşi, "Hedefimiz, ihracat kompozisyonumuzu orta-ileri ve ileri teknoloji içeren bir yapıya kavuşturmak. İhracatçılar olarak bizler, ülkemizin kaliteli, ileri teknolojiye dayalı, yenilikçi ve markalı bir yapıya kavuşması için tüm gücümüzle çalışıyoruz" diye konuştu.

DÜNYA TİCARETİNDEN ALINAN PAYDA REKOR YILI

Küresel ekonomi ile ilgili de değerlendirmelerde bulunan Büyükekşi, 2014 yılında dünya ticaret hacminin 18.8 trilyon dolar seviyesine yükseldiğini ancak, IMF'nin tahminine göre 2015'in 16,5 trilyon dolara gerilemesinin beklendiğini kaydederek, şöyle devam etti: "2015 bizler için de hayli zor bir yıl olarak geçti. Ancak şunu ifade etmekten son derece memnunum ki; 2015 yılında, dünyada ve özellikle yakın çevremizde yaşanan birçok soruna rağmen ihracatımızın azalmasını başarısızlık olarak değerlendirmemiz mümkün değil. Bütün dünyada, en güçlü ekonomilerde bile 2015'te bizimkinden daha büyük kayıplar yaşandı. 2015 yılı son açıklanan verilere göre Hindistan'ın ihracatı yüzde 16.7, Brezilya'nın yüzde16.4, Almanya'nın yüzde 11.6, ABD'nin yüzde 6.5, Rusya'nın ihracatı ise 32 oranında geriledi."

•SEKTÖRLER•

Aralık ayında en fazla ihracatı, 1.9 milyar dolarla otomotiv sektörü yaptı. Bu sektörü 1.4 milyar dolarla hazır giyim ve konfeksiyon ile 1.3 milyar dolarla kimyevi maddeler sektörleri takip etti. 2015 yılında da otomotiv, hazır giyim ve kimyevi maddelerin aynı sıralamayla en fazla ihracat gerçekleştiren sektörler olduğu dikkati çekiyor. 2015 yılında otomotivde 21.2 milyar dolarlık, hazır giyimde 17 milyar dolarlık, kimyevi maddelerde 15.4 milyar dolarlık ihracat gerçekleşti.

143.7 Milyar Dolar
Türkiye ihracatı 2015 yılını 2014'e göre değer bazında yüzde 8.7 kayıpla 143 milyar 730 milyon dolar ile kapattı.

•ÜLKELER•



En fazla ihracat yapılan ülke 2015 yılında Almanya oldu.

Aralık ayında en fazla ihracat yapılan on ülke sırasıyla Almanya, İngiltere, İtalya, ABD, Fransa, Irak, İspanya, İran, Mısır ve Suudi Arabistan oldu. Almanya'ya ihracat yüzde 0.2, ABD'ye ihracat yüzde 18.9, Fransa'ya ihracat 7.2, Irak'a ihraca yüzde 57.1 ve Fransa'ya ihracat yüzde 29.9 düştü. 2015 yılı genelinde de en fazla ihracatın 13.2 milyar dolarla Almanya, 9.2 milyar dolarla İngiltere ve 8.3 milyar dolarla Irak'a yapıldığı görülüyor.

•KENTLER•

Aralık ayında bir önceki yılın aynı dönemine göre en fazla ihracat yapan on il arasında en fazla ihracat artışını yüzde 20.3 ile Trabzon yakaladı. İstanbul'un ihracatı yüzde 15.4, Kocaeli'nin yüzde 3.7, İzmir'in yüzde 8.5, Ankara'nın yüzde 1.7, Gaziantep'in yüzde 18.6, Manisa'nın yüzde 5.9, Denizli'nin yüzde 4, Hatay'ın ihracatı yüzde 14.5 düştü.

%12
Aralık ayında ihracat yüzde 12 düşüşle 11.5 milyar dolar oldu.

İHRACAT 2015'TE 11 MİLYAR DOLAR OLDU

AKİB 2015 yılı ihracatı yüzde 14.8 oranında düşerek 10 milyar 982 milyon dolara geriledi. Türkiye'nin toplam ihracatının yüzde 8.2'sine karşılık gelen 2015 yılı ihracat rakamı 13 genel sekreterlik arasında AKİB'i beşinci sıraya taşıdı.

Adnan Ersoy Ulubaş



Demir ve Demirdışı Metaller

Sektörel bazda ihracat rakamlarına göre; 2015 yılı ocak - aralık döneminde Akdeniz Demir ve Demirdışı Metaller İhracatçıları Birliği'nden 383 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirildi. Bir önceki yılın eş değer dönemine kıyasla sektör ihracatında yüzde 19 oranında bir düşüş yaşandı. 2015 yılı ocak-aralık dönemi değer bazlı ihracatı ürün gruplarına göre incelendiğinde demir çelik çubuğun yüzde 22 pay ile ilk sırada yer aldığı görülüyor.

Hayri Uğur



Hazır Giyim ve Konfeksiyon

2015 yılı ocak-aralık ayları sektörel bazda ihracat rakamları incelendiğinde 445 milyon dolarlık hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı gerçekleştirildiği görülüyor. Değer bazında ihracat ülkelere göre incelendiğinde; Romanya'nın yüzde 17 pazar payı ile ilk sırada, Almanya'nın yüzde 11 ile ikinci sırada, İspanya'nın ise yine yüzde 11 ile üçüncü sırada yer aldığı görülüyor. 2014 yılı aynı döneme kıyasla, ilk on sırada yer alan ülkelerden Ukrayna, Polonya, Slovakya, Suudi Arabistan ve Suriye'ye yapılan ihracatta artış yaşandı.

Mahmut Arslan



Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri

2015 yılında 1 milyar dolarlık hububat bakliyat yağlı tohumlar ve mamulleri ihracatı gerçekleştirildi. Bir önceki yılın eş değer dönemine kıyasla sektör ihracatı yüzde 20 oranında azaldı Akdeniz Hububat Bakliyat Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği'nin 2015 yılı değer bazındaki ihracatı ürün gruplarına göre incelendiğinde; pastacılık ürünlerinin yüzde 33 ile ilk sırada, bakliyatın yüzde 21 ile ikinci sırada, değirmencilik ürünlerinin yüzde 12 ile üçüncü sırada yer aldığı görülüyor.

Ali Uğur Ateş



Kimyevi Maddeler ve Mamulleri

İhracat rakamlarına bakıldığında 3.7 milyar dolar kimyevi maddeler ve mamulleri ihracatı gerçekleştirildiği görülüyor. Bir önceki yıla kıyasla sektör ihracatı yüzde 18 oranında bir azaldı. AKMİB'in 2015 yılı değer bazında ihracatı ürün gruplarına göre incelendiğinde; mineral yakıtlar, mineral yağlar ve ürünlerinin yüzde 78 pay ile ilk sırada, plastik ve mamullerin yüzde 8 ile ikinci sırada, anorganik kimyasalların ise yüzde6 ile üçüncü sırada yer aldığı görülüyor. Ülkelere göre incelendiğinde ise Mısır yüzde 18 pazar payı ile ilk sırada yer alıyor.

2015 yılı ihracat rakamlarının değerlendirmesini yapan AKİB Koordinatör Başkanı M. Bülent Aymen, "2015 yılında, 2014 yılına göre ülke olarak yüzde 8.7 oranında daha az ihracat yaptık. İhracatımız 157 milyar 452 milyon dolardan, 143milyar 729 milyon dolara geriledi. Tarım ihracatı yüzde 7.5 gerileme ile 20 milyar 798 milyon dolar, sanayi ürünleri ihracatı yüzde12.1 gerileme ile 108 milyar 965 milyon dolar, madencilik ürünleri ihracatı ise yüzde 16 gerileme ile 3 milyar 900 milyon dolar oldu" diye konuştu. AKİB rakamlarını da değerlendiren Bülent Aymen, "Koordinatör Başkanı olduğum Akdeniz İhracatçı Birlikleri'nin 2015 yılı rakamlarına baktığımızsa ise 12 milyar 884 milyon dolardan 10 milyar 982 milyon dolara gerilediği, yani 2014 yılına oranla yüzde 14.8 oranında bir düşüş olduğu görülüyor. Türkiye'nin toplam ihracatının yüzde 8.2'sine karşılık gelen 2015 yılı ihracat rakamı ile AKİB, 13 genel sekreterlik arasında beşinci sırada yerini almıştır" dedi. Aymen, AKİB'ten en fazla ihracat yapılan ilk beş sektörün sırası ile kimyevi maddeler ve mamulleri, hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri, yaş meyve sebze, çelik ile tekstil ve hammaddeleri sektörleri olduğu bilgisini verdi. Türkiye geneli ihracatı AKİB'in sorumluluk sahasında bulunan iller açısından da değerlendiren Aymen, 2015 yılında en fazla ihracat yapan iller sıralamasında Hatay'ın onuncu, Adana'nın 11'inci, Kayseri'nin 12'nci, Mersin'in 14'üncü ve Karaman'ın 29'uncu sırada olduğunu belirtti. Aymen, AKİB'in ihracatını ülkeler bazında da inceleyerek, 2015 yılında en fazla ihracat gerçekleştirilen ilk beş ülkenin; Irak, Mısır, Birleşik Arap Emirlikleri, Suudi Arabistan ve Suriye olduğunu açıkladı.

Bülent Aymen



Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri

2015 yılı ocak-aralık sektörel bazda AKİB ihracat rakamları incelendiğinde ise; 538 milyon 987 bin dolar mobilya, kağıt ve orman ürünleri ihracatı gerçekleştirildiği görülüyor. Bir önceki yıla kıyasla herhangi bir değişim yaşanmamış. Türkiye geneli ve AKİB olarak sektörün 2015 yılı ihracat rakamlarına göre değer bazında en önemli pazar yine Irak oldu. Irak'a gerçekleşen AKİB ihracatı yüzde 3.93 oranında arttı. AKİB bünyesinde ihracatı düşmeyen tek ihracatçı birliği mobilya, kağıt ve orman ürünleri oldu.

Ali Can Yamanyılmaz



Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller

2015 yılı sektörel bazda ihracat su ürünleri ve hayvansal mamullerinde 259 milyon 510 bin dolar oldu. 2014 yılına kıyasla sektör ihracatında yüzde 25 oranında bir düşüş yaşandı. ASHİB'in 2015 yılı ihracatı değer bazında illere göre incelendiğinde Adana'nın yüzde 35'lik pay ile ilk sırada, yüzde 18 ile Mersin'in ikinci sırada, Konya'nın ise yüzde 15 ile üçüncü sırada yer aldığı görülüyor. Aralık ayı ihracatı değer bazında ülkelere göre incelendiğinde Irak yüzde 45 pay ile ilk sırada yer alıyor.

Zeki Kıvanç



Tekstil ve Hammaddeleri

Sektör genelinde yaşanan gelişmelere paralel olarak ATHİB sektör ihracatı aralık ayında yüzde 7 oranında gerileyerek 70.5 milyon dolar olarak gerçekleşirken, miktar bakımından ise bir önceki yıla göre yaklaşık yüzde 5 oranında artış sağlandığı görüldü. 2015 yılı genelinde ise ATHİB ihracatı bir önceki yıla göre değer bakımından yüzde 9 oranında gerileyerek yaklaşık 875 milyon dolar olarak gerçekleşirken, miktar bakımından ise yüzde 9 oranında artış sağlandı.

Ali Kavak



Yaş Meyve Sebze

Ocak-aralık 2015 döneminde yaş meyve ve sebze ihracatı değerde yüzde 13 oranında düşüş yaşayarak, 990 milyon dolak olarak gerçekleşti. Tüm ihracatçı birlikleri arasında Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçılar Birliği yüzde 47 pay ile Türkiye ihracatına katkı sağladı. Türkiye geneli alt ürün grupları bazında incelendiğinde narenciye ihracatı miktarda yüzde 3, değerde ise yüzde 10 düşüş yaşayarak 841.8 milyon dolar oldu. En çok ihracat yapılan ülkeler Rusya, Irak, Almanya, Ukrayna ve Romanya oldu.

TASARIM VE KATMA DEĞER İLE TEKSTİL GÜÇLENİYOR

Küresel çapta yaşanan olumsuzluklara rağmen tekstil ihracatçıları, 'inovasyon, tasarım ve katma değer' ile çıkış arıyor. Tekstil ve Hammaddeleri 2015 yılında 7.9 milyar dolar olarak gerçekleştirirken, yıl boyunca gerçekleştirdiği tasarım yarışmaları ile ihracata değer katıyor.

PAZAR ÇEŞİTLİLİĞİ KAZANDIRIYOR

ATHİB 2015 yılında 875 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirirken, çevre ülkelerde yaşanan çalkantıların ve Euro/dolar paritesindeki gerilemenin 2015 ihracatını etkilediği görüldü.

Türkiye'de sanayi ve kalkınma hamlelerinin temelini tekstil sektörü oluşturuyor. Ülkede en fazla katma değer yaratan sektörlerden olan tekstil ve konfeksiyon sektörü, gücünü sahip olduğu bu sağlam temellerden alıyor. Ancak sektörün ilerleyebilmesi için artık bir sonraki aşamaya geçme isteği hem sanayici hem de ihracatçıların gündeminde. Küresel markalar yaratmak, sektörde trendi belirleyen olmak için her alanda farklı, yaratıcı ve yenilikçi olmak gerekiyor. Türkiye tekstil sektörünün gücü geçmişten gelen gücü ile bu adımları atmaya yeterli. İhracat ise büyümenin, istihdamın ve refahın en önemli itici gücü konumunda yer alıyor. Türkiye tekstil ve hazır giyim sektörü yarattığı istihdam ve sağladığı döviz girdisiyle Türkiye ekonomisine önemli katkılar sağlıyor.

AVRUPA BİRLİĞİ'NİN İKİNCİ TEDARİKÇİSİ: TÜRKİYE

Dünya Tekstil Hazır Giyim Anlaşması'nın 2005 yılında yürürlüğe girmesi ertesinde yaşanan yoğun rekabet ortamında yüksek kalitedeki ürünleri entegre üretim yapısının sağladığı avantajla oldukça kısa sürelerde servis ederek, önemli bir rekabet avantajı elde eden Türkiye tekstil hazır giyim sektörü, dünya ihracatındaki payını da artırmayı başarıyor. Dünyanın en önemli ve büyük pazarlarından biri olan Avrupa Birliği pazarının Çin'den sonra en büyük ikinci tedarikçisi Türkiye'dir. Türkiye tekstil hazır giyim sektörünün bu pazarda elde ettiği başarının temelinde nitelikli ve kaliteli ürünlerini rakiplerine göre çok daha kısa sürede ve sürdürülebilir şekilde temin edebilmesinin büyük bir payı bulunuyor. 15 Eylül 2011 tarihinde yürürlüğe giren ve belirli tekstil hazır giyim ürünlerine yönelik olarak uygulamaya konan ek vergi kararıyla sektördeki kumaş ve hazır giyim üreticilerinin Uzakdoğu kökenli haksız ithalata karşı korunmasıyla yatırım, üretim, istihdam ve dış ticaret istatistiklerinde oldukça olumlu gelişmelerin elde edildiği görülüyor. Uygulamayı takip eden dört yıllık dönemin sonunda sektörler yaklaşık olarak 20 milyar liradan fazla yatırım teşvik belgesi aldı, dış ticaret fazlası yüzde 65'in üzerinde artarak 2014 yılı için 16.5 milyar dolara ulaştı. Artan yatırım ve ihracata paralel olarak sektörde 180 bin yeni istihdam yaratılırken, bu sayede prim ve gelir vergisi olarak SGK ve Maliye'ye 2 milyar liranın üzerinde ödeme yapıldı ve hazine fazladan 2.2 milyar dolarlık ek gümrük vergi geliri elde etti.

TASARIMDA ATHİB FARKI

Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (ATHİB), ihracatçı firmalar öncelikli olmak üzere bölgede tekstil sektöründe yer alan tüm firmaların tasarım kültürünü benimseyerek, dünya rekabet ortamındaki değişim hareketinde yer almalarını sağlamak istiyor. Bu kapsamda bölgede faaliyet gösteren firmaların tasarım yönlerinin güçlendirilmesi ve yarattıkları katma değeri arttırmaları amacıyla, öğrencilerin ve sektörde profesyonel olarak çalışan herkesin sahip oldukları kabiliyet ve yaratıcılıklarını sektöre kazandırmak için her yıl dokuma kumaş tasarım yarışması düzenliyor. Daha önceki yarışmalarda dereceye giren üç genç bu alandaki yeteneklerini geliştirmeleri için Ekonomi Bakanlığı'nın desteği ile iki yıllığına yurtdışında eğitimine gönderildi.



Yine geçtiğimizi yıl gerçekleştirilen Dördüncü Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması sonucunda dereceye giren bir öğrenci iki yıl süreyle yurtdışında eğitim hakkı kazandı. Ayrıca finale kalan tüm yarışmacılar şubat ayında gerçekleştirilecek olan Paris Premiere Vision fuarını ziyaret edecek.

Tekstil ve hammaddeleri sektör ihracatı bir önceki yıla göre yüzde 10'luk kayıpla 7.9 milyar dolar olarak gerçekleşti. Genel ihracattaki düşüşe etki eden temel faktörler şöyle sıralanabilir: Euro/dolar paritesindeki gerileme, Emtia fiyatlarındaki gerileme, gelişmekte olan ülkelerde büyümenin yavaşlaması, komşu ve çevre ülkelerde yaşanan ekonomik ve siyasi çalkantılar. Türkiye'nin 2023 yılında 500 milyar dolar ihracat gerçekleştirme hedefi kapsamında sektörlere önemli bir görev düştüğünü, özellikle yüksek katma değerli, markalı ürün üretimine ve yerli girdi oranının artırılmasına yönelik olarak önemli yatırımlar yapıldığını belirten Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (ATHİB)Başkanı Zeki Kıvanç, tekstil sektörünün bugüne kadar gerçekleştirdiği yatırımlar ve üretim kapasitesi ile eşit şartlar altında dünyanın her ülkesi ile rekabet edebilecek bilgi, deneyim ve yetkinliğe sahip olduğuna vurgu yaptı. Zeki Kıvanç, haksız ithalata karşı etkin şekilde korunabilmesi durumunda tekstil ve hazır giyim sektörlerinin 2023 yılı için öngörülen 80 milyar dolarlık ihracat hedefine ulaşabilecek kapasiteye sahip olduğunu dile getirdi. ATHİB Başkanı Zeki Kıvanç, Birlik olarak 2015 yılı genel ihracatında bir önceki yıla göre miktar bakımından yüzde 9 oranında artış, değer bakımından ise yüzde 9 oranında düşüş yaşandığını belirterek, "875 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirildi. Sektör ihracatının ürün gruplarına göre dağılımında dokuma kumaş ürünlerinin yüzde 44'lük pay ile ilk sırada ve örme kumaşların yüzde 24 ile ikinci sırada; ihracatın ülkelere göre dağılımında ise İtalya'nın yüzde 20'lik pazar payı ile ilk sırada ve ABD'nin yüzde 7 ile ikinci sırada yer aldığı görülüyor. Özellikle ABD pazarında dikkat çekici bir büyüme yaşanıyor" dedi.

İRAN VE ABD PAZARI İHRACATI OLUMLU ETKİLEDİ

2015 yılının Avrupa Birliği pazarı açısından olumsuz seyretmediğini dile getiren Zeki Kıvanç, "Her ne kadar parite kaynaklı olarak ihracatımız yüzde 9 oranında gerileme göstermiş olsa da yıllık ortalama parite değişiminin yüzde 16 seviyelerinde olduğu göz önünde bulundurulursa sektör dışındaki olumsuz gelişmelere rağmen Türk tekstil sektörünün bu pazardaki varlığını başarılı şekilde devam ettirdiği görü-



ATHİB Başkanı Zeki Kıvanç: "Gençlerimize seslenmek istiyorum. Yılmadan, bıkmadan, azimle yeniliğin peşinden koşmaya devam edin, asla ama asla pes etmeyin. Başarısız olmadan da başarılı olunamayacağını unutmayın."

lüyor" diye konuştu. AB ülkelerine 2015 yapılan tekstil ve hammaddeleri ihracatının miktar bazında bir önceki yıla göre yüzde 9 arttığını aktaran Kıvanç, aynı dönemde özellikle ABD pazarına gerçekleştirilen ihracatın dikkat çekici şekilde arttığına, küresel konfeksiyon üretiminde giderek ağırlığı artan Bangladeş ve Vietnam pazarlarında da önemli artışlar yaşandığına dikkati çekti. ATHİB Başkanı Zeki Kıvanç, şöyle devam etti: "Türkiye ile İran arasındaki Tercihli Ticaret Anlaşması'nın yürürlüğe girmesiyle, İran sektörümüz açısından özellikle ev tekstili ve dokunmamış kumaş ve eşyalarda önemli bir pazar haline geldi. 2015 yılı içinde de bu ülkeye yönelik olarak önemli ticaret heyeti organizasyonları düzenlendi, 2016 yılında da tüm tekstil ihracatçı birlikleri olarak bu türlü organizasyonlar hedefleniyor."

İTHALATA KARŞI TEDBİR

Sektörümüzün entegre üretim yapısı içerisinde önemli bir yere sahip olan iplik üretimini ek vergi kapsamı dışında olması ve önleme tabi ürün ithalatında görülen artış elde edilen tüm kazanımları tehdit eder hale geldiğine dikkati çeken Zeki Kıvanç, "Pamuk ipliği üretimine yönelik uygulanan korunma önleminin 2013 yılı itibariyle sona ermesiyle, TÜİK istatistiklerine göre pamuklu iplik ithalatı iki yıllık dönemde yüzde 50 artarak 2014 yılında 151 bin tona kadar yükseldi. Bu durum yerli üreticiler için çok olumsuz etkiler yarattı" dedi. Kıvanç, şöyle devam etti: "Diğer yandan suni-sentetik iplik üreticilerinin maruz kaldığı haksız ithalat baskısının azaltılması amacıyla belirli bazı ülkelere yönelik olarak uygulamaya konulan anti-damping önlemleri maalesef üreticiler için arzu edilen faydayı sağlamadı. Damping önlemlerinin kimi ülkelere düşük yüzdelerle uygulanması veya ithalatın önlemleri etkisiz kılacak şekilde farklı ülkeler üzerinden gerçekleştirilmesi nedeniyle, sektörü koruması beklenen önlemler, en ufak bir gerileme göstermedi ve hatta ithalat artmaya devam etti. Türkiye'nin iplik üretim kapasitesinin korunmasına yönelik olarak önlem alınmaması sadece iplik üretimini değil, üretim değer zinciri içindeki kumaş ve hazır giyim gibi diğer tüm üst segmentlerin de olumsuz etkilemesi bekleniyor."

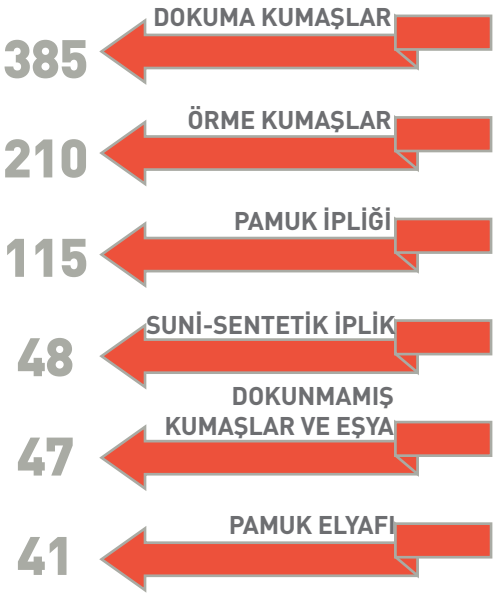
TEKSTİL İHRACATININ GELİŞMESİ İÇİN…

Zeki Kıvanç, tekstil ve hammadde üretiminin ve ihracatının gelişmesi için yapılması gerekenler ile ilgili olarak, "Tekstil ve hazır giyim ürünleri için 2011 Temmuz ayından itibaren uygulanan ek vergilerin, yatırım, istihdam ve dış ticaret dengesine çok olumlu katkıları göz önüne alınarak kapsamı genişletilmeli. Ek vergi kapsamında tüm ülke grupları için tek bir oran uygulanmalı, özellikle ithalatın belirgin bir şekilde arttığı az gelişmiş ülkeler için yetersiz kalan oranlar en az 'diğer ülkeler' oranlarına kadar yükseltilmeli. İthalat artışı tespit edilen ve ülkemizde yeterli üretimi bulunan tüm tekstil ve hazır giyim ürünleri için ek vergi uygulaması; Türkiye'de üretilen pamuk, yün ve suni sentetik iplik üretimini de içerecek şekilde genişletilmeli. Ek vergi minimum tutarları da artırılmalı. Ticaret politikası önlemlerine tabi tekstil ve hazır giyim ürünlerinin ithalatında serbest dolaşıma giriş aşamasında ATR veya EURO-1 belgelerine ek olarak Orijinal Menşe Belgesi aranmalı" dedi.

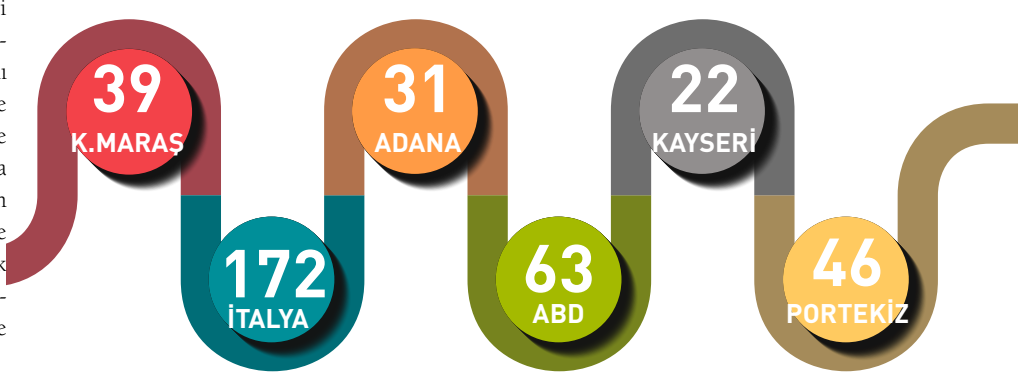
TASARIMCILAR, PREMIERE VISION'A GİDİYOR

Tekstil sektöründe dünya genelinde modayı belirleyen ülke olabilmek için katma değeri yüksek ürün üretimine olan ihtiyacın gün geçtikçe arttığına dikkati çeken Zeki Kıvanç, "ATHİB, ihracatçı firmalar öncelikli olmak üzere bölgede tekstil sektöründe yer alan tüm firmaların tasarım kültürünü benimseyerek, dünya rekabet ortamındaki değişim hareketinde yer almalarını sağlamak istiyor. Birliğimiz de bu kapsamda ihraç ürünlerinin katma değeri yüksek ürünler olması gerektiği bilinci ile farklı projelere imza atıyor. Geçtiğimiz kasım ayında da bölge için oldukça önemli iki etkinlik olan ATHİB Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması ve Adana İnovasyon Haftası etkinlikleri gerçekleştirildi" şeklinde konuştu. ATHİB Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması'nın görkemli bir törene sahne olduğunu aktaran Kıvanç, yarışma sonucunda dereceye giren bir öğrencinin iki yıl süreyle yurtdışı eğitim hakkı kazandığını, finale kalan tüm yarışmacıların şubat ayında gerçekleştirilecek olan Paris Premiere Vision fuarını ziyaret edeceklerini söyledi.

ATHİB 2015 ÜRÜN İHRACATI (MİLYON $)



ATHİB 2015 İLLER VE ÜLKELER İHRACATI (MİLYON $)



athib
AKDENİZ TEKSTİL ve HAMMADDELERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

TASARIM VE İNOVASYON İLE DOLU BİR YIL OLDU



4. ATHİB Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması'nda 'Öğrenci' ve 'Genel' kategorilerinde yarışan tasarımcılara ödülleri verildi.



Türkiye İnovasyon Haftası 2015'te ATHİB Dokuma Kumaş Tasarım Yarışması'nda kazanan tasarımlar sergilendi.



İstanbul Tekstil Araştırma Eğitim ve Danışmanlık için 22 Ekim Perşembe günü start verildi.



Tekstil ürünlerinde gelecek dönem trendlerinin belirlendiği Paris Premiere Vision'a, ATHİB Yönetim Kurulu tarafından, 10-12 Şubat tarihlerinde bir inceleme gezisi gerçekleştirildi.



2015 Eylül ihracat rakamları 1 Ekim 2015 Perşembe günü Adana'da açıklanırken, ATHİB Başkanı Zeki Kıvanç, TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi'ye günün anısına vazo takdim etti.



Türkiye İnovasyon Haftası, Adana 2015, 5 ila 6 Kasım 2015 tarihlerinde düzenlenirken, ATHİB'in ihracat şampiyonları ödüllendirildi. Ödül alanlar firmalar Boyteks, İskur İplik Kumaş, Orta Anadolu Ticaret, Kıvanç Tekstil, Bossa şeklinde sıralanıyor.





Kıvanç Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı
ZEKİ KIVANÇ

DEV MARKALARIN TERCİHİ

KIVANÇ TEKSTİL

Özellikle son yıllarda iplik ve kumaş alanında dünya devi markalara kumaş ihraç eden Kıvanç Tekstil, Türkiye'nin 1000 Büyük Sanayi Kuruluşu arasında yer alıyor. 1993 yılında anonim şirket yapısına dönüştürülerek Adana'da kurulan şirket, ihracata değer katıyor.

Türkiye'nin '1000 Büyük Sanayi Kuruluşu' ve 'En Fazla İhracat Yapan 1000 Firma' arasında yer alan Kıvanç Tekstil, yarım asrı aşkın bir deneyim ve sahip olduğu modern teknoloji ile Türkiye'nin başarılı tekstil işletmelerinden biri olmaya devam ediyor. Temeli, 1950'li yıllarda Mustafa Kıvanç tarafından yastık, yorgan ve yatak üretimiyle atılan Kıvanç Tekstil, Kıvanç ailesi fertlerinin sahibi oldukları şirketlerin birleşmesi sonucu 1993 yılında anonim şirket yapısına dönüştürülerek Adana'da kurulmuş. Sektöre kumaş ticareti ile başlayıp sektörde yaşanması gereken tüm büyüme evrelerini tek tek kat eden şirketin, 2006 yılında yeni makine parkıyla kurulan Boya Terbiye İşletmesi ile entegrasyonunu tamamladığı görülüyor. Böylece Kıvanç Tekstil, elyaftan mamul kumaşa kadar tüm üretim aşamalarını bünyesinde yapabilecek tam entegre bir tesis haline geldi. Şirketin son yıllarda iplik ve kumaş üretiminde dünya devlerine kumaş ihraç eden bir yapıya kavuştuğu dikkati çekiyor. Tekstil alanında birçok firma gibi kapasite artırmaya odaklanan Kıvanç Tekstil, iplik, dokuma, örme ve boya aprede devam eden yatırımlarıyla büyümesini sürdürüyor. Karayolu üzerinde toplam 105 bin metrekare kapalı alana sahip entegre tesislerinde yıllık ortalama 20 milyon metreküp kumaş üretimine sahip bir şirketten bahsettiklerinin altını çizen Kıvanç Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı Zeki Kıvanç, "Gerek bu kumaşların üretiminde kullanılmak, gerekse iplik piyasasından gelen taleplere cevap verebilmek amacıyla yıllık 7 bin ton ring iplik ve 4 bin ton 'open-end' iplik üretebiliyoruz. Ayrıca, çözgü streç, ak streç ve non streç olarak pamuk ve pamuk polyester karışımından kadife üretimi de gerçekleştiriyoruz. Bu alandaki üretimi iç ve dış piyasalara sunuyoruz" dedi.

KATMA DEĞERİ YÜKSEK ÜRÜNLERE ÖNCELİK

Yapılan tüm geliştirme ve büyüme çalışmalarını mevcut kaliteyi korumaya, daha ileriye götürmeye ve müşteri sadakatini sağlamaya yönelttiklerine vurgu yapan Zeki Kıvanç, şirketin orta ve uzun vadedeki amacının; mevcut müşteriler ve hizmet verilmesi planlanan diğer müşteriler içerisinde Kıvanç markasının kaliteli ürün ve etkili hizmeti ile birlikte anılır olmasını sağlamak olduğunu aktardı. Zeki Kıvanç sözlerini şöyle sürdürdü: "Ürün farklılaştırması anlamında firmanın öne çıkan bir diğer özelliği de her dönem giderek artan ölçekte gerçekleştirilen katma değeri yüksek ürünlerin piyasaya arz edilmesi noktasında yürütülen çalışmalardır. Firma, rakiplerinden kalite ve etkili hizmet alanında olduğu gibi katma değeri yüksek ve özel ürünlerle de ayrıştırılabilmeyi amaç ediniyor. Bu amaçla ürün geliştirmeye büyük önem veren Kıvanç Tekstil halihazırda Güney Kore, Kanada, Çek Cumhuriyeti ve Romanya'nın da dahil olduğu iki Euroka projesinde yer alıyor. Projelerden birinde katılımcı diğerinde ise proje lideri olarak çalışmalarını yürüten şirketimiz, Ar-Ge ve ürün geliştirme konusuna büyük önem veriyor ve her yıl bu çalışmalara yüksek bütçeler ayırıyor."



2016 YILINDA DA
İHRACATA ODAKLANACAĞIZ

Tarımsal, endüstriyel ve teknik tekstil ürünleri dahil geniş bir ürün portföyü bulunan Abdioğulları Plastik ve Ambalaj'ın ihracatının yaklaşık yüzde 55'ini Filpa Ambalaj ve Dış Ticaret gerçekleştiriyor. Salih Sütcü, tekstildeki gelişmeleri ve ihracatı değerlendirdi.



FİLPA Genel Müdürü
SALİH SÜTCÜ

Türkiye'nin yanı sıra küresel pazarlarda da söz sahibi olan Abdioğulları Plastik ve Ambalaj kalite anlayışından asla taviz vermeden, hitap ettiği sektörlerin ihtiyaçlarını ve taleplerini yakından takip ediyor. Bu kapsamda geçmişi 50 yıllık tecrübeye dayanan, eğitimli, genç, dinamik çalışan kadrosu, teknolojiyi yakından takip eden, inovasyona ve ARGE çalışmalarına önem veren firma, geniş bir ürün portföyü bulunan tarımsal, endüstriyel ve teknik tekstil ürünlerinin yaklaşık yüzde 55'ini Abdioğulları Plastik ve Ambalaj tarafından kurulan Filpa Ambalaj ve Dış Ticaret ihraç ediyor. Üretimi yapılmakta olan ürünlere duyulması gereken hassasiyetin yaygınlaştırılması amacı ve sürekli gelişim felsefesiyle müşteri memnuniyetini ilke edinmiş çalışanlarına belirli periyodlarla kişisel ve mesleki eğitim verilerek çalışanların bilgi ve farkındalıkları artırılıyor. Abdioğulları Yönetim Kurulu Üyesi ve Filpa Ambalaj Dış Ticaret AŞ Genel Müdürü Salih Sütcü firma ile ilgili olarak,"Firmamız 2014 yılında ISO'nun Türkiye'nin en büyük sanayi kuruluşları listesinin ikinci 500'ünde dokuzuncu, Fortune Türkiye Dergisi 500'de 414'üncü, Ekonomist Dergisi'nin 'Anadolu 500' araştırmasında 148'inci sırada yer aldı. Bunun yanı sıra Abdioğulları Plastik ve Ambalaj tarafından kurulan Filpa Ambalaj ve Dış Ticaret TİM 1000 listesinde 490'uncu sırada yer aldı" açıklamasında bulundu.

AVRUPALI İTHALATTA ARTIK DAHA TEMKİNLİ

Salih Sütcü, yaşanan politik belirsizliklerin, kurlarda genellikle meydana gelen yukarı yönlü hareketlerin, parite değişikliğinin, komşu ülkelerde yaşanan sorunların ve emtia fiyatlarındaki düşüşlerin ihracatı etkilediğini belirterek, "2015 yılı içinde bulunduğumuz sektör ve şirketimiz için çok fazla olumlu geçmedi. Fakat yatırımlarımız devam ediyor" dedi. Teknik tekstil sektörüne yönelik 2016 yılında da yatırımlarına devam etme arzusunda olduklarını aktaran Salih Sütcü, bu doğrultuda ihracata daha fazla odaklanacaklarını vurguladı. Euro kurunun yükselmesi sebebiyle Avrupa'daki müşterilerinin ithalatta daha temkinli davranmaya başladığının altını çizen Sütcü, "Müşteri taleplerinde eksi yönde gelişme meydana geldi. Ayrıca Avrupalı rakiplerimiz daha rekabetçi fiyat verir duruma geldi" diye konuştu. İhracatın artırılması için yeni rotaların önemine değinen Sütcü, "Gelişen ve doymamış bir pazar olması sebebiyle stratejik öneme sahip olan, tarımsal ve endüstriyel ambalajın gelişmekte olduğu Afrika şirketimiz için alternatif özelliği taşıyor. Kısmen Irak ve Rusya ise 2015 yılında politik olaylar sebebiyle kaybetmiş olduğumuz pazarlar olarak öne çıkıyor" Growtech, Agritechnica, Domotex gibi yurtiçi ve yurtdışı fuarlarında bulunduklarını dile getiren Salih Sütcü, "İkili görüşmeler ve ziyaretler mevcut ve yeni pazarlar için şirketimizin gerçekleştirdiği faaliyetlerdir. Ayrıca modernizasyon kapsamında ileri teknolojik Avrupa makineleri ile üretimimizi de sürdürüyoruz" şeklinde konuştu.



2016 İHRACATIMIZ 2015'TEN DÜŞÜK OLMAYACAK

2015 yılında ihracat pazarlarındaki sıkıntıdan sonra ihracatın 2016 yılında, 2015 yılının gerisinde kalmayacağını aktaran Veli Ulusoy, asgari ücret artışının üretici üzerindeki etkisinin de yıl içinde görüleceğini belirtti. Veli Ulusoy tekstildeki gelişmeleri değerlendirdi.



Ulusoy Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı
VELİ ULUSOY

Üretim ve ihracat yapan işletmeler için 2015 yılını değerlendiren Ulusoy Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı Veli Ulusoy, "Zaman zaman tamamen kapanan açıldığı zaman yarıya düşen, ödeme güçlüğü yaşayan Irak pazarı, tamamen kapanan Suriye pazarı ve Ortadoğu karayolu, büyük oranda kapanan belirsizliklerin olduğu Rusya pazarı, alım ve ödeme gücü düşen Ukrayna pazarı ihracatı etkiledi. Ayrıca Yüzde 20'ye varan oranlarda düşen Euro/dolar paritesi ham maddesini dolar ile alan, ürününü Euro ile satan üreticiler için gelir ve müşteri kaybına sebep oldu" dedi. Ulusoy, ayrıca yılın tamamına yakınının seçim ortamında geçirildiğine dikkati çekerek, "Bu nedenler ile yapılacak olan bazı yatırımlar ertelendi. Pazarlardaki bu olumsuzluklara ilaveten asgari ücretin üzerine yüzde 22 civarında artış gelecek. Bu artışın kesin hesabı devletin ücret hesaplamalarını belirlemesi ile netleşecek. Bu artışın yükü ne olur basitçe hesaplamak gerekiyor" Asgari ücret ile ilgili hesaplama yapan Veli Ulusoy, "2015 yılı asgari ücret maliyeti kişi başına aylık bin 496 lira, 12 aylık 17 bin 952 lira maliyeti vardı. 2016 yılında ise kişi başı maliyet aylık bin 835 lira, 12 aylık asgari ücret maliyet ise 22 bin 020 lira olacak. Bunun bin çalışanı olan bir işletmeye yıllık getirdiği ilave yük yılda 4 milyon 068 bin lira olacak. Asgari ücretin üzerinde ücret ödeyen işletmeler artı maliyetin ne kadar olacağını kendilerinin belirleyecekleri ücrete göre hesaplayacak" dedi. Türkiye'nin ekonomik şartlarında yeni belirlenen asgari net ücretin fazla olduğunu belirten Ulusoy, "Ancak 2003-2008 arasındaki dolar/lira paritesinin düşmesiyle asgari ücret dolar bazında 4.5 katına kadar çıkmış olup özellikle tekstil sanayinin ağırlıklı olduğu illerde üretimini durdurmuştu ve bu işletmeler sebebiyle büyük sıkıntılar yaşanmıştı" şeklinde konuştu.

ARGE DESTEĞİ ÇOK FAYDALI

Veli Ulusoy, düşük teknolojiden ileri teknoloji üretime geçişin önemine vurgu yaparak, "Bu saydığımız ve içinde bulunduğumuz şartların bize açıkça gösterdiği, düşük teknoloji ile üretilen malların pazarlarında belirsizliğin çok fazla olduğudur. Düşük teknoloji üretimindeki bir diğer risk ise yatırımın ucuz, taklit edilmesinin kolay ve kısa zamanda yapılabilmesidir. Üretim sanayimizin devamlılığını sağlamamız ve katma değerli üretim yapabilmemiz için, yüksek teknoloji gerektiren üretimlere geçmemiz gerekiyor. Bu konuda geçtiğimiz yıllarda değişik illerde Türkiye İhracatçılar Meclisi öncülüğünde ihracatçı birliklerinin katkıları ile düzenlenen Türkiye inovasyon haftalarında biz sanayicilere inovasyon ile işimizi nasıl geliştirebileceğimiz ve verimliliğimizi nasıl arttırabileceğimiz anlatılıyor" değerlendirmesinde bulundu. ARGE ve URGE çalışmaları için devletin verdiği teşviklerin yararlarının olduğunu söyleyen Ulusoy, ihracatçıların kendilerini geliştirmeleri için bu faaliyetleri artırarak devam etmesi gerekliliğine vurgu yaptı.

‘BETTER COTTON’ İLE TÜRK PAMUĞU DAHA SÜRDÜRÜLEBİLİR



İyi Pamuk Uygulamaları Derneği, Türkiye genelindeki pamuk üretimini daha iyi yönde dönüştürüyor. Dernek bu amaçla, ‘Better Cotton’ lisanslı pamuğu Türkiye’de üretmek üzere BCI ile stratejik ortaklık anlaşması imzaladı.

İyi Pamuk Uygulamaları Derneği (IPUD), Türkiye de pamuk üretimini, pamuğu üreten kesimler için, pamuğun yetiştirildiği çevre için ve sektörün geleceği için daha iyi bir hale getirmek amacıyla eylül 2013’te kuruldu. 10 Mart 2014 yılında ilk genel kurulunu gerçekleştiren derneğin yönetim kurulunda İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği, İstanbul Tekstil Hammaddeleri İhracatçıları Birliği, İzmir Ticaret Borsası, Çukobirlik, Sanko Tekstil, Spot Tekstil, Tariş, Tariş Pamuk ve Yağlı Tohumlar, Türkiye Tekstil Sanayi İşverenleri Sendikası, Türkiye Ziraat Odaları Birliği, Tanmanlar Ziraat, Ulusal Pamuk Konseyi gibi pamuk ve tekstil sektörünün farklı paydaşları ve lider kuruluşları yer alıyor.

IPUD FAALİYETLERİ

BCI ile stratejik ortaklık anlaşması kapsamında IPUD, Better Cotton’ın Türkiye’de stratejik olarak gelişiminden ve Better Cotton standardında üretiminin çiftçi ayağında uygulanmasından sorumludur. IPUD, çiftçi ve bu çiftçileri bir arada koordine eden üretici birim seçimi, eğitimi ve kontrolleri kapsamında faaliyetlerini yürütüyor. Bu bağlamda IPUD, yereldeki pamuk üretim yöntem ve sorunlarını bilen, çiftçilerin uygulamalarını yakından takip edebilen kurumlar olan üretici birimler ile işbirliği gerçekleştiriyor. Bu işbirliğinin amacı Better Cotton standart sisteminin gerektirdiği şekilde üretimin gerçekleşebilmesi için çiftçilere gerekli desteğin yerelde verilmesinin sağlanmasıdır. Üretici birimlerinin tüzel yapısı hakkında herhangi bir sınırlama yok. Örneğin sivil toplum kuruluşu, çırçır veya iplik işletmesi, tüccar veya devlet kurumları olabilir. IPUD, Better Cotton üretiminin olduğu illerdeki çiftçi sayısı ile pamuk ekim alanını artırmak ve Türkiye’de pamuk üretimi yapılan diğer illerde de Better Cotton üretimine başlatmayı hedefliyor. Better Cotton üretimine başlamak isteyen üretici grupları için üretici birim başvuruları Ocak 2016’da başladı.

TÜRKİYE’DE BETTER COTTON ÜRETİMİ

2013 sezonunda ilk Türk ‘Better Cotton” pamuğunu hasadının gerçekleştiren IPUD, ilk sezonunda 7 bin 237 hektarda gerçekleştirilen çalışmalar sonucu yaklaşık 14 bin 443 ton lif pamuğa karşılık gelen 34 bin 517 ton kütlü pamuk üretimi gerçekleştirdi. 2015 sezonunda dernek 21 üretici birim altında çalışan 441 çiftçi ile 13 bin 064 hektar alanda gerçekleşen faaliyetler sonucu tahmini 60 bin 706 ton kütlü pamuk üretimi bekliyor. Ortalama çırçır verimleri üzerinden hesaplandığında bu rakam yaklaşık 23 bin 069 ton lif pamuğa karşılık geliyor. 2015 yılında lisanslanan çiftçi ve üretici birimlerimiz İzmir, Aydın, Antalya, Adana, Hatay, Kahramanmaraş, Şanlıurfa, Diyarbakır şehirlerindendir. 2015 yılında IPUD 59 üyeye ulaşmış. IPUD Türkiye’deki pamuk üretimi, ticareti ve tekstil sektöründe söz sahibi herkesi üyeliğine davet ediyor.

BCI FORUMU VE ETKİNLİKLER DEVAM EDİYOR

BCI ve IPUD’un ortaklaşa organize ettiği BCI Bilgilendirme Forumu İstanbul, Kahramanmaraş ve İzmir’de farklı tedarik zinciri aktörlerini temsilen toplamda 164 katılımcı ile gerçekleşti. BCI Tedarik Zinciri Müdürü Kerem Saral, BCI Üyelik ve Tedarik Zinciri Sorumlusu Şeyma Karaçay Lokmacı, IPUD Genel Müdürü Şükran Bayçura katılımcıları BCI’ın ticaret hacmi ve işleyiş kuralları, üyelik süreçleri ve Türkiye BetterCotton üretimi konularında bilgilendirdiler. IPUD, Sürdürülebilir pamuk üretiminde önemli olan sulama, entegre zararlı yönetimi, lif kalitesi ve gübreleme gibi bir çok konuda proje ve ortaklıklarla çiftçi ve işçi eğitimleri organize etti. Önümüzdeki sezonda da daha fazla ortaklık geliştirerek bu eğitimlere devam etmeyi hedefliyor. Derneğin faaliyetlerini takip etmek için **www.iyipamuk.org.tr** adresini ziyaret edebilirsiniz.

TEKSTİLDE İSTİKRAR ROTASI: AVRUPA BİRLİĞİ

Hedef pazar kapsamında; ABD

ABD ile dış ticaretin Türkiye'nin lehine daha fazla artması için Ekonomi Bakanlığı 2015 yılında hedef ülke olarak belirlemişti. Tekstil sektörü de bu gelişmeleri lehine kullanma arzusunda.



ABD'ye 2015 ihracatı: 63 milyon dolar

ABD, Ekonomi Bakanlığı tarafından 2014-2015 döneminde hedef ülkelerinden birisi olarak belirlenmişti. ABD ile Türkiye'nin son yıllardaki ticareti incelendiğinde, Türkiye aleyhine dış ticaret açığı verildiği gözleniyor. Türkiye, ABD pazarında yüzde 0.3 pay ile 41. büyük tedarikçidir (ABD'nin ithalatında Çin yüzde 19'luk payla birinci, Kanada yüzde 14'lük payla ikinci ve Meksika yüzde 12'lik payla üçüncü sırada). Türkiye ABD'nin ihracatında yüzde 0.8'lik payıyla 26'ncı sırada yer alıyor. (Kanada yüzde 19'luk payla birinci, Meksika yüzde 14'lük payla ikinci ve Çin yüzde 8'lik payla üçüncü sırada). Tekstil ürünleri ihraç potansiyeli tablosu incelendiğinde ABD'nin 246 milyon dolarlık pamuklu mensucat ihraç ettiği görülüyor. Türkiye'nin bu rakamdan aldığı pay ise yüzde 9 seviyelerinde görülüyor. Sentetik filament ipliklerinden dokunmuş mensucat ihracatı 960 milyon dolar, Türkiye'nin aldığı pay yüzde 5. Sentetik ve suni devamsız liflerden iplikler ihracatı 105 milyon dolar, Türkiye'nin payı yüzde 51. Yatak çarşafları, masa örtüleri, tuvalet ve mutfak bezleri ihracatı da 5.5 milyar dolar seviyelerinde. Bayanlar için iç giyim ihracatı 398 milyon dolar, Türkiye'nin payı yüzde 3.



İtalya ile Türkiye birbirini tamamlıyor

İtalya'nın önemli tekstildeki firmaları kaliteli ve düşük maliyetle üretim yapan Türk firmaları karşısında rekabet edemez duruma geliyor.

İtalya'ya 2015 ihracatı: 172 milyon dolar

İtalya'da özellikle tekstildeki önemli firmalar kaliteli ve düşük maliyetle üretim yapan Türk firmaları karşısında rekabet edemez duruma geliyor. İtalya; Almanya, Irak ve İngiltere'den sonra Türkiye'nin en çok ihracat gerçekleştirdiği ülke konumunda bulunuyor. Tekstil-konfeksiyon, deri, makine imalat, gıda işleme ve kimya sektörleri İtalyan firmalarının işbirliğine son derece açıktır. Hazır giyim ve tekstil ürünleri ihraç potansiyeli tablosu incelendiğinde İtalya'nın 1.6 milyar dolarlık tişört ihraç ettiği görülüyor. Türkiye'nin bu rakamdan aldığı pay ise yüzde 9 seviyelerinde görülüyor. Ev tekstili ihracatı 500 milyon dolar, Türkiye'nin aldığı pay yüzde 15. Kazan ihracatı 814 milyon dolar, Türkiye'nin payı yüzde 7. Erkek pantolon/şort ihracatı 1.2 milyar dolar, Türkiye'nin aldığı pay yüzde 5. Kadın pantolon/şort ihracatı 1.6 milyar dolar, Türkiye'nin payı yüzde 7.

Tekstilde Türkiye'nin eli İspanya'da kuvvetli

İspanya, tekstilde Türkiye'nin en önemli pazarlarından biri. Tekstil ve hazır giyim ürünleri ihraç potansiyeli incelendiğinde Türk ihracatçılarının elinin bu ülkede kuvvetli olduğu görülüyor.



İspanya'ya 2015 ihracatı: 42 milyon dolar

Hizmet sektörü temelli modern bir ekonomiye sahip İspanya ekonomisi GSYİH'ye göre dünyanın 14'üncü Avrupa Birliği'nin beşinci büyük ekonomisidir. Genç ve iyi eğitimli nüfusla fiyatlarda rekabetçi ve yenilikçi uluslararası bir merkezdir. İspanya mal ticareti bakımından dünyada ihracatçı olarak 17'nci ve ithalatçı olarak 16'ncı sıradadır. Hizmet ticaretinde ise ihracatçı olarak sekizinci ve ithalatçı olarak 16'ncı sırada yer alıyor. Ülkenin dış ticaret hacmi 670 milyar dolar civarındadır. Türkiye'nin Avrupa Birliği ile 1996 yılı başından itibaren uygulamaya koyduğu Gümrük Birliği'nin beklenilen bir sonucu olarak, İspanya'dan yapılan ithalat ve bu ülkeye yapılan ihracatta sürekli ve düzenli artış görülüyor. Ancak Türkiye ile İspanya arasındaki ticaret son on yılda sadece 2007 yılında ticaret fazlası verdi. Türkiye'nin toplam kayıtlı sermaye ihracatı içinde İspanya, firma sayısı açısından 35'inci, sermaye miktarı açısından 43'üncü sırada yer alıyor. Tekstil ve hazır giyim ürünleri ihraç potansiyeli tablosu incelendiğinde İspanya'nın 470 milyon dolarlık yatak çarşafları, masa örtüleri ihraç ettiği görülüyor. Türkiye'nin bu rakamdan aldığı pay ise yüzde 7 seviyelerinde görülüyor. Kumaş ihracatı 378 milyon dolar, Türkiye'nin aldığı pay yüzde 8.5. Pamuk (dikiş hariç) ipliği ihracatı 120 milyon dolar, Türkiye'nin payı yüzde 20. Kazak, süveter, hırka, yelek vb. eşya (örme) ihracatı da 1.9 milyar dolar, Türkiye'nin aldığı pay 13 seviyelerinde. Tişört, fanila, diğer iç giyim eşyası (örme) ihracatı 1.9 milyar dolar, Türkiye'nin payı yüzde 13.



Almanya 2016'da da ihracat şampiyonu

Türkiye'nin Almanya ile olan olumlu ikili ekonomik ve ticari ilişkileri dikkate alındığında tekstilin de içinde yer aldığı sektörlerin olumlu etkileneceği görülüyor.

Almanya'ya 2015 ihracatı: 38 milyon dolar

Türkiye'nin yabancı ülkelerle olan ikili ekonomik ve ticari ilişkileri dikkate alındığında, en yoğun ilişkilerin Almanya ile olduğu gözleniyor. Almanya önceki yıllarda olduğu gibi 2015 yılında da, Türkiye'nin ihracatında birinci sırada yer alırken ithalatta da üçüncü sırayı aldı. Bugünkü eğilimlerin devam etmesi halinde, Almanya'daki Türk girişimcilerinin sayısının 2016 içinde 160 bine ulaşacağı, Türk işletmelerinde yaklaşık 720 bin kişiye iş imkanı sağlanacağı, yatırım hacminin 15 milyar Euro'ya ulaşacağı ve bu firmaların yıllık toplam cirolarının 66 milyar Euro civarında gerçekleşeceği tahmin ediliyor. Tekstil ve hazır giyim ürünleri ihraç potansiyeli tablosu incelendiğinde Almanya'nın 4.5 milyar dolarlık kazak, süveter, hırka, yelek vb. eşya (örme) ihraç ettiği görülüyor. Türkiye'nin bu rakamdan aldığı pay ise yüzde 10 seviyelerinde görülüyor. Yatak çarşafları, masa örtüleri ihracatı 1.7 milyar dolar, Türkiye'nin aldığı pay yüzde 21. Perdeler ve iç storlar, perde ve yatak farbalaları ihracatı 485 milyon dolar, Türkiye'nin payı yüzde 8. Erkek takım elbise, ceket (dokuma) ihracatı da 4.6 milyar dolar, Türkiye'nin aldığı pay 9.5 seviyelerinde. Tişört, fanila, diğer iç giyim eşyası (örme) ihracatı 4.3 milyar dolar, Türkiye'nin payı yüzde 21.

Lojistikte inovasyonu OPTİMUS ile başardı



On yıl gibi kısa bir sürede, toplam yedi ayrı lokasyonda ve 160'ın üzerinde çalışanıyla Türkiye'nin en büyük gümrük müşavirliği firmaları arasına girmeyi başaran ASSET Grup, son dönemde sektörde ön plana çıkan markalardan oluşunu, sektörde fark yaratan yazılım OPTİMUS'a bağlıyor. ASSET Grup'un bir diğer alâmetifarikası ise sektördeki bir başka ilki barındırıyor: Lojiblog.com.

Bu başarı hikâyesi nasıl başladı?

1977 yılında İstanbul'da doğdum. 1995'de, aynı zamanda baba mesleği olan gümrük müşavirliği sevdam, beni bu işin okulunda okumaya sevk etti ve Gümrük İşletme Bölümü'nü kazandım. 1998 yılında gümrük müşavir yardımcılığı, sonra da 2000'de, henüz 23 yaşındayken, o dönem Türkiye'nin en genç gümrük müşaviri olmaya hak kazandım. İki ayrı şirkette profesyonel olarak çalıştıktan sonra, 2003'de aile şirketi olarak, dört kişilik bir ekiple ASSET Gümrük Müşavirliği'ni hayata geçirdik. Tabii ki zorluklarla karşılaştık ama asla doğrularımızdan, kırmızı çizgilerimizden sapmadık; yılmadık, çalıştık. Önce bize güveni tesis ettik. Şükürler olsun ki; bugün geldiğimiz noktada, merkezimiz İstanbul dışında, Mersin ve Bursa Bölge Müdürlükleri ile işlem sayısının yüksek olduğu ana gümrüklerdeki irtibat ofislerimizle dev bir ağ oluşturduk. Halen, ülkemizin saygın holdinglerinin yanı sıra küresel çaptaki hazır giyim, perakende, otomotiv ve ilaç markalarına; önemli basın yayın kuruluşlarına ve Türkiye'nin İlk 1000 İhracatçı Firması araştırmasında yer alan birçok değerli firmaya hizmet veriyoruz.

Diğer yandan, 2012 yılında faaliyete aldığımız ASSET Lojistik AŞ ile WCA ağına dahil olan 187 ülke ve 774 limanda, 6 bine yakın acente ağıyla uluslararası taşımacılık alanında faaliyet gösteriyoruz.

ASSET Gümrük Müşavirliği, sektöründe ilk 10 içerisindeki en genç firma. Bu hızlı büyümenin sebepleri ve fark yarattığınız "Optimus" yazılımınızdan da söz edelim mi?

Öncelikli olarak ifade etmek gerekirse; hizmet sektöründe başarı, ekibinizin başarısıyla doğru orantılıdır. Özverili ve donanımlı ekibimizin olması, en büyük kazanımımız ve varlığımız oldu. Bu çerçevede, hedef performans göstergelerimize uygun prim sistemimiz ve mesleki eğitim/gelişim konularında sektörde fark yaratan sistemlerimiz ve yürüttüğümüz projelerimiz var. Bunlar dışında teknolojiye verdiğimiz yüksek önem bir diğer öncelikli konumuzdur. ASSET Grup'un akıllı yazılımı ve inovatif düşüncenin eseri olan Optimus, bilişim sistemleri, yazılım, iş geliştirme ve ra-

porlama bölümlerindeki ekiplerimizle müşterilerin, maliyet, süreç ve genel istatistiklerinin raporlanması gibi konularda etkin ve anlık bilgi paylaşımlarına olanak sağlıyor; böylece, özellikle yoğun dış ticaret hacmi olan müşterilerin süreç ve maliyet avantajı yaratmalarına yardımcı oluyor. Ayrıca sektördeki tüm firmalarda standart olan mevzuat, Tareks, dahilde işleme, teminat, kurye ve saha ekipleri gibi standartlar, işin olmazsa olmaz konuları. Bu



anlamda zaten başarılı bir ekibimiz var. Fakat fark yarattığımız konular kısaca; insan ve teknolojiye verdiğimiz önem ve bu doğrultuda da firma kültürü olarak benimsediğimiz sürekli gelişim ve sürekli iyileştirme felsefesidir.

ASSET Grup'un bir başka alâmetifarikası ise Lojiblog.com… Biraz bu platformdan söz edebilir misiniz?

Ülkemizde dış ticaret alanında son derece başarılı şirketler ve bu şirketlerde değerli, tecrübeli yöneticiler ve uzmanlar bulunuyor. Bu noktada her şirketin ayrı bir dış ticaret politikası, her dış ticaret yöneticisinin de farklı yetkinlikleri, eğitimleri, tecrübelerinden kaynaklı, farklı iş uygulamaları olduğunu görüyoruz. Öte yandan sektöre iş gücü yaratan birçok başarılı okul, eğitim kurumu olmakla birlikte, temel teorik kütüphane bilgileri dışında objektif bilgi akışı ve pratiğe yönelik yeterince bir paylaşımın olmadığını gözlemliyoruz. Açıkçası bu alanlarda görmüş olduğumuz boşluğu gidermeyi, sektörümüze borcumuz olarak değerlendirip, sektörümüze katkı sağlamak istedik. Bu sadece blog veya İnternet sitesi değil, dijital ortamda sektörden herkesin bir tık ile gelip mola vereceği ve nelerin olduğunu görebileceği bir saha... Burada yanlışları ve doğrularıyla sektörde olan her şeyi herkes öğrenebilir. Artık birkaç derginin arasına bu dev sektör ve onun fedakar emekçileri sıkışmayacak. Burada yeri geldiğinde kulis bilgileri de olacak. Parolamız ise "Her sabah bir tık lojiblog."

Lojiblog ile teknik olarak hedeflediklerimizi ise şöyle sıralayabilirim:

- Dış ticaret çalışanlarının objektif ve pratik bilgilere erişimini sağlamak; onları farklı ve yeni uygulamalar, yeni mevzuatlardan anlık haberdar etmek; yaşadığımız tecrübelerimizi paylaşmak, kısacası iş hayatlarını biraz kolaylaştırmak.
- Dış ticaret ile ilgilenen birimlerin hedef kartlarında bulunan; hız, maliyet ve yasal mevzuatlara uyum konularında tavsiyelerde bulunmak; pratik tüyolar vermek.
- Geleceğin dış ticaret ve lojistik yöneticileri olacak genç çalışanlar ve öğrenci arkadaşlarımızın gelişimlerine katkıda bulunmak, yetkinliklerini geliştirmek ve kariyer yollarında tavsiyelerde bulunup destek olmak.
- Sektörde kullanılan yeni teknolojiler ve gelişmelerden bahsetmek; bu gelişmelerin dış ticaret hayatına olumlu ve olumsuz etkilerinden bahsetmek.

Lojistik faaliyetlerinizde hangi taşıma türlerinde yoğunlaşıyorsunuz?

ASSET Lojistik olarak ilk olarak deniz ve havayolu taşımalarında faaliyetlerimize başladık. Akredite olduğumuz lojistik ağlar ve dünya genelinde rekabetçi fiyatlarımız sayesinde de iyi bir hacim yakaladık. Ayrıca Halkalı Gümrüğü'nün taşınacağı bölge olan Çatalca Muratbey Bölgesi'nde antrepo yatırımlarımız devam ediyor. Son dönemde, buna paralel kara yolu taşımaları için ekiplerimizi de oluşturduk ve başta Avrupa hattı olmak üzere kara yolu taşımalarına ağırlık vermeye başladık. Diğer bir yoğunlaştığımız alan da yurt içi taşıma ve bu konudaki çalışmalarımıza da ara vermeden devam ediyoruz.

2015 yılı sizin için nasıl tamamlandı?

ASSET Grup olarak 2015 yılı, yatırımlarımıza hız verdiğimiz bir yıl oldu. "Urla'dan Londra'ya, Şanghay'dan Şırnak'a," sloganımızla, kapıdan kapıya teslim hedefimiz doğrultusunda süreçlerimizi tamamlamaya odaklandık. Biliyorsunuz, dış ticaret hacmindeki değişiklikler, lojistik ve gümrük müşavirliği sektörünü direkt olarak etkiliyor. 2014-2015 yılları ilk dokuz aylık veriler baz alındığında, ithalatta yüzde 11, ihracatta yüzde 9 oranında bir düşüş izleniyor ve bu düşüş, lojistik pazarının daralmasına anlamına da geliyor. Ancak biz, ASSET Grup olarak, yeni müşterilerimizin de aramıza katılımıyla hedeflerimizin biraz üzerinde, yaklaşık yüzde 20 civarında ciromuzu artırmayı başardık.

Son olarak, lojistik sektörünün geleceğini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Mesleğe başladığım yıllarda yurt dışından getirilen basit bir katalog, numune ve belge bile o dönem "Tahakkuk Varakaları" ile işleme tabi tutuluyor ve sırf gümrük işlemleri bile 1-2 iş günü sürüyordu. Şu anda mevzuatın basitleştirilip, AB normlarına uyumlaştırılmasıyla son yıllarda patlama yaşanan e-Ticaret sitelerinden verilen siparişlerde, belirli kıymete kadar olan eşyaların, ABD ve Uzak Doğu'dan kapımıza kadar birkaç gün içerisinde teslim edildiğini görüyoruz. Bürokrasi, gümrük prosedürleri ve diğer mevzuatlar basitleşirken, lojistik ihtiyaçlar da aynı hızla artış gösteriyor. Devletlerin dünya ticaretinde ülke paylarını artırma isteği doğrultusunda ulaştırma ve büyük ölçekli lojistik köy yatırımlarına ağırlık vermesi, ticari rekabette lojistik maliyetlerinin öneminin daha da artması, modern işletmecilik anlayışının sektörde gelişmesi gibi nedenlerle uluslararası rekabetin daha çetin bir hal alacağını söyleyebilirim. Teknoloji olaraksa İnternetin ticaret hayatımızın merkezine yerleşmesi ve son gelişmeler eşliğinde insansız TIR ve araçların yollara çıkması, droneların paket taşımalarında kullanılmaya başlanması, akıllı depolama sistemlerinin yaygınlaşması, Nesnelerin İnterneti gibi kavramların hayatımıza girmesi gibi yeniliklerin ticaret hayatına ve "lojistik" kavramına önümüzdeki yıllarda beklenenden çok daha hızlı bir şekilde yerleşeceğini ve alışılmış geleneklerin değişeceğini de ifade edebilirim.



ADANA,
TÜRK SANAYİSİNE ENERJİ VERİYOR

Adana, Türkiye'nin ilk sanayileşen kentlerinden biri olarak büyük öneme sahip. Kent gerçekleştirdiği 1 milyar 908 milyon dolarlık ihracatı egale etmek istiyor. Pamuk ile özdeşleşen Adana ve Çukurova Türkiye'ye üretim ve ihracatı ile enerji veriyor.

Adana'nın tarihçesi 3 bin yıl öncesine kadar dayanıyor… Türkiye'nin en kalabalık altıncı şehrinin merkezi Akdeniz'den 30 kilometre içeride Seyhan Nehri'nin üzerinde bulunuyor. Adana'nın Akdeniz sahil şeridinde ise Karataş ve Yumurtalık ismi ile sahil ilçesi bulunuyor. Yine Akdeniz üzerinde bulunan Ceyhan'da ise ticari amaçlı liman bulunuyor. Maden zengini dördüncü bölge olan Adana; krom, demir, manganez, kurşun ve çinko yatakları açısından önem taşıyor. Türkiye'nin ilk sanayileşen kentlerinden Adana pamuk, buğday, soya fasulyesi, arpa, üzüm ve narenciyenin büyük miktarlarda üretildiği Çukurova tarım bölgesinin pazarlama ve dağıtım merkezidir. Türkiye'de sulak ve verimli Çukurova için bir deyim geliştirilmiş: "Adam eksen biter" Bu bölgede çay ve fındık hariç tüm tarım ürünleri üretilebiliyor. Bölge, Türkiye'deki en büyük

nüfus yoğunluğa sahip bölgelerden biridir. Çukurova Bölgesi'nin büyük bir bölümü, dünyadaki tarıma en elverişli alanlar arasında olan geniş, düz ve verimli bir alandır. Tarih boyunca Çukurova Avrupa'dan Ortadoğu'ya kaçış noktası olmuş.

2015'TE 1.5 MİLYAR DOLARLIK İHRACAT

2015 yılının verilerine göre Adana 1 milyar 526 milyon dolarlık ihracat, 1 milyar 906 milyon dolarlık da ithalat gerçekleştirdi. 2014 yılı genelinde ise ihracat 1 milyar 908 milyon, ithalat 2 milyar 443 milyon dolar seviyelerindeydi. 2013 yılında ihracat 1 milyar 916 milyon, ithalat da 2 milyar 694 milyon dolara ulaşmıştı. 2012 ihracatı 1 milyar 914 milyon, ithalatı 3 milyar 046 milyon dolar seviyelerinde gerçekleşmişti. 2011 yılında da ihracat 1 milyar 756 milyon, ithalat 2 milyar 974 milyon dolar olarak kaydedilmişti. 2010 verilerine göre Adana 1 milyar 352 milyon dolarlık ihracat, 2 milyar 229 milyon dolarlık da ithalat gerçekleştirmişti. 2009 yılı genelinde ise ihracat 1 milyar 135 milyon, ithalat 1 milyar 692 milyon dolar seviyelerindeydi. 2008 yılında ihracat 1 milyar 304 milyon, ithalat da 2 milyar 151 milyon dolara ulaşmıştı. 2007 ihracatı 1 milyar 166 milyon, ithalatı 1 milyar 918 milyon dolar seviyelerinde gerçekleşmişti. 2006 yılında da ihracat 958 milyon, ithalat 1 milyar 441 milyon dolar olarak kaydedilmişti.

İHRACATTA IRAK ÖN SIRADA

2015 yılı verilerine göre Adana'nın 1 milyar 526 milyon dolarlık ihracatında ilk sırada 252 milyon dolarlık ihracat ile Irak görünüyor. 139 milyon dolarlık ihracat ile Almanya ikinci, 95 milyon dolar ile Rusya üçüncü, 90 milyon dolar ile ABD dördüncü, 80 milyon dolar ile İspanya beşinci, 63 milyon dolar ile Suriye altıncı, 59 milyon dolar ile İtalya yedinci, 40 milyon dolar ile İngiltere sekizinci, 39 milyon dolar ile Fransa dokuzuncu ve 30 milyon dolar ile Hollanda onuncu sırada yer alıyor. 2015 yılının verilerine göre Adana'nın 1 milyar 906 milyon dolarlık ithalatında ise ilk sırada 223 milyon dolarlık ithalat ile Çin görünüyor. 161 milyon dolarlık ithalat ile Suudi Arabistan ikinci, 114 milyon dolar ile ABD üçüncü, 111 milyon dolar ile Güney Kore dördüncü, 94 milyon dolar ile Hindistan beşinci, 81 milyon dolar ile Almanya altıncı, 80 milyon dolar ile Hollanda yedinci, 77 milyon dolar ile Japonya sekizinci, 64 milyon dolar ile İtalya dokuzuncu ve 62 milyon dolar ile Tayland onuncu sırada yer alıyor.



Türkiye'nin ilk sanayileşen kentlerinden Adana, pamuğun üretildiği Çukurova tarım bölgesinin pazarlama ve dağıtım merkezidir. Böylece Türkiye'de pamuk, Adana ve Çukurova ile özdeşleşmiştir.

İHRACATTA PLASTİKLER VE MAMULLERİ İLK SIRADA

2015 yılı verilerine göre Adana'nın 1 milyar 526 milyon dolarlık ihracatında ilk sırada 194 milyon dolarlık ihracat ile 'plastikler ve mamulleri' görünüyor. 179 milyon dolar ile 'sentetik ve suni devamsız lifler' ikinci, 118 milyon dolar ile 'yenilen meyveler ve sert kabuklu meyveler' üçüncü, 105 milyon dolar ile 'motorlu kara taşıtları, traktörler, bisikletler, motosikletler ve diğer kara taşıtları, bunların aksam, parça, aksesuarı' dördüncü, 79 milyon dolar ile 'pamuk, pamuk ipliği ve pamuklu mensucat' beşinci, 63 milyon dolar ile 'değirmencilik ürünleri, malt, nişasta, inülin, buğday gluteni' altıncı, 59 milyon dolar ile 'kazanlar, makinalar, mekanik cihazlar ve aletler, nükleer reaktörler, bunların aksam ve parçaları' yedinci, 56 milyon dolar ile 'yenilen çeşitli gıda müstahzarları (kahve hülasaları, çay hülasaları, mayalar, soslar, diyet mamaları)' sekizinci, 50 milyon dolar ile 'etler ve yenilen sakatat' dokuzuncu ve 49 milyon dolar ile 'örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarı' onuncu sırada bulunuyor. 2015 yılı verilerine göre Adana'nın 1 milyar 906 milyon dolarlık ithalatında ilk sırada 337 milyon dolarlık ihracat ile 'Organik kimyasal ürünler' görünüyor. 266 milyon dolar ile 'plastikler ve mamulleri' ikinci, 205 milyon dolar ile 'kazanlar, makinalar, mekanik cihazlar ve aletler, nükleer reaktörler, bunların aksam ve parçaları' üçüncü, 150 milyon dolar ile 'Motorlu kara taşıtları, traktörler, bisikletler, motosikletler ve diğer kara taşıtları, bunların aksam, parça, aksesuarı' dördüncü, 119 milyon dolar ile 'pamuk, pamuk ipliği ve pamuklu mensucat' beşinci, 110 milyon dolar ile 'sentetik ve suni devamsız lifler' altıncı, 100 milyon dolar ile 'hububat' yedinci, 55 milyon dolar ile 'demir ve çelik' sekizinci, 42 milyon dolar ile 'elektrikli makina ve cihazlar, ses kaydetme-verme, televizyon görüntü-ses kaydetme-verme cihazları, aksam-parça-aksesuarı' dokuzuncu ve 41 milyon dolar ile 'muhtelif kimyasal maddeler (biodizel, yangın söndürme maddeleri, dezenfektanlar, haşarat öldürücüler)' onuncu sırada bulunuyor.

İLK SIRADA 936 MİLYON DOLAR İLE İMALAT SANAYİ GELİYOR

Adana Büyükşehir Belediye Başkanı Hüseyin Sözlü, İhracatın bir ülkenin ekonomisini büyüklüğünü verimliliğini ve zenginliğini ifade

ADANA'NIN 1 MİLYAR 526 MİLYON DOLARLIK İHRACATINDA İLK SIRADA 194 MİLYON DOLARLIK İHRACAT İLE 'PLASTİKLER VE MAMULLERİ' GÖRÜNÜYOR.



Adana Valisi
MUSTAFA BÜYÜK



Adana Büyükşehir Belediye Başkanı
HÜSEYİN SÖZLÜ

etmek açısından önemli olduğuna vurgu yaparak, "İhracat başkasının parasını kendi ülkenize getirip millileştirmenin yegâne ifadesidir. Bunun için ihracatçılarımız hakikaten Türk sanayisinin, ülkemizin motor gücüdür. İhracatımız büyüdükçe ekonomimizde iyi şeylerden bahsediliyor, ihracatımız daraldıkça ekonomide işlerin kötü gittiği düşünülüyor, durağanlık ve kötü giden işler olduğu ortaya çıkıyor" dedi. Hüseyin Sözlü şöyle devam etti: "Biz yerel yöneticiyiz. Adana'da üretmek adına, toplumun refahını artırmak adına hangi girişim varsa siyasi kaygılara girmeden bunları destekler ve önünü açarız. Bunu Türk ekonomisi açısından çok önemli buluyoruz." "Türkiye sermayedarını rahatlatmak lazım. İhracatı bilen, dünya piyasalarını bilen insanların önünü açmak, kolaylaştırmak ve onları kaynaştırmak lazım" diyen Sözlü, "Ben üreten, ülkemiz ve milletimiz adına ihracat yapan, dünyanın parasını ülkemize yönlendiren herkesi aslında milli bir görevi yerine getirmiş olarak görmek gerektiğine inanıyorum. O yüzden sermayedarımızın kutuplaştırılması yerine kaynaştırılması ve birbirinin tecrübesinden istifade eder işbirliği yapabilir hale gelmesi gerektiğine yürekten inanıyorum" ifadelerini kullandı. Adana'nın yüksek potansiyele sahip bir kent olduğuna dikkati çeken Hüseyin Sözlü, şunları söyledi: "Dünden bugüne bakıldığı zaman Adana aslında eskisinden geride değil. Osmaniye gibi büyük bir kitlenin kopması belki Adana'nın ilerlerken ivmesini diğerlerine göre geride bırakmış. Bugün Antalya bile bazen nüfus ve istihdamda geçti deniyor Adana'yı. Bazen turizmdeki çekicilik tarım fuarında bile Antalya'yı cazip kılıyor. Tabii ki bu fuarlar yapılırken kendi fuarımız da var. Antalya'nın tarımsal potansiyelinden ziyade turizm potansiyeli ve firmaların Antalya'yı Adana'ya göre çekici bulmasından dolayı bazı dezavantajlarımız vardır ama bu Adana'nın da her şeyi kaybettiği anlamına gelmez. Adana Türk sanayisinin devlerini yetiştirdi ve onları İstanbul'a ihraç etti ama yine kendi içerisinden bereketli topraklardan onlar kadar büyük isimleri yetiştirmeye devam ediyor."Hüseyin Sözlü, sözlerini şöyle tamamladı: "Adana'da yatırım yapmak isteyen sanayicilerimize, yerel yönetim açısından hakikaten süt liman bir zemin vaat ediyoruz. Sanayicilerimizin Türk ekonomisinin mücahitleri olduğuna yürekten inanıyoruz." Adana'nın 2015 yılı ihracat rakamları sektörler temelinde incelendiğinde ilk sırada 936 milyon dolar ile imalat sanayi yer alıyor. 105 milyon dolar ile tarım ve ormancılık ikinci, 16 milyon dolar ile madencilik ve taşocaklığı üçüncü, 15 milyon dolar ile toptan ve perakende ticaret dördüncü ve 1 milyon dolar ile balıkçılık beşinci sırada görülüyor. İthalat rakamları sektörler temelinde incelendiğinde ise ilk sırada 1 milyar 251 milyon dolar ile imalat sanayi yer alıyor. 172 milyon dolar ile tarım ve ormancılık ikinci, 5 milyon dolar ile toptan ve perakende ticaret üçüncü, 450 bin dolar ile madencilik ve taşocakçılığı dördüncü ve 11 bin dolar ile balıkçılık beşinci sırada görülüyor.

ADANA BÖLGEDE GÜÇLÜ BİR MERKEZ

Adana Valisi Mustafa Büyük de, "Öncelikli görevlerimiz arasında toplumun huzurunu ve sükûnunu sağlamak, güvenli ortamda da yaşamlarını sürdürme noktasında görevlerimiz var. Bu görevimizi bütün gayretimizle gerçekleştirme noktasında çabalarımız sürüyor" dedi. Vali Büyük, "Adana'nın sanayileşmesini ve gelişmesini değerlendirdiğimizde, şehirlerin Türkiye'nin



gelişmesiyle beraber onlara verilen rollerde değişimler yaşanıyor. Şuanda bölgesel olarak baktığımızda, güçlü bir merkez haline gelip, Adana'nın özel yapısı içerisinde daha çok sağlık, eğitim ve hizmet sektörü alanlarındaki gelişmelerle, bölgesinin bir merkezi konumuna gelmesi de mümkün. İllerdeki kamu ve yerel yönetimler ile sivil toplum kuruluşları birlikte hareket edip, başarılı olduklarında gelişen, zenginleşen ve daha mutlu şehirleri oluşturmakta mümkün olacak. Adana bu manada her zaman için geleceği parlak olumlu şehirlerden biridir" diye konuştu. Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi veri tabanına göre Adana'nın toplam nüfusu 2 milyon 165 bin 595 kişi. Bu sonuca göre kentin en kalabalık ilçesi; 779 bin 232 nüfusuyla Seyhan, 419 bin 240 nüfusuyla Yüreğir ve 353 bin 680 nüfusuyla Çukurova olarak sıralanıyor. Adana'da yaşayan insanların yaş gruplarına bakıldığında 191 bin 461 ile 5-9 yaş grubunun ilk sırada olduğu dikkati çekiyor. Bu yaş grubunu; 188 bin 063 ile 15-19 yaş grubu ve 187 bin 378 ile 0-4 yaş grubu izliyor. Kentteki erkek nüfusu 1 milyon 082 bin 497, kadın nüfusu ise 1 milyon 083 bin 098 olarak dikkati çekiyor. Adana'nın en fazla göç verdiği kentler incelendiğinde 7 bin 717 kişi ile İstanbul kentinin liderliği öne çıkıyor. İstanbul'u, 6 bin 499 kişi ile Mersin ve 3 bin 656 kişi ile Ankara takip ediyor. Adana'nın en fazla göç aldığı kentler ise; 4 bin 876 kişi ile Mersin, 4 bin 720 kişi ile İstanbul ve 3 bin 189 kişi ile Sakarya şeklinde sıralanıyor.

ADANA 2015'TE 31 MİLYON DOLARLIK TEKSTİL İHRACATI GERÇEKLEŞTİRDİ. ADANA İLGİLİ SEKTÖRDE EN FAZLA İHRACAT YAPAN 2. KENT OLDU.



NİSAN'DA ADANA'DA PORTAKAL ÇİÇEĞİ KARNAVALI

2014 yılında da ikincisi düzenlenen "Nisan'da Adana'da Portakal Çiçeği Karnavalı" tüm Adana halkı, Adana'ya gönül veren misafirlerimiz ve sponsorlarımızın destekleriyle kısa sayılabilecek bir zamanda büyük bir etkinliğe dönüştü Portakal Çiçeği Karnavalı, yerel yönetimlerin, STK'ların, kanaat önderlerinin, medyanın, ünlülerin ve özel sektörün sahiplendiği ilk etkinlik projesi olma özelliğini de taşıyor.

ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ

Çukurova Üniversitesi'nde, çoğunluğu Adana'da bulunan 16 Fakülte, 1 Devlet Konservatuvarı, 5 Yüksekokulu, 13 Meslek Yüksekokulu, 3 Enstitüsü, 25 Araştırma ve Uygulama Merkezi bulunuyor. Öğrencilerin, öğretim elemanlarının, araştırmacıların gereksinim duydukları ulusal ve uluslararası yayınları barındıran Çukurova Üniversitesi Merkezi Kütüphanesi mevcut.





ADANA KEBABI

Adana kebabını diğer kebaplardan ayıran en belirgin özellik kullanılan ettir. Et, doğal ortamda ve kendine has bir floraya sahip bölge yaylalarında yetiştirilmiş erkek koyunlardan elde edilmiş olmalı. Tipik bir servis Adana kebabı porsiyonu; kömürde pişmiş etin yanında közlenmiş domates ve biber, mevsim salata, nane-maydanoz-süs biberi-limon tabağı, soğan salatası ve ezme ile gelir.

ADANA HACI SABANCI ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ

Adana Hacı Sabancı Organize Sanayi Bölgesi sahip olduğu Bölge Müdürlüğü Binası ve Sosyal Tesisleri, Ortak Sağlık Güvenlik Birimi, Ç.Ü. OSB Teknik Bilimler Meslek Yüksek Okulu, Özel Teknik Meslek Lisesi, Çarşı Alışveriş Merkezleri, Bankalar, Noter, İŞKUR, SGK Şubesi, Gümrük Müdürlüğü Şubesi, Türk Telekom Santrali ve PTT Binası, Fiber Optik Kablo Altyapısı ve Polis Noktası ile sanayicilere hizmet veriyor.



KAYSERİ'YE 3 SEKTÖRDE İHTİSAS OSB'LERİ KURULACAK

Orta Anadolu'nun sanayi kenti Kayseri'de yenilenebilir enerji, savunma ve et ürünleri sektörlerinde üç ihtisas organize sanayi bölgesi birden kurulacak. Yeni OSB'lerin üç sektörde kümelenme hedeflerine de ivme kazandırması bekleniyor.



Kayseri'ye yenilenebilir enerji, savunma ve et ürünleri sektörlerinde üç ihtisas Organize Sanayi Bölgesi (OSB) birden kurulması planlanıyor. Yeni OSB'lerin üç sektörde kümelenme hedeflerine de ivme kazandırması bekleniyor. Kayseri Büyükşehir Belediye Başkanı Mustafa Çelik Kayseri'ye üç yeni OSB kazandırmak için kolları sıvadıklarını belirtti. Planlanan OSB'lerin hayata geçirilmesi halinde şehre katkısının büyük olacağı dile getiren Mustafa Çelik, yeni OSB'lerin güneş enerjisi, savunma sanayi ve et ürünleri alanında kümelenme sağlayacağını aktardı. Şuanda Karpuzatan Mevkii'nde yer alan et ürünleri üreticilerini, şehrin dışına taşıma durumunun ortaya çıkması üzerine hayvan besiciliğini de içine alacak şekilde ihtisas bir OSB kurmak için adım attıklarını söyleyen Mustafa Çelik , "Ankara yolundaki Beydeğirmeni bölgesinde kurmayı istediğimiz ihtisas OSB için 5 milyon metrekarelik uygun bir alan var. Bu alanla ilgili Hazine Müsteşarlığı ve Milli Emlak ile görüşmelerimiz bitmek üzere. Alanın Kocasinan Belediyesi'ne yani dolayısıyla bize devredilmesi durumunda Kayseri'deki besicileri bir araya taşımayı düşünüyoruz. Yaklaşık 800 bin metrekarelik bölümü de 'Et ve Et Ürünleri İhtisas OSB'si yapmak istiyoruz. Karpuzatan'daki sucuk pastırma imalathanelerini de belli bir takvim içinde oraya taşıyacağız. Hesaplarımıza göre Beydeğirmeni bölgesinde 1 milyon baş hayvan üretebiliriz. Verimliliği artırmak istiyoruz. Bunun için de yan sektörler de gelişecektir. Bu da Kayseri'ye her yıl 1 milyar lira kaynak girmesi anlamına geliyor. Bu nedenle tarım ve hayvancılığa özel önem veriyoruz" diye konuştu. Aynı zamanda Kayseri ve Civarı Türk Anonim Şirketi Yönetim Kurulu Başkanı olan Mustafa Çelik, Kayseri'de lisanssız güneş enerjisi yatırımı için yoğun başvuru aldıklarını vurgulayarak, "Bu yatırımları bir alanda toplamak üzere 'Güneş OSB'si kurmak için çalışma başlattık. Güneş enerjisi ile ilgili de çalışmalarımız var. Kayseri Civarı Elektrik Şirketi şu anda Türkiye'de güneş yatırımı konusundaki en iyi dağıtım şirketi konumunda. Başvuran herkese hakları karşılığında dağıtım yapıyor. Sanayicilerimiz de uygun ortam ve yer olursa güneş enerjisine yatırım yapmaya hazır. Güneş OSB konusunda daha önce de çalışmalarımız vardı. Şu an tam anlamıyla gündemimizde. Bunun için arazi temini çalışmalarımız sürüyor" şeklinde konuştu.



Kayseri'ye yenilenebilir enerji, savunma ve et ürünleri sektörlerinde Et ve Et Ürünleri İhtisas OSB, Güneş Enerjisi OSB, Savunma sanayi OSB kurulması planlanıyor.

KAYSERİ'DEKİ MEVCUT OSB'LER

KAYSERİ OSB

- **Havalimanı:** 17 km
- **Gar:** 5 km
- **Karayolu:** 2 km
- **Liman:** 320 km
- **Üniversite:** 17 km

Türü: Karma **Yıl:** 1976
Büyüklük: 2400 hektar **İşletme sayısı:** 970
İstihdam Sayısı: 60000
Sektörler: Mobilya, fabrikasyon metal, metal, diğer
Parsel sayısı: 1235 **Yatırımdaki parsel:** 1125
Yatırıma açık parsel: 110



MİMAR SİNAN OSB

- **Havalimanı:** 15 km
- **Gar:** 15 km
- **Karayolu:** 1.5 km
- **Liman:** 350 km
- **Üniversite:** 14 km

Türü: Karma **Yıl:** 1998
Büyüklük: 604 hektar **İşletme sayısı:** 125
İstihdam Sayısı: 3000
Sektörler: Gıda, inşaat, metal, diğer
Parsel sayısı: 384 **Yatırımdaki parsel:** 344
Yatırıma açık parsel: 40





İNCESU OSB

- **Havalimanı:** 45 km
- **Gar:** 7 km
- **Karayolu:** 1 km
- **Liman:** 285 km
- **Üniversite:** 40 km

Türü: Karma **Yıl:** 1998
Büyüklük: 621 hektar **İşletme sayısı:** 8
İstihdam Sayısı: 300
Sektörler: Makine, mobilya, maden, diğer
Parsel sayısı: 154 **Yatırımdaki parsel:** 40
Yatırıma açık parsel: 114

İHRACATTA ARANAN ÇIKIŞ KAPISI: AFRİKA KITASI



EKONOMİLER HER TIKANDIĞINDA YENİ BİR HAMLE, YENİ BİR PENCERE ARANIYOR. BENCE ÖNÜMÜZDEKİ 30 YIL DÜNYANIN VE TÜRKİYE'NİN İLACI AFRİKA KITASIDIR. ÖNÜMÜZDEKİ İLK HEDEF ETİYOPYA OLMALIDIR. ZENGİN DOĞALGAZ YATAKLARI KEŞFEDİLEN TANZANYA VE DENİZDE PETROL BULAN GANA, YENİ PETROL BULUNAN GÜNEY SUDAN HEM EN FAKİR HEM DE TÜRKİYE'YE ÇOK SICAK BAKAN ÜLKELERDİR.

M. TARIK BOZBEY / T.C. BAŞBAKANLIK, TİM-AKİB AFRİKA MASASI BAŞKANI

Savaşlarla da yakıp yıkılan Afrika ülkeleri, inanın savaşsız da yokluk ve eksikliklerle karşımızdadır. II. Dünya Savaşı'ndan sonra doğal olarak tarumar olmuş, her tarafı yıkılmış ülkeler hızlı bir toparlanma ve kalkınma temposu yakalamıştı. Bu rüzgâr o kadar iyi geldi ki 1946'dan sonra tüm Avrupa da 15 yıl çift rakamlı büyüme gerçekleştirildi. Almanya eleman bulamadığı için kalabalık nüfusu ile ilk önce Etiyopya'dan işçi talep etti. Şartlarda anlaşamayınca Pakistan'dan eleman istedi. Pakistan devleti "Maaşları benim merkez bankama yatıracaksınız, maaşları ben dağıtacağım" deyince anlaşamadılar. Türkiye'den talep edilen elemanlara olumlu cevap verdik ve gurbetçilerimiz önce Almanya sonra Avrupa'nın geneline yayıldılar. Kalkınmanın motoru oldular, surat ve katma değer yarattılar. 1972 yılında ABD Başkanı Nixon Çin'i ziyaret edip, kapalı kapıları açtığında herkes ona komünist demişti. ABD'nin bu hamlesi dünya ekonomilerinin önünü açmıştı. On yıl sonra tıkanmaya başlayan ekonomilerin önünü açmak için bu defa Sovyetler Birliği'nin kapıları açıldı. 1987'de başlayan açılım tüm dünyanın işine yaradı. Yatırımlar, karşılıklı ticaret, turizm, mal ve sermaye akışı tüm dünya ekonomilerine can suyu oldu.

ÜRÜNLER, YÜKSEK VERGİLERE RAĞMEN ALICI BULUYOR

2007'de başlayan dünya ekonomik krizine yapılan müdahale birkaç yıl işe yaramış ama son iki yıldır ise dünya genelinde ekonomik veriler ya yerinde sayıyor ya da geri geri gidiyor. Tüm dünya ekonomileri patinaj yapıyor. Gelişmiş bütün ülkelerin son iki yıldaki kalkınma rakamları sıfır veya sıfıra yakındır. Dünyada kalkınma rakamları pozitif gösteren ülkeler en fazla Afrika kıtasındadır. Tanzanya'dan Gana'ya kadar sıralanan Orta Afrika ülkelerinde büyüme hızı iki hanelidir. Gerçi başlangıç rakamı küçük olmasından dolayı ilerleme abartılı görünse de yine de umut vericidir. Sudan, Etiyopya, Kenya, Tanzanya son beş yıldır yüzde 10 ve daha fazla kalkınma sağladı. Ekonomik genişlemenin anahtarı, ihracatımızın artması hatta sıçraması, bunun da fırsatı Afrika'dadır. Afrika kıtasında yaklaşık 1.3 milyar nüfus neredeyse her şeyi talep ediyor. Türkiye ile karşılaştırıldığında tüm göstergeler bizim 1950 - 1960'lı yıllarımıza benzetiliyor. Kişi başına elektrik tüketimi, otomobil, kamyon, traktor, buzdolabı sayıları bizden 50 yıl geriden geliyor. Bu üzücü durum aynı zamanda büyük bir fırsatın da bizi beklediğini işaret ediyor. Şehirleşmenin yeni başladığı Afrika'da şehir



yaşamının gerektirdiği ürünler yeni yeni piyasaya çıkıyor. Ürünler, yüksek vergilere rağmen alıcı buluyor. Hele hele orada üretim yapılırsa tüm Afrika'ya mal satarak, 1 milyar nüfusluk pazarda üreten bir kral olunabilir.

BÖLGEDE YATIRIM YAPMAK, MALİYETİ AZALTIYOR

Afrika'da üretilen ürünler COMESA anlaşmaları ile ayrıcalıklı gümrük tarifelerinden yararlanarak öncelikli olarak ülkelere girebiliyor. Kıta dışından gelen ürünler ise yaklaşık yüzde 70 - 120 koruma gümrük duvarları ile karsılaşıyor. Afrika'da üretim yapılacak en uygun ülke olarak Etiyopya öne çıkıyor. Etiyopya Kalkınma Bankası'nın verdiği çok uygun, negatif faizli, vergi muafiyetli kredi destekleri vardır. 8 - 12 yıl vadeli ilk iki yılı ödemesiz, gelir vergisi muafiyeti olan teşvikler vardır. Yedi yıl öncesine göre daha zor şartlar olmakla beraber yine de pazardaki maliyet ve kar avantajı cazibesini koruyor. Afrika'da üretilen bir ürünün en az bir milyar tüketiciye hitap edeceğine göre kapasite hesaba katılmalıdır. Geçtiğimiz yıllarda nakliyenin yavaş, zor ve pahalı olmasına karşın yapılan demiryolu ve karayolu bağlantıları ile önümüzdeki birkaç yıl içerisinde mal hareketlerinin de hızlı ve ucuz olması beklenmelidir. Yapı Merkezi firmamız Etiyopya'da 1.7 milyar dolarlık 449 kilometrelik demiryolu ihalesini aldı ve 2016 sonunda tamamlamak üzere şu anda yarı yola geldi. Çinlilerin aldığı 650 kilometrelik demiryolu da bu yıl içerisinde tamamlanacak. Önümüzdeki yıllarda 5 bin kilometre daha demiryolu yapılacak. 2016 yılından itibaren mevcut havalimanları büyütülecek. Yedi farklı şehirde pist ve yolcu salonlarının büyütülmesi bütçeye hedef olarak konulmuş. TAV ve benzeri firmalarımız zaten uluslararası bilgi birikimleri ile kolayca bu işleri başarabilirler. Türkiye'den gidecek proje, eleman ve yapı elemanları da ihracatımıza artı değer katacak.

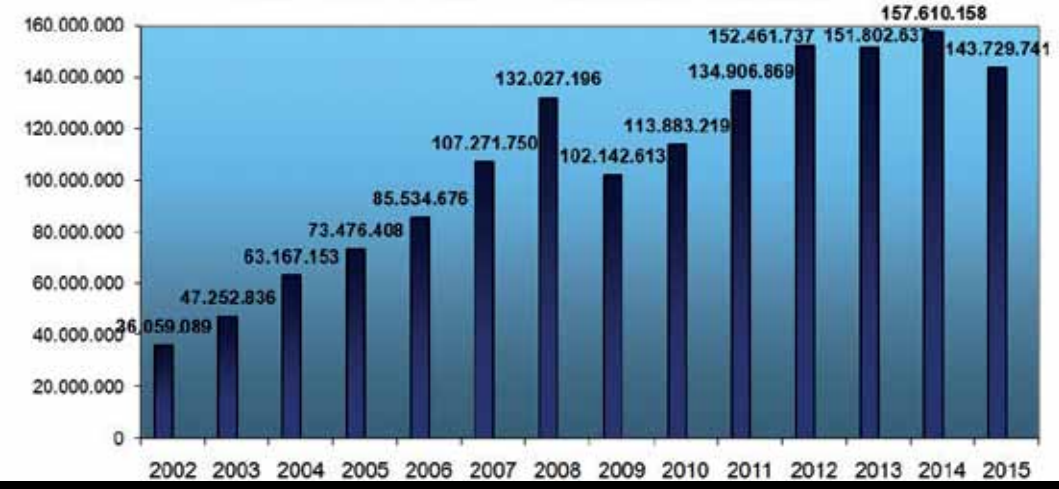
AFRİKA'DA TÜRKİYE'YE SICAK BAKILIYOR

Afrika'nın geçtiğimiz yıl toplam ithalatı 750 milyar dolar civarında. Önümüzdeki yıllarda 2 trilyon dolarlık ithalat yapması beklenen kıtada biz de kendi hakkımızı almamız için hızlı davranmamız gerekiyor. İlk yapılması gereken şey devamlı ve yakın takiptir. Yapılan önemli fuar ve etkinliklerde muhakkak görkemli bir şekilde yer almamız şarttır. Cibuti ve Gana bölgesinde, en doğu ve en batıda iki ayrı depo yapmamız tam isabetli olur. Bunları yaptıktan sonra pazar kendiliğinden ayağımıza gelecek ve ihracatımız artacak. Yapımına başlamış olan yaklaşık 6 bin kilometre karayolu da önümüzdeki beş yıl içerisinde insan ve mal hareketinin hızlanmasına fırsat yaratacak. Afrika'nın ihracatımıza katkısı şu şekilde beklenebilir: Bütün bu ulaşım enerji yatırımlarına gereksinim duyan ülkelere, proje, müteahhitlik hammadde ve yarı mamul maddeler ihraç edebiliriz. Son on yılda hemen hemen her yere ulaşan gururumuz THY Afrika'da gitmedik nokta bırakmamış. Bu bizlere takip ve satış ve kolaylığı sağlayacak. Önümüzdeki ilk hedef Etiyopya olmalıdır. Zengin doğalgaz yatakları keşfedilen Tanzanya ve denizde petrol bulan Gana, yeni petrol bulunan Güney Sudan hem en fakir hem de Türkiye'ye çok sıcak bakan ülkelerdir. Dünya ekonomilerine baktığımızda neredeyse her on yılda bir iniş çıkış gösteren dalga boyu ile karsılaşıyoruz. Ekonomiler her tıkandığında yeni bir hamle, yeni bir pencere aranıyor. Bence önümüzdeki 30 yıl dünyanın ve Türkiye'nin ilacı Afrika kıtasıdır. Fazla gecikmeden hedeflere varmamız, hem de en kısa zamanda çalışmalara başlamamız yavaşlayan dünya ve ülke ekonomilerine, azalan ihracatımıza ilaç olacak. Yarın sabah başlamamız gerekir, benden söylemesi.

SEKTÖREL BAZDA İHRACAT RAKAMLARI - (1000 $)

	ARALIK				2015			
SEKTÖRLER	**2014**	**2015**	**Değişim (%)**	**Pay (%)**	**2013-2014**	**2014-2015**	**Değişim (%)**	**Pay (%)**
I. TARIM	**2.304.330**	**1.988.605**	**-13,7**	**17,2**	**22.477.147**	**20.798.564**	**-7,5**	**14,5**
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	**1.686.387**	**1.480.908**	**-12,2**	**12,8**	**15.684.456**	**14.906.209**	**-5,0**	**10,4**
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	650.912	542.893	-16,6	4,7	6.714.804	6.131.854	-8,7	4,3
Yaş Meyve ve Sebze	337.594	310.531	-8,0	2,7	2.394.315	2.088.540	-12,8	1,5
Meyve Sebze Mamulleri	117.866	103.599	-12,1	0,9	1.415.615	1.320.108	-6,7	0,9
Kuru Meyve ve Mamulleri	134.965	131.692	-2,4	1,1	1.458.642	1.346.491	-7,7	0,9
Fındık ve Mamulleri	319.292	273.799	-14,2	2,4	2.313.237	2.833.701	22,5	2,0
Zeytin ve Zeytinyağı	24.194	17.469	-27,8	0,2	228.037	189.491	-16,9	0,1
Tütün ve Mamulleri	94.615	94.158	-0,5	0,8	1.076.773	918.357	-14,7	0,6
Süs Bitkileri	6.948	6.768	-2,6	0,1	83.034	77.666	-6,5	0,1
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	**207.235**	**158.438**	**-23,5**	**1,4**	**2.274.587**	**1.814.907**	**-20,2**	**1,3**
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	207.235	158.438	-23,5	1,4	2.274.587	1.814.907	-20,2	1,3
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	**410.708**	**349.259**	**-15,0**	**3,0**	**4.518.104**	**4.077.449**	**-9,8**	**2,8**
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	410.708	349.259	-15,0	3,0	4.518.104	4.077.449	-9,8	2,8
II. SANAYİ	**10.442.609**	**9.237.422**	**-11,5**	**80,1**	**124.034.121**	**108.965.280**	**-12,1**	**75,8**
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	**1.067.389**	**899.157**	**-15,8**	**7,8**	**13.092.639**	**11.430.744**	**-12,7**	**8,0**
Tekstil ve Hammaddeleri	673.221	628.747	-6,6	5,5	8.885.007	7.956.744	-10,4	5,5
Deri ve Deri Mamulleri	178.764	97.109	-45,7	0,8	1.853.091	1.457.513	-21,3	1,0
Halı	215.403	173.301	-19,5	1,5	2.354.541	2.016.488	-14,4	1,4
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	**1.408.430**	**1.269.762**	**-9,8**	**11,0**	**17.779.037**	**15.411.032**	**-13,3**	**10,7**
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	1.408.430	1.269.762	-9,8	11,0	17.779.037	15.411.032	-13,3	10,7
C. SANAYİ MAMULLERİ	**7.966.790**	**7.068.503**	**-11,3**	**61,3**	**93.162.445**	**82.123.503**	**-11,8**	**57,1**
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1.366.294	1.393.469	2,0	12,1	18.729.283	16.969.575	-9,4	11,8
Otomotiv Endüstrisi	1.802.455	1.849.792	2,6	16,0	22.269.926	21.156.308	-5,0	14,7
Gemi ve Yat	155.056	61.359	-60,4	0,5	1.271.866	1.029.863	-19,0	0,7
Elektrik Elektronik ve Hizmet	1.141.136	941.732	-17,5	8,2	12.105.262	10.495.718	-13,3	7,3
Makine ve Aksamları	550.123	505.010	-8,2	4,4	6.040.306	5.528.887	-8,5	3,8
Demir ve Demir Dışı Metaller	586.716	506.845	-13,6	4,4	7.102.786	6.232.639	-12,3	4,3
Çelik	1.182.430	766.536	-35,2	6,6	13.203.696	9.891.536	-25,1	6,9
Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	253.342	223.153	-11,9	1,9	3.156.191	2.758.343	-12,6	1,9
Mücevher	388.853	214.139	-44,9	1,9	3.102.605	2.649.806	-14,6	1,8
Savunma ve Havacılık Sanayii	175.110	284.038	62,2	2,5	1.647.799	1.655.752	0,5	1,2
İklimlendirme Sanayii	357.175	313.102	-12,3	2,7	4.422.806	3.653.683	-17,4	2,5
Diğer Sanayi Ürünleri	8.102	9.327	15,1	0,1	109.920	101.393	-7,8	0,1
III. MADENCİLİK	**364.933**	**309.311**	**-15,2**	**2,7**	**4.641.515**	**3.900.683**	**-16,0**	**2,7**
TOPLAM	**13.111.873**	**11.535.338**	**-12,0**	**100,0**	**157.452.759**	**143.729.741**	**-8,7**	**100,0**

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



İHRACATÇI BİRLİKLERİ GENEL SEKRETERLİKLERİ BAZINDA İHRACAT RAKAMLARI (1000 $)

	ARALIK				2015			
	2014	2015	Değişim (%)	Pay (%)	2013-2014	2014-2015	Değişim (%)	Pay (%)
AKİB	1.162.095	1.002.310	-13,7	8,7	12.884.289	10.982.661	-14,8	8,2
BAİB	155.913	129.721	-16,8	1,1	1.627.298	1.434.935	-11,8	1,1
DAİB	248.865	146.567	-41,1	1,3	2.973.834	2.226.440	-25,1	1,7
DENİB	171.676	179.566	4,6	1,6	2.301.715	2.110.797	-8,3	1,6
DKİB	114.442	116.221	1,6	1,0	1.057.429	832.976	-21,2	0,6
EİB	997.300	914.619	-8,3	7,9	12.222.724	10.463.013	-14,4	7,8
GAİB	817.494	624.103	-23,7	5,4	9.003.268	8.422.134	-6,5	6,3
İİB	635.596	562.911	-11,4	4,9	6.927.764	6.414.052	-7,4	4,8
İMMİB	4.013.198	3.155.207	-21,4	27,4	43.597.950	37.114.012	-14,9	27,8
İTKİB	1.559.833	1.509.641	-3,2	13,1	20.638.739	18.403.514	-10,8	13,8
KİB	197.531	185.869	-5,9	1,6	1.634.585	1.914.499	17,1	1,4
OAİB	1.146.089	1.074.720	-6,2	9,3	12.803.315	11.168.029	-12,8	8,4
UİB	1.891.839	1.933.885	2,2	16,8	23.479.871	22.177.463	-5,5	16,6
TOPLAM	**13.111.873**	**11.535.338**	**-12,0**	**100**	**151.152.783**	**133.664.527**	**-11,6**	**100**

2015 YILI İHRACATIMIZDA İLK 20 ÜLKE (1000 $)

ÜLKE	EKİM
ALMANYA	13.163.067,18
İNGİLTERE	9.242.791,28
IRAK	8.326.470,96
İTALYA	6.694.988,32
ABD	6.252.527,05
FRANSA	5.801.356,81
İSPANYA	4.747.899,75
RUSYA	3.687.082,42
İRAN	3.679.739,24
SUUDİ ARABİSTAN	3.461.595,19
BAE	3.164.262,59
MISIR	3.147.985,78
HOLLANDA	3.107.642,96
ROMANYA	2.822.054,04
İSRAİL	2.685.453,08
BELÇİKA	2.520.233,47
ÇİN	2.385.613,74
POLONYA	2.335.312,47
AZERBAYCAN-NAHÇİVAN	1.912.729,62
TÜRKMENİSTAN	1.855.841,04
TOPLAM	**7.427.754**

2015 YILINDA 11 MİLYAR DOLARLIK İHRACAT GERÇEKLEŞTİREN AKİB, BU İHRACAT RAKAMI İLE 13 GENEL SEKRETERLİK ARASINDA BEŞİNCİ SIRADA YER ALDI. AKİB'TEN EN FAZLA İHRACAT YAPAN SEKTÖR KİMYEVİ MADDELER VE MAMULLERİ, EN FAZLA İHRACAT YAPAN İL İSE HATAY OLDU.

AKİB ARALIK AYI SEKTÖREL İHRACAT RAKAMLARI ($)

SEKTÖRLER	ARALIK	DEĞ (%)	2015 YILI	DEĞ (%)
I. TARIM	**352.744.425**	**-17**	**3.133.665.224**	**-15**
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	**284.632.289**	**-16**	**2.334.089.947**	**-16**
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	86.989.157	-30	1.061.898.917	-20
Yaş Meyve ve Sebze	171.541.103	-9	989.952.567	-12
Meyve Sebze Mamulleri	8.014.920	-10	112.536.791	-13
Kuru Meyve ve Mamulleri	12.947.742	29	96.946.345	-13
Fındık ve Mamulleri	2.458.226	-40	41.846.949	-3
Zeytin ve Zeytinyağı	740.956	-33	10.831.837	-62
Tütün	1.925.105	-9	18.967.961	-14
Süs Bitkileri ve Mam.	15.078	-75	1.108.579	-12
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	**20.554.226**	**-33**	**260.588.026**	**-25**
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	20.554.226	-33	260.588.026	-25
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	**47.557.910**	**-15**	**538.987.250**	**0**
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	47.557.910	-15	538.987.250	0
II. SANAYİ	**635.624.388**	**-11**	**7.688.149.522**	**-15**
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	**73.533.538**	**-10**	**913.413.620**	**-9**
Tekstil ve Hammaddeleri	70.468.092	-7	874.654.844	-9
Deri ve Deri Mamulleri	577.680	-20	10.075.914	-18
Halı	2.487.766	-43	28.682.861	-22
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAMÜLLERİ	**319.849.938**	**-5**	**3.758.943.696**	**-18**
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	319.849.938	-5	3.758.943.696	-18
C. SANAYİ MAMULLERİ	**242.240.912**	**-19**	**3.015.792.207**	**-11**
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	36.843.351	11	445.164.594	-1
Otomotiv Endüstrisi	52.906.321	-14	501.071.633	-8
Gemi ve Yat	1.039	-91	363.670	-28
Elektrik-Elektronik,Mak.ve Bilişim	18.806.359	-36	235.199.065	-25
Makine ve Aksamları	20.416.052	65	182.478.855	7
Demir ve Demir Dışı Metaller	32.707.015	-20	383.059.205	-19
Çelik	60.830.597	-36	987.766.432	-14
Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	5.780.251	-51	116.679.874	6
Mücevher	31.157	2.635	209.412	271
Savunma ve Havacılık Sanayii	1.195.272	-22	11.719.618	-28
İklimlendirme Sanayii	12.617.618	-18	150.153.860	-13
Diğer Sanayi Ürünleri	105.879	116	1.925.988	-41
III. MADENCİLİK	**13.941.497**	**-27**	**160.846.567**	**-19**
TOPLAM	**1.002.310.310**	**-14**	**10.982.661.313**	**-15**

AKİB ARALIK AYI İHRACATTA İLK 10 ÜLKE ($)

HAZIR GİYİM	
İTALYA	11.834.706,45
İSPANYA	4.972.152,23
ABD	4.849.730,04
BULGARİSTAN	3.883.710,55
ALMANYA	3.459.497,30
ÇİN	2.919.057,24
PORTEKİZ	2.500.206,22
BİRLEŞİK KRALLIK	2.463.845,31
POLONYA	2.202.492,80
S. ARABİSTAN	2.199.582,37

YAŞ MEYVE SEBZE	
RUSYA	59.890.837
IRAK	27.141.947
UKRAYNA	21.214.643
S. ARABİSTAN	11.514.982
ROMANYA	7.239.467
BEYAZ RUSYA	4.867.870
ABE	3.622.629
POLONYA	3.446.016
GÜRCİSTAN	3.420.606
BULGARİSTAN	3.309.742

SU ÜR. HAYVANSAL MAMULLER	
IRAK	6.663.976,22
SURİYE	4.051.867,13
LÜBNAN	2.520.552,00
ABD	1.546.714,63
ALMANYA	1.181.956,75
VIETNAM	682.111,80
JAPONYA	544.600,00
KKTC	468.173,07
PAKISTAN	367.100,00
TACİKİSTAN	349.124,30

DEMİR VE DEMİR DIŞI METALLER	
MISIR	16.100.403,95
ABD	13.819.905,88
SURİYE	11.416.711,51
YEMEN	9.648.851,68
IRAK	9.637.017,79
BİRLEŞİK KRALLIK	6.969.100,44
S. ARABİSTAN	6.163.701,53
İRAN	5.091.023,56
FRANSA	4.943.186,38
İSRAİL	4.611.601,57

TEKSTİL	
POLONYA	6.027.367,70
ALMANYA	5.647.406,47
İSPANYA	4.471.361,25
ROMANYA	3.290.448,22
UKRAYNA	2.926.268,19
BİRLEŞİK KRALLIK	1.673.941,25
SLOVAKYA	1.169.856,82
SURİYE	886.225,32
S. ARABİSTAN	883.397,54
İTALYA	679.026,67

HUBUBAT, BAKLİYAT	
SURİYE	14.399.108,14
IRAK	9.013.304,66
S. ARABİSTAN	6.339.276,91
MISIR	5.434.078,63
İSRAİL	4.113.984,38
CEZAYİR	4.022.615,40
SUDAN	3.239.895,37
ÜRDÜN	2.758.132,70
LİBYA	1.788.322,65
LÜBNAN	1.744.839,99

MOBİLYA, KAĞIT VE ORMAN	
IRAK	10.453.517,64
ALMANYA	8.626.929,92
S. ARABİSTAN	3.348.402,15
BİRLEŞİK KRALLIK	2.983.124,71
İTALYA	2.905.242,97
LİBYA	1.936.706,18
ABD	1.901.339,34
FRANSA	1.689.723,96
İRAN	1.408.367,02
CEZAYİR	1.324.986,64

KİMYEVİ MADDELER	
MISIR	81.683.335,70
S. ARABİSTAN	36.089.798,50
YUNANİSTAN	31.339.670,96
MALTA	26.579.295,58
İTALYA	25.528.907,70
HOLLANDA	16.108.498,79
BAE	15.596.725,65
SINGAPUR	15.331.522,25
KKTC	10.455.788,19
CEBELİ TARIK	10.365.000,00

AKBARKOD®

Barkod Her Yerde ! ! !

- Yazılım
- Donanım
- Sarf Malzemeleri
- Teknik Servis

















BAY. ENTEGRE PRO
TİCARİ YÖNETİM YAZILIMI

BAYİLİKLER VERİLMEKTEDİR.

ISO 9001:2008
LL-C
Certification

M. Nesih Özmen Mah. Fatih Cad. Zakkum Sk. No: 10 PK 34173 Merter / İstanbul
Tel : +90 212 637 25 30 (Pbx) Faks : +90 212 637 88 25 - barkod@akbarkod.com

www.akbarkod.com

® SABAY
LOJİSTİK

Parsiyel serviste 1984 yılından bugüne biriktirdiği deneyimle

BİR İLKİ BAŞARIYOR:
İSKENDERUN'u
tüm dünyaya bağlıyor



HAFTALIK DÜZENLİ DENİZYOLU KONTEYNER PARSİYEL SERVİSİ İLE

İSKENDERUN LİMANI'NDAN

Ashdod /İsrail: Direk
Barcelona Aktarmalı: Tüm Avrupa, Amerika, ve Afrika Limanları
Singapur Aktarmalı: Tüm Asya, Avustralya ve Yeni Zelanda Limanları
Dubai Aktarmalı: Tüm Arap Körfezi, Hindistan ve Ortadoğu Limanlarına

En kısa sürede teslim, en uygun fiyatla

SABAY LOJİSTİK İSKENDERUN Tel: 0326 613 71 41 (pbx) Faks: 0326 613 44 86 E-mail: iskenderun@sabay.com.tr

® SABAY
LOJİSTİK

İSTANBUL | MERSİN | İZMİR | İSKENDERUN | İSTANBUL ATATURK HAVA LİMANI
E-mail: info@sabay.com.tr www.sabay.com.tr