

Amerika Birleşik Devletleri Pazara Giriş Projesi

Geleneksel olarak Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ülkemizin en önemli ticari ve ekonomik partnerleri arasında yer almaktadır. Nitekim, dış ticaret rakamlarına bakıldığında da bu durum açıkça görülebilmektedir. 2006 yılı sonu itibarıyla bakıldığında, Türkiye'nin ABD'ye yönelik ihracatında bir önceki yıla göre nispi bir yavaşlama ya da artışa uğramadığı görülmektedir. ABD'ye yönelik ihracatımız yaklaşık % 3 oranında artarak 5 milyar dolara ulaşmıştır. Bu rakam, 2006 yılı sonu itibarıyla ABD'yi Türkiye'nin en önemli 4. ihracat pazarı yapmaktadır.

Ayrıca, ABD aynı zamanda, ülkemizin en önemli ithalat kaynaklarından birisidir. 2006 yılı sonu itibarıyla, ülkemizin ABD'den yaptığı ithalatın bir önceki yıla göre % 11 oranında arttığı ve 5.9 milyar dolara ulaştığı görülmektedir. ABD, aynı yıl itibarıyla ülkemizin en fazla ithalat yaptığı ülkeler sıralamasında 6. sırada yer almaktadır. 2007 yılı Ocak-Mayıs dönemi dikkate alındığında ise, ihracat miktarımızda yaşanan düşüşle beraber ABD'nin ülkemizin en önemli ticari partnerlerinden birisi olmaya devam ettiğini anlaşılmaktadır. Nitekim, bu dönemde ihracatımız bir önceki yılın aynı dönemine göre % 23 azalarak 1.6 milyar dolara gerilemiştir; ithalatımız ise yine aynı döneme göre % 30 oranında artarak yaklaşık 3 milyar dolar olmuştur.

Öte yandan, ikili ticari ilişkilerimize ABD tarafından bakıldığında da benzer bir tablo ile karşılaşmaktayız. 2006 yılı itibarıyla yaklaşık 13.4 trilyon dolarlık GSY H'si ile dünya ekonomisinin yaklaşık % 22'sini, yaklaşık 1.8 trilyon dolarlık ithalat rakamıyla dünya toplam ithalatının % 19'unu tek başına temsil eden ABD pazarından yeterli kadar pay alamadığımız görülmektedir. 2006 yılı sonu itibarıyla bakıldığında ülkemizin ABD'nin toplam ithalatı içindeki payının % 0,3 gibi oldukça düşük bir düzeyde olduğu, ayrıca, ülkemizin ABD'nin en çok ithalat yaptığı ülkeler sıralamasında ancak 44. sırada yer aldığı görülmektedir. Ayrıca, bu rakamların, son 5-6 yıllık dönemde de aynı görünümde kaldığını göstermektedir.

İkili ticari ilişkilerde Türkiye açısından bir dizi sorun ise, ihracatımızın büyük oranda New York eyaleti üzerinden yapılmasıdır. Nitekim, anılan eyalet üzerinden yapılan ihracatın 2006 yılı itibarıyla ABD'ye yönelik toplam ihracatımızın % 28'ine ulaştığı görülmektedir. Bu trendin, 2007 yılı ilk çeyre itibarıyla artarak devam ettiğini ve toplam ihracatımızın % 32'sinin anılan eyalet üzerinden gerçekleştiğini göstermektedir.

Ayrıca, ihracatımızın ürün yapısının da çok fazla çeşitliliğe sahip olmadığını ve tekstil, hazır giyim ve demir-çelik ürünlerinin ihracatımızın % 35'ini oluşturduğunu dikkat çekmektedir. Bu sektörlerde görülen yavaşlama, söz konusu sektörlerin ihracatında yaşanan bir sorun nedeniyle toplam ihracat performansımızın da düşmesine neden olmaktadır. Nitekim, 2007 yılı Ocak-Mayıs döneminde ABD'ye yönelik ihracatımızda görülen yavaşlama büyük oranda bu sektörel bağımlılıktan kaynaklanmaktadır.

Tüm bu veriler, Türk firmalarının, dünyanın açık ara en büyük ithalatçısı konumunda olan ABD pazarında, son dönemde gösterdiği başarıların ortaya çıkardığı potansiyelini yansıtmak üzere bir düzeyde bulunmadığını gözler önüne sermektedir. Bu nedenle, Dış Ticaret Müsteşarlığı olarak, iki ülke arasındaki ticari ilişkilerde görülen yapısal sorunları da dikkate alınarak, ana hedefleri;

- Ülkemiz ihracatının ürün yapısını, katma değeri yüksek, ileri teknoloji ihtiva eden ve moda ve markaya dönük ürünlerle çeşitlendirmek,
- New York dışında kalan diğer eyaletlerin ihracatımız içindeki payını artırmak ve
- Bu sayede ülkemizin ABD'nin toplam ithalatından aldığı payı makul seviyeye çıkarmak olarak belirlenen

"ABD Pazara Giriş Projesi" hazırlanmıştır.

Söz konusu proje kapsamında ilk olarak, ülkemiz firmaları açısından potansiyel arz eden eyalet ve sektörleri belirlemek amacıyla bir çalışma yapılmıştır.

Bilindiği üzere, ABD, büyük ve orta ve uzun vadeli politikalara ihtiyaç duyulan ve çetin rekabet koşulları bulunan bir pazardır. Ülkenin coğrafi büyüklüğü, eyaletlerin kendine has yapısının bulunması, pazara giriş açısından bölgesel yaklaşımların benimsenmesini zorunlu kılmaktadır. Bu nedenle, ABD ekonomisi ve ticaret yapısı eyaletler bazında incelenmiş ve Teksas, New York, Florida, Illinois, Kaliforniya ve Georgia hedef eyaletler olarak belirlenmiştir. Bu eyaletler seçilirken, eyaletlerin dış ticaret hacimleri, nüfus yapıları, alım güçleri, GSY H'ları gibi bir dizi kriter kullanılmıştır.

ABD pazarının özellikleri sadece bölgesel değil, aynı zamanda sektörel bir yapıya da zorunlu kılmaktadır. Bu nedenle, strateji hazırlık çalışmasının ikinci aşamada ABD pazarının genelinde ve hedef olarak belirlenen eyaletler bazında potansiyel arz eden ürün gruplarının listesi oluşturulmuştur. Bu çalışma yapılırken, Türkiye ile ABD arasındaki ikili ihracat ve ithalatın sektörel yapısı, Türkiye'nin genel ihracat ve ithalatın sektörel bazda 2000 yılından bu yana izlediği seyir, Türkiye ekonomisinin ve ABD'nin genel ithalat ve ihracatın sektörel yapısı, ABD'nin ürün grupları itibarıyla en çok ithalat yaptığı ülkeler, dış ticaret mevzuatı ve gümrük vergileri gibi unsurlar dikkate alınmıştır. Ayrıca, ülkemizle anılan ülkeler arasındaki ihracat ve ithalat rakamları kullanılarak, sektörel bazda ülkemizin ABD pazarındaki karlılığına ilişkin veriler elde edilmiştir. Bunların yanı sıra, ihracatçı birlikleri vasıtasıyla ihracatçılarımızın ve GEME'nin görüş ve önerileri de dikkate alınarak ürün listesine son halini almıştır. Bu çalışma sonucunda belirlenen hedef ürünler aşağıda sunulmaktadır.

- Tarımsal Ürünler,
- Kimyasal Ürünler,
- Deri ve Mamulleri,
- Tekstil ve Hazır giyim,
- İstenen Mermer,
- Toprak Ürünleri (Seramik ve Cam Elya)
- Mücevherat,
- Demir-Çelik Metaller (Bakır ve Alüminyum Ürünleri),
- Elektrik-Elektronik ve Makine,
- Otomotiv Yan Sanayii ve
- Mobilyalar

[\(NOT: Ürün gruplarının detayını görmek için buraya tıklayınız.\)](#)

Tüm bu teknik çalışmaların ardından, ABD pazarında gerçekleştirilecek etkinlikleri belirleme aşamasına gelinmiştir. Bu çerçevede ilk olarak, ABD'deki yerel Türk kuruluşları arasında strateji hakkında bir bilinçlendirme ve ilgi yaratmak ve onların stratejiye verebilecekleri desteği tespit etmek üzere Kasım ayı içerisinde bir heyetimiz Amerika'ya giderek, New York, Chicago, Los Angeles gibi şehirlerde Türk dernekleri, fahri konsolosluklar ile görüşmüş, strateji hakkında bilgi vermiş ve ikili ilişkilerimizi geliştirme modelleri oluşturmuştur. Bu görüşmelerin ardından, özellikle 2006 yılı son çeyre ile 2007 yılının ilk yarısı için yapılabilecek bazı faaliyetlere ilişkin somut sonuçlara ulaşılmıştır.

Ayrıca bu eyaletlerin her birindeki tüketim potansiyelinin oldukça yüksek olması, her eyaletin tüketim yapısında farklılıklar bulunması ve bu eyaletlerdeki pazara giriş imkanlarının farklı olması nedeniyle eyalet - ürün matrisleri oluşturularak, söz konusu eyaletlerde gerçekleştirilecek faaliyetler arasında önceliklendirmeye gidilmiştir. [\(NOT: ABD eyalet - ürün matrisi için tıklayınız\)](#)

Söz konusu strateji kapsamında bugüne kadar gerçekleştirilen bazı faaliyetler ise şunlardır;

- 14 - 23 Kasım 2005 tarihleri arasında Müsteşarlıkımız ve DEK temsilcilerinden oluşan bir heyet sırasıyla Los Angeles,

Chicago ve New York' ta bir dizi temaslarda bulunmu tur.

- 12 ubat – 2 Mart 2006 tarihleri arasında Müste arlı ımız temsilcilerinden olu an iki ayrı heyet, ticaret odaları, sektörel dernekler, PR firmaları, Türk dernekleri, Dünya Ticaret Merkezleri ile görü melerde bulunmak üzere hedef seçilen 6 eyalette yerinde teknik incelemelerde bulunmu tur.
- 08 Mart 2006 tarihinde Türk Amerikan Konseyi (TA K) ile birlikte Adana'da ABD ile Ticareti Geli tirme Stratejisi'ni tanıtmak üzere bir toplantı düzenlenmi tir. Bunu çe itli illerdeki benzer tanıtım konferansları izlemi tir.
- 26 – 31 Mart 2006 tarihleri arasında Devlet Bakanı Sayın Kür ad TÜZMEN ba kanlı nda bir heyet ikago'da çe itli devlet kurumları ve i çevreleriyle görü meler gerçekleştirilmi tir.
- 26 –29 Mart 2006 tarihleri arasında Sayın Kür ad TÜZMEN'in ba kanlı nda bir heyetle Washington'da Amerikan – Türk Konseyi (ATC) toplantısına katılım sa lanmı tir.
- "Federation of Turkish-American Associations-FTAA" tarafından her yıl Mayıs ayında New York'ta düzenlenen geleneksel Türk Amerikan günleri kapsamında, Türk ihraç sektörleri, Türk serbest bölgeleri ve Türkiye'de yatırım imkanları hakkında bilgilendirici seminerler düzenleni tir.
- 20-23 A ustos 2006 tarihleri arasında Müste arlı ımız koordinatörlü ü ve Ege hracatçı Birlikleri Genel Sekreterli i organizatörlü ünde Houston/ABD'ye yönelik *Gıda Sektör Ticaret Heyeti* gerçekleştirilmi tir.
- 10 – 13 Eylül 2006 New York'a yönelik bir *Ticaret Heyeti Programı* gerçekleştirilmi tir.
- 12 – 16 Eylül 2006 tarihleri arasında ikago'ya yönelik bir *Ticaret Heyeti Programı* gerçekleştirilmi tir.

Anılan heyetler kapsamında, eyaletlerin ticaret odaları, sektörel birlik ve dernekleri, ticaret heyetlerine yönelik olarak çalış ılabilecek PR irketleri ve gerekli görülen durumlarda Türk dernek ve odalarının yanı sıra görü ülmesinde yarar oldu u dü ünülen di er kurum ve ki ilerle temaslarda bulunulmu tur.

9 – 13 Temmuz 2007 tarihleri arasında ABD Genelle tirilmi Tercihler Sistemi (GTS) ile ilgili olarak söz konusu ABD Ticaret Temsilcili i GTS Direktörü Sayın Marideth SANDLER'ın katılımıyla stanbul, Gaziantep, Bursa, zmir ve Ankara'da ihracatçılarımızı bilgilendirici seminerler verilmi tir.

(NOT: Söz konusu Seminer esnasında Yapılan [Sunum](#) ve GTS ile ilgili özet [not](#) için tıklayınız)

Öte yandan, ana hatları itibariyle önümüzdeki dönemde ABD pazarında yapılması dü ünülen faaliyetler ise öyledir;

- Ticaret temsilciliklerinin yapısının güçlendirilmesi,
- Sektör ve/veya Eyalet bazında Ticaret ve Alım Heyetleri düzenlenmesi,
- Önemli fuarlara etkin katılım sa lanması,
- Yatırımcı ve Dı Tedarik (Out-sourcing) Heyetleri getirilmesi,
- Kar ılıklı seminerler düzenlenmesi,
- Sektörel tanıtım gruplarının faaliyetlerinin ABD pazarında yo unla tirılması,
- Özel sektör kurulu ları arasındaki i birliklerinin geli tirilmesi,
- Yasal altyapının tamamlanması,

Ayrıca yukarıda ana hatları verilen çalış malar neticesinde a a ıda belirtilen fuarlara ülkemizin milli düzeyde katılım sa laması yönündeki teklif hracat Genel Müdürlü ü Tanıtım ve Fuarlar Dairesine yapılmı olup, bu konudaki çalış malar devam etmektedir. 2007 yılında Milli Katılım sa lanacak fuarlar a a ıda yer almaktadır.

- Türk Deri Fuarı (New York, 9 –11 Ocak 2007)
- New York Fashion Fabric Exhibition (I. Dönem) – Konfeksiyonda kullanılan Kuma ve Aksesuarlar Fuarı (New York, 22 – 24 Ocak 2007)
- Magic&WWDMagic (I. Dönem) – Her türlü bay bayan giyim aksesuarları (Las Vegas, 17 – 20 Nisan 2007)
- International Home and Housewares Show – Ev ve Mutfak E yaları (ikago, 11-13 Mart)
- Coverings – International Tile, Stone Exposition – Mermer, Do al ta , Makine ve servisleri Fuarı (ikago, 17 – 20 Nisan)
- IDEA 2007 – Tekstil ve Giyim makineleri, Makine aksesuarları ve servisleri Fuarı (Miami, 24 – 26 Nisan 2007)
- JCK Las Vegas Show – De erli Maden Mücevherat (Las Vegas, 1 – 5 Haziran)
- New York Fashion Fabric Exhibition (II. Dönem) – Konfeksiyonda kullanılan Kuma ve Aksesuarlar Fuarı (New York, 9 – 11 Temmuz 2007)
- Fancy Food and Confection Show Summer'07 – Gıda (New York, Temmuz 2007)
- Magic&WWDMagic (II. Dönem) – Her türlü bay bayan giyim aksesuarları (Las Vegas, A ustos 2007)
- All Candy Expo 2007 – Çikolata ve ekerleme Fuarı (ikago, 17 – 19 Eylül)
- AAPEX 2007 Automotive Aftermarket Expo – Otomotiv Yan Sanayi (30 Ekim – 1 Kasım 2007)

ABD'de önümüzdeki yıl gerçekleştirilecek tüm faaliyetler için detaylı bilgileri ve söz konusu ülkedeki güncel geli meleri, [Va ington Ticaret Mü avirli i](#), New York Ticaret Ata eli i ve Los Angeles Ticaret Müste arlı ı Ofisinden ö renmek mümkündür.