

HAZIRGIYİM & KONFEKSİYON SEKTÖRÜ AÇISINDAN

ABD



TEMEL EKONOMİK GÖSTERGELER GENEL VE SEKTÖREL BİLGİLER



İTKİB GENEL SEKRETERLİĞİ
HAZIRGIYİM ve KONFEKSİYON ŞUBESİ
OCAK 2015

HAZIRGIYİM & KONFEKSİYON SEKTÖRÜ AÇISINDAN ABD

İÇİNDEKİLER

I. ABD HAKKINDA GENEL BİLGİLER	2
Demografik Yapı.....	2
Siyasi ve İdari Yapı.....	3
Temel Göstergeler.....	3
Ekonomi	5
Dış Ticaret Politikası.....	6
Serbest Ticaret Anlaşmaları	8
Ticaret ve Yatırım Anlaşmaları	9
ABD Pazarının Özellikleri	9
Perakende Pazarı.....	10
İhtisas Mağazaları (Specialty Stores).....	10
Katlı Mağazalar (Department Stores).....	11
Pazara Giriş ve Pazarlama.....	11
Gümrük Tarifeleri.....	11
Tarife Dışı Engeller.....	12
ABD Pazarında Dikkat Edilmesi Gereken Noktalar.....	12
ABD Hazırgiyim Pazarında Dağıtım Kanalları ve Pazarlama.....	14
ABD Hazırgiyim Pazarında Trendler	15
II. ABD DIŞ TİCARETİ	17
Yıllar İtibariyle Genel İhracat ve İthalat	17
En Çok İhraç Edilen Ürünler.....	18
En Çok İthal Edilen Ürünler	18
En Çok İhracat Yapılan Ülkeler	19
En Çok İthalat Yapılan Ülkeler	20
III. ABD’NİN HAZIRGIYİM VE KONFEKSİYON DIŞ TİCARETİ.....	22
ABD’nin Hazırgiyim ve Konfeksiyon Dış Ticareti.....	22
ABD’nin En Çok Hazırgiyim ve Konfeksiyon İthalatı Yaptığı Ülkeler	23
ABD’nin En Çok İthal Ettiği Hazırgiyim ve Konfeksiyon Ürünleri.....	24
ABD’nin Tekstil Dış Ticareti.....	25
IV. TÜRKİYE – ABD DIŞ TİCARET İLİŞKİLERİ	26
Türkiye - ABD Genel Dış Ticareti	26
Türkiye’nin Genel Ticaretinde ABD’nin Yeri	31
Türkiye’nin Hazırgiyim ve Konfeksiyon Ticaretinde ABD’nin Yeri	33
Türkiye – ABD Hazırgiyim ve Konfeksiyon Dış Ticareti	34
V. YARARLI ADRESLER	39
VI. KAYNAKÇA.....	40

HAZIRGIYİM & KONFEKSİYON SEKTÖRÜ AÇISINDAN ABD

I. ABD HAKKINDA GENEL BİLGİLER

Yüzölçümü bakımından dünyanın üçüncü büyük ülkesi olan ABD, aynı zamanda dünyanın en büyük ekonomisi ve en büyük pazarıdır. ABD, 3,9 trilyon dolara ulaşan dış ticaret hacmi ile bütün ülkeler için önemli bir dış ticaret ortağı konumundadır. İthalat hacmi düşünüldüğünde uluslararası pazarlar arasındaki konumu ve tedarikçi ülkeler açısından önemi daha da anlaşılmaktadır.

ABD, Kuzey Amerika'da Kuzey Atlantik ve Kuzey Pasifik Okyanusları arasında yer almakta olup; kuzeyde Kanada, güneyde Meksika tarafından çevrelenmektedir. Ülkenin yüzölçümü 9,826,630 m² olup, bunun 9,161,923 m²'si kara, 664.707 m²'si ise sularla kaplıdır.

Ülkenin toplam kara sınırları 12,248 km'dir. Bu sınırın 8,893 km'si Kanada'yla, 3,326 km'si Meksika ve 29 km'si Küba ilelidir. Toplam kıyı şeridi 19,924 km'dir. Ülkenin en yüksek noktası Mount McKinley (6,194 m) ve en alçak noktası Death Valley (86m)'dir.

Başlıca doğal kaynakları, kömür, bakır, kurşun, molibden, fosfat, uranyum, boksit, altın, demir, cıva, nikel, gümüş, tungsten, çinko, petrol ve doğal gazdır. ABD enerji ithal eden bir ülkedir. Enerji ithalatının %80 kadar büyük bir bölümünü ham petrol ve petrol ürünleri oluşturmaktadır.

Demografik Yapı

2014 yılı verilerine göre ABD'nin nüfusu, yaklaşık 319 milyon kişidir. Toplam nüfusun %14'ü 65 yaşın üzerinde, %66'sı 15-64 yaş, %20'si ise 0-14 yaş aralığındadır. Son yapılan tahminlere göre ABD'de ortalama yaşam süresi kadınlar için 82, erkekler için 77 yaş civarındadır.

Nüfus bürosunun tahminlerine göre ABD nüfusunun %80'i beyazlardan oluşmaktadır. Afro-Amerikan siyah nüfusu %13, Asyalı nüfusu ise %4'tür. İspanyol ve Latin kökenli nüfusunun ise %14 olduğu görülmektedir. Toplam nüfusun %80'inden fazlası kentlerde yaşamaktadır.

ABD'de yabancı ülke doğumlu 38 milyonun üzerinde kişi yaşamaktadır. Ülke, dünyanın en kalabalık 5'inci İspanyolca konuşan nüfusunu barındırmaktadır. Hispanik göçmenlerin daha çok Güney Batı bölgesine yerleştikleri ve bölgedeki nüfusun %25'ini oluşturdukları tahmin edilmektedir.

ABD'de önemli yerleşim yerlerinden bazıları; New York, Los Angeles, Chicago, San Francisco, Houston, Miami ve Philadelphia olup, en kalabalık eyaletlerin başında California, Texas, New York, Florida ve Pennsylvania gelmektedir.

Siyasi ve İdari Yapı

Amerika Birleşik Devletleri 50 eyalete ayrılmış, federal ve anayasal demokrasiye dayalı bir Cumhuriyet'tir. Kuvvetler ayrılığı ilkesini benimsemiş olan ABD'de, yürütme kuvveti Başkan'da, yasama kuvveti ise Kongre'dedir. ABD Başkanı, yürütmenin başı olarak Federal Hükümet kurum ve kuruluşlarına yönelik politikaları belirler ve yürütülmesini sağlar. Federal sistem uyarınca federal yönetim ile içişlerinde serbest olan eyalet yönetimlerinin görev, yetki ve sorumlulukları Anayasa'da tanımlanmıştır.

Kongre, iki alt organdan oluşmaktadır: Her iki yılda bir yeniden seçime tabi olan 435 üyeli Temsilciler Meclisi ve her iki yılda bir üçte biri yenilenen 100 üyeli Senato vardır. ABD'de mevcut iki büyük siyasi partiden Cumhuriyetçi Parti daha çok muhafazakar kesimi temsil ederken, Demokrat Parti ise liberalleri temsil etmektedir.

ABD Anayasası, dış ticareti düzenleme konusunda esas olarak Kongre'yi yetkilendirmiş olsa da, Başkan'ın da dış ticaret alanında yetkileri mevcuttur.

Temel Göstergeler

Küresel bazda son yıllarda etkili olan ekonomik krizlerin bıraktığı olumsuz etkilere rağmen ABD, dünyanın en önemli ekonomisi olmaya devam etmektedir. ABD ekonomisinde, özellikle organik kimyasallar, bilgisayar, uçaklar, motorlu araçlar, transistörler ve telekomünikasyon ekipmanları, otomobil ve ilaç gibi sektörler güçlü sektörler olarak öne çıkmaktadır. 2014 yılı verileri ile 319 milyona ulaşan nüfusu ve 17 trilyon doları bulan GSYİH'si ile ABD, dev bir ekonomik ve ticari güç konumundadır.

Aşağıda yer alan temel ekonomik ve demografik göstergeler, dünyanın en büyük ekonomisi olma özelliğini koruyan ABD'nin gücünü ortaya koymaktadır:

Başkenti	Washington D.C.
Yüzölçümü	9,826,630 km ²
Nüfusu	319 milyon (2014)
Ortalama Yaşam Süresi	79 (erkekler:77 kadınlar:82)
Para Birimi	ABD Doları (\$)
GSYH (s.a.p.)	17 trilyon \$ (2014)
GSYH Artış Oranı	% 3 (2014 tahmini)
Kişi Başına Milli Gelir	53 bin \$ (2014)
İşsizlik Oranı	% 5,6 (2014)
İşgücü Sayısı	158 milyon (2013)
Sektörlere Göre GSMH	Tarım % 1 Sanayi % 20 Hizmet % 79
Sektörlere Göre İstihdam	Tarım ve ormancılık %1 İmalat, maden, taşımacılık %20 Yönetici ve teknik eleman %37 Satış ve büro %24 Diğer hizmetler %17
İhracat	1,58 trilyon \$ (2013)
İthalat	2,33 trilyon \$ (2013)
Karayolları	6,506,204 km
Demiryolları	224,792 km

Ekonomi

Dünyanın en büyük ekonomisi ABD'de 2014 yılının ilk çeyrek döneminde yerini büyük ölçüde soğuk ve olumsuz hava koşullarından kaynaklanan daralma, ikinci ve üçüncü çeyrekte toparlanma ve hızlı büyümeye bırakmışken, ABD Merkez Bankası (FED)'in Ekim ayında tahvil alımlarını sonlandırmasının ardından 2015 yılının hangi bölümünde ve ne ölçüde faiz artırımına gideceği özellikle cari açığı olan gelişmekte olan ekonomileri yakından ilgilendirmektedir. 16-17 Aralık'ta yaptığı yılın son toplantısında FED beklentilere paralel olarak politika faiz oranını değiştirmeyen para politikasındaki normalleşme sürecinde "sabırlı" bir tutum sergileyeceğini belirtmektedir.

Bu çerçevede, 2014 yılının ilk çeyreğinde % 2,1 daralan ABD ekonomisinin, yılın ikinci çeyrek döneminde % 4,6 gibi yüksek bir oranda büyüdüğü, üçüncü çeyrek dönemde ise büyümenin hızlanarak son 11 yılın en yüksek çeyrek büyüme oranı olan % 5'e ulaştığı kaydedilmektedir. Nitekim, Kasım ayında sanayi üretimi beklentilerin üzerinde artarak Mayıs 2010'dan bu yana en hızlı yükselişini kaydederken, kapasite kullanım oranı da Mart 2008'den bu yana en yüksek düzeyinde gerçekleşmiştir. ABD ekonomisinin 2014 yılı genelinde % 3 civarında bir oranda büyüdüğü tahmin edilmektedir.

Söz konusu büyüme oranı ABD ekonomisinin henüz tam potansiyeline ulaşmasa da birçok uzman tarafından krizin geliştiği 2008 yılından bu yana en güçlü büyüme aşamasına geçtiği şeklinde yorumlanmaktadır. Öte yandan Obama Yönetimi ülkenin ihracatını artırmaya özel bir önem verse de, dünya genelinde birçok bölgede yükselen jeopolitik krizler ve ekonomik sorunlar, ABD'nin denizaşırı ticaretini ekonominin zayıf karnı olma riskiyle karşı karşıya bırakmaktadır.

Öte yandan, üçüncü çeyrek dönemde, pozitif büyüme rakamlarına paralel hane halkı gelirleri ve harcamalarında da olumlu gelişmeler mevcut olup, Ekim ayında % 0,3 artan kişisel gelirlerin, Kasım ayında ise % 0,4 oranında arttığı kaydedilmektedir. Hanehalkı harcamalarının ise Ekim ayında % 0,2 oranında arttığı belirtilirken, Kasım ayında ise % 0,7 oranında arttığı açıklanmıştır.

Ülke genelinde gıda dışı perakende satışlarında 2014 yılında geçen yıla göre % 3,8 artış gerçekleştiği açıklanmıştır. ABD genelinde hazır giyim ve aksesuar ile ayakkabı perakende satışlarında ise 2014 yılında geçen yıla göre % 2,2 artış kaydedilirken, artış oranının ortalama perakende satışlardan daha düşük olmasında 2014 yılında giyim ve ayakkabı fiyatlarında artışların düşük kalması da etkili olmaktadır.

Öte yandan, ABD genelinde 2014 yılının Ekim ayında % 5,7 seviyesinde olan işsizlik oranı, Kasım ayında % 5,8'e, Aralık ayında ise son 6 yılın en düşük seviyesi olan % 5,6 seviyesine gerilemiştir.

ABD'nin güncel dış ticaret verilerine göre ülkenin mal ihracatı 2014 yılı Ocak-Kasım döneminde bir önceki yıla göre % 2,7 artarak 1,5 trilyon dolar olarak gerçekleşirken, aynı dönemde mal ithalatı ise % 3,2 artışla 2,2 trilyon dolara yükselmiştir. Bu dönemde ABD'nin mallar bazında dış ticaret açığı ise % 4,3 artışla 674 milyar dolar olarak kaydedilmiştir.

Dış Ticaret Politikası

İthalat ve ihracat büyüklüğü açısından dünya ticaretinde ilk sırada yer alan ABD, bu özelliği ile bir dış ticaret devidir. 2013 yılı itibarıyla 1,6 trilyon dolarlık ihracatı ve 2,3 trilyon dolarlık ithalatı bulunmaktadır. Dünya hizmet ticaretinde lider konuma sahip olan ABD'nin dış ticaret açığı özellikle mal ticaretindeki açıktan kaynaklanmaktadır.

ABD ihracatçıları için en büyük pazar ve ithalatçıları içinse en büyük tedarik merkezi olarak gösterilen en önemli ülkelerden biri Kanada'dır. ABD, Kanada ve Meksika arasında imzalanan Amerika Serbest Ticaret Antlaşması (NAFTA) Ocak 1994'te yürürlüğe girmiştir. NAFTA'yla birlikte Meksika, ABD'nin dış ticaret ortakları içerisinde önemli bir sıralamaya sahip olmuş ve ihracatta en büyük ikinci pazar olurken, ithalatta ise en büyük üçüncü tedarikçi konumuna gelmiştir.

ABD sanayii, artan ithalat ve maliyet avantajı nedeniyle üretim merkezlerinin diğer ülkelere kaydırılması sonucu, son yıllarda giderek artan bir rekabetle karşılaşmış ve özellikle bazı ürünlerde dünya ile rekabet avantajını kaybetmiştir. Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) Doha Turu kapsamında çok taraflı bir anlaşma imzalanamamış olması ve ABD yerel sanayisinin yaşadığı rekabet zorlukları, ABD'yi ikili ve çok taraflı olmak üzere çeşitli tercihli ticaret anlaşmaları yapma yoluna itmiştir. ABD, bu sayede hem iç pazarını korumak hem de maliyeti düşük hammadde ve aramadde tedarik ederek ihracatta rekabetçiliğini arttırabilmeyi hedeflemektedir.

ABD'nin, dış ticaret politikasında nispeten daha az liberal olduğu ve özellikle belirli ürünlerde yüksek gümrük vergileri ile yerli sanayisini koruduğu düşünüldüğünde, bu ülke ile imzalanan serbest ticaret anlaşmaları veya tercihli ticaret anlaşmaları, ticaret ortakları için ihracatta önemli bir avantaja dönüşmektedir. Dolayısıyla, ABD'nin dış ticaretinde serbest ticaret anlaşmaları ve bölgesel tercihli anlaşmaları imzalanan ülkeler, büyük ölçüde etkili olmaktadır.

ABD, imzaladığı serbest ticaret anlaşmaları ve tercihli ticaret anlaşmaları ile ticaret ortaklarına pazara girme açısından bazı kolaylıklar ve avantajlar sağlarken, bu ülkelerin pazarlarına girebilmek için önemli tavizler elde etmeye çalışmaktadır. ABD, bu anlaşmalar vasıtasıyla kendi ekonomi ve ticaret politikalarının dünya çapında kabul görmesi ve benimsenmesi için çaba harcamaktadır.

ABD, DTÖ platformunda ve ikili ve bölgesel ticaret ilişkilerinde serbest ticaret politikalarını ve dünya ticaretinin liberalleşmesini savunmasına ve geleneksel olarak ticarete korumacılık politikalarına karşı durmasına karşın, ulusal ticaret politikalarında her dönemde ulusal yerli sanayisini korumaya öncelik vermektedir.

Bu çerçevede, ABD'li firmaların üretimlerini yurtdışında daha avantajlı ülkelere kaydırması sürecinin kontrollü ve yerel sanayiye zarar vermeyecek şekilde yürütülmesine özen gösterilmektedir.

Küresel ekonomik krizin derinleştiği son yıllarda ise ABD, artan işsizlik ve gerileyen tüketici güveni karşısında, yerli üretimin arttırılmasına öncelik verme eğilimine girmiştir. Bu süreçte ABD ekonomi yönetimi, yurtiçi üretimin ve istihdamın arttırılmasına yönelik teşvik edici politikalar uygulamaya yönelmişlerdir.

DTÖ Doha Turu Müzakerelerinin sonuç vermemesi, birçok güçlü ekonomi gibi ABD'yi de serbest ticaret anlaşmaları imzalayarak pazara giriş imkanlarını iyileştirme politikasına yöneltmiştir. Dolayısıyla, ABD'nin imzaladığı serbest ticaret anlaşmalarının sayısının 2000'li yıllarla birlikte artışa geçtiği ve özellikle son 6 - 7 yıl içinde önemli ölçüde arttığı görülmektedir.

Öte yandan, ABD, sadece ticaret alanında değil, yatırım alanında da birçok ülke ile çeşitli tercihli anlaşmalar imzalamaktadır. ABD, yatırım ortamının iyileştirilmesini ve sermaye akışının kolaylaştırılmasını dış ticaret politikasında önemli bir enstrüman olarak kabul etmekte ve imzaladığı anlaşmalarda bu alana yönelik de önemli düzenlemeler yapmaktadır.

ABD, ayrıca, nitelikli sanayi bölgeleri uygulamaları ile hedeflediği ülkelerin ekonomik kalkınmasına yardımcı olmakta ve kendi yerli sanayisinin de bu sürece dahil olarak rekabetçiliğini kaybetmemesini sağlamayı hedeflemektedir. Bilindiği üzere, ABD'nin diğer ülkelerde geliştirdiği nitelikli sanayi bölgelerinde üretilen ürünlerde, belirli oranda ABD menşeli hammadde veya aramaddede kullanılması halinde bu ürünlerin ABD'ye gümrük vergisiz ihraç edilmesi mümkün olabilmektedir.

ABD, tekstil ve konfeksiyon sektörlerinde güçlü bir yerel sanayiye sahip olmasına karşın, bu ürünlerde önemli ölçüde ithalat da yapmaktadır. Dolayısıyla, dünyanın en büyük ithalatçı ülkesi olan ABD ile yapılan tercihli anlaşmalar, ABD'nin özellikle tekstil ve konfeksiyon ürünlerinde gümrük vergilerinin nispeten yüksek olması nedeniyle, bu pazarda önemli bir avantaja dönüşmektedir.

Ancak, küresel ticarete kotaların kaldırılmasıyla birlikte Çin ve diğer Asya ülkelerinin elde ettikleri maliyet odaklı rekabet avantajı, ABD ile imzalanan tercihli anlaşmaları dahi bu pazarda erozyona uğratabilecek

niteliktedir. Tekstil ve konfeksiyon ticaretinde kotaların kaldırılmasıyla birlikte, düşük fiyatlı üretim yapan ülkelerin ABD pazarındaki paylarının bu pazarda tercihli pazara giriş imkanlarına sahip komşu ülkelere göre daha hızlı yükselmesi dikkat çekmektedir.

Bu durumun öncelikli nedeni olarak, ABD tüketici tercihlerinin kalite yerine fiyat unsurunu dikkate alacak yönde değişmesi, ABD'nin büyük bir pazar olması nedeniyle büyük ölçekli üretimlerin maliyet avantajı sağlaması ve tercihli ticaret anlaşması imzalanan özellikle komşu ülkelerin rekabetçi bir tekstil ve konfeksiyon sanayilerinin olmaması olarak sıralanabilir.

ABD pazarında Türk tekstil sektörü rekabetçiliğini arttırmasına karşın, hazır giyim ve konfeksiyon sektörü, özellikle 2005 yılında kotaların kaldırılmasıyla birlikte önemli bir rekabet kaybı yaşamaktadır.

Serbest Ticaret Anlaşmaları

ABD'nin halen yürürlükte olan ikili ve bölgesel serbest ticaret anlaşmalarının taraf olduğu ülkeler ve yürürlüğe giriş tarihleri aşağıdaki gibidir:

- Kuzey Amerika STA (NAFTA – Kanada ve Meksika) – 1 Ocak 1994
- İsrail STA – 1996
- Singapur STA – 1 Ocak 2004
- Şili STA – 1 Ocak 2004
- Dominik Cumhuriyeti – Orta Amerika (Kosta Rika, El Salvador, Dominik Cumhuriyeti, Guatemala, Honduras ve Nikaragua) STA (CAFTA-DR) – 5 Ağustos 2004
- Avustralya STA – 1 Ocak 2005
- Fas STA – 1 Ocak 2006
- Bahreyn STA – 11 Ocak 2006
- Panama STA – 28 Haziran 2007
- Umman STA – 1 Ocak 2009
- Peru STA – 1 Şubat 2009
- Ürdün STA – 1 Ocak 2010

- Güney Kore STA – 15 Mart 2012
- Kolombiya STA – 15 Mayıs 2012

Öte yandan diğer Trans-Pasifik ülkeleri (Avustralya, Kanada, Şili, Japonya, Bruney, Malezya, Meksika, Yeni Zelanda, Peru, Singapur, Vietnam) ve çeşitli ülkelerle serbest ticaret anlaşması imzalamaya yönelik müzakereler devam etmektedir.

Ayrıca ABD ile AB arasında STA imzalanmasına yönelik görüşmeler (Transatlantik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı Anlaşması) dikkat çekmektedir. Bu gelişme, Türkiye ile AB arasında devam eden gümrük birliği dikkate alındığında, Türkiye'nin dahil edilmeden AB ile ABD arasında imzalanacak bir STA'nın ülkemiz ihracatı açısından olumsuz sonuçlar doğuracağı görülmektedir.

ABD'nin imzaladığı veya müzakere ettiği serbest ticaret anlaşmaları hakkında detaylı bilgiye, ABD Ticaret Temsilciliği'nin <http://www.ustr.gov/trade-agreements/free-trade-agreements> adresinden ulaşılması mümkündür.

Ticaret ve Yatırım Anlaşmaları

ABD, serbest ticaret anlaşmalarının yanısıra ticaret ve yatırım anlaşması imzalayarak, ticaretin yanı sıra yatırım konularında da üçüncü ülkelerle ilişkilerini geliştirmeye yönelik düzenlemeler getirmektedir. Bu tip anlaşmaların bazılarında ABD, gümrük tarifelerinin tek taraflı indirilmesine yönelik tercihli ticaret imtiyazları verilebilmektedir.

ABD, ticaret konularını içermeyen ve sadece yatırım konularında düzenleme getiren yatırım anlaşmaları da imzalamaktadır. Türkiye'nin de aralarında olduğu birçok ülke ile bu tip anlaşmalar imzalanmıştır.

ABD Pazarının Özellikleri

İthalat hacmi ile dünyanın en büyük pazarı olan ABD'ye ihracatta, uygulanacak stratejinin çok iyi belirlenmesi ve pazar araştırmasının da en ince detayına kadar derinleştirilmesi gerekmektedir. ABD pazarına ihracatta rakiplerin fazla olduğu ve gelişmiş bir pazara girildiği unutulmamalıdır.

Fuarlara katılım, dağıtım zincirinin diğer halkalarına ulaşmak için önemli bir fırsattır. ABD pazarı rekabete açık olması nedeniyle ürün dizaynı ve ambalaj konusunda oldukça hassas davranılması gereken bir pazardır.

ABD'de dağıtım kanallarının ilk halkasını büyük toptancı firmalar (wholesalers) oluşturmaktadır. Bu firmalardan birçoğunun işi ithalat ve dağıtım

yapmak olup ithal ettikleri malı broker ve/veya alt dağıtıcı firmalar aracılığı ile satmaktadır. Böylece ithal ettikleri malı satan firma ile nihai tüketiciyi karşı karşıya getirmemekte ve pazarın kontrolünü ellerinde tutmaktadırlar. (The National Association of Wholesaler Distributors: <http://www.naw.org>)

Pazarın işleyişi farklı olduğu için ABD'deki firmalarla işbirliği yapmak ya da Amerikalıların çalışacağı bir ofis kurmak bu pazara girişte alternatif yollar olarak değerlendirilebilir.

Doğrudan pazarlama veya kendi satış mağazanızı/büronuzu açma olanağı da mevcuttur. Ancak kurulacak firmanın muhasebe kayıtlarının tutulması, vergi ve benzeri hukuki sorumlulukların yerine getirilmesi için CPA olarak adlandırılan Yeminli Mali Müşavir ile çalışmak zorunluluğu vardır. ABD'de vergi mükellefiyetinin çok ağır yaptırımları bulunmaktadır.

ABD pazarında başarılı olmak için;

1.) Pazarda tutunabilmek için uzun bir süreye ihtiyaç olabileceği yüksek bir ihtimal olması nedeniyle başlangıç maliyetlerinin düşük tutulması önemlidir. ABD pazarında uzun dönemli stratejilerin başarı getireceği unutulmamalıdır.

2.) Satış sözleşmesinde belirtilen hususlara titizlikle uyulması ve mevzuat kurallarının takip edilmesi gerekmektedir.

3.) Doğru pazarlama stratejisi oluşturabilmek için; ürünün pazara uygunluğu, dağıtım kanalları, Amerikan tüketicisinin zevk ve tercihlerinin değerlendirilmesi gibi konularda bilgi sahibi olmak çok önemlidir.

Perakende Pazarı

ABD perakende pazarında satış için pazarlama çok önemli bir rol oynamaktadır. Üreticiler tüketicilere ulaşabilmek için yüksek reklam faturaları ödemekten çekinmemektedirler. Mağazaların promosyonlar düzenlemesi de çok yaygın bir uygulamadır. Fuarlar da ABD'li firmaların rakiplerini tanıdıkları, bilgi ağı oluşturdukları, yeni ürünlerini tanıttıkları önemli araçlardır. (Ulusal Perakendecilik Federasyonu – National Retail Federation: <http://www.nrf.com>)

İhtisas Mağazaları (Specialty Stores)

ABD'de yaygın zincirler oluşturan bu grup içinde, konusunda çok çeşitli ürünler bulunduran mağazalar (Bed Bath & Beyond, Linens'n Things, vb.) olduğu gibi, daha ziyade konseptleri ve keyifli alışveriş ortamları ile bilinenleri de (Crate&Barrel, William Sonoma, Pottery Barn, vb.) mevcuttur. Birinci grub mağazalarda “özellikli ürünler” yanı sıra “standart ürünler” de satılabilir; ikinci grub mağazalarda ise ağırlıklı olarak özellikli ürün satılmaktadır. Birçok

mağaza aynı üründen diğer perakendecilere de verilmesini tercih etmezler. Bu nedenle tasarım noktasında mağazalarla birlikte çalışılması ve anılan mağazaların tasarımcılarının görüşlerinin alınması gerekmektedir.

Bu tür mağazalara örnek olarak Bed Bath & Beyond, Linens'n Things, Crate & Barrel, Cost Plus, Restoration Hardware, Fortunoff gibi mağazalar gösterilebilir.

Katlı Mağazalar (Department Stores)

Büyük perakendeciye ve ihtisas mağazalarına nazaran pazar payı kaybeden katlı mağazalar, birleşme yoluyla güç kazanmaya çalışmaktadır. Daha yüksek fiyatlı ürünlerin satıldığı, markalar arası yoğun rekabetin yaşandığı bu alışveriş ortamında kalite, dizayn ve tanınmış marka ile yer almak gerekmektedir. Kendi markalarıyla da (private label) ürün alan katlı mağazalar farklılaşma ihtiyacında olduklarından, özel ürün tekliflerine olumlu yaklaşmakta, ancak giderek fiyatları aşağı doğru zorlamaktadırlar. Bu kategori ile de direkt çalışmak mümkün olduğu gibi, ABD'li markalar, ABD'de stil yaratan distribütörler vasıtasıyla da satış yapılabilir.

Bu tür mağazalara örnek olarak Sears, J.C.Penney, Kohl's, Macy's, Marshall Field's, Bloomingdale's gibi mağazalar gösterilebilir.

Pazara Giriş ve Pazarlama

Pazara girişte gümrük uygulamaları belirleyici faktörlerdir. Pazarda, gümrük tarifelerinin yanısıra tarife dışı engeller, standartlar, çevre ve insan sağlığına uygun üretilmiş ürünler ile etiketleme kuralları önem kazanmaktadır.

Gümrük Tarifeleri

ABD'de ithalattan alınan gümrük vergileri; değere göre olan gümrük vergisi (ad valorem), özel (spesifik) vergi, kombinasyon vergi olmak üzere üç kategoride toplanmaktadır.

ABD toplam ithalatının kompozisyonu incelendiğinde, ülkeye giren ithalatın önemli bir çoğunluğunun gümrük vergisi muafiyeti ya da düşük vergi oranlarına tabi olduğu görülmektedir. Ancak, tüketim ürünlerinde diğer gelişmiş ülkelere nazaran, yüksek gümrük vergileri mevcuttur.

Tekstil ve konfeksiyon ürünleri, yüksek gümrük vergisi uygulanan ürün grupları arasında yer almaktadır.

ABD tarafından, üçüncü ülkelere uygulanan genel gümrük vergilerinden farklı olarak, serbest ticaret anlaşması imzalanan ülkeler ile GTS ülkelerine tercihli gümrük vergileri uygulanmaktadır.

ABD Uluslararası Ticaret Komisyonu'nun internet adresinden (<http://www.usitc.gov/tata/hts/bychapter/index.htm>) ABD'nin uyguladığı vergi oranları ile ilgili bilgiye ulaşılabilmektedir.

Tarife Dışı Engeller

Son yıllarda DTÖ Anlaşması çerçevesinde gümrük vergilerinde liberalizasyon süreci başlatılırken, korumacılık ve tarife dışı engeller de artma eğilimindedir. Birçok ülke, anti-damping ve anti-sübvansiyon soruşturmaları, ürünlerin çevre ve insan sağlığına uygun olup olmadığının değerlendirilmesi, çocuk işçi istihdamı gibi konularda yeni standartlarla diğer ülkelere tarife dışı engeller uygulamaktadır.

ABD'de standartları oluşturan veya oluşturulmasına katkı sağlayan bir çok farklı grup bulunmaktadır. Bunlardan bazıları ticari dernekler, bilimsel dernekler, profesyonel birlikler, teknik organizasyonlar, federal hükümet ve Ulusal Adalet Enstitüsü'dür. Bu kadar farklı grubun oluşturduğu standart türleri de farklı olmaktadır. ABD'de uygulanan standart türleri, performans ve tasarım standartları, gönüllü mutabakat standartları, savunma standartları, de facto standartlar, sanayi standartları, federal standartlar ve uluslararası standartlardır. ABD'de sadece gönüllü standart üreten 600'den fazla kuruluş bulunmaktadır. Hükümet dışında standart üreten en büyük grup ticari dernekler olup, savunma standartları Savunma Bakanlığı tarafından oluşturulmaktadır. Sayıları çok az da olsa kendi başına standart yaratma pazar gücüne sahip firmalar da bulunmaktadır.

Giderek artan toplumsal duyarlılık ve aktivistlerin baskıları sonucu, ABD'deki bağımsız denetim kuruluşları tarafından uygulanmak üzere faaliyet kuralları ve denetim sistemleri geliştirilmiştir. ABD'de bu konuda ortaya çıkan üç büyük inisiyatif olarak, Adil Çalışma Derneği (The Fair Labor Association - FLA), Sosyal Sorumluluk (Social Accountability International - SAI) ve Global Sorumlulukla Giyim Üretimi (The Worldwide Responsible Apparel Production - WRAP) sertifikasyon programları gösterilebilir.

ABD Pazarında Dikkat Edilmesi Gereken Noktalar

Dünya'nın en büyük pazarı olan ABD'nin sunduğu fırsatlardan yararlanabilmek için, pazarın temel özelliklerini bilmek ve ona göre stratejiler geliştirmek gerekmektedir. Pazarın bazı temel özellikleri şöyledir;

- ABD'nin ekonomik büyüklüğü ülkemiz açısından son derece önemli fırsatları içinde barındırmaktadır.
- ABD pazarı, belirgin bir pazar dağılımına ve bu dağılıma göre çeşitlenen yaygın satış ağına sahiptir.
- ABD pazarı son derece çetin rekabet koşulları bulunan bir pazardır. Sürekli alternatifinin yaratılması nedeniyle, yakından izlenmesi gereken bir pazar yapısı vardır.
- Perakende dağıtım kanalları çok çeşitlilik göstermektedir (Büyük Perakendeciler, İhtisas Mağazaları, Katlı Mağazalar vb).
- İhtisaslaşmış, dinamikleri oturmuş ve olabildiğince detayda anlaşılması gereken bir yapısı bulunmaktadır.
- Tüketiciler, kalite sorunları, hizmet aksaması ve istikrarsızlık gibi konularda son derece hızlı tepki vermektedir.
- Pazarda satış ve pazarlama alanlarında uzun vadeli politikalar üretilmelidir.

Birey odaklı, kişisel inisiyatif ve başarıya önem veren bir kültüre sahip olan Amerikalılar, dışarıdan gelen bilgiye karşı da biraz kapalı olmakla beraber düşüncelerini pek saklamayan dürüst bir yapıya sahiptirler. Konunun etrafında dolaşmaktan hoşlanmazlar ve doğrudan konuya girerler. Dolayısıyla Amerikalı bir iş adamı eğer iş konusunda olumsuz düşünüyorsa "Hayır" cevabını vermekten çekinmez.

İş görüşmeleri son derecede hızlı bir tempoyla yürümektedir. ABD iş kültüründe "vakit nakittir" kavramı çok ciddi bir şekilde takip edilmektedir. Amerikalılar görüştükleri işadamlarının farklı kültürlerden olduklarının çoğu kez farkına bile varmazlar. İş her zaman için ön plandadır. Toplantıları problem-çözme mantığı içinde yürütürler ve "ver-al" taktiğini uygulurlar. Görüşmeler esnasında hızlı ve sonuca odaklı bir mantık yürüten iş adamları, görüşmelerde tıkanma olması halinde, çözüm olabilecek tüm alternatifleri ve seçenekleri ortaya çıkarmaya çaba sarf eder.

Şirket politikaları bakımından her konunun kuralı oluşturulur ve her seviyedeki uzmanlar da bu kurallara uyarlar. Ülkede iş ahlakı son derece kuvvetlidir. İş görüşmelerinde kişisel konuların tartışılmasından hoşlanmazlar.

ABD, dünyada iş davalarının en fazla yaşandığı ülkelerden birisidir. Her sektörde ve toplumun her bölümünde uzmanlaşmış avukatlara sahiptirler.

ABD'lilerle iş yaparken iş ortamındaki hiyerarşi, unvanlar ve dereceler önemli olmakla beraber ofis dışında hiç resmi olmayan bir tutum ve samimiyet sergilemek olağandır. Resmi olmayan ve insani ilişkilerde eşitlik olan konulara değer vermektedirler. Bu yüzden karşıdaki kişiyi rahatlatmak için statü kavramını ortadan kaldırma eğilimi içerisindedirler.

Amerikalılar karmaşık görüşmeleri safhalara bölerek yürütürler. Konuları ayırırlar ve belli bir zaman dilimi içerisinde tek bir konuyu işlerler. Görüşme ve

randevulara zamanında gitmek çok önemlidir. Özellikle büyük şehirlerde trafik çok büyük bir problem yaratmakta ve gecikmelere neden olabilmektedir. Bu nedenle, Amerika'daki randevulara biraz daha erkenden hazırlanmak ve eğer gecikilecekse, bu durumu karşı tarafa mutlaka bildirmek gerekmektedir.

Amerikan iş kültüründe giyim tarzı bölgesel olarak farklılıklar göstermektedir. Ülkenin bazı kesimlerinde özellikle Doğu bölgesinde herkes takım elbise giymektedir. Batı kıyıları gibi diğer yerlerde ise daha rahat elbiseler tercih edilmektedir. Ancak ülkenin her tarafında yönetici olan kişiler resmi bir biçimde giyinmelidir.

ABD Hazırgiyim Pazarında Dağıtım Kanalları ve Pazarlama

AC Nielsen Danışmanlık firmasının Turquality projesi çerçevesinde hazırlanan 'ABD Hazırgiyim Sektörü Pazar Araştırması' raporuna göre, uzmanlar ABD pazarına girmenin anahtarının doğru dağıtım kanalları olduğu konusunda hemfikirdir. ABD Hazırgiyim pazarına girişte kullanılan kanallar ile ilgili değerlendirmeler ise şöyledir:

- Çok katlı mağazalar en yüksek pazar varlığını sağlayan bir coğrafi dağılım sunmaktadır. Üst sınıf çok katlı mağazalara yerleştirilen moda ürünleri fark edilmektedir. Çok az marka, isim yapmak için öncesinde bir başka yerde bulunmadan kendi satış kanallarını kurmakta başarılı olmaktadır. Çok katlı mağazalar yeni markaları tanıtabilir ve onlara destek olabilir.
- Büyük perakende mağazaları, örneğin *Target*, *Wal-Mart* ve *Kmart*, anında çok büyük başarı sağlama potansiyeline sahiptirler. Bu mağazalar, her an uygun fiyatlı yeni ürünler arayan bir tüketici kitlesi oluşturmuş durumdadır.
- Uzman mağazalar, güçlü bir marka ve niş bir pazar oluşturmayı başarabilecek firmalar için iyi bir dağıtım kanalı seçeneğidir. Deneyimli bir profesyoneli (Seven For All Mankind veya Juicy Couture'dan birini) işe almak markayı tanıtmaya yardımcı olabilir. Yeni bir firma pazarlama, mağazalar açma ve endüstride doğru kişileri tanıma (Aracılar bu konuda yardımcı olabilir) gibi şeyler için zaman ayırmalıdır.
- Zincir mağazalar, örneğin *JCPenney* ve *Sears*, Türkiye'de üretilmiş ürünleri mağaza markaları altında sunabilir ve indirimli mağazaların üzerinde, çok katlı mağazaların biraz altında kalan bir fiyatlandırmayla ülke genelinde dağıtım sağlayabilir.
- İnternet büyümekte olan bir pazar ve daha geleneksel kanallarda bulunan giriş engellerinin bazılarını kaldırmaktadır. Firmaların elektronik medya ile doğrudan tüketiciye, küresel dünyaya ulaşmasını sağlamaktadır.

Kullanılan kanal ne olursa olsun hedeflenen tüketicileri ve perakendecileri, Amerikan pazarlama sistemini ve marka oluşturma sürecini anlamak önemlidir. Marka oluşumunun başlangıç aşamalarında reklam mutlaka yapılmalıdır.

ABD pazarına girerken aşılması gereken üç önemli engel mevcuttur:

- Rekabet;
- Doymuş pazar;
- Yeni ve bilinmeyene karşı genel direnç.

Perakendeciler yeni gelenlere destek olmamaktadır. Markalar, pazara yeni girenlere engel olabilecek perakendecilerle anlaşarak alanlarını korumaktadır. Daha küçük ve yeni firmalar, büyük markalarla lojistik kapasite açısından da rekabet etmek zorundadır (örneğin; yoğun dönemlerde kargo gemisi bulabilmek).

Pazara giriş için avantajlı olabilecek belli ürün grupları mevcut değildir. Denim pazarı doymuş durumda olup, tüketiciler tercih ettikleri markalara sadık kalmaktadır. Ancak bazı uzmanlara göre denim hâlâ pazara giriş için potansiyel bir fırsattır.

Belli bir ürün grubundan çok belli bir tüketici kesimini hedeflemek daha avantajlı olabilir. Bir başka olasılık da Amerikan yaşam tarzındaki akımları yakalayan bir ürün sunmak olabilir.

İhracatçılar etkin bir pazarlama için şunları yapmalı:

- Başlıca perakendecilerle ilişki kurmalı;
- Cazip paketler, ürün tasarımları, pazarlama, fiyatlandırma ve reklam amaçlı indirimler sunmalı;
- Mağaza içi etkinlikler yaratmalı;
- Dergilerle ortak tanıtımlar yapmalı;
- Marka fırsatlarını arttırmak için ticaret fuarlarına katılmalı;
- Pazarda güvenilirlik yaratmalı;
- Defilelere katılmalı;
- Ünlülerin markasını giymesini sağlamaya çalışmalı.

ABD Hazırgiyim Pazarında Trendler

Dünyanın en büyük pazarı olan ABD, hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe de tüketilen ürünlerin büyük bölümünü ithal etmekte olup, bu açıdan da dünyanın en önemli pazarlarının başında gelmektedir. Güncel verilere göre 2013 yılında 240 - 260 milyar dolar aralığında öngörülen ABD hazır giyim ve konfeksiyon pazarının, yıllık ortalama % 2 büyüme oranıyla 2025 yılında 290 - 310 milyar dolara yükselmesi öngörülmektedir.

ABD'de satılan hazır giyim ve konfeksiyon ürünlerinin % 97 – 98'inin ithal ürünlerden oluştuğu, bu ürünlerin yarıya yakınının Çin Halk Cumhuriyeti'nde üretildiği kaydedilmektedir. ABD hazır giyim tüketiminin büyük ölçüde ithal

ürünlerden oluşmasına rağmen, ABD hazır giyim sektörü halen ülkenin kayda değer sektörlerinden biri olup, 2,9 milyon Amerikalının ABD hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe çalıştığı öngörülmektedir.

2013 yılı verilerine göre, ABD’de kişi başı hazır giyim ve konfeksiyon tüketimi kişi başına yıllık 60 parça ürün ve 901 dolar harcamadan oluşmaktadır.

AC Nielsen Danışmanlık firmasının Turquality projesi çerçevesinde hazırlanan ‘ABD Hazır giyim Sektörü Pazar Araştırması’ raporuna göre ABD’nin hazır giyim pazarının birçok büyük avantajı mevcuttur. Başlıca avantajlarından biri çeşitli tüketici gruplarını hedefleyen çok sayıda farklı satış kanallarının bulunmasıdır. Konfeksiyon firmaları ve markalar, tüm tüketici gruplarına hitap edebilmek için farklı isimler altında daha geniş bir ürün çeşitliliği sunabilmektedir.

ABD pazarını diğer ülke pazarlarından ayıran yaratıcı bir bakış açısı vardır. Öncü fikirler (kumaş/malzemeler dâhil), teknikler ve teknolojiler sayesinde hazır giyim, denim ve deri sektörlerinde daha zengin çeşitliliğe sahip bir pazar oluşmaktadır.

Söz konusu rapora göre hazır giyim, denim ve deri sektörlerinde önemli bir satış gücüne ve dünyanın en başarılı üretim/perakendeci firmalarından bazılarında sahip olan ABD güvenilir bir pazardır. Uzmanlar, Amerikalıların dünyadaki tüm kültür veya ülkelerden daha çok hazır giyim kullandığını, bu nedenle ciro ve gelecekteki fırsatlar açısından ABD’nin cazip bir pazar olduğunu düşünmektedir.

Öte yandan, ABD konfeksiyon pazarını etkileyen belli ortak sorunlar da mevcuttur. Uzmanlara göre tüm satış kanallarında ürünlerin farklılaşmama sorunu ve mağaza doygunluğu yaygınlaşmaktadır. Görünen o ki ABD, ihtiyacından fazlasını ithal etmekte, mağaza ve satış noktalarını aşırı doldurmakta ve alışverişi yorucu hale getirmektedir.

Söz konusu raporda, ABD’ye süregelen küresel insan akını ve tüketici yoğunluğu nedeniyle artmakta olan çeşitliliğin bu pazara girmek isteyen firmalarca dikkate alınması gerektiğinin altını çizmektedir. Hazır giyimdeki bu küreselleşme, ABD’yi zengin koleksiyonlara uygun bir pazar olarak gören başka markalarla daha çok rekabet etmeyi gerektirebilir.

Rapora göre ABD’de taklit ürünler dâhil olmak üzere ikinci el konfeksiyonun bir suç olarak görülmesi ABD’yi kendi markalarını korumakta çok güçlü kılmaktadır. Donanımlı ve bu pazarın farkında olan ABD gümrüğü bu taklitçileri tespit etmektedir. Ancak perakendeciler çoğu zaman sattıkları ürünlerden bazılarının sahte ya da taklit olduğunun farkında değildir.

II. ABD DIŞ TİCARETİ

Yıllar İtibariyle Genel İhracat ve İthalat

2013 yılında ABD'nin genel ihracatı yaklaşık 1,58 trilyon dolar, genel ithalatı ise 2,33 trilyon dolar olarak gerçekleşmiştir. 2008 yılından 2013 yılına kadarki altı yıllık süreçte ABD'nin dış ticaretine ilişkin veriler aşağıdaki tabloda izlenebilir.

Tablodan da görüleceği üzere 2009 yılında tüm dünyayı etkileyen küresel kriz, ABD'nin dış ticaretinin küçülmesine yol açmıştır. 2008 yılına göre 2009 yılında ABD'nin ihracatı %18,7 gerilerken, ithalatı da %26 oranında küçülmüştür.

Küresel ekonomik krizin etkisini yitirmesiyle 2009'u takip eden yıllarda ABD'nin dış ticareti tekrar eski seviyesini yakalamış ve geçmiştir.

2012 yılı sonu itibariyle ise ihracattaki artış oranı küçülmeye başlarken, 2013 yılında ihracat sadece %2,1 oranında artmıştır. İthalatta da benzer bir durum yaşanmış, ABD'nin genel ithalatı 2013 yılını %0,2 gerilemeyle kapatmıştır.

ABD'NİN GENEL DIŞ TİCARETİ				
Birim 1000 ABD \$				
YILLAR	İHRACAT	DEĞİŞİM %	İTHALAT	DEĞİŞİM %
2008	1.299.898.877	-	2.164.834.031	-
2009	1.056.712.078	-18,7	1.601.895.815	-26,0
2010	1.277.109.162	20,9	1.966.496.750	22,8
2011	1.479.730.169	15,9	2.262.585.634	15,1
2012	1.545.565.186	4,4	2.333.805.233	3,1
2013	1.578.001.362	2,1	2.328.328.633	-0,2

Kaynak: Trademap / ITC

En Çok İhraç Edilen Ürünler

2013 yılında ABD'nin en fazla ihraç ettiği ürünler Fası 84 kapsamındaki nükleer reaktörler, kazanlar, makineler, Fası 85 kapsamındaki elektrikli makine ve cihazlar, Fası 27 kapsamındaki mineral yakıtlar, mineral yağlar, Fası 87 kapsamındaki motorlu kara taşıtları ile Fası 88'de yer alan hava ve uzay taşıtlarıdır.

Söz konusu ürünlere ilişkin rakamsal bilgiler aşağıdaki tabloda verilmektedir.

ABD'NİN EN ÇOK İHRAC ETTİĞİ ÜRÜNLER			
İLK 5 ÜRÜN GRUBU / 2013			
<i>Birim: 1.000 \$</i>			
FASIL NO	TANIM	DEĞER \$	PAY %
84	NÜKLEER REAKTÖRLER, KAZANLAR, MAKİNALAR	213.108.199	13,5
85	ELEKTRİKLİ MAKİNA VE CİHAZLAR	165.604.449	10,5
27	MİNERAL YAKITLAR, MİNERAL YAĞLAR	148.426.743	9,4
87	MOTORLU KARA TAŞITLARI	133.640.479	8,5
88	HAVA TAŞITLARI, UZAY TAŞITLARI	115.380.944	7,3
	TOPLAM	1.578.001.362	100,0
<i>Kaynak: Trademap / ITC</i>			

En Çok İthal Edilen Ürünler

ABD'nin en çok ithal ettiği ürünlerin başında Fası 27 kapsamındaki mineral yakıtlar gelmektedir.

Fası 84 kapsamındaki nükleer reaktörler, kazanlar, makineler, Fası 85'de yer alan elektrikli makine ve cihazlar, Fası 87 kapsamındaki motorlu kara taşıtları ile Fası 90'da yer alan optik aletler, fotoğraf makinaları, teknik ve medikal cihazlar diğer en fazla ithal edilen ürünler olarak sıralanmaktadır.

ABD'NİN EN ÇOK İTHAL ETTİĞİ ÜRÜNLER			
İLK 5 ÜRÜN GRUBU / 2013			
<i>Birim: 1.000 \$</i>			
FASIL NO	TANIM	DEĞER \$	PAY %
27	MİNERAL YAKITLAR, MİNERAL YAĞLAR	389.285.456	16,7
84	NÜKLEER REAKTÖRLER, KAZANLAR, MAKİNALAR	311.181.420	13,4
85	ELEKTRİKLİ MAKİNA VE CİHAZLAR	303.543.837	13,0
87	MOTORLU KARA TAŞITLARI	253.254.440	10,9
90	OPTİK ALETLER, FOTOĞRAF MAKİNALARI, TEKNİK VE MEDİKAL CİHAZLAR, V.B.	72.124.059	3,1
	TOPLAM	2.328.328.633	100,0
<i>Kaynak: Trademap / ITC</i>			

En Çok İhracat Yapılan Ülkeler

2013 yılı itibariyle ABD'nin en çok ihracat gerçekleştirdiği ülke Kanada'dır. Anılan dönemde Kanada'ya 300,2 milyar dolarlık ihracat yapılmıştır.

Meksika, Çin, Japonya ve İngiltere, ABD'nin en çok ihracat gerçekleştirdiği diğer ülkeler olarak sıralanmaktadır.

ABD'nin en çok ihracat yaptığı ilk 10 ülkeye toplam ihracatın %62'si yönelmiş durumdadır.

Türkiye ABD'nin en fazla ihracat yaptığı 26'ncı ülkedir. 2013 yılında ABD'den Türkiye'ye 2012 yılına göre %3,7 oranında gerileme ile 12,1 milyar dolar değerinde ihracat gerçekleştirilmiştir. Türkiye, ABD'nin toplam ihracatından %0,8 oranında pay almaktadır.

En fazla ihracat yapılan 10 ülkeye ilişkin veriler aşağıdaki tabloda görülebilir.

ABD'NİN EN ÇOK İHRACAT YAPTIĞI ÜLKELER				
Birim:1000 \$				
	2012	2013	DEĞİŞİM %	PAY %
KANADA	291.674.880	300.175.625	2,9	19,0
MEKSİKA	216.330.837	226.152.896	4,5	14,3
ÇİN	110.590.058	122.016.245	10,3	7,7
JAPONYA	70.042.648	65.142.508	-7,0	4,1
İNGİLTERE	54.810.181	47.346.331	-13,6	3,0
ALMANYA	48.354.852	46.944.882	-2,9	3,0
BREZİLYA	43.717.140	44.115.969	0,9	2,8
HOLLANDA	40.678.853	42.652.489	4,9	2,7
HONG KONG	37.445.660	42.431.219	13,3	2,7
GÜNEY KORE	42.317.910	41.554.498	-1,8	2,6
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	955.963.019	978.532.662	2,4	62,0
TÜRKİYE	12.527.297	12.066.554	-3,7	0,8
DÜNYA TOPLAMI	1.545.565.186	1.578.001.362	2,1	100,0

Kaynak: Trademap / ITC

En Çok İthalat Yapılan Ülkeler

2013 yılında ABD'nin en çok ithalat gerçekleştirdiği ülkelerin başında, 460 milyar dolarlık ithalat ile Çin gelmektedir.

Kanada, Meksika, Japonya ve Almanya, ABD'nin ithalatında öne çıkan diğer ülkelerdir.

Türkiye, ABD'nin en fazla ithalat yaptığı 41'inci ülke olarak sıralanmaktadır. 2013 yılında Türkiye'den 7 milyar dolarlık ithalat gerçekleştirilmiş olup ABD'nin Türkiye'den yaptığı ithalat 2012 yılına kıyasla %6,3 oranında artmıştır.

ABD'nin en fazla ithalat yaptığı 10 ülkeye ait veriler, aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

ABD'İN EN ÇOK İTHALAT YAPTIĞI ÜLKELER

Birim: 1.000 \$	2012	2013	DEĞİŞİM %	PAY %
ÇİN	444.407.150	460.007.638	3,5	19,8
KANADA	327.482.230	336.685.686	2,8	14,5
MEKSİKA	280.017.206	283.043.473	1,1	12,2
JAPONYA	150.401.123	142.148.497	-5,5	6,1
ALMANYA	110.602.812	116.913.838	5,7	5,0
GÜNEY KORE	60.978.952	64.989.601	6,6	2,8
İNGİLTERE	55.933.421	53.588.787	-4,2	2,3
SUUDİ ARABİSTAN	57.327.164	53.098.032	-7,4	2,3
FRANSA	42.488.402	46.339.864	9,1	2,0
HİNDİSTAN	41.910.217	43.342.290	3,4	1,9
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	1.571.548.677	1.600.157.706	1,8	68,7
TÜRKİYE	6.604.686	7.017.804	6,3	0,3
DÜNYA TOPLAMI	2.333.805.233	2.328.328.633	-0,2	100,0

Kaynak: Trademap / ITC

III. ABD’NİN HAZIRGIYİM VE KONFEKSİYON DIŞ TİCARETİ

ABD’nin Hazırgiyim ve Konfeksiyon Dış Ticareti

2008-2013 yılları arası beş yıllık dönemde ABD’nin hazırgiyim ve konfeksiyon dış ticareti incelendiğinde küresel ekonomik krizin etkisi ile 2009 yılında hem ihracat hem de ithalatta azalış görölmektedir.

2010 ve 2011 yıllarında hem ihracatta hem de ithalatta artışlar görölürken 2012 yılında yalnızca ihracatta %6,9 oranında artış olmuş, ABD’nin genel ithalatı ise 2012 yılında 2011 yılına göre %0,6 oranında gerilemiştir.

2013 yılında ise ABD’nin hazırgiyim ve konfeksiyon ihracatı bir önceki yıla kıyasla %5,6 oranında artarken, hazırgiyim ve konfeksiyon ithalatı ise %4,1 oranında artmıştır.

Değer olarak 2013 yılı sonunda ABD’nin hazırgiyim ve konfeksiyon ihracatı 7,2 milyar dolar, ithalatı ise 97,2 milyar dolar olmuştur. Rakamlarda da görüleceği üzere ABD, hazırgiyim ve konfeksiyon sektöründe net bir ithalatçı konumdadır.

ABD’NİN HAZIRGIYİM VE KONFEKSİYON DIŞ TİCARETİ				
<i>Birim 1000 ABD \$</i>				
YILLAR	İHRACAT	DEĞİŞİM %	İTHALAT	DEĞİŞİM %
2008	5.202.018	-	87.373.865	-
2009	4.984.840	-4,2	76.703.639	-12,2
2010	5.635.480	13,1	87.501.284	14,1
2011	6.332.112	12,4	93.980.133	7,4
2012	6.766.022	6,9	93.409.936	-0,6
2013	7.146.924	5,6	97.229.047	4,1

Kaynak: Trademap / ITC

ABD'nin En Çok Hazırgiyim ve Konfeksiyon İthalatı Yaptığı Ülkeler

2013 yılı itibariyle ABD'nin en fazla hazır giyim ve konfeksiyon ithal ettiği ilk beş ülke Çin, Vietnam, Hindistan, Bangladeş ve Endonezya olarak sıralanmaktadır.

ABD'nin Çin'den gerçekleştirdiği hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı 2013 yılında 38,9 milyar dolar değerindedir. Çin, ABD'nin toplam hazır giyim ve konfeksiyon ithalatından aldığı %40 pay ile söz konusu ülkenin bir numaralı hazır giyim ve konfeksiyon tedarikçisi konumundadır.

Türkiye ABD'nin en çok hazır giyim ve konfeksiyon ithal ettiği 23'üncü ülke konumundadır. 2013 yılında, ABD tarafından Türkiye'den 631 milyon dolar değerinde hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı gerçekleştirilmiş olup, ithalat 2012 yılına göre %4,1 artmıştır. Türkiye, ABD hazır giyim ve konfeksiyon pazarından %0,6 oranında pay almaktadır.

ABD'NİN EN ÇOK HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İTHALATI YAPTIĞI ÜLKELER				
Birim:1000 \$	2012	2013	DEĞİŞİM %	PAY %
ÇİN	37.611.678	38.868.039	3,3	40,0
VİETNAM	7.390.962	8.483.601	14,8	8,7
HİNDİSTAN	5.265.937	5.612.336	6,6	5,8
BANGLADEŞ	4.708.838	5.242.963	11,3	5,4
ENDONEZYA	5.185.589	5.231.191	0,9	5,4
MEKSİKA	4.603.640	4.599.719	-0,1	4,7
PAKİSTAN	2.930.622	2.981.260	1,7	3,1
KAMBOÇYA	2.665.027	2.677.991	0,5	2,8
HONDURAS	2.740.708	2.665.283	-2,8	2,7
EL SALVADOR	1.911.054	1.926.302	0,8	2,0
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	75.014.055	78.288.685	4,4	80,5
TÜRKİYE	628.175	630.964	0,4	0,6
DÜNYA TOPLAMI	93.409.936	97.229.047	4,1	100,0

Kaynak: Trademap / ITC

ABD'nin En Çok İthal Ettiği Hazırgiyim ve Konfeksiyon Ürünleri

2013 yılında ABD'nin ithal ettiği hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri incelendiğinde, dünyadan en fazla 6110 GTİP kapsamında yer alan kazak, süveter, hırka v.b. (örme) ithal ettiği tespiti yapılmıştır. Söz konusu ürünlerin ithalat değeri 14,9 milyar dolar olurken, ABD toplam hazır giyim ve konfeksiyon ithalatının %15,3'üne karşılık gelmektedir.

En çok ithal ettiği diğer ürünler 11,2 milyar dolar ithalat değeri ile 6204 GTİP kapsamında yer alan kadınlar ve kız çocukları için dokuma takım elbiseler, ceketler, etekler v.b., 9,1 milyar dolar ithalat değeri ile 6203 GTİP kapsamında yer alan erkek ve erkek çocuklar için takım elbiseler, ceketler, blezerler v.b. ve 5,7 milyar dolar ithalat değeri ile 6104 GTİP kapsamında yer alan kadın ve kız çocuklar için takım elbiseler, takımlar, ceketler, pantolonlar vs. ve 5,5 milyar dolar ithalat değeri ile 6109 GTİP kapsamında yer alan örme tişörtler, fanilalar ve diğer iç giyim eşyaları olarak sıralanmaktadır.

ABD'NİN EN ÇOK İTHAL ETTİĞİ HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON ÜRÜNLERİ			
2013			
Birim 1000 \$			
DÖRTLÜ GTİP NO	TANIM	DEĞER \$	PAY
6110	KAZAK, SÜVETER, HIRKA, YELEK VB. EŞYA (ÖRME)	14.874.793	15,3
6204	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM, TAKIM ELBİSE, CEKET VS.	11.157.622	11,5
6203	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN TAKIM, TAKIM ELBİSE, CEKET VS.	9.049.364	9,3
6104	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, PANTOLON VS. (ÖRME)	5.699.527	5,9
6109	TİŞÖRT, FANILA, DİĞER İÇ GİYİM EŞYASI (ÖRME)	5.498.456	5,7
6302	YATAK ÇARŞAFI, MASA ÖRTÜLERİ, TUVALET, MUTFAK BEZLERİ	5.411.682	5,6
6307	DİĞER HAZIR EŞYA (ELBİSE PATRONLARI DAHİL)	3.845.193	4,0
6205	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN GÖMLEK	3.785.344	3,9
6108	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN İÇ VE GECE GİYİM EŞYASI (ÖRME)	3.093.739	3,2
6206	KADINLAR İÇİN BLUZ VE GÖMLEK	2.858.356	2,9
	ABD'NİN TOPLAM KONFEKSİYON İTHALATI	97.229.046	100,0

Kaynak: ITC - Trademap

ABD'nin Tekstil Dış Ticareti

2008 ve 2013 yılları arasında altı yıllık süreçte yalnızca küresel krizin etkisi ile 2009 yılında ABD'nin hem tekstil ihracatında hem de ithalatında ciddi düşüşler kaydedilmiştir.

2009 yılında %23,2 düşüş görülen ABD tekstil ihracatı 2010 yılında %35,5, 2011 yılında ise %25,9 oranında artmıştır. Bununla birlikte 2012 yılında, 2011 yılına göre %12,5 oranında düşen ABD'nin tekstil ihracatı 2013 yılını da %0,8 oranında düşüşle kapatmış ve 18,5 milyar dolara gerilemiştir.

ABD'nin tekstil ithalatı ise 2009'u takip eden yıllarda düzenli olarak artmış ve 2013 yılını %1,4 oranında artışla 12,2 milyar dolara yükselerek kapatmıştır.

ABD'NİN TEKSTİL DIŞ TİCARETİ				
Birim 1000 ABD \$				
YILLAR	İHRACAT	DEĞİŞİM %	İTHALAT	DEĞİŞİM %
2008	16.279.427	-	11.106.488	-
2009	12.498.401	-23,2	8.464.548	-23,8
2010	16.936.878	35,5	10.533.440	24,4
2011	21.319.291	25,9	11.974.381	13,7
2012	18.661.049	-12,5	12.067.275	0,8
2013	18.503.396	-0,8	12.236.273	1,4

Kaynak: Trademap / ITC

IV. TÜRKİYE – ABD DIŞ TİCARET İLİŞKİLERİ

Türkiye - ABD Genel Dış Ticareti

9,8 milyon km² yüzölçümü ve 316 milyon nüfusu ile dünyanın en büyük ülkelerinden ve ekonomilerinden biri olan ABD, coğrafi uzaklığa rağmen Türkiye'nin yoğun ticari ilişkide olduğu ülkelerden önemli bir ticari partnerdir.

İki ülke arasındaki genel dış ticaret hacmi (genel ihracat + ithalat) 2013 yılında 18,2 milyar dolar düzeyinde olmuş; 2014 yılının Ocak-Kasım döneminde ise 17,3 milyar doları geçmiştir. 2014 yılının Ocak-Kasım dönemi itibarıyla ABD, Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı 6'ncı ülke ve en fazla ithalat yaptığı 4'üncü ülkedir. İki ülke arasındaki ticaret, ABD lehine gelişim göstermektedir.

2013 yılında 151,8 milyar dolar değerinde gerçekleşen Türkiye genel ihracatında, ABD'nin 5,6 milyar dolar ile %3,7'lik bir payı bulunmaktadır. 2013 yılında Türkiye'nin genel ihracatı 2012 yılına kıyasla %0,4 oranında azalırken, ABD'ye ihracat %0,6 oranında artmıştır. Bu durumda 2013 yılında ABD'nin Türkiye genel ihracatından aldığı pay, 2012 yılındaki oranı olan %3,7 düzeyini korumuştur.

2013 yılının Ocak-Kasım döneminde ise, Türkiye genel ihracatı 2013 yılının ilk onbir ayına kıyasla %4,2 oranında artışla 144,5 milyar dolar olmuş, ABD'ye ihracat ise %10,6 oranında artışla 5,6 milyar dolara yükselmiştir. ABD'ye yapılan ihracatın artış oranının, genel ihracattaki artış oranından daha büyük olması nedeniyle, Türkiye'den ABD'ye yapılan ihracatın genel ihracattaki payı %3,7'den %3,9'a yükselmiştir. ABD, Türkiye'nin ihracat yaptığı 238 ülke içerisinde Almanya, Irak, İngiltere, İtalya ve Fransa'nın ardından 6'ncı sıradadır.

İthalat söz konusu olduğunda, 2013 yılında 251,7 milyar dolar değerinde olan Türkiye genel ithalatında, ABD'den yapılan 12,6 milyar dolarlık ithalatın payı, %5 olarak hesaplanmaktadır. 2013 yılında 2012 yılına kıyasla ABD'den yapılan ithalat %10,9 oranında azalmıştır. Türkiye genel ithalatının %6,4 oranında artması neticesinde, ABD'den yapılan ithalatın Türkiye'nin genel ithalatındaki payı %6'dan %5'e gerilemiştir.

2014 yılının Ocak-Kasım döneminde ise, Türkiye'nin ABD'den genel ithalatı 2013 yılının eş dönemine kıyasla %0,5 oranında artmış ve 11,6 milyar dolara yükselmiştir. İlk onbir aylık dönemde Türkiye'nin genel ithalatında ise %3,5'lik düşüş görülmüş ve 2013 yılının Ocak-Kasım döneminde %5,1 olan ABD'den yapılan ithalatın genel ithalattaki payı %5,3'e yükselmiştir. ABD, 2014 yılının Ocak-Kasım döneminde Türkiye'nin ithalat yaptığı 237 ülke arasında

Rusya Federasyonu, Çin ve Almanya'nın ardından 4'üncü sırada yer almaktadır.

2013 yılında 18,2 milyar dolar olan Türkiye-ABD dış ticaret hacminin 1,7 milyar dolar ile %9,4'lük kısmını tekstil ve konfeksiyon dış ticareti oluşturmaktadır.

Türkiye'nin ABD ile genel dış ticaretini, hazır giyim ve konfeksiyon ile tekstil ticaretini birlikte değerlendiren bir tablo, aşağıda yer almaktadır.

TÜRKİYE - ABD TİCARİ İLİŞKİLERİ						
Birim: \$						
	2012	2013	DEĞİŞİM	2013	2014	DEĞİŞİM
	YILLIK	YILLIK	%	OCAK - KASIM	OCAK - KASIM	%
ABD'YE İHRACAT	5.604.232.368	5.640.246.710	0,6	5.099.429.532	5.640.848.057	10,6
TÜRKİYE GENEL İHRACAT	152.461.736.556	151.802.637.087	-0,4	138.627.779.627	144.485.293.806	4,2
ABD'İN PAYI %	3,7	3,7		3,7	3,9	
ABD'DEN İTHALAT	14.130.546.105	12.596.170.407	-10,9	11.551.880.911	11.611.762.138	0,5
TÜRKİYE GENEL İTHALAT	236.545.140.909	251.661.250.110	6,4	228.522.219.493	220.450.411.361	-3,5
ABD'İN PAYI %	6,0	5,0		5,1	5,3	
ABD'YE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI	448.516.894	443.272.087	-1,2	409.173.636	425.083.260	3,9
TÜRKİYE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI	15.753.400.255	17.150.270.228	8,9	15.740.078.211	17.161.452.564	9,0
ABD'İN PAYI %	2,8	2,6		2,6	2,5	
ABD'DEN HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İTHALATI	13.892.123	20.329.023	46,3	18.722.720	16.534.550	-11,7
TÜRKİYE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İTHALATI	2.502.472.382	2.971.397.265	18,7	2.749.784.580	2.855.641.730	3,8
ABD'İN PAYI %	0,6	0,7		0,7	0,6	
ABD'YE TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İHRACATI	284.423.397	309.069.415	8,7	283.114.266	295.108.778	4,2
TÜRKİYE TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İHRACATI	7.749.225.552	8.367.973.140	8,0	7.708.069.194	7.908.022.106	2,6
ABD'İN PAYI %	3,7	3,7		3,7	3,7	
ABD'DEN TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İTHALATI	726.166.466	950.344.995	30,9	911.114.186	959.673.334	5,3
TÜRKİYE TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İTHALATI	8.674.485.448	9.301.562.715	7,2	8.530.375.332	8.958.831.368	5,0
ABD'İN PAYI %	8,4	10,2		10,7	10,7	

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Ocak 2015

Türkiye'nin ABD'ye genel ihracatı, 2009 yılından 2013 yılı sonuna kadar yıllık bazda %0,6 ile %22,3 arasında değişen oranlarda artmıştır.

2009 yılında 3,2 milyar dolar olan ihracat yıllar içinde artarak, 2013 yılında 5,6 milyar dolara yükselmiştir. Türkiye'den ABD'ye 2014 yılının Ocak-

Kasım döneminde ise 2013 yılının eş dönemine kıyasla %10,6 oranında artışla, 5,6 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirilmiştir.

Yıllık artışlara bakıldığında ABD'ye ihracatta 2012 yılı %22,3 ile en yüksek oranlı ihracat artışının görüldüğü yıl olmuştur. 2010 ve 2011 yıllarındaki %16,8 ve %21,8 oranındaki artışlar da, diğer yüksek oranlı artışlar olarak dikkat çekmektedir.

2009 yılından 2014 yılının Kasım ayı sonuna kadar olan süreçte, Türkiye ile ABD arasında dış ticarete ilişkin veriler, aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

TÜRKİYE - ABD DIŞ TİCARETİ				
Birim: \$				
YILLAR	GENEL İHRACAT	YILLIK DEĞİŞİM (%)	GENEL İTHALAT	YILLIK DEĞİŞİM (%)
2009	3.222.821.024		8.575.737.462	
2010	3.762.919.487	16,8	12.318.745.136	43,6
2011	4.584.028.933	21,8	16.034.120.617	30,2
2012	5.604.232.368	22,3	14.130.546.105	-11,9
2013	5.640.246.710	0,6	12.596.170.407	-10,9
2013 OCAK - KASIM	5.099.429.532		11.551.880.911	
2014 OCAK - KASIM	5.640.848.057	10,6	11.611.762.138	0,5

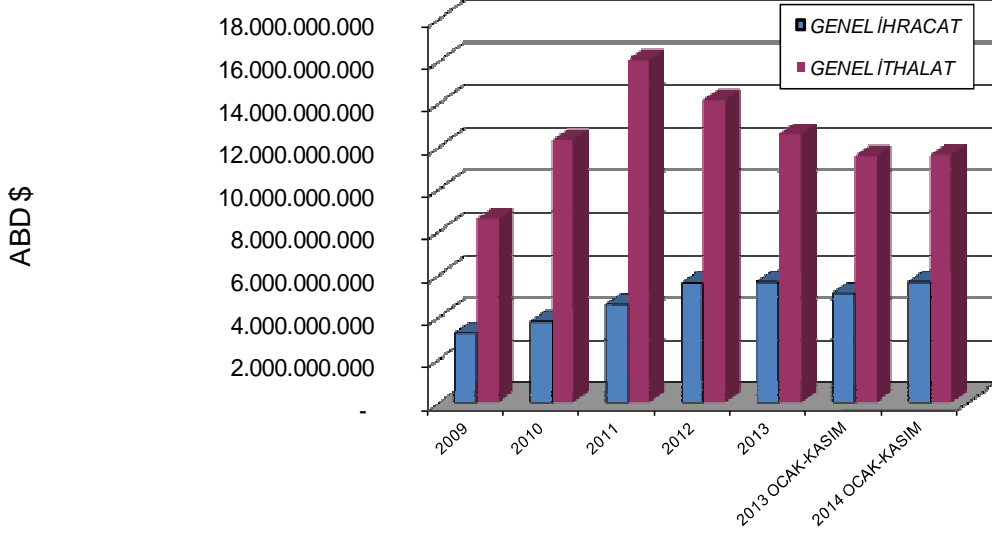
Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Ocak 2015

Diğer yandan, 2009 yılında 8,6 milyar dolar olan ABD'den ithalatın değeri, 2013 yılı sonu itibariyle yıllar içinde artıp azalarak 12,6 milyar dolara yükselmiştir. Yıllar itibariyle ithalatta, 2010 yılında %43,6 ve 2011 yılında %30,2 artışlar görülürken 2012 yılında %11,9'luk ve 2013 yılında %10,9'luk düşüşler kaydedilmiştir.

2013 Ocak-Kasım dönemindeki ise Türkiye'nin ABD'den ithalatı %0,5 oranında artarak 11,6 milyar dolara yükselmiştir.

ABD'den ithalatın 2009-2013 yılları arasında hesaplanan yıllık ortalama artış oranı %12,8 düzeyindedir. Bu oran, yıllık ortalama ihracat artış oranından (%15,4) düşük düzeydedir.

TÜRKİYE - ABD DIŞ TİCARETİ
2009 - 2013 YILLIK ve 2013-2014 OCAK - KASIM



Türkiye'nin ABD'ye ihracatı tüm maddeler itibariyle incelendiğinde, 2014 Ocak-Kasım döneminde en fazla ihraç edilen mamullerin başında 7214 GTİP başlıklı demir veya alaşımsız çelikten çubukların geldiği görülmektedir.

6802 GTİP başlıklı yontulmaya veya inşaata elverişli işlenmiş taşlar, 7208 GTİP başlıklı demir veya alaşımsız çelikten yassı hadde ürünleri, 8803 GTİP başlıklı 88.01 ve 88.02 pozisyonlarındaki hava taşıtlarının aksam ve parçaları, diğer önde gelen ihracat kalemlerindedir.

Türkiye'nin ABD'ye en fazla ihraç ettiği mamuller ile bu ülkeden en fazla ithal ettiği ürünlerin birer listesi aşağıda yer almaktadır.

TÜRKİYE'NİN ABD'YE GENEL İHRACATI					
EN FAZLA İHRAÇ EDİLEN İLK 10 ÜRÜN					
Birim: ABD \$					
GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2013	2014	DEĞİŞİM %	TOPLAMDA
		OCAK - KASIM	OCAK - KASIM		PAY %
7214	DEMİR VEYA ALAŞIMSIZ ÇELIKTEN ÇUBUKLAR (DÖVÜLMÜŞ, SICAK HADDELENMİŞ, HADDELEME İŞLEMİNDEN SONRA	293.494.597	439.035.739	50	7,8
6802	YONTULMAYA VEYA İNŞAATA ELVERİŞLİ İŞLENMİŞ TAŞLAR (KAYAGAN TAŞI HARIÇ), MOZİK İÇİN KÜP ŞEKLİNDE TAŞL	266.401.262	290.640.375	9	5,2
7208	DEMİR VEYA ALAŞIMSIZ ÇELIKTEN YASSI HADDE ÜRÜNLERİ (GENİŞLİK >= 600 MM) (SICAK HADDELENMİŞ) (KAPLANM	31.428.691	253.940.607	708	4,5
8803	88.01 VE 88.02 POZİSYONLARINDAKİ HAVA TAŞITLARININ AKSAM VE PARÇALARI	192.717.784	231.967.809	20	4,1
8411	TURBOJETLER, TURBOPROPELLERLER VE DİĞER GAZ TÜRBİNLERİ	169.008.598	205.831.252	22	3,6
7306	DEMİR VEYA ÇELIKTEN DİĞER İNCE VE KALIN BORULAR VE İÇİ BOŞ PROFİLLER	188.593.749	201.616.244	7	3,6
5702	DOKUNMUŞ HALILAR VE DOKUMAYA ELVERİŞLİ MADDELERDEN DİĞER YER KAPLAMALARI	147.890.403	190.090.125	29	3,4
8708	KARAYOLU TAŞITLARI İÇİN AKSAM, PARÇA VE AKSESUARLAR	100.946.576	170.528.005	69	3,0
2401	YAPRAK TÜTÜN VE TÜTÜN DÖKÜNTÜLERİ	112.946.071	164.346.869	46	2,9
6302	YATAK ÇARŞAFI, MASA ÖRTÜLERİ, TUVALET VE MUTFAK BEZLERİ	143.123.244	163.174.607	14,0	2,9
İLK 10 ÜRÜN TOPLAMI		1.646.550.975	2.311.171.632	40	41,0
ABD'YE GENEL İHRACAT		5.099.429.532	5.640.848.057	11	100,0
İLK 10 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		32	41		

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Ocak 2015

İki ülke arasındaki genel ticaret, ithal edilen ürünler detayında incelendiğinde ise, 7204 GTİP başlıklı dökme demir ile demir ve çeliğin döküntü ve hurdaları, 8802 GTİP başlıklı helikopterler, uçaklar ve uzay araçları, 5201 GTİP başlıklı karde edilmemiş veya penyelenmemiş pamuk lifleri, 2701 GTİP başlıklı taşkömürü ve 1201 GTİP başlıklı soya fasülyesi, 2014 Ocak-Kasım döneminde en fazla ithal edilen ürünler olarak görülmektedir.

TÜRKİYE'NİN ABD'DEN GENEL İTHALATI					
EN FAZLA İTHAL EDİLEN İLK 10 ÜRÜN					
Birim: ABD \$					
GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2013	2014	DEĞİŞİM %	TOPLAMDA
		OCAK - KASIM	OCAK - KASIM		PAY %
7204	DÖKME DEMİRİN, DEMİRİN VEYA ÇELİĞİN DÖKÜNTÜ VE HURDALARI VEYA BUNLARIN ERİTİLMESİ İLE ELDE DİLMİŞ KÜ	1.898.707.758	1.436.180.189	-24	12,4
8802	HELİKOPTERLER, UÇAKLAR VB; UZAY ARAÇLARI (UYDULAR DAHİL), UZAY ARAÇLARINI FIRLATICI ARAÇLAR VE YÖRÜN	685.076.715	1.098.407.532	60	9,5
5201	PAMUK (KARDE EDİLMEMİŞ VEYA PENYELENMEMİŞ)	835.415.860	887.476.830	6	7,6
2701	TAŞKÖMÜRÜ; TAŞKÖMÜRÜNDEN ELDE EDİLEN BRİKETLER, TOPAK VB. KATI YAKITLAR	500.183.963	512.654.881	2	4,4
3004	TEDAVIDE VEYA KORUNMADA KULLANILMAK ÜZERE HAZIRLANAN İLAÇLAR (DOZLANDIRILMIŞ)	343.031.319	389.412.104	14	3,4
2713	PETROL KOKU, PETROL BİTÜMENİ VE PETROL YAĞLARININ VEYA BİTÜMENLİ MİNERALLERDEN ELDE EDİLEN YAĞLARIN	199.022.449	272.359.486	37	2,3
8411	TURBOJETLER, TURBOPROPELLERLER VE DİĞER GAZ TÜRBİNLERİ	166.081.881	270.174.977	63	2,3
9018	TIPTA, CERRAHİDE, DIŞÇİLİKTE VE VETERİNERLİKTE KULLANILAN ALET VE CİHAZLAR	189.031.113	237.948.955	26	2,0
1201	SOYA FASULYESİ	208.110.991	218.092.481	5	1,9
2710	PETROL YAĞLARI VE BİTÜMENLİ MİNERALLERDEN ELDE EDİLEN YAĞLAR	269.648.403	205.812.352	-24	1,8
İLK 10 ÜRÜN TOPLAMI		5.294.310.452	5.528.519.787	4	47,6
ABD'DEN GENEL İTHALAT		11.551.880.911	11.611.762.138	1	100,0
İLK 10 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		46	48		

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Ocak 2015

Türkiye'nin Genel Ticaretinde ABD'nin Yeri

2014 yılının Ocak-Kasım döneminde Türkiye'den dünyanın dört bir yanında 238 ülkeye 144,5 milyar dolarlık ihracat ve 237 ülkeden 220,5 milyar dolarlık ithalat yapılmıştır. ABD en fazla ihracat yapılan ülkeler sıralamasında Almanya, Irak, İngiltere, İtalya ve Fransa'nın ardından 6'ncı sıradadır. ABD'ye 2014 Ocak-Kasım döneminde %10,6 artışla 5,6 milyar dolarlık ihracat yapılmıştır. Bu ülkenin Türkiye genel ihracatından aldığı pay %3,9'dur.

İthalat boyutunda ise ABD, Rusya Federasyonu, Çin ve Almanya'nın ardından 4'üncü büyük tedarikçi ülkedir. 2014 Ocak-Kasım döneminde ABD'den yapılan ithalat %0,5 oranında artışla 11,6 milyar dolar olmuştur. Genel ithalatta ABD'den yapılan ithalatın payı %5,3 düzeyindedir.

ABD'nin Türkiye genel ihracatında ve ithalatında yerini gösteren tablolar aşağıda verilmektedir.

TÜRKİYE'NİN EN FAZLA İHRACAT YAPTIĞI ÜLKELER				
<i>Birim: ABD \$</i>				
ÜLKELER	2013	2014	DEĞİŞİM %	TOPLAMDA
	OCAK - KASIM	OCAK - KASIM		PAY %
ALMANYA	12.540.207.016	13.998.347.915	11,6	9,7
IRAK	10.730.526.072	9.787.975.243	-8,8	6,8
İNGİLTERE	8.068.722.776	9.160.310.994	13,5	6,3
İTALYA	6.149.640.280	6.570.522.532	6,8	4,5
FRANSA	5.815.605.093	5.882.614.792	1,2	4,1
A.B.D.	5.099.429.532	5.640.848.057	10,6	3,9
RUSYA FEDERASYONU	6.417.126.290	5.521.885.783	-14,0	3,8
İSPANYA	3.947.189.521	4.369.280.198	10,7	3,0
B.A.E.	4.569.158.539	4.299.992.362	-5,9	3,0
İRAN	3.915.807.463	3.412.065.411	-12,9	2,4
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	67.253.412.582	68.643.843.287	2,1	47,5
TÜRKİYE'NİN TOPLAM İHRACATI	138.627.779.627	144.485.293.806	4,2	100,0
İLK 10 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %	49	48		

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Ocak 2015

TÜRKİYE'NİN EN FAZLA İTHALAT YAPTIĞI ÜLKELER				
<i>Birim: ABD \$</i>				
ÜLKELER	2013	2014	DEĞİŞİM %	TOPLAMDA
	OCAK - KASIM	OCAK - KASIM		PAY %
RUSYA FEDERASYONU	22.629.853.454	23.155.233.740	2,3	10,5
ÇİN	22.540.372.343	22.600.607.130	0,3	10,3
ALMANYA	21.704.968.595	20.186.098.538	-7,0	9,2
A.B.D.	11.551.880.911	11.611.762.138	0,5	5,3
İTALYA	11.971.074.758	11.154.454.804	-6,8	5,1
İRAN	9.562.501.952	9.126.132.695	-4,6	4,1
FRANSA	7.481.830.456	7.393.873.655	-1,2	3,4
GÜNEY KORE	5.436.991.774	6.839.485.228	25,8	3,1
HİNDİSTAN	5.797.337.295	6.287.423.761	8,5	2,9
İSPANYA	5.849.877.261	5.561.022.371	-4,9	2,5
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	124.526.688.799	123.916.094.060	-0,5	56,2
TÜRKİYE'NİN TOPLAM İTHALATI	228.522.219.493	220.450.411.361	-3,5	100,0
İLK 10 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %	54	56		

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Ocak 2015

Türkiye'nin Hazırgiyim ve Konfeksiyon Ticaretinde ABD'nin Yeri

Türkiye, 2013 yılına ilişkin olarak Dünya Ticaret Örgütü tarafından açıklanan istatistiklere göre, 490 milyar dolar tutarındaki dünya hazır giyim ve konfeksiyon ticaretinde %3,5'lük payı ile 7'inci en büyük tedarikçidir.

Uluslararası pazarlarda en önemli tekstil ve konfeksiyon tedarikçilerinden biri olan Türkiye ile ABD arasındaki tekstil ve konfeksiyon ticareti ise, maalesef her iki ülkenin de potansiyelini yansıtmaktan uzaktır.

Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon dış ticaretine ilişkin 2014 Ocak-Kasım dönemi onbir aylık verilere göre ABD, AB üye ülkelerinden Almanya, İngiltere, İspanya, Fransa, Hollanda, Danimarka ve Romanya ile bir Ortadoğu ülkesi olan Irak'ı takiben en fazla ihracat yapılan ilk 10 ülke arasında 10. sıradadır.

2014 Ocak-Kasım döneminde ABD'ye yapılan hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı, 2013 Ocak-Kasım dönemine kıyasla %3,9 oranında artarak 425,1 milyon dolara yükselmiştir. ABD'ye yapılan hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının Türkiye toplam hazır giyim ve konfeksiyon ihracatından aldığı pay %3,9'dur.

2014 Ocak-Kasım döneminde Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ihracatında ABD'nin konumunu gösteren tablo aşağıda verilmektedir.

TÜRKİYE'NİN EN FAZLA HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRAÇ ETTİĞİ ÜLKELER				
Birim: ABD \$				
ÜLKELER	2013	2014	DEĞİŞİM %	TOPLAMDA
	OCAK - KASIM	OCAK - KASIM		PAY %
ALMANYA	3.365.752.879	3.600.152.570	7,0	21,0
İNGİLTERE	1.960.996.124	2.282.734.129	16,4	13,3
İSPANYA	1.387.524.426	1.532.710.715	10,5	8,9
FRANSA	1.018.456.475	1.029.834.107	1,1	6,0
HOLLANDA	811.179.403	866.940.194	6,9	5,1
İTALYA	632.006.714	631.103.784	-0,1	3,7
IRAK	528.050.593	620.344.583	17,5	3,6
DANİMARKA	449.541.691	464.482.100	3,3	2,7
ROMANYA	232.860.088	426.335.557	83,1	2,5
A.B.D.	409.173.636	425.083.260	3,9	2,5
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	10.795.542.029	11.879.720.999	10,0	69,2
TÜRKİYE'NİN TOPLAM KONFEKSİYON İHRACATI	15.740.078.211	17.161.452.564	9,0	100,0
İLK 11 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %	69	69		

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Ocak 2015

ABD, pazarının büyüklüğü itibarıyla hazır giyim ve konfeksiyon ticaretinde Türkiye'nin önem verdiği ve hedef pazar olarak gördüğü bir ülke olmakla birlikte, belli miktarda hazır giyim ve konfeksiyon ithalatının da yapıldığı bir ülkedir. 2014 Ocak-Kasım döneminde ABD'den 16,5 milyon dolar değerinde hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı yapılmıştır.

İthalat bu dönemde, 2013 yılı Ocak-Kasım dönemine kıyasla %11,7 oranında düşmüştür.

ABD, en fazla hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı yapılan ülkeler arasında 22'inci sıradadır. Türkiye'nin toplam hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı içerisinde ABD'den yapılan ithalatın payı ise %0,6 düzeyindedir.

Türkiye'nin en fazla hazır giyim ve konfeksiyon ithal ettiği ülkeler ile ABD'den yapılan ithalatı ve ABD'nin payını gösteren istatistikî tablo aşağıda verilmektedir.

TÜRKİYE'NİN EN FAZLA HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON				
İTHAL ETTİĞİ ÜLKELER				
<i>Birim: ABD \$</i>				
ÜLKELER	2013	2014	DEĞİŞİM %	TOPLAMDA
	OCAK - KASIM	OCAK - KASIM		PAY %
ÇİN	840.882.897	843.331.375	0,3	29,5
BANGLADEŞ	722.975.751	726.369.539	0,5	25,4
İTALYA	137.089.951	154.826.691	12,9	5,4
MISIR	131.920.973	126.973.361	-3,8	4,4
HİNDİSTAN	108.903.205	114.679.563	5,3	4,0
KAMBOÇYA	58.626.317	88.245.998	50,5	3,1
VIETNAM	68.000.387	81.997.402	20,6	2,9
İSPANYA	53.821.903	60.968.208	13,3	2,1
GÜRCİSTAN	34.973.589	50.634.252	44,8	1,8
FAS	50.244.728	49.122.400	-2,2	1,7
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	2.207.439.701	2.297.148.789	4,1	80,4
A.B.D.	18.722.720	16.534.550	-11,7	0,6
TÜRKİYE'NİN TOPLAM KONFEKSİYON İTHALATI	2.749.784.580	2.855.641.730	3,8	100,0
İLK 10 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %	80	80		

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Ocak 2015

Türkiye – ABD Hazır giyim ve Konfeksiyon Dış Ticareti

Türkiye'den ABD'ye 2012 yılında 448,6 milyon dolarlık hazır giyim ve konfeksiyon mamulü ihraç edilmiş ve 13,9 milyon dolarlık da ithalat yapılmıştır. İhracat %4,5 oranında artarken, ithalat %14,9 oranında azalmıştır. ABD'nin

2012 yılında Türkiye toplam hazır giyim ve konfeksiyon ihracatındaki payı %2,8, ithalatındaki payı ise %0,6 olmuştur.

2014 yılı Ocak-Kasım onbir aylık dönemde ise ABD'ye 425,1 milyon dolarlık hazır giyim ve konfeksiyon ihraç edilmiş ve bu ülkeden 16,5 milyon dolarlık ithalat yapılmıştır. ABD'nin bu dönemde Türkiye toplam ihracatındaki payı %2,5, ithalatındaki payı ise %0,6'dır.

2009 yılından 2013 yılına kadarki beş yıllık süreçte Türkiye'den ABD'ye yapılan hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı mercek altına alındığında, ihracatın yıllar içinde artış oranının kademi olarak azarak 2013 yılı sonunda ihracatta %1,2 oranında düşüş görülmüştür. 2014 yılının Ocak-Kasım döneminde ise %3,9 oranında artışa ulaşılması önemli bir gelişmedir. Bu dönemde Türkiye'den ABD'ye ihracat 425,1 milyon dolar olmuştur.

2005 yılından 2014 yılı Kasım ayı sonuna kadar Türkiye'nin ABD ile hazır giyim ve konfeksiyon ticaretine ilişkin veriler, aşağıdaki tablodan izlenebilir.

TÜRKİYE - ABD HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON TİCARETİ				
Birim: \$				
YILLAR	HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)	HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İTHALATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)
2009	352.081.177		10.750.387	
2010	414.834.112	17,8	11.856.640	10,3
2011	429.435.769	3,5	16.323.060	37,7
2012	448.516.894	4,4	13.892.123	-14,9
2013	443.272.087	-1,2	20.329.023	46,3
2013 OCAK - KASIM	409.173.636		18.722.720	
2014 OCAK - KASIM	425.083.260	3,9	16.534.550	-11,7

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Ocak 2015

Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı açısından bakıldığında ABD, en fazla ithalat yapılan 22'inci ülke konumundadır. ABD'den hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı rakamsal olarak ihracata kıyasla oldukça küçük kalmaktadır.

2013 yılında %18,7 oranında artışla 3 milyar dolarlık ithalat yapılmış ve Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ithalatında ABD'nin payı %0,7 olmuştur. 2014 yılının Ocak-Kasım döneminde ise ABD'den %3,8'lik artışla 2,9 milyar dolarlık ithalat gerçekleştirilmiş ve Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ithalatında ABD'nin payı %0,6 olarak hesaplanmıştır.

2009 yılından 2013 yılına kadar Türkiye'nin ABD'den hazır giyim ve konfeksiyon ithalatına bakıldığında, yalnızca 2012 yılında düştüğü, bunun dışındaki yıllarda artış olduğu görülmektedir. 2009 yılında 10,8 milyon dolar olan ithalatın %46,3'e çıkan yüksek oranlı artışlar ile 2013 yılında 20,3 milyon dolara tırmandığı görülmektedir. Yalnızca 2012 yılında %14,9 oranında düşüş görülmüştür. Son beş yıl içinde ithalat yıllık ortalama %19,9 oranında artmıştır.

2014 Ocak-Kasım döneminde Türkiye'den ABD'ye en fazla ihraç edilen hazır giyim ve konfeksiyon mamullerinin başında 6302 GTİP başlıklı yatak çarşafı, masa örtüsü ve tuvalet ve mutfak bezleri gelmektedir. Söz konusu ürüne yönelik ihracat ABD'ye yapılan hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının %38,4'ü oluşturmaktadır. 2014 yılının Ocak-Kasım döneminde, 2013 Ocak-Kasım dönemine kıyasla 6302 GTİP başlıklı ürünlerin ihracatı %14 artarak 143,1 milyon dolardan 163,2 milyon dolara yükselmiştir.

6109 GTİP başlıklı örme t-shirt, fanila, atlet ve benzeri giysiler, 6204 GTİP başlıklı bayan dokuma takım, takım elbise, ceket ve benzeri giysiler, 6203 GTİP başlıklı erkek dokuma takım elbise, ceket, blazer, pantolon, gibi giysiler ile 6205 GTİP başlıklı erkek ve erkek çocuklar için gömlekler en fazla ihraç edilen diğer hazır giyim ve konfeksiyon mamulleridir.

2014 Ocak-Kasım döneminde Türkiye'den ABD'ye 6109 GTİP başlıklı örme t-shirt, fanila, atlet ve benzeri giysilerin ihracatı %12 oranında artarak 31,1 milyon dolara yükselmiş, 6204 GTİP başlıklı bayan dokuma takım, takım elbise, ceket ve benzeri giysilerin ihracatı %2 oranında artarak 30,6 milyon dolara, 6203 GTİP başlıklı erkek dokuma giysilerin ihracatında ise %7,3'lük düşüşle 22,2 milyon dolara gerilemiştir. 6205 GTİP başlıklı erkek ve erkek çocuklar için gömleklerin ihracatı ise %0,2 oranında düşmüştür.

En fazla ihraç edilen ilk on ürün grubu içerisinde, beş ürün grubunda %0,2 ile %20 arasında değişen oranlarda düşüşler kaydedilirken, diğer beş ürün grubunda %2 ile %26 arasında değişen oranlarda artış kaydedilmiştir.

6110 GTİP başlıklı kazak, süveter, hırka, yelek v.b. örme eşyalar, 2014 Ocak-Kasım döneminde %26 ile ABD'ye ihracatı oransal olarak en fazla artan konfeksiyon ürünleri olmuştur.

ABD'ye ihracatı en fazla azalan ürün grubu ise 6115 GTİP başlıklı külotlu çoraplar, taytlar, kısa ve uzun konçlu çoraplar, soketlerdir. Bu ürünlerin ihracatı 2014 Ocak-Kasım döneminde 2013'ün aynı dönemine kıyasla %20 oranında azalarak ihracat değeri 17,1 milyon dolardan 13,7 milyon dolara düşmüştür.

Aşağıdaki tabloda, Türkiye'den ABD'ye en fazla ihraç edilen hazır giyim ve konfeksiyon mamulleri ile bu ürün gruplarının toplam ihracattaki payları verilmektedir.

TÜRKİYE'DEN ABD'YE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI					
EN FAZLA İHRAÇ EDİLEN İLK 10 ÜRÜN					
Birim: ABD \$					
GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2013	2014	DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
		OCAK - KASIM	OCAK - KASIM		
6302	YATAK ÇARŞAFI, MASA ÖRTÜLERİ, TUVALET VE MUTFAK BEZLERİ	143.123.244	163.174.607	14	38,4
6109	TİŞÖRTLER, FANİLALAR, ATLETLER, KAŞKORSELER VE DİĞER İÇ GİYİM EŞYASI (ÖRME)	27.828.104	31.135.673	12	7,3
6204	KADINLAR VE KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, BLAZER, ELBİSE, ETEK, PANTOLON ETEK, VB.(YÜZM)	30.018.278	30.559.957	2	7,2
6203	ERKEKLER VE ERKEK ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, BLAZER, PANTOLON, TULUM VE ŞORT (YÜZME KIY)	23.891.150	22.152.018	-7,3	5,2
6205	ERKEKLER VE ERKEK ÇOCUKLAR İÇİN GÖMLEKLER	20.067.996	20.032.539	-0,2	4,7
6104	KADIN VE KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, BLAZER, ETEK, PANTOLON, TULUM VE ŞORT (ÖRME)(YÜZ	20.307.092	19.750.021	-3	4,6
6305	EŞYA AMBALAJINDA KULLANILAN TORBA VE ÇUVAL	23.827.682	19.671.922	-17	4,6
6110	KAZAK, SÜVETER, HIRKA, YELEK VB. EŞYA (ÖRME)	15.271.901	19.241.441	26	4,5
6115	KÜLOTLU ÇORAPLAR, TAYTLAR, KISA VE UZUN KONÇLU ÇORAPLAR, SOKETLER (VARİS ÇORAPLARI DAHİL) VE PATİK	17.116.340	13.674.267	-20	3,2
6303	PERDELER VE İÇ STORLAR; PERDE VE YATAK FARBELALARI	11.151.532	12.862.000	15	3,0
İLK 10 ÜRÜN TOPLAMI		332.603.319	352.254.445	6	82,9
ABD'YE HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRACATI		409.173.636	425.083.260	4	100,0
İLK 10 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		81	83		

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Ocak 2015

ABD'den hazır giyim ve konfeksiyon ithalatına bakıldığında, Türkiye'nin bu ülkeden en fazla ithal ettiği konfeksiyon ürünlerinin başında 6204 GTİP başlıklı bayan dokuma takım elbise, takım, ceket, pantolon, elbise, etek gibi giysiler ile 6307 GTİP başlığı altında yer alan diğer hazır eşyaların geldiği görülmektedir.

2014 Ocak-Kasım döneminde ABD'den Türkiye'ye %4 artışla 7,8 milyon dolarlık 6204 GTİP başlıklı bayan dokuma takım elbise, takım, ceket, pantolon, elbise, etek gibi giysi ve %19 artışla 1,8 milyon dolarlık 6307 GTİP başlığı altında yer alan diğer hazır eşyalar ithal edilmiştir.

ABD'den hazır giyim ve konfeksiyon ithalatında 6204 GTİP başlıklı giysilerin payı %47,3 ve 6307 GTİP başlıklı eşyaların payı %10,7'dir. İthalatta 6204 GTİP başlıklı ürün grubu üzerinde bir yoğunlaşma olduğu göze çarpmaktadır.

%17 ithalat artışı ile 1,4 milyon dolarlık ithalat yapılan 6104 GTİP başlıklı bayan örme takım elbise, takım, ceket, pantolon, etek, elbise ve benzeri giysiler, %70 artışla 1,3 milyon dolarlık ithalat yapılan 6203 GTİP başlıklı erkekler ve erkek çocuk için takım elbise, takım, ceket, blazer, pantolon, tulum ve şortlar ile %66 artışla 709,6 bin dolarlık ithalat yapılan 6109 GTİP başlıklı tişörtler, fanilalar, atletler, kaşkorseler ve diğer iç giyim eşyası ABD'den yapılan hazır giyim ve konfeksiyon ithalatında diğer önde gelen ürün gruplarıdır.

En fazla ithal edilen ilk on ürün grubu içerisinde sadece iki ürün grubunda ithalat %21 ile %95 oranlarında azalırken, diğer sekiz ürün grubunda ithalat %2 ile %402 arasında değişen oranlarda yükselmiştir.

İthalatı oransal olarak en fazla artan mamuller, %402 artış ile 6210 GTİP başlıklı plastik, kauçuk sıvanmış, emdirilmiş elyaftan hazır giyim eşyası ve %128 artış görülen 6305 GTİP başlıklı eşya ambalajında kullanılan torba ve çuvallardır.

ABD'den ithalatı en yüksek oranlı azalan hazır giyim ve konfeksiyon mamulleri ise, %95 düşüş görülen 6211 GTİP başlıklı spor, kayak ve yüzeme kıyafetleridir.

2014 Ocak-Kasım döneminde ABD'den Türkiye'ye en fazla ithal edilen hazır giyim ve konfeksiyon mamulleri aşağıdaki tablodan izlenebilir.

TÜRKİYE'NİN ABD'DEN HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İTHALATI					
EN FAZLA İTHAL EDİLEN İLK 10 ÜRÜN					
Birim: ABD \$					
GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2013	2014	DEĞİŞİM %	TOPLAMDA
		OCAK - KASIM	OCAK - KASIM		PAY %
6204	KADINLAR VE KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, BLAZER, ELBİSE, ETEK, PANTOLON ETEK, VB.(YÜZM	7.488.391	7.821.049	4	47,3
6307	DİĞER HAZIR EŞYA (ELBİSE PATRONLARI DAHİL)	1.487.218	1.768.181	19	10,7
6104	KADIN VE KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, BLAZER, ETEK, PANTOLON, TULUM VE ŞORT (ÖRME)(YÜZ	1.169.355	1.362.561	17	8,2
6203	ERKEKLER VE ERKEK ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, BLAZER, PANTOLON, TULUM VE ŞORT (YÜZME KIY	789.317	1.339.951	70	8,1
6109	TİŞÖRTLER, FANİLALAR, ATLETLER, KAŞKORSELER VE DİĞER İÇ GİYİM EŞYASI (ÖRME)	426.436	709.624	66	4,3
6210	PLASTİK, KAUCUK SIVANMIŞ, EMDIRILMIŞ ELYAFTAN HAZIR GIYIM EŞYASI	121.360	608.915	402	3,7
6206	KADINLAR VE KIZ ÇOCUKLAR İÇİN BLUZLAR, GÖMLEKLER VE GÖMLEK-BLUZLAR	411.278	419.384	2	2,5
6305	EŞYA AMBALAJINDA KULLANILAN TORBA VE ÇUVAL	151.495	345.235	128	2,1
6110	KAZAK, SÜVETER, HIRKA, YELEK VB. EŞYA (ÖRME)	348.664	274.585	-21	1,7
6211	SPOR, KAYAK VE YÜZME KIYAFETLERİ; DİĞER GIYIM EŞYASI	4.386.799	221.756	-95	1,3
İLK 10 ÜRÜN TOPLAMI		16.780.313	14.871.241	-11	89,9
ABD'DEN HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İTHALATI		18.722.720	16.534.550	-12	100,0
İLK 10 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		90	90		

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Ocak 2015

V. YARARLI ADRESLER

Washington Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği

Turkish Embassy Office of the Commercial Counsellor

2525 Massachusetts Ave. N.W.

WASHINGTON, D.C. 20008

Telefon : 00 1 202 612 67 80

Faks : 00 1 202 238 06 29

E-posta: vasington@ekonomi.gov.tr

New York Başkonsolosluğu Ticaret Ataşeliği

821 United Nations Plaza,

New York, NY 10017

Tel: (212) 687-1530

Faks: (212) 687-2078

E-posta: newyork@ekonomi.gov.tr

Şikago Başkonsolosluğu Ticaret Ataşeliği

444 North Michigan Ave. Suite 2930

Chicago, IL 60611

Tel: 00 1 (312) 410-9005

Faks: 00 1 (312) 410-9006

E-posta: sikago@ekonomi.gov.tr

Los Angeles Başkonsolosluğu Ticaret Ataşeliği

6380 Wilshire Blvd. Suite:1210

Los Angeles, CA 90048

Tel: (323) 852-1894

Faks: (323) 852-1896

E-posta: losangeles@ekonomi.gov.tr

ABD Ankara Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği

Atatürk Bulvarı 110, Kavaklıdere, 06100 Ankara

Telefon : (90312) 455 55 55

Faks : (90312) 467 00 19

Internet : <http://www.buyusa.gov/turkey>

<http://turkey.usembassy.gov/>

TABA Türk Amerikan İşadamları Derneği

Telefon : (90212) 274 28 24

Faks : (90212) 275 93 16

Email : taba@taba.org.tr

VI. KAYNAKÇA

- Uluslararası Ticaret Merkezi ITC İstatistik Veri Tabanı
www.trademap.org
- T.C. Ekonomi Bakanlığı İstatistik Bilgi Sistemi
- Interex Pazar Araştırması Sayfası, www.interex.be
- ABD Resmi İstatistik Bürosu (Census Bureau)
<http://www.census.gov/>
- OECD Resmi Web Sitesi <http://www.oecd.org>

İTKİB GENEL SEKRETERLİĞİ
Hazırgiyim ve Konfeksiyon Şubesi
Ocak 2015

** İTKİB Genel Sekreterliği kaynak gösterilmeden alıntı yapılamaz.*