



A.B.D.
ÜLKE RAPORU

Hazırlayan : **Ebru GÜLSOY**
Ankara - April, 2011



T.C. Bařbakanlık
Dış Ticaret Müsteşarlığı
İHRACATI GELİŞTİRME ETÜD MERKEZİ



A.B.D.

Temel Sosyal ve Ekonomik Göstergeler

Temel Sosyal Göstergeler

Nüfus	307,7 milyon (1 Temmuz 2009, Nüfus Bürosu tahmini) 310,2 milyon (CIA Temmuz 2010 tahmini)
Dil	İngilizce
Din (2007 tahmini)	% 51,3 Protestan, % 23,9 Roma Katoliği, % 1,7 Mormon, % 1,6 Diğer Hristiyan, % 1,7 Musevi, % 0,7 Budist, % 0,6 Müslüman, % 14,6 diğerleri, % 4 hiçbir dine inanmayan
Yönetim Şekli	Federal Cumhuriyet
Federal Başkan	Barack H. Obama
Yüzölçümü	9.161.923 km ²
Başkent	Vaşington
Başlıca Şehirleri ve Nüfusu (milyon, 1 Temmuz 2008 Nüfus Bürosu tahmini)	New York (19), Los Angeles (12,9), Chicago (9,6), Washington DC (5,4), Philadelphia (5,8), Detroit (4,5), Dallas-Forth Worth (6,3), Houston (5,7), Miami (5,4), Atlanta (5,4).

Kaynak: Economist Intelligence Unit, USA Country Report, Ekim 2010.

Economist Intelligence Unit, USA, Country Profile, 2008

Temel Ekonomik Göstergeler

	2007a	2008a	2009a	2010b	2011c	2012c
Nominal GSYİH (milyar \$)	14 062	14 369	14 119	14 598	15 222	15 915
Reel GSYİH artış oranı (%)	1,9	0,0	-2,6	2,8	2,7	2,2
Kişi Başı GSYİH \$ d	46 670	47 258	46 021b	47 159	48 737	50 500
Kayıtlı İşsizlik Oranı (ort; %)	4,6	5,8	9,3	9,7	9,2	8,6
Döviz Kuru ¥:ABD\$ (dönem sonu)	111,7	90,8	93,1	82,4	82,8	81,3
Tüketici Fiyat Enflasyonu (yıl sonu; %)	4,1	0,0	2,8	0,9	1,6	2,2
Borçlanma faiz oranı (ort.; %)	8,1	5,1	3,3	3,3	3,6	3,5
Mal İhracatı, fob (milyar \$)	1 160	1 305	1 068	1 284	1 401	1 532
Mal İthalatı, fob (milyar \$)	-1 984	-2 140	-1 575	-1 947	-2 118	-2 293
Cari Hesap Dengesi (milyar \$)	-718	-669	-378	-537	-642	-658

a Gerçekleşen b EIU tahmini c EIU projeksiyonu d Satın alma gücü paritesine göre

Kaynak: Economist Intelligence Unit, USA Country Report, Ocak 2011.

Üyesi Olduğu Uluslararası Kuruluşlar

APEC (Asya-Pasifik Ekonomik İşbirliği Forumu), ARF, AsDB (Asya Kalkınma Bankası), ASEAN (Güneydoğu Asya Ülkeleri Örgütü), AG (Avustralya Grubu), BIS (Uluslararası İmar Bankası), CCC (Gümrük İşbirliği Konseyi), CE (Avrupa Konseyi), CERN (Avrupa Nükleer Araştırma Teşkilatı), CP, EAPC (Avrupa - Atlantik Ortaklık Konseyi), EBRD (Avrupa Yatırım ve Kalkınma Bankası), ECE (Birleşmiş Milletler Avrupa Ekonomik Komisyonu), ECLAC (Birleşmiş Milletler Latin Amerika ve Karayipler Komisyonu), ESCAP (Asya ve Pasifikler Ekonomik ve Sosyal Komisyonu), FAO (Tarım ve Gıda Örgütü), G-5, G-7, G-10, IADB (Amerika Bölgesi Kalkınma Bankası), IAEA (Uluslararası Atom Enerjisi Ajansı), IBRD (Uluslararası İmar ve Kalkınma Bankası), ICAO (Uluslararası Sivil Havacılık Örgütü), ICC (Milletlerarası Ticaret Odası), ICFTU (Uluslararası Serbest Ticaret Birlikleri Konfederasyonu), ICRM (Uluslararası Kızılhaç ve Kızılay Hareketi), IDA (Uluslararası Kalkınma Birliği), IEA (Uluslararası Enerji Ajansı), IFAD (Uluslararası Tarımsal Kalkınma Fonu), IFC (Uluslararası Finansman Kurumu), IFRC (Uluslararası Kızılhaç ve Kızılay Toplulukları Federasyonu), IHO (Uluslararası Hidrografi Örgütü), ILO (Uluslararası Çalışma Örgütü), IMF (Uluslararası Para Fonu), IMO (Uluslararası Denizcilik Örgütü), Inmarsat (Uluslararası Denizcilik Uydu Teşkilatı), Intelsat (Uluslararası Telekomünikasyon ve Uydu

Orgütü), Interpol (Uluslararası Polis Teşkilatı), IOC (Uluslararası Olimpiyat Komitesi), IOM (Uluslararası Göçmen Teşkilatı), ISO (Uluslararası Standartlar Örgütü), ITU (Uluslararası Haberleşme Birliği), MINURSO (BM Batı Sahra Referandum Misyonu), MİPONUH, NAM, NATO (Kuzey Atlantik Aşemblesi), NEA (Nükleer Enerji Kurulu), NSG, OAS (Amerika Devletleri Teşkilatı), OECD (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü), OPCW, OSCE (Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Örgütü), PCA (Daimi Hakemlik Mahkemesi), SPC (Güney Pasifik Komisyonu), UN (Birleşmiş Milletler), UN Güvenlik Konseyi, UNCTAD (Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı), UNHCR (BM Mülteciler Yüksek Komiserliği), UNİKÖM (BM Irak-Kuveyt Gözlem Misyonu), UNITAR (BM Eğitim Araştırma Enstitüsü), UNMEE (BM Etyopya-Eritre Misyonu), UNMIBH (BM Bosna Hersek Misyonu), UNMIK (BM Kosova Geçici Yönetimi), UNOMIG (BM Gürcistan Gözlem Misyonu), UNRWA (BM Filistin Mültecileri Yardım Komisyonu), UNTAET (BM Doğu Timor Geçiş Yönetimi), UNTSO (BM Mütareke Gözlem Örgütü), UNU, UPU (Dünya Posta Birliği), WCL (Dünya Emek Konfederasyonu), WHO (Dünya Sağlık Örgütü), WIPO (Dünya Fikri Mülkiyet Teşkilatı), WMO (Dünya Meteoroloji Örgütü), WTO (Dünya Ticaret Örgütü)

► Genel Bilgiler

Coğrafi Konum

Kuzey Atlantik ve Kuzey Pasifik okyanuslarına sınırı olan ABD, Kanada ve Meksika'nın arasında yer almaktadır. Ülkenin Kanada ile 8.893 km (Alaska ile 2 477 km'lik sınır dahil) ve Meksika ile 3.141 km uzunluğunda sınırı bulunmaktadır.

Yüzölçümü bakımından dünyanın 3. en büyük ülkesi olan ABD, Güney Amerika ve Rusya Federasyonu'nun yarısı, Afrika Kitası'nın onda üçü, Avrupa Birliği alanının da iki katı kadar karasal alana sahiptir. ABD topraklarının en yüksek noktası 6 198 metre ile McKinley Dağı, en alçak noktası -86 metre ile Ölüm Vadisi'dir.

Orta bölgelerde ova ve düzlükler, batıda dağlar, doğuda tepeler ve alçak dağlar, Alaska'da nehir yataklarının oluşturduğu geniş vadiler ve engebeli araziler, Hawaii'de de volkanik coğrafi yapısı gözlemlenmektedir.

Siyasi ve İdari Yapı

ABD, çoğulcu demokrasiye dayalı başkanlık sistemiyle yönetilen federal bir cumhuriyettir. Federal devlet yapısı 50 Eyalet ve başkent Vaşington DC'yi (District of Columbia) içermektedir. Federal sistem uyarınca federal yönetim ile işlerinde serbest olan eyalet yönetimlerinin görev, yetki ve sorumlulukları Anayasa'da tanımlanmıştır. Kuvvetler ayrılığı prensibi hakimdir.

ABD Başkanı, yürütmenin başı olarak Federal Hükümet kurum ve kuruluşlarına yönelik politikaları belirler ve yürütülmesini sağlar. Buna ilaveten, yasal olarak Başkan gümrük, vergiler ve diğer ticari konularda karar vermek ve tedbirler almak konusunda yetkili kılınmıştır.

ABD Kongresi, ABD Senatosu ve Temsilciler Meclisi olmak üzere iki ayrı yasama biriminden oluşmaktadır. Senato, her bir eyaletten 2 üye olmak üzere toplam 100 sandalyeden oluşmaktadır. Son Senato seçimleri 4 Kasım 2008 tarihinde yapılmış olup, bir sonraki 2010 yılı Kasım ayında gerçekleştirilecektir. Toplam 435 sandalyeden oluşan Temsilciler Meclisi'nin görev süresi 2 yıldır.

ABD'de son başkanlık seçimi 4 Kasım 2008 tarihinde gerçekleştirilmiş olup, bir sonraki seçim 6 Kasım 2012 tarihinde gerçekleştirilecektir. 4 Kasım 2008 tarihinde yapılan seçimlerde Barack Obama oyların % 52,4'ünü, John McCain % 46,3'ünü almıştır. Barack H. Obama ABD Başkanı ve Hükümet Başkanı olarak, Joseph R. Biden ise Başkan Yardımcısı olarak 20 Ocak 2009 tarihinden bu yana görev yapmaktadırlar.

ABD'nin eyaletleri; District of Columbia, Alabama, Alaska, Arizona, Arkansas, California, Colorado, Connecticut, Delaware, District of Columbia, Florida, Georgia, Hawaii, Idaho, Illinois, Indiana, Iowa, Kansas, Kentucky, Louisiana, Maine, Maryland, Massachusetts, Michigan, Minnesota, Mississippi, Missouri, Montana, Nebraska, Nevada, New Hampshire, New Jersey, New Mexico, New York, North Carolina, North Dakota, Ohio, Oklahoma, Oregon, Pennsylvania, Rhode Island, South Carolina, South Dakota, Tennessee, Texas, Utah, Vermont, Virginia, Washington, West Virginia, Wisconsin, Wyoming'dir.

Nüfus ve İşgücü Yapısı

ABD İstatistik Bürosu'nun (U.S. Bureau of Census) tahminlerine göre ABD nüfusunun sürekli biçimde artarak 2010 yılında 309 milyon, 2020'de 336 milyon, 2050 yılında 394 milyon olması beklenmektedir. Beyaz nüfus toplam nüfusun üçte ikisini oluşturmakta olup, 2050 yılında bu oranın yüzde elliye düşeceği tahmin edilmektedir. Hızla büyüyen Hispanik (Latin Amerika kökenli İspanyolca konuşan) nüfusun 2020 yılında toplam nüfusun %18'ini oluşturacağı tahmin edilmektedir.

GSYİH'nın büyük kısmının özel tüketim harcamalarına ayrıldığı ve özel sektör sabit sermaye yatırımlarının tüketime oranla daha düşük kaldığı ABD'de kişi başına milli gelir 45.000 Dolar'ın üzerindedir.

Asya ve Latin Amerika'dan gelen göçmenlerin California, Teksas ve Florida'ya yerleşmeleri ve iç göç süreci ile ekonomik kaynaklar batı ve güneye kaymaktadır. 1990'lı yıllarda ABD doğumlu vatandaşların %40'ünün doğdukları eyaletten ayrı bir eyalette yaşamaya başlamaları ile iç göç süreci hızlanmıştır. İç

göç, 30'lu yaşlardaki ABD vatandaşlarının daha yüksek gelir elde etmek için aileleri ile birlikte eyalet değiştirmeleri, 20'li yaş grubundakilerin kariyer edinme ve ekonomik fırsatları değerlendirme amacı ile Vaşington veya Oregon'u tercih etmeleri ile açıklanmaktadır.

Bölge ve Eyaletlere göre Nüfus İstatistikleri
(1 Nisan 2000 - 1 Temmuz 2009)

Coğrafi bölge	Nüfus tahmini		2000-2009 değişim		Sıralama	
	01 Temmuz 09	01 Nisan 00	Sayı	Yüzde	01 Temmuz 09	01 Nisan 00
ABD Toplam	307 006 550	281 424 602	25 581 948	9,1		
Kuzeydoğu	55 283 679	53 594 828	1 688 851	3,2	4	4
Ortabatı	66 836 911	64 395 190	2 441 721	3,8	3	2
Güney	113 317 879	100 235 832	13 082 047	13,1	1	1
Batı	71 568 081	63 198 752	8 369 329	13,2	2	3
Alabama	4 708 708	4 447 382	261 326	5,9	23	23
Alaska	698 473	626 931	71 542	11,4	47	48
Arizona	6 595 778	5 130 607	1 465 171	28,6	14	20
Arkansas	2 889 450	2 673 386	216 064	8,1	32	33
California	36 961 664	33 871 648	3 090 016	9,1	1	1
Colorado	5 024 748	4 302 015	722 733	16,8	22	24
Connecticut	3 518 288	3 405 607	112 681	3,3	29	29
Delaware	885 122	783 557	101 565	13,0	45	45
District of Columbia	599 657	572 055	27 602	4,8	50	50
Florida	18 537 969	15 982 839	2 555 130	16,0	4	4
Georgia	9 829 211	8 186 781	1 642 430	20,1	9	10
Hawaii	1 295 178	1 211 538	83 640	6,9	42	42
Idaho	1 545 801	1 293 955	251 846	19,5	39	39
Illinois	12 910 409	12 419 658	490 751	4,0	5	5
Indiana	6 423 113	6 080 520	342 593	5,6	16	14
Iowa	3 007 856	2 926 380	81 476	2,8	30	30
Kansas	2 818 747	2 688 811	129 936	4,8	33	32
Kentucky	4 314 113	4 042 288	271 825	6,7	26	25
Louisiana	4 492 076	4 468 972	23 104	0,5	25	22
Maine	1 318 301	1 274 915	43 386	3,4	41	40
Maryland	5 699 478	5 296 544	402 934	7,6	19	19
Massachusetts	6 593 587	6 349 119	244 468	3,9	15	13
Michigan	9 969 727	9 938 492	31 235	0,3	8	8
Minnesota	5 266 214	4 919 492	346 722	7,0	21	21
Mississippi	2 951 996	2 844 666	107 330	3,8	31	31
Missouri	5 987 580	5 596 684	390 896	7,0	18	17
Montana	974 989	902 190	72 799	8,1	44	44
Nebraska	1 796 619	1 711 265	85 354	5,0	38	38
Nevada	2 643 085	1 998 260	644 825	32,3	35	35
New Hampshire	1 324 575	1 235 791	88 784	7,2	40	41
New Jersey	8 707 739	8 414 378	293 361	3,5	11	9
New Mexico	2 009 671	1 819 041	190 630	10,5	36	36

New York	19 541 453	18 976 811	564 642	3,0	3	3
North Carolina	9 380 884	8 046 406	1 334 478	16,6	10	11
North Dakota	646 844	642 195	4 649	0,7	48	47
Ohio	11 542 645	11 353 150	189 495	1,7	7	7
Oklahoma	3 687 050	3 450 638	236 412	6,9	28	27
Oregon	3 825 657	3 421 437	404 220	11,8	27	28
Pennsylvania	12 604 767	12 281 071	323 696	2,6	6	6
Rhode Island	1 053 209	1 048 315	4 894	0,5	43	43
South Carolina	4 561 242	4 011 832	549 410	13,7	24	26
South Dakota	812 383	754 835	57 548	7,6	46	46
Tennessee	6 296 254	5 689 276	606 978	10,7	17	16
Texas	24 782 302	20 851 818	3 930 484	18,8	2	2
Utah	2 784 572	2 233 204	551 368	24,7	34	34
Vermont	621 760	608 821	12 939	2,1	49	49
Virginia	7 882 590	7 079 048	803 542	11,4	12	12
Washington	6 664 195	5 894 143	770 052	13,1	13	15
West Virginia	1 819 777	1 808 344	11 433	0,6	37	37
Wisconsin	5 654 774	5 363 708	291 066	5,4	20	18
Wyoming	544 270	493 783	50 487	10,2	51	51
Puerto Rico	3 967 288	3 808 603	158 685	4,2		

Kaynak: US Census Bureau Population Division, December 2009

Dünyanın en fazla nüfusa sahip üçüncü ülkesi olan ABD'de 2010 yılı için tahmini nüfus artış hızı %0,97'dir. Ülke nüfusunun %20,1'i 0-14 yaş, %66,9'u 15-64 yaş arasında olup, %13'ü de 65 yaş ve üstündedir. 2008 yılı itibarıyla nüfusun %82'si kentlerde yaşamaktadır. Ortalama yaşam süresi kadınlarda 80,8 yıl, erkeklerde 75,8 yıldır. 2010 yılında ABD'de doğurganlık oranı kadın başına 2,06 çocuk olarak tahmin edilmektedir.

Etnik gruplar itibarıyla ele alındığında ülke nüfusunun % 80'i beyaz, % 12,8'i siyah, % 4,4'ü Asya kökenli, % 0,9'u Amerikan ve Alaska yerlisi, % 0,2'si de Havai ve diğer Pasifik Adaları kökenlidir. Hispanikler için ayrıca bir nüfus listelemesi yapılmamaktadır. Hispanikler, siyah, beyaz veya Asya kökenli olabilmekte ve toplam nüfusun % 15,1'ini oluşturmaktadır.

Eyaletlere Göre İşsizlik İstatistikleri (4 Mayıs 2010)

	İşsizlik Oranı (%)									Ortalama Hanehalkı Geliri (2008)
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009		
ABD	5.8	6.0	5.5	5.1	4.6	4.6	5.8	9.3	\$52,029	
Alabama	5.4	5.4	5.0	3.8	3.5	3.5	5.2	10.1	\$42,586	
Alaska	7.1	7.7	7.4	6.9	6.5	6.1	6.5	8.0	\$67,332	
Arizona	6.0	5.7	5.0	4.7	4.2	3.9	5.9	9.1	\$51,009	
Arkansas	5.3	5.8	5.6	5.1	5.2	5.2	5.2	7.3	\$38,820	
California	6.7	6.8	6.2	5.4	4.9	5.3	7.2	11.4	\$61,017	
Colorado	5.7	6.1	5.6	5.1	4.4	3.9	4.9	7.7	\$57,184	
Connecticut	4.4	5.5	4.9	4.9	4.4	4.6	5.6	8.2	\$68,294	
Delaware	4.0	4.2	3.9	4.0	3.5	3.5	4.9	8.1	\$58,380	
District of Columbia	6.7	7.0	7.5	6.5	5.7	5.4	6.6	10.2	\$58,553	
Florida	5.7	5.3	4.7	3.8	3.4	4.1	6.3	10.5	\$47,802	
Georgia	4.8	4.8	4.7	5.2	4.7	4.6	6.3	9.6	\$50,834	
Hawaii	4.0	3.9	3.2	2.8	2.5	2.7	4.0	6.8	\$66,701	
Idaho	5.4	5.2	4.6	3.7	3.0	3.0	4.9	8.0	\$47,561	

Illinois	6.5	6.7	6.2	5.8	4.6	5.1	6.4	10.1	\$56,230
Indiana	5.2	5.3	5.3	5.4	5.0	4.6	5.8	10.1	\$48,010
Iowa	3.9	4.4	4.6	4.3	3.7	3.7	4.4	6.0	\$49,007
Kansas	5.1	5.6	5.5	5.1	4.4	4.1	4.4	6.7	\$50,174
Kentucky	5.7	6.3	5.6	6.0	5.9	5.6	6.6	10.5	\$41,489
Louisiana	5.9	6.2	5.5	6.4	3.8	3.8	4.5	6.8	\$43,635
Maine	4.4	5.0	4.6	4.9	4.7	4.7	5.3	8.0	\$46,419
Maryland	4.5	4.5	4.3	4.1	3.8	3.5	4.4	7.0	\$70,482
Massachusetts	5.3	5.8	5.2	4.8	4.7	4.4	5.3	8.4	\$65,304
Michigan	6.2	7.1	7.1	6.8	6.9	7.1	8.3	13.6	\$48,606
Minnesota	4.5	4.9	4.6	4.2	4.1	4.6	5.4	8.0	\$57,318
Mississippi	6.7	6.4	6.3	7.8	6.7	6.2	6.8	9.6	\$37,818
Missouri	5.2	5.6	5.8	5.4	4.8	5.1	6.1	9.3	\$46,847
Montana	4.5	4.3	4.0	3.6	3.3	3.5	4.6	6.2	\$43,948
Nebraska	3.7	4.0	3.9	3.9	3.0	2.9	3.3	4.6	\$49,731
Nevada	5.7	5.2	4.4	4.5	4.3	4.8	6.7	11.8	\$56,432
New Hampshire	4.5	4.5	3.9	3.6	3.5	3.5	3.9	6.3	\$63,235
New Jersey	5.8	5.9	4.9	4.5	4.6	4.3	5.5	9.2	\$70,347
New Mexico	5.5	5.9	5.8	5.2	4.1	3.5	4.5	7.2	\$43,719
New York	6.2	6.4	5.8	5.0	4.6	4.5	5.3	8.4	\$55,980
North Carolina	6.6	6.5	5.5	5.3	4.7	4.7	6.2	10.6	\$46,574
North Dakota	3.5	3.6	3.5	3.4	3.2	3.1	3.2	4.3	\$45,996
Ohio	5.7	6.2	6.1	5.9	5.4	5.6	6.6	10.2	\$48,011
Oklahoma	4.8	5.6	5.0	4.5	4.1	4.0	3.7	6.4	\$42,836
Oregon	7.6	8.1	7.3	6.2	5.3	5.1	6.5	11.1	\$50,165
Pennsylvania	5.6	5.7	5.4	5.0	4.5	4.3	5.3	8.1	\$50,702
Rhode Island	5.1	5.4	5.2	5.1	5.1	5.2	7.6	11.2	\$54,562
South Carolina	6.0	6.7	6.8	6.8	6.4	5.6	6.9	11.7	\$44,695
South Dakota	3.3	3.5	3.7	3.7	3.1	2.9	3.1	4.8	\$46,244
Tennessee	5.3	5.7	5.4	5.6	5.2	4.9	6.7	10.5	\$43,610
Texas	6.4	6.7	6.0	5.4	4.9	4.4	4.9	7.6	\$50,049
Utah	5.8	5.7	5.1	4.1	3.0	2.8	3.7	6.6	\$56,820
Vermont	4.0	4.5	3.7	3.5	3.7	3.9	4.5	6.9	\$52,111
Virginia	4.2	4.1	3.7	3.5	3.0	3.0	3.9	6.7	\$61,210
Washington	7.3	7.4	6.2	5.5	4.9	4.6	5.4	8.9	\$58,081
West Virginia	5.9	6.0	5.3	4.9	4.5	4.2	4.3	7.9	\$37,528
Wisconsin	5.3	5.6	5.0	4.8	4.7	4.8	4.8	8.5	\$52,103
Wyoming	4.2	4.5	3.9	3.7	3.2	2.9	3.2	6.4	\$54,735

Kaynak: ABD Tarım Bakanlığı, Ekonomik Araştırmalar Servisi <http://www.ers.usda.gov/data/unemployment/>

Doğal Kaynaklar ve Çevre

ABD topraklarının %5'i şehir ve yollardan, %26'sı ekilebilir araziden, %21'i ormanlardan ve %21'i diğer alanlardan oluşmaktadır. ABD, çok çeşitli iklim yapısına ve çöl, dağ, orman anlamında çeşitli topografyaya sahiptir. Michigan ve Superior gölleri, 50.000 km2 alana sahip göller olup, Missouri (4.090 km) ve Mississippi (3.770 km) en uzun nehirleridir.

Doğal afetler açısından ABD önemli risk altındadır. Özellikle tropikal fırtınalar Haziran ayından Kasım ayı sonuna kadar Florida ve Körfez çevresinde büyük zararlara ve su basmalarına neden olmaktadır. Batı sahillerinde özellikle Kaliforniya'da deprem ve sarsıntılar sıklıkla yaşanmaktadır.

Batı eyaletlerinde neredeyse her yıl büyük orman yangınları yaşanmakta olup, hektarlarca orman alanı zarar görmektedir. Orta bölümde yer alan eyaletler açısından en büyük risk ise şiddetli kasırgalardır. Diğer taraftan doğu sahillerinde çeşitli yıllarda susuzluk büyük bir sorun olarak yaşanmıştır. Bununla beraber, ülkede doğal afetler, son derece iyi organize edilmiş erken uyarı ve ilk yardım sistemi ile daha az zararla atlatılır hale gelmiştir.

ABD'nin sahip olduğu başlıca doğal kaynaklar; kömür, bakır, kurşun, molibden, fosfat, uranyum, boksit, altın, demir, civa, nikel, gümüş, tungsten, çinko, petrol ve doğal gazdır. Doğayı koruma konusunda bilincin oluşması sonucu hava ve su kirliliğine karşı ve nesli tehlikeye giren hayvanlar için çevre korumacı düzenlemelerin ve önlemlerin alınmasıyla ABD'de su ve havanın kalitesi giderek artmıştır. Havada bulunan karbon-monoksit gazı ve sülfür-dioksit gazları 1970'lerdeki düzeyine kıyasla ciddi oranında azalmıştır.

Dünya nüfusunun %5'ine bile sahip olmayan ABD, dünyadaki toplam karbondioksit kirliliğinin %25'ini üretmektedir. ABD, Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi kapsamında 1997 yılında imzalanan ve sanayileşmiş/gelişmiş ülkelerin sera gazı salınımlarının 2008-2012 yılları arasında 1990 düzeyinin %5,2 altına çekilmesini hedeflemekte olan Kyoto Protokolü'nu daha önce imzalamış olmasına rağmen reddetmektedir. ABD tarafı daha az maliyetli, Çin ve Hindistan gibi gelişmekte olan ülkeleri de kapsayan ve gaz salınımlarına ilişkin daha etkin bir program istemektedir.

Dahil Olduğu Uluslararası Anlaşmalar

ABD, DTÖ çerçevesinde yürütülen çok taraflı ticaret müzakerelerinin de önde gelen aktörlerinden birisidir. ABD'nin taraf olduğu çok taraflı Serbest Ticaret Anlaşmaları, Kuzey Amerika Serbest Ticaret Anlaşması (NAFTA-1994, Meksika ve Kanada'yı kapsamaktadır), ve Orta Amerika ve Dominik Cumhuriyeti Serbest Ticaret Anlaşması (CAFTA-DR)'dir. CAFTA, Kosta Rika, El Salvador, Guatemala, Honduras ve Nikaragua'yı kapsamaktadır.

Diğer taraftan ülkenin ikili STA imzaladığı ülkeler Avustralya, Bahreyn, Şili, İsrail, Ürdün, Fas, Peru, Umman Sultanlığı ve Singapur'dur.

Ayrıca, Kolombiya, Panama ve Güney Kore ile müzakereler tamamlanmış; ancak bu ülkeler ile STA'lar henüz Kongre tarafından onaylanmamış ve yürürlüğe girmemiştir. Malezya, Tayland, Birleşik Arap Emirlikleri ve Güney Afrika Gümrük Birliği (Botswana, Lesotho, Namibia, Güney Afrika Cumhuriyeti ve Swaziland) ile müzakereler devam etmektedir.

Serbest Ticaret Anlaşmaları hakkında detaylı bilgiye, ABD Ticaret Temsilciliği'nin <http://www.ustr.gov/trade-agreements/free-trade-agreements> adresinden ulaşılması mümkündür.

Söz konusu gelişmeler, bir yandan ABD'nin ithalatında liberalizasyona yol açarken, diğer yandan ABD mallarının üçüncü ülkelerde karşılaştıkları dış ticaret engellerini ortadan kaldırarak ABD ihracatının artırılabilmesi için elverişli bir ortam yaratılmasına neden olmuştur. Bu durum, ekonomide bir çok endüstride var olan oligopolistik yapının kırılmasına ve firmaların artan maliyetlerini azaltma yönünde, teknolojik ilerleme de dahil olmak üzere, gerekli tedbirleri almalarına yol açmış ve dolayısıyla maliyetlerde yaşanan artış fiyatlara doğrudan yansıtılmamıştır.

2008 yılında ABD'nin tüm Serbest Ticaret Anlaşması ortaklarına yaptığı ihracat %8 oranında artış kaydetmiş ve 456,3 milyar dolara ulaşmıştır (ABD'nin toplam ihracatının %38'i). Anılan STA ülkelerinden ABD'ye yapılan ithalat tutarı ise 2008 yılında %4,7 oranında artmış ve 625,8 milyar dolara ulaşmıştır. (ABD'nin toplam ithalatının %30'u)

Diğer taraftan, ABD, Türkiye dahil birçok ülkeyle, ikili yatırımı ve ticareti teşvik etmek amacıyla yatırım anlaşmaları yapmıştır. Bu anlaşmalar genellikle ithalat ve ihracatı olumlu etkilemekle beraber "en çok tercih edilen" ülke statüsünü de güçlendirmektedir. Bu anlaşmaların diğer faydalarının arasında iş atılımlarının, uluslararası kadro transferlerinin, uluslararası finansal, para ve bankacılık işlemlerinin kolaylaştırılması ile patent, marka ve telif haklarının korunması da sayılabilir. Yabancı yatırımcılara ABD'deki yatırımlarını gerçekleştirmeden önce bu tür anlaşmaların getirdiği imkanları ve kısıtlamaları gözden geçirmeleri tavsiye edilmektedir.

Genel Ekonomik Durum

Ekonomik Yapı

ABD, 300 milyonu aşan nüfusu ve 14 trilyon Dolar'ı aşan GSYİH'si ile dünyanın en büyük ve önemli pazarlarından biridir. Ülke, dünyanın en büyük ithalatçısı olma özelliğinin dışında, dünyanın en büyük doğrudan yabancı sermaye kaynağı konumu ile hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerin yöneldiği bir hedef pazardır. ABD ekonomisi, dünya ekonomisini birebir etkileme gücüne sahip olması nedeniyle de dünyada önemli ve belirleyici bir ekonomidir.

ABD'de 2007 yılında başlayan kriz, 1929 büyük buhranından bu yana görülen en ağır ve en derin kriz niteliğinde olmuştur. Ülke 2009 yılında bir taraftan ekonomik resesyon bir taraftan da artan işsizlik ile

mucadele etmiş, 2010 yılında ise yavaş yavaş krizden çıkış trendine geçmiştir.

2011 yılı başı itibarıyla Fed'in kendisine bağlı 12 bölgeden aldığı ekonomik verilere dayanarak hazırladığı "Bej Kitap" adlı rapora göre, ekonomik faaliyet ocak ve şubat ayı başında hafif ve ılımlı arasında değişen hızda artmaya başlamıştır. Bu bölgelerden Kansas City ve San Francisco'da ekonomideki genişleme daha fazla yükselirken, Boston ve Philadelphia'da koşullar düzelmeye başlamıştır. Chicago'da ise ekonomik faaliyette artış olmasına rağmen, bu artış önceki dönemde olduğu kadar güçlü gerçekleşmemiştir.

Yine 2011 yılı Ocak-Şubat döneminde, Richmond ve Atlanta hariç bütün bölgelerde perakende satışlar bir yıl önceye göre artmış, özellikle otomobil satışlarında yükselme görülmüştür. Konut sektöründe ise satışlar ve inşaat bütün bölgelerde düşük seviyelerde kalmaya devam ederken ticari emlak sektöründe düzelmeye işaretleri görülmektedir.

Fed'in 11 bölgesinde imalat sektöründe faaliyetlerde düzelmeye görülürken, sadece St. Louis bölgesinde bazı fabrikaların kapanması nedeniyle imalat sektöründe düşüş kaydedilmiştir. Diğer taraftan imalatçılar ve perakendecilerin artan girdi maliyetleri nedeniyle fiyatlarını artırma çabasında oldukları, istihdam piyasası koşullarının ülke genelinde mütevazı iyileşme göstermeye devam ettiği görülmektedir.

Dünya çapında kapitalist ekonomik sistemin en büyük örneği olarak gösterilen ABD ekonomisinde, üretim ve hizmetlerin büyük bir bölümü özel sektör tarafından sağlanmakta (%70) olup, dünya çapında kamunun ağırlığının bu kadar az olduğu başka bir ekonomi bulunmamaktadır.

Amerikan ekonomisinde yapısal olarak rol oynayan iki temel unsur bulunmaktadır. Bunlardan ilki zengin doğal kaynakları, diğeri ise nitelikli işgücüdür. ABD, verimli toprakları, zengin mineral yatakları, elverişli iklim koşulları ve diğer doğal kaynakları ile ekonomik büyümenin sağlanması açısından çok uygun bir ortama sahiptir. ABD, aynı zamanda, iletişim ve bilgi teknolojileri alanında "kolay uyum sağlayabilen ve yetenekli" işgücünün eğitime de büyük önem vermektedir. Tüm dünyada "beyin göçü" olarak adlandırılan, bilim ve teknoloji dallarında eğitim almış yetenekli ve zeki gençlerin ABD ekonomisine kazandırılması, sorunların çözümünde anahtar rolü olan bir araç olarak görülmektedir.

Yeni ekonomi kavramı çerçevesinde bilgi ve iletişim teknolojileri (ICT), hizmet sektörünü ekonominin en önemli bileşeni haline getirmiştir. Ekonomiye yön veren başlıca sektörler: motorlu taşıtlar, uzay ve havacılık, iletişim, kimyasallar, elektronik ve bilişim (IT) sektörüdür. 1990'lı yıllarda yaşanan teknolojik dönüşüm ile birlikte geleneksel imalat sanayinin bir bölümü yüksek teknoloji ve iş gücü verimliliğine uyum sağlamıştır. Ancak ithal girdi düzeyi yüksek mamul mallar üreten sektörler ciddi zorluklarla karşılaşmış olup, üretimlerini daha düşük maliyetli ülkelere sürdürme yoluna gitmişlerdir. Diğer taraftan, tarım ve hayvancılık yüzde olarak küçük bir orana sahip görünmekle birlikte oldukça verimlidir.

GSYİH'nin Sektörlere Göre Dağılımı (%)

	2008a	2009b	2010b	2011c	2012c	2013c	2014c	2015c
Tarım	1.1	1.2	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1
Sanayi	22.8	22.0	22.1	21.7	21.5	21.3	21.1	20.8
Hizmetler	76.1	76.9	76.8	77.1	77.3	77.6	77.8	78.1

a Gerçekleşen, b EIU tahmini, c EIU Projeksiyonu

Kaynak: EIU- Economist Intelligence Unit, United States of America, Country Forecast, Mart 2011.

[KALIFORNIA EYALETİ İLE İLGİLİ BİLGİLER İÇİN TIKLAYINIZ.](#)

[TEKSAS EYALETİ İLE İLGİLİ BİLGİLER İÇİN TIKLAYINIZ.](#)

[FLORİDA EYALETİ İLE İLGİLİ BİLGİLER İÇİN TIKLAYINIZ.](#)

[GEORGIA EYALETİ İLE İLGİLİ BİLGİLER İÇİN TIKLAYINIZ.](#)

[NEW YORK EYALETİ İLE İLGİLİ BİLGİLER İÇİN TIKLAYINIZ.](#)

T.C. Chicago Başkonsolosluğu Ticaret Ataşeliği tarafından hazırlanmış olan Güney Dakota, Illinois, Indiana, Iowa, Kansas, Kuzey Dakota, Michigan, Minnesota, Missouri, Nebraska, Ohio, Wisconsin eyaletleri ile ilgili bilgi notları için tıklayınız.

Ekonomi Politikaları

Dünya ekonomisinin büyüme motoru olan ABD'nin izlemekte olduğu ticaret ve yatırım politikaları gerek gelişmiş, gerekse gelişmekte olan tüm ülkeler tarafından her zaman çok yakından ve dikkatle izlenmektedir.

Baskan tarafından önerilen ve Konare'de kabul edilen yıllık bütçe, uvaulanacak malive politikalarını da

içermektedir. Mali yıl Ekim ayında başlayıp, Eylül ayında sonlanmaktadır. 1990'lı yıllarda çok sıkı mali politikalar uygulanmıştır. 11 Eylül olayları, zaten zayıflamakta olan ABD ekonomisine bir darbe daha vurmuştur. Vergi kesintileri ve sağlık harcamalarındaki artış ülkenin maliye ve para politikaları içinde önemli gündem konuları haline gelmiştir. 2006-2007 yıllarında yaşanan iyileşmenin ardından 2008 yılında derinleşen kriz ile özellikle sosyal güvenlik alanında yeni bir çıkmaza girilmiştir. Para politikaları hükümetten bağımsız olarak Merkez Bankası tarafından düzenlenmektedir.

Dünyanın en güçlü parası olan doları basan ABD için cari açığın finansmanı sorunu, güçlü doğrudan ve portföy yatırımı şeklinde gelen yabancı sermaye yatırımları nedeniyle şimdilik ciddi sorun teşkil etmemektedir. Ancak ABD dolarının mevcut etkinliğini yitirmesi, başka para birimlerinin (örneğin Avro) piyasalarda geçerli ve belirleyici hale gelmesi, özellikle enerji (petrol, doğal gaz) ve emtia piyasalarında ABD Doları yerine başka para birimlerinin kullanılmaya başlanması, ABD ekonomisi için büyük bir sorun oluşturabilecektir. Küresel krizin bütün dünyada etkisini iyice hissettirmesiyle, ABD Doları ile Hazine kağıtlarının yatırımcılar nezdinde yeniden dünyadaki en güvenli yatırım aracı olarak görülmesi üzerine, ABD Doları tekrar değer kazanmaya başlamıştır.

Ekonomi politikaları halen krize odaklı olup, iyileştirme amaçlıdır. Zayıf ekonomi ve vergi teşvikleri 2010-2011 kamu maliyesi açısından ciddi tehditler taşımakta, bu da dikkatlerin vergi konsolidasyonu üzerinde yoğunlaşmasına neden olmaktadır. 2009 yılında %2,6 oranında küçülen ABD ekonomisi 2010 yılında %2,8 oranında büyüme göstermiştir.

Hayat Standardı ve İşsizlik

ABD gelir dağılımı eyaletler bazında farklılıklar göstermektedir. Sanayi üretiminde Kuzey-doğu'nun üstünlüğü özellikle 1990'lardan itibaren gerileme gösterse de ekonomideki ağırlıkları hala fazladır. Ağır sanayi üretiminden verimliliği yüksek hafif sanayi üretimine geçişle birlikte batı ve güney eyaletleri de ekonomiden daha çok pay almaya başlamışlardır.

GSYİH'sı neredeyse İtalya kadar olan Kaliforniya'yı büyüklük açısından Teksas, New York, Florida ve Illinois izlemektedir. 2008 yılında bir önceki yıla göre en fazla büyüme gösteren eyaletler Wyoming (%11,9), Kuzey Dakota (%9,4), Oklahoma (%7,4), Alaska (%6,7), Teksas (%6,5) ve West Virginia (%6,5) olmuştur. Büyüme hızı nispeten geride kalan eyaletlerde hem nüfus artış hızı azdır hem de yüksek teknoloji yerine geleneksel tarım ve sanayi sektörlerinde üretime ağırlık verildiği gözlenmektedir. 2008 yılında global krizin de etkisi ile Florida, Delaware ve Michigan GSYİH bakımından en az büyüme gösteren eyaletler olmuştur.

Eyalet Bazında Hane Başına Ortalama Gelir (\$)

Eyalet Adı	2007	2008	2009	% Değişim
Alabama	41.889	42.666	40.489	-5,1
Alaska	66.831	68.460	66.953	-2,2
Arizona	51.726	50.958	48.745	-4,3
Arkansas	39.650	38.815	37.823	-2,6
California	62.280	61.021	58.931	-3,4
Colorado	57.393	56.993	55.430	-2,7
Connecticut	68.489	68.595	67.034	-2,3
Delaware	56.870	57.989	56.860	-1,9
District of Columbia	56.170	57.936	59.290	2,3
Florida	49.696	47.778	44.736	-6,4
Georgia	51.006	50.861	47.590	-6,4
Hawaii	66.179	67.214	64.098	-4,6
Idaho	48.035	47.576	44.926	-5,6
Illinois	56.187	56.235	53.966	-4
Indiana	49.330	47.966	45.424	-5,3
Iowa	49.205	48.980	48.044	-1,9
Kansas	49.347	50.177	47.817	-4,7
Kentucky	41.615	41.538	40.072	-3,5
Louisiana	42.135	43.733	42.492	-2,8
Maine	47.765	46.585	45.734	-1,8
Maryland	70.759	70.545	69.272	-1,8
Massachusetts	64.815	65.401	64.081	-2

Michigan	49.007	48.991	49.255	-0,9
Minnesota	57.990	57.288	55.616	-2,9
Mississippi	37.515	37.790	36.646	-3
Missouri	46.766	46.867	45.229	-3,5
Montana	44.988	43.654	42.322	-3,1
Nebraska	48.942	49.693	47.357	-4,7
Nevada	57.114	56.361	53.341	-5,4
New Hampshire	64.797	63.731	60.567	-5
New Jersey	69.581	70.378	68.342	-2,9
New Mexico	42.710	43.508	43.028	-1,1
New York	55.476	56.033	54.659	-2,5
North Carolina	46.193	46.549	43.674	-6,2
North Dakota	45.475	45.685	47.827	4,7
Ohio	48.385	47.988	45.395	-5,4
Oklahoma	43.005	42.822	41.664	-2,7
Oregon	50.642	50.169	48.457	-3,4
Pennsylvania	50.457	50.713	49.520	-2,4
Rhode Island	55.414	55.701	54.119	-2,8
South Carolina	44.866	44.625	42.442	-4,9
South Dakota	44.958	46.032	45.043	-2,1
Tennessee	43.991	43.614	41.725	-4,3
Texas	49.420	50.043	48.259	-3,6
Utah	57.224	56.633	55.117	-2,7
Vermont	51.741	52.104	51.618	-0,9
Virginia	61.885	61.233	59.330	-3,1
Washington	57.791	58.078	56.548	-2,6
West Virginia	38.387	37.989	37.435	-1,5
Wisconsin	52.519	52.094	49.993	-4
Wyoming	53.664	53.207	52.664	-1
Puerto Rico	18.487	18.401	18.314	-0,5
ABD Ortalama	52.673	52.029	50.221	-3,5

Kaynak: US Census Bureau, 2009 American Community Survey www.census.gov

Yukarıdaki tabloya göre Maryland en yüksek gelire sahip eyalet olarak yer alırken, Mississippi eyaletinde de gelir en düşük düzeyde gerçekleşmiştir. Ülke hanehalkı geliri Doğu ve Batı eyaletlerinde genellikle ortalamadan üstünde gerçekleşmiştir. 20 eyalet ile District of Columbia ortalamadan üstünde gelire sahip olurken, 30 eyalet ülke ortalamasının altında kalmıştır. Bu durum bölge olarak incelendiğinde, Kuzeydoğu eyaletlerinin (Connecticut, Massachusetts, New Hampshire, New Jersey, New York ve Rhode Island; Maine ve Pennsylvania hariç) ülke ortalamasının üzerinde gelire sahip olduğunu ortaya çıkarmaktadır. Benzer şekilde batı bölgesinde yer alan eyaletlerin (Alaska, Colorado, California, Hawaii, Nevada, Utah ve Washington) hanehalkı geliri de ortalamadan üzerinde gerçekleşmiştir.

Sektörler

Tarım ve Hayvancılık

ABD’de tarım ve hayvancılık GSYİH’nın %1’ini teşkil etmekle birlikte global ölçekte karşılaştırıldığında önemli bir üretim potansiyeli söz konusudur. Tarımsal ürün ihracatı toplam üretimde oldukça büyük bir paya sahiptir. Toplam tahıl üretiminin dörtte biri ihraç edilmektedir. Başlıca ihraç ürünleri: mısır, soya fasulyesi, buğday, tütün, pamuk, sorgum, patates, pirinç ve yulaftır. ABD’li üreticiler dünya mısır ve soya üretiminin %40’ını, sorgum üretiminin %25’ini gerçekleştirmektedir. Bu güçlü üretim altyapısı,

innovatif gıda işleme sanayisi ve güçlü markaları sayesinde ABD, dünyanın en büyük gıda ihracatçısı olmuştur.

Sanayi

ABD, üretim maliyetleri açısından daha ucuz bölgelere kaçan ABD'li firmalara rağmen, yine de dünyanın en büyük imalat sanayisine sahiptir. 1992-2007 yılları arasında işgücü verimliliğindeki artış ile imalat sanayi yaklaşık %4 büyümüş olup, üretimdeki verimlilik ise bu oranın iki katı şeklinde ekonomiyi yansıtmıştır. Özellikle ilaç, havacılık ve uzay sanayi gibi ileri teknoloji gerektiren lider sektörler, imalat sanayinde önemli yer tutmaktadır. ABD'li kimyasal üreticileri dünyadaki toplam üretimin %30'unu gerçekleştirmektedir. Bilgisayar ekipmanı, yazılım ve yarı iletken maddelerin üretiminde 70'li ve 80'li yıllarda lider konumunda olan ABD firmaları son dönemlerde yoğun bir rekabet ile karşı karşıyadır. Tekstil gibi geleneksel sektörlerde bir dönüşüm yaşanmış olup, yurtdışında daha düşük maliyetli üretim yapılabilecek merkezler tercih edilmiştir. Motorlu taşıtlar gibi bazı diğer sektörlerde ise, yeni üretim teknikleri ile verimlilik artışı sağlanmış, ancak aşırı kapasite ve özellikle Japon üreticilerin şiddetli rekabeti ile karşı karşıya kalmıştır.

Müteahhitlik Hizmetleri

GSYİH'nin %5'ini oluşturan müteahhitlik sektörü kilit öneme sahiptir. Hükümetin izlediği politikaların da etkisiyle 2007 yılının sonlarında ev sahibi olanların oranı %68 ile dünya standartlarının üstünde gerçekleşmiştir. Ev satın almaların %90'ı "mortgage" kredisi ile gerçekleştirilmiş olup, yaşanan krizin en önemli sebeplerinden olan konut kredileri nedeniyle ev fiyatlarında önemli düşüşler yaşanmıştır.

ABD'de yaşanan ekonomik kriz müteahhitlik sektörünü yurt dışında faaliyetlere yöneltmiştir. Özellikle Afganistan, Rusya, Libya ve Irak gibi ülkelerde yürütülen projelerde Türk ve ABD firmaları arasında güçlü bir işbirliği mevcuttur.

Müteahhit firmalar kar elde etmekten çok ayakta kalmaya odaklandıklarından, yeni konut inşaatları 2008 yılında %33, 2009 yılında ise % 39 azalma göstermiştir. Ulusal Emlakçılar Birliği (National Association of Realtors, NAR) 2010 yılı için %23, 2011 yılı için ise % 42 büyüme tahmini yapmaktadır. Mevcut konut satışları ise 2008 yılında %13 oranında azalmış ancak 2009 yılında %5 oranında büyüme kaydedilmiştir (4.913.000 birimden 5.156.000 birime). 2010 yılında büyüme oranının % 2,7, 2011 yılında ise % 5,3 oranlarında gerçekleşmesi beklenmektedir.

NAR'a göre, 2008 yılında mevcut evler için ortalama fiyatlar 2007 yılındaki 219.000 Dolar düzeyinden 198.100 Dolar'a gerileyerek %9,5 azalma göstermiştir. Aynı dönemde yeni evlerin fiyatları da %6,4 gerilemiştir. 2009 yılında mevcut evler için ortalama fiyat 172.000 Dolar, yeni evler için 215.000 Dolar olarak gerçekleşmiştir. 2010 yılında ise fiyatların sırayla 173.000 ve 211.000 Dolar seviyesinde seyredeceği tahmin edilmektedir.

Bölgeler arasında çok büyük farklılaşmalar görüldüğü için ortalama fiyatların daha yakından incelenmesi gereklidir. Phoenix ve Las Vegas fiyatları, 2000 yılı düzeyinin yaklaşık %10 üzerinde olmakla beraber, beklenen tepe noktalarından %50 daha az değer taşımaktadır. General Motors Corporation ve Chrysler Group LLC firmalarının iflas etmelerinden dolayı, Detroit'teki evler 2000 yılı fiyatlarına göre %30 ucuzdur.

Federal Hükümet, doğal olmayan derecede düşük kabul edilebilecek düşük faiz oranlarıyla piyasaya çok büyük destek sağlamaktadır. Ayrıca Merkez Bankası (FED) yaklaşık 1 trilyon Dolar'lık konut kredisini satın almıştır. Hükümet, krediyle ev alanların evleri satarak kredileri ödemesini engellemeye yardımcı olmak amacıyla ek milyarlarca Dolar harcamaktadır. Bu amaçla 12 Aralık 2009 tarihinde sone eren bir fırsat sunulmuş ve ilk ev sahibi olanlara evin ön ödemesi üzerinden 8.000 Dolar vergi kredisi sağlanmıştır. Dolayısıyla mevcut piyasa tabanı suni olarak desteklenmektedir.

Ulaştırma ve Telekomünikasyon Altyapısı

Havayolu: Dünyadaki hava taşımacılığının %50'sini ABD'nin yurt içi uçuşları oluşturmaktadır. Ülkenin büyüklüğü nedeniyle şehirlerarası yolculuklarda havayolu tercih edilmektedir. 11 Eylül 2001'deki terör saldırıları ve SARS krizi, havacılık şirketlerinin ciddi mali krizler yaşamasına neden olmuştur. Ülkede toplam 15.095 havaalanı ve 126 adet helikopter pisti bulunmaktadır. Uluslararası Hava Limanları Konseyi'nin verilerine göre 2008 yılında, Atlanta Hartsfield Havaalanı'ndan 90 milyon yolcu, Şikago O'Hare Havaalanı'ndan 69,4 milyon yolcu, Los Angeles Havaalanı'ndan 59,5 milyon yolcu, Dallas-Forth Worth'dan 57,1 milyon yolcu geçiş yapmıştır. Kargo taşımacılığında öne çıkan havalimanları ise Memphis, Los Angeles ve Miami'dir.

Karayolu: Karayolu ulaşımında en fazla kullanılan araç, otomobildir. Karayolu taşımacılığı, toplam taşımacılık içinde ağırlıklı paya sahiptir. ABD, toplam 6,5 milyon kilometreyi aşan karayolu ağı ile dünyada 1. sıradadır. Bu yolların 4,2 milyon kilometresi asfaltlanmış olup, 2,3 milyon kilometresi asfaltlanmamıştır. Asfaltlanmış yolların yaklaşık 75.000 kilometrelik kısmı, ekspres otoban olarak kullanılmaktadır.

Demiryolu: Hava ve karayolu taşımacılığının rekabetine rağmen demiryolları özellikle kısa mesafeli şehir içi taşımacılıkta en fazla kullanılan yoldur. Federal hükümetin desteklediği Amtrak, Boston-New York-Washington koridorunda dünyanın en hızlı treni "Acela" faaliyette bulunmaktadır.

İletişim: ABD, 150 milyon sabit hat ve 270 milyon mobil hat abonesi ile dünyanın en gelişmiş telekomünikasyon sektörlerinden birine sahiptir. Ülkede 2009 yılı itibarıyla 383 milyon ABD kaynaklı

web sitesi bulunmaktadır olup, son veriler (2009 yılı itibarıyla 234 milyon kişi internet kullanımını).

Bilişim Teknolojisi: ABD, yüksek teknolojiye ve verimliliğe sahip firmaları ile bilişim sektöründe dünyada öncü ve lider konumdadır. ABD firmalarının sahip oldukları küresel belirleyici rol özellikle bilgisayar üretimi, yazılım ve internet servislerinde ortaya çıkmaktadır.

Basın-TV: TV firmaları özel sektöre aittir. 40-50 civarında televizyon istasyonu bulunmakla birlikte, geleneksel olarak; ABC, CBS, NBC, Fox, WB, CW tarafından pazar paylaşılmış durumdadır. The New York Times, The Washington Post, Los Angeles Times ve The Wall Street Journal hem ulusal hem de uluslararası alanda tanınan gazetelerdir.

Enerji

ABD, dünyanın en büyük enerji üreticisi, tüketicisi ve net ithalatçısıdır. Dünya sıralamasında petrol rezervleri açısından 13., doğal gazda 6. ve kömürde 1. sırada yer almaktadır. Enerji ithalatının %80'ini ham petrol ve petrol ürünleri oluşturmaktadır. Günlük ham petrol ithalatının 13,47 milyon varil düzeyinde olduğu tahmin edilmektedir. Ham petrol üreticisi ilk beş bölge; Meksika Körfezi, Teksas, Alaska ve California'dır.

Doğal gaz üretimi, dünya üretim artış hızının gerisinde kalmakla birlikte, yıllık 582,2 milyar metreküp ile istikrarlı bir durum arz etmektedir. Daha güvenli ve temiz bir enerji kaynağı olması nedeniyle Latin Amerika ve Orta Doğu ülkeleri ABD'nin tedarikçisi haline gelmiştir. Teksas, Oklahoma, New Mexico, Louisiana ve Wyoming doğal gaz üreticisi ilk beş eyalettir. 2009 yılı itibarıyla ABD'nin toplam doğal gaz ithalatının %80'i Kanada'dan yapılmaktadır.

Elektrik üreten sanayiler girdi olarak petrol ve petrol ürünlerini değil, kömür ve nükleer enerjiyi seçmişlerdir. Elektrik tüketiminin yılda %2 artışla 2008 yılında yaklaşık 4,11 trilyon kilowatt/saat düzeyine yükseldiği tahmin edilmektedir. Nükleer tesislerin güvenilirliği konusundaki şüpheler nedeniyle kömür üretimi daha hızlı artış göstermektedir.

Finansal Hizmetler

ABD ekonomisinde önemli bir yer tutan ve yaklaşık 6 milyon insanın çalıştığı sektör, aynı zamanda dünya lideri olma özelliğini de taşımaktadır. Yasal düzenlemeler, Merkez Bankası (FED), Sermaye Piyasası Kurumu ve Federal Mevzuat Sigorta Şirketi tarafından gerçekleştirilmektedir. New York, finans merkezi olma özelliğini korumakla birlikte; Şikago, Boston, Philadelphia, San Fransisko ve Los Angeles diğer önemli merkezler olarak öne çıkmaktadır.

Dünyanın en büyük menkul kıymet borsası olan New York Borsası'nın (New York Stock Exchange, NYSE) 100'den fazla ülkeyi kapsayan 4000 kayıtlı firması ve Dünya Menkul Kıymet Borsaları Federasyonu (World Federation of Exchanges, WFE) verilerine göre 2009 yılı sonu itibarıyla 11,8 trilyon Dolar piyasa değeri bulunmaktadır. ABD çapında pek çok menkul kıymet borsası bulunmaktadır.

Perakende Sektörü

ABD pazarı, pek çok üretici ve tüketici örgütünden oluşan, özdenetimi yüksek, oldukça korumacı bir yapıya sahiptir. Belirgin bir pazar kesimlendirmesine ve kesimlere göre çeşitlenen yaygın satış ağına sahiptir. Son derece çetin rekabet koşulları bulunan, sürekli alternatifini yaratması nedeniyle, yakından izlenmesi gereken bir pazar yapısı bulunmaktadır.

Perakende dağıtım kanalları çok çeşitlilik göstermektedir (Büyük Perakendeciler, İhtisas Mağazaları, Çok Katlı Mağazalar vb). Kalite sorunları, hizmet aksaması ve istikrarsızlık gibi konularda son derece hızlı tepki vermektedir.

ABD perakende pazarında satış için pazarlama çok önemli bir rol oynamaktadır. Üreticiler yüksek reklam faturaları ödemekten çekinmemektedirler. Mağazaların promosyonlar düzenlemesi de çok yaygın bir uygulamadır.

ABD ekonomisinin son iki yıldır yakaladığı hızlı büyüme trendi ve tüketici güven endeksindeki artış gibi konjonktürel gelişmeler ve ABD'de kişi başına düşen milli gelirin yüksekliği, tüketimin yüksek, tasarruf oranlarının düşük olması, hane halkının genelde çift gelirli olması gibi yapısal etkilerle perakende sektörü bir bütün olarak hızla gelişmeye devam etmektedir.

Ancak, sektör alt gruplar halinde incelendiğinde kendi içinde farklı trendlerin varlığı da görülmektedir. Süpermarket zincirlerinde açık arayla en büyük zincir olan Wal-Mart, sektör için en büyük tehdit olarak algılanmakta, şirket mağaza sayısını hızla artırarak diğer marketlerin coğrafi olarak pazara girmesini engellemeye çalışmaktadır. Diğer taraftan, doğal ve organik ürün satan market zincirlerinin gittikçe daha popüler hale gelmesi sektörü zorlamaktadır.

Çok katlı mağazalarda son yıllarda karşılıklı şirket satın almalar ve şirket evlilikleri hız kazanmakta ve çok katlı mağazalar son yıllarda artan şirket zararları nedeniyle bir dönüşüm yapma zorunluluğu içerisinde olup, daha lüks ürünlere yönelim trendi içine girmektedir.

ABD pazarının büyüklüğü, zincir mağazaların büyük ölçekleri ve perakende sektörünün tüketime yönelik hemen her alanda faaliyet göstermesi gibi ABD pazarının kendine has özellikleri nedeniyle, yoğunlaşma biçimlerini ana hatlarıyla alt sektörler bazında incelemek gerekmektedir. Bu çerçevede;

Wal-Mart, Costco gibi düşük fiyat ve büyük miktar sunan büyük ölçekli supermarketler şehir dışlarında ve ABD genelinde yerleşim alanları dağınık olduğu için küçük yerleşim yerlerinin kümelendiği bölgelere yakın yerlerde, büyük metropollerde ise şehirlerin dış çevresinde yoğunlaşmıştır.

Düşük fiyata odaklanma yerine tüketiciye yakın olmanın verdiği avantaja odaklı Safeway gibi daha küçük süpermarketler ise şehir içlerinde yoğunlaşmıştır. Yine aynı şekilde günlük kişisel tüketim ve ilaç gibi ürünlerin satıldığı daha küçük ölçekli "convenience store" veya "pharmacy" ler şehir içindeki işlek merkezlerde bulunmaktadır. Diğer taraftan, ağırlıklı olarak tekstil ürünleri satan "çok katlı mağazalar" genelde büyük metropollerin gelir düzeyi yüksek müşteriye hitap eden merkezlerinde ve "mall" adı verilen, şehirlerin dış çevresinde bulunan alışveriş komplekslerinde yer almaktadır.

Organize Perakende Sektöründeki Başlıca Mağaza Zincirleri

ABD'de bulunan mağaza zincirlerinin ilişkili olarak, hacimleri itibarıyla ilk dört mağaza zincirini: Wal-Mart Stores, Inc., Costco Wholesale Corporation, Target Corporation ve Sears Holding Cooperation firmaları olarak sıralandırmak mümkündür. Diğer taraftan, ABD'nin ilk beş çok katlı mağazası olarak da, JC Penney Company Inc., May Department Stores Co., ve Nordstrom Inc. ve Federated Department Stores Inc. firmaları sıralanabilir.

En büyük dört zincir mağaza da dahil olmak üzere olmak üzere, zincir mağaza şirketleri ABD'nin son derece gelişmiş sermaye piyasalarında işlem gören şirketlerdir. Bu nedenle, tam anlamıyla yabancı ve yerel sermayeli ayırımı yapmak teknik olarak mümkün görülmemekle birlikte, daha genel bir değerlendirmeye bu firmaların büyük çoğunluğunu yerel sermayeli firma olarak değerlendirmek daha doğru olacaktır.

1- Wall Mart Stores, Inc.: 1962 yılında kurulan ve ABD çapında indirimli satış yapan bir mağazalar zinciridir. Firmanın ABD'de 1.100 adet indirimli satış yapan mağazası, 1.900 adet Supercenter'i, 95 "Neighborhood Market"i, üyelik sistemi ile çalışan toptan satışların yapıldığı 575 adet Sam's Club işletmesi bulunmaktadır. Bir hafta içerisinde bütün dünyada yaklaşık 176 milyon kişiye hizmet vermektedir. ABD dışında uluslararası olarak, Arjantin, Brezilya, Kanada, Çin, Kost Rika, El Salvador, Almanya, Guatemala, Honduras, Japonya, Meksika, Nikaragua, Porto Riko, Güney Kore ve İngiltere'de mağaza işletmeleri bulunmaktadır.

2- Costco Wholesale Corporation: 1983 yılında kurulan, üyelik sistemi ile çalışan ve indirimli fiyatlarla toptan satış yapan bir 'warehouse' zinciridir. Costco, Mayıs 2007 itibarıyla, ABD'de 376 adet olmak üzere Meksika, Kanada, İngiltere, Güney Kore, Tayvan ve Japonya'da toplam 510 adet 'warehouse' olarak tanımlanan ve büyük depoları andıran mağazalar işletmektedir. Yaklaşık 132.000 kişiye tam ve part-time iş imkanı sağlamaktadır.

3- Target Corporation: 1902 yılında kurulan şirket ilk mağazasını 1962 yılında Minnesota'da açmıştır. Target Corporation'ın 1.488 mağazası bulunmakta olup, toplam 352.000 kişiye iş imkanı sağlamaktadır. Bu mağazalarda, hazır giyim ürünleri, elektronik eşya, mücevherat, gıda ürünleri, kozmetik-temizlik ürünleri, ev ve mutfak eşyaları gibi değişik ürün grupları satışa sunulmaktadır.

4- Sears, Roebuck and Co.: 1886 yılında kurulan şirket ilk mağazasını 1925 yılında Şikago'da açmıştır. Kendi adı altında ABD, Porto Riko ve Kanada'da mağazaları bulunmaktadır. Sears mağazalarında beyaz eşya, bahçe bakım ekipmanının yanında hazır giyim, altın - gümüş mücevherat ve dekoratif ev eşya satışları da yapılmaktadır.

5- K Mart Corporation : 1962 yılında ilk mağazası açılan Kmart Corporation, Mart 2005'te Sears Roebuck Co. tarafından satın alınmıştır. Yeni firma yapılanmasına göre Kmart mağazaları aynı ad altında işletilmeye devam edilerek, mağazalarında önceden olduğu gibi hazır giyim ürünleri, temizlik malzemeleri, ev tekstili, mutfak ve ev eşyası satmayı sürdürecektir. ABD ve Kanada'da toplam 2.400 mağazası bulunmaktadır.

ABD Perakende sektörünün olağanüstü büyük ölçeği ve çeşitliliği nedeniyle satın alma yöntemleri ile ilgili sektörün tamamını kapsayan tek bir cevap olmamakla beraber, en büyük zincir mağazaları incelendiğinde bu zincirlerin satın alma "outsourcing" departmanları bulunmakta ve bu departmanlar genel stratejiyi belirlemekte ve ölçeklerin büyüklüğü ve coğrafi olarak geniş bir alana yayılması nedeniyle yerel satın almalar coğrafi bölgeler bazında "dealer" tabir edilen aracı/toptancılar, ithalata yönelik satın almalar ise dünyanın çeşitli bölgelerinde ve kilit ülkelerdeki satın alma ofisleri ve/veya "dealer"lar kanalıyla yapılmaktadır.

İhtisas Mağazaları ve Çok Katlı Mağazalar

İhtisas mağazalarına örnek olarak Bed Bath & Beyond, Linens'n Things, Crate & Barrel, Cost Plus, Restoration Hardware, Fortunoff ve benzerleri gösterilebilir.

ABD'de yaygın zincirler oluşturan bu grup içinde, konusunda çok çeşit bulunduran türleri (Bed Bath & Beyond, Linens'n Things) olduğu gibi, daha ziyade konseptleri ve keyifli alışveriş ortamları ile bilinenleri de (Crate&Barrel, William Sonoma, Pottery Barn, vb) mevcuttur. Birinci grupta münhasır ürün yanı sıra standart ürünler de satılabilirken ikinci gruba ağırlıklı münhasır ürünler girmektedir. Bu mağazalar, aynı üründen diğer perakendecilere verilmesini istemezler. Bu nedenle bu tür mağazalar, üretim ve ithalat yapılırken tasarım noktasında dahi birlikte çalışılmasını beklemektedir.

Katlı mağazalara örnek olarak ise Sears, J.C.Penney, Kohl's, Macy's, Marshall Field's, Bloomingdale's vb. gösterilebilir.

Büyük perakendeciye ve ihtisas mağazalarına pazar payı kaybeden katlı mağazalar birleşme yoluyla

güç kazanmaya çalışmaktadır. Daha pahalı ürünlerin satıldığı, yoğun markalar arası rekabetin yaşandığı bu alışveriş ortamında kalite, tasarım 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 doğrudan çalışmak mümkün olduğu gibi, ABD'li markalar, ABD'de stil yaratan distribütörler vasıtasıyla da satış yapılabilir.

► Doğrudan Yabancı Yatırımlar

Doğrudan Yabancı Yatırımların Görünümü

ABD halihazırda dünyanın en fazla doğrudan yabancı sermaye çeken ülkelerinden birisidir. Ayrıca, Amerikan Hazinesi'nin çıkardığı borçlanma tahvilleri ve bonoları bütün dünya yatırımcıları açısından önemli bir yatırım aracıdır. ABD'deki sermaye piyasaları tüm dünya yatırımcılarının sermaye aktardığı piyasalardır.

Amerika Birleşik Devletleri genellikle yabancı yatırımcıya konuksever bir yatırım ortamı ile birlikte geniş pazar imkanları sunmaktadır. Vergi kanunları, haksız rekabet, menkul kıymetlerin halka satışı, tüketicinin korunması, işçi ve göçmen hukuku, telif hakkı, marka ve patent, icra-iflas, gıda, eczacılık ürünleri, çevre ve kirlilik kontrolüne ilişkin düzenlemeler, yabancı yatırımcıyı ilgilendiren federal kanunlar kapsamındadır. ABD hukuk düzeni, federal yargının yanı sıra, eyalet ve yerel hukuk düzenlemeleri üstüne kurulmuş ender bir kanuni sistemdir.

ABD'de işletme kurmayı planlayan yatırımcılar belli federal ve eyalet iş teşviklerinden ve yardımlarından faydalanabilmektedir. Örneğin, Ekonomik Kalkınma İdaresi (Economic Development Administration), ABD Konut ve Kentsel Kalkınma İdaresi (U.S. Department of Housing and Urban Development Administration), yerel eyalet kalkınma kurumları ve yerel Ticaret Odaları (Chambers of Commerce) bu türden yardımlar sağlayan kuruluşlar arasındadır. Bu kuruluşların yanı sıra Küçük Ölçekli İşletmeler İdaresi (Small Business Administration) de bu türden yardım sağlayan kuruluşlar arasında sayılabilir.

ABD'ye yönelik yabancı sermaye yatırımlarının büyük bir kısmı başta İngiltere olmak üzere, Japonya, Almanya, Hollanda, Kanada ve Fransa tarafından yapılmaktadır. 1980'li yıllardan itibaren ABD'deki yabancı sermaye yatırımları dikkat çekici boyutta artarken, ABD'nin yurtdışına yönelik yatırımlarında özellikle 2000'li yıllarda dikkate değer artışlar görülmektedir.

2007 yılında 271,2 milyar Dolar olan doğrudan yabancı sermaye girişi, 2008 yılında 316,1 milyar Dolar olarak gerçekleşmiş, 2009 yılında ise 118,6 milyar Dolar'a gerilemiştir. ABD'deki yabancı yatırımlara ve ABD'nin dış yatırımlarına ilişkin daha detaylı bilgilere <http://www.bea.gov/international/index.htm#iip> adresinden ulaşmak mümkündür.

ABD'deki Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları 2005-2009 (milyon Dolar)

	2005	2006	2007	2008	2009
Tüm Ülkeler	1.634.121	1.840.463	2.109.876	2.278.892	2.319.585
Kanada	165.667	165.281	207.925	221.870	225.836
Avrupa	1.154.048	1.326.738	1.507.594	1.622.911	1.685.279
Türkiye	162	205	218	-	-
Latin Amerika	57.175	66.583	55.816	49.233	27.864
Afrika	2.341	1.976	1.396	2.002	1.689
Orta Doğu	8.306	10.112	15.058	14.676	17.614
Asya Pasifik	246.585	269.772	322.087	368.200	361.303

Kaynak: Bureau of Economic Analysis, www.bea.gov

ABD'nin Yurtdışındaki Doğrudan Yatırımları 2005-2009 (milyon Dolar)

	2005	2006	2007	2008	2009
Tüm Ülkeler	2.241.656	2.477.268	2.993.980	3.219.725	3.508.142
Kanada	231.836	205.134	250.642	239.170	259.792
Avrupa	1.210.679	1.397.704	1.682.023	1.831.246	1.976.222
Türkiye	2.563	3.141	5.584	5.721	6.268
Latin Amerika	379.582	418.429	556.160	591.363	678.956
Afrika	22.756	28.158	32.607	37.221	44.805
Orta Doğu	21.115	24.206	28.448	31.886	37.012
Asya Pasifik	375.689	403.637	444.101	488.839	511.355

Ülkeler İtibarı ile Doğrudan Yabancı Yatırımlar

Ülkedeki Serbest Bölgeler (Özel Ekonomik Bölgeler)

Serbest ticaret bölgeleri ABD Gümrük ve Sınırları Koruma Birimi (US Customs and Border Protection) tarafından yönetilmektedir. Kurulmaları için Serbest Ticaret Bölgeleri Kurulu'nun onayı gerekmekte olup, Serbest Ticaret Bölgeleri Kanunu'na tabidirler. (<http://ia.ita.doc.gov/ftzpage/grantee/regs.html>)

Serbest Ticaret Bölgeleri Kurulu'nun düzenlemeleri, Federal Yönetmelikler Kodu'nun Title 15 başlığı altında, Bölüm 400'de ve ABD Gümrük ve Sınırları Koruma İdaresi Yönetmeliği'nin bölgeler hakkındaki Title 19 başlığı altında, Bölüm 146'da düzenlenmiştir. (<http://www.trade.gov/ftz>)

Serbest Ticaret Bölgeleri kamu ve özel sektöre ait kuruluşların sponsorluğunda kurulabilmektedir. Daha önceden ilan edilen ücret tarifelerleriyle, belediye hizmetlerine benzer şekilde hizmet verilmektedir.

Genel amaçlı bir serbest ticaret bölgesi, kullanıcılara çok uygun fiyatlar ve ulaşım imkanlarıyla donatılmış stoklama ve dağıtım depoları sunmaktadır. Bu bölgelerin çoğu kullanıcılarına kendi yerlerini inşa etme olanağı tanıyan endüstri parklarını da içermektedir.

Diğer taraftan alt-bölgeler (subzone) genellikle genel amaçlı serbest ticaret bölgelerinde faaliyet göstermesi mümkün olmayan belirli bir fabrika veya üretim kompleksine benzer hakların tanınması şeklindedir.

<http://ia.ita.doc.gov/ftzpage/letters/ftzlist-map.html> adresinden bütün eyaletlerdeki serbest bölgelere ulaşılması mümkün bulunmaktadır.

Serbest ticaret bölgelerine en fazla girişi olan ürünler, araba ve yedek parçaları, ham petrol ve türevleri, elektronik ürünler ve parçaları, makina ve ekipman, bilgisayar, ofis ekipmanları, tekstil, konfeksiyon ve deri, audio-video ekipman, kimyasallar, meyve suyu konsantreleri, tütün metal ve mineral ürünler, mücevher ve saat olmuştur.

Serbest Ticaret Bölgeleri Ulusal Derneği'ne, <http://www.naftz.org> adresli web-sitesinden ulaşmak mümkündür.

Ülkede İş Kurma Mevzuatı

Dünya genelinde en büyük ekonomiye sahip ve rekabetin en yoğun yaşandığı bu piyasada şirket kurarken, özellikle ekonomik maliyetlerin düşürülmesi açısından çeşitli teşvik mekanizmalarından yararlanılması açısından önem taşımaktadır.

ABD'de şirket kurulurken, en önemli husus kurulacak şirketin türüdür. Şirketler, "Ortaklık (Partnership)", "Ticari Şirketler (C veya S Corporations)", "Sınırlı Ortaklık (Limited Partnership)" ve "Sınırlı Sorumlu Şirket (Limited Liability Company)" şeklinde faaliyet gösterilebilmektedir.

Farklı şirket statüleri hakkında karşılaştırmalı bilgi için New York'ta yerleşik Zara Hukuk Bürosundan (www.zaralawny.com) bilgi temin etmek mümkündür. Özellikle ortaya çıkması muhtemel hukuki anlaşmazlıkların çözümünde, seçilen şirket türü hukuki prosedürün şeklini değiştirmektedir.

Şirketin türüne karar verildikten sonra, şirketin faaliyet göstermesi açısından zorunluluk arz eden önemli hususlar aşağıda sıralanmıştır:

Lisans: Şirketin faaliyet göstermesi için iş yerinin bulunduğu Eyalet Valiliği/Yerel İdare gibi resmi kuruluşlardan alması gereken ruhsattır.

İşveren Kimlik Numarası: Özellikle işçi çalıştırılan şirketler için zorunludur.

Yerleşme Sertifikası: Kiralanacak veya satın alınacak gayrimenkule ait belgedir.

Firma ismi: Kurulacak şirketin belirli bir ismi olması gerekmektedir.

Marka, patent: Şirkete ait telif haklarının korunması ile ilgili olarak belge alınması şirketin yararına.

Vergi: Vergi ödemek için numara almak zorunludur.

ABD'de şirket kurmak isteyen yabancı işadamlarının "oturma" ve "çalışma" iznine sahip olması zorunludur. Şirketin türüne karar verilmesinin ardından; genellikle Eyaletlerin Valilik Ofislerinde faaliyet gösteren ilgili bölüme başvurularak, formların doldurulmasının ardından bu bölümün verdiği "lisans" ile ticari faaliyet gösterme yetkisi alınmaktadır.

Şirkette ABD'li bir ortağın bulunması kuruluş aşamasının kolaylaşmasını sağlamaktadır. Şirketin kurulması ve lisansın alınmasının ardından, eğer işadami şirket ortağı ise E1, şirketin sponsorluğunda yönetici ise H1B vizesi almak üzere vize statüsünü değiştirme talebinde bulunabilmektedir. Her iki vize, aslında ABD'de "geçici çalışma" vizesi olup, sırasıyla 2 ve 3 yıllık kalış süreleri sağlamaktadır. Vize konularında göçmen işlerinde uzmanlaşmış avukat veya danışmanlık firmaları ile temasa geçilmesi tavsiye edilmektedir.

ABD genelinde yabancı uyrukluların mülk edinmesinde herhangi bir kısıtlama bulunmamaktadır. Gayrimenkul alım satım işlemleri "emlakçı" şeklinde nitelendirilebilecek firmalar aracılığıyla yapılmakta, hem alıcı hem de satıcı bu firmalara komisyon vermek suretiyle işlemi gerçekleştirmektedir. Alım-satım işlemlerinde banka veya diğer mali kurumların sağladığı 30 yıla varan vadeli krediler de kullanılabilir.

ABD'deki federal yönetim biçiminden dolayı, şirket kurma ve teşvik mekanizmaları uygulama bazında eyaletler arasında farklılık göstermektedir. Bu itibarla, ABD'de faaliyet gösterilecek bölge seçilirken şirket kurma prosedürlerinin belirlenmesi ve teşvik imkanlarının araştırılması önemlidir.

Yatırımlara Sağlanan Teşvikler

ABD'de değişik eyaletlerce kendi bölgesindeki yatırımları ve ihracatı artırmak amacıyla, yatırımın yapılacağı yer, sektör, yaratacağı istihdam ve yatırımın büyüklüğü gibi kriterleri dikkate alarak, bedelsiz arazi temininden uygun koşullu kredi sağlamaya ve vergi muafiyetinden bedelsiz arazi teminine kadar çok çeşitli teşvikler sağlanmaktadır. Virginia ve Maryland eyaletlerinde uygulanan yerel teşvikler aşağıda derlenmiştir.

Virginia Eyaletinde Yatırımcılara ve İhracatçılara Sağlanan Teşvikler

Virginia eyaleti teşvik olarak; altyapı geliştirme hibeleri, vergi iadesi ve istisnaları ile teknik eğitim programları sağlamaktadır.

Kurumsal Gelir Vergisi: Eyalette uygulanan kurumsal gelir vergisi oranı % 6'dır. Virginia şirketlerinin uluslararası faaliyetlerinden kaynaklanan karlarından vergi alınmamaktadır.

Eyaletin girişimci bölgeleri veya kalkınmada öncelikli bölgelerindeki şirketlerde personel sayısının 50, diğer bölgelerde ise 100'ü aşması halinde, aşan sayı için 1.000 ABD Doları vergi iadesi yapılmaktadır.

Ayrıca, şirketlerin dönüşümlü ürün işlenmesinde kullandıkları makina ve teçhizat için de, bu teçhizatın toplam maliyetinin % 10'u kadar bir vergi iadesi alması söz konusudur.

Şirketlerin, personelin çocuklarına gündüz bakımı amacıyla yapacakları bina inşaatı, modernizasyonu gibi işlerden kaynaklanan maliyetlerinin % 25'ine kadar vergi iadesi talep etme hakları bulunmaktadır.

Şirketler personeline verecekleri teknik eğitim programları maliyetlerinin % 30'u nispetinde vergi iadesi alabilmektedir.

Mülkiyet Vergisi: Eyalet bazında mülkiyet vergisi uygulanmamakta, sadece yerel idareler nezdinde vergi alınmaktadır. Gayrimenkuller ve şirketin mal varlığı üzerinde vergi bulunmamakta olup, yerel idareler de çevre kirliliği kontrol üniteleri, geri dönüşüm makineleri, rehabilite edilmiş ticari veya sınıai arazi, imalatçı şirketin elektrik üretici teçhizatı, güneş enerjisi ekipmanı ve çevre restorasyonu amaçlı alanları, tamamen veya kısmen vergiden muaf tutabilirken, AR-GE amaçlı taşınabilir özel mülkiyet, yarı iletken imalat sanayi makina ve teçhizatı, bilgisayar sistemleri, uçak, temiz yakıt kullanan araç ve İnternet hizmetlerinde kullanılan taşınabilir özel mülkiyet için de düşük oranlı vergi uygulayabilmektedir.

Satış Vergisi İstisnaları: Virginia da uygulanan % 4,5 oranındaki satış vergisi ABD genelindeki en düşük oranlar arasında yer almaktadır. Bu verginin belli başlı istisnaları aşağıda sıralanmaktadır:

- Doğrudan üretimde kullanılan makina, teçhizat, yedek parça, sanayi yakıtı ve hammadde alımları,
- Distribütörler tarafından yeniden satış amaçlı alınan ürünler,
- Çevre kirliliğini kontrol cihazları,
- Şirkete mahsus bilgisayar programları,
- Boru ve hatlarla taşınan her türlü kamu hizmeti (su, atık su, elektrik, gaz, vb.)
- AR-GE'de kullanılan her türlü malzeme,
- Film, video ve diğer audio üretimi ile ilgili alımlar,
- İnternete ulaşım ve ilgili haberleşme sistemleri.

Girişimci Bölgeleri - Teknoloji Bölgeleri: Eyalette tespit edilen 56 girişimci bölgesinde; 30 ay içinde 15 milyon ABD Doları tutarında yatırım yaparak, 50 kişilik istihdam yaratan şirketler ilk yıl % 80, takip eden 10 yıl boyunca da % 60 oranında gelir vergisi matrahı tutarında vergi iadesi alabilmekte, 50 kişinin üzerinde istihdam yaratılması durumunda vergi iadesi oranını müzakere edebilmektedir. 100 milyon dolarlık yatırım ve 200 istihdam sözkonusu ise, yapılan yatırımın %5 nispetindeki kısmi gelir vergisi iadesi yapılabilmektedir. Ayrıca yaratılan yeni ve tam gün istihdam için, üç yıl içinde her bir istihdam başına 500 ABD Doları karşılıksız yardım da sağlanmaktadır. 13 adet teknoloji bölgesinde ise, yerel idarelerin uyguladıkları vergi istisnaları başta olmak üzere çeşitli teşvik imkanları mevcuttur.

İşgücü Teşvikleri: Sermaye yatırımı 1 milyon doları geçen, en az 25 yeni istihdam yaratan, saat başı 8 dolar minimum işe başlama ücreti veren, şirket cirosunun yarısından fazlasını Virginia dışında kazanan ve en az bir eyalet veya ülke karşısında rekabet edebilir bir proje oluşturabilen firmalar, "Workforce Services" programı çerçevesinde, eğitim analizi, işe alma ve evde eğitim programları belirleme,

elektronik medya hizmetlerinden yararlandırma gibi konularda teknik yardım alabilmektedir.

Altyapı Teşvikleri: Şirketlerin kuracakları fabrikalar için, mevcut olan karayolunun iyileştirilmesi veya mevcut olmaması durumunda yeni yol yapılması için 300.000 ABD Doları'na kadar firmalara yardımda bulunulabilmekte, eyaletin ekonomik kalkınmasına hız sağlayacak durumlarda ise 450.000 dolara kadar demiryolu döşemesine imkan sağlanmaktadır.

Serbest Bölgeler: Eyalet genelinde 6 serbest bölge bulunmakta olup, bu bölgelere ithal edilen ürünler ABD'ye girişine kadar geçen süre içinde vergilendirilmemekte, ayrıca üçüncü ülkelere re-eksport yapılabilmektedir.

Yukarıda yer alan bu teşviklerin yanı sıra, çeşitli isimler altındaki mali fonlardan da yararlanılabilmektedir.

Maryland Eyaletinde Şirket Kurma ve Teşvikler

Maryland Eyaletinde, vergi istisnaları ve iadesi dışında; teşvik olarak imalatçı firmalardan brüt makbuz vergisi, kurumsal "franchising" vergisi, kar vergisi, yabancı ortakların tabi olduğu gelir vergisi ve okul vergisi alınmamaktadır.

Kurumsal Gelir Vergisi: Eyalet genelinde vergi oranı %7 olup, her şirket bu vergiyi ödemek zorundadır. Eğer şirket yabancı ortaklı bir şirketsen ve yabancı payı %50'nin üzerindeyse, yabancı ortağın elde ettiği gelir vergi matrahından düşülmektedir.

Kurumsal gelir vergisi kapsamında teşvik olarak; girişimci bölgesi vergi iadesi, istihdam yaratma vergi iadesi, "One Maryland" ekonomik kalkınma vergisi iadesi, AR-GE vergi iadesi sayılabilmektedir.

Mülkiyet Vergisi: Eyalet içindeki mülkiyetin değeri mevcut piyasa değeri üzerinden %100 oranında hesaplanmakta olup, vergi hesaplanan değere göre alınmaktadır. Başta imalatla kullanılan bilgisayar sistemleri olmak üzere, şirketin sahip olduğu özel mülkiyetten vergi alınmamaktadır.

Bu vergi dahilinde teşvik olarak; yerel idarelerin yeni veya büyüyen imalatçı firmalara yönelik vergi iadesi uygulamaları mümkün olurken, ayrıca girişimci bölgelerinde faaliyet gösterip mülkiyetlerini iyileştiren yeni ve büyüyen firmalara vergi iadesi de uygulanmaktadır.

Satış Vergisi: % 5 olarak uygulanan bu verginin önemli istisnaları aşağıda sıralanmıştır:

- Şerh ve sermaye olarak kaydedilmemiş imalatla kullanılan makina ve ekipman,
- Üretim sahasında kullanılan emniyet ve kalite kontrol teçhizatı,
- İmalat veya test aşamasında kullanılan taşınabilir kişisel mallar,
- Soğutma, ısıtma ve aydınlatma amaçlı olmayan ve imalat aşamasında kullanılan yakıtlar,
- Satmak üzere tekrar yazılmış bilgisayar programları,
- Test etme dahil AR-GE faaliyetlerinde kullanılan ekipman,
- Eyaletler arası veya uluslararası yolcu taşımacılığında kullanılan uçak, gemi, demiryolu karayolu araçları.

Önemli Vergi Teşvik Sistemleri

İstihdam Yaratma: İmalat ve madencilik, ulaştırma ve haberleşme, tarım, ormancılık, balıkçılık, kamu hizmetleri-depoculuk, AR-GE, biyoteknoloji, bilgisayar sistemleri, finans-emlak-sigorta sektörlerinde faaliyet gösteren firmalar gelir vergisi iadesinden yararlanabilmektedir. Yararlanabilme şartı, firmanın 24 aylık süre içinde 60 yeni istihdam yaratmasıdır.

"One Maryland" Ekonomik Kalkınma Vergisi: Baltimore ile birlikte 6 bölgede, imalat, tarım, bilgisayar programcılığı, madencilik, balıkçılık, araştırma, ulaştırma, ormancılık, veri işleme, turizm gibi 24 farklı sektörde faaliyet gösteren şirketlerin onaylanmış kalkınma projeleri için, 5 milyon dolara kadar vergi iadesi mümkün olabilmektedir.

Girişimci Bölgesi: Eyalette faaliyet gösteren 30 Girişimci Bölgesindeki şirketler, mülkiyet vergisi ile gelir vergisi iadesinden yararlanmakta, ayrıca istihdam yaratma programı dahilinde de vergi iadesi alabilmektedir. Üç ayrı öncelikli bölgede ise, şirketler yararlanmakta oldukları vergi iadelerini katlı olarak alabilmektedir.

AR-GE: Şirketler AR-GE harcamalarının %3'ünü "Esas Vergi İadesi", diğer % 10'unu ise "Büyüme Vergi İadesi" olarak alabilmektedir. Her iki vergi iadesinin toplamı 3 milyon dolarla sınırlandırılmıştır.

Diğer Teşvik Programları: Temiz Çevre Yasası paralelinde, enerji tasarrufu sağlamak ve çevre kirliliğini önlemek üzere çamaşır makinası, klima, buzdolabı, ısıtma ve soğutma sistemlerinden satış vergisi alınmaması, elektrikli taşıtlarda 2.000 dolar, hem elektrikle hem benzinle çalışan taşıtlarda ise 1.500 dolar vergi matrahı indirimi sağlanması gibi imkanlar sağlanmaktadır.

Şirketlere kuruluş aşamasında sermayelerine katkıda bulunmak üzere, "Eyalet Ekonomik Kalkınma Programı ve Fonu" ve "Yatırım Programı" isimli çeşitli mali imkanlar da mevcuttur.

Oturma ve Çalışma İzinleri

ABD'de yatırım yapmayı düşünen yabancı yatırımcılar değişik kaygılar taşımaktadır. Yatırımcının amaçlarına uyabilecek en uygun iş yapısına karar verebilmek için emlak, şirket yapısı ve vergi

konularında avukatlara danışmak önem arz etmektedir. Bununla birlikte, yabancı yatırımcıların ABD'deki yatırımlarında başlangıçta gözden kaçırabilecekleri en önemli konulardan bir tanesi göçmenlik konusudur. Bu konunun planlanması ABD'de kurulacak şirketin hisse sahiplerinin ve dolayısıyla hisse paylarının kararlaştırılmasını içermektedir. Yatırımcı şirket veya birey, ABD'deki işlerinin yürütülmesi için gerekli personelini getirememesi durumunda çok büyük masraflara maruz kalabilir.

Yabancı yatırımcılar ve vasıflı personeli ABD'ye çeşitli geçici veya geçici olmayan vizelerle girebilirler. Tabii ki kişinin ve işveren şirketin konumuna göre birçok vize alternatifi sözkonusu olabilir. Her izin kategorisinin beraberinde getirdiği farklı gereksinim ve sınırlamalar vardır ve ABD göçmen yasalarının ihlali ABD'li işveren ve yabancı çalışan için ciddi yaptırımlar getirir. Kadro transferi açısından elde edilebilecek avantajlardan azami ölçüde yararlanmak ve ABD göçmen kanunlarının ihlal edilmediğinden emin olabilmek için ABD'de şirketleşmenin ön aşamalarında alternatif göçmenlik stratejilerini gözden geçirmek gerekir.

Yabancı personeli ABD'ye transfer etmek için en sık başvurulmuş vize çeşitleri "E-1 Ticaretçi Vizesi", "E-2 Yatırımcı Vizesi", "L-1 Çok Uluslu Şirketlerarası Kadro Transfer Vizesi", "H-1B Çalışma Vizesi" ve "H-3 Stajyer Vizesi" dir. Bunlar geçici olarak çalışma hakkı tanıyan vizelerdir. Diğer alternatifler arasında yabancı yatırımcılar için çok uygun olan ("Green Card-Yeşik Kart olarak da bilinen) çok uluslu şirket yöneticileri ve müdürleri için kullanılan göçmen vizesinin yanı sıra; iş sahası yaratan yatırımcılar için kullanılan "Göçmen Yatırımcı Vizesi" sayılabilir.

Şirket Birleşmeleri ve Marka Satınalmalar

ABD'de sınır ötesi şirket birleşmeleri ve el değiştirmeler serbest piyasa kuralları içerisinde gerçekleşmekte, herhangi bir devlet teşviki bulunmamakla beraber bazı satınalmalar ulusal güvenlik nedeniyle engellenebilmektedir.

ABD piyasası, tekstil ve konfeksiyon, makine, otomotiv ve yan sanayi, beyaz ve kahverengi eşya, gıda, yer ve duvar kaplama malzemesi, çelik ve porselen mutfak eşyası, mobilya, cam mamulleri gibi pek çok üründe ülkemiz ihracatçılarına önemli imkanlar sunmaktadır. Söz konusu ürünlerin büyük bir bölümü, ülke çapında örgütlenmiş perakende satış mağazalarında piyasaya sürülmektedir. Dolayısıyla satın alınması finansal bakımdan güç görünen bu mağazaların dağıtım ağına girmek, küçük ölçekli firmalar için daha anlamlı görünmektedir.

Ayrıca ülkede belirli ölçüde satış ağının da oluşturulması imkan dahilindedir. ABD piyasasında tutunan firmaların büyük bir bölümünün, ithalat, ihracat ve satış işlemlerini bu ülkede kurdukları şirketleri vasıtasıyla bizzat yönettikleri gözlemlenmektedir.

ABD'de özellikle tüketim malları olmak üzere üretim faaliyetleri, ülkedeki yüksek maliyetler nedeniyle diğer ülkelerde yaptırılmaktadır. Bu çerçevede, üretim ve ihracat gerçekleştirmek amacıyla küçük ölçekli Türk firmalarının kendi aralarında birleşerek ölçeği çok büyük olan ABD pazarına yönelmelerinde fayda görülmektedir.

► Dış Ticaret

Genel Durum

2008 yılında ABD'nin toplam dış ticaret hacmi (mal ticareti) 3,4 trilyon Dolar'a ulaşmıştır. Toplam mal ihracatı 1,3 trilyon Dolar olup, 2007 yılına kıyasla %11,78 oranında artış kaydedilmiştir. Toplam mal ithalatı ise 2007 yılına kıyasla %7,47 oranında artarak 2,2 trilyon Dolar olarak gerçekleşmiştir.

2009 yılında yaşanan küresel krizin etkisiyle ülkenin hem ihracatı hem de ithalatında uzun yıllardan beri ilk kez gerileme yaşanmıştır. 2009 yılında ihracat bir önceki yıla göre %18,7 oranında gerileyerek yaklaşık 1,1 trilyon Dolar düzeyinde gerçekleşmiştir. İthalattaki gerileme ise daha da fazla olmuş, 2008 yılına kıyasla %26 azalan ABD ithalatı 1,6 trilyon Dolar düzeyinde gerçekleşmiştir.

2010 yılında ise ABD'nin ihracatı önceki yıla göre %20,9 oranında artış göstererek yaklaşık 1,3 trilyon Dolar'a ulaşmıştır. Yine 2010 yılında ABD ithalatı %22,9 oranında artış göstererek yaklaşık 2 trilyon Dolar düzeyine ulaşmıştır.

ABD sürekli olarak yüksek miktarda dış ticaret açığı veren bir ülke olmasına rağmen ABD Doları'nın diğer para birimleri karşısında değer kaybetmeye başlaması, ABD'den ihracatı cazip hale getirmiştir. Artan ihracata paralel olarak dış ticaret açığı, 2007 yılında, 2006 yılına kıyasla % 3,2 oranında gerileyerek 854 milyar Dolar olarak gerçekleşmiştir. 2008 yılında ise dış ticaret açığı % 1,3 oranında artarak 865 milyar Dolar olarak gerçekleşmiştir. 2009 yılında ülkenin dış ticaret açığı %37 gerilemiş ve 547 milyar Dolar olmuştur. 2010 yılında ekonomisi krizden kısmen çıkış gösteren ABD'de ithalat artışına paralel olarak dış ticaret açığı önceki yıla göre %26,7 artışla 691 milyar Dolar olarak gerçekleşmiştir.

Ülkenin Dış Ticareti

ABD'nin Dış Ticaret Göstergeleri (Milyar Dolar)

Yıl	İhracat	İthalat	Hacim	Denge
-----	---------	---------	-------	-------

2004	816.5	1.469	2.286	-653
2005	904.3	1.670	2.575	-766
2006	1.037	1.919	2.956	-882
2007	1.163	2.017	3.180	-854
2008	1.300	2.165	3.465	-865
2009	1.057	1.604	2.660	-547
2010	1.278	1.968	3.246	-691

Kaynak: Trademap

ABD'nin 2'li, 4'lü, 6'lı, 8'li ve 10'lu fasıllar bazında ithalat verileri için ABD Uluslararası Ticaret Komisyonu'nun http://dataweb.usitc.gov/scripts/cy_m3_run.asp adresli web sitesinden faydalanmak mümkündür.

İhracatında Başlıca Ürünler

İthalat ve ihracat büyüklüğü açısından dünya ticaretinde birinci sırada yer alan ABD, bu özelliği ile bir dış ticaret devidir. Dünyanın en liberal ticaret ve yatırım rejimine sahip ülkesi olmakla birlikte birkaç önemli alanda pazara girişi zorlaştıran ciddi engellere sahiptir.

Uluslararası ticaret açısından bakıldığında, ABD özellikle sermaye ve teknoloji yoğun mallarda karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olup, başlıca ihraç kalemleri de bu mallardan oluşmaktadır.

İhraç Ettiği Başlıca Ürünler (milyar Dolar)

GTİP	Ürün adı	2008	2009	2010	09/10 % Değişim
2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	51,8	36,5	53,7	47,0
8703	Otomobil, steysin vagonlar	50,7	28,4	39,3	38,6
8542	Elektronik entegre devreler	41,7	30,1	37,6	24,8
8708	Kara taşıtları için aksam, parçalar	31,7	23,7	32,6	37,4
8471	Otomatik bilgi işlem makineleri, üniteleri	23,7	20,3	23,9	18,1
8517	Telli telefon-telgraf için elektrikli cihazlar	21,7	19,2	23,4	21,5
3004	Tedavide/korunmada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış)	18,8	22,5	23,1	2,6
9018	Tıp, cerrahi, dişçilik, veterinerlik alet ve cihazları	20,1	20,1	22,0	9,3
1201	Soya fasulyesi	15,5	16,5	18,6	12,8
7108	Altın (ham, yarı işlenmiş, pudra halinde)	16,6	12,1	15,3	25,9
7102	Elmaslar	14,8	10,0	14,1	41,5
8473	Yazı, hesap, muhasebe, bilgi işlem, büro için diğer makine ve cihazların aksamı	15,2	12,8	14,1	9,8
8704	Eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar	12,7	9,8	13,2	35,1
3002	İnsan ve hayvan kanı, serum, aşı, toksin vb. ürünler	11,1	13,3	12,9	-3,0
8431	Ağır iş makine ve cihazlarının aksamı, parçaları	17,3	13,2	12,4	-6,4
8486	Yarı iletken disk, elektronik entegre devresi vb imalatı için makineler	7,3	5,3	12,3	130,7
1005	Mısır	13,9	9,1	10,1	11,3
2701	Taşkömürü; taşkömüründen elde edilen briketler vb. katı yakıtlar	8,0	6,0	9,8	64,0
7112	Kıymetli metallerin, kaplamalarının artık ve döküntüleri	7,7	6,7	9,7	44,8
8541	Diotlar, transistörler vb. yarı iletkenler	8,6	7,3	9,3	28,1
8411	Turbojetler, turbo-propeller, diğer gaz türbinleri	30,6	9,8	9,2	-6,0
9021	Ortopedik cihazlar, kırıklara mahsus cihazlar, işitme cihazı vb.	7,8	8,0	8,4	4,9
7204	Demir/çelik döküntü ve hurdaları, bunların külçeleri	10,5	7,1	8,4	17,7
8536	Gerilimi 1000 voltu geçmeyen elektrik devresi teçhizatı	8,1	6,6	7,9	20,7

8481	Muslukçu, borucu eşyası-basınç düşürücü, termostatik valf dahil	7,0	6,5	7,8	19,6
9027	Fiziksel, kimyasal tahlillere mahsus cihazlar, mikrotomlar	6,7	6,6	7,6	15,8
8544	İzole edilmiş tel, kablo	7,0	5,7	7,6	32,1
2711	Petrol gazları ve diğer gazlı hidrokarbonlar	6,3	4,8	7,3	51,9
3901	Etilen polimerleri (ilk şekillerde)	7,7	6,4	7,1	11,3
8413	Sıvılar için pompalar, sıvı elevatörleri	6,4	5,5	6,9	25,5
1001	Buğday ve mahlut	11,3	5,4	6,8	25,5
8421	Santrifüjle çalışan kurutma, filtre, arıtma cihazları	6,8	5,9	6,7	12,9
8443	Matbaacılığa mahsus baskı makineleri, yardımcı makineler	7,1	5,6	6,5	16,6
8414	Hava-vakum pompası, hava/gaz kompresörü, vantilatör, aspiratör	6,0	5,6	6,2	12,2
7113	Kıymetli metaller ve kaplamalarından mücevherci eşyası	5,5	5,2	5,8	11,6
5201	Pamuk (kardesiz, taranmamış)	4,8	3,4	5,7	69,7
8429	Dozerler, greyder, skreyper, ekskavator, küreyici, yükleyici vb.	7,5	3,7	5,5	47,0
8409	İçten yanmalı, pistonlu motorların aksam-parçaları	5,1	4,0	5,4	34,7
3907	Poliasetaller, diğer polieterler vb (ilk şekilde)	5,0	3,8	5,3	37,9
8803	Diğer hava taşıtlarının aksam ve parçaları	23,0	5,2	5,3	0,8
TOPLAM (Tüm Ürünler)		1.299,9	1.056,7	1.277,5	20,9

Kaynak: Trademap

2011 yılı ABD'nin ihracatında başlıca ürünler için
http://dataweb.usitc.gov/scripts/trade_shift/region_index.asp

İthalatında Başlıca Ürünler

ABD'NİN EYALETLER BAZINDA GENEL VE TÜRKİYE'DEN İTHALATINA İLİŞKİN BİLGİ ALMAK İÇİN TIKLAYINIZ.

İthal Ettiği Başlıca Ürünler (milyar Dolar)

GTİP	Ürün adı	2008	2009	2010	09/10 % Değişim
2709	Ham petrol	363,4	200,6	266,6	32,9
8703	Otomobil, steysin vagonlar	127,9	82,2	116,8	42,0
8517	Telli telefon-telgraf için elektrikli cihazlar	61,2	59,3	71,9	21,1
8471	Otomatik bilgi işlem makineleri, üniteleri	57,5	54,3	71,4	31,3
2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	90,3	54,6	69,3	26,9
3004	Tedavide/korunmada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış)	43,2	45,4	49,9	9,9
8708	Kara taşıtları için aksam, parçalar	41,9	29,9	43,4	45,2
8528	Televizyon alıcıları, video monitörleri ve projektörler	40,3	33,5	35,8	6,8
8473	Yazı, hesap, muhasebe, bilgi işlem, büro için diğer makine ve cihazların aksamı	19,3	19,0	23,4	22,9
8542	Elektronik entegre devreler	19,8	16,5	21,9	32,7
2711	Petrol gazları ve diğer gazlı hidrokarbonlar	36,8	17,9	20,1	12,2
8443	Matbaacılığa mahsus baskı makineleri, yardımcı makineler	21,1	18,5	19,6	5,9
7102	Elmaslar	19,8	12,8	18,6	45,9
9403	Diğer mobilyalar vb. aksam ve parçaları	17,9	13,5	16,2	19,9

9401	Oturmaya mahsus mobilyalar, aksam ve parçaları	14,4	11,2	15,4	37,8
9018	Tıp, cerrahi, dişçilik, veterinerlik alet ve cihazları	14,3	13,4	15,0	12,3
8411	Turbojetler, turbo-propeller, diğer gaz türbinleri	16,3	14,3	14,6	2,3
6110	Kazak, süveter, hırka ve yelek (örme)	14,3	12,5	13,9	11,1
2933	Sadece azotlu heterosiklik bileşikler	10,6	13,5	12,6	-6,3
8544	İzole edilmiş tel, kablo	12,6	8,9	12,5	40,7
8525	Radio/televizyon yayını için verici cihazlar	13,7	10,9	12,2	12,0
9503	Diğer oyuncaklar, küçültülmüş modeller, bulmacalar	10,9	9,8	11,9	21,2
7108	Altın (ham, yarı işlenmiş, pudra halinde)	5,7	8,1	11,8	45,2
8504	Elektrik transformatörleri, statik konvertisörler, endüktörler	11,7	9,8	11,8	19,7
8704	Eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar	11,7	7,9	11,8	48,2
6403	Ayakkabı; yüzü deri, tabanı kauçuk, plastik vb. kösele	11,9	9,9	11,5	15,8
6204	Kadın/kız çocuk için takım, takım elbise, ceket vs.	12,4	10,3	11,0	6,7
4011	Kauçuktan yeni dış lastikler	10,0	8,3	11,0	31,9
9504	Topluca oynanan oyunlar için eşya	13,1	11,0	10,5	-4,3
8481	Muslukçu, borucu eşyası-basınç düşürücü, termostatik valf dahil	10,1	7,8	10,0	28,2
8803	Diğer hava taşıtlarının aksam ve parçaları	8,8	9,0	9,8	8,9
2934	Diğer heteroksiklik bileşikler	11,8	8,8	9,2	5,3
8802	Diğer hava taşıtları	12,5	9,3	9,0	-2,8
4202	Deri ve kösele vb.'den seyahat eşyası	8,5	6,8	8,5	25,4
9021	Ortopedik cihazlar, kırıklara mahsus cihazlar, işitme cihazı vb.	7,3	7,3	8,3	14,7
8536	Gerilimi 1000 voltu geçmeyen elektrik devresi teçhizatı	8,1	5,9	8,2	38,5
3002	İnsan ve hayvan kanı, serum, aşı, toksin vb. ürünler	5,4	6,2	7,9	27,2
6203	Erkek/erkek çocuk için takım, takım elbise, ceket vs.	8,3	7,1	7,8	10,0
8541	Diotlar, transistorler vb. yarı iletkenler	5,6	4,8	7,6	60,9
8409	İçten yanmalı, pistonlu motorların aksam-parçaları	8,0	5,1	7,3	43,1
TOTAL TOPLAM (Tüm ürünler)		2.164,8	1.601,9	1.968,1	22,9

Kaynak: Trademap

2011 Yılı ABD'nin ithalatında başlıca ürünler için
http://dataweb.usitc.gov/scripts/trade_shift/region_index.asp

Başlıca Ülkeler İtibarı ile Dış Ticareti

ABD'nin eyaletler bazında ithalatında başlıca ülkeler için burayı tıklayınız.

Başlıca Ülkeler İtibarı ile İhracat (milyar Dolar)

	2009	2010	% Değişim
TOPLAM	1.056,7	1.277,5	20,9
ÜLKELER			
Kanada	204,7	248,2	21,2
Meksika	129,0	163,3	26,6
Çin	69,6	91,9	32,1
Japonya	51,2	60,5	18,3
İngiltere	45,7	48,5	6,1

Almanya	43,2	48,2	11,5
G. Kore	28,6	38,8	35,6
Brezilya	26,2	35,4	35,1
Hollanda	32,3	35,0	8,2
Singapur	22,3	29,1	30,8
Fransa	27,0	27,8	2,7
Hong Kong	21,1	26,6	25,8
Tayvan	18,4	26,0	41,2
Belçika	21,6	25,6	18,1
Avustralya	19,6	21,8	11,2
İsviçre	17,5	20,7	18,6
Hindistan	16,5	19,2	16,8
İtalya	12,2	14,2	15,9
Malezya	10,4	14,0	34,4
Kolombiya	9,5	12,0	27,3
BAE	12,1	11,6	-3,9
Suudi Arabistan	10,8	11,6	7,3
İsrail	9,6	11,3	17,8
Şili	9,4	10,9	16,1
Venezüella	9,4	10,7	13,9
Türkiye	7,1	10,5	48,8
İspanya	8,8	10,2	16,0
Tayland	6,9	9,0	29,7
Arjantin	5,6	7,4	33,3
Filipinler	5,8	7,4	27,8

Kaynak: Trademap

Tablodan da görüleceği üzere, ABD'nin ihracat ve ithalattaki başlıca partnerleri Çin, Kanada ve Meksika'dır. NAFTA anlaşmasının yürürlüğe girdiği 1994 yılından bu yana Kanada ve Meksika'ya yönelik ihracat istikrarlı olarak artış göstermiştir. ABD yönetiminin Çin Halk Cumhuriyeti'ne yönelik politikaları sonucu Çin de başlıca ticarî partnerler arasında ön sıralarda yer almaya başlamıştır.

Başlıca Ülkeler İtibarı ile İthalat (milyar Dolar)

	2009	2010	% Değişim
TOPLAM	1.601,9	1.968,1	22,9
ÜLKELER			
Çin	309,5	383,0	23,7
Kanada	227,6	280,4	23,2
Meksika	178,3	231,9	30,1
Japonya	98,4	123,6	25,6
Almanya	72,6	84,4	16,2
İngiltere	48,2	50,7	5,0
G. Kore	40,5	50,6	24,8
Fransa	34,6	39,3	13,5
Tayvan	29,3	37,2	26,8
İrlanda	28,2	34,0	20,7
Venezüella	28,8	33,4	16,0
Suudi Arabistan	23,2	32,7	40,5
Nijerya	19,7	31,4	58,9

Hindistan	22,0	30,7	39,3
İtalya	27,3	29,4	7,9
Malezya	23,9	26,6	11,5
Rusya Fed.	19,0	26,5	39,7
Brezilya	21,0	25,0	18,8
Tayland	19,9	23,6	18,9
İsrail	19,0	21,2	11,9
Hollanda	16,6	19,6	18,1
İsviçre	16,3	19,6	20,2
Singapur	15,9	17,7	11,9
Endonezya	13,7	17,4	27,4
Kolombiya	11,9	16,2	36,6
Belçika	14,0	15,9	13,6
Vietnam	13,0	15,9	21,9
Cezayir	11,2	14,9	34,0
Irak	9,7	12,6	29,9
Angola	9,7	12,3	26,6

Kaynak: Trademap

2011 yılı ABD'nin ihracat ve ithalatında başlıca ülkeler için
http://dataweb.usitc.gov/scripts/trade_shift/region_index.asp

► Dış Ticaret Politikası ve Vergiler

Dış Ticaret Politikası

ABD'de Dış Ticaret alanında faaliyet gösteren ve Ticaret Bakanlığı, Küçük İşletmeler İdaresi, Eximbank, Yurtdışı Özel Yatırım, Dışişleri Bakanlığı ve Tarım Bakanlığı çatısı altında yer alan başlıca kurum ve kuruluşlar hakkında özet bilgi almak için [burayı tıklayınız](#).

İthalat Rejimi

ABD'nin ithalat politikasının üç temel özelliği şu şekilde sıralanabilir:

- Amerikan halkının ithalat eğiliminin oldukça yüksek düzeyde bulunması,
- Amerikan dolarının uluslararası piyasalarda hakim rolü,
- Mukayeseli olarak ABD iç ekonomik planlamasının yokluğu.

ABD, ithalatının neredeyse tamamını kendi milli parasını kullanarak ödeyen tek ülke olup, diğer ticari ortaklarının aksine cari işlemler açığını (mal ve hizmetler) finanse etmek için ayrıca döviz kazanma çabasına girmemektedir.

ABD'de ihracat ve ithalat ile ilgili kurum Amerika Gümrük ve Sınır Koruma Kurumu'dur (U.S. Customs and Border Protection). (<http://www.cbp.gov/>)

GTS - Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi, UNCTAD/GATT çerçevesinde gelişmekte olan ülkelere gelişmiş ülkeler tarafından sağlanan bir dizi tarife tavizini ifade etmektedir. ABD, GTS kapsamında 131 ülkeye yaklaşık 3474 kalem malın ithalinde gümrük muafiyeti uygulamaktadır. (Detaylı bilgi için http://www.ustr.gov/Trade_Development/Preference_Programs/GSP/Section_Index.html adresli web sitesinden yararlanılabilir.)

Söz konusu muafiyetten yararlanabilmek için;

- Ürün GTS listesinde olmalıdır.
- Ürün GTS programı çerçevesinde GTS'den faydalandırılan ülkeler arasında olmalıdır.
- Faydalanan ülke, ilgili üründe GTS'den yararlanabilmelidir.
- Ürün katma değer şartlarını sağlamalıdır.
- Ürün ABD'ye doğrudan faydalanan ülke veya topluluktan ihraç edilmelidir.
- İthalatçı GTS'den yararlanmak istediğini belirtmelidir.

GTS Listeleri'nde yer alan ürünler Armonize Gümrük Cetveline göre listelenmiştir. 2008 yılında Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi (GTS) kapsamında toplam 31,7 milyar dolarlık ithalat gerçekleştirilmiştir. Angola, 2008 yılında GTS'den en fazla yararlanan ülke olmuştur. anılan ülkeyi

Hindistan, Tayland, Ekvator Yeni Gine, Brezilya ve Endonezya izlemiştir. 2008 yılında, Solomon Adaları en az gelişmiş ülke yararlanıcısı olarak belirlenmiş, Kosova ve Azerbaycan ise GTS yararlanıcıları olmaya hak kazanmışlardır. Trinidad ve Tobago'nun ise 1 Ocak 2010 tarihinden itibaren sistemden mezun edilmesi kararlaştırılmıştır.

ABD'de gümrükten mal çıkarmanın iki yolu vardır:

1. Gayriresmi Giriş (Informal Entry): Bu sistemde daha az resmi işlem ve doldurulması gereken daha az resmi evrak vardır. Sadece gümrük formu doldurarak ödenmesi gereken gümrük vergilerini ödeyerek ihraç edilen mallar gümrükten çıkarılabilmektedir.

2. Resmi Giriş (Formal Entry): İhraç edilen mallar bazı standartlar ile bazı belgeleri gerektiriyorsa, ilgili belgeler ve doldurulacak resmi evraklar tamamlanarak mallar gümrükten geçirilmektedir.

Ancak, 11 Eylül olaylarının ardından ABD limanlarındaki güvenlik önlemleri artırılmış, formaliteler ve kontroller daha da sıkılaştırılmıştır.

İhracat Rejimi

ABD, bir yandan serbest ticaret kavramının öncülüğünü yaparken bir yandan da ulusal çıkarları söz konusu olduğunda ulusal yasalarını ön plana çıkarmakta; iç mevzuatına uymadığı veya milli güvenliğini tehdit ettiğini öne sürerek uluslararası camiada kabul görecektir şekilde uluslararası anlaşmalar kapsamındaki istisnai haklarını kullanmaktadır. Özellikle, tarım ve demir-çelik sektöründe aşırı korumacılık uygulayarak yerli üreticiyi uluslararası arenada desteklemektedir. Bu çerçevede, İhracat Geliştirme Programı (EEP) ve Pazar Geliştirme Programı gibi ihracat sübvansiyonlarını uygulamaktadır.

ABD'de ihracata yönelik devlet yardımları, federal ve yerel olmak üzere iki düzeyde yürütülmektedir. Federal düzeydeki yardımlar; Ticaret Bakanlığı, EximBank, Küçük İşletmeler İdaresi, Tarım Bakanlığı, Deniz aşırı Özel Yatırım Şirketi, Ticaret ve Gelişme Ajansı ve Dışişleri Bakanlığı tarafından, yerel olarak sağlanan teşvikler ise, eyaletlere bağlı kurumlar tarafından sağlanmaktadır.

İhracatla ilgili olarak alınacak kararlarda Başkan'ın İhracat Konseyi (President's Export Council) ve Sanayi Danışma Programı (Industry Consultations Program) önemli bir yere sahiptir. Uluslararası ticarete en önde gelen danışma komitesi olan Konseyin amacı; ABD'nin ticarete performansını etkileyebilecek politika ve programlar hakkında tavsiyelerde bulunmak, ihracatın geliştirilmesi için çalışmak, iş çevreleri arasındaki ticaretle ilgili problemlerin çözümüne yardımcı olmak ve iş çevreleri, sanayi, tarım ve resmi kurumlar arasındaki sorunlarda forum görevi yapmaktır.

Dış Satım Şirketleri (Foreign Sales Corporations) ise 1984 yılında uygulanmaya başlanan ve firmaların ihracattan sağlanan gelirinin %15-30'unu vergi dışı bırakan bir teşvik uygulamasıdır.

Tarifeler ve Diğer Vergiler

Tarifeler

Malların ABD'ye ulaşmasından önce ithalatçı taraf malın bütün gümrük vergilerini ödemelidir. ABD'nin Armonize Tarife Cetveli çerçevesinde bütün ithal edilen mallar gümrük vergili veya gümrük vergisiz giriş sınıflandırılmasına tabidir. Gümrük vergileri, ad valorem, spesifik veya kombine olarak uygulanabilmektedir. Bu sınıflandırma için <http://www.usitc.gov/tata/hts/bychapter/index.htm> adresinden yararlanmak mümkündür.

Gümrük vergisi ayrıca menşe ülkeye göre değişmektedir. Malların çoğu en çok kayırlan ülke prensibi çerçevesinde vergilendirilmekte olup, birinci sütundaki Genel Vergi oranlarına tabidir. Bu ülkeler dışında kalan 'normal ticari ilişki' geliştirilmemiş ülkeler, ikinci sütunda yer alan vergilere tabidirler.

Bazı durumlarda gümrük vergisi alınmamaktadır. Bu durumda malın bu kategoriye girdiğini ispatlamak ithalatçının mükellefiyetidir. Bu ürünler 1 numaralı Genel sütununun altında Özel başlığı altında yer alır. Genel Tercihler Sistemi (GTS) çerçevesinde tanıyan vergi istisnaları bu özel sütunda yer almaktadır. Tarife cetvelinin 9 numaralı bölümü diğer istisnaları içermektedir. Burada bazı bilimsel ve kurumsal istisnalar, bireysel istisnalar ve geri gönderilen ABD menşeli mallar yer almaktadır.

ABD ULUSLARARASI TİCARET KOMİSYONU'nun <http://hts.usitc.gov/> adresinden gümrük vergilerine ulaşılması mümkündür.

Ürünler bazında gümrük vergileri ve GTS sisteminden yararlanma imkanına ilişkin bilgiye ise ABD ULUSLARARASI TİCARET KOMİSYONU'nun http://dataweb.usitc.gov/scripts/gsp/gsp_tariff.asp adresine 6'li GTİP kodu girilerek ulaşılması mümkündür.

Tarifelerin %31'i sıfır iken, ortalama MFN tarifeleri %5 civarındadır. Tarım ürünlerinde ortalama tarife oranı %10'dur. Tekstil ve konfeksiyonda genelde tarife oranları %15-30 aralığındadır. Buna rağmen bazı ürünlerde pazara girişi engelleyen kısıtlar fazladır. Bunlardan bazıları aşağıdadır.

Gıda ve tarım ürünlerinden et, konserve ton balığı, süt ürünleri, yer fıstığı, şeker ve şeker içeren ürünler, tütün ve tütün mamüllerinde yüksek gümrük vergilerine ek olarak gümrük vergili olarak uygulanan kotalar da pazara girişi zorlaştırmaktadır. Ayrıca süt ürünlerine federal düzeyde verilen birçok destek bulunmaktadır.

İmalat sanayi ürünlerinden ayakkabı (gümrük vergisi ad valorem % 9,8-%11,8 arasında değişmektedir.), deri ürünleri (gümrük vergisi bavulda ad valorem % 13, bayan çantasında % 11,2'dir.), cam ve cam mamulleri (gümrük vergisi ad valorem % 4,6), kol ve duvar saatleri (gümrük vergisi ad valorem % 5,4), saat kapları ve parçaları, seramikten duvar ve yer döşemesi, mutfak ve sofraya malzemeleri, kostüm mücevherleri (gümrük vergisi ad valorem % 6,1), mekanik kalemler ve parçaları (gümrük vergisi ad valorem % 4,9) yüksek gümrük vergileriyle korunan sektörlerdir.

Vergiler

ABD'de vergiler federal, eyalet ve yerel idareler düzeyinde toplanmaktadır. Eyaletlerden bazılarında eyalet vergisi bulunmamakta, bunun yerine yerel vergiler olabilmekte, ya da yerel vergiler bulunmayıp eyalet vergisi bulunabilmektedir. Eyalet ve yerel vergiler tüketim, gelir ve/veya satışlar üzerinden olabilmektedir. Bu vergiler federal düzeyde toplanmamaktadır. Federal düzeyde tüketim vergisi uygulanan ürünler alkol, benzin, ulaşım ve iletişim, ozon tabakasına zararlı kimyasallardır.

Her eyalet ve yerel idare kendi özel vergi kanunlarına ve vergi toplama idaresine sahiptir.

Birçok vergi kanununu uygulayabilmek için gelirin kazanıldığı coğrafi bölgenin bilinmesi zorunludur. Yabancı uyruklular faiz, kar payı, kira geliri, aylık ücret gibi ABD'de kazandıkları düzenli gelirlerden vergi vermekle yükümlüdürler. Bu vergilerin en fazla uygulandığı oran % 35'tir. ABD'de ticari faaliyette bulunan yabancı uyruklular kar üzerinden vergiye tabidirler. Yabancı uyruklulara kar üzerinden uygulanan en yüksek vergi oranı % 35, yerleşik olmayan bireyler için % 39,6'dır. Şirketler ayrıca şubeleri için de vergiye tabi olabilirler. Türkiye ve ABD arasında Çifte Vergilendirmenin Önlenmesi Anlaşması bulunmaktadır.

http://www.taxadmin.org/fta/rate/corp_inc.html adresinden bütün eyaletlerdeki vergi oranlarına ulaşmak mümkündür.

Tarife Dışı Engeller

ABD'nin ticaret ortağı olan ülkelerdeki fikri mülkiyet hakları uygulamalarını değerlendiren 2008 Yılı "Special 301" Raporu yayımlanmıştır. Rapor çerçevesinde 9 ülke Öncelikli İzlenecek Ülkeler listesine alınmış, aralarında Türkiye'nin de bulunduğu 36 ülke ise İzlenecek Ülkeler Listesi'nde yer almıştır.

USITC tarafından 2008 yılında 13 yeni antidamping soruşturması başlatılmış ve 32 soruşturma tamamlanmıştır. Tamamlanan 32 soruşturmada 23'üne ABD Ticaret Bakanlığı tarafından antidamping gümrük vergisi uygulanmasına karar verilmiştir. USITC tarafından 2008 yılında 6 yeni telafi edici vergi soruşturması başlatılmış, ve bu kapsamdaki 7 soruşturma tamamlanmıştır. 2008 yılında ABD Ticaret Bakanlığı ve USITC tarafından 26 "sunset" soruşturması başlatılmış ve 25 soruşturma tamamlanmıştır.

Ürün Standartları ile İlgili Uygulamalar

ABD'de standartları oluşturan veya oluşturulması sırasında katılan ticari dernekler, bilimsel dernekler, profesyonel birlikler, teknik organizasyonlar, Federal Hükümet ve Ulusal Adalet Enstitüsü gibi birçok farklı grup bulunmakta, dolayısıyla standart türleri de farklı olmaktadır.

ABD'de uygulanan standart türleri, performans ve tasarım standartları, gönüllü mutabakat standartları, savunma standartları, de facto standartlar, endüstri 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 yaratacak pazar gücüne sahip firmalar da bulunmaktadır.

Amerikan Ulusal Standartlar Enstitüsü bir özel sektör kuruluşu olup, 1918 yılında standart oluşturan bir kaç kuruluş ve federal ajansların kar amacı gütmeyen federasyonu şeklinde kurulmuştur. Kendi başına standart oluşturmayıp, üye kuruluşların oluşturduğu standartlar üzerinde mutabakata varılan bir kliring odası görevi görmektedir. Ayrıca çeşitli kuruluşlara akreditasyon verme yetkisi bulunmaktadır.

http://my.hktcd.com/webdir/directory_detail.asp?catid=11&subcatid=94&type=5&cty=USA adresinden sektörel bazda bütün standartlara ulaşılabilir.

ABD Ulusal Standartlar Enstitüsü'nün

http://www.ansi.org/standards_activities/domestic_programs/overview.aspx?menuid=3 adresli web sitesinde, ürün bazında standartlar bulunmaktadır.

► Türkiye ile Ticaret

Genel Durum

Dış ticaretimizde önemli bir paya sahip ve başlıca ihraç pazarlarımızdan biri olan ABD ile son yıllardaki ticaretimizin gelişimine baktığımızda 2002-2004 yılları hariç sürekli bir dış ticaret açığı verdiğimiz görülmektedir.

Türkiye'nin ABD'ye ihracatı, 2008 yılında 4,2 milyar Dolar, ABD'den ithalatı ise 11,9 milyar Dolar olarak gerçekleşmiştir. 2009 yılında ise ABD'ye ihracatımız 3,2 milyar Dolar'a, bu ülkeden ithalatımız da 8,5 milyar Dolar'a gerilemiştir. Ülkemiz ile ABD arasındaki ticarete 2009 yılında ülkemiz aleyhine 5,3 milyar Dolar açık verildiği görülmektedir. 2010 yılı itibarıyla ülkemizin ABD'ye ihracatı 3,8 milyar Dolar, ABD'den ithalatı ise 12,3 milyar Dolar olarak gerçekleşirken bu ülke ile ticaretimizde 8,5 milyar Dolarlık bir açık verildiği görülmektedir.

2008 yılı ile karşılaştırıldığında, 2009 yılında ABD'ye ihracatımızda yaklaşık 1 milyar Dolar (%24,8) civarında düşüş kaydedilmiş, bu ülkeden ithalatımızda ise 3,4 milyar Dolar (%28,5) değerinde azalma yaşanmıştır.

2010 yılı itibarı ile ABD'ye ihracatımızda 2009 yılına kıyasla %17 oranında artış kaydedilmiştir. Aynı dönemde ülkeden ithalatımızda da önceki yıla göre %43,6 artış gerçekleşmiştir. Ülke ile dış ticaret hacmimiz 2010 yılı itibarıyla 16 milyar Amerikan Doları'dır. Bu rakam önceki yıla kıyasla yaklaşık %36,4 oranında artış anlamına gelmektedir.

2011 yılı Ocak-Şubat dönemi itibarı ile ABD'ye ihracatımızda 2010 yılına kıyasla %23,8 oranında artış kaydedilmiştir. Aynı dönemde ülkeden ithalatımızda önceki yıla göre %92,6 artış gerçekleşmiştir. Ülke ile dış ticaret hacmimiz 2011 Şubat ayı itibarıyla 3,2 milyar Amerikan Doları'dır. Bu rakam önceki yıla kıyasla yaklaşık %73,1 oranında artış anlamına gelmektedir.

Türkiye-ABD Dış Ticaret Değerleri (milyon Dolar)

Yıl	İhracat	İthalat	Denge	Hacim
2000	3.135	3.911	-775	7.046
2001	3.125	3.261	-135	6.387
2002	3.356	3.099	257	6.455
2003	3.751	3.495	255	7.247
2004	4.860	4.745	114	9.605
2005	4.910	5.375	-464	10.286
2006	5.060	6.260	-1.200	11.321
2007	4.170	8.166	-3.995	12.336
2008	4.290	11.975	-7.685	16.266
2009	3.223	8.576	-5.353	11.799
2010	3.769	12.318	-8.549	16.088
2010*	522	1.322	-799	1.844
2011*	647	2.546	-1.899	3.193

*Ocak-Şubat dönemi

Kaynak: DTM-Dış Ticaret Bilgi Sistemi

2009 yılında ABD'ye gerçekleştirdiğimiz ihracat ürün grubu bazında incelendiğinde, genel düşüş trendine rağmen otomotiv ürünleri ihracatının ABD'ye ihracatta ilk sırada yer aldığı, bunu yontulmaya elverişli taşların izlediği görülmektedir. 2010 yılında ise finansal krizin etkisinin hafiflemesine paralel olarak neredeyse tüm ürün gruplarının ihracatında artış görülmektedir.

2010 yılı itibarıyla ülkemizin ABD'ye otomotiv yan sanayi ihracatında %138 oranında artış görülürken artan Çin rekabeti ile ülkemizdeki düşük dolar kuru paritesine bağlı olarak ABD pazarına yönelik ihracatımızın son yıllarda azalma gösterdiği hazır giyim sektöründe, 2010 yılında ABD'ye ihracatımızda %27,5 oranında artış gerçekleşmiştir. Bununla beraber, gerek kriz koşulları gerekse 1 Ocak 2009 tarihi itibarıyla ABD tarafından Çin'e uygulanmakta olan tekstil kotalarının sona ermesi, ABD'ye bu sektördeki ihracatımızı olumsuz etkilemektedir.

2007 yılında ABD tarafından açılmış olan dumping gözden geçirme soruşturmaları nedeniyle önemli düşüş görülen demir-çelik ihracatında, söz konusu soruşturmaların büyük çoğunlukla önlem alınmadan kapanması sonucunda, 2008 yılında bir önceki yıla oranla %144 artış sağlandığı görülmektedir. Ancak, yaşanan krizin de etkisiyle ABD'ye demir-çelik ihracatında 2009 yılında halen 2006 yılı seviyesinin yakalanamadığı görülmektedir. 2010 yılı itibarıyla ise ABD'ye demir-çelik sektöründeki ihracatımız %73,1 oranında artış göstermiştir.

Diğer yandan, ABD'ye altın mücevherat ihracatımızda, özellikle altın zincir dışında kalan altın mücevherin (özellikle GTIP kodu 7113.19.50 olan ürün) 2008 yılı Temmuz ayı itibarıyla ABD'nin Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi kapsamında çıkartılmasına bağlı olarak 2008 ve 2009 yıllarında sırasıyla %40 ve %30 oranında düşüş gerçekleştiği görülmektedir. 2010 yılında bu sektörün ABD'ye ihracatında ise %3,5 oranında bir artış görülmektedir.

Türkiye'nin ABD'ye İhracatında Başlıca Ürünler (milyon Dolar)

GTİP	Ürün adı	2008	2009	2010
	Tüm ürünler	4.299,9	3.222,8	3.769,3
8703	Otomobil, steysin vagonlar	0,0	402,3	267,6
6802	Yontulmaya, inşaata elverişli işlenmiş taşlar (kayagan hariç)	312,3	207,4	218,3
8803	Diğer hava taşıtlarının aksam ve parçaları	103,2	156,5	165,5
2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	371,4	74,1	162,7
8411	Turbojetler, turbo-propeller, diğer gaz türbinleri	218,6	139,1	141,0
7113	Kıymetli metaller ve kaplamalarından mücevherci eşyası	190,3	133,3	138,0
6302	Yatak çarşafı, masa örtüleri, tuvalet, mutfak bezleri	171,1	113,6	129,7
7306	Demir/çelikten diğer tüpler, borular, içi boş profiller	86,3	29,9	126,5
7214	Demir/çelik çubuklar (sıcak haddeli, dövülmüş, burulmuş, çekilmiş)	182,1	78,5	107,0
2401	Yaprak tütün ve tütün döküntüleri	85,9	169,7	96,4
8409	İçten yanmalı, pistonlu motorların aksam-parçaları	15,4	12,0	94,5
7213	Demir/çelik filmaşın (sıcak haddelenmiş, rulo halinde)	115,9	23,9	92,3
5702	Dokunmuş halılar, yer kaplamaları (kilim, sumak, karaman vb.)	39,1	44,9	85,4
8708	Kara taşıtları için aksam, parçalar	73,8	47,1	66,2
8701	Traktörler	105,4	61,9	64,7
0813	Meyve (kurutulmuş) (0801, 0806'dakiler hariç)	48,3	42,4	58,0
8903	Yatlar, diğer eğlence ve spor tekneleri	45,0	51,5	54,1
4009	Vulkanize edilmiş kauçuktan boru ve hortumlar ve donanımları	33,1	22,8	43,4
8418	Buzdolapları, dondurucular, soğutucular, ısı pompaları	44,8	24,5	42,3
5503	Sentetik devamsız lifler (işlem görmemiş)	31,9	24,1	40,3
7413	Bakırdan ince, kalın, örme vb. halatlar (elektrik-izole hariç)	77,6	28,8	37,4
5407	Sentetik iplik, monofil, şeritlerle dokumalar	33,4	26,4	35,6
6204	Kadın/kız çocuk için takım, takım elbise, ceket vs.	46,5	26,2	34,5
6109	Tişört, fanila, diğer iç giyim eşyası (örme)	36,3	22,2	33,2
2939	Bitkisel alkaloidler vb. tuzları, esterleri, eterleri ve diğer türevleri	31,3	34,3	31,1
2711	Petrol gazları ve diğer gazlı hidrokarbonlar	42,9	23,6	31,1
6305	Eşya ambalajında kullanılan torba ve çuval	27,0	18,5	28,8
7216	Demir/alaşimsız çelikten profil	13,3	10,5	27,0
9303	Diğer ateşli silahlar	23,8	22,0	26,0
5701	Düğümlü, sarmalı halılar, yer kaplamaları	32,7	24,6	26,0
6303	Perdeler ve iç storlar, perde ve yatak farbalaları	39,9	31,5	24,7
7013	Masa, mutfak, tuvalet, ev tezyinatı vb için cam eşya	24,2	20,1	24,1
8414	Hava-vakum pompası, hava/gaz kompresörü, vantilatör, aspiratör	18,9	22,5	23,9
2001	Sebze, meyve, sert kabuklu meyve ve yenilen diğer bitki parçaları	20,2	20,8	23,3
0802	Diğer kabuklu meyveler (taze/kurutulmuş) (kabuğu çıkarılmış/soyulmuş)	24,1	11,9	22,3
2106	Tarifenin başka yerinde yer almayan gıda müstahzarları	10,6	16,1	21,9
2008	Başka yerde belirtilmeyen meyve ve yenilen diğer bitki parçaları konserveleri	16,8	14,0	21,0
2528	Tabii boratlar vb. konsantreleri	24,9	6,8	21,0
7202	Ferro alyajlar	0,7	2,6	20,6
1704	Kakao içermeyen şeker mamulleri (beyaz çikolata dahil)	17,1	22,6	20,1

Kaynak: DTM-Dış Ticaret Bilgi Sistemi

ABD'den 2009 yılında bir önceki yıla oranla demir-çelik ithalatımızda %52,5 oranında düşüş gözlemlenmiştir. Bu dönemde, ABD'den ithalatımızda düşüş gözlenen diğer başlıca ürün grupları pamuk, diğer hava taşıtları, işlenmiş petrol ürünleri ve ilaçlardır. 2010 yılında ise ABD'den ithalatımızda hemen hemen tüm ürün gruplarında artış gözlenmiş, özellikle hava taşıtları ile bunların aksam ve parçaları, kağıt ve karton ürünleri, altın, madeni yağlar, canlı sığır, buğday ve pirinç ithalatımızdaki artış %100'ün üzerinde gerçekleşmiştir.

Türkiye'nin ABD'den 2011 yılı ithalatında başlıca ürünler için tıklayınız

Türkiye'nin ABD'den İthalatında Başlıca Ürünler (milyon Dolar)

GTİP	Ürün adı	2008	2009	2010
	Tüm ürünler	11.975,9	8.575,7	12.318,4
8802	Diğer hava taşıtları	658,5	420,7	1.938,2
7204	Demir/çelik döküntü ve hurdaları, bunların külçeleri	2.718,5	1.034,7	1.618,1
5201	Pamuk (kardesiz, taranmamış)	618,9	523,6	797,3
8411	Turbojetler, turbo-propeller, diğer gaz türbinleri	192,1	336,4	537,7
2701	Taşkömürü; taşkömüründen elde edilen briketler, topak vb. katı yakıtlar	365,5	282,0	507,0
3004	Tedavide/korunmada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış)	364,1	359,0	388,3
1201	Soya fasulyesi	224,6	290,1	346,6
2713	Petrol yağlarının/bitümenli minerallerden elde edilen yağların kalıntıları	98,6	92,8	232,2
9831	Başka yerde belirtilmeyen diğer eşya	112,1	280,4	214,4
8803	Diğer hava taşıtlarının aksam ve parçaları	55,3	54,0	207,8
3904	Vinil klorür/halojenli diğer olefin polimerleri (ilk şekilde)	93,5	102,8	203,6
9018	Tıp, cerrahi, dişçilik, veterinerlik alet ve cihazları	214,4	169,3	186,3
4703	Sodali ve sülfatlı odun hamuru	107,9	106,1	164,7
4804	Kraft kağıt/kartonlar-sıvanmamış-rulo veya tabaka halinde	124,1	73,2	151,2
2303	Nişastacılık, şeker pancarı, şeker ve içki sanayinin artık ve posaları	261,8	142,1	125,0
9021	Ortopedik cihazlar, kırıklara mahsus cihazlar, iştirme cihazı vb.	107,7	103,4	114,0
3002	İnsan ve hayvan kanı, serum, aşı, toksin vb. ürünler	125,0	139,3	109,8
1502	Sığır, koyun/keçi yağları	131,6	84,8	106,9
1006	Pirinç	57,0	16,3	104,9
0802	Diğer kabuklu meyveler (taze/kurutulmuş) (kabuğu çıkarılmış/soyulmuş)	64,5	83,8	95,2
9027	Fiziksel, kimyasal tahlillere mahsus cihazlar, mikrotomlar	95,3	83,4	91,7
2926	Nitril gruplu bileşikler	67,4	59,8	86,6
1001	Buğday ve mahlut	6,9	10,6	85,6
2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	965,9	363,6	82,6
8471	Otomatik bilgi işlem makineleri, üniteleri	64,6	39,8	71,5
9022	Radyasyonlu cihazlar, x ışınli jeneratörler, tedavi koltukları	58,0	69,9	67,0
8708	Kara taşıtları için aksam, parçaları	47,1	78,3	65,9
7108	Altın (ham, yarı işlenmiş, pudra halinde)	36,2	24,3	64,6
4802	Sıvanmamış kağıt ve karton (perfore edilmemiş kart ve şeritler)	25,5	41,9	64,5
8703	Otomobil, steysin vagonlar	117,0	55,7	62,2
4002	Sentetik kauçuk, taklit kauçuk, stiren-butadien kauçuğu vb	66,8	36,9	61,0
8413	Sıvılar için pompalar, sıvı elevatörleri	48,7	34,2	59,5
8406	Buhar türbinleri	1,3	30,7	58,9
3901	Etilen polimerleri (ilk şekillerde)	82,8	36,6	58,0
8431	Ağır iş makine ve cihazlarının aksamı, parçaları	25,4	33,3	57,8
8517	Telli telefon-telgraf için elektrikli cihazlar	62,1	56,5	57,3
7508	Nikelden diğer eşya	63,1	51,3	55,9
0102	Canlı sığır	7,9	12,8	54,2

8408 Dizel, yarı dizel motorlar (hava basıncı ile ateşlenen, pistonlu)	99,9	39,2	53,6
8421 Santrifüjle çalışan kurutma, filtre, arıtma cihazları	51,1	41,4	49,7

Kaynak: DTM-Dış Ticaret Bilgi Sistemi

İki Ülke Arasındaki Anlaşma ve Protokoller

İki Ülke Arasındaki Ticaretin Altyapısını Düzenleyen Anlaşma ve Protokoller

Anlaşmanın Adı	İmza Tarihi	Resmi Gazete Tarih ve No'su
Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması Anlaşması	03.12.1985	13.08.1989-20251
Çifte Vergilendirmenin Önlenmesi Anlaşması	26.03.1996	31.12.1997-23217
ABD ile Ticari İstisna Mekanizması Kurulmasına İlişkin Mutabakat Zaptı	20.01.1998	
Ticaret ve Yatırım İlişkilerinin Geliştirilmesine İlişkin Anlaşma	29.09.1999	11.02.2000-23961
2. Dönem Ticaret ve Yatırım Konseyi Ortak Bildirisi	12.07.2001	Yayımlanmıyor
1. Dönem Ekonomik Ortaklık Komitesi Toplantısı	26-27.02.2002	
3. Dönem Ticaret ve Yatırım Konseyi Toplantısı	25.04.2002	
2. Dönem Ekonomik Ortaklık Komitesi Toplantısı	1-2.12.2003	
4. Dönem Ticaret ve Yatırım Konseyi Toplantısı	24.01.2006	
3. Dönem Ekonomik Ortaklık Komitesi Toplantısı	8-9.02.2007	
5. Dönem Ticaret ve Yatırım Konseyi Toplantısı	12-13.04.2007	
4. Dönem Ekonomik Ortaklık Komitesi Toplantısı	16-17.04.2008	
6. Dönem Ticaret ve Yatırım Konseyi Toplantısı	13.01.2009	

Kaynak: DTM

Türkiye-ABD Ekonomik Ortaklık Konseyi (EOK)

Ocak 2002'de Türkiye-ABD Ekonomik Ortaklık Konseyi (EOK) kurulmuştur. Ekonomik Ortaklık Konseyi, 11 Eylül olaylarından sonra iki ülke arasında "stratejik ortaklık" olarak tanımlanmaya başlayan ilişkilerin, başta ekonomik ilişkiler olmak üzere bütün unsurlarının yerine getirilmesini sağlamak üzere kurulmuş olup, iki ülkenin Dışişleri Bakanlıklarının organizasyonunda düzenlenmektedir.

Şubat 2002 yılında Ankara'da gerçekleştirilen Konsey'in ilk toplantısında, Türkiye'deki bazı bölgelerde Nitelikli Sanayi Bölgeleri oluşturulması çalışmalarının başlatılması kararlaştırılmıştır.

Aralık 2003 tarihinde Vaşington'da gerçekleştirilen ikinci toplantıda, hassas ürünlerin de Nitelikli Sanayi Bölgeleri Yasa Tasarısına konulması dair Türkiye'nin talebi resmen reddedilmiş, ABD tarafı Kongre'ye anılan tasarıyı asıl şekliyle tekrar sunmayı teklif etmiştir. Toplantıda ayrıca ticaret ve yatırımlar konusunda, tarife dışı engellerin kaldırılmasına dair görüşmelerin başlatılması kararı alınmış, Amerikan Eximbank'ının Türk telekomünikasyon sektörü özelleştirildiğinde yatırımlara destek olacağı belirtilmiş ve Türk firmalarının bölgesel yeniden imar çalışmalarında desteklenecekleri belirtilmiştir. Enerji alanında stratejik işbirliği konusunda Bakü-Tiflis-Ceyhan Boru Hattının önemi üzerinde durulmuş, Kafkasya kaynaklı doğalgazın AB piyasalarına sevkıyatı konusunda işbirliği yapılmasında mutabık kalınmıştır.

Bölgesel işbirliği konusunda ise ABD ve Türkiye'nin Afganistan ve Orta Asya'da iş ortaklıkları konusunda kaydettikleri başarının Irak konusunda da gerçekleştirileceğine dair beklenti vurgulanmış, Irakla Türkiye arasındaki ulaşım ağının iyileştirilmesi üzerinde fikir birliğine varılmıştır.

Ekonomik Ortaklık Konseyi'nin Üçüncü Dönem Toplantısı 8-9 Mart 2007 tarihlerinde İstanbul ve Ankara'da gerçekleştirilmiştir. Toplantıda özetle; Türkiye'nin son dönemdeki ekonomik performansı, Türkiye-AB ilişkileri, Türkiye'deki yatırım ortamı, enerji güvenliği, petrol ve doğal gaz boru hatları, teknoloji ve bilim alanında işbirliği, TOBB ile ABD Ticaret Odaları arasındaki işbirliği imkanları, tekstil sektöründe ortak üretim imkanları, üçüncü ülkelerde işbirliği ve KOBİ'ler alanında işbirliği konuları ele alınmıştır.

"Ortak Vizyon ve Yapılandırılmış Diyalog" belgesinin, ekonomik ilişkilere ilişkin stratejik boyutunu oluşturan EOK toplantılarından dördüncüsü 16-17 Nisan 2008 tarihlerinde Vaşington'da düzenlenmiştir. Toplantılarda iki ülke arasında ticaret ve yatırımın artırılması, KOBİ'ler, enerji projeleri, bölgesel ekonomik işbirliği projeleri, bilim-teknoloji ve AR-GE işbirliği, üniversiteler arası işbirliği, fikri mülkiyet haklarının korunması gibi konular gündeme gelmiştir. Toplantı sonunda ortak bir bildiri yayınlanmıştır. Türkiye-ABD Ticaret ve Yatırım Konseyi Toplantıları (TIFA)

Türkiye ile ABD arasında 29 Eylül 1999 tarihinde imzalanan Ticaret ve Yatırım İlişkilerinin Geliştirilmesine İlişkin Anlaşma kapsamında kurulmuş olan Ticaret ve Yatırım Konseyi (TIFA) iki ülke arasında ticari ve ekonomik ilişkilerdeki en önemli iletişim kanallarından birisidir. Konsey bugüne kadar

toplantı adı toplanmış gerçekleştirilmiştir. Amman toplantılarını gerçekleştirilmesinde iki ülke arasındaki ticaret ve yatırımlar önündeki engellerin aşılması için atılması gereken adımlar ele alınmaktadır. Konsey Eş Başkanlıkları Dış Ticaret Müsteşarlığı ve ABD Ticaret Bakanlığı tarafından yürütülmektedir.

TİFA VI. Dönem Toplantısı 13 Ocak 2009 tarihinde Ankara'da düzenlenmiştir. Türkiye ekonomisindeki son gelişmeler, Dünya Ticaret Örgütü konuları, ABD ve Türkiye'nin ticaret politikaları, Türkiye ile ABD arasındaki ticaret ve yatırım ilişkilerinde gündemde olan çeşitli konular kapsamlı bir şekilde değerlendirilmiş ve görüş alışverişinde bulunulmuştur.

Sözkonusu Toplantıda, Türk tarafınca, ABD'de Çin'den gelen tekstil ve konfeksiyon ürünlerine uygulanan kotaların 1/1/2009 tarihinde sona erdiği, bu durumun, kriz koşulları ile birleşince, Türkiye gibi bu sektörün önem arz ettiği ülkelerin rekabet gücünü olumsuz etkileyeceği vurgulanmış, tekstil ve konfeksiyon ticaretinde rekabet koşullarının korunması için uluslararası alanda girişimde bulunulması gerektiği ifade edilmiş; bu bağlamda tekstil ticaretinin ithalatçı ve ihracatçı çıkarları ile ürün akışı açısından incelenmesi amacıyla DTO nezdinde bir çalışma yapılması için ABD'nin desteği talep edilmiştir.

Ayrıca iki bor üreticisi ülke olarak Avrupa Birliği'ne bor ihracatı konusunda bilgi alışverişi yapılması kararlaştırılmıştır.

Diğer taraftan, Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi'nin Türkiye için önemi vurgulanmış ve bu konuda halihazırda Türk tarafınca USTR'a yapılan, bakır tellere CNL istisnası sağlanması ile yeni ürün başvurusunun (polietilen) olumlu sonuçlanmasının önemi vurgulanmıştır.

Türk tarafınca, ABD limanları arasında boş konteyner taşınmasının sadece ABD'li şirketlerce yapılabilmesi ve ABD gemilerine ülkemizde sağlanan gemi onarım hizmetinden ABD'ye girişte yüksek oranda vergi alınmasına ilişkin şikayetler dile getirilmiş, ABD tarafı ise, Jones Yasası'ndan dolayı ABD'de denizcilik ile ilgili bazı kısıtlamaların bulunduğunu, ancak karşılıklılık esasına dayalı bir anlaşma ile bazı düzenlemelerin yapılmasının mümkün bulunduğunu bildirmiş ve konuya ilişkin görüşlerimizin ABD Dışişleri Bakanlığı'na iletileceğini bildirmiştir.

İhracat Potansiyeli Olan Başlıca Sektörler

ABD'nin eyaletlerden oluşması ve her eyaletin kendine has ekonomik, sosyal ve yasal yapısının bulunması, pazara girişte dikkate alınması gereken bir husus olarak ortaya çıkmaktadır. ABD pazarına yönelik Dış Ticaret Müsteşarlığı'nca geliştirilen stratejide, ihracatı artırmaya yönelik olarak "eyalet bazlı" ve "sektör bazlı" bir yaklaşım getirilmiştir.

Bu çerçevede hedef eyaletler New York, California, Texas, Georgia, İllinois ve Florida? hedef sektörler ise tekstil ve hazır giyim, gıda, kimyasal ürünler, demir dışı metaller, deri ve mamülleri, elektrik-elektronik ve makine, otomotiv yan sanayii, işlenmiş doğal taşlar ve seramik ürünleri, mobilyalar ve kuyumculuk ürünleri olarak belirlenmiştir.

ABD ile Ticareti Geliştirme Stratejisi ile Türkiye'nin ve Türk ürünlerinin imajının güçlendirilmesi, böylece ABD'ye olan ihracatımızın artırılması, Amerikan yatırımcılarının dikkatinin çekilmesi ve ticari ilişkilerin siyasi ve kültürel ilişkilere olumlu yansımalarından yararlanarak genel anlamda ikili ilişkilerin geliştirilmesi amaçlanmaktadır.

2007 yılında, ticaret temsilciliklerinin bulunduğu New York ve Washington'un yanı sıra, Şikago ve Los Angeles'ta da temsilcilikler açılmış, böylece Amerika'daki firmalara sağlanan hizmetlerin artırılması ve bilgi akışının kolaylaştırılması hedeflenmiştir.

Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM) tarafından 2006 yılı itibarıyla uygulamaya konulan "Kuzey ve Latin Amerika Ülkeleriyle Ekonomik ve Ticari İlişkileri Geliştirme Stratejisi/ABD Pazara Giriş Projesi" kapsamında yürütülen faaliyetler çerçevesinde; 28 Nisan-5 Mayıs 2008 tarihleri arasında Florida/ABD'ye yönelik bir Teknik Heyet programı düzenlenmiştir.

ABD Pazara Giriş Çalışması sonucunda belirlenen hedef ürünler aşağıda sunulmaktadır:

Hayvansal ve Bitkisel Yağlar –15 Nolu Fasıl
1509-Zeytinyağı

Kakao ve Müstahzarları –18 Nolu Fasıl
1806-Kakaolu Çikolata

Esasını Hububat, Un, Nişasta, Süt Teşkil Eden Müstahzarlar-19 Nolu Fasıl
1905-Ekmek, Pasta, Kek, Bisküvi

Gıda Müstahzarları-21 Nolu Fasıl
2106- Çeşitli Gıda Müstahzarları

Kimyasallar
Sabunlar, Yüzey Aktif Organik Maddeler-34 Nolu Fasıl
3402- Yüzey Aktif Organik Maddeler

Plastik ve Plastikten Mamul Eşya-39 Nolu Fasıl
3917-Plastik Tüp, Boru, Hortumlar
3920-Plastik Levha
3921-Plastikten Diğer Levhalar
3923-Plastik Ambalaj Malzemesi

3926- Plastikten Diğer Eşya

Kauçuk ve Kauçuktan Eşya-40 Nolu Fasıl
4016-Vulkanize Kauçuktan Eşya

Deri ve Deri Mamulleri
Deri Eşya, Saraciye ve Eşyası -42 Nolu Fasıl
4203- Deri-Kösele Giyim Eşyası

Postlar, Kürkler, Taklit Kürkler ve Mamuller-43 Nolu Fasıl
4303- Kürkten Giyim Eşyası

Tekstil

Dokumaya Elverişli Suni ve Sentetik Lifler-54 Nolu Fasıl
5402- Sentetik Lif İpliği (Dikiş İpliği Hariç)-Perakende Değil

Hazırgiyim

Örme Giyim Eşyası ve Aksesuarları-61 Nolu Fasıl
6109- Tişörtler, Fanilalar ve Diğer İç Giyim Eşyası
6110- Kazaklar, Süveterler, Hırkalar Ve Yelekler
6111- Bebekler İçin Giyim Eşyası

Örülmemiş Giyim Eşyası-62 Nolu Fasıl
6203- Erkekler İçin Takım Elbise, Ceket
6204- Kadınlar İçin Takım Elbise, Ceket

Ev Tekstili-63 Nolu Fasıl
6302- Yatak Çarşafı, Masa Örtüleri, Tuvalet, Mutfak Bezleri
6303- Perdeler Ve İç Storlar, Perde Ve Yatak Farbalaları
6304- Diğer Mefruşat Eşyası (94.04 Pozisyonundakiler Hariç)
6305- Eşya Ambalajında Kullanılan Çuvallar ve Torbalar

Toprak ve Toprak Ürünleri

Taş, Alçı, Çimento -68 Nolu Fasıl
6802- İşlenmiş Mermer

Seramik Mamulleri-69 Nolu Fasıl
6908-Seramik Kaplama Malzemesi
6910- Seramik Sağlık Gereçleri

Cam ve Cam Eşya -70 Nolu Fasıl
7007- Emniyet Camları
7013- Camdan Masa, Mutfak Ve Sofra Eşyası
7019- Cam Lifleri, Cam Yünü Ve Mamulleri-İplik, Dokuma

Değerli Taş ve Mücevherat
7113- Kıymetli Metaller Ve Kaplamalarından Mücevherci Eşyası

Demir Dışı Metaller

Bakır ve Bakırdan Eşya-74 Nolu Fasıl
7408-Bakır Teller

Alüminyum ve Alüminyumdan Eşya -76 Nolu Fasıl
7604-Alüminyum Çubuk ve Profil
7606-Alüminyum Şaç ve Levha
7610- Alüminyum İnşaat ve Aksamı
Elektrik-Elektronik ve Makina

Makinalar-84 Nolu Fasıl
8413- Sıvılar İçin Pompalar
8414- Hava-Vakum Pompası, Hava/Gaz Kompresörü, Ventilator, Aspirator
8415- Klima Cihazları
8418- Buzdolapları, Dondurucular, Soğutucular
8421- Santrifüjle Çalışan Kurutma, Filtre, Arıtma Cihazları
8431- Ağır İş Makinaları Aksam Ve Parçaları
8462- Metalleri Dövme-Kesme Ve İşleme Makinaları
8474- Toprak, Taş, Metal Cevheri Vb. Ayıklama, Eleme İçin Makinalar
8481- Muslukçu-Borucu Eşyası
8482- Rulmanlar

Elektrikli Makina-Cihazlar, Aksam ve Parçaları-85 Nolu Fasıl
8504- Elektrik Transformatörleri, Statik Konvertisörler, Endüktörler
8516- Elektrikli Su Isıtıcıları, Elektrotermik Cihazlar (Şofbenler)
8544- Kablolar

Utomotiv Ana ve Yan Sanayii
4011- Kauçuktan Yeni Dış Lastikler
8409- İçten Yanmalı, Pistonlu Motorların Aksam-Parçaları
8483- Transmisyon Milleri, Kranklar, Yatak Kovanları, Dişliler, Çarklar
8708- Taşıt Araçları Aksam Ve Parçaları

Ağaç ve Ağaç Mamulleri

Mobilyalar, Aydınlatma Lambaları, Prefabrik Yapılar- 94 Nolu Fasıl
9401- Oturmaya Mahsus Mobilyalar, Aksam-Parçaları
9403- Diğer Mobilyalar Vb. Aksam, Parçalar
9405- Aydınlatma Cihazları, Lambalar

Türkiye-A.b.d. Yatırım İlişkileri

4875 sayılı Doğrudan Yabancı Yatırımlar Kanunu ile Türkiye'ye giren yabancı sermaye miktarı çok büyük artışlar göstermiştir. Aynı eğilim, ABD kaynaklı yabancı yatırım istatistiklerinde de görülmektedir: Aşağıdaki tablodan da gözleneceği üzere, 2003 yılı öncesindeki dönemde kayda değer bir tutara ulaşmayan ABD kaynaklı doğrudan yatırımlar, 2002 yılında 2 milyon Dolar iken, 2003, 2004 ve 2005 yıllarında sırasıyla, 52, 36 ve 88 milyon Dolar olmuş; 2006 yılı başından itibaren ise, önceki yıllara oranla çok büyük bir artış meydana gelerek 2006 sonu itibarıyla 848 milyon Dolar'lık bir seviyeye ulaşmıştır.

Bu artış, 2007 yılında daha da hız kazanmış, Türkiye'ye olan ABD doğrudan yatırımları 4,2 milyar Dolar'a ulaşarak 2006 yılı tutarı beşe katlanmıştır. Bu tutar içinde en büyük miktarı Citigroup'un Akbank'a ortak olmasıyla 2007 yılının Ocak ayında yaptığı 3,1 milyar Dolar'lık yatırım oluşturmaktadır.

2008 yılında, ABD'nin Türkiye'ye olan doğrudan yatırımları 863 milyon Dolar'ı bulurken 2009 yılında 253 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. 1997-2009 döneminde ABD kaynaklı doğrudan yatırımların toplam tutarı yaklaşık 6,4 milyar Dolar'a ulaşmaktadır.

1954 - 2002 yılları arasında ABD sermayeli 341 şirketin kuruluşu gerçekleşmiş iken, 2003 yılından 2007 yılı sonuna kadar 493 şirket kurulmuştur. 2009 Mart yılı itibarıyla bu sayı 116'dır. Böylelikle 2009 sonu itibarıyla Türkiye'de faaliyette bulunan ABD sermayeli şirketlerin toplam sayısı ise 1.021'e ulaşmıştır.

Türkiye'ye giren ABD kaynaklı doğrudan yatırım tutarı, 2006 yılından itibaren önceki yıllara nazaran kayda değer biçimde artmış olsa da, aynı trendi, küresel sermaye tutarının büyük ölçüde daraldığı bu dönemde yakalamak şu an için mümkün görülmemektedir. Nitekim 2008 yılında Türkiye'ye gelen toplam doğrudan yatırım tutarı bir önceki yılki 22,1 milyar Dolar'lık seviyesinden 18,2 milyar Dolar'a gerilerken, aynı dönemde ABD'den gelen kısım 4,2 milyar Dolar'dan 863 milyon dolara gerileyerek beş kat azalmıştır. Dolayısıyla, 2003 yılından sonra ABD'den gelen doğrudan yabancı sermaye miktarında önemli artışlar yaşanmış olsa da, her iki ülkenin potansiyeli göz önünde bulundurulduğunda bunun tatminkar olduğu söylenemez.

İki Ülke Arasındaki Ticarete Yaşanan Sorunlar

Antidamping Soruşturmaları

USITC tarafından 2008 yılında 13 yeni antidamping soruşturması başlatılmış ve 32 soruşturma tamamlanmıştır. Tamamlanan 32 soruşturmadan 23'üne ABD Ticaret Bakanlığı tarafından antidamping gümrük vergisi uygulanmasına karar verilmiştir. USITC tarafından 2008 yılında 6 yeni telafi edici vergi soruşturması başlatılmış ve bu kapsamdaki 7 soruşturma tamamlanmıştır. 2008 yılında ABD Ticaret Bakanlığı ve USITC tarafından 26 "sunset" soruşturması başlatılmış ve 25 soruşturma tamamlanmıştır.

Hali hazırda, ABD, ülkemizden gerçekleştirdiği ithalatta; Karbon Kaynaklı Çelik Tüp ve Borular (GTİP 730630), Makarna (GTİP 190219) ve Kesiti Dikdörtgen veya Kare Şeklinde Olan Demir/Çelikten Tüp ve Borular (GTİP 730661) ürünleri için anti-damping vergisi (ADV) uygulamaktadır. Bu ürünler için uygulanan oranlar sırasıyla %0-%23, %17-%51 ve %27-%41 arasında değişmektedir.

Diğer taraftan ABD ülkemiz menşeli, Karbon Kaynaklı Çelik Tüp ve Borular (GTİP 730630) ve Makarna (GTİP 190219) için telafi edici vergi (TEV) de almaktadır. Bu vergilerin oranı da sırasıyla %7,26 ve %15,82'dir.

ABD tarafından ülkemiz menşeli bu ürünlere uygulanmakta olan anti-damping ve telafi edici vergiler, anılan ürünlerimizin ABD'ye ihracatını olumsuz yönde etkilemektedir.

Diğer taraftan inşaat demirlerine yönelik dampinge karşı vergi şeklindeki önleme ilişkin ikinci beş yıllık gözden geçirme soruşturmasının sonuçlanması ile Türkiye'den inşaat demirlerine yönelik olarak 1997 yılından bu yana uygulanan antidamping vergisi 26 Mart 2008 tarihinden itibaren geçerli olmak üzere kaldırılmış olması olumlu bir gelişmedir.

İşbirliği İmkanları

Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi (GTS)

Türkiye'nin hali hazırda ABD ile bir serbest ticaret anlaşması ya da tercihi ticaret düzenlemesi gibi, tek taraflı ya da karşılıklı ticaretteki gümrük vergilerinin kaldırılması ya da kademeli olarak düşürülmesini düzenleyen herhangi bir anlaşması bulunmamaktadır.

Türk ihracatçıların ve Türk ürünlerinin ABD pazarına girişinde kullanmakta olduğu tek sistem, ABD'nin, aralarında ülkemizin de bulunduğu 131 gelişmekte olan ve en az gelişmiş ülkeye uygulamakta olduğu Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi'dir. Söz konusu sistem çerçevesinde belirli bazı ürünlerin, belirlenen limitlerin aşılmaması kaydıyla ABD'ye ithalatlarındaki gümrük vergisi 0'dır.

Ancak söz konusu faydalanıcı ürün listesine, ülkemiz geleneksel ihracat ürünleri olan tekstil ve giyim eşyası, bazı ayakkabı ve çantalar, valizler ve diğer deriden yapılmış giyim ürünleri dahil değildir.

Söz konusu ürünlerin ABD pazarına girişinde uygulanan gümrük vergileri de oldukça yüksek olup, özellikle ucuz işgücü kullanan Çin Halk Cumhuriyeti, Hindistan ve Pakistan gibi ülkeler ile NAFTA Anlaşması çerçevesindeki avantajları kullanan Meksika, anılan ürünlerde ABD'nin başlıca tedarikçileri konumundadırlar.

2009 yılında ABD'nin Türkiye'den GTS kapsamındaki ithalat tutarı 644.478 milyon Dolar olup, anılan tutar 2008 yılına göre %30 oranında azalmıştır. Bunun yanında Türkiye'nin ABD'ye toplam ihracatı içindeki GTS kapsamında yapılan ihracatın oranı 2003 yıllarına kadar %14 civarında gerçekleşmiş, söz konusu oran 2003 yılında %18'e çıkmış, 2006 yılına kadar artarak %20 seviyesine yükselmiş, 2007 yılında oran %24,2 çıkmasına rağmen, 2009 yılında tekrar %20 olarak gerçekleşmiştir.

2009 yılında ABD GTS Programı kapsamında 18,92 milyar Dolar'lık ithalat yapılmıştır. Ülkemiz GTS kapsamında ihracat yapan ülkeler arasında 9. sırada yer almaktadır.

ABD tarafından uygulanmakta olan Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi her yılın sonunda ABD Temsilciler Meclisi ve Senato'su tarafından kabul edilen ve ABD Başkanı'nca imzalanan bir Kanun'la uzatılmaktadır.

Buna karşılık, 2010 yılı itibarıyla söz konusu uzatma Kararı'nın alınamamış ve bu nedenle 1 Ocak 2011 tarihinden itibaren ülkemiz de dahil Sistem'den yararlanan ülke menşeli ürünlerin GTS'den yararlanamayacaktır. Anılan Kanun Senato tarafından kabul edilip ABD Başkanı tarafından onaylanana kadar ABD'li ithalatçıların söz konusu ürünler için MFN vergisini ödemeleri gerekmektedir.

Konuya ilişkin yeni bir duyuru yapıldığı takdirde, firmaların herhangi bir hak kaybına uğramaması için GTS'den yararlanabilecek ürünlerin ithali sırasında gümrük beyannamelerinin ilgili bölümüne "A" ibaresinin konulması, gümrük vergilerinin geriye dönük ödenmesi için yeterli olacaktır.

Türkiye 7113.19.50 GTİP no'lu altından mücevherat ürününde 2003 yılında aldığı Rekabet İhtiyacı Limiti (CNL) İstisnasını, 2007 yılında CNL limiti olan 130 milyon doların % 150'si olan 195 milyon doların üzerinde (232,9 milyon dolar) ihracat yaptığı için, 1 Temmuz 2008 tarihi itibarıyla kaybetmiş ve anılan tarihten sonra söz konusu ürünün Türkiye'den ithalatı % 5,5 oranında gümrük vergisi ödemek suretiyle gerçekleştirilmeye başlanmıştır.

ABD'nin 2006 ve 2007 yıllarında Türkiye'den GTS kapsamında altın mücevher ithalatı sırasıyla 235 ve 232 milyon dolar olarak gerçekleşmiş olup, 2008 yılında söz konusu tutar 81 milyon dolara gerilemiştir. Aynı yıllarda ABD'nin Türkiye'den altın mücevher ithalatı (GTS kapsamında olan ve olmayan ithalat) 2006 ve 2007 yılları için 238 ve 233 milyon dolar olup, 2008 yılında ise % 52 oranında düşüş ile 112 milyon dolara gerilemiştir. Diğer bir ifadeyle, altın mücevheratın 1 Temmuz 2008 tarihinden itibaren gümrük vergili olarak ithal edilmeye başlanması ile birlikte ithalatta ciddi bir gerileme gözlenmiştir.

Türkiye'nin hali hazırda aşağıdaki üç ürün için CNL İstisnası bulunmaktadır.

1. 71131929 Altın kolye ve zincirler: İstisna 2003 yılında sağlanmış olup, CNL sınırları geçilmediği için 5 yılını doldurmasına rağmen, halen gümrük vergisiz ithalata tabiidir.
2. 74130050 Bakır Kablo: İstisna 2008 yılında alınmış olup, 2011 yılına kadar Dolar Değeri sınırlaması bulunmamaktadır. 2012 yılında yapılacak ithalat değerinin, 2012 yılı için belirlenecek CNL sınırının altında olması gerekmektedir. Aksi takdirde yararlanıcı ürün listesinden çıkartılacaktır.
3. 74130010 Bakır tel: Söz konusu üründe 2008 yılı verileri itibarıyla ABD'nin toplam bakır tel ithalatının %50'den fazlası Türkiye'den yapıldığı için, USTR nezdinde girişimde bulunularak anılan ürün için CNL istisnası talebinde bulunulmuş, 30 Haziran 2009 tarihli USTR duyurusu ile anılan ürüne CNL istisnası sağlanmıştır.

Diğer taraftan Türkiye, hali hazırda aşağıdaki listede belirtilen GTİP numaralarındaki ürünler için GTS yararlanıcısı olma hakkını kaybetmiştir. Söz konusu ürünler, GTS listesinden çıktıkları tarihlerden sonra ABD'ye gümrük vergili olarak ithal edilmektedir.

GTS Listesinden Çıkarılan Ürünler

GTİP	Ürün	Gümrük Vergisi
0711.90.30	Kapari	% 8,0 (Türkiye)
0802.50.20	Kabuklu Kestane	% 0,9 Cent/kg (Türkiye)
0804.20.60	Diğer İncirler	% 6,2 Cent/kg (Türkiye)

0813.10.00	Kuru Kayısı	% 1,8 Cent/kg (Türkiye)
0910.99.40	Köri	% 3,4 (Türkiye)
1806.20.22	Kakao İçeren Gıda Müstehzarları	% 5,0 (Türkiye)
1901.20.05	Ekmekçi Mamullerinin Hazırlanmasında Kullanılan Karışım Hamurlar	% 10) (Türkiye)
2008.50.20	Kayısı (Pulp)	% 10 (Türkiye, Arjantin)
2008.99.28	İncir	% 9,6 (Türkiye)
2515.12.20	Traverten (Blok ya da Slab)	% 3,0 (Türkiye)
2810.00.00	Borik Asit	% 1,5 (Türkiye)
2819.10.00	Chromium trioxide	% 3,7 (Türkiye)
2918.22.10	Acetylsalicylic acid (Aspirin)	% 6,5 (Türkiye, Arjantin)
6802.21.10	Yontulmuş veya Kesilmiş Traverten	% 4,2 (Türkiye)
6802.91.20	Cilalanmış veya Başka Şekilde İşlenmiş Traverten	% 4,2 (Türkiye)
6802.91.25	Diğer Traverten	% 3,7 (Türkiye)
7113.19.50	Altından Mücevherat	% 5,5 (Türkiye, Hindistan, Tayland)
7408.19.00	Bakır Tel	% 3,0 (Türkiye, Brezilya)
7413.00.90	Bakır Tel (Fitted with fittings or made up into articles)	% 3,0 (Türkiye)

GTS Sistemi çerçevesinde, yararlanıcı ürün listesinde bulunmayan ürünlerin listeye aldırılması da mümkün olup, ilgili taraf ya da ülkelerin "yeni ürün" başvurusunda bulunmaları imkanı bulunmaktadır.

Ülkemizden İstanbul Maden ve Metaller İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği (İMMİB) tarafından 3901.20.10 GTİP No'lu Polietilen için 18 Haziran 2008 tarihinde "yeni ürün" başvurusunda bulunulmuş olup, USTR tarafından yapılan 12 Eylül 2008 tarihli duyuru ile anılan başvurunun incelenmek üzere kabul edildiği duyurulmuş, ancak 30 Haziran 2009 tarihinde yapılan duyuru ile anılan ürünün yararlanıcı ürün listesine alınması talebimiz uygun bulunmamıştır.

Diğer taraftan, ülkemizin diğer bazı ürünlerde hali hazırda yararlanmakta olduğu tek taraflı taviz rejimi olan GTS'nin gelecekte devam edip etmeyeceği konusunda belirsizlik bulunmaktadır. Söz konusu sistem 1976 yılından bu yana uygulanmakla birlikte son olarak yürürlük süresi 31 Aralık 2009 tarihine kadar uzatılmıştır. ABD Kongresi, bu yıl alacağı karar ile GTS'nin önümüzdeki dönemde de devam edip etmeyeceğini belirleyecektir.

Hali hazırda GTS sisteminden en çok yararlanan ülkeler Hindistan, Tayland ve Brezilya olup, ABD'nin GTS kapsamındaki toplam ithalatının %42'si anılan üç ülkeden yapılmaktadır. Aralarında ülkemizin de bulunduğu 87 gelişmekte olan ülkeden 10'u 2008 yılı itibariyle ABD'nin toplam GTS kapsamındaki ithalatının %85'ine kaynak olan ülkelerdir.

Bu itibarla son dönemde ABD Senatosu ve bazı çevrelerde, GTS sisteminin amacına uygun olarak kullanılmadığı, tercihli ticaret düzenlemelerinin sadece en az gelişmiş ülkelere yönelik olarak kısıtlandırılması konusunda kuvvetli bazı söylemleri bulunmakta ve Hindistan ve Brezilya gibi göreceli olarak daha gelişmiş olan gelişmekte olan bazı ülkelerin sistemden mezun edilmeleri gerektiği vurgulanmaktadır.

Bu veriler ışığında, GTS sisteminin bu yıl yeniden düzenlenmesi ve aralarında ülkemizin de bulunduğu göreceli olarak daha gelişmiş ülkelerin sistemden mezun edilmeleri ihtimal dahilindedir.

GTS, 2008 yılında %3,25'lik payı ile ihracatımızın yöneldiği 7. önemli ülke olan ABD'ye olan ihracatın artırılması açısından bir araç olarak değerlendirilmektedir.

ABD'nin 2008 yılında, ülkemizden yaptığı toplam ithalat, kendi verileri ile 4.641 milyon dolar olup, GTS kapsamındaki ithalatı 915 milyon dolar ile %20 paya sahip olmuştur. Aynı yıl ABD toplam ithalatı 2.100,1 milyar dolar olup, GTS kapsamında gelişmekte olan ülkelere gerçekleştirilen toplam ithalat, 20,6 milyar dolar ile yaklaşık %1 paya sahip olmuştur.

Ayrıca 2008 yılında ABD'nin ülkemizden yaptığı toplam ithalat, kendi verileri ile bir önceki yıla göre %0,5 oranında artmış olup, GTS kapsamındaki ithalat ise bir önceki yıla nazaran %18,7 oranında azalmıştır.

ABD GTS Programı aralarında bir bölümü sadece En Az Gelişmiş Ülkelere gümrük muafiyeti sağlayan yaklaşık 5000 kalem ürün içeren bir liste ile 131 ülkeye açıktır. Ülkemizden ABD'ye bu liste içinden yaklaşık 900 kalem malda ihracat yapılabilmektedir.

GTS sisteminden Türkiye ile birlikte içinde Uzakdoğu ve Güney Amerika ülkelerinden önemli rakiplerimizin de olduğu birçok gelişmekte olan ülke yararlanmaktadır. Ayrıca bilindiği üzere NAFTA nedeniyle Meksika ve Kanada pazara gümrüksüz olarak girmekte olup, ABD pazarında önemli bir paya

sahiptir. Diğer taraftan İsrail, Serbest Ticaret Anlaşması çerçevesindeki tavizlerden yararlanmaktadır. Dolayısıyla Sistem Türkiye'ye diğer gelişmiş ülkeler ve Çin karşısında avantaj sağlamakta ancak, yukarıda belirtilen rakiplerimiz karşısında bir avantaj sağlamamaktadır.

► Pazar ile İlgili Bilgiler

Fikri, Sınai Mülkiyet Hakları

"Special 301" Raporu

USTR her yıl, ticari ortakları olan ülkelerdeki fikri mülkiyet hakları uygulamalarına yönelik olarak gelişmeleri izlemekte ve ülkeler her yılın Nisan ayının başında, bu alanda kaydettikleri gelişmelere bağlı olarak her yıl "İzleme Listesi" veya "Öncelikli İzleme Listesi" ne alınmaktadır. Türkiye 2008 yılına kadar uzun yıllar "Öncelikli İzleme Listesi"nde yer almış, 2008 yılındaki raporda ise "İzleme Listesi"ne yükseltilmiştir.

2009 yılı Raporu hazırlık çalışmaları sürecinde ABD'deki PhRMA (İlaç Araştırmacıları Derneği) gibi bazı kuruluşlar, 2009 yılında Türkiye'nin "Öncelikli İzleme Listesi"ne alınması talebinde bulunurken; 7 ticari birliğin oluşturduğu, bünyesinde 1.900 dan fazla firmanın bulunduğu Uluslararası Fikri Mülkiyet İttifakı (IIPA) gibi bazı kuruluşlar ise Türkiye'nin 2009 yılında da "İzleme Listesi"nde kalması gerektiği yönünde görüş bildirmişlerdir. Türkiye de fikri mülkiyet haklarının korunması, bu alanda yapılan yasal düzenlemeler ve uygulamalara ilişkin son gelişmeleri içeren bir Raporu 27 Şubat 2009 tarihinde USTR'a sunmuştur.

"2009 yılı Special 301" Raporu 30 Nisan 2009 tarihinde yayımlanmıştır. Rapor çerçevesinde Türkiye 2009 yılında da "İzleme Listesi"nde yer almaya devam etmiştir. Söz konusu Raporda İzleme Listesinde yer alan diğer ülkeler Beyaz Rusya, Bolivya, Brezilya, Brunei, Kolombiya, Kosta Rika, Çek Cumhuriyeti, Dominik Cumhuriyeti, Ekvador, Mısır, Finlandiya, Yunanistan, Guatemala, Macaristan, İtalya, Jamaika, Kuveyt, Lübnan, Malezya, Meksika, Norveç, Peru, Filipinler, Polonya, Romanya, Suudi Arabistan, İspanya, Tacikistan, Türkmenistan, Ukrayna, Özbekistan ve Vietnam'dır.

Diğer taraftan, Raporda Çin, Rusya, Cezayir, Arjantin, Kanada, Şili, Hindistan, Endonezya, İsrail, Pakistan, Tayland ve Venezuela "Öncelikli İzlenecek Ülkeler Listesi"nde yer almaktadır.

Raporun Türkiye bölümünde özetle; Türkiye'de fikri mülkiyet haklarının korunmasına yönelik uygulama çabalarında ve korsan materyallere el konulma işlemlerinde artışlar kaydedildiği, bununla birlikte, jenerik ilaçlar için pazar izni başvurularında karşılaşılan belirsizlikler, korsan kitap, korsan ticari ve eğlence amaçlı yazılım programları ve taklit mallar konusundaki problemlerin devam etmekte olduğu hususları yer almaktadır.

Dağıtım Kanalları

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 gerekir. Rakiplerin fazla olduğu, gelişkin bir pazara girildiği unutulmamalıdır. Pazar araştırılırken pek çok bilgiye elektronik ortamda kolaylıkla ulaşılması (ABD'nin gümrük vergileri, dış ticaret istatistikleri, denetim kurumlarının web sayfaları vb.), ihracatçılar açısından bir avantaj oluşturmaktadır.

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.

Pazarın işleyişinin farklı olması sebebiyle, ABD'deki firmalarla işbirliği yapmak ya da Amerikalıların çalışacağı ofis kurmak da bir başka alternatif olarak değerlendirilebilir. Doğrudan pazarlama veya satış mağazası/bürosu açma olanağı da mevcuttur. Ancak kurulacak firmanın muhasebe kayıtlarının tutulması, vergi ve benzeri hukuki sorumlulukların yerine getirilmesi için CPA denilen Yeminli Mali Müşavir ile çalışmak zorunluluğu vardır. ABD'de vergi mükellefiyetinin çok ağır yaptırımları bulunmaktadır.

Pazarda başarılı olmak için; pazarda yer alabilmenin süresi uzun olabileceğinden başlangıç maliyetlerinin düşük tutulması, satış sözleşmesinde belirtilen hususlara titizlikle uyulması, doğru pazarlama stratejisi oluşturabilmek için; ürünün pazara uygunluğu, dağıtım kanalları, Amerikan tüketicisinin zevk ve tercihlerinin değerlendirilmesi gibi konularda bilgi sahibi olmak çok önemlidir.

Tüketici Tercihleri

ABD'de kişi başına milli gelir 45.000 \$'ın üzerindedir. Bu özelliği ile ABD özellikle gıda ve tekstil sektörlerinde büyüyen dengeli bir pazar özelliğini taşımakta olup, ülke tüketicileri markadan çok kalite ve fiyata önem vermektedir. Amerikan tüketicisinin haklarını çok iyi bilmesi ve bu haklarını koruması da pazarın bir diğer önemli özelliğidir.

ABD tüketiminde ithal mallarına yönelik talep esnekliğini ölçmek amacıyla yapılan bir araştırmada

ithalata yönelik talep esnekliğinin pozitif ve önemli ölçüde yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, yerli malların fiyatındaki artış karşısında Amerikan tüketicisinin ithal mallara olan talebinin fiyattaki artıştan daha fazla arttığı anlamına gelmektedir. Dolayısıyla, Amerikan tüketicisi fiyat değişikliklerine son derece hassastır. Bu nedenle, Amerika'ya yönelik ticarete fiyatın iyi tespit edilmesi son derece önemlidir.

Bu ülke piyasası, pek çok üretici ve tüketici örgütünden oluşan özdenetimi yüksek, oldukça korumacı bir yapıya sahiptir. Bu çerçevede, ülkedeki mevzuat ve yasal düzenlemeler hakkında çok iyi bilgi sahibi olunması gerekmektedir.

ABD Tüketici Ürünleri Güvenliği Komisyonu (CPSC) tarafından hazırlanan "Tüketici Ürünleri Güvenliğini Geliştirme Kanunu" 14 Ağustos 2008 tarihinde ABD Başkanı tarafından onaylanarak yürürlüğe girmiştir. Komisyon, binlerce çeşit tüketici ürünlerinin yol açabileceği yaralanma ve ölüm riskine karşı tüketiciyi koruyucu önlemler almakla yükümlüdür. Kimyasal, mekanik, elektrik ya da yangın ile ilgili tehlike barındırabilecek ürünlere karşı düzenlenen Kanun, ABD'ye ihracatımız açısından önem arz etmektedir.

Kanun kapsamında ABD'ye ihracat yapan girişimcilerimizin başvuracağı ve CPSC tarafından yetkilendirilmiş ülkemizde yerleşik laboratuvarın listesine <http://www.cpsc.gov/cgi-bin/labapplist.aspx> adresli web-sitesinden ulaşılabilir.

ABD, dünyadaki en büyük tekstil ve hazır giyim tüketici kitlesini oluşturmaktadır. Amerikalı tüketicilerin giyim eşyası, ev tekstili ve halı satın alma isteği ve merakı, gelişmekte olan ülkelerden dış göç nedeniyle daha da hızlı artmaktadır.

Ambalaj, Paketleme ve Etiketleme

İşaretleme ve Menşe Ülke

ABD Gümrük Kanunları, dışarıda üretilerek ithal edilen her malın görülebilir bir yerinde İngilizce, okunur ve kalıcı olarak geldiği ülkenin adının yazılmasını öngörmektedir. Kalıcı olma süresi, malın en son kullanıcısına ulaşmasına kadar geçen süredir. Bazı durumlarda her bir malın değil de her bir konteynerin markalanması mümkün bulunmaktadır.

Ayrıca, son kullanıcısının bizzat ithalatçı olduğu malların, markalanması fiziki olarak mümkün olmayan malların, zarar verilmeden markalanması mümkün olmayan malların, 20 yıldan yaşlı malların ve konteynerin markalanmasının, makul bir şekilde ürünün hangi ülkede üretildiğini göstermeye yettiği malların markalanması gerekmemektedir. ABD mülkiyetinde olan mallar, vergiden muaf olan Amerikan balıkçılık ürünleri, ABD'den ihraç edilip geri dönen mallar ve 5 doların altı değerinde olup, gümrük girişi yapmayan malların konteynerlerinde de markalama yapılması zorunlu değildir.

Gümrük İdaresine gelen mallar, gerektiği şekilde markalanmamışsa gümrük değerinin % 10'u oranında cezaya tabidir. Söz konusu malların gümrük idaresi gözetimi altında işaretleme, imha edilmesi veya ihraç edilmesi halleri cezai durumu ortadan kaldırmaktadır.

Şişeler, kavanozlar ve benzeri saklama kaplarında olduğu gibi ABD'de başka bir ürünle birleştirilmek üzere ithal edilen malların üzerinde, sadece kabın orijininin ülkesi açıkça yer almak zorundadır. Örneğin 'Bottle Made in Turkey'.

İthal edilen mallar ABD'de yeniden paketlenenlerse ithalatçı malları gümrükten çıktikten sonra etiketlerine zarar vermeyeceğini taahhüt etmeli ya da yeniden paketlemek üzere satıyorsa markalama kurallarını paketleyenlere bildirmelidir.

Özel Menşe Ülke İşaretleme Gereklileri: Bazı ürünler özel menşe ülke markalama düzenlemelerine tabidir. Demir ve çelik borular, rögar kapağı, ızgara ve halkalar, preslenmiş gaz silindirleri, asit veya elektrolitik, soğuk damga, oyma, eriterek yazma yöntemlerinden biriyle markalandırılırlar:

Bıçaklar, cerrahi ekipman, laboratuvar malzemeleri, basınçlı kaplar ve bu nevi malzeme, kol saatleri, duvar saatleri, optoelektronik sunum aygıtları özel etiketleme yöntemlerine tabidir.

Yanlış Bilgilendirme: 1946 tarihli Trade-Mark Kanunu'nun 42 numaralı bölümü, ithal edilen hiç bir ürünün üretildiği ülkeden başka bir ülkede veya ABD'de üretildiğine dair yanlış markalandırılmayacağını hükme bağlamıştır. Aynı Kanununun 43. bölümünde de, menşe ülke isminin bir bölümünün bilerek kapatılması, çıkartılması, değiştirilmesi gibi hususların hapis cezası gerektiren suç olarak değerlendirileceği hükmü bulunmaktadır.

ABD'ye gıda ithalatında etiketleme konusunda uyulması gereken hususlarla ilgili olarak ABD Gıda ve İlaç İdaresi'nin (FDA) <http://www.cfsan.fda.gov/label.html> sayfasından bilgi almak mümkündür.

Paket ve Ambalajlama

Doğru faturalandırma ve uygun paketleme, paralel giden iki uygulamadır. Malların sistematik olarak faturalandırılması, her pakete marka ve numara konulması, bu numara ve markaların ilgili faturalarda gösterilmesi ithalatçıların gümrükteki işlemlerini kolaylaştırmaktadır.

Eğer her bir paket sadece tek çeşit malla doluyorsa gümrükte kontrol edilmesi daha kolay olacaktır. ABD gümrüklerinde paketler narkotik olup olmadığını tespit etmek için de kontrol edilmekte, şüphelenilen paketler tam veya yarım olarak açılmakta ve bu da mallara zarar verebilmektedir.

Bu çerçevede tetkiki kolaylaştırıcı bir paketleme yöntemi olarak paletli kargo sistemi önerilmektedir. Bu yöntemde mallar paletlere yüklenilmekte, tetkik sırasında forklifte yüklenerek kısa zamanda işlem den geçirilmektedir. Başka bir yöntem paketin üzerinde narkotik köpeğine geçiş için yeterli boşluğun bırakılmasıdır.

Birçok malın birlikte paketlenmesi halinde gümrük gözetimi altında mallar ayrılmakta veya paket en yüksek gümrük vergili ürünle doluymuş gibi değerlendirilmektedir.

ABD'ye gıda ithalatında Paketleme konusunda ABD Gıda ve İlaç İdaresi'nin (FDA) <http://www.fda.gov/Food/FoodIngredientsPackaging/default.htm> sayfasından bilgi almak mümkündür.

Kamu İhaleleri

Federal düzeyde bütün resmi kurumların 25 000 Dolar'ın üzerindeki ihaleleri ile ilgili bilgiler, <http://www.fedbizopps.gov/> adresli web sitesinden takip edilmektedir. ABD Ulaştırma Bakanlığı'nın ihalelerini ise <http://www.osdbu.dot.gov/Procurement/> adresli web sitesinden takip etmek mümkündür.

Diğer taraftan ücretli üye olarak kamu ihaleleri ile ilgili bilgi alınabilen <http://www.governmentbids.com> ve <http://www.biddataline.com> gibi web sitelerinden de faydalanmak mümkündür.

Şikago Ticaret Ataşeliği tarafından önerilen diğer faydalı kaynaklar ise aşağıda sıralanmaktadır.

- <http://www.usaid.gov/iraq/> Irak'ın yeniden yapılandırılması ile ilgili ihaleler,
- <http://www.biddataline.com/> Resmi ihaleleri arama sitesi (ücretli üyelik gerekiyor),
- <https://www.fpds.gov/> Kamu Alımları Veri Sistemi,
- <http://www.nist.gov/admin/od/contract/fedlink.htm> Kamu alımları ile ilgili web adresleri,
- <http://www.bid-search.com//> Kamu ihalelerini arama sitesi,
- <http://www.builderdirectory.com/> Müteahhitlik sektörü ile ilgili bilgiler, rehberler,
- <http://www.gsa.gov/Portal/gsa/ep/home.do?tabId=0> Genel Hizmetler İdaresi,
- <http://www.agc.org/> Amerika Genel Müteahhitler Birliğinin sitesi.
- <http://www.buyusa.gov/home/> - U.S. Commercial Service

Diğer taraftan, BM tarafından dünyanın sorunlu bölgelerinde bulunan askeri güçler ve ofisler için çeşitli dönemlerde mal ve hizmet alımları yapılmakta olup söz konusu alımlar için çıkılan ihalelerin listesine <http://www.un.org/Depts/ptd/eoi.htm> internet adresinden ulaşılabilir. Bu ihalelere başvurmak isteyen firmaların, <http://www.ungm.org> internet adresinden ücretsiz olarak BM nezdinde kayıt yaptırılmaları gerekmektedir. Kayıt işlemi hakkında detaylı bilgiye <http://www.un.org/Depts/ptd> adresinden ulaşılabilir.

İşadamlarının Pazarda Dikkat Etmesi Gereken Hususlar

Ticari Etkileyen Kültürel Faktörler

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 içerisindeyler.

Amerikalılar karmaşık görüşmeleri safhalara bölerek yürütürler. Konuları ayırırlar ve belli bir zaman dilimi içerisinde tek bir konuyu işlerler. Amerikalılar tarihi belirtirken ilk olarak ay, gün ve en sonunda

da yılı belirtirler. (Örneğin? December 5, 2001 ya da 12/5/01). Bu konu iş ilişkilerinde yanlış anlaşılmalara neden olabilmektedir. Bu yüzden teyit alınmasında ve dikkat edilmesinde fayda vardır. Amerikalılar'ın büyük bir çoğunluğu Hıristiyan olup Pazar günleri standart ibadet günleridir.

ABD'de 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.

İsim sıralaması ilk önce adı, orta adı ve soyadı şeklinde verilmektedir. Tanışılan kişiye ilk önce unvanı, daha sonra da soyadı ile hitap etmekte fayda vardır. Amerikalılarla yeni tanışıldığında hemen ilk isimleri ile çağrılmaları konusunda ısrarda bulunmaları Amerikan iş kültürünün bir parçasıdır. "Dr.", "Ms.", "Miss", "Mrs.", veya "Mr." gibi unvanları soyadını daha sonra söyleyerek kullanmak mümkündür.

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.

Mini Konuşma Rehberi

Merhaba - Hello/Hi
Hoşgeldiniz - Welcome
Hoşçakal, güle güle - Goodbye
Günaydın - Good morning
İyi akşamlar - Good evening
İyi geceler - Good night
Nasılsınız? - How are you?
İyiyim, teşekkür ederim - I am fine, thank you
Lütfen - Please
Teşekkür ederim - Thank you/Thanks
Evet / Hayır - Yes / No
Ne kadar? - How much?
... Nerede? - Where is ...?
İstiyorum - I want/I would like
Yardım edin - Help me
Dikkat - Attention
Havaalanı - Airport
Liman - Port
Şehir Merkezi/Merkez - Town Center/Downtown/City Center
Hastane - Hospital

Sayılar

1: One
2: Two
3: Three
4: Four
5: Five
6: Six
7: Seven
8: Eight
9: Nine
10: Ten
11: Eleven
25: Twenty-five
30: Thirty
40: Forty
50: Fifty
60: Sixty
70: Seventy
80: Eighty
90: Ninety
100: One hundred
101: One hundred and one
200: Two hundred
300: Three hundred
1000: One thousand
2000: Two thousand

Zaman

Ne zaman? - When?
Yarın - Tomorrow
Bugün - Today
Dün - Yesterday
Şabah - Morning
Öğleden sonra - Afternoon
Akşam, gece - Evening, night
Bir saat - One hour
Saat kaç? - What is the time?

Saat kaçta? - At what time?

Günler

Pazar - Sunday
Pazartesi - Monday
Salı - Tuesday
Çarşamba - Wednesday
Perşembe - Thursday
Cuma - Friday
Cumartesi - Saturday

Pasaport ve Vize İşlemleri

Türk işadamlarımızın ABD'ye seyahatlerinde Göçmenlik Dışı Vize almaları gerekmektedir. Göçmen Olmayan Vize Bölümü Amerika Birleşik Devletlerine geçici olarak iş veya turistik amaçlı seyahat eden kişilerin başvurularını değerlendirir. Başvurular sadece randevu yoluyla kabul edilir. 1 Şubat 2010 itibariyle, Ankara Büyükelçiliğinden ve İstanbul Başkonsolosluğundan yapılacak bütün göçmen olmayan vize başvurularının, elektronik vize başvuru formu olan DS-160'ı internet üzerinden göndermeleri yoluyla yapılması gerekmektedir.

1 Şubat 2010 tarihi için göçmen olmayan vize başvuru randevusu almış başvuru sahiplerinin, 28 Ocak 2010 tarihi itibariyle DS-160 elektronik formunu internet üzerinden göndermiş olmaları gerekmektedir. Yeni DS-160 formu, şu anda göçmen olmayan vize başvurusunda kullanılan DS-156, 157 ve 158 no'lu başvuru formları yerine doldurulacaktır. DS-160 ile ilgili detaylı bilgi için http://travel.state.gov/visa/frvi/forms/forms_4401.htm linki kullanılabilir.

Vize görüşmesi için; öncelikle her hangi bir İş Bankası şubesine 16 Dolar yatırılarak ABD Vize Bilgi Pin Numarası alınması ve bu Pin numarasıyla Pazartesi-Cuma günleri 8:30-18:00 saatleri arasında Vize Danışma Servisi'nin aranması, daha sonra da her hangi bir Fortis şubesinden Göçmenlik Dışı Vize için 131 Dolar mülakat ücreti yatırılması gerekmektedir. Görüşmede, Biometric Data ekibi parmak taraması yapmakta, kimlik, ad, soyad vb. bilgileri parmak izi alınarak kaydedilmektedir. Ayrıca, yolculuk ve başvuru amacı hakkında sorular sorulmaktadır.

Başvuru sırasında başvuru formunun yanı sıra şirket antetli kağıdına kaşeli ve imzalı olarak ABD Konsolosluğu vize bölümüne hitaben yazılan vize talep dilekçesi, vergi levhasının fotokopisi, ticaret sicili gazetesi fotokopisi, faaliyet belgesi fotokopisi, imza sirküleri fotokopisi, hesap cüzdanı fotokopisi, gayrimenkul tapu fotokopisi, kredi kartları fotokopisi, otel ve uçak rezervasyonları, ABD'den gelen davetiye yazısı, 2 fotoğraf, en az altı ay geçerli pasaport ve eski pasaportlar ile seyahat sağlık sigortası talep edilmektedir.

Resmi Tatiller ve Çalışma Saatleri

ABD'de normal çalışma günleri Pazartesi-Cuma arasındır. Mesai saatleri genelde sabah 08.00-17.00 veya 09.00-18.00 arasındır.

Yeni Yıl : 1 Ocak
Noel : 25 Aralık
Şükran Günü : Kasım ayının dördüncü Perşembe günü
Ulusal Bağımsızlık Günü : 4 Temmuz
Martin Luther King Günü : Haziranın üçüncü Pazartesi günü
Başkan'ın Günü : G. Washington, A. Lincoln'un doğum günleri anısına her yıl şubat ayının üçüncü Pazartesi günü
Memorial day (Anma Günü) : Mayısın son Pazartesi günü
İşçi Bayramı : Eylülün birinci Pazartesi günü
Colombus Günü : Ekim ayının ikinci Pazartesi günü
Veterans (Armistice) Günü : 11 Kasım

Yerel Saat

Atlas Okyanusu kıyısı Türkiye'den 7 saat, Büyük Okyanus kıyısı ise 10 saat geridir.

İklim

Çok geniş bir coğrafyaya yayılan ABD'nin farklı bölgelerinde farklı iklim özellikleri görülmektedir. Genelde ılıman olan iklim, güneye doğru tropikal özelliklerle göstermektedir. Hawaii ve Florida'da tropik, Alaska'da kutup iklimi gözlenirken Mississippi Nehri'nin batısındaki büyük düzlüklerde yarı bozkır iklimi hakimdir. Ovak ve Şubat aylarında Rocky Dağları'nın doğu eteklerinden esen ılık rüzgarlar zaman zaman kuzeybatıda hakim olan soğuk kışların etkisini azaltmaktadır. Federal Başkent Vaşington'da en sıcak ay Temmuz (21-31°C), en soğuk ay Ocak (-3-6°C), yağmur yağışının en bol olduğu ay Ağustos, en kurak ay Şubat ayıdır.

Genel Değerlendirme ve Öngörüler

Uzun yıllar savunma işbirliğine yönelik olarak süregelen Türk - ABD ilişkileri, 90'lı yılların başında, "zenginleştirilmiş ortaklık" (enhanced partnership) kavramı çerçevesinde ele alınmaya başlanmış ve son yıllarda "stratejik ortaklık" olarak geliştirilmiştir.

ABD yönetiminin Türkiye'ye bakış açısı SSCB'nin dağılmasını takiben değişmeye ve ilişkilerde ekonomik boyut ön plana çıkmaya başlamış ve 1995 yılında ABD yönetimi Türkiye'yi gelişen 10 büyük pazar arasında ilan etmiştir. ABD yönetiminin bu kararı Amerikan özel sektörünü Türkiye'ye yöneltmede önemli bir teşvik unsuru olmuştur.

ABD'de 2007 yılında başlayan kriz, 1929 büyük buhranından bu yana görülen en ağır ve en derin kriz niteliğindedir. 2010 yılında ABD ekonomisi krizden çıkış işaretleri verse de özellikle ihracatımızın ABD'de yaşanan krizden etkilendiği göz önünde bulundurularak ticari ve ekonomik ilişkilerin daha da artırılması için Türkiye ile ABD arasındaki diyalogun artırılarak geliştirilmesi ve sürdürülmesi büyük önem arz etmektedir.

ABD Dışişleri Bakanı Hillary Clinton'ın 7 Mart 2009 tarihinde gerçekleştirdiği ziyaret, ABD Başkanı Obama'nın Nisan ayında ülkemize yaptığı ziyaretler iki ülke arasında ekonomik ve ticari ilişkilerin daha da geliştirilmesi açısından büyük önem arz etmektedir.

Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın 7-9 Aralık 2009'da gerçekleşen son ziyaretinde Türk tarafının ekonomik ilişkilere ağırlık verilmesi talebini haklı bulan ABD Başkanı Barack Obama'nın önerisiyle iki ülke arasında kurulan yeni "Ekonomik ve Ticari Stratejik Çerçeve Mekanizması" son derece önemli olup, iki ülke ticari ilişkileri açısından yeni bir dönemin başladığının ilk işaretidir. Çerçeve mekanizması kapsamında Washington, Ankara ve İstanbul'da düzenli toplantılar yapılmaktadır.

Türkiye-ABD arasında ticari ilişkilerin geliştirilmesinde kamu otoritelerinin yanı sıra özel sektör de önemli işlevler üstlenmektedir. Türk-Amerikan İş Konseyi kurulduğu 1985 yılından bu yana önemli etkinlikler gerçekleştirmektedir.

Türkiye-ABD ilişkileri bakımından ABD tarafınca belirlenen bazı ürünlerde, ABD'ye gümrüksüz ihracat imkanı sağlayan Genelleştirilmiş Tercihler Sisteminden (GTS), ülkemizin faydalanmaya devam etmesi ve faydalanma oranının artırılması, Türk ürünlerinin ABD pazarına girişinde önemi bir konudur.

Ayrıca ABD'ye gıda ürünleri ihracatımızın geliştirilip çeşitlendirilebilmesi bakımından ABD Gıda ve İlaç İdaresi'nin (FDA) uygulamaları ve gıda ürünlerindeki kayıt sistemi konusunda ihracatçılarımızın bilgilendirilmesinin önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

İki ülke arasındaki ticaretin gelişmesini engelleyen hususlardan biri, Türkiye'de küçük kabotaj ve ABD'de ise Jones Act'tan dolayı, Türk ve ABD bayraklı gemilerin karşı ülkenin limanları arasında kendilerine ait konteyner gibi boş ekipmanları taşıma hakkı bulunmamasıdır. Türkiye ile ABD arasında özel bir anlaşma yapılması hususunda gelişmeler takip edilerek ülkemiz için en uygun koşullarla anlaşma yapılması nakliyede yaşanan sorunların çözümü için önemlidir.

Türk menşeli bazı ürünlerde ABD tarafından uygulanan anti dumping ve telafi edici vergiler de ihracatımız açısından önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

ABD'nin 2001 yılından sonra artan güvenlik tedbirleri kapsamında vize işlemleri zorlaştırılmış ve verilen vize sayılarında önemli bir düşüş olmuştur. Türk işadamları da bu durumdan etkilenmektedir. Fuarlara katılmak veya yeni iş bağlantıları yapmak amacıyla ABD'ye gitmek isteyen bazı işadamlarımız vize alamadıkları için katılım ücretlerini ödedikleri, hatta mallarını gönderdikleri fuarlara katılamamakta ya da iş görüşmelerini yapamamaktadırlar.

Ülkemizin mevcut ihracat potansiyelinin çeşitliliği göz önünde bulundurulduğunda, söz konusu çeşitliliğin iki ülke ticaretine yeterli ölçüde yansımadağı görülmektedir. Bu çerçevede gerek kamu gerekse özel sektör bazında oluşturulan muhtelif danışma mekanizmalarının (Ticaret ve Yatırım Konseyi, Ortak Ekonomik Komisyon, İş Geliştirme Konseyi, Ekonomik ve Ticari Stratejik Çerçeve Mekanizması) öneminin büyük olduğuna inanılmaktadır.

Diğer taraftan Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından 2011 yılında ABD'de San Francisco, Houston ve Miami'ye temsilcilik açılması da iki ülke arasındaki ticari ilişkilere ivme kazandıracaktır.

ABD'ye yönelik ihracat stratejisinde dikkate alınması gereken önemli bir husus kalitedir. Düşük fiyatlı ürünlerde Çin, Hindistan gibi ülkeler karşısında ülkemizin rekabeti giderek zorlaşmaktadır. Bu nedenle, daha yüksek fiyatlı ancak kaliteli ürünlerle ABD pazarında Türk ürünlerinin rekabet şansı daha fazla olacaktır.

Bununla beraber, ABD pazarında bir ürünün tanınması için çok yoğun reklam ve tanıtım yapılması ve ürünün iyi pazarlanması gerekmektedir. Ülkemizin rekabetçi olduğu ürünlerde hem endüstriyel kullanıcıya hem de nihai tüketiciye yönelik promosyonlar yapılmalıdır. Bu aşamada, profesyonel PR şirketlerinden destek alınması da yararlı olacaktır.

ABD'ye yönelik ihracatı buradaki araçlara mal satmak suretiyle gerçekleştirmek yerine, Türk şirketlerinin ABD'de şirket kurarak, ofis, mağaza, showroom açmaları ve bizzat pazarın içinde yer alarak, pazarda yer edinmeye çalışmaları uzun vadede çok daha iyi sonuçlar verecektir. Bu kapsamda, son yıllarda giderek artan sayıda Türk firması tarafından yararlanılan desteklerin etkili olduğu ve bu destekleri daha da etkin şekilde kullanmaya yönelik projeler geliştirilmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir.

ABD’de fuar anlayışının Avrupa ülkelerinden farklı olması, fuarın bütün katılımcıların yerinde görülmesinden ziyade önceden belirlenen müşterilerin standının ziyareti şeklinde olması nedeniyle ABD’de giderek talebi ve etkinliği azalan fuarlara öncelik verilmesine gerek bulunmadığı düşünülmektedir. Bunun yerine, ABD’ye yönelik stratejide, belirlenecek sektörlerde küçük ve etkin ticaret heyetleri oluşturularak buradaki alıcılarla biraraya getirilmelerinin sağlanmasına ağırlık verilmesi daha faydalı olacaktır.

İş adamlarımızın ABD’de iş yapabilmek için öncelikle firma ve pazar araştırması yapmaları, ABD’li firma/firmalar ile yazışmalarında; referans vermeye, firmalarının özgeçmişi, varsa temsilcileri hakkında bilgi, sundukları hizmet/ürün ve neden iyi bir iş ortağı veya temsilci olabileceklerine ilişkin gerekçeleri içeren teklifi anlaşılır ve kısa cümlelerle İngilizce olarak yazmalıdırlar.

Merkezimiz, asal faaliyetleri çerçevesinde ihracatçılarımızdan gelen sorular yanıtlamakta (gümrük vergileri, prosedürler, GTS’den nasıl faydalanılabileceği, ithalatçı adresleri, iş kurma v.b.), hazırlanan raporlar ile ihracatçılarımız bilgilendirilmektedir. Dış Ticaret Müsteşarlığımızca yürütülen “ABD Pazara Giriş Projesi” çerçevesinde öncelikli belirlenen eyaletlerde düzenlenen faaliyetlere; seminer, fuar gibi etkinliklere katılımın son derece faydalı olacağı düşünülmektedir.

Tarım ve Gıda Ürünleri İhraç Potansiyelimiz

Ekonomik krize karşın ABD’de yüksek kaliteli olduğu düşünülen markalara yönelik talep azalmamıştır. 2008 yılında AC Nielsen tarafından gerçekleştirilen bir araştırmaya göre tüketicilerin sadece % 11’i daha düşük veya özel markalı ürünler satın almaya başlamıştır. Tüketicilerin büyük bir bölümü tüketim alışkanlıklarını önemli ölçüde değiştirmezken, bunda marka ve perakende birimlerinin gerçekleştirmiş oldukları kampanyaların da etkili olduğu düşünülmektedir.

Hareketli ve yoğun yaşam biçimi nedeniyle ABD’li tüketiciler yemeklerini genellikle ayakta geçiştirmeye başlamışlardır. Örneğin kahvaltı yerine birçok tüketici araba ile giderken yolda kahve ve çörek satın almaktadır. Özellikle tek yaşayan tüketiciler yemek hazırlamakla çok vakit kaybetmeyi istememekte, atıştırmalık ürünleri yemek olarak tüketmektedir. Aynı eğilim çocuksuz iki kişilik ailelerde de görülmekte olup, yoğun iş hayatı nedeniyle bireyler öğünlerini farklı zamanlarda tüketebilmektedirler. Hane içinde bir arada yaşayan tüketiciler birlikte yemek yeseler bile, hazır yemekler, pizza ve işlenmiş ürünler ağırlıklı olarak tercih edilmektedir.

Tercih edilen bu ürünlerin ambalajları, ürünün ısıtılmasından etkilenmeyip, bir tabak görevi görmekte ve yemek tüketildiğinde çöpe atıldığından, bulaşığa neden olmaması nedeniyle da tüketiciler tarafından tercih edilmektedir. ABD’de mikrodalgayla ısıtılarak tüketilen ürünlerin pazar büyüklüğünün yaklaşık 2,2 milyar \$ olduğu tahmin edilmektedir. Özellikle raf ömrü uzun ürünler tüketiciler tarafından tercih edilmekte olup, üretici firmalar ürünlere ait kalori/ yağ/ besin değeri konusunda ayrıntılı bilgilerin ürün ambalajında yer almasına özen göstermektedir. Ote yandan tüketicilerin daha doğal ürünlere yönelik artan talebi nedeniyle dondurulmuş hazır yemeklere yönelik talebin önümüzdeki dönemde artabileceği düşünülmektedir. Hazır yemek olarak etnik yemekler de üretilmeye başlanmış olup, İtalyan, Meksika ve Çin yemekleri ağırlıklı olarak tercih edilmektedir. Ayrıca ABD toplumunda Hispanik ve Asya kökenli tüketicilerin toplam nüfus içindeki payının artmasıyla, etnik hazır yemek pazarının daha da gelişeceği düşünülmektedir.

Dağıtım ve Perakende Sektörü:

Perakende mağazaları müşteri sayısını artırmak amacıyla, son yıllarda fiyat yerine kalite ve ürün çeşitliliğine vurgu yapmaya başlamıştır.

Süpermarketler, tüketicilerin daha sağlıklı beslenmeye yönelik taleplerini yerine getirebilmek için çeşitli faaliyetler geliştirmeye başlamışlardır. Tüketicilerin daha kolay hazırlanan ürünleri tercih etmeye başlamasıyla, perakende mağazalarında hazırlanan veya satışa sunulan taze yemekler de önem kazanmaya başlamıştır.

Bazı süpermarketler müşterilerine hazırlanan yemekler konusunda ayrıntılı bilgi vermesi için profesyonel aşçı istihdam ederken, bazıları mağaza içinde cafe, fırın, pizzacı vb. alt birimler açmaya başlamışlardır. Bazı mağazalar, ürün çeşitliliğini vurgulamak amacıyla ithal edilmiş ürünleri özel bölümlerde satışa sunmaktadır.

2008 yılında kendini göstermeye başlayan ekonomik durgunluk sonucu Amerikan tüketicileri göreceli olarak daha az evlerinin dışarıda yemek yemeye başlamışlardır. 2007 yılında aileler ortalama olarak haftada 1,3 defa restorana giderken bu oran 2008 yılında 1,2 olmuştur. Ancak tüketiciler, alışık oldukları damak tadını devam ettirmeyi istemekte ve restoranlarda tükettikleri ürünleri süpermarketlerden satın almayı arzu etmektedir. Bu nedenle sadece ısıtılarak tüketime hazır hale gelen yemekler perakende satışlarda önemli olmaya başlamıştır. Ayrıca satışa sunulan bu ürünlerin restoranlarda tüketilen ürünlere oranla daha hesaplı olması, bu ürünlerin popülerliğini arttırmıştır. Ortalama olarak bir restoran yemeği yaklaşık 12 \$ iken, tüketilmeye hazır yemek ürünlerinin fiyatı ortalama olarak 5 \$ civarında seyretmektedir.

Ülkemiz tarım ve gıda ürünlerinin pazara yönelik ihracat potansiyeli değerlendirildiğinde bu ürünlerin ABD’ye iki farklı konumlandırma ile bu pazara girmelerinin mümkün olabileceği düşünülmektedir:

1.Etnik Pazar:

Göç yolu ile tüketici profilinde önemli bir değişim geçiren ABD’de, gelecekte “Etnik Tüketici” olarak tanımlanan tüketici kesiminin pazarı daha fazla yönlendireceği düşünülmektedir. Yapılan son araştırmalara göre ABD’de yaşayan tüketicilerin yaklaşık %31’i etnik olup, Hispanik, Afrika-Amerikalı

ve Asya Amerikalılar söz konusu grupta büyük kesimden teşkil edilmektedir.

Etnik tüketici tercihleri ABD'nin yeni yeni ortaya çıkmaya başlayan sağlıklı ürün tüketme eğilimi ile birleşince, etnik olarak sınıflandırılmayan tüketicilerin de bu ürünlere ilgi gösterdiği görülmüştür. Yine tüketicilerin artan uluslararası iş seyahatleri ve tatilleri de bu talep artışına neden olmuştur. Bugünkü durum itibarıyla, perakende etnik gıda pazarının toplam perakende gıda pazarının yaklaşık %12'sini teşkil ettiği düşünülmektedir. 2020 yılında etnik nüfusun ABD'de 123,1 milyon kişi olacağı öngörülmekte olup, bunun da toplam nüfusun yaklaşık üçte birine tekabül edeceği düşünülmektedir. Bu artışın en önemli faktörünün Hispanik kökenli tüketicilerden kaynaklanacağı tahmin edilmektedir. 2015 yılı itibarıyla 112,5 milyar \$'a ulaşması beklenen ABD etnik gıda pazarında, gıda hizmet sektörü söz konusu satışların önemli bir bölümünü (yaklaşık %65'i) gerçekleştirmektedir. Restoranlarda tüketiciye sunulan yeni menü ve seçenekler ve yabancı yemeklerin Amerikan mutfağı ve damak tadına göre hazırlanması bu sektörün büyümesine önemli bir katkı sağlamıştır.

ABD'de halen Türk kökenli nüfus resmi kayıtlara göre 117,6 bin kişi olup, söz konusu kesim düzenli olarak ülkemiz ürünlerini tüketmektedir. Yine ülkede bulunan Ortadoğu/ Kuzey Afrika/ Balkan/ Orta Asya kökenli kişiler de ülkemiz ürünleri için önemli bir potansiyel tüketim kitlesi teşkil etmektedir.

Ayrıca ülkede Türk restoranlarının daha fazla açılmasıyla ülkemiz mutfağının daha iyi tanınacağı ve ürünlerimize yönelik talebin artacağı öngörülmektedir.

Etnik gruplar arasında gelir dağılımında farklılıklar bulunmakta olup, 2008 yılına göre ABD'de tüm hane halkı ortalama geliri 52.175 \$ olarak gerçekleşmiştir.

2.Özel Gıda Ürünleri Pazarı

"Özel Gıda Ürünleri" (Specialty Foods) yüksek kaliteye sahip ve sınırlı bir dağıtımı bulunan ürünler olarak tanımlanmıştır. Bu ürünlerin popülaritesi yıldan yıla artmaya devam etmekte olup, artan talep karşısında gittikçe daha fazla firma bu ürünlerin tedarik aşamasında rol almaya başlamıştır. ABD pazarında 180000 civarında bu tanımlama içerisinde yer alan ürün olduğu tahmin edilmekte olup, bu ürünler butiklerden zincir mağazalara, doğal ürün marketlerinden süpermarketlere kadar farklı şekillerde tüketicilere ulaştırılmaktadır.

Bu pazarın yıldan yıla büyümesinin en önemli nedeni olarak globalleşme, yüksek kaliteli ürünlere yönelik ilgi ve alım gücündeki artış olarak gösterilmekte olup, tüketiciler artan yurtdışı seyahat, dergi ve magazin, televizyonlarda gösterilen yemek ve seyahat programları bu talebin artışına katkıda bulunmuşlardır.

Özel gıda ürünleri tek ürünlerden (örn. zeytinyağı) oluşabileceği gibi, hazır yemeklerden ve kraker, bisküvi gibi işlenmiş ürünlerden de oluşmaktadır.

Mintel tarafından gerçekleştirilen sınıflandırmaya göre özel gıda ürünleri 40 bölüme ayrılmıştır. Söz konusu veriler süpermarket satışlarından elde edilen satışlardan derlenmekte olduğundan, gerçek satış miktarının daha yüksek olduğu tahmin edilmektedir.

Çeşniler en çok artış gösteren ürün kategorisinde yer alırken, peynir ve peynir yerine geçen ürünler, kahve ve kakao ürünleri ve krakerler son dönemde pazarı en çok büyüyen ürünler olarak dikkat çekmiştir.

Özel gıdalar grubu ile aynı kategoride yer alan tüm gıdaların perakende satışları karşılaştırıldığında aynı yıllarda özel gıdalar grubundaki artışın çok daha yüksek olduğu görülmektedir. Bazı sektörlerde özel gıdaların payı daha yüksek iken, bazı sektörlerde özel gıdaların payının düşük olduğu görülmektedir.

Sektör	GTİP	Potansiyel Ürün	Ülkenin Toplam İthalatı 2010 (milyon dolar)	Türkiye'nin Ülkeye İhracatı 2010 (milyon dolar)	Türkiye'nin Toplam İhracatı 2010 (milyon dolar)	Dünya İthalatında Ülkenin Payı 2009	Türkiye'nin Ülkeye İhracatındaki Değişim 2009-2010 (%)	Ülkenin Toplam İthalatındaki Değişim 2008-2009 (%)	Türkiye'nin Ülkeye İhracatı 2010 Aylık Veriler*	Türkiye'nin Ülkeye İhracatı 2011 Aylık Veriler*	Ülke İthalatında İlk 5 Ülke ve Pazar Payları (%)	Ülkenin Türkiye'ye ve Rakip Ülkelere Uyguladığı Gümrük Oranları
Sert Kabuklu Meyveler	080250	Antep Fıstığı	2008: 3,6 2009: 2,0	0,2	23,1	0,2	-24	2008: -22 2009: -44	0,2	0,1	İran (%55,8) Türkiye (%34,9) İsviçre (%2,7) Kanada (%2) İtalya (%2)	Kabuksuz Antep fıstığı (GTİP No: 20081930) GTS kapsamında Fas, Ürdün, Singapur, Şili, Avustralya, Bahreyn, CAFTA üyeleri, Umman, İsrail ve NAFTA üyeleri için 0, diğer DTÖ üyesi ülkeler 1.3 cent/kg, diğer ülkeler 11 cent/kg, Kabuklu antep fıstığı ülkemiz ve DTÖ üyesi ülkeler için 0,9 cent/ kg, Fas, Ürdün, Singapur, Şili, Avustralya, Bahreyn, CAFTA üyeleri, Umman, İsrail ve NAFTA üyeleri için 0, diğer ülkeler için 5.5 cent/ kg
Bulgur	190430	Bulgur	2008: 1,2 2009: 1,0	0,7	63,2	1,1	-12	2008: 120 2009: -19	0,5	0,6	Türkiye (%60,5) Kanada (%27,4) Lübnan (%7,4) Fransa (%1,5) Brezilya (%1,4)	Ülkemiz (GTS), CBI, Fas, Ürdün, Singapur, Şili, Avustralya, Bahreyn, CAFTA üyeleri, Peru, Umman, İsrail ve NAFTA üyeleri için 0, DTÖ üyeleri için %14, diğer ülkeler için %35
		Sekerli ve	2008:								Kanada (%38,1) Meksika (%26,8)	Kanada ve Meksika %0, Çin ve AB ülkeleri; ürüne göre değişiyor %

Şekerli ve Çikolatalı Mamuller	1704-1806	Şekerli ve çikolatalı mamuller	2.771,3 2009: 2.640,7	23,9	585,1	10,4	33	2008: 4 2009: -5	19,0	15,3	Çin (%5,2) Almanya (%4,2) Belçika (%3,3)	3,5-12,5. Türkiye ürüne göre değişiyor. Çoğunluk GTS kapsamında %0, dışındakiler % 3,5-12,5
Meyve Suyu	2009	Meyve suyu	2008: 2.123,5 2009: 1.561,7	8,0	105,5	13,6	-10	2008: 15 2009: -27	5,5	5,5	Çin (%25,6) Brezilya (%22,1) Meksika (%11,4) Arjantin (%9,8) Şili (%5,8)	Çin 0,2- 7,9 cent/lt, Meksika 0, Şili' ye meyve suyu türüne göre gümrüksüz ve 0,2- 3,9 cent/lt arasında özel oran uygulanmaktadır. Brezilya, Arjantin ve Türkiye'ye GTS kapsamında belirli ürünlerde sıfır gümrük uygulanmaktadır.
Zeytinyağı	1509	Zeytinyağı	2008: 1.042,7 2009: 918,1	23,9	96,2	17,2	119	2008: 7 2009: -12	14,6	11,4	İtalya (%58,9) İspanya (%18,5) Tunus (%11,1) Arjantin (%3,1) Türkiye (%2,5)	Arjantin Tunus, Türkiye: 0 İtalya, İspanya, Yunanistan: 18 kg altında ambalajda: 5 cent/kg diğer: 3,4 cent/kg
Endüstriyel Bitkiler	2401	Tütün	2008: 844,3 2009: 923,8	169,7	491,1	8,3	98	2008: 1 2009: 9	115,2	47,8	Brezilya (%34,5) Türkiye (%21,2) Malavi (%4,9) Kanada (%4,1) Endonezya (%3,7)	Türkiye %28,5 AB ülkeleri %31,4 Eski Yugoslavya Cum.leri %28,5 (GTS'ye dahil değil)
Bisküvi	190531	Bisküvi	2008: 774,3 2009: 767,7	2,7	138,9	13,2	48	2008: 17 2009: -1	1,9	1,7	Kanada (%39,8) Meksika (%26,3) Almanya (%5,8) İngiltere (%4,9)	Türkiye ve diğer DTÖ üye ülkeleri (%0), diğer ülkeler (% 30)

											Danimarka (%4,9)	
Baharat	121190	Baharat	2008: 257,8 2009: 237,7	0,5	12,6	14,6	5	2008: 18 2009: -8	0,4	0,3	Hindistan (%23.8) Çin (%20.4) Meksika (%11) Almanya (%4.8) Mısır (%4,6)	Tüm ülkeler için 0
Kurutulmuş Sebzeler	07129030	Kurutulmuş domates (toz hariç)	2008: 26,6 2009: 21,4	18,4	55,8	13,6	-21	2008: 10 2009: -20	13,1	12,3	Türkiye (%79,3) Çin (%9,8) Şili (%4) İsrail (%3,6) İtalya (%2,2)	Türkiye ve diğer DTÖ üye ülkeleri (Kurutulmuş domates için%8,7; diğer kurutulmuş sebzeler için %8,3), en az gelişmiş ülkeler (GTS A+), Avustralya, Bahreyn, Kanada, Şili, AGOA ülkeleri, CBI ülkeleri, İsrail, Andean ülkeleri, Ürdün, Fas, Meksika, Umman, Dominik Cumhuriyeti, Peru ve Singapur için %0, diğer ülkeler %35
Kuru Meyveler	081310	Kuru Kayısı	2008: 51,3 2009: 46,5	42,1	278,9	12,7	-12	2008: 18 2009: -9	27,4	33,2	Türkiye (%97,2) Arjantin (%1,3) Lübnan (%0,3) Pakistan (%0,2) Suriye (%0,2)	Türkiye ve Çin %0,7; Arjantin, Avustralya, Pakistan, Lübnan %0 (GTS'ye dahil değil)
			2008: 33,2					2008: -23			Şili (%65,7) G. Afrika (%11,8)	Türkiye, Arjantin, Çin, Yunanistan, İran %1,7; Şili

Kuru Meyveler	080620	Kuru uzum	2009: 30,6	0,1	407,5	2,5	-83	2009: -8	0,04	0,05	Arjantin (%9,5) Meksika (%8,5) Çin (%2,4)	%0,2, G. AFRIKA ve Meksika %0 (GTS'ye dahil değil)
Bakliyat	071340	Mercimek	2008: 28,3 2009: 23,1	2,6	175,0	2,3	2	2008: 107 2009: -18	2,3	1,7	Kanada (%52,5) Türkiye (%13,6) Hindistan (%11,1) BAE (%7) Tayland (%5,4)	Türkiye, Kanada, Malavi, Tayland, Avustralya %0; BAE, Suriye ve Çin %1,1 Hindistan %0,1 (GTS'ye dahil)
Sert Kabuklu Meyveler	080222	Fındık	2008: 27,9 2009: 12,7	8,9	710,9	2,2	-56	2008: 28 2009: -54	5,5	8,3	Türkiye (%94,1) İtalya (%3) Avustralya (%1,2) Kanada (%1,1) Tayland (%0,7)	Kabuksuz fındık: Ülkemiz ve DTÖ üyeleri için 14.1 cent/ kg, en az gelişmiş ülkeler, CBI, Fas, Ürdün, Singapur, Şili, Avustralya, Bahreyn, CAFTA üyeleri, Umman, İsrail ve NAFTA üyeleri için 0, diğer ülkeler için 22 cent/ kg İşlenmiş fındık (GTİP No: 20081920) ülkemiz ve DTÖ üyeleri için 11,3 cent/ kg, en az gelişmiş ülkeler, CBI, Fas, Ürdün, Singapur, Şili, Avustralya, Bahreyn, CAFTA üyeleri, Umman, İsrail ve NAFTA üyeleri için 0, diğer ülkeler için 22 cent/ kg
Kuru Meyveler	08042090	Kuru incir	2008: 9,4 2009: 14,8	4,0	150,8	2,6	-12	2008: -12 2009: 58	1,4	1,9	Türkiye (%61,1) Yunanistan (%15,7) İspanya (%13,6) Meksika	Türkiye ve AB ülkeleri %3,7; Meksika %0 (GTS'ye dahil)

(%4,3)	değii)
Portekiz	
(%1,4)	

Kaynak : Tablonun hazırlanmasında Türkiye'ye ilişkin rakamlarda TÜİK, diğer ülkelere ilişkin istatistik rakamlarında UN-ITC TradeMap, gümrük vergisi konusunda AB ülkeleri için TARIC diğer ülkeler için kendi gümrük idarelerinin verileri kullanılmıştır.

* Veriler 9 aylıktır.

Baharat

Akdeniz baharatları konusunda ülkemiz dünyanın önde gelen üreticisi konumunda bulunmakta olup, hali hazırda ABD'nin de önemli bir tedarikçisidir. Akdeniz baharatları zaman zaman çeşitli AB ülkeleri üzerinden ABD'ye ihraç edilmekte olup, ihracatın doğrudan ABD'ye gerçekleştirilmesi konusunda çalışmalar yapılmasının faydalı olacağı düşünülmektedir.

Bakliyat

MERCİMEK

Amerika Birleşik Devletleri mercimek üreticisi ülkeler arasında yer almakta ve dış ticaret açısından net ihracatçı bir ülke konumunda bulunmasına rağmen her yıl belirli miktarlarda mercimek ithalatına da başvurabilmektedir. ABD 2009 yılında 23 milyon dolar civarında mercimek ithal etmiş olup bu ithalatın da %55,4'ünü Kanada'dan, %13,4'ünü ülkemizden gerçekleştirmiştir. Hindistan, Tayland ve BAE ABD'nin mercimek ithal ettiği diğer önemli ülkelerdir. ABD hem kırmızı hem de yeşil mercimek ithal etmekte ancak ülkemizden ithal ettiği mercimeklerin tamamına yakını kırmızı mercimekler oluşturmaktadır. ABD mercimek pazarında ülkemizin tek rakibi Kanada'dır.

Kanada özellikle 1990'lı yıllardan sonra kırmızı mercimek üretiminde büyük gelişme göstermiş ve ülkemizle birlikte dünyanın en büyük kırmızı mercimek ihracatçısı olmuştur. Kalite yönüyle ülkemiz mercimekleri Kanada mercimekleriyle rekabet edebilmektedir. Bu nedenle fiyatlar açısından Kanada mercimekleriyle rekabet edebildiğimiz ölçüde ABD pazarında şansımız bulunmaktadır.

Bisküvi

2009 yılında ABD, bir önceki yıla göre değer bazında %17 oranında artışla 768 milyon dolarlık tatlı bisküvi ithalatı ile dünyada en çok tatlı bisküvi ithal eden ülke olmuştur. Genel olarak ihracatımızın azalma eğilimine karşın, ABD'ye yönelik tatlı bisküvi ihracatımız 2009 yılında bir önceki yıla göre yaklaşık % 34 oranında artış ile 4,7 milyon dolar olarak gerçekleşirken ABD ülkemiz için potansiyel pazar olma özelliğini korumaktadır.

ABD perakende bisküvi pazarının doygunluğa ulaşması ile pazar payını arttırmak ya da pazarda yer edinebilmek için kıyasıya rekabet tüketici tercihleri daha fazla ön plana çıkmıştır. Sağlıklı ürünlere olan eğilimin artması sonucu "sizin için iyi olan" tarzındaki ürünler market raflarında ön planda yer almaktadır. Bu nedenle sektörde, tam tahıllı, antioksidan değeri yüksek meyveli, bitter çikolatalı; diyet amaçlı şeker oranı ya da kalorisi düşük ürünler oldukça rağbet görmektedir.

Bulgur

ABD'de U.S. Census (ABD Nüfus İdaresi) verilerine göre 117,6 bin Türk kökenli vatandaş ikamet etmekte olup, bunun dışında 338 bin İran, 38 bin Irak, 40 bin Ürdün, 143 bin Suriye, 39 bin Fas, 440 bin Lübnan, 143 bin Mısır, 72 bin Filistin ile 206 bin diğer Arap kökenli uluslara mensup kişi yaşamaktadır. Sayısı 1,5 milyonu aşkın kesim düzenli olarak bulgur tüketmekte olup, bulgurun diğer etnik gruplara tanıtımında da önemli rol oynamaktadır.

Ayrıca, ABD' de obezitenin artması sonucu daha sağlıklı ürünlere yönelik bir arayış başlamış olup, tüketicilerin ana besin maddesi konumunda bulunan buğday ürünleri arasında lif oranı yüksek ve düşük glisemik endekse sahip ürünler popüler olmaya başlamıştır. Bu bağlamda bulgur, ABD'de faaliyet gösteren Whole Grains Council (Tam Buğday Konseyi) tarafından tüketicilere bulgur içeren yemek tarifleri önerilmekte, ayrıca bulgur, Gıda Piramidinde önerilen gıdalar arasında yer almaktadır. Bu çerçevede önümüzdeki dönemde bulgura yönelik talebin artması beklenmekte olup, bulgurla tanıtım faaliyetlerine katılımın pazar potansiyelimizi artıracığı düşünülmektedir.

Endüstriyel Bitkiler

TÜTÜN (ŞARK TİPİ TÜTÜNLER)

Amerika Birleşik Devletleri dünyanın en büyük tütün ihracatçı ve ithalatçı ülkeleri arasında yer almaktadır. İhracatta Brezilya'nın ardından ikinci sırada ithalatta ise Rusya ve Almanya'nın ardından üçüncü sırada yer almaktadır. Amerika Virginia, Maryland ve Burley tipi tütünleri ihraç etmekte ülkemiz tütünlerinin de dahil olduğu şark tipi tütünleri ve Amerika'da yetişmeyen diğer tütünleri de ithal etmektedir. Amerika'nın 2009 yılı toplam tütün ithalatı 1,5 milyar dolar olup, bunun yaklaşık 200 milyon dolarlık kısmını şark tipi veya yarı şark tipi tütünler oluşturmaktadır. Amerika'nın toplam tütün ithalatında Brezilya %40,1'lik payı ile ilk sırayı almakta ülkemiz, %11,6'lık payı ile ikinci sırada yer almaktadır. Şark tipi ve yarı şark tipi tütün ithalatında ise ülkemiz %50'nin üzerindeki payı ile ilk sırada yer almakta, ülkemizi Bulgaristan, Yunanistan ve eski Yugoslavya Cumhuriyetleri takip etmektedir. Ülkemizin ABD tütün pazarındaki ana rakibi Yunanistan'dır. Ülkemiz tütünleri ile Yunanistan tütünlerinin büyük ölçüde benzer özelliklere sahip olması Yunanistan'ı tüm dünyada olduğu gibi ABD'de de ülkemize en önemli rakip kılmaktadır.

Ülkemiz tütünlerinin en büyük pazarı olan ABD'ye olan ihracatımız 2009 yılında 2008 yılına göre %97,5

Oranında artış gösteren 200 milyon dolara yaklaşırken ve toplam ihracatımızda ABD'nin payı yüzde 30'a ulaşmıştır.

ABD, dünyada tütünlerimizin en iyi tanındığı birkaç ülkeden birisidir. Ancak ABD'de yerleşik sigara üreticileri ile görüşmelerde bulunulmasının en azından pazar payımızın kaybedilmesini engelleyeceği gibi rakip ülkelere yapılan ithalattan da ülkemize kaymalar olabileceği düşünülmektedir.

Kuru Meyveler

KURU MEYVELER

Amerika Birleşik Devletlerinin 100 milyon doların üzerinde kuru meyve ithalatı bulunmaktadır. Ülkemiz açısından önem taşıyan ürünlerin 2009 yılı ithalatları kuru kayısıda 46 milyon dolar, kuru üzümde 30 milyon dolar, kuru incirde de 15 milyon dolardır.

Bu ürünler içerisinde ülkemizin kuru kayısı ve kuru incirde pazar şansımız bulunmaktadır. ABD özellikle Kaliforniya'da üretimi yapılan çekirdeksiz kuru üzümüyle ülkemizin dünya piyasalarındaki en büyük rakibidir. Ancak ABD'nin az miktarda da olsa sultana tipi çekirdeksiz kuru üzüm ithalatı da bulunmaktadır.

ABD dünyanın en büyük kuru kayısı ithalatçısı olup, ithalatın da %97'sini Türkiye'den gerçekleştirmektedir. Pazarda ülkemizi zorlayabilecek önemli bir ülke bulunmamakta, ülkemizden sonra ikinci sırada yer alan Arjantin'in payı ancak %2,1'dir. Gittikçe gelişme gösteren ABD kuru kayısı pazarına ülkemizin işlenmiş kayısı ürünleri (pestil, konserve, kıyılmış, dilimlenmiş, jöle, reçel, marmelat vb.) ile de girme gayreti içerisinde olması ve tek hakimi olduğumuz böylesine büyük pazarın gelişimine devam etmesi için ihracatçılarımızın taahhütlere bağlı kalarak kaliteden taviz vermemeleri önem taşımaktadır.

Kuru incirde ise ABD'nin 12-15 bin ton civarında bir üretimi bulunmasına rağmen bugün için 9-10 milyon dolarlık ithalatı söz konusudur. ABD 2009 yılı kuru incir ithalatının %60,8'ini ülkemizden karşılamış olup, ülkemizi İspanya ve Yunanistan takip etmektedir. Dünyanın en kaliteli kuru incirleri ülkemizde üretilmekte ve ülkemiz incirleri dünya piyasalarında İspanya ve Yunanistan'da üretilen incirlere tercih edilmektedir. Bu nedenle ihracatçılarımızın gerekli titizliği göstermeleri halinde ABD'de pazar payımızın daha da artırılması mümkün görülmektedir.

Kurutulmuş Sebzeler

2009 yılında bir önceki yıla göre %9'luk bir daralma ile yaklaşık 144 milyon dolarlık Kurutulmuş Sebzeler ve Karışımları (GTIP 071290) ithalatı yapan ABD'ye ülkemiz aynı üründen yine 2009 yılında 17,6 milyon dolarlık ihracat yapmıştır. Bu ihracatın neredeyse tamamına yakını da kurutulmuş domatesler oluşturmaktadır. 2009 yılı itibarıyla ABD'ye yönelik kurutulmuş sebze ihracatında yaklaşık %22 oranında düşüş yaşanmış ve ihracatımız 18,4 milyon dolara gerilemiş olmakla beraber ABD piyasası ülkemiz için hedef olma özelliğini korumaktadır.

Meyve Suyu

ABD, 2009 yılında 1,5 milyar dolar'ı geçen meyve suyu ithalatıyla dünya meyve suyu ithalatında birinci sırada yer almaktadır. Başlıca ithal edilen ürünler elma suyu, portakal suyu, diğer meyve suyu grubundaki ürünler ve üzüm suyudur. Türkiye'nin ABD'ye meyve suyu ihracatı ise 2009 yılında 26 milyon dolardır. İhracatımızın büyük bir bölümü diğer meyve suyu grubundaki ürünlerden oluşmaktadır.

Euromonitor verilerine göre ABD'de 2009 yılı meyve suyu ve benzeri içecek satışları 15,6 milyar dolar ve 8,7 milyar litreye ulaşmıştır. En çok tercih edilen ürün grubu %100 meyve suyu ve meyveli içeceklerdir (meyve oranı en çok % 0- 29). Ülkemizde de son zamanlarda tüketiciler tarafından tercih edilmeye başlanan "not from concentrate" (konsantreden yapılmamış meyve suları) ABD'de geliştirilmiş olup, meyve suyu ihracatçılarımızın bu ihracatta bu hususa dikkat etmelerinin önemli olduğu düşünülmektedir.

Tüm dünyayı saran sağlıklı olma, güzel görünme eğilimi nedeniyle önümüzdeki dönemde antioksidan meyve yoğunluklu (doğal olarak antioksidan içeriği yüksek süper meyveler olarak adlandırılan nar ve açai), organik, vitamin ve mineral ilavesi yapılmış meyve sularına olan talebin artması beklenmektedir. ABD'deki pazar kaybının önüne geçilebilmesi için bu eğilimler çerçevesinde antioksidan içeriği yüksek, şeker ilavesiz, doğal ve organik ürünlerin ihracatına önem verilmesi öne çıkmaktadır.

Organik Tarım Ürünleri

Gıda güvenliği konularının gündemde kalmaya devam etmesi nedeniyle, ABD'li tüketiciler, daha doğal veya organik yollarla üretilmiş ürünlere yönelmeye başlamışlardır. Televizyonlarda gösterilen yemek programları da tüketicileri nasıl daha sağlıklı bir şekilde beslenebilecekleri konusunda önemli bilgiler vermekte ve yemeklerde kullanılan malzemeler hakkında tüketicilere ışık tutmaktadırlar.

Her yıl ABD organik ürünler pazarı gelişmeye devam etmesine karşın toplam gıda pazarı içindeki payı sınırlı olup, tüketiciler organik yollarla üretilen ürünleri yeni yeni tanımaya başlamıştır. Özellikle göreve yeni seçilen ABD yönetimi tarafından obezitenin azaltılması ve daha sağlıklı ürünlerin tüketilmesini teşvik etmek amacıyla organik ürünlerin tüketilmesi konusunda ciddi bir inisiyatif başlatılacağı

uşıunılmekte olup, bu çerçevede önümüzdeki dönemde ülkemiz ürünlerimizin daha fazla talep edileceği düşünülmektedir.

Ülkemiz mevzuatı AB ile uyumlu olup, sertifikasyon konusunda organik mevzuatımız ile ABD'de geçerli olan USDA- NOP ile karşılıklı tanıma anlaşmasının gerçekleştirilmesi halinde firmalarımızın mevcut sertifikalarıyla ABD pazarına ihracat yapmalarına olanak sağlanmış olacaktır.

Sert Kabuklu Meyveler

Son yıllarda ABD'de baş gösteren dengesiz beslenmenin neden olduğu hastalıkların önlenmesi amacıyla, hükümet çeşitli faaliyetlere başlamış olup, söz konusu faaliyetlerden birisi de tüketicileri daha sağlıklı ürünlere teşvik etmek olmuştur. Bu faaliyetle hem yetişkin hem de çocukları kapsamakta olup, 2005 yılında USDA (U.S. Department of Agriculture- Tarım Bakanlığı) ve DHHS (Department of Health and Human Services- Sağlık ve Beşeri Hizmetler Bakanlığı) tarafından gıda tüketiminde rehber niteliği taşıyan Gıda Piramidi yeniden düzenlenmiştir. Bu çerçevede sert kabuklu meyvelerin daha fazla tüketilmesi tavsiye edilmiş, sert kabuklu meyvelerin atıştırmalık, dondurmanın üstüne ve sebze yemeklerinde kullanımını önerilmiştir.

Son yıllarda gerçekleştirilen araştırmalar sert kabuklu meyve tüketiminin sağlık açısından faydalarını ortaya koymuş olup, bu çerçevede FDA (Food and Drug Administration- Gıda ve İlaç İdaresi) bu araştırma sonuçlarının ilgili ürünlerin üzerinde sağlık beyanı olarak yer almasına izin vermiştir. ABD'de yoğun olarak faaliyet gösteren California Almond Association (California Badem Birliği), California Walnut Association (California Ceviz Birliği) ile National Peanut Board (Ulusal Yerfıstığı İdaresi) sert kabuklu meyve tüketiminin artırılması için çeşitli kampanyalar ile tüketimi artırmaya çalışmaktadırlar. Bu çerçevede önümüzdeki dönemde bu ürünlerin tüketiminin daha fazla artması beklenmektedir.

ABD'de en çok tüketilen sert kabuklu meyveler ceviz ve badem olup, genel olarak sert kabuklu meyve tüketimi yıllar itibarıyla artış göstermektedir. USDA rakamlarına göre kişi başına sert kabuklu meyve tüketimi 1,5 kg'a yaklaşmış bulunmaktadır.

Organik, koşer vb. sertifikalandırılmış sert kabuklu meyveler ve işlenmiş türevleri tüketiciler tarafından tercih edilmektedir.

ABD'de özellikle Hispanik tüketiciler potansiyel arz eden önemli bir grup olup, gerçekleştirilen araştırmalarda bu kesimin ABD'de en düşük oranlarda düzenli sert kabuklu meyve tüketen kesim olduğu; ancak bu kesime mensup tüketiciler arasında sert kabuklu meyve tüketen kişilerin de ABD ortalaması üzerinde tüketim gerçekleştirdikleri saptanmıştır.

Süpermarketler sert kabuklu meyvelerde en önemli dağıtım kanalıdır ve artan talep ile birlikte süpermarketler sert kabuklu meyvelere daha fazla raf alanı ayırmaya başlamışlardır. Yine özel markalı sert kabuklu meyvelerin perakende satışları geçtiğimiz yıllarda önemli artış göstermiştir.

Antep Fıstığı

ABD dünyada önemli bir fıstık üreticisi olarak faaliyet göstermekte olup, dünya ihracatının önemli bir bölümünü gerçekleştirmektedir. Fıstık tanıtımında Western Pistachio Association pazarda önemli bir rol oynamaktadır ve tüketicilere yönelik bir faaliyet olarak www.thegreenut.org isimli web sitesi kurulmuştur. Söz konusu sitede fıstıkların hangi yemeklerde kullanılabildiği Antep fıstığının sağlığa yönelik faydalarını içeren haber, yemek tarifleri ve videoların yanı sıra, çeşitli organizasyonlara yönelik sponsorluk faaliyetleri de yer almaktadır.

ABD'nin önemli bir fıstık üreticisi olmasına karşın, üretilen fıstık Kirman tipi fıstık olduğundan, Antep fıstığının tadı nedeniyle pazardaki talep her yıl artmaktadır ve bu nedenle, ABD Antep fıstığında önemli ihraç pazarları arasına girmiştir. ABD'de Antep fıstığı çoğunlukla "Turkish Pistachios" olarak pazarlanmakta olup, ABD'li tüketiciler Antep fıstığını ağırlıklı olarak atıştırmalık olarak tüketmektedir. Antep fıstığının gıda sanayinde kullanımı ile ilgili faaliyetlerin talebin daha fazla artmasına neden olabileceği düşünülmektedir.

Fındık

Dünyada ülkemizden sonra ikinci önemli fındık üreticisi konumunda bulunan ABD fındık üretimi konusunda önemli artışlar kaydetmiştir. ABD'ye fındığın Oregon bölgesine yerleşen Fransa kökenli göçmenler vasıtası ile getirildiği tahmin edilmekte olup, Oregon fındığının ebat ve tadı bakımından ülkemiz fındığından farklı karakteristikleri bulunmaktadır.

ABD'de fındık kahvaltılık gevrek, kuruyemiş karışımları, snack ve ceral barlar, cookie gibi ürünlerde yaygın bir şekilde kullanılmamakta olup, bu ürünlerde kullanımı konusunda faaliyetlerin artırılmasında fayda görülmektedir.

Şekerli ve Çikolatalı Mamuller

Dünya 2009 şekerli ve çikolatalı mamuller ithalatında ilk sırada 2,6 milyar dolarla ABD yer almaktadır. Bununla birlikte, oldukça gelişmiş sektörü ile 1,3 milyar dolarlık ihracatı da bulunmaktadır. Çok yoğun bir rekabetin yaşandığı sektörde büyük üreticilerin pazara yön verdikleri görülmektedir. Çikolata perakende satışlarının %66'sı iki önemli firma tarafından gerçekleştirilmekte, çiklette ise satışların yaklaşık yarısına bir firma sahip bulunmaktadır. Dünyadaki önemli üreticilerin tamamının pazarda yer alması, ithal ürünler başta olmak üzere pazara girişi zorlaştırmaktadır.

Türkiye'nin ABD'ye şekerli ve çikolatalı mamuller ihracatının son yıllarda önemli artışlar gösterdiği görülmektedir. 2000 yılında 2,2 milyon dolar olan ihracat 2008 yılında 18 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Artış eğilimi 2009 yılında da devam etmiştir ve 23,9 milyon dolar düzeyine yükselmiştir. Ancak, ABD'ye toplam şekerli ve çikolatalı mamuller ihracatı büyük ölçüde jöleli şekerler ihracatından kaynaklanmaktadır. Toplam ihracatın %71'ini jöleli şekerler oluşturmaktadır. Bu ihracatın büyük bir kısmı ise ülkemizde üretim yapan uluslararası bir firma tarafından gerçekleştirilmektedir. Toplam ihracat içinde çikolatalar %4, ciklet ise %6 paya sahip bulunmaktadır. Lokum ve helva gibi geleneksel ürünlerimizde de ABD'ye ihracatımız düşük düzeydedir. Bu açıdan, jöleli şekerler dışında ABD'ye şekerli ve çikolatalı mamuller ihracatımızın oldukça sınırlı olduğu görülmektedir.

Zeytinyağı

ABD son yıllarda 250 bin ton ve 1 milyar doların üzerinde gerçekleştirdiği zeytinyağı ithalatıyla dünyada birinci sırada yer almıştır. Son yıllarda Türkiye açısından da en önemli ve istikrarlı zeytinyağı ithalatçısı haline gelmiştir.

Son üç sezonda ortalama %20'lik payıyla Türkiye'nin zeytinyağı ihracatında ABD ilk sırada yer almıştır. ABD'nin 2008 yılı zeytinyağı ithalatında ise Türkiye %1,3'lük payıyla altıncı sırada yer almıştır. Yok yılı olması sebebiyle 2008 yılında azalma gösteren zeytinyağı ihracatımızın 2009 yılında 23,9 milyon dolara yükseldiği görülmektedir. Tüketiciler arasında artan sağlık bilinci ve doğal yollarla üretilmiş olan gıdalara talebin yanı sıra gurme ve etnik ürünlere olan ilgi nedeniyle, ABD'de zeytinyağının öneminin daha da artması beklenmektedir.

Yıllar boyunca Uluslararası Zeytin Konseyinin (UZK) tanıtım programlarının hedefinde yer almasının da etkisiyle zeytinyağının tanınırlığı ve tüketiminin artış gösterdiği ABD'ye Türk zeytinyağı ihracatının artırılması ve rakiplerin pazar paylarından alınabilmesi bakımından tüketici tercihlerindeki değişimlerin devamlı izlenmesi ve tanıtıma önem verilmesi gerekmektedir.

Sanayi Ürünleri ve Hizmetler İhraç Potansiyelimiz

2007 yılında başlayan ve özellikle 2009 yılında şiddetle hissedilen global krize rağmen ABD piyasası ihracatçılarımız için büyük önem taşımaktadır. Yüksek alım gücüne sahip büyük nüfusu ile ABD, pek çok sektörde üretim, tüketim ve ithalat bakımından dünya liderliğini korumaktadır.

Sektör	GTİP	Potansiyel Ürün	Ülkenin Toplam İthalatı 2010 (milyon dolar)	Türkiye'nin Ülkeye İhracatı 2010 (milyon dolar)	Türkiye'nin Toplam İhracatı 2010 (milyon dolar)	Dünya İthalatında Ülkenin Payı 2009	Türkiye'nin Ülkeye İhracatındaki Değişim 2009-2010 (%)	Ülkenin Toplam İthalatındaki Değişim 2008-2009 (%)	Türkiye'nin Ülkeye İhracatı 2010 Aylık Veriler*	Türkiye'nin Ülkeye İhracatı 2011 Aylık Veriler*	Ülke İthalatında İlk 5 Ülke ve Pazar Payları (%)	Ülkenin Türkiye'ye ve Rakı Ülkelere Uyguladığı Gümrük Oranları
Otomotiv Ana ve Yan Sanayi	8703	Otomobil, steysin vagonlar	116.768,0	267,6	6.210,5	18,6	-33	42	0,0	0,0	Japonya (%30) Kanada (%28) Almanya (%13,8) Meksika (%12,3) G.Kore (%7,2)	% 0 (Kanada, Meksika) % 2,5 (Türkiye) % 2,5 (MFN)
Gemi İnşa Sanayi	8903	Yatlar	773,4	54,1	212,1	8,9	5	-4	0,0	0,0	Kanada (%25,9) İtalya (%17,5) Tayvan (%16,7) Çin (%10,6) Fransa (%4,4)	% 0 (Kanada) %1,5-2,4 (MFN) % 0 (Türkiye)
Av Silahları	9303	Diğer ateşli silahlar	296,0	26,0	59,6	37,9	18	-20	0,0	0,0	İtalya (%28,2) Japonya (%10,3) Almanya (%9,9) Brezilya (%8,2) Türkiye(%6,1)	%0 -%4,2 (MFN) %0 (Türkiye)
Mobilya	9401	Oturmaya Mahsus Mobilyalar	15.426,4	16,5	541,7	24,8	20	38	0,0	0,0	Çin (%52,7) Meksika (%20,2) Kanada (%7,4) İtalya (%2,2) Vietnam (%2,2)	% 0 (MFN) % 0 (Türkiye)
Mobilya	9403	Diğer Mobilyalar	16.165,6	4,9	750,3	23,4	26	20	0,0	0,0	Çin (%49,4) Kanada (%11,7) Vietnam (%9,9) Meksika (%4,2) Malezya (%4,1)	% 0 (MFN) % 0 (Türkiye)
Altın Mücevherat	7113	Mücevherci eşyası ve aksanı	6.509,2	138,0	1.529,7	15,1	3	17	0,0	0,0	Hindistan (%23,7) Çin (%15,1) Tayland (%12,5) İtalya (%7,9) Fransa (%5)	MFN - % 0 - 13,5 arasında ürüne göre değişmektedir. Türkiye 71131950 GTİP numarası dışındaki ürünlerde GSP kapsamındadır. 71131950'de Hindistan ve Tayland'da GSP'den yararlanamamaktadır.
Demir Çelik	7208	Demir/çelik sıcak hadde yassı mamulleri-genişlik 600mm. fazla	2.211,2	1,6	598,5	3,1	-76	57	0,0	0,0	Kanada (%36,9) G.Kore (%20,4) Meksika (%8,9) Avustralya (%8,5) Hollanda (%6.1)	% 0 (MFN) % 0 (Türkiye)

Demir Çelik	7213	Demir/çelik filmaşın (sıcak haddelenmiş, rulo halinde)	977,8	92,3	631,0	5,6	286	98	0,0	0,0	Kanada (%34,7) Japonya (%12,7) Brezilya (%10,3) Türkiye (%9,9) İngiltere (%8,2)	% 0 (MFN) % 0 (Türkiye)
Demir Çelik	7214	Demir/çelik çubuklar (sıcak haddeli, dövülmüş, burulmuş, çekilmiş)	521,6	107,0	3.426,3	2,5	36	36	0,0	0,0	Meksika (%38,4) Türkiye (%23,3) Kanada (%19,8) İngiltere (%4,8) Dominik C. (%4,3)	% 0 (MFN) % 0 (Türkiye)
Demir Çelik	7216	Demir/alaşimsız çelikten profil (gtip: 7216)	440,8	27,0	984,9	3,1	158	23	0,0	0,0	Meksika (%22,9) Kanada (%17,2) G.Kore (%14,2) Lüksemburg (%11,2) Almanya (%10,3)	% 0 (MFN) % 0 (Türkiye)
Boru ve Bağlantı Parçaları	7305	Demir veya çelikten diğer ince ve kalın borular ve içi boş profiller	1.126,7	10,2	249,7	12,1	-86	-33	0,0	0,0	Hindistan (%30,5) Kanada (%22,2) Japonya (%10,3) İtalya (%10,2) Yunanistan (%6)	%0 (MFN) %0 (Türkiye)
Boru ve Bağlantı Parçaları	7306	Demir veya çelikten diğer ince ve kalın borular ve içi boş profiller	3.162,7	126,5	1.172,5	13	324	50	0,0	0,0	Kanada (%23,1) Güney Kore (%16,9) Meksika (%12,6) Çin (%10,9) Japonya (%5,9)	%0 (MFN) %0 (Türkiye)
Elektrikli Makineler ve Kablolar	7408	Bakır teller	1.025,2	15,7	349,9	5,6	17	52	0,0	0,0	Kanada (%67,9) Rusya (%9,1) Meksika (%7,7) Almanya (%3,1) Japonya (%1,9)	%1-3 (MFN) %0 (Türkiye)
Elektrikli Makineler ve Kablolar	7413	Bakırdan demetlenmiş teller, kablolar, örme halatlar ve benzerleri (elektrik için izole)	96,5	37,4	307,6	8,2	30	30	0,0	0,0	Türkiye(%60,4) G.Kore (%8,2) Almanya (%6,6) Meksika (%5,6)	%2-3 (MFN) %0 (Türkiye)

		edilmiş olanlar hariç)										
Alüminyum İnşaat Malzemeleri	7606	Alüminyum levha	2.184,0	10,9	440,0	8,2	84	50	0,0	0,0	Kanada (%36,7) Almanya (%18,8) Çin (%7,3) G.Afrika (%7,1) Avusturya (%5)	%0 (Türkiye) %0 (Kanada) % 3-6,5 (MFN)
Beyaz Eşya	8418	Buzdolabı ve soğutucular	5.809,7	42,3	1.521,3	15,5	73	23	0,0	0,0	Meksika (%54,9) Çin (%15,5) G.Kore (%14,7) Kanada (%3) İsveç (%1,7)	% 0 (MFN)
İş ve Maden Makineleri	8428	Kaldırma, istifleme, boşaltma, makine ve cihazları	2.080,5	7,8	73,9	11,1	54	4	0,0	0,0	Kanada (%27,4) Meksika (%15,9) Almanya (%15,6) Japonya (%10,4) Çin (%5,2)	% 0 (MFN), % 0 (Türkiye)
İş ve Maden Makineleri	8431	Ağır iş makine ve cihazların aksam-parçaları	5.702,4	11,0	453,7	9,6	38	23	0,0	0,0	Kanada (%16,9) Almanya (%14,1) Çin (%13,4) Meksika (%12,7) Japonya (%6,8)	% 0 (MFN), % 0 (Türkiye)
İş ve Maden Makineleri	8474	Toprak, taş, metal cevheri vb. ayıklama, eleme vb. için makineler	781,2	1,5	255,2	4,4	-58	13	0,0	0,0	Kanada (%16,7) Almanya (%15,4) Çin (%11,9) İngiltere (%8,8) İtalya (%8,7)	% 0 (MFN), % 0 (Türkiye)
Takım Tezgaahları	8462	Metalleri dövme, işleme, kesme, sataflama presleri, makineleri	464,7	10,8	229,5	6,2	20	-4	0,0	0,0	İtalya (%18,7) Almanya (%18,6) Japonya (%16,5) Kanada (%12,2) Çin (%5,2)	%4,4 (MFN), %0 (Türkiye) %0 (Kanada)
İnşaat Malzemeleri	8481	Muslukçu, borucu eşyası	10.006,1	8,6	320,4	13,1	62	28	0,0	0,0	Çin (%25,4) Meksika (%14,7) Japonya (%10,2) Almanya (%9,5) Kanada (%6,9)	%0 (Türkiye) %0 (Meksika-Kanada) %0-5,6 (MFN)

Elektrikli Makineler ve Kablolar	8544	İzole edilmiş kablo ve teller	12.538,8	2,4	1.805,5	13,1	124	41	0,0	0,0	Meksika (%46,1) Çin (%22,4) Kanada (%5,3) Filipinler (%3,6) Honduras (%2,7)	%0-5,3 (MFN) %0 (Türkiye)
Otomotiv Ana ve Yan Sanayi	8701	Traktörler	5.350,1	64,7	271,2	16,2	5	22	0,0	0,0	Meksika (%48,4) Japonya(%13,7) Kanada (%11,2) Almanya(%5,9) İngiltere(%5,7)	% 0 (Kanada, Meksika) %1,1 (MFN)
Otomotiv Ana ve Yan Sanayi	8708	Kara taşıtları için aksam-parçaları	43.390,8	66,2	2.673,1	13,8	41	45	0,0	0,0	Meksika (%26,1) Japonya (%18) Kanada (%17,8) Çin (%11,1) Almanya (%7,6)	% 0 (Kanada, Meksika) % 0,8 (MFN) % 0 (Türkiye)
Otomotiv Ana ve Yan Sanayi	4011	Kauçuktan yeni dış lastikler	10.971,0	8,8	990,2	15,4	18	32	0,0	0,0	Çin (%27,9) Kanada (%18,3) Japonya (%14,6) G.Kore (%8,4) Tayland (%4,4)	% 0 (Kanada) %3,3 (MFN) %0,4 (Türkiye)
Otomotiv Ana ve Yan Sanayi	4016	Sertleştirilmemiş vulkanize kauçuktan diğer eşya	2.828,9	10,1	471,1	12,7	18	37	0,0	0,0	Kanada (%18,1) Çin (%16,1) Japonya (%13,6) Meksika (%12,6) Almanya (%7,4)	% 0 (Kanada, Meksika) %1,5 (MFN) % 0 (Türkiye)
Otomotiv Ana ve Yan Sanayi	8409	İçten yanmalı, pistonlu motorların aksam-parçaları	7.342,6	94,5	1.032,5	11,3	686	43	0,0	0,0	Meksika (%27,3) Japonya (%18,6) Kanada (%12,1) Almanya (%10,7) Çin (%6)	% 0 (Kanada, Meksika) % 1,2 (MFN) % 0,4 (Brezilya) % 0 (Türkiye)
Otomotiv Ana ve Yan Sanayi	8483	Transmisyon milleri, kranklar, yatak kovanları, dişliler, çarklar	5.847,7	10,3	213,3	12,6	43	28	0,0	0,0	Almanya (%18,4) Japonya (%14,8) Çin (%10,6) Kanada (%9,6) İtalya (%8,9)	% 0 (Kanada) % 1,6 (MFN) % 0,4 (Türkiye)
											Çin (%20,3) Vietnam	

Hazır Giyim	6106	Bayanlar için bluz ve gömlek	962,9	13,7	627,6	15,5	62	3	0,0	0,0	(%19,2) Endonezya (%13,7) Kamboçya (%7,1) Hindistan (%4,4)	%0.9-32 (MFN) %0.9-32 (Türkiye) %0 (Peru)
Hazır Giyim	6108	Bayanlar için iç giyim	2.892,3	8,3	262,9	26,6	-23	17	0,0	0,0	Çin (%41,2) Vietnam (%7,4) Sri Lanka (%5,8) Honduras (%5,6) Bangladeş (%5,0)	%0.6-16 (MFN) %0.6-16 (Türkiye)
Hazır Giyim	6109	Tişörtler	5.059,4	33,2	2.759,9	14,7	49	23	0,0	0,0	Meksika (%12,4) Çin (%11,6) El Salvador (%10,6) Honduras (%10,4) Vietnam (%5,8)	%2.6-32 (MFN) %2.6-32 (Türkiye) %0 (Honduras) %0 (El Salvador)
Hazır Giyim	6110	Kazak, hırka vb.	13.901,6	15,4	1.207,0	27,6	19	11	0,0	0,0	Çin (%39,7) Vietnam (%9,5) Endonezya (%6,9) Honduras (%5) Guatemala (%3,9)	%0.9-32 (MFN) %0.9-32 (Türkiye) %0 (Honduras)
Hazır Giyim	6114	Diğer giyim eşyası	1.028,1	2,6	165,7	23,1	-38	9	0,0	0,0	Çin (%32,6) Vietnam (%12,6) Endonezya (%8,8) Kamboçya (%7,3) Guatemala (%4,9)	%0.9-32 (MFN) %0.9-32 (Türkiye)
Hazır Giyim	6115	Çorap	1.922,7	11,7	953,6	17,2	24	23	0,0	0,0	Çin (%38,1) Honduras (%12,1) Pakistan (%9,9) G.Kore (%7,8) Meksika (%7,5)	%0-18.8 (MFN) %0-18.8 (Türkiye) %0 (Honduras) %0 (Meksika)
Hazır Giyim	6201	Erkekler için	1.451,2	2,9	84,8	15,1	23	18	0,0	0,0	Çin (%56,9) Vietnam (%11,8) Bangladeş	%0-27.7 (MFN) %0-27.7 (Türkiye)

		palto, kaban vb.									(%1,5) Meksika (%4,8) Endonezya (%3,7)	%0 (Meksika)
Hazır Giyim	6202	Bayanlar için palto, kaban vb.	1.850,4	8,4	85,7	15,1	130	10	0,0	0,0	Çin (%65) Vietnam (%10,7) Bangladeş (%3,7) Endonezya (%3,5) İtalya (%2,7)	%0-27.7 (MFN) %0-27.7 (Türkiye)
Hazır Giyim	6203	Erkek takım, ceket, pantolon vb.	7.808,3	16,5	1.285,6	21,7	36	10	0,0	0,0	Çin (%21,8) Meksika (%19,3) Bangladeş (%14,6) Vietnam (%6,1) Endonezya (%3,7)	%0-27.9 (MFN) %0-27.9 (Türkiye) %0 (Meksika)
Hazır Giyim	6204	Bayanlar için takım, ceket, elbise, etek vb.	11.034,1	34,5	1.855,1	22,7	32	7	0,0	0,0	Çin (%45,3) Vietnam (%8,3) Hindistan (%6,1) Bangladeş (%5,7) Endonezya (%5)	%0-28.6 (MFN) %0-28.6 (Türkiye)
Hazır Giyim	6205	Erkekler için gömlek	3.293,9	15,8	458,7	24	13	21	0,0	0,0	Çin (%32) Bangladeş (%13,7) Endonezya (%8,2) Hindistan (%7,1) Vietnam (%6,4)	%1.1-%27.9 + 29.1cent/kg (MFN) %1.1-%27.9 + 29.1cent/kg (Türkiye)
Hazır Giyim	6206	Bayanlar için bluz ve gömlek	2.423,2	5,7	448,4	20,9	44	6	0,0	0,0	Çin (%52,5) Hindistan (%13,8) Endonezya (%12,8) Bangladeş (%4,2) Vietnam (%3,2)	%3.5-26.9 (MFN) %3.5-26.9 (Türkiye)
Hazır Giyim	6207	Erkekler için iç giyim	361,8	2,5	46,1	25,2	21	8	0,0	0,0	Çin (%28,7) Kostarika (%16,2) Endonezya (%10,5) Bangladeş	%1.1-16 (MFN) %1.1-16 (Türkiye) %0 (Kostarika)

											(%10,2) El Salvador (%8,6)	
Hazır Giyim	6208	Bayanlar için iç giyim	439,8	10,1	152,8	20,3	37	8	0,0	0,0	Çin (%56,4) Hindistan (%7,3) Bangladeş (%7,3) Kamboçya (%5,9) Endonezya (%5,3)	%1.1-16 (MFN) %1.1-16 (Türkiye)
Hazır Giyim	6211	Spor kıyafetleri	1.607,3	1,6	56,6	18,7	-16	15	0,0	0,0	Çin (%45,4) Meksika (%9) Hindistan (%7,1) Vietnam (%6,3) Bangladeş (%5,4)	%0.5-28.6 (MFN) %0.5-28.6 (Türkiye) %0 (Meksika)
Hazır Giyim	6212	Sutyen, korse vb.	2.332,7	0,8	66,8	22,2	-65	22	0,0	0,0	Çin (%45,1) Endonezya (%10,9) Tayland (%9,6) Sri Lanka (%6,1) Honduras (%4,9)	%1.1-23.5 (MFN) %1.1-23.5 (Türkiye) %0 (Honduras)
Ev Tekstili	6302	Yatak çarşafı, masa örtüleri, tuvalet ve mutfak bezleri	4.848,5	129,7	1.058,2	29,4	14	21	0,0	0,0	Çin (%30,9) Hindistan (%24,4) Pakistan (%24,1) Türkiye (%3,1) Brezilya (%2,6)	%0-20.9 (MFN) %0-20.9 (Türkiye)
Ev Tekstili	6303	Perdeler	1.151,1	24,7	129,2	30,8	-22	12	0,0	0,0	Çin (%68) Meksika (%10) Pakistan (%7,3) Hindistan (%4,7) Türkiye (%3,3)	%6.4-11.3 (MFN) %6.4-11.3 (Türkiye)
Ev Tekstili	6304	Yatak örtüleri	694,2	14,9	211,6	22,3	14	22	0,0	0,0	Çin (%59,2) Hindistan (%9) Pakistan (%7,6) Meksika (%6) Portekiz (%2,6)	%3.2-14.9 (MFN) %3.2-14.9 (Türkiye) %0 (Meksika)
Doğal Taslar	6802	Yontulmaya, inşaata elverişli işlenmiş taşlar	2.160,8	218,3	813,4	22,7	5	11	0,0	0,0	Çin (%20,9) Brezilya (%20,3) İtalya (%15,8)	%1,9-6 (MFN) Türkiye 68022110, 6802912 68029125 gtip nolarında GS kapsamı dışında

Ürün	HS Kodu	Ürün Açıklaması (kayagan hariç)	Değer	Oran (%)	Değer	Oran (%)	Değer	Oran (%)	Değer	Oran (%)	Değer	Oran (%)	Değer	Oran (%)	
														Türkiye (%13,2) Hindistan (%9,6)	Kapsam dışı Brezilya ve Hindistan 68029 gtip nosunda GSP dışı
Cam ve Seramik İnşaat Malzemeleri	6907	Sırsız seramikten yer ve duvar döşemeleri	146,1	1,4	61,9	4,3	0	17	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	İtalya (%74,4) Çin (%7,5) Arjantin (%4,5) Meksika (%2,8) İspanya (%2,2)	%10 (Türkiye) %0 (Meksika) % 10 (MFN)
Cam ve Seramik İnşaat Malzemeleri	6908	Sırlı seramikten yer ve duvar döşemeleri	1.090,5	13,3	405,9	10,8	26	7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	İtalya (%30,2) Meksika (%19,8) Çin (%19,1) İspanya (%9,3) Brezilya (%6,5)	%8,5-10 (Türkiye) %0 (Meksika) %8,5-10 (MFN)
Cam ve Seramik İnşaat Malzemeleri	6910	Seramik küvet, lavabo vb.	843,6	7,1	156,9	18,6	29	15	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	Çin (%43,3) Meksika (%39,7) Tayland (%6,3) Kolombiya (%2,3) Ekvator (%1)	%0 (Türkiye) %0 (Meksika) % 5,8 (MFN)
Sofra ve Mutfak Eşyaları	7013	Sofra, mutfak, tuvalet, yazıhane, ev tezyinatı ve benzeri işler için cam eşya	837,3	24,1	423,7	10,9	20	21	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	Çin (%43,8) Almanya (%7,1) Meksika (%6,2) İtalya (%5,4) Fransa (%4,8)	% 3-38 (MFN) % 0 (Türkiye)
Petrol Ürünleri	2710	Petrol Ürünleri ve Petrol Yağları	69.266,2	162,7	3.989,9	11,7	119	27	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	Kanada (%17) Rusya (%15,9) İngiltere (%7,1) Hollanda (%5,5) Meksika (%5,5)	% 0 (Kanada) Varil bazında 5,25-84 Cent/varil veya kg bazında 1 değeri üzerinden %5,8-7 ya %5,7+1,3 Cent/kg (MFN) Türkiye 27101935-27101940-27109 gtip nolarında GSP kapsamı
Kimya Sanayi	2819	Krom Oksitleri ve Hidroksitleri	29,2	9,6	38,9	9,2	-7	0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	Türkiye (%40,7) Çin (%18,7) Kazakistan (%14,9) Kanada (%7,5) İngiltere (%6,6)	%0-3,7 (MFN) Türkiye 281910 gtip nosund GSP kapsamı dışında
İlaç Sanayi	2939	Bitkisel alkaloidler	381,7	31,1	44,5	40,1	-9	-59	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	Almanya (%73,2) Avustralya (%8,8) Çin (%4,2) Hindistan (%3,1) Türkiye (%2,2) İrlanda (%14)	% 0 (MFN) % 0 (Türkiye)

İlaç Sanayi	3004	Dozlandırılmış İlaçlar	49.944,8	4,2	457,8	15	49	10	0,0	0,0	İngiltere (%13,2) Almanya (%13) Fransa (%9) Kanada (%8,7)	% 0 (MFN) % 0 (Türkiye)
Uçucu Yağlar	3301	Uçucu yağlar	570,8	0,8	17,5	18,4	9	25	0,0	0,0	Hindistan (%19,3) Arjantin (%15,4) Fransa (%10) Brezilya (%8,1) Meksika (%6,7)	% 0-4.2 (MFN) % 0 (Türkiye) % 0 (Hindistan) % 0 (Arjantin) % 0 (Brezilya)
Kozmetik ve Kişisel Bakım Ürünleri	3307	Tıraş müstahzarları, vücut deodorantları ve tuvalet müstahzarları	641,8	3,0	203,5	6,7	-6	10	0,0	0,0	Kanada (%33,7) Çin (%23,2) Meksika (%10) Fransa (%5,5) İspanya (%4,7)	% 0 (Meksika) % 2.4-6 (MFN) % 0 (Türkiye)
Temizlik Maddeleri	3401	Sabunlar; yüzeyaktif organik müstahzarlar	569,4	12,1	373,8	7,2	6	11	0,0	0,0	Kanada (%43,8) Çin (%23,4) Fransa (%4,3) Meksika (%4) Almanya (%3,8)	% 0 - 4 arasında ürüne göre değişiklik göstermektedir. Türkiye bu ürün grubunda t ürünlerde GSP'den yararlanmaktadır. Kanada v Meksika'ya uygulanan gümr vergisi " 0" dir.
Ambalaj Malzemeleri	3923	Eşya taşıma ambalajı için plastik mamuller	5.473,7	13,7	525,8	13,2	39	14	0,0	0,0	Çin (%32,3) Kanada (%29,3) Meksika (%7,7) Tayvan (%4,5) Tayland (%2,5)	% 0 (Meksika, Kanada) % 3-5.3 (MFN) % 0 (Türkiye)
Ambalaj Malzemeleri	6305	Eşya ambalajında kullanılan torbalar ve çuvallar	479,8	28,8	319,8	14,1	56	33	0,0	0,0	Çin (%33,3) Meksika (%17,8) Hindistan (%13,1) Tayland (%7,8) Vietnam (%7,4)	% 0 (Meksika) %0- 8.4 (MFN) % 0 (Türkiye)
Boru ve Bağlantı Parçaları	4009	Vulkanize edilmiş kauçuktan boru ve hortumlar	915,3	43,4	293,1	10,4	90	43	0,0	0,0	Meksika (%24,9) Japonya (%14,8) Çin (%10) Kanada (%9,1) Almanya (%7)	%2,5 (MFN) %0 (Türkiye) (GSP)
Deri ve Deri Mamulleri	4203	Deri ve köseleden giyim eşyası, aksesuarları	1.503,6	5,5	220,9	19,2	-10	11	0,0	0,0	Çin (%63,7) İtalya (%6,7) Pakistan (%5,5) Hindistan (%4,8)	% 0-14 (MFN), % 0-14 (Türkiye)

											Endonezya (%3,5)	
Kumaş	5209	Pamuklu mensucat (ağırlık itibariyle % 85 veya daha fazla pamuk içeren ve m2 ağırlığı 200 gramı geçenler)	248,3	17,4	484,2	2,8	43	19	0,0	0,0	İtalya (%22,4) Çin (%15,3) Pakistan (%10) Hindistan (%10) Japonya (%8,1)	% 3-8,4 (MFN), % 3-8,4 (Türkiye)
Kumaş	5211	Pamuklu mensucat (ağırlık itibariyle % 85'den az pamuk içeren sentetik veya suni liflerle karıştırılmış olup m2 ağırlığı 200 gramı geçenler)	81,2	8,3	99,9	3,9	-11	31	0,0	0,0	Çin (%22,3) Tayvan (%20) İtalya (%15,1) Türkiye (%12,7) Pakistan (%6,4)	% 7,7 (MFN), % 7,7 (Türkiye)
Elyaf ve İplik	5402	Sentetik filament iplikleri	1.187,7	11,3	432,6	7,8	209	24	0,0	0,0	Kanada (%30,3) Meksika (%14,8) Hollanda (%12,4) Çin (%9,5) G. Kore (%7,4)	% 7,5-8,8 (MFN), % 7,5-8,8 (Türkiye), % 0 (Kanada)
Kumaş	5407	Sentetik filament ipliklerinden dokunmuş mensucat	646,4	35,6	731,4	3,7	35	26	0,0	0,0	Çin (%20,9) Kanada (%15,4) G. Kore (%11,1) Hindistan (%11,1) Türkiye (%6,1)	% 0-25 (MFN), % 0-25 (Türkiye), % 0 (Kanada)
Elyaf ve İplik	5511	Sentetik ve suni devamsız liflerden iplikler	66,8	15,5	90,9	22,3	-18	11	0,0	0,0	Türkiye (%49,4) Kanada (%41,6) Çin (%3,4) İtalya (%1,9) Hindistan (%0,8)	% 7,5 (MFN), % 7,5 (Türkiye), % 0 (Kanada)
Teknik Tekstiller	5603	Dokunmamış mensucat	905,6	13,5	145,8	8,2	25	24	0,0	0,0	İsrail (%13,3) Çin (%12,7) Japonya (%11,5) Kanada (%9) Almanya (%8,3)	% 0 (MFN), % 0 (Türkiye), % 0 (Kanada)
Halı	5701	Düğümlü, sarmalı halılar, yer kaplamaları	321,5	26,0	139,3	27,3	6	5	0,0	0,0	Hindistan (%37) Pakistan (%18,5) İran (%16,5) Nepal (%8,2)	% 0-4,5 (MFN), % 0-4,5 (Türkiye)

Halı	5702	Dokunmuş halılar, yer kaplamaları (Kilim, Sumak, Karaman, vb.)	690,5	85,4	966,5	19,4	90	25	0,0	0,0	Çin (%77,5) Hindistan (%31,6) Çin (%15,8) Türkiye (%10,2) Mısır (%10) Belçika (%10)	% 0-4,5 (MFN), % 0-4,5 (Türkiye)
Halı	5703	Tufte edilmiş halılar, yer kaplamaları	666,7	8,0	139,9	11	-1	17	0,0	0,0	Hindistan (%31,5) Çin (%26,3) Kanada (%16,9) Mısır (%8,5) Hollanda (%3,1)	% 3,8-6,7 (MFN), % 3,8-6,7 (Türkiye), % 0 (Kanada)
Hazır Giyim	6101	Erkekler için palto, kaban vb.	1.028,7	0,2	36,2	43,7	-70	14	0,0	0,0	Çin (%45,0) Pakistan (%10,2) Vietnam (%8,2) Endonezya (%6,2) Honduras (%4,8)	%0.9-28.2 (MFN) %0.9-28.2 (Türkiye) %0 (Honduras)
Hazır Giyim	6104	Bayanlar için takım, elbise, etek vb.	4.013,1	16,3	1.053,8	22,5	18	21	0,0	0,0	Çin (%32,6) Vietnam (%13,6) Endonezya (%9,5) Kamboçya (%6,1) Filipinler (%3,6)	%0-28.2 (MFN) %0-28.2 (Türkiye)
Hazır Giyim	6105	Erkekler için gömlek	2.085,8	5,3	187,6	28,4	35	15	0,0	0,0	Çin (%13,9) Hindistan (%11,8) Vietnam (%10,6) Endonezya (%9,4) Pakistan (%8,8)	%0.9-32 (MFN) %0.9-32 (Türkiye) %0 (Peru)

Kaynak : Tablonun hazırlanmasında Türkiye'ye ilişkin rakamlarda TUIK, diğer ülkelere ilişkin istatistik rakamlarında UN-ITC TradeMap, gümrük vergisi konusunda AB ülkeleri için TARIC diğer ülkeler için kendi gümrük idarelerin verileri kullanılmıştır.

* Veriler 12 aylıktır.

Altın Mücevherat

ABD'nin altın mücevherat ithalatı 2009 yılında bir önceki yıla göre % 20 gerileyerek 5,6 milyar Dolar olmuştur. Ülkenin ithalatı bir önceki yıla göre % 24 oranında azalmıştır. ABD'nin mücevherat ithalatında ilk sırada altın mücevheratın da içinde bulunduğu "711319- Diğer kıymetli metal ile kaplı mücevherler" ürün grubu bulunmaktadır. Bu ürün grubunda ABD 2009 yılında 4 milyar Dolar ithalat gerçekleştirmiştir. ABD'nin gümüş mücevher ithalatı ise 1,5 milyar Dolar'dır. Gümüş mücevher ithalatı 2009 yılında bir önceki yıla kıyasla % 7 artış kaydetmiştir.

Türkiye'nin bu ülkeye yönelik toplam mücevher ihracatı ise 2008 yılında 190,3 milyon Dolar, 2009 yılında 133,2 milyon Dolar düzeyinde gerçekleşmiştir. ABD'ye gerçekleştirdiğimiz mücevher ihracatında ilk sırada altın mücevherat bulunmaktadır, ihracatımızın % 93,1'ini altın mücevherat oluşturmaktadır. Türkiye, ABD'nin mücevherat ithalatında % 3 pay ile 9. sırada yer almaktadır. Pazardaki en önemli rakiplerimiz; Hindistan, Çin, Tayland, İtalya ve Fransa'dır.

ABD dünyanın en büyük altın üreticilerindedir. Üretimini önemli kısmı Nevada ve Alaska'da gerçekleştirilmektedir. Ayrıca ABD dünyadaki önemli mücevher üreticileri arasında da yer almaktadır. Ülkede her yıl ortalama 3,5- 4 milyar Dolar düzeyinde mücevher üretimi gerçekleştirilmektedir. ABD'de üretilen mücevherin önemli kısmı iç tüketime yöneliktir. İhracat toplam üretimin yaklaşık %25'ini oluşturmaktadır. Önemli üretim merkezleri New England, Massachusetts ve Rhode Island olmakla birlikte Florida ve Los Angeles'ta da üretim gerçekleştirilmektedir. Üretim ağırlıklı olarak 14 karat altından gerçekleştirilmektedir. Diğer taraftan ücretlerin yüksek olması ve global ekonomik kriz gibi nedenlerle mücevher üretiminde son dönemlerde düşüş yaşanmaktadır.

World Gold Council kayıtlarına göre ABD'nin altın mücevher tüketici talebi büyüklüğü 2010 yılı ilk üç aylık dönemi itibarı ile 912 milyon Dolar'dır. Altın mücevherat tüketici talebi bir önceki yılın aynı dönemine göre % 12 artmıştır. Bununla beraber, net perakende yatırımlarda % 42 oranında gerileme söz konusudur. ABD; Hindistan, Çin, Ortadoğu ülkeleri pazarlarından sonra talep bakımından dünyadaki 4. büyük altın mücevherat pazarıdır.

ABD mücevher pazarının 2015 yılında 58,72 milyar Dolar büyüklüğe ulaşması beklenmektedir. Pazarda altın mücevherin yanı sıra pırlanta ve platin ürünlere de talep bulunmaktadır. Platin ürünler fiyatlarının yüksekliği nedeniyle en üst gelir grubuna hitap etmektedir. ABD'de mücevher satışının en yüksek olduğu dönemler Noel, Mayıs ayında kutlanan Anneler Günü ve Şubat ayındaki Sevgililer Günü'dür.

Pazardaki talep kişilerin harcanabilir gelirlerine bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Pazarda çalışan kadın, eşlerin ikisinin de çalıştığı hane sayısı ve modayı takip eden erkeklerin sayısının artması mücevhere olan talebi de olumlu yönde etkilemektedir. Diğer taraftan yaşanan ekonomik kriz nedeniyle henüz kişiler mücevher gibi zaruri olmayan ürünlere harcama yapmak konusunda istekli davranmamaktadır. Yapılan bir araştırmada ekonomiye güven duyulmaması nedeniyle halkın % 58'i zaruri olmayan ihtiyaçlar için tekrar ne zaman harcama yapmaya başlayacaklarını henüz bilemediklerini, % 10'u önümüzdeki 1 sene içinde tekrar bu tip ihtiyaçları için harcama yapacaklarını belirtmişlerdir.

ABD pazarında mücevher satışlarında büyük hacimli perakendeciler ile küçük bağımsız mağazalar arasında yoğun bir rekabet yaşanmaktadır. Pazardaki bağımsız perakendeciler ya büyük bir mağazanın içinde kendilerine bir yer açmaktadırlar ya da mevcut yerlerini farklı olanaklar şeklinde büyütme yoluna gitmektedirler. Pazardaki rekabet perakende firmalarını ya bir ürün tipi ya da pazar bölümünde uzmanlaşmaya doğru itmektedir. Diğer taraftan on-line mücevher satışları pazarda gerçekleşmekte ve önümüzdeki dönem bu kanaldan yapılan satışların da artması beklenmektedir.

ABD pazarı, farklı müşteri isteklerini içeren, çok kültürlü, gelir açısından farklı özelliklere sahip birçok pazar bölümünü içeren bir pazardır. Şu dönemde imitasyon mücevher altın mücevhere göre daha düşük fiyatlı olmasından dolayı düşük ve orta gelir gruplarına daha çok tercih edilmeye başlamıştır. Dünyanın en önemli mücevher pazarlarından biri olan ABD'de ekonominin düzene girmesinden sonra değerli mücevher pazarının olumlu yönde etkileneceği düşünülmektedir. Pazarda üretimin maliyetlerin yüksekliği nedeniyle azalmakta olması da önümüzdeki dönemde firmalarımız açısından fırsatlar yaratacaktır. Pazar her türlü ürüne, yeniliğe açık bir konumdadır, bundan yararlanabilmek için öncelikle hangi ürünün nerede satılabileceğinin firmalarımız tarafından saptanması tavsiye edilmektedir. Pazarda başarılı olmak için firmalarımızın birçok farklı pazar bölümünün bulunduğu bu ülkede genele ürün satmaya çalışmak yerine bir pazar bölümünü kendilerine hedefleyerek o alanda yoğunlaşmaları önemlidir.

Ambalaj Malzemeleri

ABD'de ambalaj sanayinde üretim yapan birçok yerli firmanın yanı sıra uluslararası faaliyet gösteren firmalar da bulunmaktadır. Bunların başlıcaları, Alcan, Amcor PET Packaging USA Inc, Ball Corp, Bemis Co Inc, Constar International Inc, Crown Holdings Inc, Graham Packaging Holdings Co, Graphic Packaging Corp, Scholle Packaging, O-I, Plastipak Holdings Inc, Pliant Corp, Berry Plastics Group Inc, MWV, Rexam Inc, Tetra Pak Inc, Pactiv Corp, Silgan Holdings Inc, Sealed Air Corp, Reynolds Packaging Group Ltd, International Paper Co Inc'dir.

ABD'nin toplam ambalaj ürünleri ithalatı 2009 yılında 17,7 milyar Dolar olmuştur ve önceki yıla göre ithalat %16 oranında gerilemiştir. Ambalaj ürünleri ithalatının yaklaşık yarısını plastik ambalajlar, geri kalan kısmını ise sırası ile kağıt ambalajlar, metal ambalajlar, cam ambalajlar ve ahşap ambalajlar oluşturmaktadır.

Eşya ambalajında kullanılan PP şeritlerden örme çuvalar ve torbalarda Türkiye önemli üretim kapasitesine sahip olup, dünyanın en önemli ihracatçılarından biridir. ABD plastik ambalaj ürünler ithalatının %5,4'ünü 6305 GTİP grubunda bulunan "PP örme çuvalar ve torbalar" oluşturmaktadır.

İthalatın en önemli kısmı sırasıyla Çin, Meksika, Hindistan, Tayland, Vietnam, Endonezya ve Türkiye'den yapılmaktadır. Çin, Türkiye ve Hindistan aynı zamanda dünyanın da en büyük ihracatçı ülkeleridir.

ABD'nin plastik ambalaj ürünleri ithalatının en önemli kısmını 3923 GTİP grubunda bulunan "Plastikten eşya taşınmasına ve ambalajlanmasına mahsus malzemeler" oluşturmaktadır. 2009 yılında plastikten eşya taşınmasına ve ambalajlanmasına mahsus malzemelerin ithalatı yaklaşık 4,8 milyar Dolar olmuştur. Plastikten eşya taşınmasına mahsus malzemelerin %29'unu plastiklerden torbalar ve çantalar; %19'unu boru şeklinde fileler ve diğer malzemeler; %17'sini plastikten kutular ve kasalar; %16'sını damacaneler, şişeler vb. eşya; %10'unu tıplar ve kapaklar oluşturmaktadır. İthalatın yarısından fazlası Çin ve Kanada'dan gerçekleştirilmektedir. Meksika, Tayvan, Tayland, Güney Kore, Japonya ve Vietnam diğer önemli tedarikçi ülkelerdir. 2009 yılında ABD'ye olan ihracatımız 9,9 milyon Dolar olmuştur. Türkiye'nin ABD'ye ihraç etmiş olduğu başlıca ürünler; PE torbalar/çantalar ve plastikten şişelerdir.

ABD'nin gıda ve gıda dışı ürünlerde önümüzdeki yıllarda ambalaj ürünleri tüketiminde artış beklenmektedir. 2008-2013 yılları arasında gıda ürünlerinde kullanılan ambalajlarda en önemli artış %2 ile plastik ambalajlarda, gıda dışı ürünlerde ise en önemli artış %5 ile sıvılar için kullanılan karton kutularda beklenmektedir. Ayrıca çevreye zarar vermeyen, dönüşümlü, hafif ve işlevsel ambalajlara, önümüzdeki yıllarda talebin daha fazla olacağı tahmin edilmektedir.

Av Silahları

ABD, spor ve av tüfekleri dünya ithalatında en önde gelen ülkedir. Söz konusu ürün grubunda önemli bir potansiyele sahip olan Türkiye'nin spor ve av tüfekleri ihracatının yaklaşık yarısı ABD'ye yönelmektedir.

9303 GTİP kodlu "Spor ve av tüfekleri"nde ABD'nin ithalatı 2009'da bir önceki yıla göre %0,4 azalarak 371 milyon Dolar olmuştur. İthalatta ilk beş ülke İtalya, Japonya, Almanya, Brezilya ve Türkiye olarak sıralanmaktadır. Türkiye ithalatta %6'lık pay ile pazarda 5. sırada yer almaktadır.

Türkiye'nin ihracat rakamlarına göre 2009 yılında ABD'ye 22 milyon Dolar'lık spor ve av tüfekleri (GTİP 9303) ihracatı yapılmıştır. Buna göre ihracat bir önceki yıla göre %7 azalmıştır.

ABD 9303 GTİP No'lu "Spor ve av tüfeklerinde" ithalatında MFN ilkesi kapsamında %0 ila %4,2 arasında değişen gümrük oranları uygulamaktadır. Türkiye'den yapılan ithalat ise GTS sistemi kapsamında gümrük vergisinden muaftır.

Beyaz Eşya

2009-2013 dönemine ilişkin yapılan tahminlere göre, ABD beyaz eşya pazarının yıllık ortalama %17,6 büyüyerek 40,3 milyar Dolar'a, satılan ürün adetinin ise yıllık ortalama %19,6 oranında artarak 163,2 milyon birime ulaşması beklenmektedir.

Dünya beyaz eşya pazarının %20'sini oluşturan ABD pazarının %24'ünü buzdolapları oluşturmaktadır. Ülkede ailelerin yaşam koşulları ve alışkanlıkları gereği büyük kapasiteli beyaz eşyalar tercih edilmektedir.

ABD 2009 yılında 17,1 milyar Dolar değerinde beyaz eşya ithal etmiştir. En çok ithalat yapılan ülkeler Çin (%42) ve Meksika (%24) ve Güney Kore (%9) ve Almanya'dır (%6).

İthalatın 5,7 milyar Dolar'ını elektrikli su ısıtıcıları, elektronik cihazlar (şofbenler); 4,7 milyar Dolar'ını buzdolapları, soğutucular v.b., 1,93 milyar Dolar'ını demir-çelik soba, ocak, ızgara, mangal v.b. ev eşyaları; 1,90 milyar Dolar'ını yıkama, temizleme, kurutma makine ve cihazları; 1,6 milyar Dolar'ını çamaşır yıkama makineleri; 1,2 milyar Dolar'ını ev işleri için elektro mekanik-elektrik motorlu cihazlar oluşturmaktadır.

Türkiye'nin ABD beyaz eşya ithalatındaki payı sadece %0,2'dir. Bu durumun sebebi, ülkemiz üreticilerinin genellikle AB pazarına yönelik olarak üretim yapmaları, ABD piyasasındaki tüketicilerin ise daha geniş hacimli ürünleri tercih etmesi olarak görülmektedir. Türkiye'nin ABD'ye beyaz eşya ihracatı 2009 yılında 31 milyon Dolar olarak gerçekleşmiştir.

2009 yılında Türkiye'nin ABD'ye beyaz eşya ihracatının %96'lık kısmını buzdolabı ve soğutucular oluşturmaktadır. Buzdolaplarını elektrikli su ısıtıcıları, şofbenler; bulaşık makineleri takip etmektedir.

ABD ev tipi buzdolabı pazarında Meksika %55'lik pazar payı ile lider durumdadır. ABD'li üretici firmaların bir NAFTA ülkesi olan Meksika'ya taşıdıkları üretim tesislerinden yapılan ithalat Meksika'nın ithalattaki hakimiyetinin temel nedenidir. Çin, Güney Kore, Kanada ve İsveç diğer başlıca tedarikçi ülkelerdir. Pazardaki 10. tedarikçi olan Türkiye'nin pazar payı yalnızca %0,6'dır.

Buzdolabı ithalatında ABD, MFN ülkelerine gümrük vergisi uygulamamaktadır. Diğer ürünlerde Türkiye ABD'nin GTS sistemine dahildir ve Türkiye'den ithal edilen ürünler için uygulanan gümrük vergisi oranı sıfırdır. Beyaz eşya sektörünün AB pazarında sağladığı başarıyı ABD için yakalaması; teknik gereksinimleri, standartları ve tüketici tercihlerini göz önünde bulunduran yatırım, üretim ve satış planlaması ile mümkün olabilecektir.

Boru ve Bağlantı Parçaları

ABD, 2009 yılında toplam 4,4 milyar Dolar değerinde metal boru, tüp ve hortum ithalatı gerçekleştirmiştir. Buna göre ABD söz konusu sektörde dünyada en fazla ithalat yapan ülkeler içerisinde ilk sırada yer almaktadır. Türkiye'nin aynı dönemde ABD'ye toplam ihracatı ise bir önceki yıla göre % 38 daralmış ve 126,2 milyon Dolar olmuştur.

Türkiye'nin 2009 yılında ABD'ye gerçekleştirdiği metal boru, tüp ve hortum ihracatının çok büyük kısmını 730519 GTİP numaralı "Demir veya çelikten diğer ince ve kalın borular" ile 730630 GTİP numaralı "Demir veya alaşımsız çelikten kesiti daire şeklinde olan diğer ince ve kalın borular" oluşturmaktadır.

ABD'nin 4009 GTİP numaralı vulkanize edilmiş kauçuktan boru ve bağlantı parçaları ithalatı ise 2009 yılında 640 milyon Dolar olarak gerçekleşmiştir. ABD bu sektör için dünyada en fazla ithalat yapan ülkeler arasında birinci sırada yer almaktadır. Türkiye'nin 2009 yılında ABD'ye gerçekleştirdiği ihracat ise 23 milyon Dolar'dır. Türkiye'nin 2009 yılında bu sektörde dünyaya gerçekleştirdiği toplam ihracatın 180,2 milyon Dolar olduğu göz önüne alındığında, ABD ülkemizin gerçekleştirdiği ihracat içerisindeki %13 dolayındaki payı ile önemli bir pazar olarak yer almaktadır.

ABD, Türkiye'den ve dünyadan (MFN) gerçekleştirdiği 7305 ve 7306 GTİP numaralı "Metal boru, tüp ve hortum" ithalatında gümrük vergisi uygulamamaktadır. ABD'nin Türkiye'den gerçekleştirdiği 4009 GTİP numaralı vulkanize edilmiş kauçuktan borular ve bağlantı parçaları için de gümrük vergisi uygulanmamaktadır. ABD dünyadan (MFN) gerçekleştirdiği ithalat için ise %2,5 oranında gümrük vergisi uygulamaktadır. ABD ile NAFTA üyesi Kanada ve Meksika arasındaki söz konusu ürünlerin ticaretinde gümrük vergisi uygulanmamaktadır. Kanada ve Meksika, ABD'nin 2008 yılında en fazla vulkanize edilmiş kauçuktan boru ve bağlantı parçaları ithalatı gerçekleştirdiği ilk 5 ülke arasında yer almaktadır.

Cam ve Seramik İnşaat Malzemeleri

Seramik inşaat malzemeleri alanında 2009 verileri ile ABD'nin toplam ithalatı 1,9 milyar Dolar düzeyindedir. Türkiye'nin ABD'ye olan ihracatı ise 2009 verileri ile 17,5 milyon Dolar olmuştur. Türkiye'nin seramik inşaat malzemelerindeki toplam dünya ihracatı ise 2009 yılında 530 milyon Dolar olarak gerçekleşmiştir.

Seramik inşaat malzemeleri içinde öne çıkan ürün "Sırlı seramikten yer ve duvar döşemeleri"dir (GTİP 6908). Türkiye'nin ihracatı bu üründe 2009 yılında 10,6 milyon Dolar düzeyinde gerçekleşmiştir. ABD'nin toplam ithalatı ise 1,9 milyar Dolar'dır. Bu büyük pazardan en fazla payı %30 ile İtalya almaktadır. Diğer önemli tedarikçiler ise Meksika (%20), Çin (%19), İspanya (%9) ve Brezilya'dır (%7). 6908 GTİP kapsamındaki ürünlerde ABD'nin Türkiye'ye uyguladığı gümrük vergisi %8,5- %10 arasında değişmektedir. ABD pazarı seramik sektöründe, yer ve duvar kaplama, mutfak, banyo, lavabo ve aksesuarlar gibi çeşitli ürünlerde pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinin özellikle firma bazında değil de sektör olarak yapılmasının daha da etkili olacağı düşünülmektedir.

6907 GTİP kodu çerçevesindeki sırsız seramikten yer ve duvar döşemelerinde ise 2009 yılında ABD'ye toplam ihracatımız 1,4 milyon Dolar değerinde gerçekleşmiştir. 125 milyon Dolar'lık pazarda en büyük tedarikçi %74'lük pay ile İtalya olmuştur. Çin, Arjantin, Meksika ve İspanya payları az olmasına rağmen diğer önemli tedarikçi ülkelerdir. 6907 GTİP kod kapsamındaki ürünlerde ABD tarafından Türkiye'ye %10 gümrük vergisi uygulanmaktadır.

6910 GTİP kod çerçevesindeki seramikten küvet, lavabo vb. gibi ürünlerde ise Türkiye 2009 yılında 5,5 milyon Dolarlık değerle ABD'nin toplam 736 milyon Dolar olan ithalatından yaklaşık %0,7'lik pay almıştır. En önemli tedarikçiler, Çin (%43) ve Meksika'dır (%40). Tayland, Kolombiya ve Şili de pazardaki payları az olsa da diğer önemli tedarikçi ülkeler konumundadır. 6910 GTİP çerçevesindeki ürünlerde Türkiye GTS'ye dahildir ve gümrük vergisi uygulanmamaktadır.

ABD'de emlak sektörü ve mortgage kredileri çerçevesinde gelişen finansal kriz inşaat malzemeleri ticaretinde önemli bir gerilemeye neden olmuştur. Türkiye'nin ihracatının artış gösterebilmesi ve pazar payının artması için ABD konut piyasasının yeniden canlanması gerekmektedir. 2009 yılında bu ürünlerin ABD pazarına ihracatında neredeyse yarıya yakın bir gerileme yaşanmış ve ülkemizin ABD'ye seramik inşaat malzemesi ihracatı 17,5 milyon Dolar'a kadar düşmüştür.

Demir Çelik

Çin ve Japonya'dan sonra dünyanın üçüncü büyük ham çelik üreticisi ABD'dir. ABD 2009 yılında 57,1 milyon ton ham çelik üretimi gerçekleştirmiştir. Ülkenin çelik üretiminin % 70'e yakını yassı mamul, geri kalan kısmı sıcak haddelenmiş uzun ürün üretiminden oluşmaktadır.

ABD'nin 7208, 7213, 7214, 7216 GTİP bazındaki demir çelik ürünleri ithalatı 2009 yılında 2008 yılına göre % 61 oranında gerileyerek 2,6 milyar Dolar değerinde gerçekleşmiştir. İthalatın %65'i Kanada, Meksika, Güney Kore ve Türkiye'den yapılmaktadır. Dördüncü sırada yer alan Türkiye'nin pazardan aldığı pay %8'dir. ABD'nin yukarıda sayılan demir çelik ürünleri ithalatında, "Genişliği 600 mm'den fazla olan kaplanmamış demir çelik yassı ürünler" 1,4 milyar Dolar ile ilk sırada yer almaktadır. İkinci olarak "Demir çelik filmaşın" ardından da "İnşaat demiri" ve "Demir çelik profiller" gelmektedir.

ABD'nin 2009 yılında 1,4 milyar Dolar değerindeki genişliği 600 mm den fazla olan kaplanmamış demir çelik yassı ürünler (GTİP 7208) ithalatının % 60'a yakını Kanada ve Kore'den yapılmaktadır. Bu ülkeleri Meksika, Avustralya, Hollanda, Finlandiya ve Türkiye izlemektedir. Dördüncü sırada yer alan

Türkiye'nin payı %7,2'dir. ABD demir çelik yassı ürünlerde gelişen bir pazardır. Bu ürün grubunda ABD'ye 2009 yılı ihracatımız 6,5 milyon Dolar tutarındadır.

2009 yılında ABD 0,5 milyar Dolar değerinde demir çelik filmaşın (GTİP 7213) ithalatının yarısına yakını Kanada ve Çin'den gerçekleştirmiştir. Bu ülkeleri Brezilya, Türkiye ve İngiltere izlemektedir.

ABD'nin 2009 yılında 0,4 milyar Dolar değerindeki inşaat demiri (GTİP 7214) ithalatının yaklaşık yarısı Meksika ve Türkiye'den yapılmaktadır. Bu ülkeleri Kanada, İngiltere ve Dominik Cumhuriyeti takip etmektedir.

2009 yılında ABD 0,4 milyar Dolar değerinde demir çelik profil (GTİP 7216) ithalatının yarıya yakını Meksika ve Kanada'dan yapmıştır. Bu ülkeleri Güney Kore, Lüksemburg ve Almanya izlemektedir. 11. sırada yer alan Türkiye'nin pazar payı %1,9'dur.

Dünyanın en büyük pazarı olan ABD pazarında Türkiye'nin özellikle boru ve tüpler, soğuk hadde sac, nervürlü inşaat demiri, çelik çubuk-filmaşın, soğuk haddelenmiş çelik ürünleri ve demir çelik profil ürünlerinde ihracat potansiyeli yüksektir. Türkiye'nin bu ürünlerde pazar payını daha da artırma imkanı bulunmaktadır. Bu yönde ülkede yapılacak fuar katılımı, tanıtım, pazarlama ve ticaret heyeti faaliyetlerinin faydalı olacağı düşünülmektedir.

ABD, 7208, 7213, 7214, 7216 GTİP numarası altında yer alan demir çelik ürünlerine Küba ve K. Kore haricindeki diğer ülkelerden ithalatta gümrük vergisi almamaktadır.

Deri ve Deri Mamulleri

ABD, 2009 yılında 1,4 milyar Dolar'lık deri giyim eşyası ve aksesuarları ithalatı gerçekleştirmiştir. ABD dünyanın en büyük ithalatçısı konumundadır. Bu ürün grubunda Çin'in % 64 payla büyük bir pazar payına sahip olduğu görülmektedir.

İtalya %7 payla ikinci tedarikçi konumundadır. Çin'den daha ucuz üreterek rekabet şansı yakalamanın oldukça güç olduğu düşünüldüğünde, marka ürünler satan ve kar marjı yüksek olan A grubu tüketicilere hitap eden İtalya ile rekabet edilebilmesi mümkün görülmektedir. Türkiye'nin son zamanlarda AB ülkeleri standartları ve kalitesinde ürün ürettiği fakat fiyatlarının AB ülkelerine kıyasla daha düşük olduğu kanısı yaygınlaşmaktadır. Bu nedenle son yıllarda, ucuz ve düşük kaliteli üretimden katma değeri yüksek, kaliteli, moda ve tasarımı ön plana çıkaran ürünlere kaymış olan deri giyim eşyası aksesuar ve diğer şahsi deri ürünleri sektörünün, ABD pazarında rekabet şansı yüksektir. Dolayısıyla, firmalarımızın marka, kalite, müşteri memnuniyeti ve Ar-Ge çalışmalarına büyük önem vermeleri, ABD pazarına girişte büyük önem taşımaktadır.

Doğal Taşlar

Endüstriyel mineraller sektöründe işlenebilir ekonomik rezervlere sahip bulunduğumuz mermer, traverten ve diğer dekoratif taşlarda ihracat ve büyük rekabet şansı bulunmaktadır. Doğal taşların başlıca kullanım alanı inşaat sektörüdür. Bu nedenle ABD inşaat sektörünün gelişimi, doğal taş alımında kilit rol oynamaktadır.

ABD, güçlü ekonomisi ve doğal ürünlere olan talebin yüksek olmasıyla dikkat çekmektedir. ABD'nin doğal taş pazarının dinamiklerini inşaat, mimari ve renovasyon projelerindeki gelişmeler oluşturmaktadır. Ancak son birkaç yıldır yeni binaların yüksek yapım maliyetleri, artan yatırım faizleri, yüksek enerji maliyetleri ve satılmayan konut stokunun artması, ABD inşaat piyasasını olumsuz etkilemiştir. 2007'nin ikinci yarısında baş gösteren mortgage krizi ve 2008 yılında ortaya çıkan küresel kriz ABD konut piyasasının hızla küçülmesine neden olmuştur.

ABD 2009 yılında 1,9 milyar Dolar'lık işlenmiş doğal taş ithalatı yapmıştır; ve ülkenin dünya ithalatındaki payı %28,8'dir. İthalatın yaklaşık %56'sı Brezilya, İtalya ve Çin'den yapılmaktadır. Türkiye %13'lük pazar payı ile dördüncü önemli tedarikçi konumundadır.

Türkiye'nin 2009 yılında ABD'ye gerçekleştirdiği işlenmiş doğal taş ihracatı % 34 azalarak 207 milyon Dolar'a gerilemiştir. İhracatta öne çıkan ürünler 680291 GTİP numarasında yer alan "İşlenmiş/yontulmuş mermer-traverten-su mermeri" grubudur.

ABD tarafından işlenmiş doğal taşlarda uygulanan gümrük oranı MFN ülkeleri için %1,9 ile %6 arasında değişmektedir. Türkiye işlenmiş doğal taşlardan 68022110-68029120 ve 68029125 GTİP No'lu ürünlerde GTS kapsamı dışına çıkarılmıştır. Türkiye'nin en önemli rakipleri Brezilya ve Hindistan ise 680293 GTİP No'lu üründe GTS dışında kalmıştır.

ABD, mortgage krizi ve ekonomik kriz sonrasında işlenmiş doğal taş alımını azaltmış olsa da; dünya ithalatındaki yüksek payı ile ilk sırada yer almaya devam etmektedir. Bu da ciddi alım gücü kaybı olmasına rağmen pazarın büyüklüğünü göstermektedir. Aynı zamanda Türk mermerinin ülkedeki ünü, Beyaz Saray'da ve ABD Temsilciler Meclisi'nde kullanılan Elazığ Vişne ile ortaya konulmuştur. Bu değerlere Türkiye'nin doğal taş üretimi konusundaki potansiyeli ve dünya ticaretindeki önemi eklendiğinde ABD'nin her zaman önemli bir doğal taş alıcısı olacağı düşünülmektedir.

Elektrikli Makineler ve Kablolar

Dünyanın en büyük ithalatçı ülkesi olan ABD, 2009 yılında toplam 8,9 milyar Dolar izoleli kablo ve tel ithalatı gerçekleştirmiştir. Ülkenin 2009 yılı ithalatı 2008'e göre % 41,5 azalmıştır. ABD, 2009 yılında dünya izole edilmiş kablo ve tel ithalatında birinci ithalatçı olmuştur. 2009 yılında Türkiye'nin ABD'ye yaptığı izoleli kablo ve tel ihracatı 2008'e göre %63 gerilemiş olup, buna paralel olarak pazar payımız daralmıştır.

ABD'nin 2009 yılı toplam izoleli kablo ithalatına bakıldığında en çok ithal edilen kablo ürününün 4 milyar Dolar ile 854430 GTİP No'lu "Taşıtlarda kullanılan kablo bağlantı takımları" olduğu görülmektedir. Bu ürün grubunu sırasıyla 854442 GTİP No'lu "Bağlantı parçaları takılmış olan gerilimi 1000v.'u geçmeyen elektrik iletkenleri" ile 854449 GTİP No'lu "Gerilimi 80v.'u geçmeyen elektrik iletkenleri" takip etmektedir. Bu üç ürün grubu için ABD'nin 2009 yılı ithalatı toplam izoleli kablo ve tel ithalatının yaklaşık %84'ünü oluşturmaktadır. Türkiye'nin 2009 yılında ABD'ye yapmış olduğu toplam izoleli kablo ve tel ihracatı içerisinde en büyük pay ise gerilimi 80v.'u geçmeyen elektrik iletkenlerine aittir. Türkiye'den ABD'ye yapılan kablo ihracatında ikinci sırada taşıtlarda kullanılan kablo bağlantı takımları yer alırken, üçüncü sırada bağlantı parçaları takılmış olan gerilimi 1000v.'u geçmeyen elektrik iletkenleri bulunmaktadır.

ABD dünyanın en büyük enerji üretici ve tüketicisi konumundadır. Artan enerji talebi ile ABD potansiyel izoleli elektrik iletkenleri talebi nedeniyle önem arz etmektedir.

ABD'nin en çok ithalat yaptığı ülkelerden biri olan Meksika, ABD izoleli kablo ve tel ithalatından aldığı % 46 pay ile ilk sırada yer almaktadır. ABD'ye en çok izoleli kablo ithalatı gerçekleştiren ikinci ülke ise Çin olmuştur. Meksika ve Çin'i sırasıyla Kanada, Filipinler ve Honduras takip etmektedir.

ABD izole edilmiş kablo ve teller ithalatı sırasında Türkiye'nin de içerisinde bulunduğu GTS sistemine dahil olan ülkelere %0 gümrük vergisi uygulamaktadır. ABD, NAFTA üyesi olmaları nedeniyle önemli rakiplerden olan Meksika ve Kanada ile yaptığı kablo ithalatında %0 gümrük vergisi uygularken, 8544300 GTİP No'lu "Taşıtlarda kullanılan kablo bağlantı takımları" ithalatı sırasında Filipinler'e %5 gümrük vergisi uygulamaktadır. MFN ülkeleri ile yaptığı kablo ithalatı sırasında ise ABD %0-5,3 arasında değişen gümrük vergisi uygulamaktadır.

BAKIR TELLER (gtip: 7408,7413)

2008 yılında 1,5 milyar Dolar'dan fazla bakır tel ithalatı gerçekleştiren ABD'nin 2009 yılı ithalatı küresel kriz nedeni ile % 53,3 gerileyerek 0,7 milyar Dolar düzeyinde olmuştur. Bu ürünler kapsamında Türkiye'den yapılan ihracat ise 98 milyon Dolar'a yaklaşmıştır. ABD ithalatının %97'sini 7408 GTİP No'lu "Bakır teller" oluşturmaktadır. Türkiye 2009 yılında dünya genelinde 200 milyon Dolar bakır tel ihracatı gerçekleştirirken, ABD'ye yapmış olduğu bakır tel ihracatı yaklaşık 17 milyon Dolar olmuştur. ABD bakır teller ithalatında ilk sırada %71 payla Kanada yer alırken; Rusya, Meksika, Türkiye, Almanya ve Japonya bakır teller ithalatında öne çıkan diğer önemli ülkelerdir.

Türkiye, 2009 yılında ABD'nin 7413 GTİP No'lu bakırdan ince, kalın örme halatlar ithalatında birinci tedarikçi konumundadır. Türkiye'yi sırasıyla Güney Kore, Almanya, Meksika, Tayland ve Kanada takip etmektedir.

ABD, Türkiye ile yapmakta olduğu bakır teller ile elektrik-izole hariç bakırdan ince, kalın, örme halatlar ithalatı sırasında GTS uygulaması kapsamında %0 gümrük vergisi uygulamaktadır. Ancak 74081900 GTİP No'lu "Rafine edilmiş bakırdan diğer teller" ile 74130090 GTİP No'lu "Teçhizatla donatılmış bakırdan ince, kalın, örme halat (elektrik izole hariç)" ithalatına sırasında %3 gümrük vergisi uygulamaktadır. Ayrıca MFN ülkelerinden yapılan ithalatta uygulanan gümrük vergisi 7408 GTİP No'lu bakır teller için %1-2 iken; 7413 GTİP No'lu bakırdan ince, kalın, örme vb. halatlar için %2-3 arasında değişmektedir. NAFTA üyesi olmaları nedeniyle Kanada ve Meksika ile yapılan ticarete ABD'de uygulanmakta olan gümrük vergisi %0'dır.

Elyaf ve İplik

ABD gelişmiş bir tekstil sanayisine sahiptir. Tekstil sanayisi için ihtiyaç duyduğu bazı iplik ve kumaşların ithalatını yapmaktadır. Türkiye'den en çok suni ve sentetik iplik almaktadır. Ülkemiz 2009 yılında ABD'ye 70,3 milyon Dolar'lık iplik ve kumaş ihracatı gerçekleştirmiştir. ABD'nin 2009 yılı iplik ve kumaş ithalatı ise 1,8 milyar Dolar'dır.

Pazardaki en önemli tedarikçi Kanada'dır. Kanada'yı Çin, Meksika, Güney Kore, Hollanda, Hindistan ve Türkiye takip etmektedir.

Ev Tekstili

ABD ev tekstili pazarı dünyanın en büyük ve en rekabetçi pazarı olup, ülkenin dünya ev tekstili pazarındaki payı yaklaşık %30 civarında bulunmaktadır.

Küresel krizin ABD'de konut sektöründe görülen olumsuzluklarla başlaması, akabinde konut sektöründe ve istihdam düzeyinde yaşanan gerileme, başta dayanıklı tüketim malları olmak üzere ev dekorasyonu pazarının da büyük ölçüde daralmasına yol açmıştır. Ev dekorasyonu sektöründe en büyük daralma mobilyalarda görülmüştür. Pazar daralması halı ve diğer yer kaplamalarında ve ev tekstilinde olmuştur.

Yukarıda da değinildiği üzere, küresel krizin ortaya çıktığı ülke olarak ABD, tüm sektörlerde olduğu gibi ev tekstili sektöründe de daralma yaşamış, buna bağlı olarak ev tekstili ithalatında da düşüş görülmüştür. ABD'nin toplam ev tekstili ithalatı 2009 yılı itibarıyla 5,6 milyar Dolar civarında

gerçekleştiğini bu rakam öncesi yıla göre ithalatta %22,9'lık artışa sebep olmuştur.

ABD'nin ev tekstili ithalatında yatak çarşafı, masa örtüleri, tuvalet ve mutfak bezleri yaklaşık %71 ile en büyük paya sahiptir. Bu ürünlerin tedarikinde üç önemli ülke Çin, Hindistan ve Pakistan bulunmaktadır. Dördüncü sırada ise Türkiye yer almaktadır.

ABD'nin ev tekstili ithalatında ikinci sırayı perdeler ve iç storlar almaktadır. Ülkeye perde tedarik eden birinci sıradaki ithalatçı Çin'dir. Çin'i Meksika, Pakistan, Hindistan ve Türkiye takip etmektedir. Meksika ve Pakistan'ın krize rağmen pazardaki paylarını artırmaya devam ettikleri görülmektedir.

ABD'nin ev tekstili ithalatında diğer önemli kalem ise yatak örtüleri ve diğer mefruşat eşyasıdır. Bu ürünlerde en önemli tedarikçi Çin'dir. Çin'i Hindistan, Pakistan, Meksika, Portekiz ve Türkiye takip etmektedir.

Gemi İnşa Sanayi

ABD'nin yat-tekne ithalatı 2009 yılında 804 milyon Dolar olmuştur. Ülkenin, dünya toplam ithalatındaki payı %8,7'dir. ABD ithalatın %32'sini Kanada'dan, %15'ini Tayvan ve %9'unu Çin'den gerçekleştirmiştir. İtalya ve İngiltere diğer önemli tedarikçilerdir. 2008-2009 döneminde Türkiye'nin ABD'ye yaptığı ihracat %14 artış gösterirken; ABD'nin dünyadan ithalatı %16 azalmıştır. 2009 yılında Türkiye, ABD'ye 51 milyon Dolar'lık yat ihracatı gerçekleştirmiştir. İhraç edilen ürünler arasında 890392 GTİP No'lu ürün ilk sırada yer almıştır. 2009 yılında ihracatımız %14,3 artmıştır.

ABD tarafından yat ithalatında uygulanan gümrük oranı MFN ülkeleri için %1,5-2,4 arasında değişirken Türkiye için %0 uygulanmaktadır.

Türkiye gemi inşa sanayi hızla gelişmektedir. Avrupa'da düşük tonajlı kimyasal tanker üretiminde üst sırada yer alan Türk gemi inşa sektörü, mega yat (boyu 25 metreden yüksek yat) üretiminde ise dünyada 4. sıradadır. Türkiye'nin yat üretimi ve ihracatındaki potansiyeli, ABD'nin dünyadaki önemli yat ithalatçılarından biri olması göz önünde bulundurulduğunda; ABD'nin pazar potansiyeli içerdiği düşünülmektedir.

Halı

ABD'de yer kaplamalarının %70'inde halı kullanılmaktadır. ABD dünyanın en büyük halı alıcısı konumundadır. 2009 yılında halı ve diğer yer kaplamalarında yaşanan pazar daralması %26'yı bulmuş olmasına rağmen, ABD hala 1,4 milyar Dolar'ın üzerinde halı ithalatıyla dünyadaki en büyük halı ithalatçısıdır.

Türkiye'nin el halısı ve kilim ihracatında ABD, Suudi Arabistan ve Irak ile birlikte en önemli pazar konumundadır.

Dünyanın en büyük halı pazarına sahip ABD'de ülkemiz Hindistan, Çin, Mısır, ve Kanada'dan sonra 5. tedarikçidir. Ülkemiz 2009 yılında ABD'ye 77,5 milyon Dolar'lık halı ve kilim ihracatı gerçekleştirmiştir. Pazardaki %5,4'lük payımızın mevcut potansiyelimizden çok geride olduğu düşünülmektedir.

Hazır Giyim

ABD dünyanın en büyük ve en rekabetçi hazır giyim pazarına sahiptir. Pazarın, üretim ve perakende satış değerlerine göre, 360 milyar Dolar'lık büyüklükte olduğu, pazarda satılan ürünlerin sadece %10'unun ABD'de üretildiği tahmin edilmektedir. Diğer taraftan ABD firmaları üretimlerini denizaşırı ülkelere kaydirdiği ve fabrikalarını kapattığı için hazır giyim sektöründe istihdam azalmaya devam etmektedir.

ABD'de gündelik giyim satış pazarı en büyük sektörlerden biridir. Bu sektörün başlıca ürünleri tişörtler, örme gömlekler, pamuklu pantolonlar ve kot pantolonlardır. Takım, ceket, gömlek, bluz, etek, pantolon, elbise vb. ürünlerin yer aldığı şık giyim sektöründe satışlar artış göstermektedir.

ABD'de satın almayı tetikleyen nedenler dört ana kategoriye ayrılmaktadır. Bunlar; bir ihtiyacı veya işlevi karşılama arzusu, bir akıma veya moda uyma arzusu, indirimden faydalanma arzusu ve çeşitli pazarlama çalışmalarının ve kampanyaların etkisi olarak sıralanmaktadır.

Amerikalılar rahat ve işlevsel kumaşları tercih etmektedir. Pamuklu ve yün şık pantolonların pazardaki payı artış göstermektedir. Organik tekstillerin payı küçük olmakla birlikte son yıllarda bu ürünlere olan talep artış göstermektedir. Kırışmayan ve leke tutmayan giyim ürünleri tüketiciler tarafından oldukça tercih edilmektedir. Diğer taraftan, ortalama Amerikalı tüketici ürünün menşesine, markasına veya özelliklerine fazla aldırış etmemektedir.

ABD hazır giyim dağıtımında çok katlı mağazalar, zincir mağazalar, büyük perakendeciler, uzman mağazalar, düşük fiyatlı perakendeciler, e-ticaret, doğrudan satış gibi kanallar mevcuttur. Nordstorm, Federated, Belk, Bloomingdale's ve Dillard's'ın da aralarında bulunduğu çok katlı mağazaların dağıtımdaki payı yaklaşık %40 civarında bulunmaktadır. JCPenney ve Sears gibi zincir mağazalar ülkenin her yerinde aynı yapıdadır ve çok katlı mağazalardan farklı olarak kendi markalarına sahiptir.

Wall-Mart, Kmart ve Target gibi mağazaların içerisinde bulunduğu büyük perakendeciler, düşük fiyatta ve çok çeşitli ürünü tek çatı altında bulmayı tercih eden tüketicileri hedeflemektedir. Abercrombie &

1965'ten bu yana giyim mağazaları pazarını yarıyağı 700'ine yakın daralmada çap ab rakamı ve moda ürünleri sergilemektedir.

Stein Mart, TJ Maxx ve Marshalls gibi düşük fiyatlı perakendeciler ise pazarın %25'lik payına sahip olup düşük gelirli tüketicilere cazip gelecek fiyat aralıklarında ürünler sergilemektedir.

ABD dünyanın en büyük hazır giyim ithalatçısıdır. ABD'nin hazır giyim ithalatı finansal krizin etkisiyle 2008 yılında ilk defa düşüş göstermiştir. Pazar 2009 yılında da daralmaya devam etmiştir. Ülkenin hazır giyim ithalatı % 12'lik kayıpla 76 milyar Dolar'dan 67 milyar Dolar'a gerilemiştir.

ABD'nin ülkeler bazında hazır giyim ithalatı incelendiğinde en önemli tedarikçinin %37 payla Çin olduğu görülmektedir. Çin pazardaki payını giderek artırmaktadır. İkinci sıradaki Vietnam'ın payı %7,7 civarındadır. Bu iki ülkeyi Endonezya ve Bangladeş takip etmektedir. Diğer başlıca tedarikçiler Meksika, Hindistan, Honduras, Kamboçya, Pakistan ve El Salvador'dur.

ABD'ye yönelik ihracatın %50'sini oluşturan tekstil ve hazır giyim sektöründe, artan rekabet ortamı da göz önünde bulundurularak, kısa vadede pamuk yanında yünlü, suni elyaf, keten, rami, ipek gibi alternatif elyaflardan mamul mallara; orta ve uzun vadede ise moda, marka ve katma değeri yüksek mallara yönelmelidir.

İlaç Sanayi

BİTKİSEL ALKOLOİDLER (gtip: 2939)

Dünyanın en büyük ilaç üreticilerine sahip olan ABD aynı zamanda dünyanın en büyük ilaç hammaddesi ithalatçısıdır. 2009 yılında ABD'nin bitkisel alkaloidler ithalatı 0,9 milyar Dolar olmuştur. Dünya bitkisel alkaloidler ithalatının en önemli kısmı ABD tarafından gerçekleştirilmekle birlikte 2009'da ülkenin ithalatı 2008 yılına göre % 65,4 oranında ciddi bir düşüş kaydetmiştir. Türkiye'nin bu ülkeye yönelik toplam bitkisel alkaloidler ithalatı ise 2009 yılında 34,3 milyon Dolar düzeyinde gerçekleşmiştir.

ABD'ye gerçekleştirdiğimiz bitkisel alkaloidler ihracatında ilk sırada kodein ve morfin bulunmaktadır. ABD'nin bitkisel alkaloidler ithalatında ise Türkiye yaklaşık %1,2 pay ile 4. sırada yer almaktadır. Pazardaki en önemli rakipler Almanya, Avusturya ve Çin'dir. Almanya, ABD'nin bitkisel alkaloidler ithalatının yaklaşık %90'ını gerçekleştirmektedir.

1965'ten bu yana ilaç hammaddesi üretimi yapılan Türkiye'de, 1971'den başlayarak fermantasyon yoluyla tetrasiklin oksitetrasiklin ve türevlerinin üretimi gerçekleşmiştir. Daha sonra ampisilin ve amoksisilin üretimine geçilmiştir. Günümüzde ise başlıca ağrı kesiciler antibiyotikler mide kalp ve damar hastalıklarında kullanılan etkin maddeler kodein, morfin gibi hammaddeler Türkiye'de üretilmektedir. Türkiye Afyon Alkaloidler Fabrikasında, dünya morfin üretiminin % 20'sini gerçekleştirmektedir.

İLAC (gtip: 3004)

Yüksek nüfusu ile dünyanın en büyük ilaç pazarı olan ABD, toplam dünya ilaç pazarının %48'ini oluşturmaktadır. Kişi başı ilaç harcaması 2009 yılında 1.141 Dolar olmuştur. Dünyanın en büyük ilaç üreticisi olan Pfizer, Merck ve Bristol-Myers Amerikan firmalarıdır.

ABD ilaç pazarının hacmi 2008 yılında 300 milyar Dolar'ın üzerine çıkmıştır. Ekonomik kriz, ilaç talebini olumsuz etkilemiş ve ilaç harcamaları % 2,5 gerilemiştir. Pazarın 2010 yılında % 4,4 büyümesi beklenmektedir. Ülkedeki ilaç ve tıbbi malzemeler harcamalarının 2015 yılında 450 milyar Dolar'a ulaşması beklenmektedir.

ABD dünyanın en büyük ilaç ithalatçısıdır ve 2009 yılı toplam ilaç ithalatı yaklaşık 45,4 milyar Dolar olmuştur. İlaç ithalatının yaklaşık %81'ini 3004 GTİP grubunda bulunan "Dozlandırılmış ve perakende hale getirilmiş ilaçlar" oluşturmaktadır. Perakende hale getirilmiş ilaç ithalatının yarısından fazlası başta İrlanda, İngiltere, Almanya ve Fransa olmak üzere AB ülkelerinden yapılmaktadır. AB ülkeleri dışındaki en önemli tedarikçi ülkeler ise Kanada, İsrail, İsviçre, Singapur ve Hindistan'dır. ABD'nin, AB ülkeleri dışındaki Kanada, İsrail, İsviçre, Singapur ve Hindistan'dan yapmış olduğu ithalat son beş yılda % 20'nin üzerinde büyüme göstermiştir. İsrail, Hindistan ve Singapur'dan yapılan ithalat ise sırasıyla %42, %57 ve %105 oranında artmıştır.

Türkiye'nin ABD'ye ilaç ihracatı 2009 yılında bir önceki yıla göre yaklaşık % 1 oranında artarak 2,8 milyon Dolar olmuştur. Türk ilaç sanayinin, dünyanın en yüksek standartlarına sahip ilaç pazarı olan ABD'ye mamul ürün ihracatında önemli gelişmeler yaşanmaktadır. Bu alandaki en önemli gelişme, Mustafa Nevzat firmasının üretim standardının Amerikan Gıda ve İlaç Kurumu'ndan (Food and Drug Administration-FDA) onay almasıdır.

Dünya ilaç sektörü uluslararası rekabetin yoğun olduğu bir sektördür ve çokuluslu firmalar dünya pazarında önemli etkinliğe sahiptir. Bu nedenle dış pazarlara açılabilmesi için önemli potansiyele sahip olan ilaç sektörü ihracatının uzun vadeli ve kalıcı bir yapıya kavuşturulabilmesi için, özellikle ilaç, ilaç ham ve katkı maddelerinde ABD gibi gelişmiş ve ekonomik gücü yüksek olan pazarlara daha çok önem verilmesi gerekmektedir.

İnşaat Malzemeleri

Türkiye'de 2009 yılı sonu itibarıyla 47'si entegre, 17'si öğütme olmak üzere toplam 64 çimento fabrikası bulunmakta olup, Türk çimento sektöründe 9,6 bin'den fazla kişi çalışmaktadır. 2009 yılı

güçlenmiş üretimi temsil eden 1,2 milyar dolar değerindeki Avrupa çimento birliği'nin (CEMB) raporuna göre 2009 yılında Türkiye, Dünya'nın 5. büyük çimento üreticisi olmuştur. Türkiye, dünya çimento ihracatında birinci sıradadır. İhracat değeri 2009 yılında 1,2 milyar Dolar'a ulaşmıştır.

ABD çimento pazarı, önemli uluslararası şirketlerin hakimiyetindedir. Sektördeki en önemli beş üretici; Holcim, Lafarge, HeidelbergCement, Cemex ve Buzzi Unicem'dir. Bu firmalardan Holcim, Lafarge ve HeidelbergCement firmaları aynı zamanda Kanada pazarında da lider durumdadır. Kaliforniya, Florida ve Teksas, çimento tüketiminin en fazla olduğu eyaletlerdir. Bu bölgelerdeki talep, Amerikan pazarındaki talebin üçte birini oluşturmaktadır. Ekonomik krizden Florida en fazla etkilenen eyalet olurken; Teksas en az etkilenen bölge olmuştur. Arizona ve Nevada eyaletleri resesyon yüzünden sıkıntı yaşarken; Kaliforniya'daki çimento üreticileri de etkilenmiştir. 2008 yılı sonunda etkisini gösteren global ekonomik kriz ABD ekonomisinde büyük dalgalanma yaratmış ve inşaat sektöründe talebin azalmasına neden olmuştur. İnşaat sektöründe düşüş özellikle konut inşasında görülmüş ve çimentoya olan talep de azalmıştır.

2009 yılında ABD, 614 Dolar'lık çimento ithalatı yapmıştır. Türkiye'nin ABD'ye çimento ihracatı 2009 yılında 4,7 milyon Dolar olmuştur. İhracat bir önceki yıla göre % 36 azalma gösterirken; ABD'nin dünyadan gerçekleştirdiği ithalat % 40 azalmıştır. Türkiye'nin ABD'ye ihrac ettiği ürünler arasında 252321 GTIP numarasında yer alan ürün ilk sırada yer almıştır. ABD, 2009 yılında ithalatının yaklaşık %66'sını Kanada, Güney Kore ve Kolombiya'dan gerçekleştirmiştir. Çimento ithalatı yapılan diğer önemli ülkeler; Çin ve Meksika olmuştur.

ABD çimento ithalatında, Türkiye ve MFN ülkelerine gümrük vergisi uygulamamaktadır.

ABD inşaat sektörünün ekonomik krizden çok fazla etkilenmesi ve dolaylı olarak çimento ithalatında düşüşe sebep olsa da ABD pazarının büyüklüğü göz ardı edilemez. Krizin etkilerinin 2010 yılında azalacağı yönündeki beklentiler ve Türkiye'nin dünya çimento ihracatındaki yeri düşünüldüğünde ABD pazarının Türk firmaları için potansiyel arz etmeye devam etmesi beklenmektedir.

İş ve Maden Makineleri

ABD'nin 2009 yılında gerçekleştirdiği inşaat ve maden makineleri ithalatında öne çıkan ürün grupları kaldırma, istifleme, yükleme boşaltma makineleri; toprak, maden, cevher taşıma, ayırma, seçme makineleri ile aksam ve parçalarıdır. ABD 2009 yılında 4 milyar Dolar değerinde inşaat ve maden makinesi aksam ve parçası, yaklaşık 2 milyar Dolar değerinde kaldırma, istifleme, yükleme boşaltma makineleri, 0,7 milyar Dolar değerinde toprak, maden, cevher taşıma, ayırma, seçme makineleri ithal etmiştir. ABD'nin inşaat ve maden makinesi ithalatı 2009 yılında küresel ekonomik krizin inşaat sektöründeki olumsuz etkilerine bağlı olarak düşüş kaydetmiştir.

ABD'nin en fazla inşaat ve maden makinesi ithalatı gerçekleştirdiği ülkeler Kanada, Japonya, Almanya, Çin, Meksika gibi ülkelerdir.

ABD'de düzenlenen inşaat ve maden makineleri ile ilgili kamu ihalelerine dair bilgi almak için www.governmentbids.com internet adresi ziyaret edilebilir.

Kimya Sanayi

Soda Sanayi A.Ş.,-Kromsan Türkiye'nin en önemli krom kimyasalları üreticisidir. Firmanın ürettiği krom kimyasalları sodyum bikromat, kromik asit ve deri kimyasallarıdır. Sodyum bikromat, krom kimyasallarının ana çıkış maddesidir. Krom kimyasalları, metal kaplama, deri tabaklama, boya maddeleri (pigment), seramikler, parlaticı gereçler, katalizör, boyalar, konserve kutulama, su işleme, temizleme, sondaj çamuru ve diğer birçok alanda kullanılmaktadır.

ABD, 2009 yılında 29,1 milyon Dolar'lık krom oksitleri ve hidrositleri ithalatı gerçekleştirmiştir. Dünya ithalatında ABD'nin payı %9 olup; 2004-2008 yılları arasında ithalatta ortalama %6 artış görülmüştür. 2007-2008 yılları arasında ithalatta görülen artış oranı %22 iken; Türkiye'nin ABD'ye ihracatı %36 oranında artmıştır. Türkiye, 2009 yılında %39'luk pazar payı ile ithalat yapılan en önemli ülke olmuştur. Türkiye'yi, Çin (% 24), Kazakistan (% 17), Almanya(% 5) ve İngiltere (% 5) izlemiştir.

Türkiye'nin ABD'ye krom oksitleri ihracatı 12 milyon olarak gerçekleşmiştir. İhracatta öne çıkan ürün grubu 281910 GTIP numarasında yer alan "Krom trioksit" olmuştur. 2009 yılında Türkiye'nin ABD'ye gerçekleştirdiği ihracat %17 azalarak ve 10,3 milyon Dolar düzeyinde gerçekleşmiştir.

ABD tarafından krom kimyasalları ithalatında MFN ülkelerine % 0-3,7 oranında gümrük vergisi uygulanmaktadır.

ABD'nin ithalatındaki artış, Türkiye'nin krom kimyasalları konusundaki potansiyeli ve krom kimyasallarının geniş kullanım alanı göz önüne alındığında ABD pazarının önemini koruyacağı düşünülmektedir.

Kozmetik ve Kişisel Bakım Ürünleri

ABD kozmetik ve kişisel ürünleri pazarı 2004-2009 yılları arasında yılda % 8 oranında büyüyerek 2009 yılında 59 milyar Dolar'lık bir büyüklüğe ulaşmıştır. Bununla beraber, pazarda yaşanan ekonomik kriz nedeniyle tüketicilerin kozmetik ve kişisel bakım ürünleri harcamalarında kısıtlamaya gidecekleri ve bu nedenle önümüzdeki beş yıllık süreçte (2009-2014) bu pazarın herhangi bir büyüme kaydetmeden 59 milyar Dolar büyüklüğünde kalacağı tahmin edilmektedir.

Bununla birlikte bebek bakım ürünleri, renkli kozmetikler, deodorantlar, erkek tıraş ve bakım ürünleri, ağız sağlığı ürünleri, cilt bakım ürünleri, güneş ürünleri, bakım kitleri/setlerinde artışın devam edeceği ve 2009-2014 süresinde söz konusu ürünlerde sırasıyla toplam %2,9, %1,3, %2, %1,2, %0,5, %2,6; %7 ve %3,1 oranında artış gerçekleşeceği beklenmektedir. Ayrıca son yıllarda kozmetik tüketicilerinin doğal ve organik ürünlere olan ilgileri artmıştır. Bu ürünlerin pazardaki payları halen çok küçük olmasına rağmen özellikle genç tüketicilerin ilgisinin devam edeceği düşünülmektedir.

Pazarda birçok firma hem üretim yapmakta hem de pazarlama faaliyetleri göstermektedir. 300 milyon nüfusa sahip olan ABD'de, kozmetik ve kişisel bakım ürünleri pazarında çok büyük bir rekabet vardır. Sektörde rekabet eden 20 bin civarında marka mevcuttur. Amerikalı markalar kozmetik pazarının %90'ını oluşturmaktadır.

L'Oréal USA Inc, Procter & Gamble Co, Estée Lauder Cos Inc, Unilever Home & Personal Care USA, and Johnson & Johnson Consumer Products Inc pazarda hakim durumda olan başlıca beş firmadır. Söz konusu beş firmanın pazardaki toplam payı 2009'da %40 olmuştur. 2009 yılında Procter & Gamble ve Unilever pazar payı elde ederken, L'Oréal and Estée Lauder pazarda pay kaybetmiştir. Johnson & Johnson's payı ise sabit kalmıştır.

ABD kozmetik ve kişisel bakım ürünleri ithalatı 2009 yılında toplam 5,3 milyar Dolar olmuştur. İthalat önceki yıla göre %13,1 oranında gerilemiştir. Kozmetik ve kişisel bakım ürünleri ithalatının yaklaşık %36'sını güzellik ve makyaj müstahzarları, %26'sını parfümler ve tuvalet suları, %11'ini saç bakım ürünleri, %11'ini tıraş ürünleri ve deodorantlar ve %6'sını ise ağız ve diş bakım ürünleri oluşturmaktadır.

ABD kozmetik sanayinde en iyi fırsatların yaşanmayı geciktirici cilt bakım ürünleri, güneş kremleri, kırk yaş üzeri kadınlar için özel formüle edilmiş ürünler, çalışan kadınlar için zamandan tasarruf etmeyi sağlayan kozmetik ürünlerde olması beklenmektedir.

Kumaş

ABD gelişmiş bir tekstil sanayisine sahiptir. Tekstil sanayisi için ihtiyaç duyduğu bazı iplik ve kumaşların ithalatını yapmaktadır. Türkiye'den en çok suni ve sentetik iplik almaktadır. Ülkemiz 2009 yılında ABD'ye 70,3 milyon Dolar'lık iplik ve kumaş ihracatı gerçekleştirmiştir. ABD'nin 2009 yılı iplik ve kumaş ithalatı ise 1,8 milyar Dolar'dır.

Pazardaki en önemli tedarikçi Kanada'dır. Kanada'yı Çin, Meksika, Güney Kore, Hollanda, Hindistan ve Türkiye takip etmektedir.

Mobilya

ABD'nin, toplam mobilya ithalatı 2009 yılı itibarı ile 24,7 milyar Dolar olup; bunun 13,5 milyar Dolar'lık kısmını GTİP 9403 pozisyonunda yer alan diğer mobilyalar, 11,2 milyar Dolar'lık kısmını GTİP 9401 pozisyonunda yer alan oturmaya mahsus mobilyalar oluşturmaktadır.

2004-2008 yılları arasında, ABD'nin diğer mobilyalar ithalatı yıllık ortalama %2 oranında artmış olmakla birlikte 2009 yılında bir önceki yıla göre %25 azalma gerçekleşmiştir. Türkiye'nin 2009 yılında dünyaya diğer mobilyalar ihracatı 630 milyon Dolar olup; ihracatın %0,6'lık kısmı ABD pazarına gerçekleştirilmiş ve ihracat bir önceki yıla göre %22 gerilemiştir.

2004-2008 yılları arasında, ABD'nin oturmaya mahsus mobilya ithalatı yıllık ortalama %4 oranında artmış, 2009 yılında ise bir önceki yıla göre %21 azalma gerçekleşmiştir. Türkiye'nin 2009 yılı oturmaya mahsus mobilya toplam ihracatı 459 milyon Dolar olup; ihracatın %3'ü ABD pazarına gerçekleştirilmiştir. Ancak ihracatın bir önceki yıla göre %12 azaldığı görülmektedir.

ABD pazarında, özellikle gelişmekte olan ülkelere yapılan mobilya ithalatındaki artış fiyatların düşmesine neden olurken, ABD'li üreticiler düşük maliyetler nedeniyle üretim tesislerini başka ülkelere taşımaya başlamışlardır. Bu durum 2000'li yıllarda ülkedeki çok sayıda mobilya firmasının kapanmasına yol açmıştır. ABD mobilya üreticileri arasında en fazla ev mobilyası sektörü rekabete dayanamamış, ofis mobilyası ve mutfak mobilyası sektörleri yabancı firmaların rekabetine karşı durabilmişlerdir. Pazardaki ABD'li küçük ve orta ölçekli mobilya üreticileri niş pazarlar için özellikli üretim yapmaları, küçük talepleri çok kısa sürede karşılayabilmeleri, üründe istenilen değişiklikleri yapacak esnek bir yapıya sahip olmaları nedeniyle denizaşırı üreticiler ile rekabet edebilmişlerdir.

ABD pazarında, Çin yaklaşık %51'e ulaşan pazar payıyla en büyük tedarikçidir. Meksika, Kanada, Vietnam, Malezya ise pazardaki diğer önemli tedarikçilerdir.

ABD mobilya, döşemelik ürünler ve yer kaplamaları pazarı 2008-2009 döneminde ülkedeki ekonomik kriz ortamı nedeni ile küçülen müteahhitlik ve gayri menkul piyasasına bağlı olarak daralmıştır. Pazardaki tüketim harcamalarının 2010 yılından itibaren yeniden artış eğilimi göstermesi beklenmektedir.

ABD pazarında, tüketicilerin daha büyük evlere sahip olma yönündeki eğilimlerinin artması mobilya, yer kaplamaları ve döşemelik ürünlere talebi artırmıştır. Bunun yanında modayı yakından takip etme eğilimi de satışları artırmaktadır. 2000'li yıllar süresince pek çok tüketici, özellikle gelir düzeyi yüksek olan kesim giyim eşyası ve ayakkabı alır gibi mobilya satın almaya başlamıştır. Bu nedenle tanınmış hazır giyim firmaları, örneğin Armani, kendi markasıyla mobilya ve döşemelik ürünler üretmeye başlamıştır. Bu durum mobilyayı daha sık satın alınan, moda göre sık değiştirilen ürünler arasına

sokılmaya başlamıştır. IKEA gibi düşük maliyetli perakendecilerin daha çok talep görmesi bu nedendir.

2007 yılından sonra mobilya ve döşemelik ürünlerin dağıtım kanalları, ABD emlak piyasasında yaşanan çöküşten büyük zarar görmüş ve 2008 yılında, sektördeki perakende satışlar sadece % 7 oranında büyümüştür.

ABD’de ev döşemelik ürünlerinin çoğu mobilya ve döşemelik ürünler üzerine uzmanlaşmış dağıtım kanalları yoluyla pazara girmekte olup; satışların % 57’si bu şekilde yapılmaktadır. Her çeşit ürünü satan perakendeciler ise ucuz ve denizaşırı ülkelerde üretilmiş mobilya ürünlerini satmaktadır.

Mobilya ve döşemelik ürünler satışlarının %20’si önde gelen büyük perakendeciler tarafından gerçekleştirilmektedir. Diğer taraftan mobilya ve döşemelik ürünler satan çok sayıda bağımsız perakendeci aynı zamanda Wal-Mart, Target ve Sears gibi büyük çaplı ticari perakendeciler, yapı marketleri ve hırdavat mağazalarıyla da rekabet etmek durumundadır. 2007 yılında, en büyük department store olan Marc’s, ev ve döşemelik ürünlerde daha üst kesime hizmet vermek üzere Martha Stewart ile ortaklık anlaşması yapmıştır.

Bed Bath and Beyond, en büyük perakende zincir olup; perakende satışlarını artırmayı devam ettirmiştir ve kendi adıyla mağazalar açarak büyümektedir. IKEA, sektördeki ikinci büyük perakendecidir. IKEA modern ve farklı tasarımlarıyla tanınırken, çok iyi tanıtım kampanyaları ve açılışlarla yeni mağazalar açmakta ve müşterilere ulaşmaktadır. Geleneksel mobilya üreten çok sayıda üretici ise kendi perakende zincirlerini açmaktadır.

Gelecekte ABD mobilya ve döşemelik ürünler sektörünü etkileyecek en önemli eğilim online pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinin pazarın büyümesine yol açmasıdır. Bu nedenle giderek daha fazla sayıda firma online mağazalarını geliştirmektedir. Buna Virginia’da yerleşik La Difference mağazasını gösteren 360 derecelik video turu örnek olarak gösterilebilir.

Diğer taraftan pazarda genellikle aileler geniş ebatlı konutlarda ikamet etmekte olduğundan ve ABD nüfusunun fiziksel yapısı gereği büyük, rahat mobilyalar ve koltuklar tercih edilmektedir.

Pazarda Hispanik tüketicilerin satın alma eğilimlerinde bir artış gözlenmektedir.

Pazarda Latin Amerikalı ve Kübalı tasarımcıların etnik tasarımları ilgi görmektedir. Bununla birlikte gelecek yıllarda daha fazla sayıda Asya ve Ortadoğu ürününün pazarda görülmesi beklenmektedir.

Küresel kriz sonrası dönemde mobilya pazarında %9,3’lük bir daralma yaşanmasına rağmen ABD’nin mobilya ithalatının 2010 ve ondan sonraki beş yıl içinde de artarak devam etmesi beklenmektedir. Yerel metal mobilya üreticileri ABD’nin çevre ile ilgili düzenlemeleri nedeniyle çok büyük zorluklar içindedir. Halen ahşap ev mobilyası ithalatı pazarın %68’ini oluştururken, 2012 yılında pazarın %75’e ulaşması beklenmektedir. Döşemeli mobilya ithalatı halen pazarın %30’nu oluştururken, bunun önemli kısmı deri kaplı mobilyalar olup, bu grubun 2012 yılında mobilya ithalatının %36’sını oluşturacağı tahmin edilmektedir.

ABD’ye mobilya ithalatında gümrük vergileri Türkiye ve MFN ülkeleri için sıfırdır.

Otomotiv Ana ve Yan Sanayi

ABD otomotiv sanayi Michigan, Ohio ve Illinois eyaletlerinde yerleşmiştir. Yeni Japon yatırımlarının gelmesiyle montaj hatları ülkenin daha da güneyine kaymıştır. Japon, Alman ve Kore oto ve oto yedek parçası üretim şirketlerinin yaptığı son yatırımlar daha güneyde olan Güney Carolina, Alabama ve Mississippi’de gerçekleştirilmiştir. ABD oto sanayi ve orijinal ekipman parça sanayi ise ABD’nin doğusunda üç ana bölgede yatırımlarını gerçekleştirmişlerdir.

ABD otomotiv sanayisinin üç büyükleri (GM, Ford, Chrysler) Detroit ve Michigan çevresinde büyümüş ve gelişmiştir. Üç büyüklerin ana satış ve mühendislik ofisleri Detroit bölgesinde olduğundan, Volkswagen ve Japon üreticiler ABD’ye geldiklerinde aynı bölgede yoğunlaşmışlardır. Sadece Honda satış ve mühendislik hizmetlerini, üretimini gerçekleştirdiği Ohio’da kurmuştur.

Toyota’nın Kentucky ve Indiana’da montaj üssü kurmasından sonra oto üreticileri satış bölümlerini Kentucky’ye kaydırmış, ancak mühendislik hizmetlerini Michigan’da kurmuştur.

ABD ticari araç pazarında en dikkat çekici nokta toplam araç parkının önemli bir oranını pikaplar ve spor araçlarını da (SUVs) içeren hafif ticari araçların oluşturmasıdır. Ticari araçlar ABD toplam araç parkının % 47’sini, binek otomobiller ise % 53’ünü oluşturmaktadır. Pikaplar ve spor araçlarda (SUVs) araç parkının büyüklüğünün nedeni, bu araçların genelde binek olarak kullanılmamasından kaynaklanmaktadır ve bu araçlar toplam hafif ticari araç satışının % 50’sini oluşturmaktadır.

Dünyanın en büyük araç pazarı ABD’dedir. Ancak 2008 yılında ABD’de de yaşanan küresel kriz nedeniyle araç satışlarında azalma meydana gelmiştir.

ABD pazarında minivanları, pikapları ve popüler spor arabaları içeren geniş özel binek araçlara olan talep fazladır. Bu araçlar, ticari araç pazarında büyük pay sahibidirler. Ticari araç Ford ve Chevrolet 1 milyon adedin üzerinde araç satışıyla liderdir. Binek otomobil pazarında ise Japon üreticiler Toyota 1 milyon adet, Honda 794 bin adet araç satışıyla lider konumdadırlar.

ABD araç üretimi 2008 yılında bir önceki yıla göre % 33 azalarak 8,7 milyon adet olmuştur. Söz konusu azalışın 2009 yılında da devam edeceği ve toplam araç üretiminin 5,8 milyon adet olacağı tahmin edilmektedir. Büyük kapasitelere sahip GM, Ford ve Daimler Chrysler, üretimlerini ve operasyonlarını yeniden yapılandırmaya başlamışlardır. Bu firmalar, fabrikalarını kapatarak yeni gelişen ve üretim maliyetlerinin düşük olduğu Çin, Hindistan, Rusya Federasyonu gibi ülkelere yatırım yapmak

Amerikan firmaları oto yan sanayi ürünü tedarikinde dünyada en büyük paya sahip olup, ABD oto yan sanayi dünya çapında en gelişmiş sektördür. Önceden General Motors'a ait olan Delphi Otomotiv Sistemleri firması ile daha önceden Ford'a ait olan Visteon firması 2004 yılında dünyanın en büyük oto yedek parça tedarikçileri olmuşlardır. Otomotiv sanayindeki gelirlerine göre sıralandığında birçok Amerikan şirketi dünya çapında ilk 10 firma arasında gelmektedir. Fakat ABD'deki otomotiv üreticilerinin üretimi azaltması, artan işçilik maliyetleri ve yükselen ürün fiyatları nedeniyle bazı oto yedek üreticisi firmalar ekonomik açıdan zorlanmaya başlamışlardır.

Günümüzde ABD'de yaklaşık olarak 250 milyon binek otomobil ve ticari araç kullanımdadır. Bu araçlar çeşitli bakım veya bakımsızlık düzeylerine sahiptirler. ABD'de otomobillerin ortalama yaşı 8,1 yıl, ticari araçlarınki ise 6,8 yıldır. Bunun anlamı; otomobillerin yarısı 8,1 yılı, ticari araçların yarısı da 6,8 yılı aşkın süredir kullanımdadır. Bir araç ne kadar yaşlıysa o kadar çok yedek parçaya ihtiyaç duyacağı aşikardır.

ABD'nin dünyadan oto ana sanayi ithalatı 2009 yılında bir önceki yıla göre %34 azalarak 96 milyar Dolar olmuştur. İthalatında başlıca ülkeler Japonya, Kanada, Meksika, Almanya ve Güney Kore'dir. Ana sanayi ithalatında birinci sırada binek otomobil yer almaktadır. Binek otomobil ithalatı 2009 yılında 82,2 milyar Dolar olarak gerçekleşmiştir.

Diğer taraftan ABD bir tarım ülkesi olup, dünyada en fazla tarım ürünü ihracatı gerçekleştiren ülkelerin başında gelmektedir. ABD'nin traktör ithalatı 2009 yılında 4,4 milyar Dolar olarak gerçekleşmiştir. İthalatında başlıca ülkeler Meksika, Japonya, Kanada, Almanya ve İngiltere'dir.

Türkiye'nin ABD'ye olan oto ana sanayi ihracatı, 2009 yılında bir önceki yıla göre %34 artarak 475 milyon Dolar olarak gerçekleşmiştir. Bu artış 8703 grubunda yer alan otomobiller ve steysin vagonlardan ve 8701 grubunda yer alan traktörlerden kaynaklanmıştır.

ABD'nin yan sanayi ithalatı 2009 yılında bir önceki yıla göre %26 azalarak 69 milyar Dolar olmuştur. İthalatında başlıca ülkeler Meksika, Japonya, Kanada, Çin ve Almanya'dır.

En fazla ithal ettiği yan sanayi ürünleri 8708 grubunda yer alan akslar, diğer aksam ve parçalar, vites kutuları, tekerlek ve aksamı, frenler, amortisörler ve karoseri aksamıdır. ABD'nin 8708 grubunda yer alan yan sanayi ithalatı 2009 yılında krizden etkilenerek %29 azalmış ve 30 milyar Dolar olarak gerçekleşmiştir. İthalatında başlıca ülkeler Meksika, Kanada, Japonya, Çin ve Almanya'dır.

Türkiye'den ABD'ye oto yan sanayi ihracatı 2008 yılında bir önceki yıla göre %33 düşüşle 95 milyon Dolar olmuştur.

Otomotiv sektöründe 2010 yılında ABD pazarında canlanma görüleceği tahmin edilmektedir. Bu çerçevede ABD'ye olan oto yan sanayi ihracatımızın eskisi gibi artış eğilimine geçmesi beklenmektedir. Otomotiv yan sanayinin özellikle far, balata, akü, ses ve ışık düzenleri, aksesuar, oto döşeme gibi ürünlerde ihracatı şanslı olmakla birlikte önümüzdeki dönemde modern ve yeni teknolojili arabalar için üretilen yüksek teknolojili parçalarda (kompüter chip, hava yastığı ve diğer güvenlik sistemleri gibi) uzmanlaşmaya ağırlık verilmelidir.

Petrol Ürünleri

Petrol rafinerilerinin ana ürünleri, petrokimyasal ürünler, asfalt, mazot, fuel oil, benzin, gaz yağı, sıvılaştırılmış petrol gazı, kayağandırıcı maddeler, parafin ve katrandır. Tüpraş Türkiye'de petrol ürünleri üretimi konusunda tek üretici olup; Türkiye genelinde 36 çeşit petrol ürününün tedarikini yapmaktadır. Tüpraş yıllık 28,1 milyon tonluk rafinaj ve 50 bin tonluk petrokimya kapasitesine sahiptir.

ABD petrol rezervleri açısından dünya sıralamasında 12. sırada yer almaktadır. Ham petrol üretimi yapılan bölgeler; Meksika Körfezi, Teksas, Alaska ve Kaliforniya'dır. Yurtiçi üretim, yeterli olmadığından ithalat da yapılmaktadır.

ABD'nin toplam petrol ürünleri ve yağları ithalatı 2009 yılında 55 milyar Dolar olmuştur. ABD, ithalatın yaklaşık %40'ını Kanada, Rusya ve İngiltere'den yapmaktadır. Hollanda ve Meksika diğer önemli tedarikçilerdir.

2008-2009 döneminde Türkiye'nin ABD'ye yaptığı ihracat %80; ABD'nin dünyadan gerçekleştirdiği ithalat %40 oranında daralmıştır.

ABD tarafından petrol ürünleri ve yağlarında uygulanan gümrük oranı varil ve kg değerlerine göre farklılık göstermektedir. Türkiye 27101935-27101940-27109932 GTİP No'lu ürünlerde GTS kapsamındadır.

Sofra ve Mutfak Eşyaları

Ülkemiz 2009 yılında ABD'ye 23,9 milyon Dolar'lık cam mutfak eşyası ihracatı gerçekleştirmiştir. Diğer yandan, 2009 yılında ABD 692 milyon Dolar'lık cam mutfak eşyası ithal etmiştir.

ABD mutfak eşyası sektöründe ülkemize cam ve porselen mutfak eşyalarında GTS kapsamında %0 gümrük uygularken, plastik mutfak eşyasında %3,1-6,5 arasında, alüminyum mutfak eşyalarında ise %3,1-3,8 arasında gümrük vergisi uygulamaktadır. NAFTA çerçevesinde ABD, Meksika ve Kanada'ya %0 gümrük vergisi uygulamaktadır. Diğer taraftan, ABD STA anlaşması yaptığı ülkelere de (Kosta Rika, Dominik Cumhuriyeti, Guatemala, Honduras, Nikaragua, El Salvador, Avustralya, Bahreyn, Şili, İsrail,

Urdün, Fas, Umman, Peru, Singapur) bu ürün grubunda 0 gümrük uygularken diğer ülkelere cam mutfak eşyasında %3-38, plastikte %3,1-6,5, porselen mutfak eşyasında %6-26 ve alüminyum mutfak eşyasında %3,1-3,8 arasında gümrük vergisi uygulamaktadır.

Türk Cam sanayi son yıllarda kazandığı teknoloji seviyesi, kapasitesi, tecrübesi ve pazarda oluşturduğu müşteri ilişkileri ile ABD pazarında rekabet şansı en yüksek sektörlerden birisi olup, ayna, cam ev eşyası, aksesuar, cam kaplar ve muhafazalar ihrac şansı yüksek ürünlerdir.

Takım Tezgahları

Takım tezgahları, metalleri çeşitli yollarla işleyen ve imalat sanayinin ana girdilerinden birini oluşturan makine ve ekipmanlardır. Sektörün ürünleri başlıca iki kategoriye ayrılmaktadır: Talaşlı İşleme Tezgâhları ve Metal Şekillendirme Tezgâhları.

Talaşlı işleme tezgahları arasında yer alan başlıca ürünler, lazer, foton, ultrasonik, elektro-erozyon yöntemiyle maddeleri aşındırarak işleyen makineler; metal işleme merkezleri, tek ve çok istasyonlu tezgahlar; torna tezgâhları; delme, freze, rayba tezgâhları; bileme, taşlama, cilama tezgâhları; dişli, yiv vb. açma ve testere ve broş tezgâhları olarak sıralanmaktadır.

Metal şekillendirme tezgahları ise, metalleri kesme, dövme, katlama, kavislendirme vb. yoluyla işleyen makine ve presler; çubuk, profil, boru tel çekme tezgahları, vida, civata ve tel işleme makineleridir.

Diğer tezgahlar ise taş, beton, seramik, soğuk cam, beton işleyen makineler, testere, cilama vb. makineleri; ağaç, mantar, seramik, sert plastik ve kauçuk işleyen makineler (testere, kalıp-freze makineleri, parlatma-taşlama makineleri, bükme-birleştirme makineleri, delik açma-zıvanalama makineleri, yarma-dilme-yapraklama makineleri) ve takım tezgahlarının aksam ve parçalarıdır.

ABD'nin takım tezgahları ithalatı 2009'da bir önceki yıla göre %44,2 azalarak 4,8 milyar Dolar olmuştur. İthalatta ilk beş ülke Japonya, Almanya, Kanada, Çin ve İtalya olarak sıralanmaktadır.

Türkiye'nin ABD'ye takım tezgahları ihracatı 2009 yılında bir önceki yıla göre % 14 azalarak 12,1 milyon Dolar'a gerilemiştir. İhracatta başlıca alt ürünler şunlardır:

- Metal şekillendirme-kesme makine ve presleri (GTİP: 8462): 9 milyon \$
- Metalleri talaş kaldırarak işleyen makineli aletler-tezgahlar (GTİP: 8459) : 0,7 milyon \$
- Takım tezgahlarının aksam ve parçaları (GTİP: 8466): 0,6 milyon \$
- (84.56-84.65)deki makinelerin aksam-parçaları (GTİP: 8466): 0,6 milyon \$
- Maddenin aşındırılarak işlenmesine mahsus makineler (GTİP: 8456): 0,5 milyon \$
- Çapak, pürüz temizleme, bileme, taşlama vb. için makineler (GTİP: 8460): 0,4 milyon \$

Metal şekillendirme-kesme makine ve presleri (GTİP: 8462)

ABD 2009 yılında 450 milyon Dolar değerinde 8462 GTİP No'lu "Metal şekillendirme-kesme makine ve presleri" ithalatı yapmıştır. 2009 yılında ithalat %64 azalmıştır. İthalatta ilk beş ülke İtalya, Almanya, Japonya, Kanada ve Çin'dir.

Türkiye, 2009 yılında ABD'ye 9 milyon Dolar değerinde GTİP 8462 ihracatı gerçekleştirmiştir. İhracat değeri önceki yıla göre %8 azalmıştır.

ABD, takım tezgahları ithalatında MFN ilkesi kapsamında, %4,4 oranında gümrük vergisi uygulamaktadır. Türkiye GTS kapsamında, Kanada ise NAFTA'dan dolayı %0'lık gümrük oranından yararlanmaktadır.

Teknik Tekstiller

Dünyada teknik tekstil üretiminin önemini gün geçtikçe artırmaktadır. Fiyat ve kar marjının yüksek olması, emek yoğun üretim yerine sermaye ve teknoloji ağırlıklı üretim yönteminin ağırlık kazanması, kişi başı verimin yüksek olmasından dolayı ucuz işçiliğin avantajının kalmaması, teknik tekstilleri yeni cazibe alanı haline getirmektedir. GTİP 5603 içerisinde yer alan teknik tekstil ürünleri, tek kullanımlık ve uzun kullanımlık olmak üzere iki farklı amaç için üretilmektedir. Dokunmamış mensucatın tek kullanımlık alanları hijyenik ürünler, tıbbi ürünler ve filtrasyon ürünleridir. Uzun kullanımlık dokunmamış mensucat ise çeşitli sektörlerde ve kaplama malzemesi olarak kullanılmaktadır.

ABD'ye teknik tekstiller arasında yer alan dokunmamış mensucat ihracatımız 2008 yılında 10,8 milyon Dolar olmuştur. ABD'nin bu ürün grubunda başlıca tedarikçileri İsrail, Çin, Japonya, Kanada, Almanya, Meksika ve Brezilya'dır. Türkiye, pazardaki tedarikçiler arasında 13. sıradadır.

ABD bu ürün grubunda 2009 yılında gerçekleştirdiği 784 milyon Dolar'lık ithalatı ile Almanya'dan sonra en büyük ikinci ithalatçı olmuştur.

Söz konusu ürün grubunda 2009 yılı ihracatımızın yaklaşık %60'lık kısmını 560311 GTİP kodlu "Dokunabilir Sentetik/Suni Liften Dokunmamış Mensucat (m2 ağırlık: 25gr. ve az)" %23'lük kısmını ise 560312 GTİP kodlu "Dokunabilir Sentetik/Suni Liften Dokunmamış Mensucat (m2 ağırlık: 25-70gr.)", oluşturmaktadır

Firmalarımızın Ar-Ge ve teknolojiye ayırdıkları payları artırarak üretimlerini teknoloji yoğun alanlara kaydirmaları gelecekte ayakta kalmaları açısından büyük önem taşımaktadır.

Temizlik Maddeleri

ABD'nin sabun, duş jeli vb. temizlik maddeleri ithalatı 2009 yılı itibarı ile 510,8 milyon Dolar'dır. Ülkenin ithalatı bir önceki yıla göre % 9,4 oranında azalmıştır. ABD dünyada GTİP 3401 ürün grubunda dünyanın en büyük ithalatçısı iken, dünya ihracatında da 760,4 milyon Dolar ile Almanya'dan sonra ikinci sırada yer almaktadır. ABD'nin ihracatında ilk sırada % 37 pay ile 340111 GTİP numaralı "Tuvalet sabunları" bulunurken ithalatta ise % 43 ile 340130 GTİP numaralı "Perakende satışa hazır cilt yıkamak için sıvı/kremler" yer almaktadır.

Türkiye'nin ABD'ye sabun ihracatı ise 2009 yılında 2008 yılına göre % 55,4 artış kaydederek 11,5 milyon Dolar düzeyinde gerçekleşmiştir. Türkiye, 2009 yılında ABD'nin sabun ithalatında % 2,3'lük payı ile 7. sırada yer almaktadır. Ülkemiz pazar payını giderek artırmaktadır. 2008 yılında Türkiye'nin pazardaki sıralaması 10 olmuştur.

ABD'ye yönelik sabun ihracatımızın %82,4'ünü diğer şekillerdeki sabunlar oluşturmaktadır. Pazardaki önemli tedarikçiler ise; Kanada, Çin, Fransa, Meksika, Almanya ve İngiltere'dir.

ABD'nin gelişmiş bir sabun sanayi vardır. Sektörde ABD merkezli uluslararası firmalar bulunmaktadır. Ülkenin kalıp sabun ve duş jeli gibi ürünleri kapsayan banyo ve duş ürünleri pazarının büyüklüğü 2009 yılında bir önceki yıla göre %2,5 oranında büyüyerek 5,3 milyar Dolar'a ulaşmıştır.

2010-2012 yılları arasında pazarda daralma öngörülmektedir. 2013'ten itibaren pazardaki satışların yeniden artmaya başlaması beklenmektedir. Pazar büyüklüğünün 2014 yılı itibarı ile 5,2 milyar Dolar olacağı tahmin edilmektedir.

2009 yılında pazarın % 35,2'sini duş jelleri, % 29,4'ünü ise kalıp sabunlar oluşturmuştur. Amerikalılar fiyatı daha yüksek olduğu halde kalıp sabundan kullanımı daha kolay olan sıvı ürünlere doğru yönelmektedir. 2014 yılında duş jellerinin pazardaki payının %40'a yükselmesi, kalıp sabunların payının ise %29,2'ye gerilemesi beklenmektedir. Pazarda sıvı sabunların kalıp sabunlara nazaran daha hijyenik olarak kabul edilmeye başlanması da kalıp sabun pazarını daraltan etkenlerden biridir.

ABD sabun pazarında uluslararası birçok markaya ve firmaya rastlamak mümkündür. Pazarda 2009 yılı itibarı ile en yüksek paya sahip olan firma ise % 23 pazar payı ile Unilever'dir. Pazardaki diğer başlıca firmalar ve pazar payları ise şöyledir: The Dial Corp (% 10,2), Colgate-Palmolive Co (%9,9), Procter & Gamble (%8,9) ve Limited Brands (% 8,1)

ABD'de satılan ürünler çok çeşitli olup, doğal ürünlere olan talep de artmaktadır. Firmalar ürünlerinde antibakteriyel, nemlendirme oranı yüksek, güneşten koruma sağlama, peeling etkisi taşıyan vb. ekstra özellikler taşıyan yenilikleri müşterilerine sunmaya çalışmaktadır. Bu tip ürünlerin artması pazarın da olumlu yönde gelişmesini sağlamaktadır. Pazarda firmaların son dönemde üzerinde çalıştıkları diğer bir yenilik ise kişilerin daha rahat uyumasını sağlayan ürünlerdir. ABD pazarı yeni ürünlerin ilk çıkış noktalarından biri olması nedeniyle de dünya sabun sektörü açısından önem taşımaktadır. Diğer taraftan erkek tüketicilere yönelik ürünlerde de artış yaşanmaktadır. Daha çok firma sadece erkekleri hedefleyen ürünler çıkarmaya başlamıştır. Erkekler yönelik ürünlerin pazar bölümü de gelişme göstermektedir. Amerikalı tüketiciler için ürün seçiminde koku ve ürünün içerdiği yan özellikler önem taşımaktadır. Bu nedenle firmalar farklı kokularda ürünler sunmak için çalışmaktadırlar. Önümüzdeki dönemde pazarın gerek yaş gerekse müşteri istekleri açısından daha çok bölümlere ayrılacağı ve firmaların bu bölümlere hizmet sunabilmek için farklı ürünler ile pazarda paylarını artırmaya çalışacağı tahmin edilmektedir.

Rekabetin oldukça yoğun olduğu ABD pazarında başarılı olmak için farklı özellikler içeren ürünler, ürünlerde yenilik yapılması gibi konular ön plana çıkmaktadır. Ayrıca pazarın çok bölümlü olması da yine firmalarımız açısından fırsat yaratmaktadır. Firmalarımız kendilerine bir pazar bölümü belirleyerek o müşteri kitlesinin isteklerine göre ürün sunmaya çalışabilirler. Diğer taraftan reklamlar da ABD'nde talebi ve satışları etkileyen bir unsurdur. Dünyanın en büyük pazarlarından biri olan ABD'nin önümüzdeki dönemde de bu konumunu koruyacağı düşünülmektedir. İhracat yapmayı düşünen firmalarımızın mutlaka pazarı araştırmaları ve gelişmelere göre ürünlerini geliştirmelerinin faydalı olacağı düşünülmektedir.

Uçucu Yağlar

ABD'de uçucu yağların tüketiminde eğilimi tam olarak belirlemek zordur. Üretimi yapılan yerli uçucu yağların (özellikle portakal, limon ve nane yağları), önemli oranda iç tüketimi söz konusudur.

ABD'de giderek büyüyen bir koku ve tat pazarı mevcuttur. Bu pazarın gelecek 5 yıl içinde %5 oranında büyüyeceği tahmin edilmektedir. Gıda sanayinde, özellikle işlenmiş ve ambalajlanmış ürünlere giderek artan talep, doğal olarak bu sanayide kullanılan uçucu yağ talebini de artırmaktadır. Yeni pazarlarda, özellikle aromaterapide kullanılan uçucu yağlar için de önemli fırsatlar söz konusudur.

ABD, uçucu yağlar konusunda dünyanın en büyük üreticisi olmakla birlikte, aynı zamanda en büyük ithalatçı ve ihracatçısı durumundadır.

ABD, nane yağının (peppermint ve spearmint) dünyadaki en büyük üretici ve ihracatçılarının birisidir. Nane yağları, ABD'de sakızlarda, diş macunlarında, ağız hijyeni için kullanılan sıvılarda, şekerlemelerde ve ilaç sanayinde en çok kullanılan katkı maddelerinden birisidir.

ABD aynı zamanda turuncu yağlarının da hem üreticisi, hem de ithalatçısı durumundadır. İthal edilen turuncu yağları, genellikle iç tüketim ve ihracat için yerli mamul üretiminde kullanılmaktadır. İstatistiklere göre doğal turuncu yağları, ABD turuncu yağları pazarının %80'ini karşılamaktadır. Alkolsüz

geçerli. Bekler, doğal sarımsak yağlarının en büyük tedarikçisi. Bu beklere en büyük tedarikçiler firmalar ise Coca-Cola ve Pepsi'dir.

ABD'nin toplam uçucu yağlar ithalatı 2009 yılında 457 milyon Dolar olmuştur ve ülke, dünya ithalatında birinci sıradadır. Ülkenin ithal ettiği başlıca yağlar, karanfil, ylang-ylang, nane, limon ve diğer turuncgillerden elde edilen ürünlerdir. İthalatın en önemli kısmı Hindistan, Arjantin, Fransa, Brezilya ve Çin'den gerçekleştirilmektedir. 2009 yılında ABD'ye uçucu yağlar ihracatımız 0,7 milyon Dolar olmuştur. 2009 yılı itibarıyla ABD'ye uçucu yağlar ihracatımızda %63 oranında gerileme yaşanmıştır.

Türkiye'nin ABD'ye ihraç ettiği başlıca yağlar, gül yağı ve kekik yağıdır.

Türkiye dünyadaki en büyük gülyağı üreticisidir. Ayrıca son yıllarda, gülyağı dışında kekik, defne, kır nanesi, lavanta, biberiye, kimyon, mersin, limon yaprağı, anason, melissa, sigala ağacı gibi aromatik bitkilerden uçucu yağ üretimi gerçekleştirmektedir. Üretimde söz konusu ürün çeşitliliği ve bunun daha da artırılması, ihracatımızı olumlu yönde etkileyecektir.

A.b.d. - Düzenlenen Önemli Fuarlar

Milli Katılımda Devlet Desteği Olan Fuarlar

66. IBS Uluslararası Yapı ve Yapı Malzemeleri Fuarı (Orlando - Ocak/Her Yıl)

Yapı ve yapı malzemeleri teçhizat ve makineleri

Web Sitesi : http://www.expotim.com/tr_fuarlar/2011/builders.html

Coverings The Ultimate Tile and Stone Experience (Las Vegas - Mart/Her Yıl)

Doğal Taşlar, Zemin Kaplamaları ve Teknolojileri

Web Sitesi : <http://www.immib.org.tr>

Stonexpo Marmomacc Americas 2011 (Las Vegas - Ocak/Her Yıl)

Doğal Taşlar, Zemin Kaplamaları ve Teknolojileri

Web Sitesi : <http://www.immib.org.tr>

Summer 2011 Fancy Food and Confection (Washington DC - Temmuz/Her Yıl)

Gıda ve İçecek

Web Sitesi : <http://www.eib.org.tr>

Sweets & Snacks Expo 2011 (Chicago - Mayıs/Her Yıl)

Gıda ve İçecek

Web Sitesi : <http://www.iib.org.tr>

Winter 2011 Fancy Food and Confection Show (San Fransisco - Ocak/Her Yıl)

Gıda ve İçecek

Web Sitesi : <http://www.eib.org.tr>

Bireysel Katılımda Devlet Desteği Olan Fuarlar

AHR Expo (Las Vegas - Mart/Her Yıl)

Isıtma, Soğutma, Havalandırma Teknolojileri

Web Sitesi : <http://www.ahrexpo.com>

NAFEM- North American Association of Food Equipment Manufacturers (Orlando - Şubat/Her Yıl)

Otel ve Yemek Ekipmanları

Web Sitesi : <http://www.nafem.org>

New York Home Textile Show (New York - Ocak/Her Yıl)

Ev Tekstili

Web Sitesi : <http://www.nyhometextilesmarketweek.com/>

RSA (San Francisco - Mart/Her Yıl)

Bilgi Teknolojileri, İletişim ve Güvenlik

Web Sitesi : <http://www.rsasecurity.com>

Sourcing at Magic (Las Vegas - Şubat/Her Yıl)

Tekstil

Web Sitesi : <http://www.sourcingatmagic.com>

