

GTIP 6110

**KAZAKLAR, SÜVETERLER, HIRKALAR, YELEKLER VE
BENZERİ EŞYA (ÖRME)**

EYLÜL 2012

Hazırlayan: AHMET FAİK BİRGÜL

GENEL KOD BİLGİSİ: 6110 KODUNA GİREN ALT DALLAR VE ÜRÜNLER

611011	Yünden
611012	Kaşmir keçisinin kıllarından
611019	Diğerleri
611020	Pamuktan
611030	Sentetik veya suni liflerden
611090	Dokumaya elverişli diğer maddelerden

Bu GTIP kodu kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler ve benzeri eşyayı (örme) kapsamaktadır.

Genel Bakış

Tekstil ve hazır giyim sektörü birlikte değerlendirildiğinde, gayri safi yurt içi hasıla, imalat sanayi ve toplam sanayi üretimindeki pay, ihracat, ekonomiye sağladığı net döviz girdisi, istihdam, yatırımlar, dışa açıklık ve makro-ekonomik büyüklükler açısından Türkiye'nin birinci sektörü konumundadır.

Tekstil ve hazır giyim sanayi ülkemiz GSYH'nın yaklaşık % 10'unu sağlamaktadır. Dokuma alanında Türkiye'deki toplam kurulu dokuma kapasitesinin 1.350.000 ton civarında olduğu tahmin edilmektedir. Örmeye ise 2.250.000 ton'luk bir kapasite söz konusudur. Ülkemiz; AB ülkelerine tekstil ve hazır giyim ihracatında 2.ncidir.

Tekstil ve Konfeksiyon sanayinde kayıt dışılık dikkate alındığında, 450.000 kadarı tekstil sanayinde, 1.500.000 kadarı da hazır giyim sanayinde olmak üzere, 2.000.000 civarında kişinin çalıştığı tahmin edilmektedir.

6110 GTİP koduna sahip ürün grubunda dünya ihracatına bakıldığında, 2007 yılında 44,03 milyar dolar olan dünya ihracatı, 2008 yılında 46,34 milyara yükselmiş, ancak 2009 yılında dünya ihracatı 41,20 milyar dolara düşmüş, 2010 yılında tekrar yükselmeye başlamış ve 44,46 milyar dolara çıkmış ve 2011 yılında bu rakam 52,21 milyar dolara kadar yükselmiştir.

Türkiye 2011 yılında bu ürün grubunda 1.27 milyar USD ihracat, yaklaşık 0,22 milyar USD ithalat yapmıştır. Bu rakamlara göre Türkiye bu GTİP kodunda net ihracatçı konumundadır. Türkiye 2011 yılında bu ürün ihracatında dünya genelinde 8.inci sıraya yerleşmiştir. 2010-2011 yılları arasında dünya genelinde bu GTİP kodunda ihracatta ortalama değer artışı %14 olup Türkiye ise %2 oranında ile dünya ortalamasında bir performans sergilemiştir.

GTIP 6110	2007	2008	2009	2010	2011
Dünya İhracatı (000\$)	44.027.595	46.344.486	41.198.383	44.463.918	52.211.856
Dünya İthalatı (000\$)	47.562.551	50.872.496	45.572.979	48.442.564	54.416.055
Türkiye İhracatı (000\$)	1.270.495	1.233.140	1.080.213	1.207.068	1.322.191
Türkiye İthalatı (000\$)	218.929	297.787	320.042	414.367	400.006

İTHALATÇI ÜLKELER

6110 GTİP koduna sahip ürünlerde 2011 yılında dünyada toplam 54,42 milyar USD ithalat gerçekleşmiştir. Bu ithalatın 15,02 milyar USD'si ABD tarafından yapılmıştır. ABD'yi sırasıyla Japonya 4,93, Almanya 4,83, Hong Kong 3,62 ve İngiltere 3,24 milyar USD ile takip etmektedir. ABD dünya ithalatının %27,6'sını, Japonya %9,1, Almanya %8,9, Hong Kong %6,6 ve İngiltere ise %5,9'unu gerçekleştirmiştir. Bahsi geçen 5 ülke toplam ithalatın %58,1'ini yapmıştır. Bu ilk 5 ülke ithalatlarına bakıldığında ABD, 2008 ve 2009 yıllarında bir düşüş yaşamış ancak daha sonra tekrar yükselişe geçmiştir. Hong Kong, 2007'den beri ithalatında düşüş yaşamaktadır. Japonya, Almanya ve İngiltere ise 2009 ve 2010 yıllarında düşüş yaşamış 2011 yılında ise ithalat rakamları yükselmiştir. İlgili 5 ülkenin 2011 ticaret dengelerine bakıldığında, bu ürün ithalatları, Hong Kong dışında, ihracatlarından daha fazla olduğundan ticari dengeleri negatif konumdadır, bir başka deyişle bu ürün bazında net ithalatçı konumundadırlar.

Türkiye'nin bu ülkelere yaptığı ihracata bakıldığında ise; ABD'nin ilk 25 ithalatçısı arasında Türkiye bulunmamaktadır. Japonya'da 12, Almanya'da 3, Hong Kong'da 19 ve İngiltere'de 3.üncü konumdadır. UR-GE konfeksiyon projesi kapsamında seçilen hedef ülkelerden biri olan Rusya Federasyonu'nda ise Türkiye Çin ve Bangladeş'den sonra 3.üncü konumdadır.

Bu 5 ülkenin de dahil olduğu dünya ithalatında bu ürün grubundaki ilk 20 ithalatçı ülke aşağıdaki tabloda gösterilmiştir fakat www.trademapp.com adresinde tablonun tamamına ulaşılabilir. Pazar büyüklüğü sıralamasında ilk 20'ye giren ülkeler, ithalatlarında yıllık ortalama gelişmeler ve dünya ithalatlarındaki payları aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

NOT: Tablolarda birim değer, ITC raporlarında bazı verilerde parça, bazılarında ise ton olarak verilmiştir.

GTİP 6110 – Dünyadaki en büyük ithalatçılar

İthalatçı Ülkeler	Ticaret Göstergeleri									Türkiye'ye Uygulanan İthalat Tarifesi
	İthalat Değeri (1000 USD)	Ticaret Dengesi 2011 (1000 USD)	Ton 2011	ton / parça	Birim Değeri (USD / ton / parça)	Yıllık Değer Artışı 2007-2011 (%)	Yıllık Miktar Artışı 2007-2011 (%)	Yıllık Değer Artışı 2010-2011 (%)	Dünya İthalatındaki Payı (%)	
Dünya	54416055	-2204199	0			2	-3	12	100	
ABD	15020512	-14682421	724942	Ton	20720	0	-1	8	27,6	12,45
Japonya	4927321	-4881761	160062	Ton	30784	3	-2	21	9,1	10,64
Almanya	4825184	-2607679	168503	Ton	28636	5	4	16	8,9	0,00
Hong Kong	3618073	2246278	112048	Ton	32290	-4	-8	-1	6,6	0,00
İngiltere	3236535	-2527089	124120	Ton	26076	1	-5	11	5,9	0,00
Fransa	3195956	-2236693	99997	Ton	31961	3	-1	9	5,9	0,00
İtalya	2340037	210902	71293	Ton	32823	3	-9	11	4,3	0,00
İspanya	1752681	-698058	72223	Ton	24268	2	5	10	3,2	0,00
Kanada	1275797	-1135162	43138	Ton	29575	7	3	16	2,3	17,85
Hollanda	1249063	-267858	46393	Ton	26924	8	18	10	2,3	0,00
Belçika	1225896	-317658	50941	Ton	24065	0	-21	21	2,3	0,00
İsviçre	925203	-783529	16988	Ton	54462	2	-1	13	1,7	0,00
Rusya	827384	-823074	29441	Ton	28103	22	22	15	1,5	10,22
Avusturya	657629	-421013	15744	Ton	41770	0	-4	9	1,2	0,00
Danimarka	542172	71061	20237	Ton	26791	2	6	12	1	0,00
Polonya	495987	-131488	19836	Ton	25004	19	6	10	0,9	0,00
İsveç	484991	-302955	15671	Ton	30948	4	4	18	0,9	0,00
Avustralya	453538	-447373	54224811	Parça	1,8	9		17	0,8	17,50
Güney Kore	419162	-349057	13407	Ton	31264	1	-3	35	0,8	13,00
Türkiye	400006	922185	13621	Ton	29367	17	19	-3	0,7	

NOT: Tabloda yeşil renkli veriler, BM tarafından sağlanan verilerdir. Sarı renkli veriler ise yansıtılmış verilerdir.

İHRACATÇI ÜLKELER

GTİP 6110 kodunda en büyük 5 ihracatçısı; Çin, Hong Kong, Bangladeş, İtalya ve Almanya'dır. Bu GTİP kodunda 52,21 milyar USD'lik bir pazar söz konusudur. İlk 5 ülke bu GTİP kodunda dünya ihracatının %65,7'sini karşılamaktadır. Türkiye bu sıralamada 8.incidir. Dünya ihracatı, bahsi geçen GTİP kodunda 2010-2011 yılları arasında %14 büyümüş ve 2007-2011 ortalamasına bakıldığında bu büyüme %2 olarak gerçekleşmiştir.

İhracatçılar	Ticaret Göstergeleri								
	2011 İthalat Değerleri (1000 USD)	2011 Yılı Ticaret Dengesi (1000 USD)	Ton 2011	Birim	Birim Değeri (USD / ton / parça)	Değer Artışı 2007-2011 (%)	Birim bazında ihracat miktarı artışı 2007-2011 (%)	Değer Artışı 2010-2011 (%)	Dünya ihracatındaki Payı (%)
Dünya	52211856	-2204199	0			2	-1	14	100
Çin	20139148	19795050	1061120	Ton	18979	5		18	38,6
Hong Kong	5864351	2246278	142824	Ton	41060	-4		1	11,2
Bangladeş	3564447	3562652	0			13	5	23	6,8
İtalya	2550939	210902	21450	Ton	118925	-4	-22	12	4,9
Almanya	2217505	-2607679	53824	Ton	41199	4	6	9	4,2
Vietnam	1890918	1645776	0			13	6	13	3,6
Kamboçya	1397806	1323715	0			2	0	32	2,7
Türkiye	1322191	922185	54654	Ton	24192	1	1	10	2,5
İspanya	1054623	-698058	31496	Ton	33484	8	53	20	2
Hollanda	981205	-267858	15682	Ton	62569	5	137	22	1,9
Fransa	959263	-2236693	23497	Ton	40825	-3		8	1,8
Endonezya	912208	901170	55906	Ton	16317			18	1,7
Belçika	908238	-317658	762	Ton	1191913	-1	-70	18	1,7
Hindistan	853793	832583	0			1	-3	3	1,6
İngiltere	709446	-2527089	21198	Ton	33468	-1	4	12	1,4
Danimarka	613233	71061	14790	Ton	41463	3	71	15	1,2
Polonya	364499	-131488	10642	Ton	34251	30	24	7	0,7
ABD	338091	-14682421	14798	Ton	22847	7	0	20	0,6
Romanya	292352	197381	6738	Ton	43389	-5	-8	9	0,6
Panama	290945	-28173	16661	Ton	17463	0	-7	9	0,6

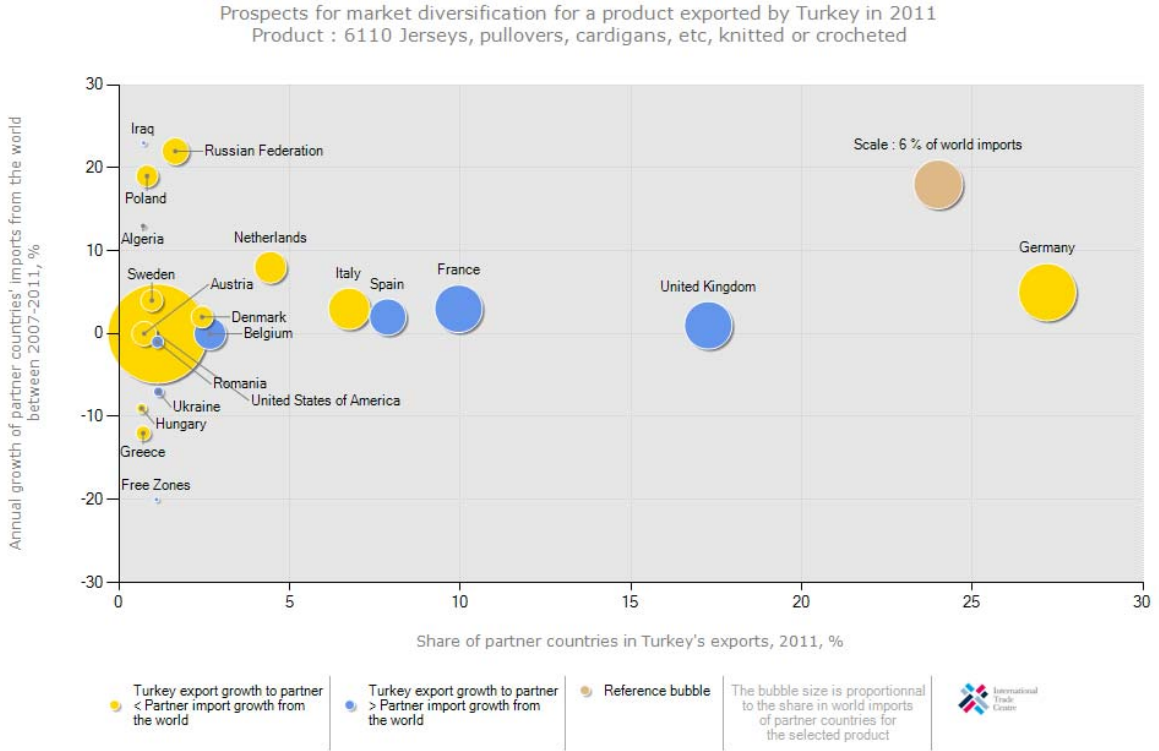
NOT: Yeşil renkli rakamlar ise BM'nin sağladığı rakamlardır, sarı renkte olanlar ise yansıtılmış verilerdir.

TÜRKİYE'NİN İHRACATI

Türkiye'nin bu GTİP kodunda 2011 yılı ihracatı 1,32 milyar USD olmuştur ve bu GTİP kodunda dünya ticaretindeki payı %2,53'dür. Türkiye'nin en önemli ihracat pazarları sırasıyla; Almanya, İngiltere, Fransa, İspanya, ve İtalya'dır. Buradan görüldüğü üzere ihracat yaptığımız ilk 5 ülke de batı Avrupa ülkelerinden oluşmaktadır ve ilk 10 içerisinde batı Avrupa büyük pay almaktadır. İlk 10 içerisinde bahsi geçen Batı Avrupa ülkeleri dışında Rusya ve Ukrayna bulunmaktadır. UR-GE konfeksiyon sektörü projemizde hedef ülkelerimizden biri olan İngiltere'ye ihracatımız yaklaşık 228,31 milyon USD ile 2.nci sırada, Rusya Federasyonu'na yapılan ihracat ise 21,89 milyon USD ile 9.ncu, Irak; 9,63 milyon USD ile 16.ncı sıradadır ve Kanada 5,84 milyon USD ile 24.ncü sıradadır.

İthalatçılar	Ticaret Göstergeleri									
	2011 İhracat Değeri (1000 USD)	İhracattaki Payı (%)	İhracat (Birim) 2011	Birim Değeri (USD / ton)	Türkiye'den İhr Değer Artışı 2007-2011 (% , yıllık)	Birim bazında ihracat artışı 2007-2011 (% , yıllık)	Değer Artışı 2010-2011 (% , yıllık)	Dünya İthalatçıları arasındaki sırası	Dünya İthalatındaki payı (%)	Dünyadan İth, Değer artışı 2007-2011 (% , yıllık)
Dünya	1322191	100	Ton	24192	1	1	10		100	2
Almanya	359583	27,2	Ton	32956	-3	-8	11	3	8,9	5
İngiltere	228307	17,3	Ton	30279	7	4	0	5	5,9	1
Fransa	131574	10	Ton	26463	4	3	2	6	5,9	3
İspanya	104148	7,9	Ton	28502	19	14	10	8	3,2	2
İtalya	89209	6,7	Ton	39438	-1	-2	34	7	4,3	3
Hollanda	58697	4,4	Ton	37772	-8	-13	26	10	2,3	8
Belçika	35301	2,7	Ton	29054	3	2	11	11	2,3	0
Danimarka	32234	2,4	Ton	33128	-16	-20	-1	15	1	2
Rusya	21885	1,7	Ton	35760	7	6	23	13	1,5	22
Ukrayna	15319	1,2	Ton	4757	29	110	116	55	0,1	-7
Romanya	14959	1,1	Ton	7007	11	6	-3	42	0,2	-1
ABD	14944	1,1	Ton	38816	-13	-19	-3	1	27,6	0
Serbest Bölgeler	14556	1,1	Ton	23141	-19	-17	-26	74	0	-20
İsveç	12796	1	Ton	28885	-2	-5	-18	17	0,9	4
Polonya	10937	0,8	Ton	8018	16	1	125	16	0,9	19
Avusturya	9795	0,7	Ton	41681	-11	-32	28	14	1,2	0
Irak	9630	0,7	Ton	8189	34	35	3	78	0	23
Yunanistan	9428	0,7	Ton	12933	-12	2	25	37	0,3	-12
Cezayir	9385	0,7	Ton	7693	9	40	21	84	0	13
Macaristan	8814	0,7	Ton	12573	-20	-2	84	46	0,1	-9
Kazakistan	8280	0,6	Ton	13709	35	28	12	21	0,6	16

GTİP 6110 Ürün Grubunda Türkiye'nin ihracatını çeşitlendirme seçenekleri



Bu ürün grubunda ihracat yapmak isteyen firmalarımızın yapacağı değerlendirmede faydalı olabilecek diğer bilgiler yukarıdaki grafikten elde edilebilir.

Ülkemizin ihracatında potansiyel arz eden ülkelerin analizini gösteren bu grafikte, Türkiye'den ithalatın rakiplerine göre daha hızlı arttığı ülkeler mavi olarak gösterilmektedir. Sarı olarak gösterilen ülkelerde bu ürün grubunda Türk ürünleri ithalatı rakip ülkelerden yapılan ithalata göre dünya ortalamasında daha yavaş büyüme göstermiştir. Yatay eksen Türkiye'nin ihracatındaki pazar payı; dikey eksen ise ilgili ülkenin 2007-2011 yılları arasında bu ürün grubundaki toplam ithalatındaki artış oranı gösterilmektedir. Grafiğin sağına doğru gidildikçe ilgili ülkelerin bu GTİP kodlu ürünler bazında, Türkiye'nin ihracatındaki payının arttığı görülmektedir. Düşey eksen baloncuk ne kadar yukarıdaysa o ülkenin dünyadan yapmış olduğu ithalat o kadar hızlı büyümektedir.

Buna göre, baloncukların konumuna bakıldığında, İngiltere, Fransa, İspanya, Irak, ve Kazakistan dünyadan yaptıkları ithalatlarını arttırmış, son 5 yılın ortalamasına göre Türkiye'nin bahsi geçen ülkelere ihracat artışı daha yüksek oranda olmuştur. Almanya, İtalya, Hollanda, Danimarka ve İsveç dünyadan yaptıkları ithalatlarını arttırmış ancak Türkiye'nin bahsi geçen ülkelerde ihracatı eksiye dönmüştür. Rusya, Polonya ve Cezayir'in alımları yükselmiş, ancak Türkiye'nin büyümesi dünya ortalamasının altında kalmıştır. Romanya ve Ukrayna'nın ithalatı eksiye düşmüş ve pazarı daralmasına rağmen Türkiye bahsi geçen pazarlarda payını arttırmıştır. Belçika'nın ithalatı sabit kalmasına rağmen, Türkiye bahsi geçen ülkede pazar payını arttırmıştır. ABD ve Avusturya'nın küresel ölçekte ithalatları sabit kalmış, Türkiye'den yaptıkları alım dünya ortalamasının da altında gerçekleşip eksiye düşmüştür. Yunanistan'ın dünyadan yaptığı alımlar daralmış, Türkiye'den yaptığı alımlarda aynı ölçüde eksiye düşmüştür. Macaristan'ın pazarı daralmış ve eksiye düşmüş, Türkiye'nin pazar payı dünya ortalamasından daha da düşük oranda gerçekleşmiştir.

2007-2011 yılları arasında, Türkiye'nin ihracatını yaptığı ilk 25 ülkede, ithalatını küresel bazda en çok arttıran ülke ise Kazakistan olmuştur.

İthalatçı Analizi: Rusya

Türkiye'nin en önemli ihracat pazarlarından biri olan Rus ekonomisi 2011 yılının 2.çeyrek döneminde 2010 yılının aynı dönemine göre %3,7 büyürken, 3.ncü çeyrek dönemde ise hızlanarak %4,8 büyüme göstermiştir. Rus ekonomisinin 2011 yılının tamamında ise %4 büyüdüğü bildirilmektedir.

Sanayi üretimi ve perakende satışlar 2011 yılında bir önceki seneye göre yüksek bir artış göstermiştir.

Özellikle AB kaynaklı borç sorununun dünya ekonomisinde yeni bir krize doğru giderek diğer emtia fiyatlarıyla birlikte petrol fiyatlarında da düşüşe yol açması ihtimali, gelirlerinin büyük bölümü petrol ve doğalgaz ihracatına bağımlı olan Rusya ekonomisi için ciddi risk teşkil ederken, bu durum Rusya'yı en önemli hedef pazarlardan biri olarak belirleyen Türk ihracat sektörlerini de yakından ilgilendirmektedir. Öte yandan ihracat sektörlerimizi yakından ilgilendiren bir diğer gelişme ise Rusya, Kazakistan ve Beyaz Rusya arasında 2010 yılının temmuz ayında yürürlüğe giren ve raporda daha önce bahsi geçen, gümrük birliği anlaşması gereğince taraflar arasındaki gümrük, nakliye, sağlık, veteriner ve gıda sağlığı ile ilgili uygulamaların yürürlükten kaldırılmasıdır.

Rusya Federasyonu 2011 yılında bu ürün grubunda dünya ithalatının %1,52'sini gerçekleştirmiş ve dünyada 13.ncü büyük ithalatçı olmuştur. Rusya bu GTİP kodu ithalatında 2007-2011 yılları arasında ortalama %22 değer artışı ve %22 oranda miktar artışı kaydetmiştir. 2010-2011 yılları arasında bu değer artışı %15 olmuştur. Rusya'nın Türkiye'den yaptığı ithalat 2007-2011 yılları arasında değer bazında %7, miktar bazında %6 artış kaydetmiş, bu değer artışı 2010-2011 yılları arasında ise %23 değerinde büyümüştür.

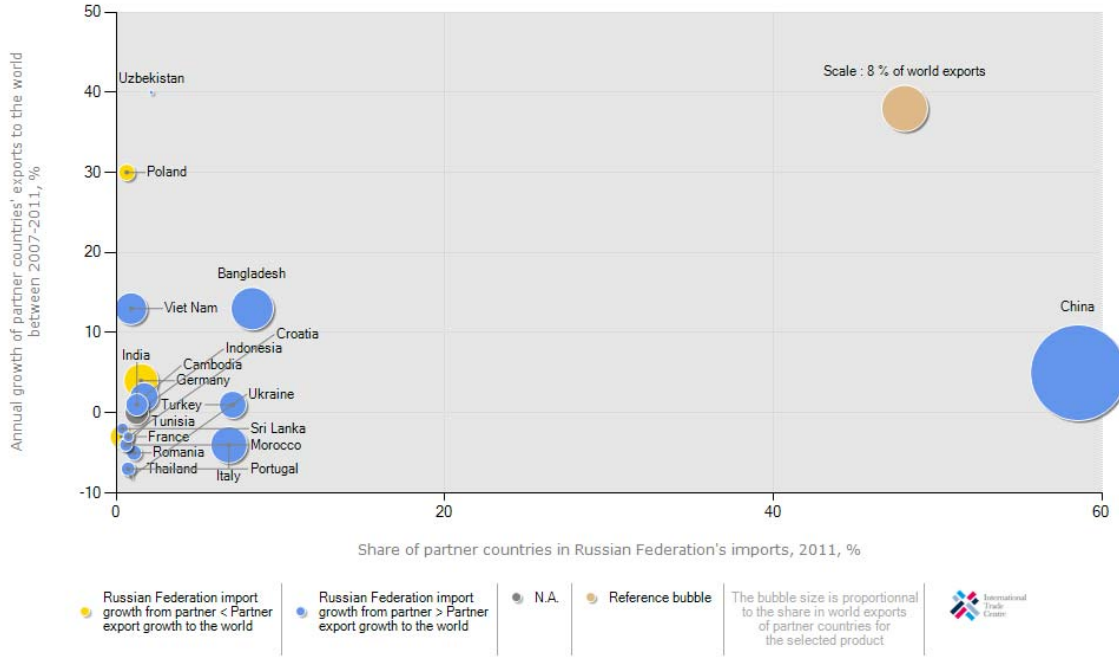
Rusya'nın bu GTİP kodundaki ürün grubunda ilk 5 tedarikçisi Çin, Bangladeş, Türkiye, İtalya ve Özbekistan olmuştur. Çin 484,59 milyon USD ile bu ürün grubunda Rusya'da %38,6 ile en büyük payı almıştır, Türkiye ise 58,71 milyon USD ile pazarın %2,5'ini elde etmiştir.

Rusya bu ürün grubunda ilk 20 ithalatçısı arasında Özbekistan ve Ukrayna'ya sıfır gümrük vergisi, diğer ülkelere ise 9,56 oranında gümrük vergisi uygulamaktadır. Rusya'da sık değişen gümrük mevzuatı, ağır bürokrasi, Çin'in nispeten çok daha ucuz birim fiyatıyla satış yapması Türkiye'yi bu pazarda zorlamaktadır.

GTİP 6110 ürün grubunda Rusya'nın tedarikçi seçenekleri

İhracatçılar	Ticaret Göstergeleri												Rusya tarafından ilgili ülkeye uygulanan tarife (%)
	İthalat Değeri 2011 (1000 USD)	Ticaret Dengesi	Rusya'daki İthalat Payı (%)	İthalat Miktarı 2011	Birim	Birim Değeri (USD / ton)	İthalat Değeri Artış Oranı 2007-2011 (%)	İthalat Miktarı Artış Oranı 2007-2011 (%)	İthalat Değeri Artış Oranı 2010-2011 (%)	Dünya İhracatçıları Arasındaki Sırası	Dünya İhracatındaki Payı (%)	Toplam İhracat Değerindeki Artış Oranı 2007-2011 (%)	
Dünya	827384	-823074	100	29441	Ton	28103	22	22	15		100	2	
Çin	484594	-484594	58,6	19759	Ton	24525	25	24	9	1	38,6	5	9,56
Bangladeş	68483	-68483	8,3	2534	Ton	27026	44	36	77	3	6,8	13	9,56
Türkiye	58706	-58636	7,1	1788	Ton	32833	29	27	7	8	2,5	1	9,56
İtalya	56812	-56812	6,9	487	Ton	116657	9	-10	29	4	4,9	-4	9,56
Özbekistan	17687	-17679	2,1	1256	Ton	14082	113	102	19	67	0	40	0,00
Kamboçya	14090	-14090	1,7	423	Ton	33310	20	23	47	7	2,7	2	9,56
Almanya	12477	-11185	1,5	229	Ton	54485	-2	-12	-46	5	4,2	4	9,56
Hindistan	10451	-10451	1,3	361	Ton	28950	13	11	40	14	1,6	1	9,56
Endonezya	10328	-10328	1,2	322	Ton	32075	-2	0	85	12	1,7		9,56
Romanya	8989	-8989	1,1	98	Ton	91724	31	10	33	19	0,6	-5	9,56
Vietnam	7516	-7516	0,9	246	Ton	30553	16	12	39	6	3,6	13	9,56
Ukrayna	7457	-6152	0,9	302	Ton	24692	44	39	211	65	0	-8	0,00
Hırvatistan	6121	-6121	0,7	73	Ton	83849	42	6	44	44	0,2	-3	9,56
Tayland	6092	-6092	0,7	163	Ton	37374	11	4	9	24	0,5	-7	9,56
Portekiz	6008	-6008	0,7	104	Ton	57769	12	7	29	22	0,5	-7	9,56
Polonya	5335	-5335	0,6	134	Ton	39813	6	-4	58	17	0,7	30	9,56
Fas	4979	-4979	0,6	120	Ton	41492	58	61	33	26	0,4	-4	9,56
Tunus	4552	-4552	0,6	74	Ton	61514	20	-4	14	21	0,5	-4	9,56
Srilanka	3196	-3196	0,4	84	Ton	38048	11	9	-7	30	0,3	-2	9,56
Fransa	2924	-2754	0,4	40	Ton	73100	-6	-17	-33	11	1,8	-3	9,56

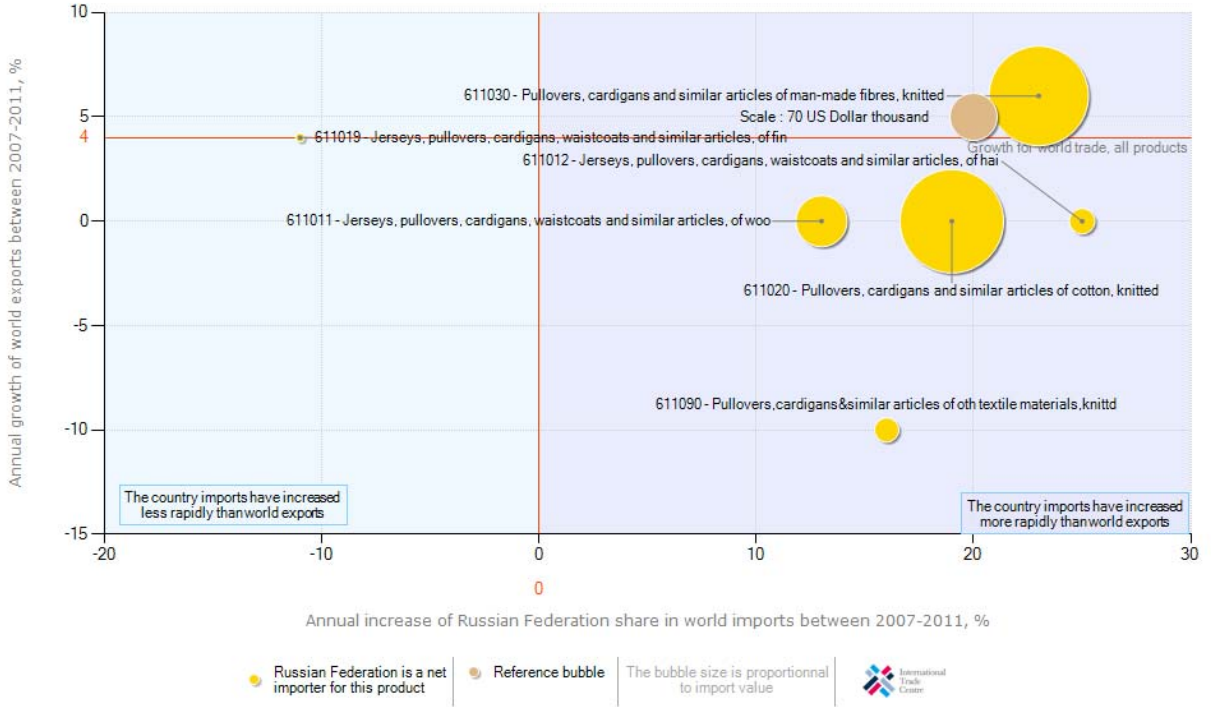
Prospects for diversification of suppliers for a product imported by Russian Federation in 2011
Product : 6110 Jerseys, pullovers, cardigans, etc, knitted or crocheted



Yukarıdaki baloncuklardan da görüleceği üzere, Çin, Rusya pazarında büyük bir paya sahiptir. 2.nci olarak Bangladeş gelmektedir. Türkiye bu pazarda 3.ncü konumdadır. 4.ncü olarak İtalya ve 5.nci olarak Özbekistan gelmektedir. Buna göre son 5 senede, Çin, Bangladeş, Türkiye, Özbekistan, Kamboçya, Hindistan ve Vietnam hem dünyaya hem de Rusya'ya yaptıkları ihracatları artmıştır. Ancak Rusya'ya yaptıkları ihracatlarının büyüme oranı dünyaya yaptıkları ihracat büyüme oranından daha yüksektir. İtalya, Romanya, Ukrayna, Hırvatistan, Tayland, Portekiz, Fas, Tunus ve Sri Lanka'nın dünyaya yaptıkları ihracatları bu GTIP kodunda daralıp eksiye düşmesine rağmen, Rusya'da pazar paylarını arttırmışlardır. Almanya'nın dünyaya yaptığı ihracat artmasına rağmen, Rusya'da pazarı daralmış ve eksi değerlere düşmüştür. Fransa, küresel bazda pazar payını kaybetmiş ve eksiye dönmüştür ancak Rusya'da bu düşüş daha büyük oranda olmuştur. Polonya, küresel ölçüde yüksek oranda büyümesine rağmen, Rusya'da büyümesi bu orandan daha küçük oranda gerçekleşmiştir.

Açıklamalara bakıldığında; Almanya, Polonya ve Fransa dışında diğer ülkelerin baloncuklarının mavi renkte olduğu görülmektedir.

Growth of national demand and international supply
for import products of Russian Federation - 2011



6110 GTİP kodunun alt kollarının Rusya'ya yapılan ithalattaki durumuna bakıldığında, grafiği 4 parçaya böldüğümüzde, sol üst kısımda bahsi geçen GTİP kodlarında Rusya'ya yapılan ithalatta düşüş, küresel talepte artış gerçekleşmektedir. Sağ üst kısımdaki ürünlerde Rusya'ya yapılan ithalatın da, dünyadaki ithalat rakamlarının da arttığını görebiliriz. Sol alt kısımda yer alan ürünler için hem Rusya pazarında hem de küresel talepte daralma olduğunu, sağ alt kısımda yer alan baloncuklar için de Rusya pazarında artış olmasına rağmen küresel talepte daralma olduğu görülmektedir. Örneğin, 611030 GTİP kodunda hem küresel bazda hem de Rusya'da talep artışı görülmektedir. 611011, 611012 ve 611020 GTİP kodlarında ise küresel talep sabit kalmasına rağmen Rusya pazarında talebin yükseldiğini görmekteyiz. 611090 GTİP kodunda ise küresel talep düşmesine rağmen, Rusya'da talep artışı görülmektedir. 611019 GTİP kodunda ise küresel ölçekte talep azalıp eksiye dönerken, Rusya'daki talep de düşük görünmektedir.

GENEL DEĞERLENDİRME

Dünya Ticaret Merkezi – ITC Trade Map uygulamasına dayanan veri ve analizlere göre, GTİP 6110 ürün grubunda, 2011 yılında dünya çapında yaklaşık 54,42 milyar USD ithalat gerçekleşmiştir. Bu ürün grubunda, 2007-2011 yılları arasında %2, 2010-2011 arasında %12 oranında ithalatta büyüme kaydedilmiştir. ABD bu ürün grubunda dünyada 15,02 milyar USD ithalatla 1nci sıradadır.

Türkiye'nin ihracatında ilk 25 ülkeye bakıldığında Türkiye'ye yakın coğrafyalardaki ülkelerin dışında ABD ve Kanada da görülmektedir. Bu durum Avrupa'da yaşanan son krizlerden sonra pazar çeşitlendirmesinin bu GTİP kodunda başarılı bir şekilde gerçekleştirildiğine bir örnek teşkil etmektedir. Zira, yaşanan son krizde Avrupa ülkelerine yapılan ihracatta düşüş gözlemlenmiştir. Bu sebepten dolayı ihracatımızın büyük kısmının yapıldığı Avrupa ülkeleri dışında ihracat pazarlarının çeşitlendirilmesi önem arz etmektedir. Alternatif pazar olarak Avrupa ülkeleri dışında tüm dünya pazarlarına da açılmak ve o pazarlara da giriş yapmak önemli görünmektedir.

Dış ticaret verileri hakkında genel bir fikir edinmek ve daha detaylı hedef pazar araştırmalarına yön vermek için doğru bir başlangıç olsa da bu veriler ışığında yapılan tespitlerin doğruluğunun ve gözlemlenen trendlere ilişkin olası sebeplerin mutlaka ticaret müşavirlikleri, güncel ülke raporları gibi başka kaynaklarla karşılaştırılarak teyit edilmesi önemlidir. ITC Trade Map hakkında daha fazla bilgi edinmek için lütfen ITC Guide Book'u gözden geçiriniz.

Bu raporun içerdiği analizler ve istatistikler; daha detaylı bir pazar araştırması gerektirmektedir. Raporun yer alan yorum ve sonuçlar sadece bir yönlendirme aracı olarak düşünülmeli, sektör ile ilgili diğer faktörler, unsurlar göz önünde bulundurulmalıdır.