

# BÖLGEDEKİ KOBİLERİMİZ İHRACATINI NASIL ARTIRIR...?

# BÖLGEDEKİ KOBİLERİMİZ İHRACATINI NASIL ARTIRIR?

Nisan 2016

**Hazırlayan:** Fuat KARAGÜNEY – Mevlana Kalkınma Ajansı- Araştırma Etüt ve Planlama Birimi

**İLETİŞİM:**

[www.mevka.org.tr](http://www.mevka.org.tr)



© 2016, MEVKA Tüm hakları saklıdır. Bu eserin tamamı ya da bir bölümü, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu uyarınca kullanılmadan önce hak sahibinden 52. Maddeye uygun yazılı izin alınmadıkça, hiçbir şekilde ve yöntemle işlenmek, çoğaltılmak, çoğaltılmış nüshaları yayılmak, satılmak, kiralanmak, ödünç verilmek, temsil edilmek, sunulmak, telli/telsiz ya da başka teknik, sayısal ve/veya elektronik yöntemlerle iletilmek suretiyle kullanılamaz.

Hazırlanmış olan çalışmanın tüm hakları Mevlana Kalkınma Ajansı'na aittir. Çalışmadan kaynak gösterilmek suretiyle alıntı yapılabilir.

Nisan 2016

## İÇİNDEKİLER

<b>1</b>	<b>GİRİŞ</b> .....	<b>5</b>
<b>2</b>	<b>2014 -2023 BÖLGE PLANI DIŞ TİCARET ÖNCELİKLERİ</b> .....	<b>6</b>
<b>3</b>	<b>KONYA</b> .....	<b>8</b>
<b>3.1</b>	<b>İHRACAT</b> .....	<b>8</b>
3.1.1	Konya'nın İhracatında Stratejik Ülkeler .....	8
3.1.2	Konya'nın İhracatında Potansiyel Ülkeler .....	13
3.1.3	Konya İhracatının Teknoloji Düzeyi .....	14
<b>3.2</b>	<b>İTHALAT</b> .....	<b>14</b>
3.2.1	Konya'nın İthalatta Bağımlı Olduğu Kritik Ülkeler .....	14
3.2.2	Konya İthalatının Teknoloji Düzeyi .....	17
<b>4</b>	<b>KARAMAN</b> .....	<b>17</b>
<b>4.1</b>	<b>İHRACAT</b> .....	<b>17</b>
4.1.1	Karaman'ın İhracatında Stratejik Ülkeler .....	18
4.1.2	Karaman'ın İhracatında Potansiyel Ülkeler.....	21
4.1.3	Karaman'ın İhracatının Teknoloji Düzeyi .....	22
<b>4.2</b>	<b>İTHALAT</b> .....	<b>23</b>
4.2.1	Karaman'ın İthalatta Bağımlı Olduğu Kritik Ülkeler.....	23
4.2.2	Karaman'ın İthalatının Teknoloji Düzeyi .....	27
<b>5</b>	<b>İHRACAT YAPTIĞIMIZ SEKTÖRLERİ ÇEŞİTLENDİREBİLİYOR MUYUZ? .....</b>	<b>28</b>
<b>6</b>	<b>SONUÇ: BÖLGEDEKİ KOBİLERİMİZ İHRACATINI NASIL ARTIRIR? .....</b>	<b>34</b>

# 1 GİRİŞ

Bu analizde 2014 -2023 Bölge Planı çalışmaları kapsamında ortaya konan dış ticaret stratejilerinin hayata geçirilmesi amacıyla bölgemizdeki KOBİ lerin daha fazla ihracat yapmaları önündeki engellerin tespiti ve politika önerileri geliştirilecektir.

Çalışmada öncelikle Konya ve Karaman illerinin dış ticarete stratejik ülkeler belirlenmeye çalışılmıştır. Planda belirlenene stratejiler bu çalışmada ülkeler detayında netlik kazanmış olacaktır. Stratejik ülkelerin belirlenesindeki gerekçe şudur: Bir ilin veya bir bölgenin ihracat yaptığı ülke sayısında önemli artışlar yaşanabilir. Ancak yeni eklenen pazarlara yapılan ihracat miktarı kritik bir öneme sahip olmayabilir. Bu nedenle bölgenin ihracat üzerinde temel öneme sahip ülkeler özellikle incelenmelidir. Bunu tespit edebilmek için ise eşdeğer ülke sayısına bakılmalıdır. Bu sayı bölge illerinin toplam ihracatı içinde büyük öneme sahip ülke sayısını göstermektedir.<sup>1</sup> Eşdeğer ülke sayısının(EÜS) hesabında şu formül kullanılmaktadır:

$$EÜS_t = \frac{1}{\sum_{j=1}^n \frac{X_{j,t}}{X_{toplam,t}}^2} ; X_{j,t} = j \text{ ülkesine } t \text{ yılında yapılan ihracat, } X_{toplam,t} = t \text{ yılındaki toplam ihracat}$$

Öte yandan yalnızca yeni pazarlar açısından bir çeşitlenme değil ihracat yapılan sektörlerde de bir çeşitlenmeye gidilmesi gerekmektedir. Bu nedenle çalışmanın ikinci kısmında öncelikle Konya ve Karaman illerinin dış ticarete stratejik sektörleri belirlenmeye çalışılmıştır. Planda belirlenene stratejiler bu çalışmada sektörler detayında netlik kazanmış olacaktır.

Son olarak ise illerimizdeki KOBİ'lerin ihracatı noktasında küreselleşme süreciyle gelen yeni teknolojilerin avantajları birer politika önerisi olarak sunulmuştur.

---

<sup>1</sup> Türkiye'nin İhracat Performansı 2: Sektörel Bazda Çeşitlilik, Rekabetçilik ve Adaptasyon, TEPAV,2011

## 2 2014 -2023 BÖLGE PLANI DIŞ TİCARET ÖNCELİKLERİ

Ulusal ve küresel ölçekte bölgelerin rekabetçilik göstergelerinden bir tanesi de bölgelerin dış ticaret performanslarıdır. Ayrıca, 2023 Türkiye İhracat Strateji Belgesinde hedeflenen toplam 500 milyar dolarlık ihracat hedefine ulaşmak için ise bölgesel ve yerel düzeyde alınacak dış ticaret tedbirleri büyük önem taşımaktadır. Keza ulusal hedefin başarıya ulaşması aynı zamanda Konya Karaman Bölgesi için alınacak bölgesel ve yerel dış ticaret tedbirlerinin performansına ve bu tedbirlerin ulusal ihracat stratejisiyle uyumuna bağlıdır.

### ***Bölgenin Ara Malı Üretiminde Yerli Katkı Oranının Yükseltilmesi Desteklenecektir***

1. Bir yandan ulusal düzeyde cari işlemler açığını azaltmak diğer yandan da Konya Karaman Bölgesi olarak ihtiyaç duyduğumuz yüksek büyüme oranlarını yakalamak için özellikle ara malı üretiminde yerli katkı oranının yükseltilmesi desteklenecektir.
2. Bu kapsamda öncelikle Konya Karaman Bölgesi'nde ithalatı yoğun olarak yapılan ara malların ülke içinde hangi bölgelerde üretildiğine yönelik saha analizleri yapılacak ve yapan kuruluşlar desteklenecektir.
3. Konya Karaman Bölgesindeki işletmelerin ülkedeki diğer endüstri bölgeleri ile yapılan ara mal ticaretini artıracak destek mekanizmaları geliştirilecektir.
4. Dışa bağımlılığın yüksek olduğu savunma, sağlık ve enerji gibi sektörlerden sorumlu Konya Karaman Bölgesindeki kamu kuruluşlarının Ar-Ge destek programlarından ve TÜBİTAK tarafından yürütülen programlardan daha etkili ve verimli şekilde yararlanmaları için kurumların kendi bünyelerinde bu alanda personel istihdam etmeleri, teşvik programlarından haberdar olmaları sağlanarak teşvik edilecektir.
5. Bölgedeki özel sektörün girdi satın alım planlamasını destekleyecek mekanizmaların geliştirilmesi konusunda eğitimler desteklenecektir.
6. Bölgedeki işletmelerin kaliteli yerli ara malı üretiminin bölge ekonomisi ve işletmenin kendi rekabeti açısından uzun vadede yaratacağı katma değer konusunda farkındalık yaratılması sağlanacak; üretimin yüksek katma değer yaratan aşamaları konusunda yeterli bilgiye ve uzmanlığa sahip olmaları amacıyla eğitim ve bilgilendirme faaliyetleri yürütülecektir.

### ***Bölge İhracatında Ürün Ve Sektör Çeşitlenmesi Teşvik Edilecek, Mevcutta Güçlü Olduğumuz İhracat Pazarlarına Ek Olarak Yeni Pazarlar Tespit Edilerek İhracatta Pazar Çeşitlenmesi Sağlanacaktır.***

1. İhracatın bir bütün olarak bölgesel ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin yanında ihracata konu olan ürünlerin kompozisyonu, niteliği ve çeşitliliği de son yıllarda oldukça ciddi önem kazanmaktadır. Mevcut durum analizi kısmında Konya Karaman Bölgesinin son yıllarda yükselen dış ticaret performansının, olumlu bir gelişme olmasına karşın, ihracattaki sektörel çeşitlenme bakımından ulusal ortalamanın altında kaldığı ortaya konmuştur. Konya Karaman Bölgesinin ihracatının yalnızca belirli sektörlere ve ürün gruplarına yoğunlaşmasının önüne geçilmesi ve dolayısıyla küresel ekonomilerde yaşanması muhtemel ekonomik darboğaz dönemlerinde kırılğan yapının azaltılması için ürün çeşitlenmesine gidilmesi bölgenin dış ticaretteki rekabet avantajı açısından desteklenecektir.
2. Ürün ve sektör çeşitlenmesine ilaveten ülke gruplarının çeşitlendirilmesi, küresel görünümünden bağımsız olarak beklenmedik dışsal şoklara karşı Konya Karaman ekonomisi üzerindeki

kırılganlığı azaltıcı bir rol oynayacaktır. Dış pazarlarda faaliyet gösteren bölge işletmelerinin rekabet ve yüksek maliyetlerin getirdiği koşullar karşısında yeni dış pazarlara açılma ve bu pazarlara giriş stratejileri konusundaki bilgi ve deneyimlerinin artırılması gerekmektedir.

3. Bölgede ihracat performansı veya potansiyeli yüksek sektörlerdeki işletmelerin küresel pazarlara entegrasyonunu kuvvetlendirecek yenilikçi iş çözümleri geliştirilecektir. Bu kapsamda yeni pazarlara giriş stratejileri konularında eğitimler düzenlenecektir.
4. Bölgede ihracat performansı yükselme eğiliminde olan başta orta ve ileri teknoloji sektörler olmak üzere ihraç edilen mal ve hizmetlerin çeşitlendirilmesi, ihraç mallarına yeni pazarlar kazandırılması amacıyla yeni pazar araştırmaları, yurtdışı reklam, markalaşma ve tanıtım gibi teknik destek mekanizmaları geliştirilecek; benzer çalışmalarını yürüten kurum ve kuruluşlar desteklenecektir.
5. Yurt dışı pazarlama ve tanıtım faaliyetleri üst düzey organizasyon becerisi, network bilgisi ve finansman gücü gerektirdiğinden büyük çaplı tanıtım faaliyetlerinin ihracatçılar tarafından bireysel olarak yapılması yerine ortaklık ve işbirliği girişimleri ile yapılması desteklenecektir.
6. Bölgenin başta orta ve ileri teknoloji sektörleri olmak üzere ihracat açısından önem taşıyan sektörlerine dönük potansiyel pazarlar tespit edilerek bölgedeki işletmelerin bu pazarlara yönelmesini sağlayacak örgütlenmeler oluşturulacak, benzer girişimlerde bulunan kurum ve kuruluşlar desteklenecektir.
7. Yeni pazarların tüketim alışkanlıkları, demografik yapıları, ürünü satın alan kişi ve kuruluşlarla ilgili bilgiler ile tüketicinin gereksinimleri ve davranış biçimleri detaylı analiz edilecektir.

---

### ***Başta Stratejik Sektörlerdeki Ürünler Olmak Üzere İhracatta Ürün-Hedef Pazar Eşleştirmeleri Yapılacaktır***

---

8. Büyük pazarlarda başarılı olmak ve uluslararası pazarlara açılmak için güçlü rakiplerin çok olduğu pazarlarda müşteri bulmak ve başarılı olmak yerine daha az rakibin bulunduğu ülkelerdeki müşterilerin istek ve ihtiyaçlarının neler olduğu detaylı olarak tanımlanacaktır.
9. Bunu takiben bölgedeki ihracatı potansiyeli yüksek bir ürünün hangi ülkelere satılabileceğine dair pazar araştırmaları yapılarak ürün ve ülke eşleştirmeleri oluşturulacaktır.

---

### ***Bölgenin Orta Ve İleri Teknoloji Sektörlerde İhracat Payı Artırılacaktır***

---

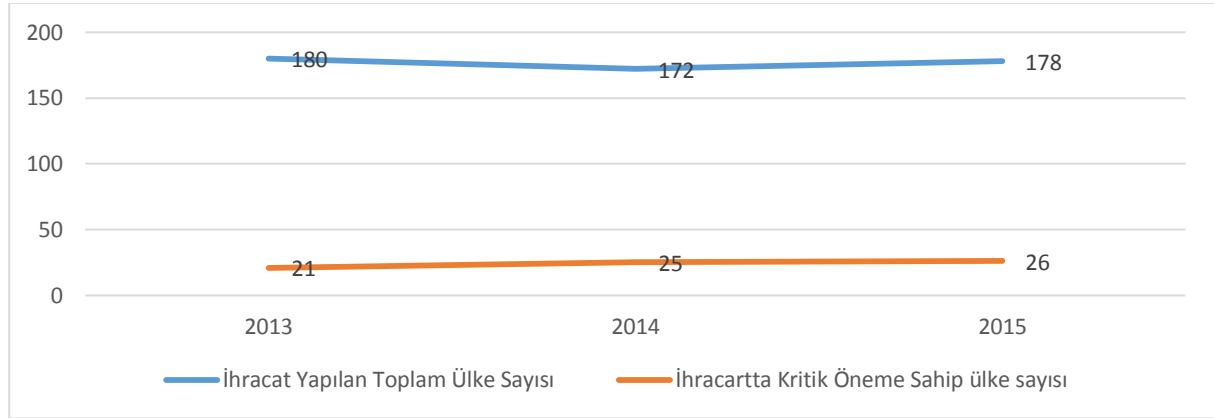
10. Bölge ihracatında orta ve ileri teknoloji sektörlerin payının artırılması bölgesel rekabet açısından oldukça önemlidir. Bu nedenle Konya Karaman Bölgesi'nin orta ileri teknoloji sektörlerinde katma değeri yüksek ürünlerin üretilmesi ve ihracatı teşvik edilecektir.

### 3 KONYA

#### 3.1 İHRACAT

Konya'nın 2013 yılında, ihracat yaptığı 180 ülkeden 21'i eşdeğer öneme sahipken, 2015 yılına gelindiğinde ihracat yapılan ülke sayısı 170'e düşmesine rağmen eşdeğer öneme sahip ülke sayısı ciddi bir artış yaşanmış ve 21 den 26'ya yükselmiştir. Bu şu anlama gelmektedir: Konya son yıllarda ihracat yaptığı kritik ülke sayısını artırmış ve yükselen bir grafik çizmiştir. Ayrıca bu durum geçtiğimiz yıllara göre Konya'nın daha fazla ülkeye daha fazla miktarda ihracat yapabildiğini de göstermektedir.

Şekil 1 Konya'nın İhracatında Kritik Öneme Sahip Ülke Sayısı



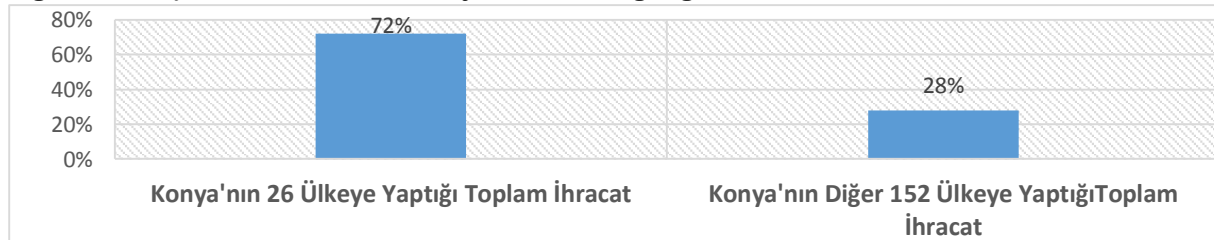
Tablo 1 Konya İhracat Eğilimi

DEĞİŞKEN	2013	2014	2015
İhracat Yapılan Toplam Ülke Sayısı	180	172	178
İhracatta Kritik Öneme Sahip ülke sayısı	21	25	26

#### 3.1.1 Konya'nın İhracatında Stratejik Ülkeler

Bir önceki bölümde Konya'nın İhracatında Stratejik Ülke konumunda olan 26 ülke bu bölümde detaylı olarak ele alınmıştır. Konya'nın 2015 yılında sadece bu 26 ülkeye yaptığı toplam ihracat miktarı aynı yıl yapılan toplam ihracatın %72 sini oluşturmaktadır.

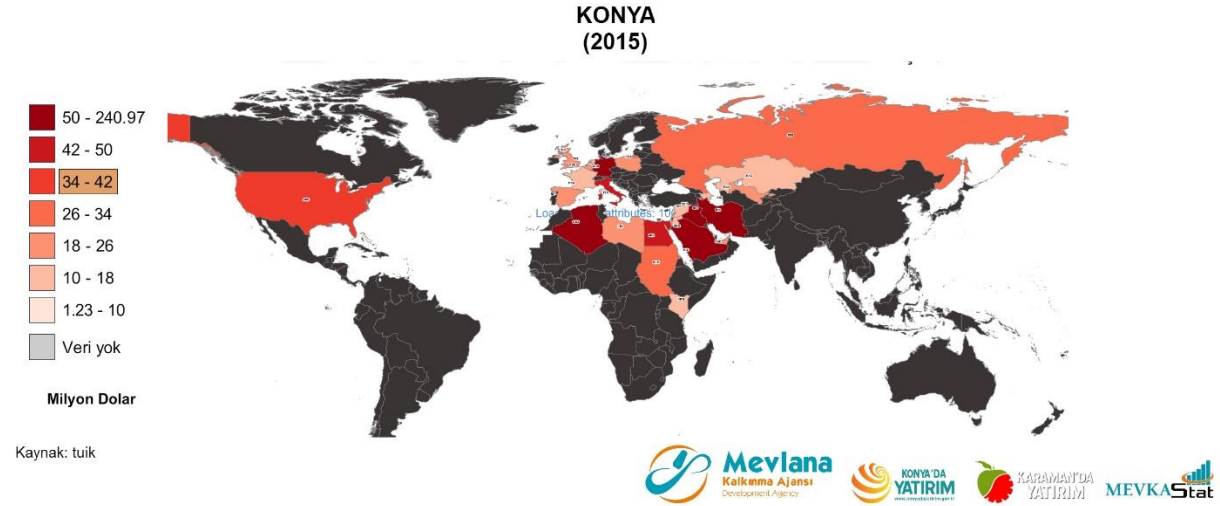
Figüre 1 Konya'nın İhracatında Stratejik Ülkelerin Ağırlığı





**Tablo 2 Konya'nın İhracatında Stratejik Ülkeler**

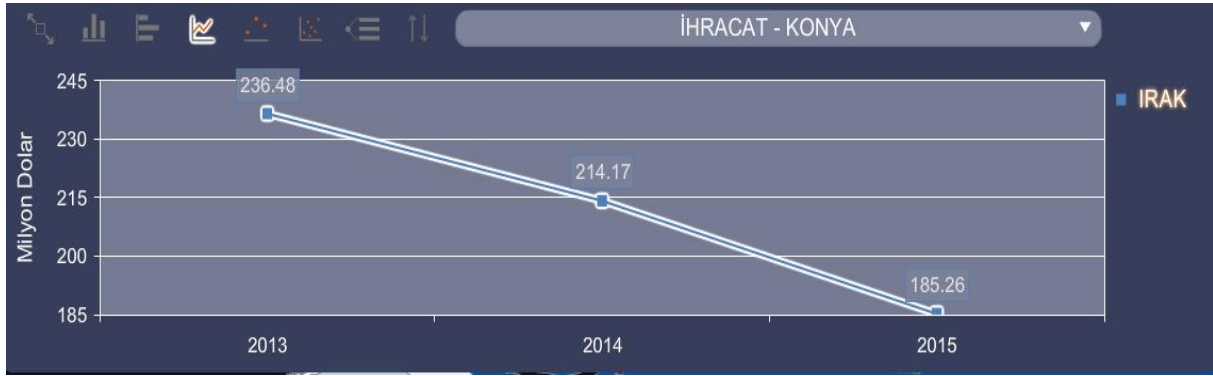
Sıra	Ülke	2015 ihracat (Dolar)
1	Irak	185.264.117
2	Almanya	81.884.110
3	Cezayir	78.879.185
4	Suudi Arabistan	65.660.226
5	İran	61.798.206
6	Mısır	46.496.706
7	İtalya	42.343.913
8	ABD	40.308.162
9	Rusya Federasyonu	31.794.400
10	Sudan	29.377.578
11	BAE	24.961.559
12	İngiltere	24.522.128
13	İsrail	23.555.387
14	Libya	23.477.660
15	İspanya	22.641.218
16	Polonya	21.549.702
17	Özbekistan	20.692.312
18	Belçika	18.663.197
19	Lübnan	18.118.020
20	Azerbaycan	17.359.363
21	Suriye	17.332.839
22	Fransa	16.713.507
23	Kazakistan	15.694.347
24	Hollanda	14.024.777
25	Ürdün	13.818.832
26	Kenya	13.792.284



# IRAK



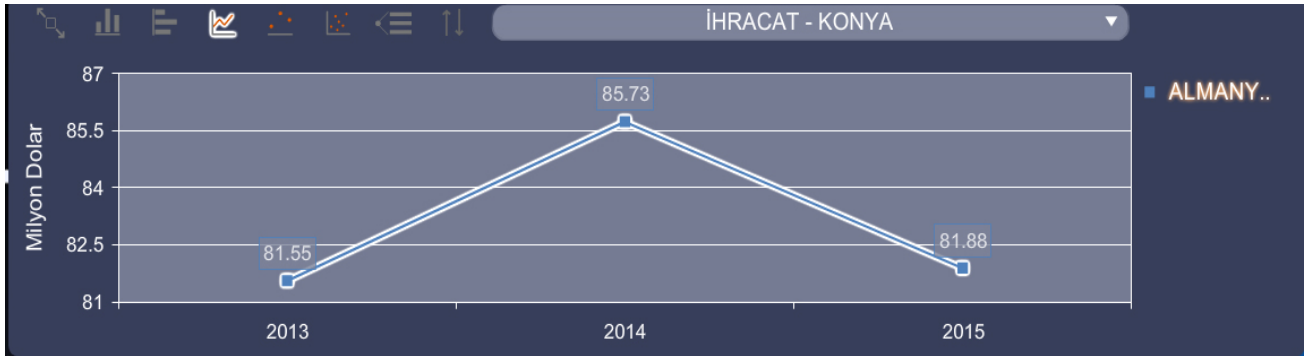
- Konya'nın 2015 yılı itibariyle en fazla ihracat yaptığı 1. ülke Irak'tır.
- Konya'nın Irak'a yaptığı ihracat son 3 yılda %22 gerilemiştir.
- Konya'nın Irak ile olan ticaretinde Dış Ticaret fazlası vermesine rağmen oransal olarak dış ticaret fazlası azalmaktadır.



# ALMANYA



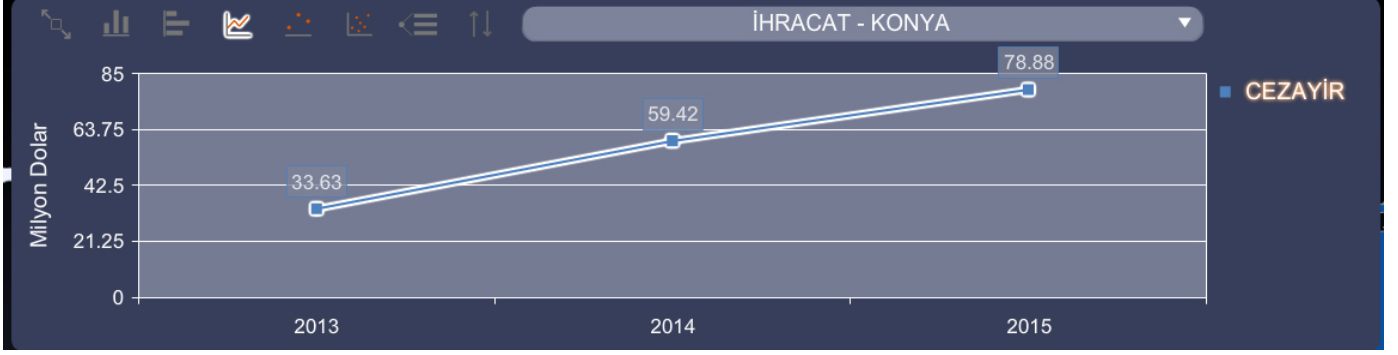
- Almanya Konya'nın 2015 yılı itibariyle en fazla ihracat yaptığı 2. ülke konumundadır.
- Konya'nın Almanya'ya yaptığı ihracat son 3 yılda sadece %0,4 artmıştır.
- Konya'nın Almanya ile olan Dış Ticaret Açığı 2013 yılında 10 Milyon Dolardan 2015 yılında 8,5 Milyon Dolara gerilemiştir.



# CEZAYİR



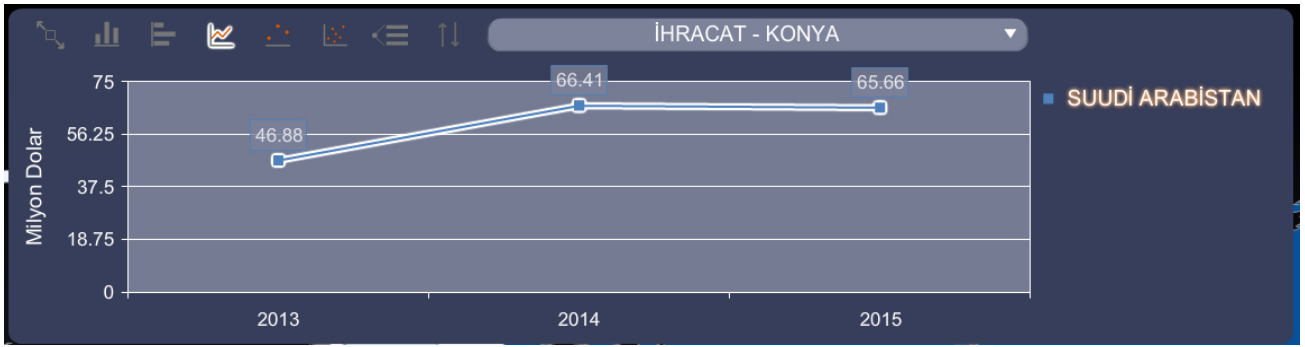
- Cezayir Konya'nın 2015 yılı itibariyle en fazla ihracat yaptığı 3. ülke konumundadır.
- Konya'nın Cezayir e yaptığı ihracat son 3 yılda % 135 oranında artmıştır.



# SUUDİ ARABİSTAN



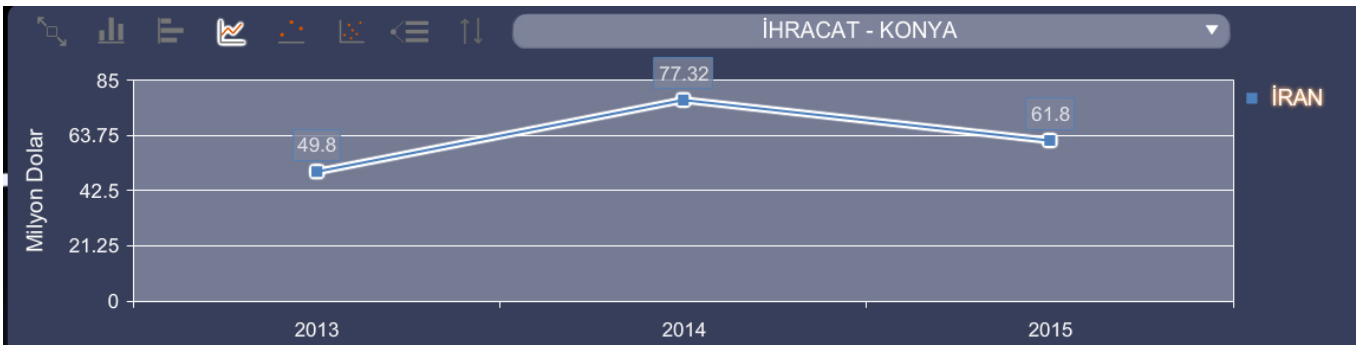
- Suudi Arabistan Konya'nın 2015 yılı itibariyle en fazla ihracat yaptığı 4. ülke konumundadır.
- Konya'nın bu ülkeye yaptığı ihracat son 3 yılda %40 artmıştır.
- Konya'nın bu ülke ile olan ticaretinde Dış Ticaret fazlası vermektedir. Dış Ticaret fazlası 2013 yılında 11,6 Milyon Dolardan 2015 yılında 41,8 Milyon Dolara yükselmiştir.



# İRAN

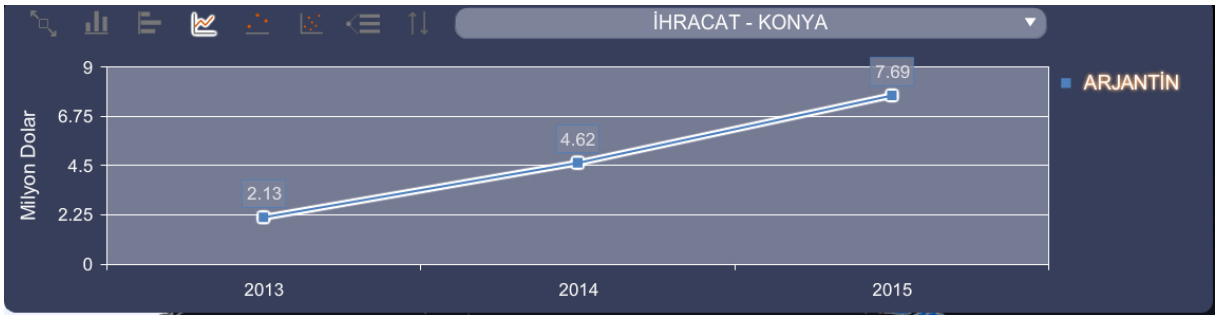
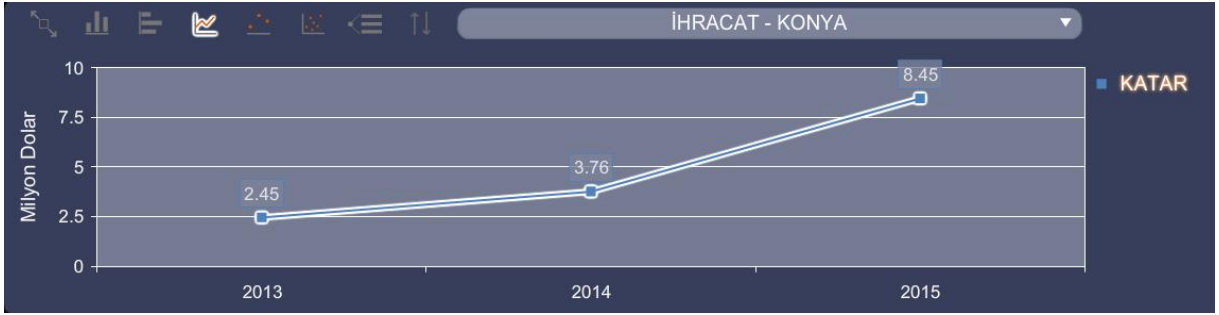
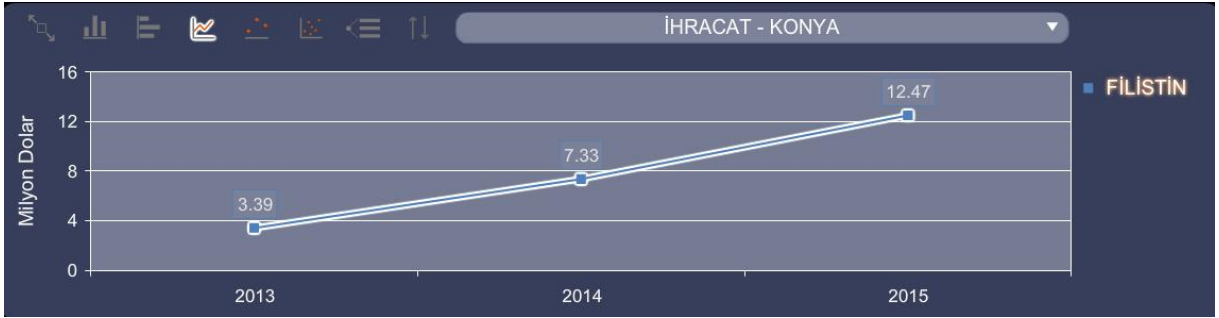


- İran Konya'nın 2015 yılı itibariyle en fazla ihracat yaptığı 5. ülke konumundadır.
- Konya'nın bu ülkeye yaptığı ihracat son 3 yılda %24 artmıştır.



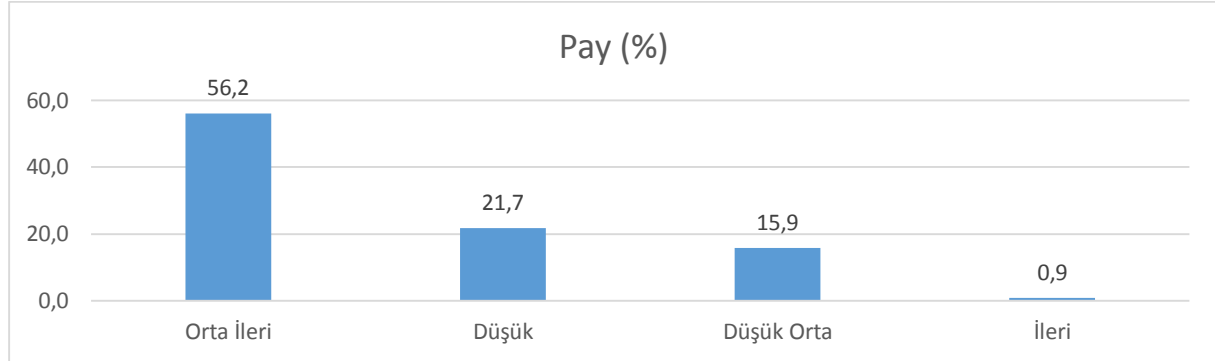
### 3.1.2 Konya'nın İhracatında Potansiyel Ülkeler

İhracatı açısından potansiyel ülkeler; Konya'nın hali hazırda ihracat miktarı bakımından ciddi bir büyüklüğe erişemediği ancak son 3 yılda ihracat miktarını 5 milyon dolar ve üzerinde artırmış olan ülke pazarları olarak tanımlanmıştır. Buna göre Konya'dan Filistin, Katar ve Arjantin'e son 3 yılda yapılan ihracat miktarı önemli ölçüde artmıştır. Bu pazarlarda firmalarımızın birebir görüşmeler yapmalarını desteklenmelidir.



### 3.1.3 Konya İhracatının Teknoloji Düzeyi

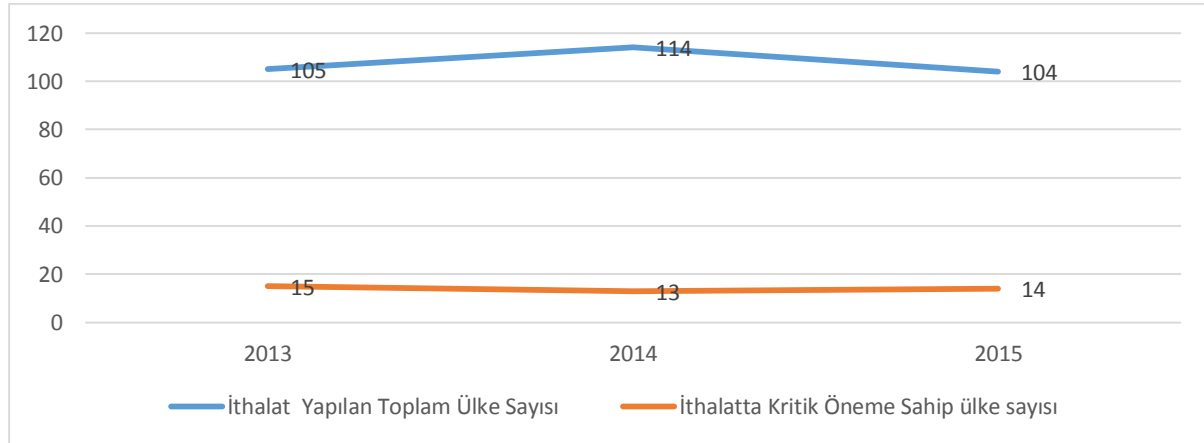
Konya 2015 yılı itibariyle en fazla orta ileri teknoloji sektörlerde ihracat yapmıştır. Toplam yapılan ithalat içerisindeki orta ileri teknolojinin payı %56,2'dir.



## 3.2 İTHALAT

Konya 2013 yılında, 105 farklı ülkeden ithalat yaparken bu ülkelerden ilk 15 i yapılan ithalatın önemli bir bölümünü kapsamı nedeniyle ithalat açısından kritik öneme sahiptir. Öte yandan 2015 yılına gelindiğinde ithalat yapılan ülke sayısı 1 azalarak 104 e gerilemiş ancak kritik öneme sahip ülke sayısı da aynı şekilde azalmıştır. Bu Konya'nın ithalat konusunda daha fazla bir şekilde belirli ülkelere bağımlı kaldığını göstermektedir.

Şekil Konya'nın İthalatta Bağımlı Olduğu Kritik Ülke Sayısı



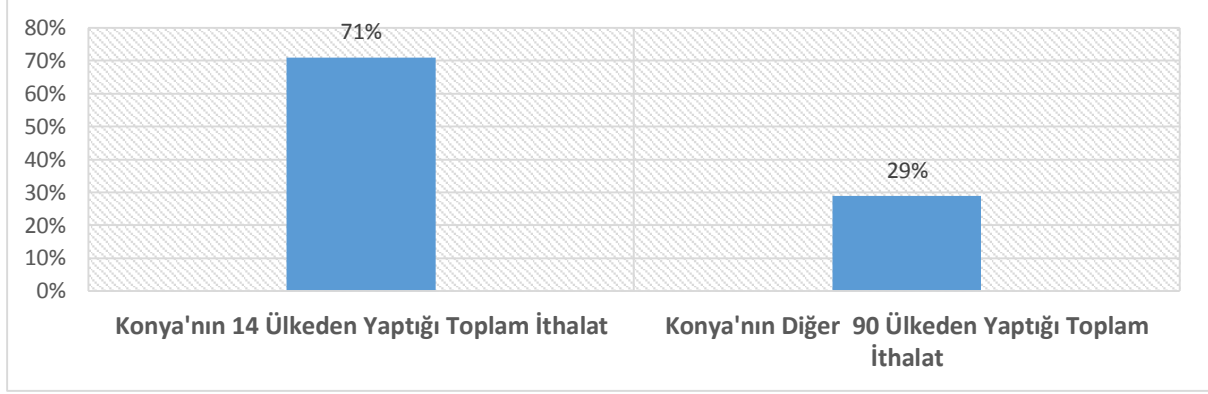
Tablo 3 Konya İthalat Eğilimi

DEĞİŞKEN	2013	2014	2015
İthalat Yapılan Toplam Ülke Sayısı	105	114	104
İthalatta Kritik Öneme Sahip Ülke Sayısı	15	13	14

### 3.2.1 Konya'nın İthalatta Bağımlı Olduğu Kritik Ülkeler

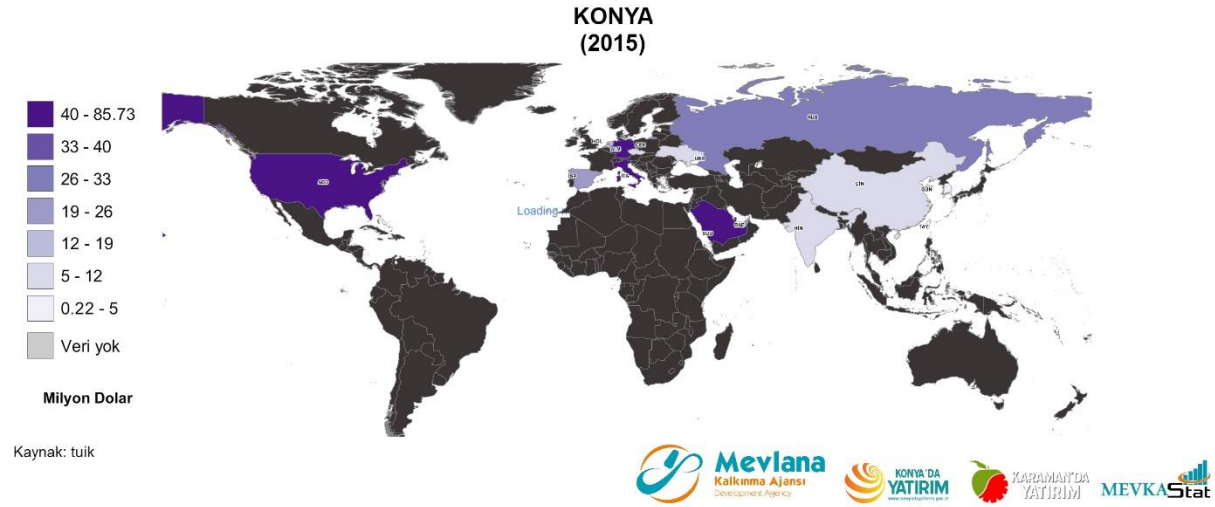
Konya İthalat açısından 14 ülkeye bağımlı bir seyir izlemektedir. Nitekim sadece bu 14 ülkeden Konya'nın yaptığı ithalat 2015 yılı itibariyle toplam ithalatın %71 ini oluşturmaktadır. Bu bölümde bu 14 ülke detaylı olarak incelenmiştir.

**Figure 2 Konya'nın İthalatta Bağımlı Olduğu Kritik Ülkelerin Ağırlığı**



**Tablo 4 Konya'nın İthalatta Bağımlı Olduğu Kritik Ülkeler**

Sıra	Ülke	2015 İthalat (Dolar)
1	Çin	231.533.042
2	Rusya Federasyonu	141.126.398
3	Almanya	90.418.186
4	İtalya	76.071.051
5	Çek Cumhuriyeti	48.294.808
6	Ukrayna	39.174.972
7	Tayvan	36.978.130
8	Güney Kore	34.664.809
9	ABD	24.985.303
10	Suudi Arabistan	23.864.085
11	Hollanda	21.547.560
12	Hindistan	21.476.344
13	İspanya	21.376.224
14	BAE	20.071.237



# ÇİN

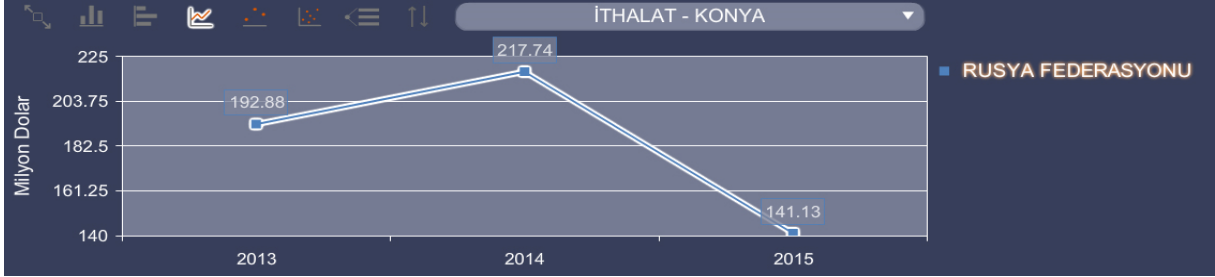


- Konya'nın 2015 yılı itibariyle en fazla ithalat yaptığı 1. ülke Çin'dir.
- Konya'nın Çin'den yaptığı ithalat son 3 yılda %31 artmıştır.



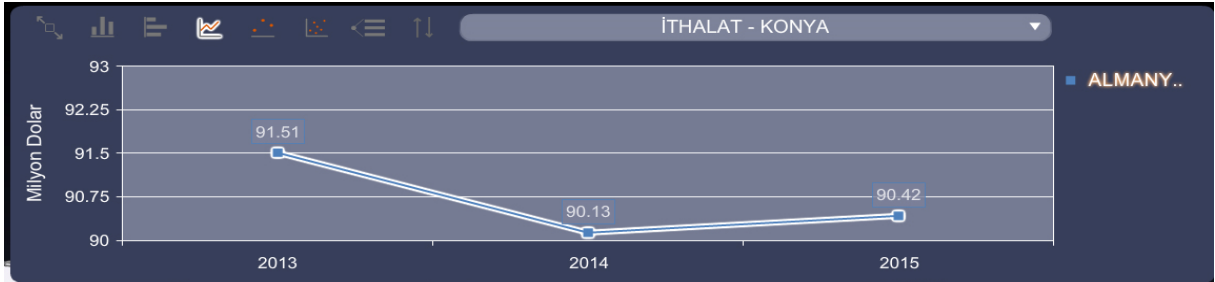
# RUSYA

- Konya'nın 2015 yılı itibariyle en fazla ithalat yaptığı 2. ülke Rusya'dır.
- Konya'nın Rusya'dan yaptığı ithalat son 3 yılda %27 oranında azalma kaydetmiştir
- 2015 yılında bu ülke ile yaşanan diplomatik darboğaz bu azalma üzerinde etkili olmuştur.



# ALMANYA

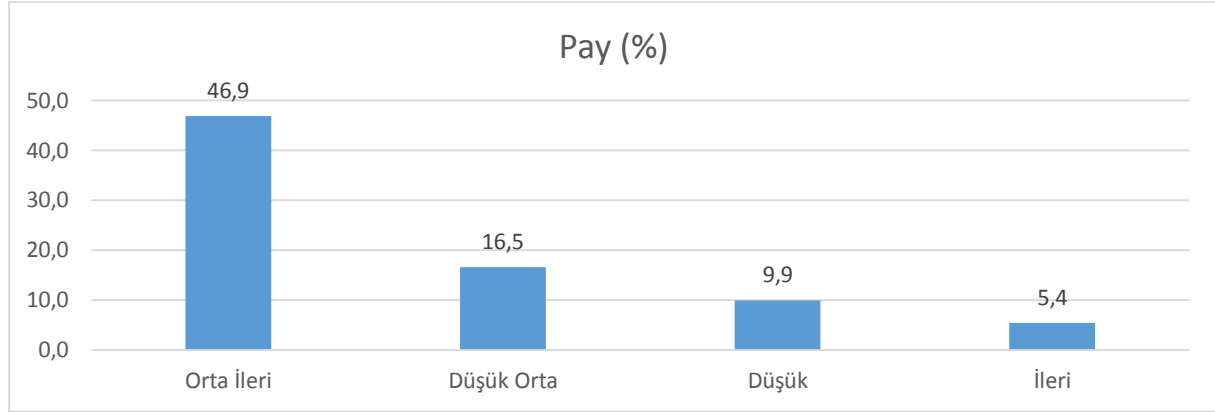
- Konya'nın 2015 yılı itibariyle en fazla ithalat yaptığı 3. ülke Almanya'dır.
- Konya'nın Almanya'dan yaptığı ithalat son 3 yılda %1 oranında azalma kaydetmiştir





### 3.2.2 Konya İthalatının Teknoloji Düzeyi

Konya 2015 yılı itibarıyla en fazla orta ileri teknoloji sektörlerde ithalat yapmıştır. Toplam yapılan ithalat içerisindeki orta ileri teknolojinin payı %46,9'dur.

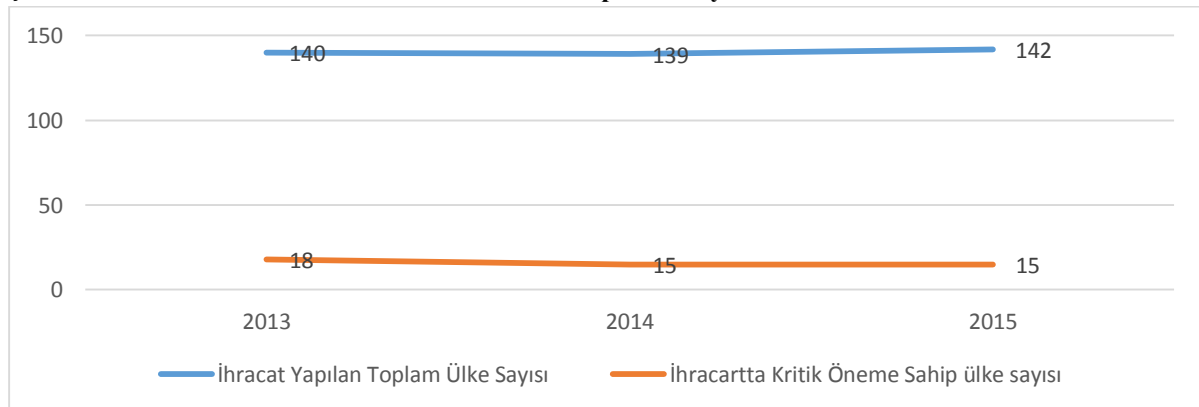


## 4 KARAMAN

### 4.1 İHRACAT

Karaman'ın 2013 yılında, ihracat yaptığı 140 ülkeden 18'i eşdeğer öneme sahipken, 2015 yılına gelindiğinde ihracat yapılan ülke sayısı 142'ye yükselmesine rağmen eşdeğer öneme sahip ülke sayısı azalarak ve 18 den 15'e gerilemiştir. Bu şu anlama gelmektedir: Karaman son yıllarda ihracat yaptığı kritik ülke sayısını artırmasına rağmen yaptığı ihracatın önemli bir kısmını belirli ve sınırlı sayıdaki ülkelere yapmaktadır. Bu durum Karaman'ın yeni ülke pazarlarına girmekte sıkıntı yaşadığını göstermektedir.

Şekil 2 Karaman'ın ihracatında Kritik Öneme Sahip Ülke Sayısı



Tablo 5 Karaman İhracat Eğilimi

DEĞİŞKEN	2013	2014	2015
İhracat Yapılan Toplam Ülke Sayısı	140	139	142
İhracatta Kritik Öneme Sahip ülke sayısı	18	15	15

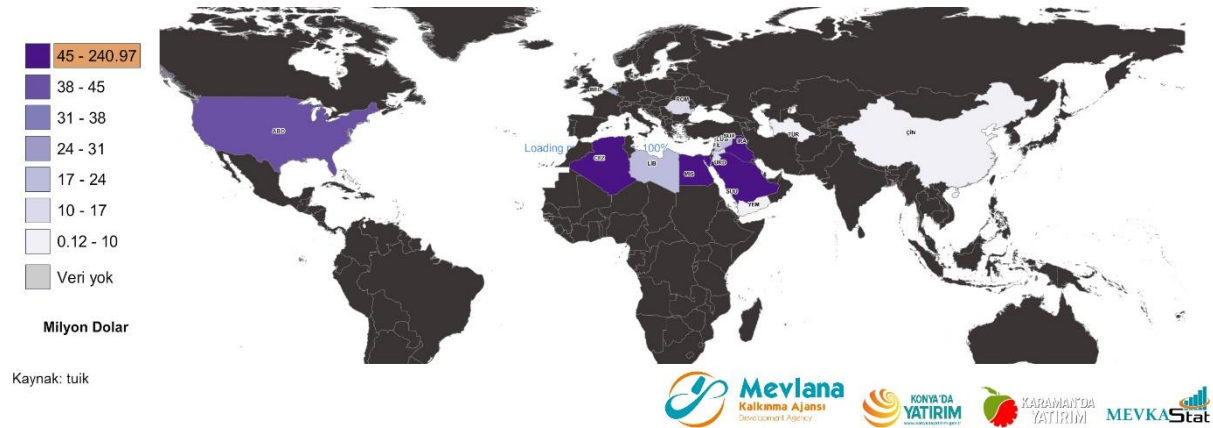
#### 4.1.1 Karaman'ın İhracatında Stratejik Ülkeler

Bir önceki bölümde Karaman'ın İhracatında Stratejik Ülke konumunda olan 15 ülke bu bölümde detaylı olarak ele alınmıştır. Karaman'ın 2015 yılında sadece bu 15 ülkeye yaptığı toplam ihracat miktarı aynı yıl yapılan toplam ihracatın %72'sini oluşturmaktadır.

**Figüre 3 Karaman'ın İhracatında Stratejik Ülkelerin Ağırlığı**

**Tablo 6 Karaman'ın İhracatında Stratejik Ülkeler**

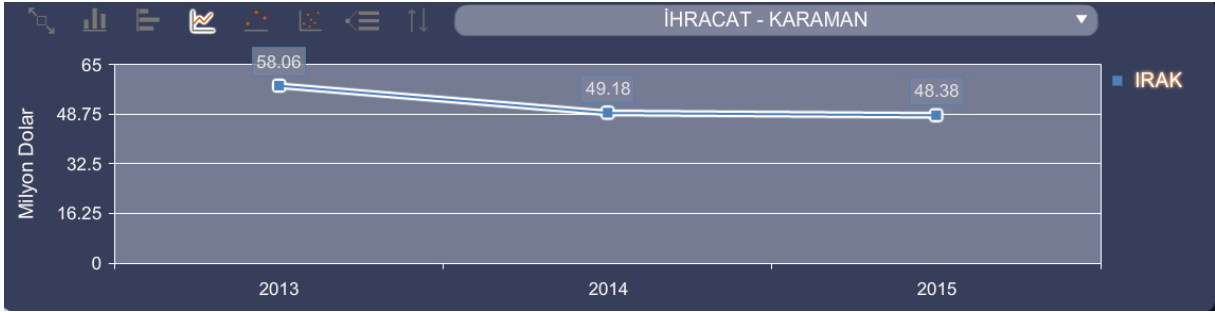
Sıra	Ülke	2015 İhracat (Dolar)
1	Irak	48.377.705
2	Suriye	42.731.790
3	Yemen	28.903.625
4	Romanya	13.801.562
5	Suudi Arabistan	12.624.944
6	Libya	12.315.730
7	Belçika	9.870.841
8	ABD	9.264.096
9	Lübnan	7.582.999
10	Mısır	7.087.908
11	Cezayir	6.571.368
12	Filistin	5.917.988
13	Ürdün	5.789.709
14	Türkmenistan	5.560.548
15	Çin	3.613.972



# IRAK



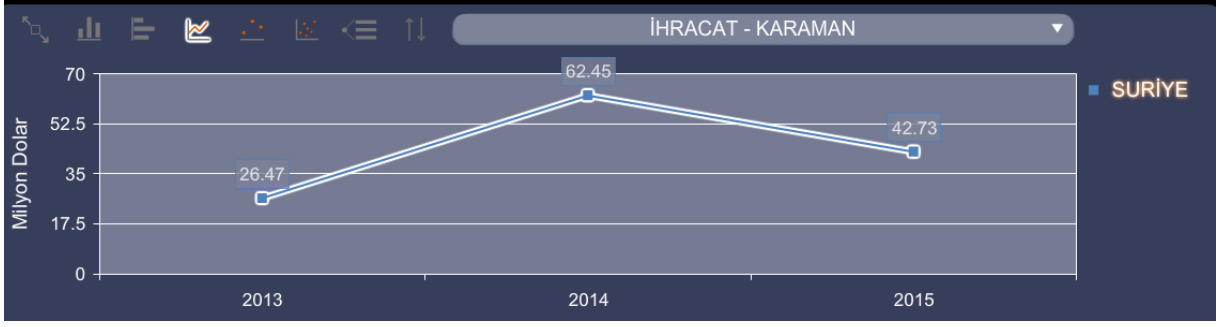
- Karaman'ın 2015 yılı itibariyle en fazla ihracat yaptığı 1. ülke Irak'tır.
- Karaman'ın Irak'a yaptığı ihracat son 3 yılda %17 gerilemiştir.
- Karaman'ın Irak ile olan ticaretinde Dış Ticaret fazlası vermesine rağmen oransal olarak dış ticaret fazlası azalmaktadır.



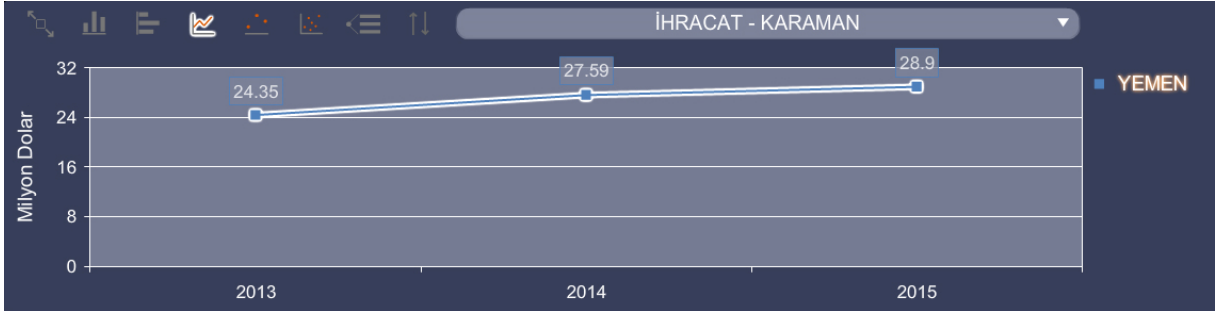
# SURİYE



- Karaman'ın 2015 yılı itibariyle en fazla ihracat yaptığı 2. ülke Suriye'dir.
- Karaman'ın Irak'a yaptığı ihracat son 3 yılda %61 artmıştır.

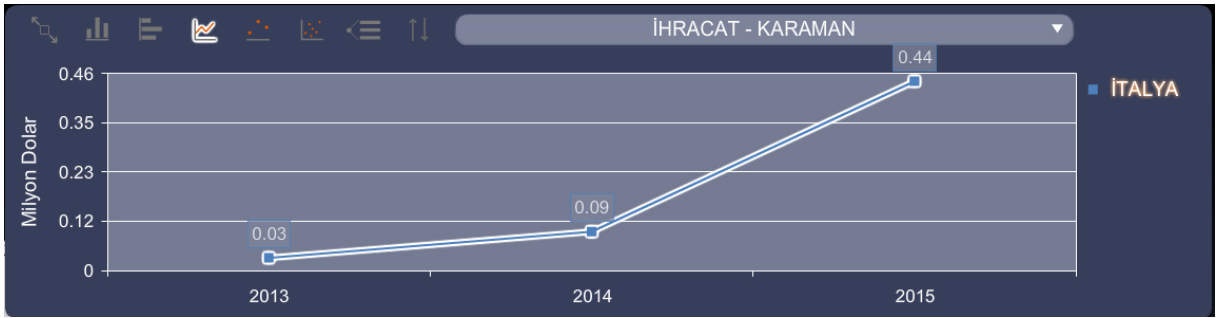
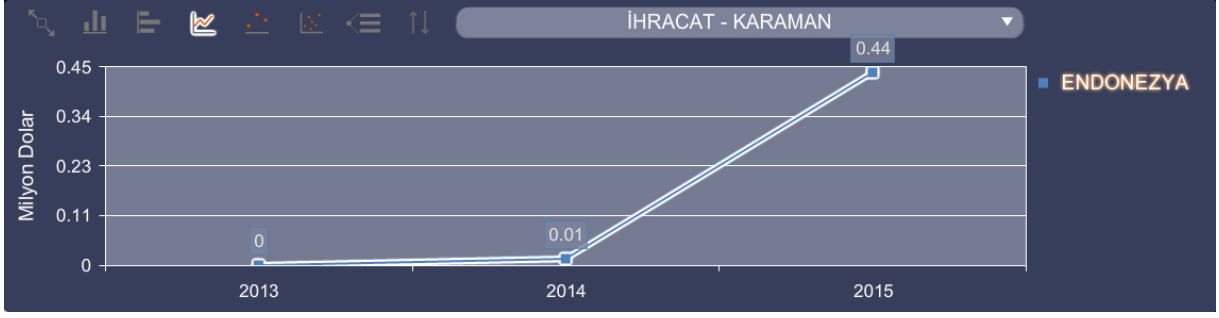


- Karaman'ın 2015 yılı itibariyle en fazla ihracat yaptığı 3. ülke Yemen'dir.
- Karaman'ın Irak'a yaptığı ihracat son 3 yılda %19 artmıştır.



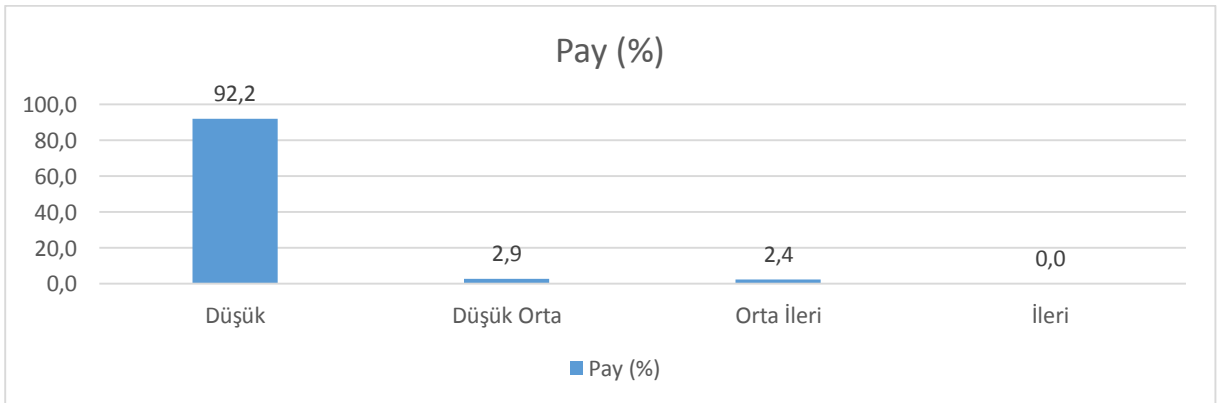
#### 4.1.2 Karaman'ın İhracatında Potansiyel Ülkeler

İhracatı açısından potansiyel ülkeler; Karaman'ın hali hazırda ihracat miktarı bakımından ciddi bir büyüklüğe erişemediği ancak son 3 yılda ihracat miktarını 10 milyon dolar ve üzerinde artırmış olan ülke pazarları olarak tanımlanmıştır. Buna göre Karaman'dan Endonezya, Malezya ve İtalya'ya son 3 yılda yapılan ihracat miktarı önemli ölçüde artmıştır. Bu pazarlarda firmalarımızın birebir görüşmeler yapmaları desteklenmelidir.



#### 4.1.3 Karaman'ın İhracatının Teknoloji Düzeyi

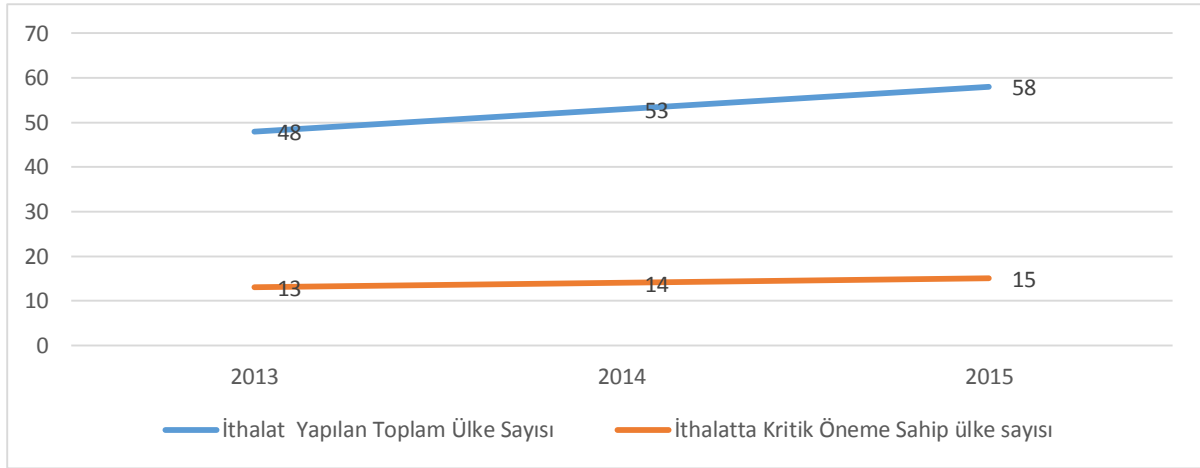
Karaman 2015 yılı itibariyle en fazla Düşük teknolojlili sektörlerde ihracat yapmıştır. Toplam yapılan ithalat içerisindeki düşük teknolojinin payı %92,2dir



## 4.2 İTHALAT

Karaman 2013 yılında, 48 farklı ülkeden ithalat yaparken bu ülkelerden ilk 13 ü yapılan ithalatın önemli bir bölümünü kapsaması nedeniyle ithalat açısından kritik öneme sahiptir. Öte yandan 2015 yılına gelindiğinde ithalat yapılan ülke sayısı 10 artarak 58 e yükselmiştir. Ancak kritik öneme sahip ülke sayısı da aynı şekilde artmıştır. Bu Karaman'ın ithalat konusunda daha fazla bir şekilde belirli ülkelere bağımlı kaldığını göstermektedir.

Şekil 3 Karaman'ın İthalatta Bağımlı Olduğu Kritik Ülke Sayısı



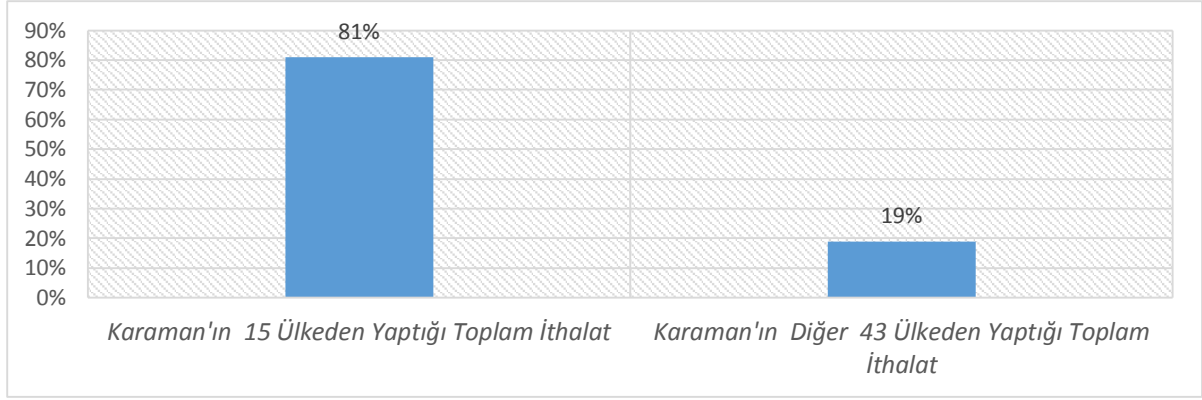
Tablo 7 Karaman İthalat Eğilimi

DEĞİŞKEN	2013	2014	2015
İthalat Yapılan Toplam Ülke Sayısı	48	53	58
İthalatta Kritik Öneme Sahip ülke sayısı	13	14	15

### 4.2.1 Karaman'ın İthalatta Bağımlı Olduğu Kritik Ülkeler

Karaman İthalat açısından 15 ülkeye bağımlı bir seyir izlemektedir. Nitekim sadece bu 15 ülkeden Karaman'ın yaptığı ithalat 2015 yılı itibarıyla toplam ithalatın %81 ini oluşturmaktadır. Bu bölümde bu 15 ülke detaylı olarak incelenmiştir.

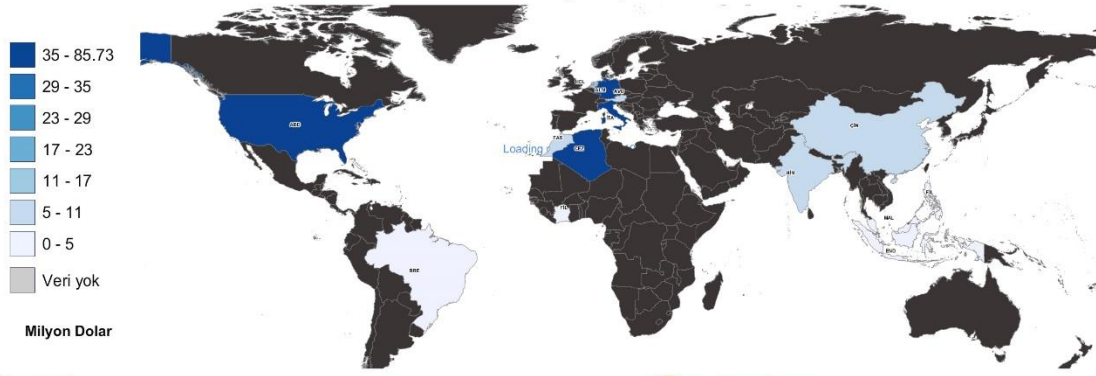
Figure 4 Karaman'ın İthalatta Bağımlı Olduğu Kritik Ülkelerin Ağırlığı



**Tablo 8 Karaman'ın İthalatta Bağımlı Olduğu Kritik Ülkeler**

Sıra	Ülke	2015 İthalat (Dolar)
1	Almanya	21.027.806
2	Endonezya	11.523.729
3	Malezya	10.946.236
4	İtalya	10.209.830
5	Cezayir	9.994.329
6	Hollanda	8.014.412
7	Çin	6.736.637
8	Fas	6.322.753
9	Avusturya	5.892.383
10	ABD	4.918.522
11	Fildişi Kıyısı	2.827.294
12	Hindistan	2.728.803
13	Brezilya	2.450.006
14	Filipinler	2.420.789
15	Kayseri Serbest Bölgesi	2.105.098

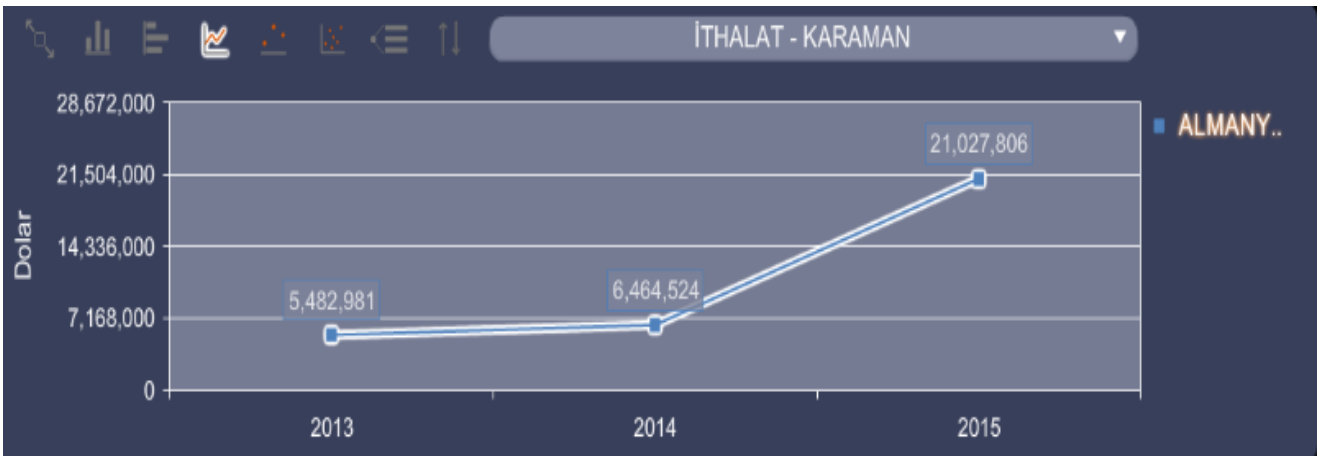




# ALMANYA



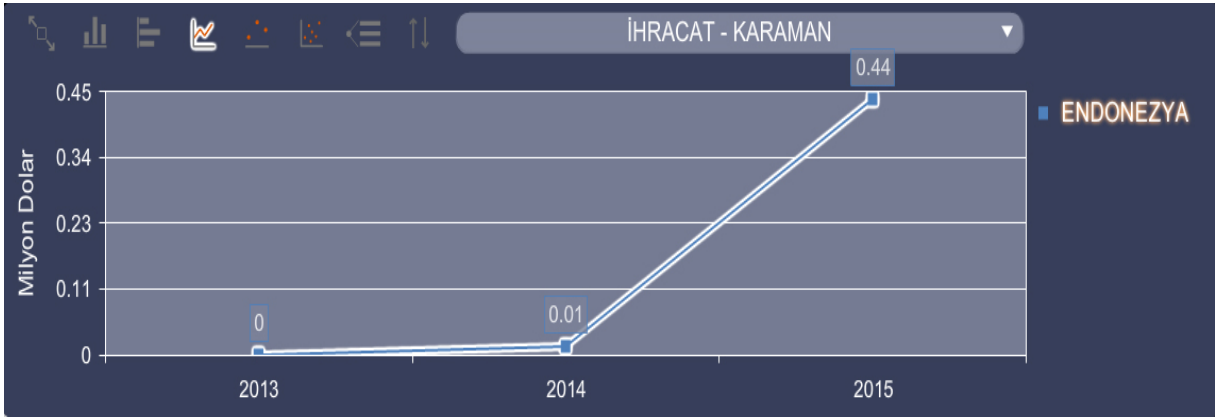
- Karaman'ın 2015 yılı itibariyle en fazla ithalat yaptığı 1. ülke Almanya'dır.
- Karaman Almanya'dan yaptığı ithalat son 3 yılda %284 artmıştır.
- Karaman'ın Almanya ile olan Dış Ticaret Açığı 2013 yılında 4.23 Milyon Dolardan 2015 yılında 20.32 Milyon Dolara yükselmiştir.



# ENDONEZYA



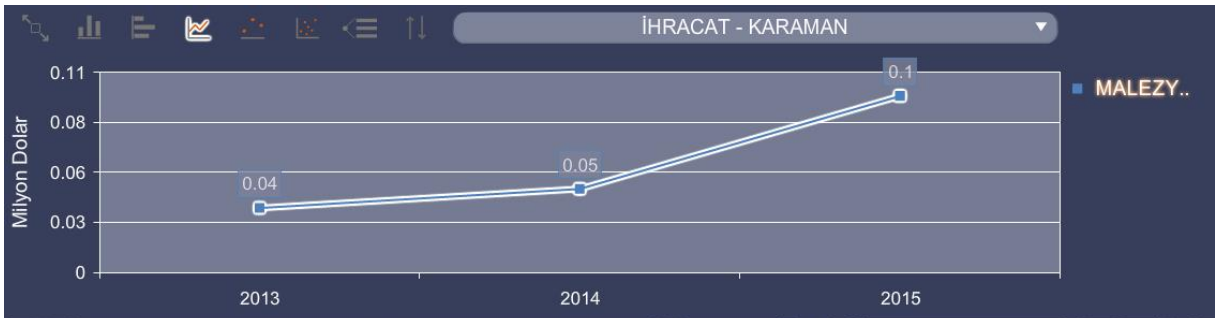
- Karaman'ın 2015 yılı itibariyle en fazla ithalat yaptığı 2. ülke Endonezya'dır.
- Karaman Almanya'dan yaptığı ithalat son 3 yılda %7 oranında azalmıştır.



# MALEZYA

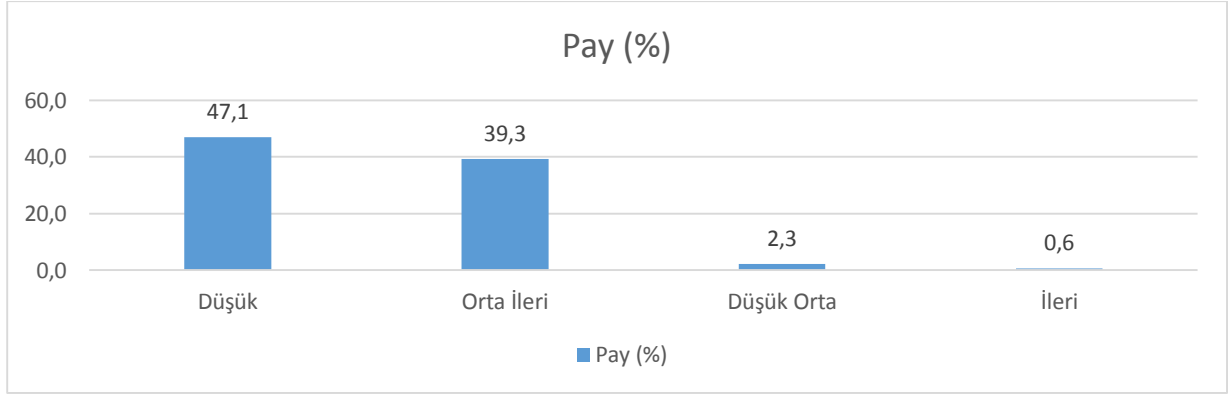


- Karaman'ın 2015 yılı itibariyle en fazla ithalat yaptığı 1. ülke Malezya'dır.
- Karaman Malezya'dan yaptığı ithalat son 3 yılda %11 oranında azalmıştır.



#### 4.2.2 Karaman'ın İthalatının Teknoloji Düzeyi

Karaman 2015 yılı itibariyle en fazla Düşük teknoloji sektörlerinde ithalat yapmıştır. Toplam yapılan ithalat içerisindeki düşük teknolojinin payı %47,1'dir.



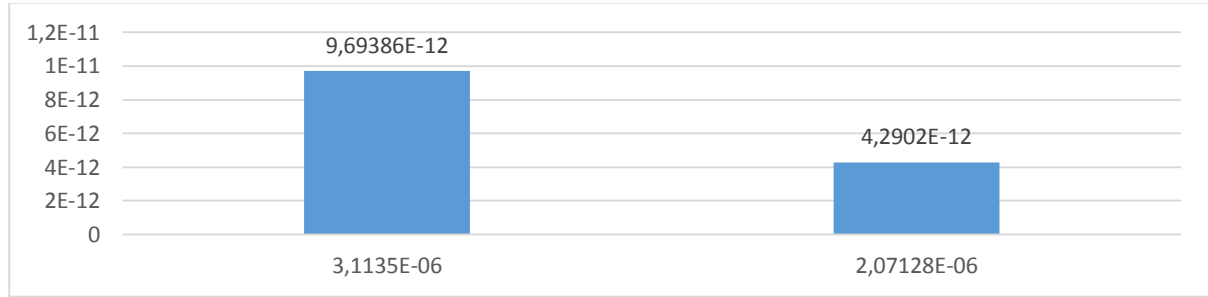
## 5 İHRACAT YAPTIĞIMIZ SEKTÖRLERİ ÇEŞİTLENDİREBİLİYOR MUYUZ?

Bölgenin ihracat miktarındaki kırılma yapının azaltılması için sektörel çeşitlenmeye gidilmesi önemli bir stratejidir. Bölgenin ihracat yapısındaki sektörel çeşitlenme piyasa yoğunlaşmasını ölçen *Herfindahl-Hirschman endeksi* ile hesaplanan eşdeğer sektör sayısı ile bulunabilmektedir. Bu yöntemle ihracat üzerinde küçük etkisi olan sektörleri dışarıda tutarak toplam ihracat üzerinde eşdeğer katkıya sahip ana sektörlerin sayısını vermektedir<sup>2</sup>. Eşdeğer sektör sayısının(ESS) hesabında şu formül kullanılmaktadır:

$$ESS_t = \frac{1}{\sum_{k=1}^n \frac{x_{k,t}^2}{X_{toplam,t}^2}} ; X_{k,t} = k \text{ sektörünün } t \text{ yılındaki ihracatı}, X_{toplam,t} = t \text{ yılındaki toplam ihracat}$$

2015 yılında Konya 126 sektörde ihracat yapmasına rağmen ilk 18 sektör toplam ihracatın %78 ini oluşturmaktadır. Bu durum belirli lokomotif sektörlerde yığılma olduğuna ve sektörel çeşitlenmenin yeterince sağlanamadığına işaret etmektedir.

Konya'nın İhracatta Sektörel Çeşitliliği (2015, %)



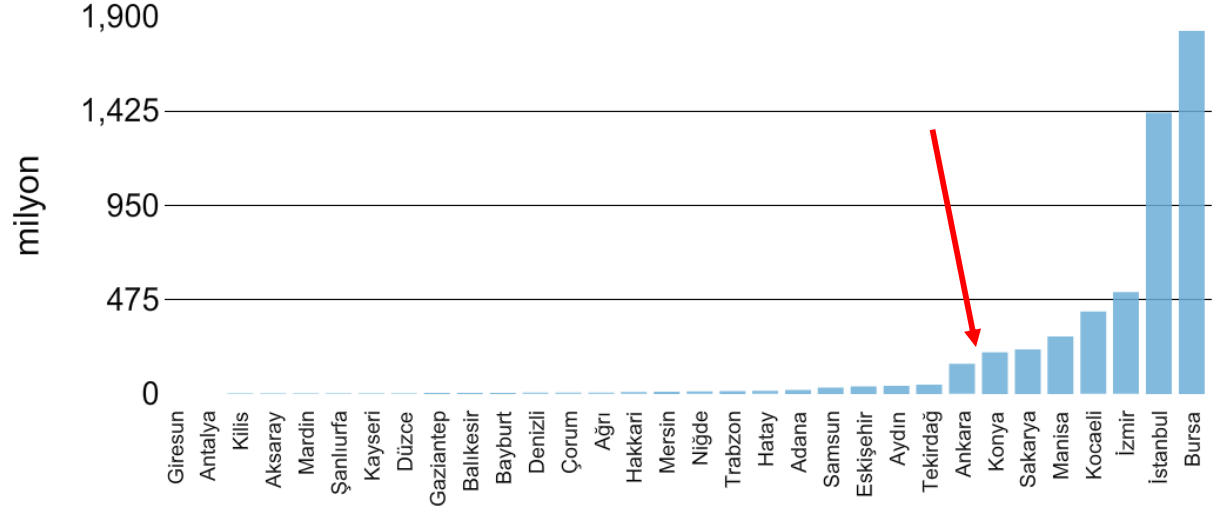
Konya'nın İhracatında Lokomotif Alt Sektörler, 2015

Sıra	Sektör	2015 Yılı İhracatı (Dolar)
1	Motorlu kara taşıtlarının motorlarıyla ilgili parça ve aksesuarları	208.971.859
2	Gıda, içecek ve tütün işleyen makineler	128.594.864
3	Pompa, kompresör, musluk ve vana	87.261.222
4	Kakao, çikolata ve şekerleme	83.322.531
5	Tarım ve orman makineleri	67.887.997
6	Plastik ürünleri	56.814.101
7	Motorlu kara taşıtlarının karasörleri ve römorkları	51.967.731
8	Başka yerde sınıflandırılmamış metal eşya	50.735.473
9	Fırın ürünleri	46.400.142
10	Başka yerde sınıflandırılmamış hayvanlar ve hayvansal ürünler	43.184.260
11	Demir-çelik dışındaki ana metal sanayi	36.600.153
12	Öğütülmüş tahıl ürünleri	35.092.494
13	İşlenmiş sebze ve meyveler	30.785.375

<sup>2</sup> Türkiye'nin İhracat Performansı 2: Sektörel Bazda Çeşitlilik, Rekabetçilik Ve Adaptasyon, TEPAV,2011

14	Takım tezgâhları	30.067.045
15	Mil yatağı, dişli, dişli takımı ve tahrik tertibatı	27.051.069
16	Diğer genel amaçlı makineler	25.155.261
17	Ana kimyasal maddeler (kimyasal gübre ve azotlu bileşikler hariç)	24.907.983
18	Silah ve mühimmat	24.522.017

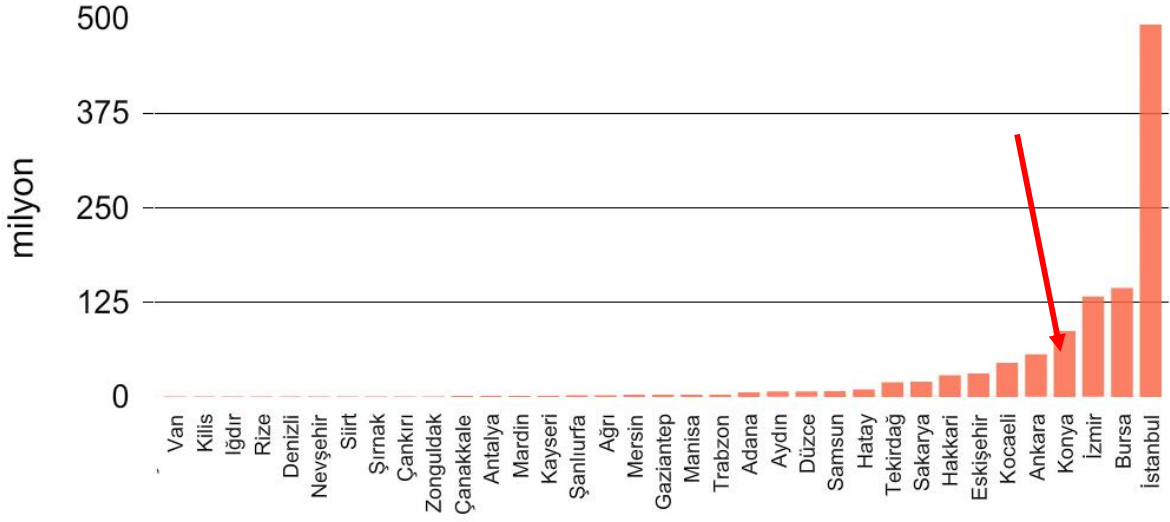
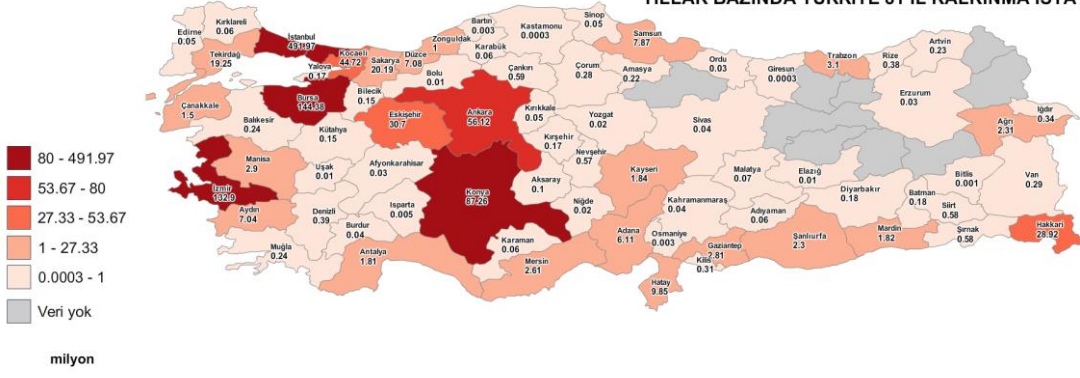
## Konya'nın En fazla İhracat Yaptığı İlk 3 Sektörde Diğer İllerin Durumu





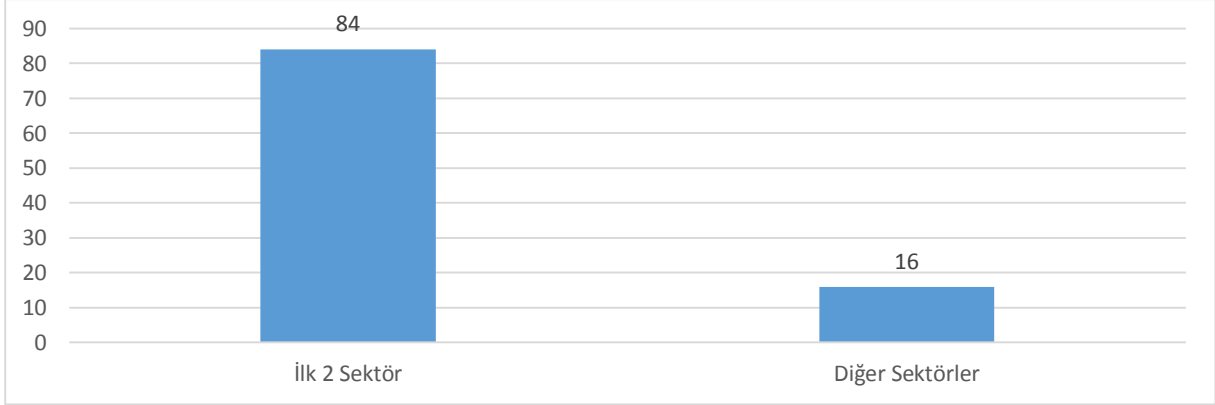
Pompa, kompresör, musluk ve vana  
(2015)

YILLAR BAZINDA TÜRKİYE 81 İL KALKINMA İSTATİSTİKLERİ



Karaman'ın sektörel çeşitliliği incelendiğinde ise 2015 yılı itibariyle durum oldukça düşündürücüdür. Karaman 2015 yılında toplam 75 sektörde ihracat yaparken 2 sektöre bağımlı kalmış durumdadır. Bu sektörler Fırın ürünleri ile Kakao, çikolata ve şekerleme sektörleridir. Nitekim 2015 yılı ihracatının %84 ünü bu iki sektör karşılamaktadır.

#### Karaman'ın İhracatta Sektörel Çeşitliliği (2015, %)



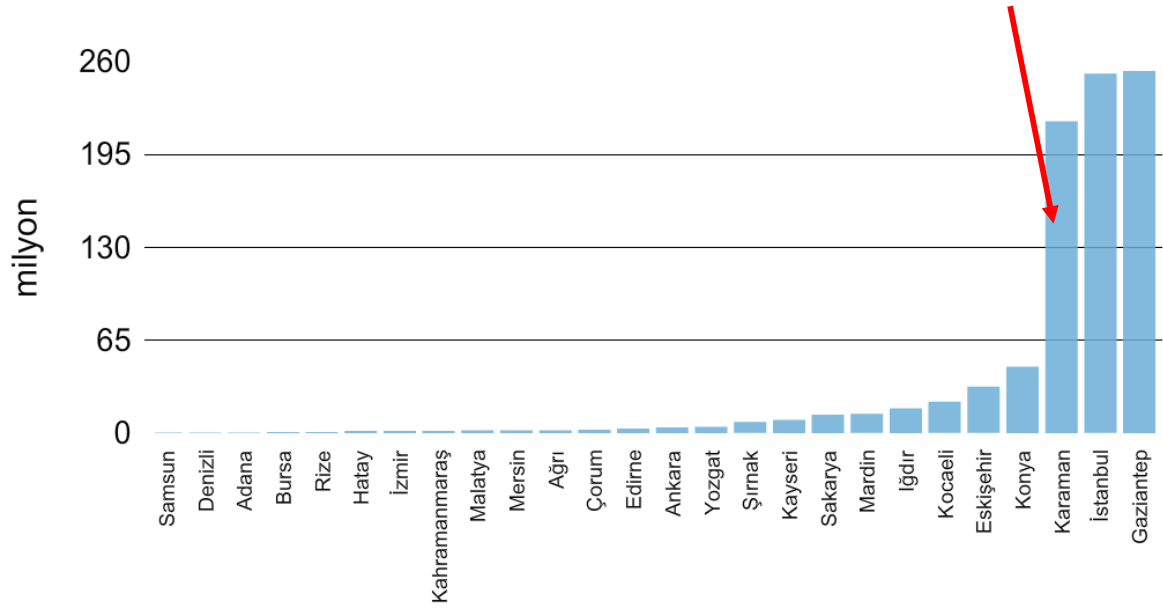
#### Karaman'ın İhracatında Lokomotif Alt Sektörler, 2015

Sıra	Sektör	2015 Yılı İhracatı (Dolar)
1	Fırın ürünleri	218.313.595
2	Kakao, çikolata ve şekerleme	37.776.039

#### Karaman'ın En fazla İhracat Yaptığı İlk 2 Sektörde Diğer İllerin Durumu

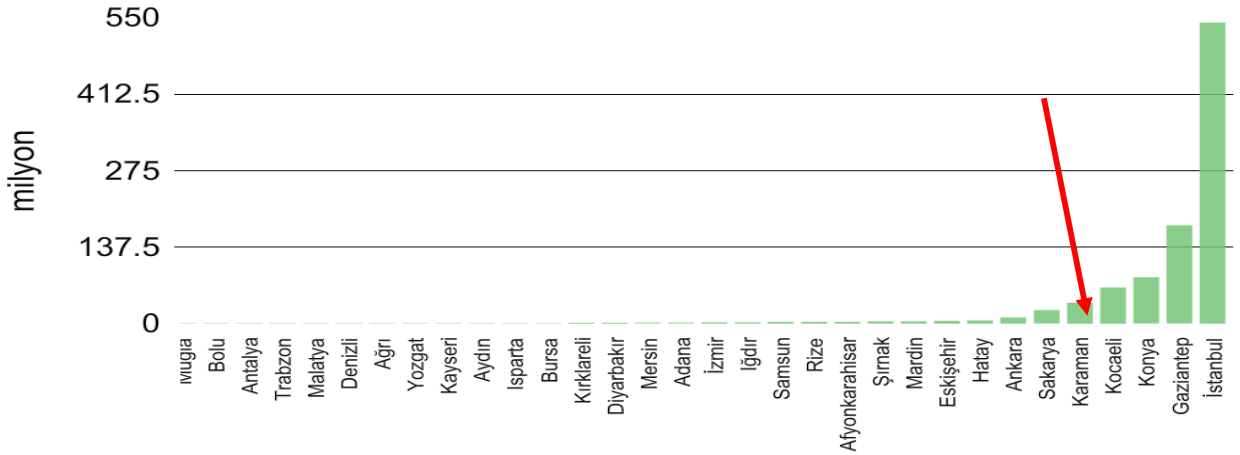
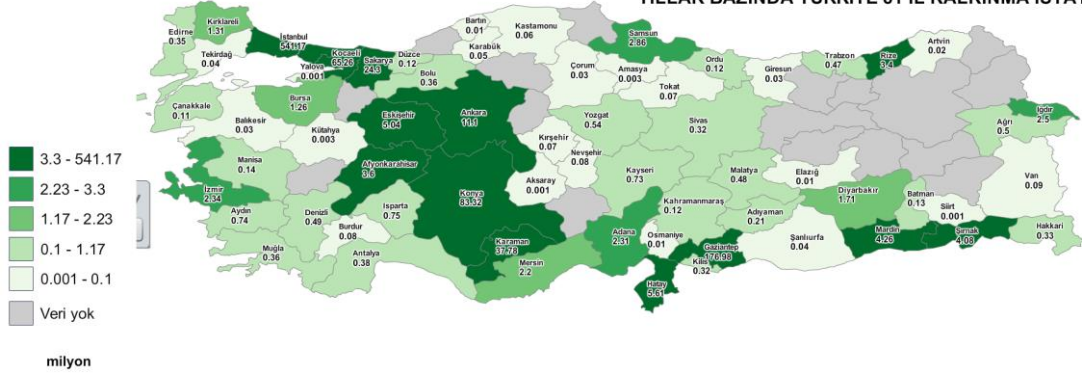






### Kakao, çikolata ve şekerleme (2015)

#### YILLAR BAZINDA TÜRKİYE 81 İL KALKINMA İSTATİSTİKLERİ



## 6 SONUÇ: BÖLGEDEKİ KOBİLERİMİZ İHRACATINI NASIL ARTIRIR?

Bölgemizdeki KOBİ'lerin ihracat performanslarının genel itibariyle düşük olması daha çok ihracat maliyetlerinin yüksek olmasından kaynaklanmaktadır. Burada yalnızca ihracat destek mekanizmalarının değil aynı zamanda Konya ve Karaman'daki ihracat yapan KOBİ sayısını da hem sayı olarak hem de miktar olarak artırmamız gerekmektedir. Burada Türkiye Ekonomileri Araştırma Vakfı (TEPAV) Bölge Çalışmaları Program Direktörü Sn. Güven SAK tarafından yapılmış tespit ve öneriler oldukça önemlidir. Aşağıda bu analiz ve önerilere yer verilmiştir. (Güven SAK; 2016)

Küreselleşme süreci ile birlikte KOBİ'lerin dış ticaret konusunda yaşadıkları sorunlarda boyut değiştirmektedir. Artık KOBİ'lerin dijital bir ortamda müşterilerine erişebilecekleri, müşterilerini tanıyabilecekleri, hatta mal desenlerini tekil müşterilerin taleplerine göre yeniden tasarlayabilecekleri yeni bir dönemdeyiz.

Microsoft'un 2015 yılı Dijital Eğilimler anketi, müşterinin kendi sağladığı malumata dayalı olarak üretim desenini değiştirebilen firmaları tercih ettiğini gösteriyor. Yeniyi kurmak, yeni bir düşünme çerçevesi ile mümkün olabilir. (Güven SAK; 2016)

Yine bizim bugün KOBİ'lerin finansmana erişiminden anlamamız gerekenle dün anlamamız gereken de aynı şeyler değildir. Ödemeler sistemindeki değişimin farkında olmak, bu açıdan son derece önemlidir. Paypal sayesinde bugün niteliklerinden haberdar olduğumuz, kim olduklarını bildiğimiz, kredi değerliklerini ölçebildiğimiz 184 milyon kişilik bir veri tabanı vardır çevremizdeki ülkelerde. Bunu nasıl en iyi biçimde kullanacağımız hadisesi, bugünün finansman meselesidir. Açıktır ki böyle bir sistemden gelen alım emrinin değeri, boşluktan gelen sipariştten daha farklı olacaktır. Bu çerçevede, bugün KOBİ'lerin nasıl ihracat yapabileceği üzerinde düşünmekle dün aynı mesele üzerine düşünmek de aynı şey değildir.

Öncelikle politika önerilerinin başında KOBİ'lerin dijitalleşmesi gelmektedir. KOBİ'lerin dijitalleşmesi, yeni şirketlerle yeni pazarlara yeni ürünler satılabilmesi için olmazsa olmaz bir ön şarttır. Yeni ihracat rekorları için ilk olarak dijitalleşme üzerine yoğunlaşmakta fayda vardır. (Güven SAK; 2016)

İkinci olarak KOBİ'lerin dijitalleştirilmesi tek başına yeterli değildir. Türkiye'nin kara yolu ağı 1,1 milyon kilometre iken fiber optik kablo ağı 240 bin kilometredir. Bilenler, Kore'de kilometrekare başına 6 kilometre fiber optik kablo düşerken aynı alanda Türkiye'de 300 metrelik kablo olduğuna vurgu yapıyor. KOBİ'ler artan bir biçimde dijitalleştikçe bu altyapı bize yetmeyecektir. Devlet ya bu açığı kendisi kapatacak ya da özel sektörün bu alanda çalışmasının önünü açacaktır. Paypal, Alipay gibi yeni dijital ödemeler sistemine bölge illerimizi hızla dâhil etmek gerekmektedir. (Güven SAK; 2016)

Bunlarında yanında ise olmazsa olmazımız KOBİ'lerin teknolojik gelişmelerden haberdar olması ve küresel düzeyde yaşanan değişimleri yakından takip edebilmesidir.

### **Odaklanma mı Çeşitlenme mi?**

Daha fazla ve daha katma değerli ihracat yapabilmek için belirli sektörlerle ve belirli ülkelere odaklanmak mı doğru stratejidir yoksa gerek sektör açısından gerekse ihracat yapılan ülke sayısını çeşitlendirmek mi daha etkili bir yoldur?

Bu analiz çalışmasından çıkan sonuç bölgemizin ihracat miktarındaki kırılgan yapının azaltılması için gerek sektörel gerek pazar açısından çeşitlenmeye gidilmesi gerektiği yönündedir.