Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti
tarafından finanse edilmektedir.

COSME Türkiye

COSME

T.C. SANAYİ VE
TEKNOLOJİ BAKANLIĞI

REKABETÇİ SEKTÖRLER PROGRAMI

KOSGEB

COSME Türkiye

Bu rehber, COSME Türkiye Teknik Destek Projesi kapsamında Hakan Akın tarafından hazırlanmıştır.

İÇİNDEKİLER

DEĞERLİ OKUR
GİRİŞ
YAZAR HAKKINDA

01 KOBİ'LERİN İHRACATA BAŞLAMA SÜREÇLERİ VE İHRACAT GELİŞİMLERİ İÇİN ANA İHTİYAÇ

15 KOBİ'lerde İhracat Altyapısı
23 İhracatta İş Akışı
27 **Genel İhracat Mevzuatı/Uluslararası Ödeme Yöntemleri/Teslim Şekilleri**
27 Genel İhracat Mevzuatı
34 Ödeme Yöntemleri
65 Teslim Şekilleri (Incoterms)
73 **Pazar Araştırması / Pazara Giriş Stratejileri / Uluslararası Ticari Bağlantıların Sağlanması ve Geliştirilmesi**
73 Pazar Araştırması
93 Pazara Giriş Stratejileri
96 Ticari Bağlantıların Kurulması ve Geliştirilmesi
102 **İhracatta Pazarlama-Satış / Ticari Müzakereler / İhracat Fiyatlaması**
106 İhracatta Pazarlama
110 İhracatta Satış
113 İhracat Fiyatlaması
115 Ticari Müzakere
119 **İhracat Teşvik ve Destek Mevzuatı**
120 Dahilde İşleme Rejimi
124 Hariçte İşleme Rejimi
126 İhracatta Devlet Destekleri
144 İhracat ve Diğer Döviz Kazandırıcı Faaliyetlerde Damga Vergisi ve Harç İstisnası
146 KOSGEB'in İhracata Yönelik Destekleri
149 Eximbank Destek Programları

02 AB-TÜRKİYE GÜMRÜK BİRLİĞİ / BREXIT VE TÜRK İHRACATINA ETKİLERİ

155 **Avrupa Birliği ve Ticari Düzenlemeler**
155 Tarihçe
157 Avrupa Tek Senedi ve Avrupa Birliği
159 **Avrupa Birliği-Türkiye İlişkileri ve Gümrük Birliği**
161 **BREXIT ve Türkiye-Gümrük Birliği İlişkileri / Dünyada Diğer Ekonomik Topluluklar ve Birlikler**
161 Brexit Nedir?
162 Brexit Sonrası AB-Birleşik Krallık Serbest Ticaret Anlaşması ve Sonuçları
163 BREXIT Sonrası Türkiye-Gümrük Birliği ve Türkiye-Birleşik Krallık Ticari İlişkileri ve Teknik Düzenlemeler
165 Türkiye'nin Dahil Olduğu Diğer Ticari Birlikler ve Düzenlemeler

03 PANDEMİ SÜRECİ VE DÜNYADA DIŞ TİCARETE ETKİLERİ

171 **Pandeminin Dünyada Uluslararası Ticarete Etkileri**
174 **Pandemi Koşullarında Dünyada Ön Plana Çıkan Ürün ve Hizmetler**
176 **Pandemi Sürecinde İhracatta Artış Sağlayacak Yeni Yaklaşım ve Stratejiler**
178 **Pandemi Sürecinde Ticari İlişki, Müzakere ve Satışa Etki Edecek Unsurlar**

180 **KAYNAKLAR**

COSME *Türkiye*

İHRACAT REHBERİ

Hasan Basri Kurt
KOSGEB Başkanı

KOSGEB olarak genel stratejimizin stratejik ürünleri yerlileştirmek olduğunu vurgulamak isterim.

KOSGEB

DEĞERLİ OKUYUCU;

KOBİ'ler, pek çok ülkede olduğu gibi ülkemizde de milli ekonominin en önemli unsurlarındandır. Başkanlığını yürüttüğüm **Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)**, kuruluşundan bu yana **KOBİ**'lerimizin yanında yer almış ve rekabet güçlerini artırmak amacıyla çalışmalar gerçekleştirmiştir. Bu minvalde, **KOBİ**'lerimizin uluslar arası pazarlarda paylarını artırmak her zaman en önem verdiğimiz alanların başında yer almıştır.

KOSGEB olarak genel stratejimizin stratejik ürünleri yerlileştirmek olduğunu vurgulamak isterim. Bu bağlamda, cari açığı azaltmayı amaçlayan, yüksek teknolojinin **KOBİ**'ler vasıtasıyla tabana yayılmasını sağlayan, evrensel rekabet şartlarında boy gösterebilecek işletmelerin oluşumunu ve sürekliliğini teşvik eden destek programları uyguluyoruz.

Tüm bu faaliyetleri gerçekleştirirken **KOSGEB**'in ilgili uluslararası platformlarda daha aktif hale gelmesi için de çalışmalar yürütüyoruz. Ülkeler ile kurduğumuz ikili işbirliklerinin yanında, **AB düzeyinde de 2000'li yılların başında beri KOSGEB olarak, ülkemiz adına dahil olduğumuz Birlik Programları ve ülke koordinasyonunu yürüttüğümüz Avrupa Küçük İşletmeler Yasası vesilesiyle, AB ve KOBİ'ler konulu uygulamalarda en tecrübeli kurumlardan** biri olduğumuzu söyleyebilirim.

Bizlere birçok başarılı projeyi uygulama şansı veren, **Avrupa Birliği**'nin **KOBİ**'lere yönelik **Birlik Programı** olan, **İşletmelerin ve KOBİ'lerin Rekabet Edebilirliği - COSME Programı ile AB ülkeleriyle KOBİ'ler ortak paydasında buluştuk. Ülkemiz 39 ülke arasında sağlanan fon sıralamasında sekizinci, fonlanan projeler sıralamasında beşinci ve özellikle KOBİ'lerin ihracatı konusuna odaklanan Türkiye Avrupa İşletmeler Ağı (AİA) çalışmalarında ise üçüncü sırada** yer almaktadır.

Değerli okuyucu,

Kurumumuzun vizyonu çerçevesinde, Bakanlığımızın Program otoritesi olduğu **Rekabetçi Sektörler Programı** altında yürüttüğümüz **"COSME Türkiye Projesi"** kapsamında sizlerle buluşan bu Rehberin, **KOBİ**'lerimiz ve girişimcilerimizin uluslar arası pazarlara açılmasında yol gösterici olmasını diliyorum.

Sağlıklı ve başarılı bir çalışma hayatı temennisiyle,

GİRİŞ

Uluslararası standartlar çerçevesinde ülkelerin gelir ve giderleri **Ödemeler Dengesi**[1] kuralları ile belirlenmektedir. Ülkemiz açısından en önemli gelir kalemleri sırasıyla **ihracat, turizm ve uluslararası doğrudan yatırımlar**dır. Yani, genel mantık, kazancın yurtdışından elde edilmesidir. Türkiye 2021 yılında bu üç gelir kaleminde, 225 milyar ABD$ ihracat geliri *(kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (TUİK))*, 24 milyar ABD$ turizm geliri *(kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü)* ve 14 milyar ABD$ uluslararası doğrudan yatırım *(kaynak: Cumhurbaşkanlığı Yatırım Ofisi)* kazancı elde etmiştir. **İhracat** ülkemizin en önemli gelir kaynağıdır.

Bugün dünyanın önde gelen ekonomilerine baktığımızda ihracatın ne kadar önemli bir unsur olduğu çok net olarak dikkat çekmektedir. 2020 verilerine göre en fazla ihracat gerçekleştiren ülke olan Çin, Gayrisafi Yurtiçi Hasıla'da (GSYH[2]) dünyada ikinci; Çin'den sonra ihracat sıralamasında ikinci sırada yer alan ABD, GSYH sıralamasında birinci; ihracatta Çin ve ABD'den sonra üçüncü ve dördüncü sırada yer alan Almanya ve Japonya GSYH sıralamasında yer değiştirerek yine üçüncü ve dördüncü sıradadır. *(kaynak: ITC Trade Map ve Dünya Bankası)*.

Ülkemiz, aynı dönemde dünyanın en fazla ihracat yapan otuzuncu ülkesi olmuştur. 2021 yılı Dünya Bankası verilerine göre Türkiye GSYH sıralamasında S. Arabistan ve İsviçre'nin arasında yirmibirinci sırada yer almıştır.

Ülkemiz yer altı ve yer üstü kaynakları, genç, çalışkan ve eğitimli nüfusu, sanayi yatırımları, jeopolitik[3] konumu, taraf olduğu uluslararası ticari birlik ve anlaşmaları ile sahip olduğu potansiyeli ihracat amacına daha fazla yönlendirerek çok rahatlıkla dünyanın hem en fazla

ihracat yapan ve buna paralel olarak GSYH'sı yüksek ülkelerinden biri olacak güce sahiptir.

Bu amaca kısa sürede ve arzulanan hedefler doğrultusunda erişebilmek için en önemli unsurlardan biri elbette ülkemiz işletme nüfusunun yaklaşık %99'unu oluşturan **Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin** ihracat yapar duruma gelmeleri ve ihracatlarını arttırmalarıdır. Bu maksatla, ülkemizde, işletmelerin eleman ihtiyaçlarının karşılanması aşamasından başlayıp, sanayi yatırımı için ihtiyaç duyulan finansmanın teminine, üretim ve genel gider maliyetlerinin aşağıya çekilerek uluslararası piyasada işletmelerin rekabet güçlerinin arttırılmasına kadar pek çok alanda, destek programları, eğitimler, danışmanlık programları, hibe projeleri organize edilmekte ve uygulanmaktadır. Bu proje ve programlar, başta **Ticaret Bakanlığı** olmak üzere, ilgili diğer bakanlıklar, **Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Türkiye İhracatçılar Meclisi, İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterlikleri, Ticaret ve Sanayi Odaları, Kalkınma Ajansları** ve benzeri pek çok kamu kurum ve kuruluşu ile sivil toplum örgütleri tarafından hayata geçirilmektedir.

Adı geçen bu kurum ve kuruluşlara ek olarak, **ülkenin ekonomik ve sosyal ihtiyaçlarının karşılanmasında küçük ve orta ölçekli işletmelerin payını ve etkinliğini artırmak, rekabet güçlerini ve düzeylerini yükseltmek, sanayide entegrasyonu ekonomik gelişmelere uygun biçimde gerçekleştirmek amacıyla Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) kurulmuş**[4] ve faaliyetlerini günün ihtiyaçlarına göre şekillendirip işletmelerin faydasına yönelik geliştirerek sürdürmektedir. Bu çerçevede başkanlığımız bünyesinde pek çok finansal ve hibe destek programı uygulanmaktadır. Söz konusu programlar içerisinde işletmelerin yurt dışı pazarlara açılabilme beceri ve kabiliyetlerini geliştirmek, pazar paylarını ve rekâbet güçlerini arttırmak, işletmeleri ihracata özendirmek maksadı ile düzenlenmiş destek programları da yer almaktadır. Bu programların detaylarına https://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/destekler/6314/isletme-gelistirme-buyume-ve-uluslararasilasma-destekleri web sitemiz üzerinden ulaşılabilirsiniz.

Adı geçen desteklerimizin bir uzantısı olarak, **küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin ihracata başlama, bununla beraber hali hazırda ihracat yapan işletmelerin de ihracatlarını arttırma konularında ihtiyaç duyabileceği temel bilgileri** edinebilmeleri, ayrıca gerek içinde bulunduğumuz salgın ve dış ticarete etkileri gerekse Birleşik Krallık'ın 2021 yılı başında ayrılması ile yeniden şekillenen Türkiye-Avrupa Birliği ve Türkiye-Birleşik Krallık ticari ilişkilerinin durumu ve geleceği hakkında kısa bir bilgi sunabilme maksadı ile başkanlığımız tarafından bir rehber kitap hazırlanması ve işletmeler ile ilgili kurum ve kuruluşların faydalanmasına sunulmasına karar verilmiştir.

Bu çerçevede dış ticaret konusunda değerli çalışmaları olan **eğitmen, danışman ve yazar Sayın Hakan Akın** ile başkanlığımız ilgili bölümleri tarafından bir içerik çalışması gerçekleştirilerek COSME Türkiye Teknik Destek Projesi kapsamında rehber kitap hazırlanmıştır. COSME Türkiye Teknik Destek Projesi, Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti mali işbirliği çerçevesinde finanse edilen ve Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından yürütülen Rekabetçi Sektörler Programı kapsamında gerçekleştirilmektedir. Projenin yararlanıcısı KOSGEB'dir.

Rehber kitap dış ticaret ile ilgilidir. Ancak, dış ticaret işlemlerinin baştan sona ele alındığı bir kitap değildir; daha dar bir çerçevede, bugün işletmelerin dış ticaret konusunda bilgi sahibi olmak isteyeceği ana konulara değinilmiştir. Rehber kitap, işletmelere bugünün şartları doğrultusunda dış ticarete başlama ve ilerleme çabalarında ışık tutmaya, yol göstermeye çalışmaktadır. Rehber kitabın ana başlıkları olan **"KOBİ'lerin İhracata Başlama Süreçleri ve İhracat Gelişimleri İçin Ana İhtiyaçlar", "Avrupa Birliği ("AB") – Türkiye İlişkileri, Brexit**[5] **ve Türk İhracatına Etkileri" ve "Pandemi**[6] **Süreci ve Dünyada Dış Ticarete Etkileri"** konuları bu nedenle seçilmiştir.

Rehber kitabın **"KOBİ'lerin İhracata Başlama Süreçleri ve İhracat Gelişimleri İçin Ana İhtiyaçlar"** konusunun ele alındığı ilk bölümü ağırlıklı olarak **KOBİ**'lerin ihracata başlama aşamasında ihtiyaç duyacakları esas bilgiler dikkate alınarak hazırlanmıştır. Bu bölümde **ihracat ve ithalatın tanımları, ihracatçı ve ithalatçı olmak için gerek şartlar, İhracatçı Birlikleri, dış ticarette iş akışı, ihracatçıların en hassas olmaları gereken konuların başında yer alan ödeme şekilleri, uluslararası sözleşmelerin temelini oluşturan teslim şekilleri, pazarlama ve satış stratejileri ile ihracata hazırlanırken veya yaparken alınabilecek desteklere** yer verilmiştir.

1 Ödemeler Dengesi; Bir ekonomide yerleşik kişilerin diğer ekonomilerde yerleşik kişiler (yurt dışında yerleşikler) ile belli bir dönem içinde yapmış oldukları ekonomik işlemlerin sistematik kayıtlarını elde etmek üzere hazırlanan istatistiki bir rapordur. (Kaynak: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası)

2 GSYH; Ülke sınırları içinde belli bir dönem içerisinde, üretimi tamamlanmamış olan tüm mal ve hizmetlerin parasal karşılığı. Gayri safi yurt içi hasıla hesaplama formülü: GSYH = tüketim + yatırım + devlet harcamaları + (ihracat – ithalat).

3 Jeopolitik; Coğrafya, ekonomi, nüfus vb.nin bir devletin politikası üzerindeki etkisi

4 Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi Sayı: 4 Resmî Gazetenin Tarihi – Sayısı: 15/7/2018-30479

5 Brexit; Britain Exit. Birleşik Krallık'ın Avrupa Birliğinden ayrılışı

6 Pandemi; Bir kıta hatta tüm dünya yüzeyi gibi çok geniş bir alanda yayılan ve etkisini gösteren salgın hastalık.

Daha teknik konulardan oluşan operasyonel (nakliye, gümrük, vesaik vb) faaliyetlere ayrıca yer verilmemiş, diğer konular içerisinde gerektiği oranda operasyonel işlemlere değinilmiştir. İlk bölümde KOBİ'lerin ürünlerini uluslararası pazarlarda satabilmeleri amacıyla faydalanabilecekleri ve en fazla dikkat çekecek başlık hiç kuşkusuz ki **"Pazar Araştırması/Pazara Giriş Stratejileri/Uluslararası Ticari Bağlantıların Sağlanması ve Geliştirilmesi"** olacaktır. Bu başlık altında **KOBİ**'lerin ürünlerini uluslararası pazarlara hangi stratejiler ile sokabilecekleri, hedef pazar araştırmalarını nasıl yapacakları, bu amaçla hangi kaynakları kullanabilecekleri, bu pazarlardaki potansiyel alıcıları nasıl ve nereden tespit edecekleri konularında bilgiler verilmektedir. İlk bölümün bir diğer başlığı olan **"İhracat Teşvik ve Destek Mevzuatı"** kapsamında KOBİ'lerin gerek ihracata hazırlık gerekse ihracat süreçlerinde alabilecekleri çeşitli desteklerden bahsedilmektedir. Bu kısımda, **Ticaret Bakanlığı, KOSGEB, Maliye Bakanlığı ve Türk Eximbank** tarafından sağlanan desteklerden bahsedilmektedir. Söz konusu destekler, özellikle üretimde ve tedarikte maliyetlerin aşağı çekilmesi ve bu yolla ürünlerin uluslararası pazarda rekâbet güçlerinin arttırılmasını hedeflemektedir.

"Avrupa Birliği ("AB") – Türkiye İlişkileri, Brexit ve Türk İhracatına Etkileri" isimli ikinci bölümünde AB'ye ihracat yapmayı planlayan veya halihazırda AB'ye ihracat yapmakta olan **KOBİ**'lerin bu faaliyetlerini gerçekleştirirken nelere dikkat etmeleri gerektiği, AB ile Türkiye arasındaki bu ticari ilişkinin ihracata etkileri ve ayrıca 2021 yılı başında gerçekleşen **Brexit**'in **KOBİ**'lerin ihracat faaliyetlerini ne şekilde etkileyeceği hususlarına değinilmektedir. Bu bölümün öne çıkan başlıkları, **"Avrupa Birliği ve Ticari Düzenlemeler", "Avrupa Birliği-Türkiye İlişkileri ve Gümrük Birliği", "BREXIT ve Türkiye-Gümrük Birliği İlişkileri", "BREXIT sonrası Türkiye-Gümrük Birliği ve Türkiye-Birleşik Krallık ticari ilişkileri ve teknik düzenlemeler"** olarak dikkate alınmalıdır.

"Pandemi Sürecinde İhracatta Artış Sağlayacak Yeni Yaklaşım ve Stratejiler" başlıklı bölümde ise dünyanın içinde bulunduğu pandemi sürecinde dış ticarette yaşanan gelişmeler ve bu gelişmelerin ürün bazında dış ticarete etkileri, pandemi döneminde öne çıkan ürünler ve takip edilebilecek pazarlama ve satış stratejilerine yer verilmiştir. Bu bölümde ele alınan konular "**Pandeminin Dünyada Uluslararası Ticarete Etkileri", "Pandemi Koşullarında Dünyada Ön Plana Çıkan Ürün ve Hizmetler", "Pandemi Sürecinde İhracatta Artış Sağlayacak Yeni Yaklaşım ve Stratejiler", "Pandemi Sürecinde Ticari İlişki, Müzakere ve Satışa Etki Edecek Unsurlar"** başlıkları altında toplanmıştır.

Özetle, rehber kitap, KOBİ'lerin ihracata başlamaları veya ihracat faaliyetlerini geliştirebilmeleri maksadı ile ihtiyaç duyacakları ana konular ile Türkiye'nin genel olarak en fazla ihracat gerçekleştirdiği bölge olan AB ile ticari ilişkilerini ve içinde bulunduğumuz pandemi sürecinde KOBİ'lerin dış ticarette dikkat etmeleri gereken hususlarda bilgiler sunmaktadır.

YAZAR HAKKINDA

Sayın **Hakan AKIN**, 1987 yılında **Hacettepe Üniversitesi Batı Dilleri ve Edebiyatları Ana Bilim Dalı, İngiliz Dil Bilimi** bölümünden mezun oldu. 1987-1996 yılları arasında çalıştığı dış ticaret sektöründe edindiği bilgi ve deneyimi 1996 yılında kurduğu eğitim şirketinde girişimciler ve sektör profesyonelleri ile paylaşmaya başladı. 2021 yılı Mart ayı itibariyle **3500 günün üzerinde eğitim ve 500 günün üzerinde danış-manlık çalışması** gerçekleştirdi. **Yurt içinde 61 ilde ve yurt dışında16 ülkede eğitim ve danışmanlık** çalışmaları yaptı. 2020 yılında yayınlamaya başladığı eğitim videoları 30'a yakın ülkeden öğrenciler tarafından izlendi.

Eğitim ve danışmanlık çalışmaları yanı sıra tamamı dış ticaret ile ilgili on kitabı olan yazarın en önemli ve bilinen kitapları **Yeni İşimiz Dış Ticaret** 2021 yılı Ocak ayında 13. baskısı, **Dış Ticarette Alternatif Para Kazanma Yolları** 2021 yılı Şubat ayında 9. baskısı, **Dış Ticaret Destekleri** Haziran 2020'de, 2. baskısı ve **Dış Ticaret Sözlüğü** Ocak 2020'de 2. baskısı e-kitap olarak yayımlandı.

Kitaplarının yanı sıra, çeşitli **Ticaret ve Sanayi Odaları, İhracatçı Birlikleri, Kalkınma Ajansları** projeleri çerçevesinde ve firmalardan gelen talepler doğrultusunda pek çok makale ve pazar araştırma raporu da hazırlamış olan yazar, evli ve bir kız çocuğu babasıdır.

01

KOBİ'LERİN İHRACATA BAŞLAMA SÜREÇLERİ VE İHRACAT GELİŞİMLERİ İÇİN ANA İHTİYAÇLAR

Rehber kitabın ilk bölümünü oluşturan **"KOBİ'LERİN İHRACATA BAŞLAMA SÜREÇLERİ VE İHRACAT GELİŞİMLERİ İÇİN ANA İHTİYAÇLAR"** başlığı altında, ihracat yapma vizyonu olan işletmelerin bu vizyona ulaşabilmek amacıyla nasıl ve nereden yola çıkacakları, yola çıkarken ve yolculuk boyunca ihtiyaç duyacakları bilgi, beceri, yetkinlik ve yeterliliklerin neler olacağı, bunları nereden ve nasıl temin edecek-leri konusunda yönlendirici bilgiler verilmektedir.

Bu çerçevede ele alınan alt başlıklar,

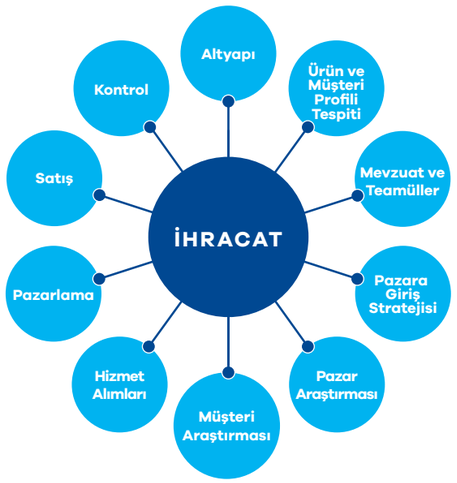
- KOBİ'lerde İhracat Altyapısı,
- İhracatta İş Akışı
- Genel İhracat Mevzuatı/Uluslararası Ödeme Yöntemleri / Teslim Şekilleri (Incoterms),
- Pazar Araştırması / Pazara Giriş Stratejileri / Uluslararası Ticari Bağlantıların Sağlanması ve Geliştirilmesi,
- İhracatta Pazarlama-Satış / Ticari Müzakereler / İhracat Fiyatlaması,
- İhracat Teşvik ve Destek Mevzuatı'dır.

KOBİ'lerde İhracat Altyapısı

Ülkemizdeki işletmelerin genel yapısı incelendiğinde, çok büyük bir kısmının **KOBİ**[7] niteliğinde olduğu görülmektedir. **TÜİK**'in 28 Aralık 2020 tarihli Haber Bülteni'nde **KOBİ'lerin 2019 yılında toplam girişim sayısının %99,8'ini** oluşturduğu buna karşılık; **istihdamın %72,4'ünü, personel maliyetinin %51,8'ini, cironun %50,4'ünü, üretim değerinin %44,1'ini ve faktör maliyetiyle katma değerin %44'ünü** sağladığı belirtilmiştir. Aynı bültende **Türkiye'nin toplam ihracatının %36'sının KOBİler tarafından** gerçekleştirildiği not edilmiştir. Bu cümleden anlaşıldığı üzere, **KOBİ**'lerin ülkemiz ekonomisindeki önemi son derece büyüktür. Dış ticaret açısından konuyu ele aldığımızda, **KOBİ**'lerin toplam işletmeler içerisindeki payı olan %99.8'e göre %36'lık ihracat payının düşük kaldığı çok açık bir şekilde görülebilmektedir. Bu durumun nedenlerini inceleyebilmek için öncelikle ihracatın genel akışı içerisindeki süreçlere ve **KOBİ**'lerin bu süreçlerdeki imkân ve davranışlarına bakmamız gerekir.

Bir ürünün ihracat süreci teknik olarak sekiz ana basamaktan meydana gelmektedir. İhracata başlamak, daha fazla ihracat yapmak, ihracatı sürdürülebilir ve kârlı hale getirmek hep KOBİ'nin bu süreçteki yeterlilikleri, sahip olduğu bilgi, beceri, bütçe ve benzeri imkân ve davranışlarla yakından ilgilidir. Aşağıda yer alan **Şekil 1'de İhracat Süreci** aşamaları ayrı ayrı gösterilmektedir.

7 KOBİ; AB müktesebatıyla uyum çalışmaları kapsamında KOBİ'nin yeni tanımı; 250 kişiye kadar işçi çalıştıran ve 50 milyon Euro'ya kadar ciroya sahip işletmelerdir. Günümüzde KOBİ tanımı sadece üretim sektörünü değil, aynı zamanda tüm hizmet sektörünü de kapsamaktadır.



Şekil-1: İhracat Süreci

İhracat Sürecinin başlangıç aşaması **Altyapı, Altyapı Hazırlığı veya Altyapı İyileştirmesi veya Altyapı Uyarlaması** faaliyetlerinin hepsini kapsayabilir. Farklılıklar, KOBİ'nin o ihracat işlemi için mevcut ve/veya ihtiyaç duyduğu altyapı özelliklerinden kaynaklanmaktadır. Daha önce hiç ihracat yapmamış bir KOBİ'nin bu noktadaki ihtiyacı, yıllardır Avrupa'ya ihracat yapan bir KOBİ'nin Arap Körfezi ülkelerine ihracata başlaması ile duyacağı ihtiyaçtan çok farklıdır. Bu farklılıklar bir KOBİ'nin değişik bölgelere değişik ürünleri değişik miktarlarda ihraç etmesi durumunda da ortaya çıkabilir.

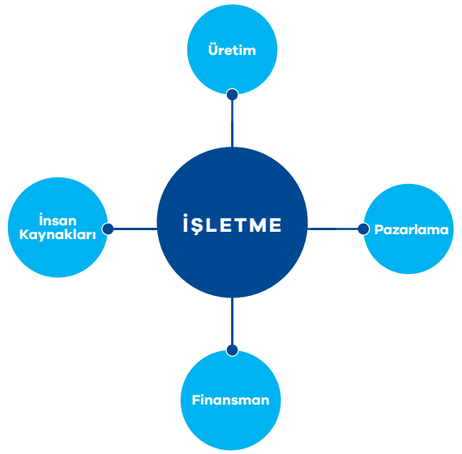
KOBİ'lerde ihracat altyapısı
üç ana temel unsurdan meydana gelmektedir;

- **YÖNETİM**
  pek çok KOBİ'de sadece patron
- **İNSAN KAYNAĞI**
- **BÜTÇE**

Yönetim kademesi ki pek çok KOBİ'de sadece patrondan oluşmaktadır, ülkemizdeki KOBİ'lerin en önemli yapı taşıdır. Pek çok KOBİ'nin performansı patronun alacağı karar ve atacağı adımlar çerçevesinde şekillenmektedir. Bu durum sadece ülkemizde değil, tüm dünyada KOBİ yapısındaki işletmelerde çok net olarak görülmektedir. Ancak, işletmelerde ana yönetsel faaliyetler olarak kabul edilen **İşletme Fonksiyonlarının** idaresi çoğu zaman, geçmişinde sadece üretim bilgi ve becerisi olan patronlar için son derece zor ve kontrol edilemez boyutlara ulaşabilmektedir. Büyüklüklerine ve hangi sektörde – üretim ya da hizmet – faaliyette olduklarına bakılmaksızın, işletmelerde **dört ana fonksiyon**dan söz edilebilir:

- **ÜRETİM**
- **PAZARLAMA**
- **FİNANSMAN**
- **İNSAN KAYNAKLARI**

Diğer fonksiyonlar, mesela **AR-GE, Üretim Fonksiyonunun bir alt fonksiyonu**, **Halkla İlişkiler, Pazarlama Fonksiyonunun bir alt fonksiyonu** olarak değerlendirilebilir. Yani, öncelikle KOBİ'nin yönetim kademesinin, genel olarak işletmenin bu dört ana fonksiyonu kurup kurmadığı ve birbiri ile eş zamanlı olarak yönetip yönetemediği sorgulanmalıdır. Bu cümlede geçen **eş zamanlı** tanımı işletmelerin top yekûn faaliyetleri göz önüne alındığında çok büyük önem arz etmektedir; ağırlıklı olarak üretim geçmişi olan yönetim kademesi veya patronun doğal ve haklı olarak işletmesinin üretim fonksiyonu üzerine biraz daha fazla eğildiği, ancak sahip olduğu az veya kısıtlı bilgi ve beceri nedeniyle diğer fonksiyonlara fazla müdahil olamadığı, dolayısıyla yönetsel anlamda işletmeyi dengede tutacak oranda destek veremediği bu durumun da fonksiyonlar arası her türlü iletişimde sorunlar yarattığı gözlemlenmektedir.

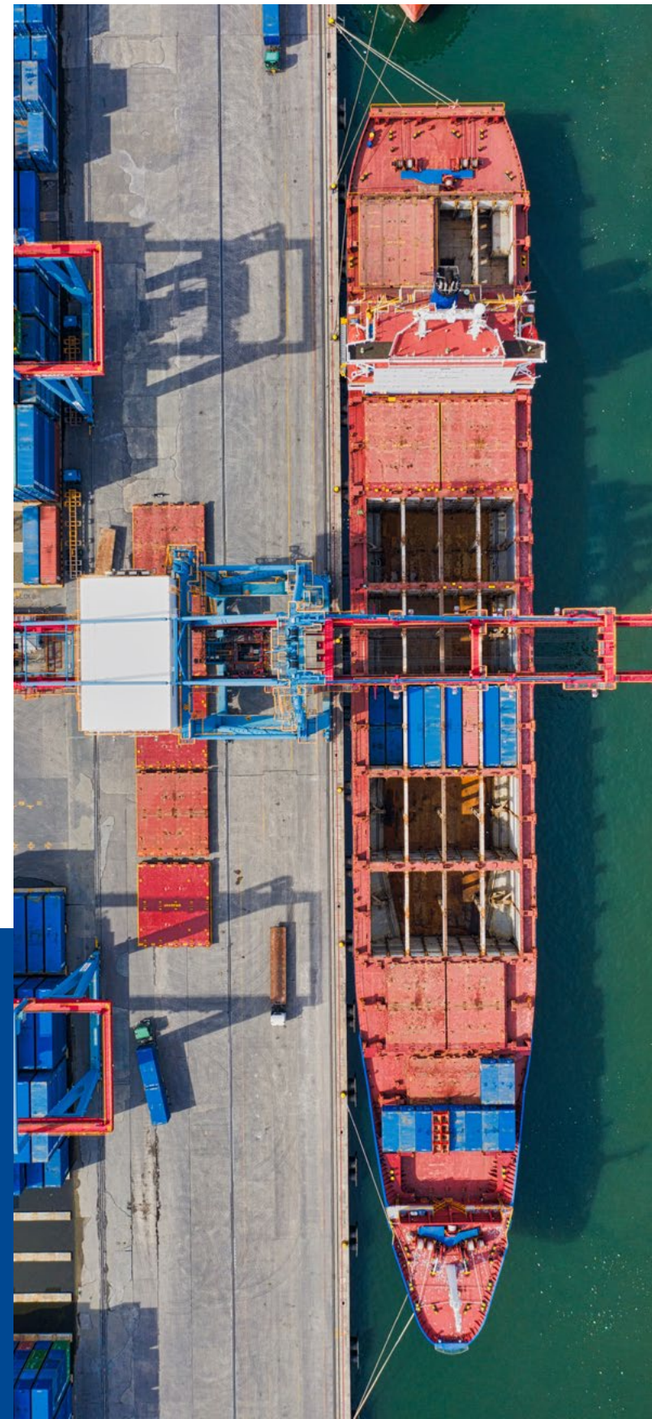


Şekil-2: İşletme Fonksiyonları

KOBİ'lerde yönetim kademesi ya da patron, işletmelerinin fonksiyonlarını oluşturup birbiri ile dengeli bir şekilde idare edebilmek maksadı ile kendi bilgi ve becerileri dışında kalan konuların idaresini imkânları dâhilinde istihdam ettiği profesyonellere delege etme yoluna gitmektedir. Yani, genellikle, işletmenin üretim ve finansman (pek çok KOBİ'de sadece *muhasebe*) faaliyetleri ile buna bağlı alt faaliyetlerin yönetimin ukdesinde idare edildiği, *pazarlama ve insan kaynakları* (pek çok KOBİ'de sadece personel işleri) faaliyetlerinin ise istihdam edilen profesyoneller tarafından yönetildiği görülmektedir.

Rehber Kitabımızın ana konusunu oluşturan ihracat bir alt fonksiyondur; pazarlama fonksiyonun altında yer almaktadır. İşletmenin bölümleri oluşturulurken ve insan kaynağı planlaması yapılırken ihracatın bu konumu göz önünde bulundurulmalıdır. Konumu gereği ihracat, elbette üretim ve finansman fonksiyonu ile son derece dengeli, iş birliği içerisinde ve sürekli iletişim halinde çalışmalıdır.

KOBİ'lerde yönetim kademesinin veya patronun işletmenin ana fonksiyonlarını oluşturma ve birbiri ile dengeli ve eş zamanlı idare etme görevinin yanı sıra, ana konumuz olan ihracat ile ilgili olarak karar vermeleri gereken son derece önemli bir husus bulunmaktadır; işletme ihracat yapacak mı?



Her ne kadar bir patronun **"biz ihracat yapmalıyız"** veya **"biz ihracat yapacağız, yapmak istiyoruz"** şeklindeki söylemleri – çok basit gibi görünse de - esasen KOBİ ölçeğinde ciddi birer **vizyon** olarak değerlendirilmelidir. Ancak, yönetim kademesinde bu söylemlere neden olan, KOBİ'yi ihracata yönlendiren sebeplerin doğru tespit edilmiş olması ve çıkılacak bu yolda atılacak adımların KOBİ'nin mevcut ve/veya potansiyel imkânları kapsamında olması gerekmektedir. Aksine bir durumun gerek zaman gerekse finansal açıdan maliyeti yüksek olacağı gibi insan kaynağını moral ve motivasyon açıdan olumsuz yönde etkileyebileceği de unutulmamalıdır. İhracata başlamak konusunda vizyon sahibi olan KOBİ'lerin yönetim kadroları veya patronları söz konusu sebepleri *iç piyasanın daralması, iç piyasada yaşanan tahsilat güçlükleri, iç piyasada ödeme vadelerinin çok uzaması* gibi nedenler olarak dile getirseler de yurt dışı piyasalarda da bu tür sorunların mevcut olabileceği, bu nedenle pazarlama ve satış çalışmalarının yürütüleceği pazarların çok iyi tespit edilmesi gerektiği göz ardı edilmemelidir. Örneğin, ödeme vadelerini ele alacak olursak, sektörden sektöre farklılık görülse de yurt dışı satışlarda genel olarak Orta Doğu ve Afrika ülkelerine yapılan satışlarda tahsilatın peşin, AB ve Amerika'ya yapılan satışlarda ise tahsilatın vadeli yapıldığı görülmektedir. Bir KOBİ'nin ihracata başlama sebebi su götürmez bir şekilde işletmeyi **büyütmek olmalıdır.**

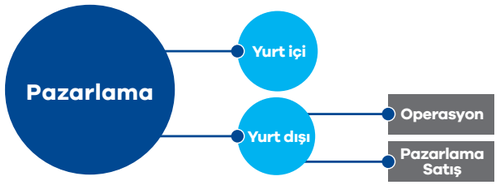
KOBİ yönetim kademesinin veya patronların bu vizyonu ve büyümeyi gerçekleştirebilmek için elbette en önemli yardımcıları ve kaynakları, konusunda ehil ve yetkin bir insan kaynağı olacaktır.

Ülkemizde dış ticaret sektörünün en önemli sorunlarından biri dış ticaret ara elemanı eksikliğidir. Konu hakkında yeterli sayıda üniversite, yüksekokul ve orta öğretim kurumu bulunmasına rağmen, KOBİ yönetim kademesi veya patronlar dış ticaret konusunda işletmelerinin acil ihtiyaçlarını da göz önüne alarak, ilgili okullardan yeni mezun gençleri istihdam etmekten ziyade dış ticaret fonksiyonunu olduğu gibi delege edebilecekleri görece tecrübeli olan elemanları tercih etmektedir.

> **Bu durum ister istemez işletmeler arasında ciddi bir eleman transferine, fazlaca transfer yapan elemanların ise özellikle ürünler konusunda uzmanlaşamamalarına neden olmaktadır.**

KOBİ'ler açısından bu konuda takip edilebilecek yöntem, belki, dış ticaret fonksiyonunun sadece yönetim işinin nispeten tecrübeli elemanlara verilmesi, bu yöneticinin altına dış ticaret bölümlerinden mezun gençleri istihdam etmek olabilir. Bu sistem sanayi-üniversite iş birliği faaliyetleri kapsamında ele alınabilir.

Bir işletmenin ihracata yönelik dış ticaret faaliyetleri iki ana fonksiyondan meydana gelmektedir; **operasyon** ve **pazarlama**. Eğer işletme aynı zamanda iç pazarda satmak veya kendi üretiminde kullanmak maksadı ile ithalat da yapacaksa, o takdirde bu fonksiyonlara bir de dış satın alma fonksiyonunun eklenmesi gerekecektir. Sözü edilen bu *üç iş* sadece birer faaliyet olarak değerlendirilmelidir. Çünkü KOBİ'nin *hele işin başında* bu üç faaliyet için ayrı birer eleman istihdam etmesi zor olabilir. Faaliyet olarak değerlendirildiğinde ise, bu işlerin birkaçının hatta tamamının tek bir eleman üzerinde toplanması mümkün olabilmektedir. Diğer yandan görece büyük yapıdaki KOBİ'lerde her bir fonksiyon için ayrı bir bölüm kurulduğu da görülmektedir.



Şekil-3: İşletmenin Pazarlama Fonksiyonu

bu işin iki ayrı ve fakat birbirine ihtiyaç duyan ve tamamlayan iki ana fonksiyondan meydana geldiği unutulmamalıdır. Bunlar, **pazarlama** ve **operasyon** fonksiyonlarıdır.

Pazarlama fonksiyonu altındaki faaliyetler KOBİ'nin ürünlerinin yurt dışı satışı için ihtiyaç duyulan tüm çalışmaları; mevzuat takibi, ürün ve müşteri profili tespiti, pazara giriş stratejisinin tespiti, hedef pazarların ve potansiyel alıcıların bulunması, tanıtım faaliyetlerinin planlanması ve gerçekleştirilmesi, iletişim, müzakereler ve satış görüşmelerinin gerçekleştirilmesini kapsayacaktır. **Operasyon çalışmaları** ise ürünün satışını takiben yapılması gereken işleri kapsamaktadır; ihracat belgelerinin hazırlanması, banka ile yürütülecek kambiyo işleri, ihracatçı birlikleri ile ilgili kayıt ve diğer işlemler, nakliye araçlarının ve sevkiyatın organizasyonu, eğer gerekiyorsa ürünün ihracatı ve karşı tarafta ithalatı için gerekli izinlerin alınması, gümrük işlemleri gibi. Teknik olarak incelendiğinde yukarıda sayılan işlemlerin tamamı, bir KOBİ'nin ihracat sürecinde yapması gereken tüm işleri kapsamaktadır. Aşağıdaki tabloda KOBİ'nin söz konusu faaliyetlerinin tamamı ilgili bölüm ya da fonksiyonlar altına dağıtılmış şekilde gösterilmektedir.

Büyüme, doğru insan kaynağı ile yapılacak doğru pazar ve müşteri araştırmaları, bu faaliyetler neticesinde bulunacak doğru müşterilere yapılacak doğru şartlarda satış, bu satışlar neticesinde sağlanacak bir tarafta kapasite ve diğer tarafta gelir artışı, bunların doğru idare edilmesi ile sağlanacak yatırımlardaki ve kârlılıktaki yükseliş ile kendisini gösterecektir.

YURT DIŞI FAALİYETLER

PAZARLAMA – SATIŞ

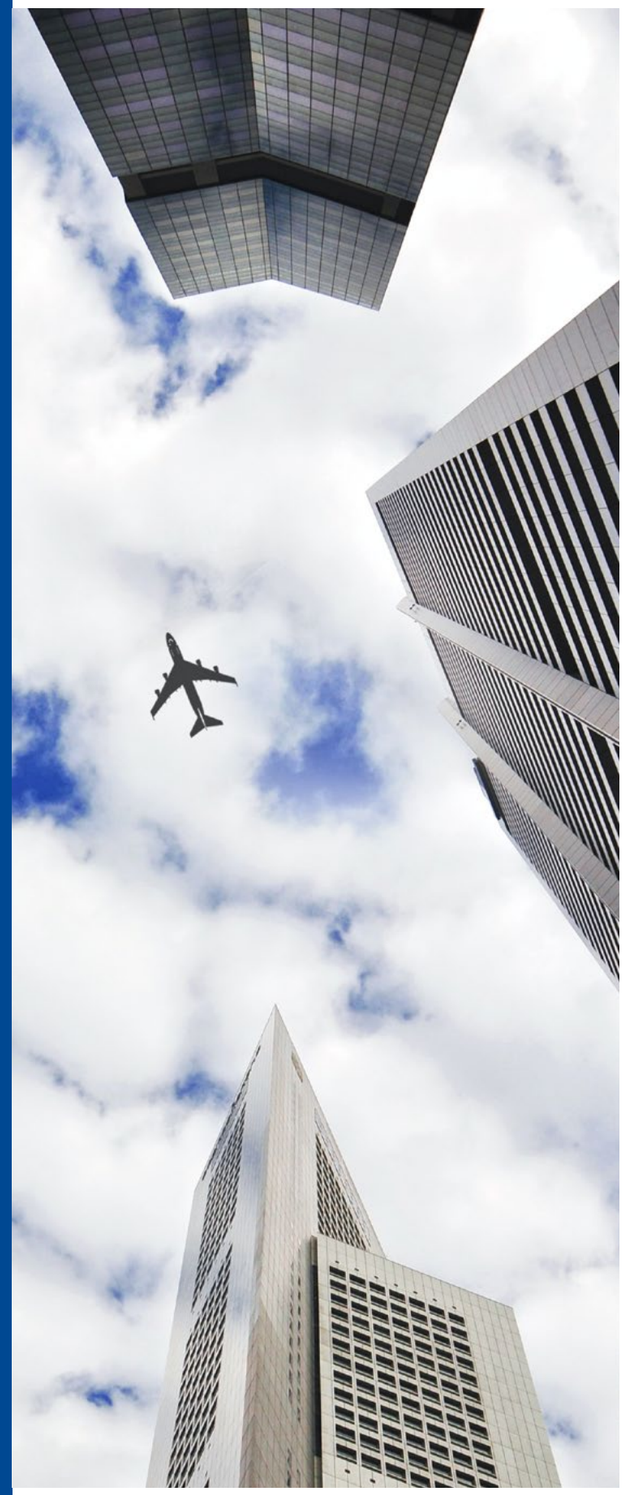
1. Ürün ve Müşteri Profili Tespiti
2. İhracat Mevzuatı Takibi
3. Uluslararası Uygulamaların Takibi
4. Pazara Giriş Stratejisi Tayini
5. Hedef Pazarların Tespiti
6. Potansiyel Alıcıların Tespiti
7. Lojistik İmkânların Araştırılması
8. Potansiyel Alıcılar ile İletişim
9. Tanıtım Faaliyetleri Organizasyonu
10. Müzakere ve Satış Görüşmeleri
11. Sözleşme İmzası

OPERASYON

1. Depo ve Stok Kontrol
2. Gerekirse Üretim Emri
3. Ürün Kontrolleri
4. İhracat Belgelerinin Hazırlanması
5. Gerekli ise İzinlerin Alınması
6. Banka Kambiyo İşlemleri
7. İhracatçı Birlikleri ve Oda İşlemleri
8. Nakliye ve Sevkiyat[8]
9. Sigorta İşlemleri
10. Gümrük İşlemleri

Tablo-1: Yurt Dışı Faaliyetler

8 Sevkiyat; Ürünlerin nakledilmesi amacıyla nakliye şirketine teslim edilip konşimentosunun alınması süreci



İnsan kaynakları yapılandırması açısından ele alındığında bu dağılım **yatay yapılanma** olarak değerlendirilmektedir.

> **Yatay yapılanma bir işin gerçekleştirilmesi sırasında geçilecek aşamaların süreç ilerledikçe bir diğer personel tarafından ele alınarak sürdürülmesidir.**

Örnek vermek gerekirse, **pazarlama bölümü ürünün siparişini üretim bölümüne geçer, üretim bölümü hammaddeyi stoktan sorar, stok yeterli ürün olmadığını görüp satın alma bölümüne sipariş geçer, satın alma bölümü ürün alımı için operasyon bölümüne talepte bulunur, operasyon ithalat işlemelerini gerçekleştirilir ve süreç tersine dönerek, depolama, üretim, operasyon bölümlerinden geçerek tamamlanır.** Bu kısa örnekte beş farklı bölüm kendisine ait işi tamamlayarak ilgili diğer bölüme aktarmaktadır. Bu yapılanma modelinin en önemli sorunu bölümler arası iletişim eksikliği olarak karşımıza çıkmaktadır. Bölümler arasında iletişimde görülen kopukluklar, bilgi kayıpları ve gecikmeler pek çok KOBİ'de (aslında büyüklüğe bakılmaksızın tüm işletmelerde) ciddi yönetsel sorunlara ve finansal kayıplara neden olabilmektedir.

> **Bu yapılanma şeklinde mantık, sürecin tamamının tek bir kişi tarafından gerçekleştirilmesidir.**

Yatay yapılanmanın yanında bir diğer yapılanma modeli **dikey yapılanma**dır.
Yani pazarlama, satış, üretim, gerekiyorsa satın alma, operasyon işlemler sadece bir kişi tarafından yapılır. Elbette, sürecin bu şekilde gerçekleşmesi ve takibi hizmet sektörü için mümkün olmakla beraber üretim sektöründe faaliyette olan işletmeler için imkânsızdır. Bu nedenle, her iki yapılanmanın avantaj ve dezavantajlarının beraber kullanılabileceği bir sistem kurulumu üzerinde çalışılmalıdır.
Bu sistemde yatay işleyen süreci dikey mantıkla baştan sona takip ve kontrol eden, işin hangi bölümde takıldığını, bilginin nerede koptuğunu ve benzeri aksaklıkları tespit eden bir sorumlu görevlendirilmektedir. Bu sorumlu her bir yurt dışı alıcıyı ya da sevkiyatı ayrı bir proje olarak ele alıp, baştan sona takip edip gerek müşteriye gerekse yönetime veya patrona gerekli bilgileri vermeli, aksaklıkları tespit ederek vakit geçirmeden bu aksaklıkların giderilmesi konusunda gerekiyorsa yönetimi harekete geçirmelidir. Aşağıda bu sistemin akışı gösterilmektedir.

Şekil-4: Yatay + Dikey Yapılanma

Bu yapılanmada, süreci kontrol edecek olan kişi, Şekil 4'te bir kadın silueti ile gösterilen mekanizma aslında bugün pek çok KOBİ'nin organizasyon şemasında yer alan müşteri temsilcisinden başka biri değildir. Çağımız dış ticaretinde müşteri temsilcisinin görev tanımı tamamen bu işi kapsar niteliktedir. Yani *iş* müşterinin işletmeye karşı temsil edilmesi, müşterinin işletme nezdindeki dosyasının ve ilgili işlemlerinin o kişi tarafından takip edilmesidir. Müşteri temsilcisi hiçbir surette süreçlere dâhil olmayıp sadece temsil ettiği müşterinin ürünlerinin üretimden sevkiyata kadar olan süreçteki durumunu takip edip, ilerleyişi ve yaşanan aksaklıkları bağlı olduğu dış ticaret yöneticisi veya pazarlama bölüm yöneticisi veya belki direkt olarak patrona bildirecektir.

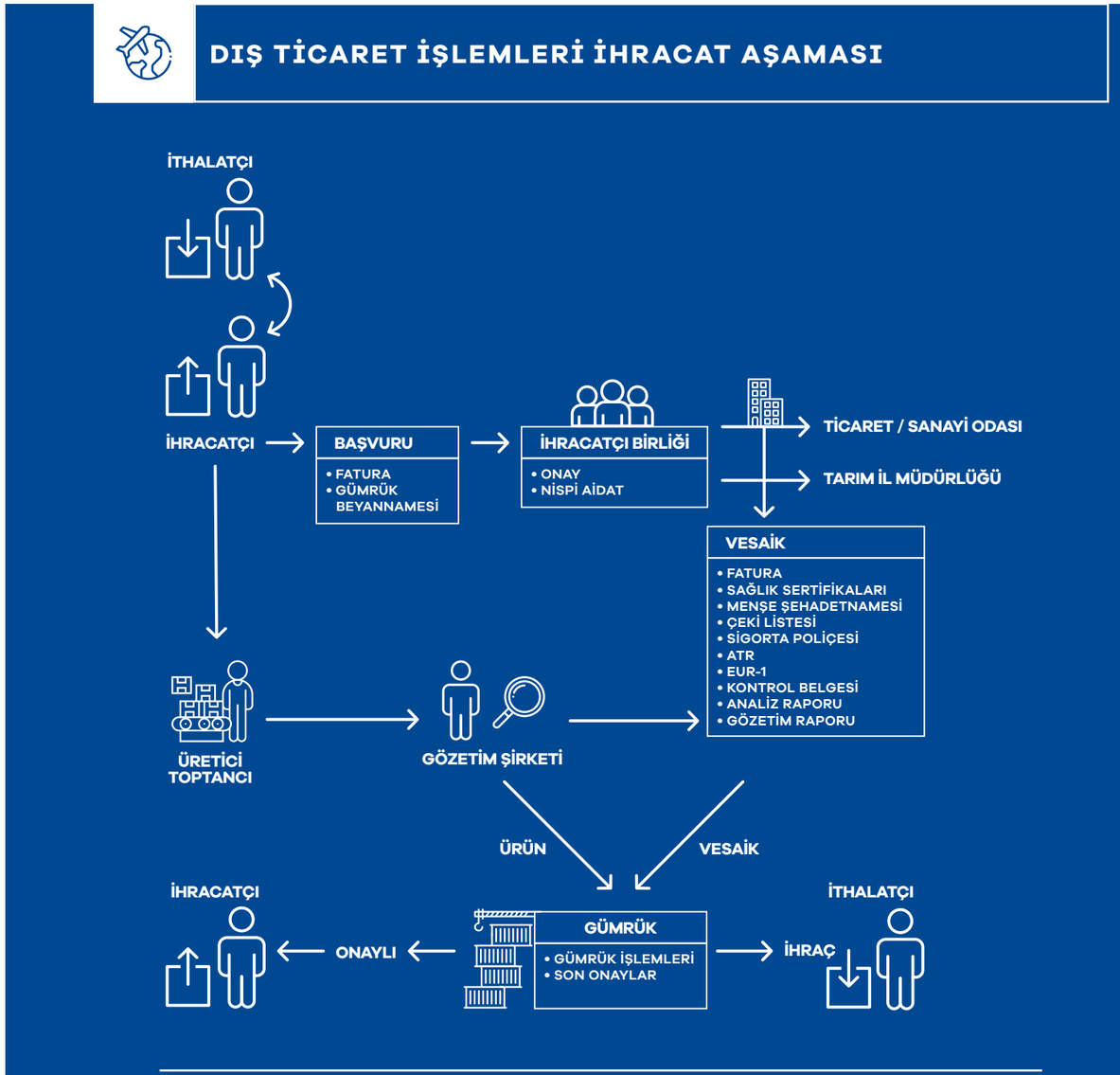
> **KOBİ'lerin ihracata başlama süreçleri içerisinde Yönetim ve İnsan Kaynakları maddelerinden sonra Altyapı ile ilgili olarak incelenecek son madde Bütçe'dir.**

İşletmelerde genel giderler ve üretim maliyetlerinin yanı sıra bütçe planlaması gerektiren bir diğer faaliyet pazarlama ve dolayısıyla **yurt dışı pazarlama**dır. Söz konusu bütçe içerisinde pek çok masrafın ön görülmesi gerekmektedir. Bunlar **web sitesinin birkaç dilde hazırlanması, e-ticaret yapılacaksa gerekli e-satış altyapısının oluşturulması, numune masrafları ve gönderimleri, iş görüşmeleri için yapılacak yurt dışı seyahatler, konaklamalar, katalog giderleri, fuar katılım ve ziyaret masrafları, medya reklam giderleri** ve benzeri masraflar olabilir. Bu giderler elbette sektöre, müşteri profiline, satış kanallarına, pazar koşullarına göre farklılık göstermektedir. Giderlerin belli oranlarda finanse edilebilmesi ve bu yolla ihracatçıların toplam maliyetlerinin aşağı çekilerek uluslararası pazarda rekâbet güçlerinin arttırılabilmesi maksadı ile ülkemizde kurumlar tarafından destek programları uygulanmaktadır.

Bunlar içerisinde en önemlileri, **Ticaret Bakanlığı** tarafından uygulanmakta olan İhracatta **Devlet Destekleri ve Türk Eximbank**'ın çeşitli kredi programlarıdır. Bununla beraber ihracatın arttırılması amacıyla çeşitli kredi programları uygulayan banka ve finans kuruluşları da vardır. Bu konuya rehber kitabın ilgili bölümünde detaylı olarak yer verilmiştir.

İhracatta İş Akışı

Dış ticaret teknik olarak ve süreç açısından incelendiğinde birbirini takip eden ve tamamlayan iki ana bölümden meydana gelmektedir; **ihracat**, Arapça "huruç", Türkçesi "çıkış" ve **ithalat**, Arapça "duhul", Türkçesi "giriş" kelimeleri bu iki aşamayı ifade ve temsil etmektedir.



Şekil-5: İhracat Süreci

Dış ticaret işlemlerinin ilk ayağını oluşturan İhracatta Yapılan İşlemler yukarıda yer alan Şekil 5'te gösterilmiştir.

1. İhracatçı, İhracatçı Birliği'ne başvurarak üyeliğini yaptırır.
2. Üyeliği yaptırdıktan sonra Gümrük Beyannamesini onaylatır ve nispi aidatı öder.
3. Vesaiki hazırlar.
4. Malı hazırlar.
5. Gerekirse malın gözetimini yaptırır.
6. Mal ve vesaik gümrüğe ulaşır.
7. Gümrük müşaviri tarafından gümrük işlemleri gerçekleştirilir.
8. Ürün sevk edilir.
9. Gümrük tarafından onaylanan/görülen vesaik ihracatçıya iade edilir. İhracatçı bu vesaikin müşteri tarafından talep edilenlerini müşteriye ulaştırır.

Kimler ihracat yapabilir?

İhracatçı, ihraç edeceği mala göre ilgili ihracatçı birliğine üye olan, gerçek usulde vergiye tabi (tek vergi numarası sahibi) gerçek veya tüzel kişi tacirler, Esnaf ve Sanatkâr Odaları'na kayıtlı olup üretim faaliyetiyle iştigal eden esnaf ve sanatkârlar ile joint-venture ve konsorsiyumlar[9] olarak tanımlanmıştır. İhracatçı Birliği'ne üye olmak isteyen tacirlerden, Ticaret Sicil Gazetesi'ne kayıtlı olduğunu ve tek vergi numarası sahibi olduğunu tevsik eden belgeler aranır. İhracatçı Birliği'ne üye olmak isteyen esnaf ve sanatkârlardan ise, tek vergi numarası mükellefliği yanında, üretim faaliyetiyle iştigal ettiklerini Türkiye Esnaf ve Sanatkârlar Konfederasyonu'ndan alacakları bir belge ile tevsik etmeleri istenmektedir. Joint-venture ve konsorsiyumlar ise, tek vergi numarası mükellefiyeti olduğunu tevsik eden belge ve durumlarını belirtir ortaklık sözleşmesini İhracatçı Birliği'ne tevdi ederek üye olacaklardır.

9 Joint-venture ve konsorsiyum; Joint-venture ve konsorsiyum birbirleri ile karıştırılan iki kavramdır. Joint-venture ile tamamlanacak projedeki sorumluluklar tüm tarafları ilgilendirirken, konsorsiyumda şirketler bir veya daha fazla proje için sorumlu oldukları aşamaları tamamlamakla yükümlüdürler.

İhracatçı Birlikleri

Birlikler, ihracatı artırmak, ihracatçıların mesleki faaliyetlerini ve ilişkilerini düzenlemek, her türlü sorunlarına çözüm bulmak ve yol göstermek amacı ile 3274 sayılı Kanunun 26. maddesine göre 5.8.1993 tarih ve 21659 sayılı Resmî Gazete'de yayınlanan Bakanlar Kurulu kararıyla kurulmuştur. Birliklerin üyeleri ihracatçılardır. Birlikler, İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterlikleri olarak yapılanmıştır. Türkiye genelinde 13 genel sekreterlik vardır. Her Genel Sekreterlik bünyesinde farklı iştigal alanları bulunmakta olup toplam 22 değişik iştigal alanı mevcuttur. Genel Sekreterlikler bünyesinde mevcut bulunan her İhracatçılar Birliği'nin bir Yönetim Kurulu vardır. Bu Yönetim Kurulları, ihracatçı firmaların kendi aralarından seçtikleri üyelerden oluşur. Yönetim Kurulu kararı ve üyelerin talepleri çerçevesinde İhtisas Komiteleri oluşturulur. Etkin biçimde çalıştırıldıklarında sektörün sorunlarının en iyi tartışılıp çözüm yollarının araştırılabildiği ortamlar bu ihtisas komiteleri olmaktadır. Bu komitelerde görev almak için Yönetim Kurulu üyesi olma zorunluluğu yoktur.

İhracatçı Birlikleri'nin başlıca görevleri

- Mesleki dayanışmayı sağlamak,
- İhracatın ülke menfaatlerine uygun olarak gelişmesine çalışmak,
- İştigal alanına giren maddelerle ilgili olarak ihracatın artırılmasına yönelik çalışma ve incelemeler yapmak,
- İhracatla ilgili konularda kurs, seminer, toplantı ve sempozyum düzenlemek,
- Üyelerin çalışmalarında karşılaşacakları güçlükleri gidermeye çalışmak,
- Sergi açmak, açılan fuar ve sergilere katılmak ve tanıtım faaliyetlerinde bulunmaktır,

olarak sıralanabilir. Bu görevlere paralel olarak İhracatçı Birliklerinin üyelerine sunduğu hizmetler içinde iştigal alanlarına giren konularda üretim, ihracat, ithalat, fiyat durumu, dış piyasadaki rakiplerin durumları ve mevzuat çerçevesinde oluşturulan bilgileri madde dosyalarında güncel bir şekilde izlemek, hedef ülkelerle ilgili olarak ihracatçıların gereksinim duyacağı her türlü bilginin ihracatçı birlikleri tarafından derlenmesi ve dileyen üyelere kullanıma hazır hâlde gönderilmesi ve yurt dışındaki ekonomi ve ticaret müşavirliklerimiz tarafından periyodik olarak ihracatçı birliklerine ulaştırılan bilgileri ve topluca alınan ithalatçı adreslerini, düzenli olarak ihracatçılara ve diğer ilgili kuruluşlara iletmektir. Diğer yandan ihracatçıların ihracat potansiyelini değerlendirmek için hedef ülkelerde pazar ve müşteri incelemeleri yapılmakta ve sonuçları üyelere duyurulmaktadır.

Türkiye'de faaliyette olan İhracatçı Birlikleri:

- İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterlikleri
- Akdeniz İhracatçı Birlikleri
- Batı Akdeniz İhracatçılar Birliği
- Denizli İhracatçılar Birliği
- Doğu Anadolu İhracatçılar Birliği
- Doğu Karadeniz İhracatçılar Birliği
- Ege İhracatçı Birlikleri
- Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri
- İstanbul İhracatçı Birlikleri
- İstanbul Maden ve Metaller İhracatçı Birlikleri
- İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri
- Karadeniz İhracatçı Birlikleri
- Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri
- Uludağ İhracatçı Birlikleri

İhracatçı Birlikleri'nin iştigal konularına giren maddelerle ilgili olarak kongre, sempozyum ve toplantı gibi etkinlikler düzenlenerek sektörün bir araya gelmesi, görüş alışverişinde bulunması sağlanmaktadır. Birlikler, ihracatçıların pazar yaratma çabalarına yardımcı olmak amacıyla mevcut pazarları geliştirmek, hedef pazarlara girebilmek için hedef ülkelerde düzenlenen fuarlara doğrudan ulusal katılım organizasyonunu gerçekleştirdiği gibi, firmaların ulusal katılım organizasyonuyla ya da bireysel olarak katılabilecekleri diğer önemli fuarları da üyelere duyurmaktadır.

İhracat sırasında İhracatçı Birlikleri'nin yaptığı işlemler nelerdir?

Gümrük beyannamesinin temini ve onaylatılması

İhracatçının, ihracat yapabilmesi için beyannameyi **İhracatçı Birlikleri** veya **Gümrük İdareleri**'nden temin edip doldurarak ihracatçı birliklerine onaylatması gerekmektedir. Onay sırasında ihracatçılardan, birlik **NİSPİ AİDATI** tahsil edilir.

Kayda Bağlı İhracat

İhracat Yönetmeliği'nin **"Kayda Bağlı İhracat Listesi"**nde yer alan ürünlerin ihracatı için **gümrük beyannamesi ile birlikte** kayıt için ilgili **İhracatçı Birliklerine** müracaat edilir.

Konsinye İhracat

Gümrük beyannamesi ile birlikte izin için ilgili **İhracatçı Birlikleri**'ne müracaat edilir.

Bedelsiz İhracat

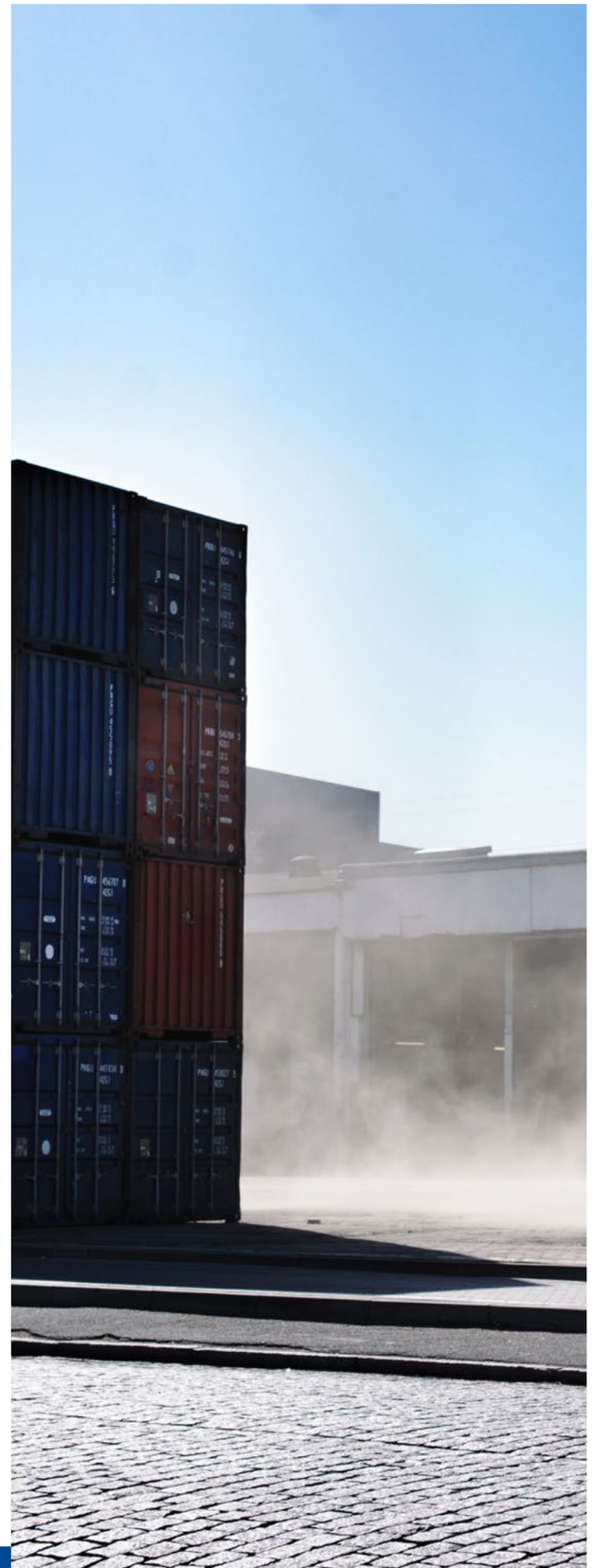
Bedelsiz ihracat konusu **malların değerinin ilgili tebliğlerde belirtilen güncel değerlerden yüksek olması** durumunda, **"Bedelsiz İhracat Formu"** doldurulmak suretiyle **İhracatçı Birlikleri**'ne başvurulur.

Bağlı Muamele veya Takas Yoluyla Yapılacak İhracat

Bağlı **muamele talepleri** gerekli belgelerle birlikte **İhracatçı Birlikleri**'ne yapılır.

Ambargo Kapsamı Malların İhracatı

Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi Ambargo Kararları uyarınca, ihracatın denetime tabi olduğu ülkelere yapılacak ihracat ülkelere göre farklı düzenlenmiştir. **Irak**'a yönelik **gıda, ilaç ve tıbbi malzeme ihracı serbest** olup ilgili İhracatçı Birlikleri'ne bilgi vermek gerekmektedir.



Genel İhracat Mevzuatı/ Uluslararası Ödeme Yöntemleri/Teslim Şekilleri

Genel İhracat Mevzuatı

Ülkemizde ve dünyada dış ticaret işlemleri devletlerin kontrolünde şekillenmekte ve yönetilmektedir. Ülkemizde **"mevzuat"**[10] olarak adlandırılan bu yapı **T.C. Cumhurbaşkanlığı Resmî Gazete**'de[11] yayımlanan **Cumhurbaşkanlığı Kararları, ilgili Yönetmelikler, Tebliğler ve Uygulama Esasları** çerçevesinde çalışmaktadır. Yani, dış ticaret ile ilgili bir bilgi ihtiyacının karşılanması veya mevzuatın takibi için ilk kontrol edilecek kaynak **Resmî Gazete**'dir.

Resim-1: Resmî Gazete

Diğer yandan, ülkemizde ihracat mevzuatının, ticaret ile alâkalı pek çok mevzuatta olduğu gibi, devlet adına **Ticaret Bakanlığı** tarafından kontrol edilmesinden ötürü Ticaret Bakanlığı'nın ilgili mevzuat birimleri **Resmî Gazete**'de yayımlanarak yürürlüğe giren uygulamaları **Ticaret Bakanlığı'nın www.ticaret.gov.tr** adlı web sitesinde ayrıca konularına göre ayrılmış ve sınıflandırılmış olarak yayımlamaktadırlar.

Bu kaynağa ilave olarak, **www.mevzuat.gov.tr** web sitesinde de gerekli süzme işlemleri yapılarak ilgili ihracat mevzuatına ulaşılabilir.

İhracat Mevzuatı, İhracat Rejimi Kararı, İhracat Yönetmeliği ve İhracat Tebliğleri ile düzenlenmekte ve yönetilmektedir. Bunlara ek olarak, ülkemizin **1 Ocak 1996** tarihinde **Gümrük Birliği**'ne tam uyum içerisinde çalışmaya başladığı tarihten sonra ismi **Dahilde İşleme Rejimi** olarak değiştirilen ihracat teşvik mevzuatı, benzer bir uygulama olan **Hariçte İşleme Rejimi, Vergi Resim, Harç İstisnası ve Kambiyo Mevzuatı, İhracat Mevzuatı** ile beraber çalışan diğer mevzuat olarak değerlendirilmektedir.

Resim-2: Mevzuat Bilgi Sistemi

10 Mevzuat; Bir ülkede yürürlükte olan yasa, tüzük, yönetmelik ve benzeri bilgilerin bütünü

11 Resmî Gazete; T.C. Resmî Gazete, Türkiye'nin 7 Ekim 1920 günü kurulan ve 7 Şubat 1921 tarihinden itibaren çıkmaya başlayan resmî gazetesidir. Amacı meclis ve cumhurbaşkanı tarafından çıkan kararname, yasa, yönetmelik, tebliğ, genelge gibi kararları yayınlamaktır.

İhracat Rejim Kararı

(Söz konusu **karar** *KOBİ'lere tam ve doğru bilgi sağlayabilmek ve kaynak olan Resmî Gazete ile bağı gösterebilmek maksadı ile Resmî Gazete'te yayımlandığı şekli ile ve tam metin olarak aşağıya alınmıştır)*

Alıntı

Ekli "İhracat Rejimi Kararı"nın yürürlüğe konulması; Yüksek Planlama Kurulu' nun 22/11/1995 tarihli ve 95/84 sayılı Raporu üzerine, 27/6/1963 tarihli ve 261 sayılı Kanunun 1 inci maddesi ile 28/7/1967 tarihli ve 933 sayılı Kanunun 3. maddesinin (C) bendine göre, Bakanlar Kurulunca 22/11/1995 tarihinde kararlaştırılmıştır.

İHRACAT REJİMİ KARARI (95/7623)

Amaç

Madde 1- Bu Karar'ın amacı, ihracatın ülke ekonomisi yararına düzenlenmesini, desteklenmesini ve geliştirilmesini sağlamak için ihracatta yetkili mercii ve uygulanacak esasları belirlemektir.

Kapsam

Madde 2- İhracatla ilgili her türlü işlem, bu Karar, ihracatla ilgili sair mevzuat ile ikili ve çok taraflı anlaşmalar ve bunlara istinaden çıkarılacak yönetmelik, tebliğ ve talimatlar çerçevesinde yürütülür.

Yetki

Madde 3- İhracatta yetkili merci, Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın bağlı olduğu Bakanlıktır. Bakanlık;

a. İhracatın her aşamasında gözetim, denetim ve yönlendirilmesine ilişkin her türlü önlemleri almaya, ihracatla ilgili işlemleri her safhada izlemeye ve bu hususlarla ilgili düzenlemeleri yapmaya, ihra-cata ilişkin bilgi ve belgeleri istemeye ve ihracatı bu Karar çerçevesinde yürütmeye,

b. Piyasalarda meydana gelen olağan dışı bir gelişme, ihracata konu malda görülen yetersizlik, kamu güvenliği, kamu ahlakı, insan sağlığı, hayvanların, bitkilerin veya çevrenin korunması amacına yönelik tedbirler, sanatsal, tarihi ve arkeolojik değer taşıyan metanın korunması nedenleriyle ihracatta kısıtlama veya yasaklama getirmeye,

c. Gerektiğinde ihracatı müsaadeye veya kayda bağlamaya, ihracatta miktar kısıtlaması uygulamaya,

d. Bağlı muamele, takas ve dolaylı offset gibi karşılıklı ticaret uygulamalarının usul ve esaslarını gerektiğinde sektör ve/veya ülke bazında belirlemeye,

e. Transit ticaret, geçici ihracat, bedelsiz ihracat ve ticari kiralama yolu ile yapılacak ihracat ile yurt dışında inşaat, tesisat ve montaj işi alan müteahhitlerin yapacağı ihracatı düzenlemeye

f. İhracat politikalarında bir bütünlük sağlanması için ilgili kurum ve kuruluşların ihracata yönelik faaliyet ve kaynaklarını koordine etmeye,

g. Alıcı ülkelerce ihracatımızın kısıtlanmasına ilişkin olarak alınacak tedbirlerin kaldırılmasına, etkilerinin asgariye indirilmesine veya iyileştirilmesine ilişkin görüşmeler yapmaya, yaptırmaya ve varılan anlaşma hükümlerinden doğan yükümlülüklerin yerine getirilmesini sağlamaya,

h. İhracata konu tarım ürünlerinin desteklenmesine yönelik hazırlıkları yapmaya, destekleme stoklarının ihracat yoluyla değerlendirilmesine ilişkin esasları tespit etmeye, uygulamaya veya uygulanmasını sağlamaya,

i. Madde ve/veya ülke bazında ihracatla ilgili, yurt dışında düzenlenecek fuarlar da dahil, tanıtım ve pazarlama politika ve faaliyetlerinin esaslarını belirlemeye ve ilgili kuruluşlar nezdinde takip ve koor-dine etmeye,

j. Kalkınma planları ve yıllık programlardaki ekonomik ve sosyal hedeflere ulaşılabilmesini teminen yapılacak faaliyetlerin gerçekleştirilmesi amacıyla; uluslararası kuruluşlara olan yükümlülükler ile iç ve dış piyasa şartları ve diğer ülkelerin madde politikalarına ilişkin uygulamaları da göz önünde tutularak, ihracata konu ürünlere rekabet gücü kazandırıcı çalışmalar ve düzenlemeler yapmaya,

k. Genel ihracat politikası hedefleri çerçevesinde, Türkiye İhracat Kredi Bankası (Eximbank) tarafından ihracatla ilgili olarak gerçekleştirilecek programları müştereken tespit etmeye,

l. Yayımlanacak tebliğler çerçevesinde ihracatçı şirketlere "Dış Ticaret Sermaye Şirketi", "Sektörel Dış Ticaret Şirketi" veya öngörülecek ihracat modellerine uygun statüler vermeye, geri almaya ve bunların hak, yetki ve sorumluluklarını tespit etmeye,

m. ..... yetkilidir.

Bu Karar kapsamında yapılacak desteklemenin kaynağını 88/l3384 sayılı Karar'ın I inci maddesi uyarınca oluşturulan, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası nezdindeki Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu ile ilgili diğer fon ve kaynaklar teşkil eder.

Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın bağlı olduğu Bakanlık, yukarıda sayılan yetkilerin kullanılması sırasında, mevzuat hükümleri çerçevesinde; İhracatçı Birlikleri, Türkiye İhracatçılar Meclisi, İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, uluslararası gözetim şirketleri ve ilgili diğer kurum ve kuruluşları görevlendirebilir.

İhracat Serbestisi ve İhracatın Koordinasyonu

Madde 4- Kanun, kararname ve uluslararası anlaşmalarla ihracı yasaklanmış mallar dışında kalan bütün malların ihracı, 3. maddenin **(b)** bendi müstesna olmak üzere, bu Karar çerçevesinde serbesttir.

Kamu kurum ve kuruluşları, madde bazında miktar veya dönem itibariyle ihracatın kısıtlanmasına veya yasaklanmasına yönelik kanun ve kararnamelerin hazırlanması aşamasında Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın bağlı olduğu Bakanlığın görüşünü alırlar.

İhracat faaliyetlerinin koordineli bir şekilde yürütülebilmesini teminen ilgili kurum ve kuruluşların kendi mevzuatları uyarınca ihracata yönelik olarak alacakları kararlar ile alım ve satımı ilgili mevzuatla belirli bir merciin iznine bırakılmış malların ihracına ilişkin esas ve uygulamaların tespiti aşamasında Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın bağlı olduğu Bakanlığın uygun görüşü alınır.

İhracat işlemlerinde, ilgili mevzuatla belirlenmiş olanlar dışında hiçbir belge aranmaz. Kamu kurum ve kuruluşları, ihracat işlemlerinin azami ölçüde süratle tamamlanmasını teminen gerekli düzenlemeleri yaparlar.

İhracı Yasak ve Ön İzne Bağlı Mallar

Madde 5- Kanun, kararname ve uluslararası anlaşmalarla ihracı yasaklanmış veya belli bir merciin ön iznine bağlanmış olan mallar grubuna, bu Karar'ın Ek'inde yer alan mallar ilave edilmiştir.

Uygulanacak Müeyyideler

Madde 6-

Yürürlükten Kaldırılan Hükümler

Madde 7- 20/01/1992 tarihli ve 92/2644 sayılı İhracatın Düzenlenmesi ve Desteklenmesine İlişkin Karar yürürlükten kaldırılmıştır.

Geçici Madde- Bu Karar'ın yürürlüğe girmesinden önce başlamış işlemlere, lehte olması halinde önceki hükümlere göre devam edilir.

Yürürlük

Madde 8- Bu Karar yayımı tarihinde yürürlüğe girer.

Yürütme

Madde 9- Bu Karar'ı Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın bağlı olduğu Bakan yürütür.

EKLER:

1. İhracı Yasaklanmış Mallar, İhracı Ön İzne Bağlı Mallar listelerine ilave (İhracı yasaklanmış veya belli kamu kurum ve kuruluşlarının ön iznine bağlanmış olan mallar listesi İhracı Yasak ve Ön İzne Bağlı Mallara İlişkin Tebliğinde (İhracat 96/31) yer almaktadır.)

EK I

A) KANUN, KARARNAME VE ULUSLARARASI ANLAŞMALARLA İHRACI YASAKLANMIŞ OLAN MALLAR GRUBUNA İLAVE EDİLEN MADDELER

1- 11.8.1995 tarih ve 22371 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Doğal Çiçek Soğanlarının Sökümü, Üretimi ve İhracatına Ait Yönetmelik kapsamında; ihracatı yasak olan doğal çiçek soğanları.

2- Odun

3- Sığla (liquidambar orientalis)

4- Yalankoz (Pterocarya carpinifolia)

5- Datça hurması (Phoenix The Ophrasti crenter)

B) KANUN, KARARNAME VE ULUSLARARASI ANLAŞMALARLA İHRACI BELLİ BİR MERCİİN ÖN İZNİNE BAĞLI MALLAR GRUBUNA İLAVE EDİLEN MADDELER

1- 11.8.1995 tarih ve 22371 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Doğal Çiçek Soğanlarının Sökümü, Üretimi ve İhracatına Ait Yönetmelik kapsamında; ihracat amacıyla doğadan elde edilmesi kontenjanla veya başka herhangi bir kayıtla sınırlandırılan doğal çiçek soğanları (Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı).

2- Damızlık büyük ve küçükbaş hayvan (Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı).

Alıntının Sonu

İhracat Yönetmeliği

(Söz konusu **yönetmelik** *KOBİ'lere tam ve doğru bilgi sağlayabilmek ve kaynak olan Resmî Gazete ile bağı gösterebilmek maksadı ile Resmî Gazete'te yayımlandığı şekli ile ve tam metin olarak aşağıya alınmıştır)*

Alıntı

İHRACAT YÖNETMELİĞİ

BİRİNCİ BÖLÜM
Amaç, Kapsam, Dayanak ve Tanımlar

Amaç

Madde 1- (1) Bu Yönetmeliğin amacı, İhracat Rejimi Kararı çerçevesinde, ihracatın ülke ekonomisi yararına düzenlenmesini, desteklenmesini ve artırılmasını sağlamak için ihracatta yetkili mercii ve uygulanacak usul ve esasları düzenlemektir.

Kapsam

Madde 2- (1) İhracat Rejimi Kararı uyarınca yapılacak ihracat işlemleri, bu Yönetmelik ile Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın bağlı olduğu Bakanlık tarafından yayımlanacak tebliğler ve ilgililere verilecek talimatlar çerçevesinde yürütülür.

Dayanak

Madde 2- (1) Bu Yönetmelik, 22/12/1995 tarihli ve 95/7623 sayılı Bakanlar Kurulu Kararıyla yürürlüğe konulan İhracat Rejimi Kararına dayanılarak hazırlanmıştır.

Tanımlar

Madde 4- (1) Bu Yönetmelikte geçen;

a. Bağlı Muamele: İkiden fazla taraf arasında yapılan takas işlemini,

b. Başlamış İşlem:

1) Açılan uluslararası ihalelere istinaden yapılan yabancı devlet bağlantılarında, alıcı kuruluş ile bağlantının yapıldığını gösteren yazılı sözleşmenin taraflarca imzalanmış olmasını,

2) Bedelsiz ihracatta, gümrük mevzuatı uyarınca gümrük beyannamesi düzenlenmesi gereken hâllerde gümrük beyannamesinin tescil edilmiş olmasını,

3) Genel esaslar çerçevesinde, gümrük beyannamesinin İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğine onaylatılmış olmasını,

4) Kayda bağlı ihracatta, İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğince kaydın verilmiş olmasını,

5) Konsinye ihracat ile yurt dışı müteahhitlik ve teknik müşavirlik kapsamındaki ihracatta, iznin verilmiş olmasını,

6) Müsaadeye bağlı ihracatta müsaadenin verilmiş olmasını,

7) Offset kapsamında ihracatta offset anlaşmasının imzalanmış olmasını,

c. Bedelsiz İhracat: Karşılığında yurt dışından bir ödeme yapılmaksızın yurt dışına mal çıkarılmasını,

d. Gün: Aksi belirtilmedikçe takvim gününü,

e. İhracat: Bir malın, yürürlükteki ihracat mevzuatı ile gümrük mevzuatına uygun şekilde Türkiye gümrük bölgesi dışına veya serbest bölgelere çıkarılmasını veyahut Müsteşarlıkça ihracat olarak kabul edilecek sair çıkış ve işlemleri,

f. İhracatçı: İhraç edeceği mala göre ilgili İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğine üye olan, vergi numarasına sahip gerçek veya tüzel kişiler ile tüzel kişilik statüsüne sahip olmamakla birlikte yürürlükteki mevzuat hükümlerine istinaden hukuki tasarruf yapma yetkisi tanınan ortaklıkları,

g. İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Onayı/Kaydı: İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği tarafın-dan gümrük beyannamesi onay/kayıt işlemleriyle ilgili olarak verilecek onay, kayıt ve/veya elektronik onayı/kaydı,

h. İhraç Müsaadesi: Ülke ekonomisinin ihtiyaçları, iç ve dış piyasa arz ve talep durumu, satış şekli ile alıcı ülke ve firmaların ülkemiz ile olan ticari ve ekonomik ilişkileri gibi hususlar göz önünde tutularak Müsteşarlıkça verilen ihraç iznini,

i. Kayda Bağlı İhracat: Gümrük beyannamesinin, ihracattan önce İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğince kayda alındığı ihracat şeklini,

j. Konsinye İhracat: Kesin satışı daha sonra yapılmak üzere yurt dışındaki alıcılara, komisyonculara, ihracatçının yurt dışındaki şube veya temsilciliklerine mal gönderilmesini,

k. ..... (Yürürlükten kaldırıldı.)

l. Mal: Her türlü eşya, madde, ürün veya değeri,

m. Müsteşarlık: Dış Ticaret Müsteşarlığını,

n. Offset: Kamu kuruluşları tarafından açılan uluslararası ihaleler çerçevesinde, ihaleyi kazanan firma veya kuruluş tarafından, Türkiye'de üretilen malların, gelir ve giderleri Türkiye'de kaydedilen yurt dışı müteahhitlik hizmetlerinin ve diğer hizmetlerin yeni alıcılara ihracatı veya mevcut alıcılara yönelik ihracat artışı ile taahhüt gereğince Türkiye'nin mevcut ihracat potansiyelinin geliştirilmesine yönelik Müsteşarlıkça onaylanan diğer işlemleri,

o. Takas: İhraç veya ithal edilen mal veya hizmet bedelinin, kısmen veya tamamen mal, hizmet veya döviz ile karşılanması işlemini,

p. Ticari Kiralama: Malların kira bedeli karşılığı belirli bir süre kullanılmak üzere geçici olarak Türkiye gümrük bölgesi dışına veya serbest bölgelere çıkarılmasını,

q. Transit Ticaret: Yurt dışında veya serbest bölgede yerleşik bir firmadan ya da antrepodan satın alınan malın, ülkemiz üzerinden transit olarak veya doğrudan doğruya yurt dışında veya serbest bölgede yerleşik bir firmaya ya da antrepoya satılmasını,

r. Yurtdışına e-Ticaret: Uzaktan iletişim araçlarıyla başka bir ülkeye yönelik olarak gerçekleştirilen mesafeli mal satışını

ifade eder.

İKİNCİ BÖLÜM
İhracat Şekilleri ve Esasları

Genel esaslar

Madde 5- (1) İhracat işleminin başlaması için ihracatçıların, İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğine onaylattıkları gümrük beyannamesi ile ihracatın yapılacağı gümrük idaresine başvurmaları gerekir.

Ön izne bağlı ihracat

Madde 6- İhracı uluslararası anlaşma, kanun, kararname ve ilgili sair mevzuat uyarınca belli bir merciin ön iznine bağlı malların ihracatında, ilgili mercilerden ön izin alındıktan sonra ihracat mevzuatı hükümleri uygulanır.

Kayda bağlı ihracat

Madde 7- (1) İhracı kayda bağlı mallar, Müsteşarlıkça yayımlanacak Tebliğ ile belirlenir.

(2) İhracı Kayda Bağlı Mallara İlişkin Tebliğ kapsamındaki malların ihracından önce gümrük beyannamelerinin İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğince kayda alınması gerekir.

(3) İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğince kayda alınmış gümrük beyannamesinin gümrük idarelerine sunulma süresi, İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğinin onay tarihinden itibaren uzatılmamak üzere otuz gündür. Ancak, ülkemiz ihraç ürünlerine miktar kısıtlaması uygulayan ülkelere yapılan, kısıtlama kapsamındaki malın ihracına ait kayıt meşruhatı düşülerek onaylanmış gümrük beyannamelerinin gümrük idarelerine sunulma süresi, otuz günden daha kısa veya daha uzun olarak Müsteşarlıkça belirlenebilir.

Kredili ihracat

Madde 8- ..... (Yürürlükten kaldırıldı.)

Konsinye ihracat

Madde 9- – (1) Konsinye ihracat başvuruları ilgili İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğine yapılır.

(2) Madde ve/veya ülke politikası açısından Müsteşarlıkça getirilebilecek düzenlemeler kapsamındaki mallarla ilgili konsinye ihraç talepleri Müsteşarlığın görüşü alındıktan sonra, bunun dışında kalan mallara ilişkin talepler ise doğrudan İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğince sonuçlandırılır.

(3) İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğince konsinye ihracat olarak onaylanmış gümrük beyan-namelerinin otuz gün içinde gümrük idarelerine sunulması gerekir.

(4) İhracatçılar, konsinye olarak gönderilen malların kesin satışının yapılmasından sonraki otuz gün içinde durumu, kendileri tarafından düzenlenmiş kesin satış faturası veya örneği ve gerekli diğer belgeler ile birlikte izni veren İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğine bildirir.

(5) Konsinye olarak gönderilen malın ihraç tarihinden itibaren bir yıl içinde kesin satışının yapılması gerekir. Bu süre, haklı ve zorunlu nedenlere istinaden müracaat edilmesi halinde, izni veren İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğince iki yıl daha uzatılabilir.

(6) Konsinye olarak gönderilen malın, konsinye ihraç izin süresi içinde satılamaması halinde, malın gümrük mevzuatı çerçevesinde yurda getirilmesi gerekir.

Yurt dışı fuar ve sergilere katılım ve ihracat

Madde 10- (1) Ülkemizi temsilen katılınacak uluslararası yurt dışı fuar ve sergiler Müsteşarlık tarafından belirlenir.

(2) Uluslararası ticari fuar ve sergilere, gerek ülkemizi temsilen ulusal düzeyde gerekse bireysel olarak katılacak firma ve kuruluşlarca yurt dışına gönderilecek bedelli veya bedelsiz mallar ile yurt dışında düzenlenecek bilim, sanat, kültür veya tanıtım amaçlı fuar/sergi,

konferans, seminer gibi etkinliklere kişi veya kuruluşlarca gönderilecek bedelli veya bedelsiz malların yurt

dışına çıkışıyla ilgili başvurular doğrudan ilgili gümrük idarelerine yapılır. Gümrük idareleri söz konusu malların yurt dışına çıkışı için yapılan talepleri ilgili mevzuat çerçevesinde inceleyip sonuçlandırır.

(3) Gümrük idareleri, yukarıda belirtilen amaçlarla yurt dışına çıkışına izin verdikleri bedelli ve/veya bedelsiz mallar (bilim, sanat, kültür, tanıtım amaçlı fuar/sergi hariç) ile ilgili gümrük beyannamelerinin onaylı bir örneğini, beyannamenin kapanış tarihinden itibaren, en geç onbeş gün içinde firmanın beyan ettiği İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğine gönderir.

(4) Uluslararası ticari fuar ve sergilerde sergilenmek üzere yurt dışına çıkarılan malların kesin satışına ilişkin talepler, geçici çıkışa esas gümrük beyannamesinin İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğince onaylanmasını müteakip gümrük idarelerince sonuçlandırılır.

(5) Gümrük idareleri, özel organizatör kuruluşların ülkemizi temsilen ulusal düzeyde katılacağı ticari nitelikli fuarlarda ve sergilerde, yürürlükteki Yurt Dışında Fuar Düzenlenmesine ve Değerlendirilmesine İlişkin Tebliğ hükümleri gereğince, organizatör kuruluşa Müsteşarlıkça (İhracat Genel Müdürlüğü) verilmiş olan "Yeterlilik Belgesi" veya "Geçici Yeterlilik Belgesi" (kamu ve mesleki kuruluşları ile vakıflarca düzenlenen fuarlarda bahse konu belgeler aranmaz) ile birlikte ilgili fuarın ulusal katılım organizasyonunun söz konusu kuruluşça yapılmasının onaylandığını gösterir uygunluk yazısını ararlar.

(6) Yukarıda belirtilen hususlar dışında kalan talepler Müsteşarlıkça incelenip sonuçlandırılır.

İthal edilmiş malın ihracı

Madde 11- – (1) Gümrük mevzuatı çerçevesinde serbest dolaşıma girmiş yeni veya kullanılmış malın ihracı genel esaslar çerçevesinde yapılır. Ancak, ihracatın desteklenmesine yönelik mevzuat, yatırım mevzuatı ile gümrük mevzuatının mahrecine iade hükümleri saklıdır.

Serbest bölgelere yapılacak ihracat

Madde 12- (1) Serbest bölgelere yapılacak ihracat, ihracat mevzuatı hükümlerine tabidir. Ancak, Dahilde İşleme Rejimi, KDV uygulamaları ve Türkiye İhracat Kredi Bankası uygulamalarına dair mevzuat hükümleri saklıdır.

Diğer ihracat şekilleri ve transit ticaret

Madde 13- (1) Kayda bağlı ihracat, bedelsiz ihracat, savunma sanayii dışındaki alanlarda offset kapsamında yapılacak ihracat ile yurt dışı müteahhitlik ve teknik müşavirlik kapsamında yapılacak ihracata ilişkin usul ve esaslar Müsteşarlığın bağlı olduğu Bakanlıkça belirlenir.

(2) Ticari kiralama yoluyla yapılacak ihracat gümrük mevzuatı hükümlerine tabidir.

(3) Uluslararası anlaşmalarla ticareti yasaklanmış mallar ile Müsteşarlığın madde politikası itibariyle transit ticaretinin yapılmasını uygun görmediği mallar transit ticarete konu olamaz. İthalat ve ihracat yapılması yasaklanmış ülkelerle transit ticaret yapılamaz.

(4) Takas ve bağlı muamele işlemleri yürürlükteki ihracat ve ithalat rejimleri çerçevesinde yürütülür.

(5) Yurtdışına e-ticaret kapsamındaki mal ihracıyla ilgili işlemler, dış ticaret ve gümrük mevzuatı hükümlerine tabidir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
Ortak Hükümler

Alıcısı tarafından kabul edilmeyen mallar

Madde 14- (1) Alıcısı tarafından kabul edilmeyen mallar karşılığında aynı bedel ve şartlarla mal ihracına ilişkin talepler, durumu gösterir belgelere istinaden gümrük mevzuatı çerçevesinde giriş ve çıkışta ayniyeti tespit edilmek suretiyle gümrük idarelerince sonuçlandırılır.

(2) Alıcısı tarafından kabul edilmeyen malların başka bedel ve şartlarla aynı veya farklı alıcılara satışına ilişkin talepler, durumu gösterir belgeler ve yeni satış sözleşmesine ait İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğince onaylı faturanın ibrazından sonra gümrük idarelerince sonuçlandırılır.

(3) Gümrük idarelerince sonuçlandırılan talepler ilgili İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğine ve mükellefin bağlı bulunduğu vergi dairesine bildirilir.

(4) Alıcısı tarafından kabul edilmeyen malların bozulabilir nitelikte olması halinde, bu tür talepler İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği veya daha sonra İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğine bilgi vermek kaydıyla Müsteşarlık yurt dışı teşkilatınca sonuçlandırılır. Müsteşarlık yurt dışı teşkilatınca sonuçlandırılan talepler, ilgili gümrük idaresine bildirilir.

(5) Yukarıda yer alan hususlar, ihracatın desteklenmesine yönelik mevzuat kapsamında yapılmış olması halinde, ait olduğu mevzuat hükümlerine tabidir.

Alıcısına teslim edilemeyen mallar ve malların terk edilmesi

Madde 15- (1) Yanma, çalınma gibi haklı ve zorunlu nedenlerle alıcısına teslim edilemeyen mallara ilişkin ihracat talepleri, durumu gösteren belgelere dayanılarak Müsteşarlıkça (İhracat Genel Müdürlüğü) sonuçlandırılır.

(2) Geri getirilmesinde ekonomik yarar görülmeyen malların terk edilmesine ilişkin talepler, durumu gösteren belgelere dayanılarak Müsteşarlıkça (İhracat Genel Müdürlüğü) sonuçlandırılır.

(3) ..... (Yürürlükten kaldırıldı.)

(4) Yukarıda belirtilen hususlar, ihracatın desteklenmesine yönelik mevzuat kapsamında yapılmış olması hâlinde, ait olduğu mevzuat hükümlerine tabidir.

İhracatçı Birliklerince yapılacak işlemler

Madde 16- (1) 5/7/1993 tarihli ve 93/4614 sayılı İhracatçı Birliklerinin Kuruluşu, İşleyişi, İştigal Sahaları, Organları, Üyelerin Hak ve Yükümlülüklerine Dair Bakanlar Kurulu Kararına istinaden, nisbi aidatın tahsil edilmesi gerekir. Bu husus, İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğince gümrük beyannamesinin onaylanması sırasında aranır.

Gümrük idarelerince yapılacak işlemler

Madde 17- (1) Otomasyona geçmiş gümrük idareleri, ihracat işlemlerinde tescil onayı yapılmadan önce, gümrük beyannamesi üzerinde İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğinin elektronik ortamda oluşturdukları "Birlik Onay Kodu"nu ararlar. "Birlik Onay Kodu" doğrulanmayan gümrük beyannamelerine istinaden mal çıkışı yapılmaz.

(2) Otomasyona geçmemiş gümrük idareleri ise, ihracat işlemlerinde gümrük beyannamesi üzerinde İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğinin onayını/kaydını ararlar. İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği onayı/kaydı bulunmayan gümrük beyannamelerine istinaden mal çıkışı yapılmaz.

(3) Gümrük idareleri, ihracatı müteakip durumu ilgili İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğine bildirir.

(4) Gümrük idarelerince tescil edilen gümrük beyannameleri üzerinde herhangi bir değişiklik yapılması veya gümrük beyannamelerinin iptal edilmesi halinde, bu husus işlemi yapan gümrük idaresi tarafından onayı/kaydı veren İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğine, mükellefin bağlı bulunduğu vergi dairesine ve Türkiye İstatistik Kurumuna bildirilir.

İhracat bedellerinin yurda getirilmesi

Madde 18- (1) İhracat bedellerinin yurda getirilmesi hususu kambiyo mevzuatı hükümlerine tabidir.

Diğer durumlar

Madde 19- (1) İhracata ilişkin olarak bu Yönetmelikte belirlenen konular dışında kalan hususlar İhracat Rejimi Kararı çerçevesinde Müsteşarlıkça (İhracat Genel Müdürlüğü) sonuçlandırılır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
Çeşitli ve Son Hükümler

Yürürlükten kaldırılan Yönetmelik

Madde 20- (1) 6/1/1996 tarihli ve 22515 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan İhracat Yönetmeliği yürürlükten kaldırılmıştır.

Başlamış işlemler

Geçici Madde- (1) Bu Yönetmeliğin yürürlüğe girmesinden önce başlamış işlemlere, lehte olmaları kaydıyla, bu Yönetmeliğin 20nci maddesiyle yürürlükten kaldırılan Yönetmelik hükümleri uygulanır.

Yürürlük

Madde 21- (1) Bu Yönetmelik yayımı tarihinde yürürlüğe girer.

Yürütme

Madde 22- (1) Bu Yönetmelik hükümlerini Dış Ticaret Müsteşarlığının bağlı olduğu Bakan yürütür.

Alıntının Sonu

1995 tarihinde alınan bu karar ve ilgili yönetmelik hükümleri, zaman içerisinde ihtiyaç duyulan iyileştirme ve değişikliklere paralel olarak çeşitli tarihlerde revize edilmiş ve edilmektedir. Bu nedenle, söz konusu bu düzenlemelerin daha önce adı geçen kaynaklardan mutlaka düzenli ve sık sık takip edilmesi son derece önemlidir.

Ödeme Yöntemleri

Dış ticarette taraflar arasında kullanılacak **ödeme şeklinin belirlenmesi, ülkelerin mevzuatına, alıcı ve satıcı arasındaki ilişkilere, mal çeşidi ve meblağı gibi unsurlara bağlıdır.** Taraflar, güvence, maliyet, mevzuat vs. yönlerinden durumlarına en uygun olan ödeme şeklini seçip aralarında mutabakat sağladıktan sonra bu ödeme şeklinin gereklerine uygun olarak yükümlülüklerini yerine getirirler.

Dış ticarette, tarafların kullanabileceği çeşitli ödeme şekilleri mevcuttur:

- Peşin Ödeme
- Prefinansman Kredisi
- Akreditif
- Banka Ödeme Garantisi
- Vesaik Mukabili Ödeme
- Kabul Kredili Ödeme
- Mal Mukabili Ödeme
- Murabaha
- Bar-Çek (bir ödeme yöntemi değildir)
- Takas

Yandaki tablolarda Ticaret Bakanlığı verilerine göre ülkemizde **2021 yılında genel**[12] **ihracat ve genel ithalatta kullanılan ödeme yöntemleri ve bu ödeme yöntemleri ile gerçekleşen para transferlerinin tutarları ABD$ bazında gösterilmektedir.** İhracatta ve ithalatta Mal Mukabili Ödeme yani piyasada kullanılan adı ile Açık Hesap en fazla kullanılan ya da kullanılmak zorunda kalınan ödeme şekli olarak görülmektedir.

İhracat

1	**Mal mukabili ödeme**	149,131
2	Peşin ödeme	34,545
3	Vesaik mukabili ödeme	21,994
4	Akreditif	12,694
5	Vadeli akreditif	2,716
6	Bedelsiz	1,713
7	Diğer[13]	2,575
	Toplam	**225,368**

Tablo - 2: 2021 yılı ihracatta kullanılan ödeme yöntemleri

İthalat

1	**Mal mukabili ödeme**	**166,333**
2	Peşin ödeme	61,812
3	Vesaik mukabili ödeme	6,959
4	Akreditif	6,885
5	Vadeli akreditif	16,602
6	Bedelsiz	8,925
7	Diğer	3,838
	Toplam	**271,355**

Tablo - 3: 2021 yılı ithalatta kullanılan ödeme yöntemleri

12 Genel/Özel ihracat ve ithalat; Dış ticaret istatistikleri genel ticaret sistemi ve özel ticaret sistemi olmak üzere iki farklı ticaret sistemine göre hesaplanmaktadır. Genel ticaret sisteminde, bir ülkenin ekonomik alanına giren ve ekonomik alanından çıkan mallar kapsanmaktadır. Bu sistemde, ülkenin ekonomik alanını oluşturan serbest bölgeler, gümrük antrepoları ve serbest dolaşım alanına giren veya bu alanlardan çıkan mallar hesaplamalara katılmaktadır. Özel ticaret sisteminde ise, gümrük antrepoları ve serbest bölgeler istatistiklerde yer almamakta, sadece ülkenin serbest dolaşım alanına giren ve bu alandan çıkan mallar kapsanmaktadır. (Türkiye İstatistik Kurumu)

13 Diğer; peşin akreditif, ödeme şekli belirsiz, bağlı muamele, kabul kredili akreditif, kabul kredili vesaik mukabili, kabul kredili mal mukabili ve özel hesap ödeme şekillerini içermektedir.

Bu bölümde dünya dış ticaretinde pratikte kullanılabilen ödeme yöntemlerini birer birer ve detaylı bir şekilde incelenmektedir.

Peşin Ödeme (Advance Payment)

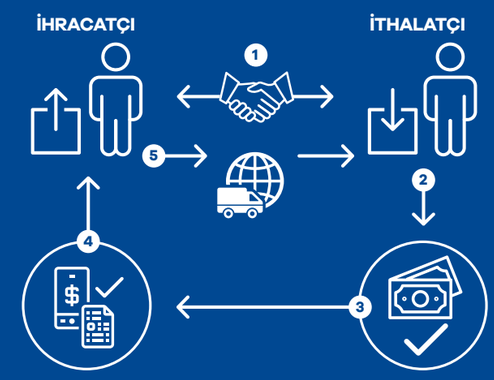
Peşin ödeme, ihracatçı açısından malın nakliye aracına konup konşimento[14] alınmadan önce, ihracatçı ülke açısından ise gümrük beyannamesinin kapatılmasından önce ihracatçının hesabına transfer edilmesidir. İthalatçı açısından incelediğimizde ise, mal bedelinin, malın gümrükten çekilmeden önce ödenmiş olmasıdır. Türk kambiyo uygulaması gereği, **bir ithalatçının yaptığı ödemenin peşin ödeme olarak kabul edilebilmesi için gümrükleme işlemine başlanmadan önce mal bedelinin ihracatçısına transfer edildiğini gösterir banka transfer yazısının alınmış olması gerekir.** Aksi takdirde işlem vadeli ödeme olarak kabul edilir ve ithalatçıdan %6 oranında Kaynak Kullanımı Destekleme Fonu'na kesinti yapılır.

Peşin ödeme sisteminde ihracatçı, sevk edeceği malın bedelini daha paketlemeden hatta daha üretmeden almış olabilir. Bu yüzden ihracatçı için son derece uygun ve tercih edilen bir ödeme sistemi olmasına rağmen, peşin ödeme, ithalatçılar tarafından pek tercih edilmez.

> **Karşılığı peşin ödeme ile gelen malın 18 ay içerisinde ihracatının gerçekleştirilmesi gerekir. Aksi takdirde para iadesi söz konusu olacaktır.**

Bankalar, gelen peşin ödeme içerisinden, ihracatçıyı ihracatı gerçekleştirmeye zorlamak amacıyla KKDF (Kaynak Kullanım Destekleme Fonu) ve gecikme faizi toplamı oranında bir meblağı bloke eder. İhracatın gerçekleşmesinden sonra bloke çözülerek ihracatçıya iade edilir.

14 Konşimento (aslı konişmento); Ürünleri taşıyacak uluslararası nakliye şirketinin ürünleri yükleyenden teslim aldığını ve belge üzerinde adı geçen teslim alana teslim edeceğinin belirtildiği teslim tesellüm belgesi.



Şekil-6: Peşin Ödeme

1. Anlaşma
2. İthalatçı parayı yatırır.
3. Banka transferi gerçekleştirir.
4. Banka ihtacatçıya öder.
5. Sevkiyat yapılır.

Peşin Ödeme dört şekilde gerçekleştirilebilir: Efektif, Havale, Çek, Red-Clause Akreditif

Efektif

Efektifi bir peşin ödeme aracı olarak açıklamadan önce günlük yaşantımızda çok sık yaptığımız bir hataya burada değinmek sanırım faydalı olacak. Yapılan hata döviz ve efektif kavramlarının yanlış kullanılmasıdır.

Döviz: (Ticari açıdan ele aldığımızda) Dış ticarette ihracat bedelinin ödenmesinde kullanılan her türlü araçtır. Sadece kâğıt üzerinde rakam olarak görünür.

Efektif: Cebimizde taşıdığımız, elle tutup görebildiğimiz, banknot veya bozukluk şeklinde kullanılan paradır.

Gazetelerin ekonomi sayfalarında yer alan döviz kuru tablolarında, hatırlayacağınız gibi, dört tane sütun bulunmaktadır.

Bu sütunlar sırası ile DÖVİZ ALIŞ/ DÖVİZ SATIŞ/ EFEKTİF ALIŞ /EFEKTİF SATIŞ sütunlarıdır.

Döviz Alış: İhracat bedeli dövizlerin bozdurulması aşamasında,
Döviz Satış: İthalat için ithalatçıya döviz satışı aşamasında,
Efektif Alış: Efektif olarak, cebimizdeki parayı bankada bozdururken,
Efektif Satış: Efektif olarak, bankadan yabancı para satın alırken kullanılan kur cinsleridir.

Efektifin peşin ödeme olarak kullanılması, nakit olarak ithalatçı tarafından ihracatçıya ulaştırılması şeklinde olur. Ancak ihracat bedeli olarak getirilen efektif, ithalatçı firmayı temsile yetkili şahıslar tarafından getirilebilir ve efektifin, gümrükten geçişi sırasında gümrük yetkililerine beyan edilmesi ve söz konusu efektif miktarı için ihracat bedeli olduğuna dair **NBF (Nakit Beyan Formu)** düzenletilmesi gerekmektedir.

İhracat bedellerinin bankadan alınışı sırasında, banka, bu meblağın yurt dışından geldiğinin ispat edilmesini, yani NBF'yi ister. NBF'nin alınmamış olduğu veya noksan olan peşin ödemeli ihracat işlemlerinde banka, bu eksiklikten dolayı IBKB (İhracat Bedeli Kabul Belgesi) düzenlemez ve ihracat aksar.

Böyle bir durumla karşılaşıldığında yapılması gereken en uygun hareket (elbette müşterinin tekrar yurt dışına çıkıp NBF alarak giriş yapması mümkün), **ihracatın faturasının ve gümrük çıkış beyannamesinin "ödeme şekli" bölümüne ödeme şekli olarak peşin ödeme yerine mal mukabili yazıp TERKİN işlemi ile kapatmaktır.** Tahsil işlemleri bölümünde değinildiği gibi **terkin işlemi 30.000 ABD doları ve altındaki** işlemler için rahatlıkla yapılabiliyordu. Eğer bizim satışımız **100.000 ABD dolarının üzerinde ise, o takdirde yapılması gereken, işlemin birden fazla beyanname kapsamında gerçekleştirilmesi** olabilir.

Havale

Peşin ödeme sistemleri içerisinde en çok kullanılan sistemdir. İthalatçı, ihracatçı adına ve hesabına banka havalesi çıkarır. Günümüzde havaleler, çoğunlukla bankalar arası **SWIFT** haberleşme sistemi ile online olarak hemen gerçekleştirilmektedir.

İthalatçı, parayı gönderdiğini, ancak banka paranın hâlâ gelmediğini söylüyorsa ilk yapılacak şey, ithalatçının kendi bankasının ihracatçının bankasına havaleyi gerçekleştirdiği SWIFT mesajın kopyasının ithalatçıdan istenerek bankaya bu belgenin ibraz edilmesidir. **İki banka arasındaki bir SWIFT havale işlemi en geç iki gün içerisinde ihracatçının hesabına geçer** (bankalar arasında irtibatı sağlayacak bir başka banka kullanılmıyorsa).

Çek

İthalatçı bazen ödemeyi çek ile yapmak isteyebilir. Bu durumda, çek, ya ithalatçı tarafından getirilebilir ya da posta ile gönderilir. Hangi şekilde gelirse gelsin bu sistemde daha çok BANKA ÇEKLERİ tercih edilmelidir. Bu noktada çekler hakkında çok kısa bir bilgi sanırım faydalı olacaktır. Bugün piyasada ağırlıklı olarak kullanılan iki tip çek mevcuttur. Bunlar: **ŞAHIS/FİRMA ÇEKLERİ** ve **BANKA ÇEKLERİ**'dir.

Şahıs/Firma Çekleri: Bir şahsın veya firmanın bankada açtırmış olduğu bir vadesiz hesaba bağlı çeklerdir ve karşılığı, hesapta bulunduğu sürece banka tarafından alacaklısına ödeme yapılır.

Banka Çekleri: Borçlu taraf, borcu olan meblağda parayı bankaya yatırır ve ismini vereceği alacaklısı lehine bir çek düzenlenmesini ister. Banka kendisini borçlu gösteren bir çek hazırlayarak borçlu tarafa teslim eder ve borçlu da elindeki banka çekini alacaklısına verir. Alacaklının çekin karşılıksız çıkma gibi bir korkusu yoktur, çünkü çekin karşılığı, bankanın kendi hesabında zaten bulunmaktadır. Esasen bu sistemde alacaklının karşısındaki gerçek borçlu banka olmaktadır.

"Red Clause" Akreditif

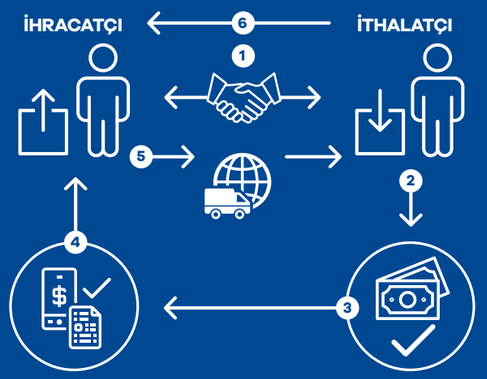
Red Clause, bir akreditif mektubuna kırmızı harfler ile yazılmış ve ihraç olunacak malın satın alınması ile yükleme masraflarını karşılaması amacıyla akreditif lehtarına (ihracatçıya), aracı bankanın avans mahiyetinde peşin ödeme yapmasını sağlayan bir şarttır. Bu sistemde, akreditifte belirtilen miktarda dövizin Türk Lirası karşılığını ihracatçı teminat göstererek veya göstermeden yetkili bankadan alabilmektedir.

Peşin ödeme sisteminde eşyanın konşimentosu üzerinde **"Consignee"** kısmına ithalatçının adı yazılır. Çünkü, ithalatçı eşyanın bedelini peşin ödemiştir ve eşyanın sahibi olmuştur.

Burada dikkat edilmesi gereken bir başka husus ise, sevk vesaikinin gümrüğe ibrazı sırasında gümrükler DAB da istemekte ve gümrük beyannamesi üzerine DAB'ın tarih, sayı ve meblağı kaydedilmektedir.

Prefinansman Kredisi (Prefinance Credit)

Prefinansman kredisi esasen bir peşin ödeme yöntemidir. Ancak peşin ödemeye göre alıcı açısından daha güvenlidir. Peşin ödeme yönteminde alıcının karşı karşıya kaldığı, satıcının parayı alması ve fakat malı göndermemesi riski prefinansman kredisi yönteminde ithalatçı açısından mali anlamda bir risk doğurmamaktadır. Çünkü, peşin ödemenin klasik iş akışını gösteren aşağıdaki tabloda 3. işlem olan alıcının parayı satıcının bankasına transfer etmesi olayı prefinansman kredisi uygulamasında yoktur. Alıcının bankası satıcının bankasına bu aşamada paranın alıcı tarafından bankaya yatırıldığına dair bir **kontrgaranti** gönderir.



Şekil-7: Prefinansman

1. Anlaşma
2. İthalatçı parayı yatırır.
3. Banka **KONTRGARANTİ** gönderir.
4. Banka ihtacatçıya **KREDİ kullandırır.**
5. Sevkiyat yapılır.
6. İhracatçı tarafından veya yurtdışından gelen mal bedelinden **KREDİ kapatılır.**

Satıcının bankası bu **kontrgarantiye** istinaden eğer satıcının genel ekonomik durumu ve banka ile ilişkilerini uygun görürse satıcıya bir prefinansman kredisi açar. Satıcı bu krediyi kullanarak (4. Aşama) malı hazırlar ve 5. aşamada sevkiyatı yapar. Bu şekilde düzenlenen **prefinansman konvertibl dövizler cinsinden ve bir yıl vadeli** olur. Satıcının bankası ihracatın gerçekleştirilmemesi durumunda ithalatçının yaptığı ödemeyi uluslararası peşin faiz oranları ve hesaplanacak gecikme cezaları ile beraber alıcıya iade eder. Bu ödeme yönteminde bir bakıma satıcının bankası satıcıya kefil olmaktadır.

> **Ankara'da bir sanayi bölgesinde verdiğim eğitim sırasında katılımcı KOBİ'lerin pek çoğunun bu ödeme yöntemini bir bankanın verdiği seminerde gördüklerini ve uygulamaya geçirerek ihracat müşterilerinin sayılarını %25'e varan oranda arttırdıklarını öğrendim.**

Bu çok doğrudur, çünkü peşin ödemeyi tercih etmeyen ancak ürünü mutlaka almak isteyen alıcılar peşin ödemeden bir parça daha güvenli olan pre-finansman kredisini tercih edeceklerdir.

Akreditifli Ödeme (Letter of Credit)

Akreditif (Letter of Credit) kelime anlamı olarak **KREDİ MEKTUBU**'dur. Bu kredi mektubu, alıcı tarafından, yapacağı alım karşılığı, bankalar kanalı ile satıcıya ulaştırılır. Kendisine bir akreditif ulaşan satıcı, akreditifin **IRREVOCABLE** olma özelliği sebebiyle malı satmıştır. Ancak, malın bedelini akreditif üzerindeki şartları yerine getirdikten sonra alacaktır.

Akreditif, bugün dış ticarette en çok kullanılan ödeme şekillerinden biridir. Dolayısıyla, standart bir yapı içerisinde bütün ihracatçı ve ithalatçılar tarafından işleyişinin ve şartlarının çok iyi bilinmesi gerekir. Bu sebeple, akreditif şartları **ICC tarafından hazırlanan** ve akreditifin kanunu olarak bilinen **UCP 600 Vesikalı Krediler için Yeknesak Teamüller ve Uygulamalar** bildirisi kapsamında uygulanmaktadır. Bu şartlar ve uygulamalar dâhilinde bir akreditif işleminin tarafları şunlardır:

Akreditif Amiri (Applicant):

Akreditifi açtıran veya malı ithal etmek için akreditif açma emrini veren alıcıdır.

Amir Banka (Issuing Bank):

Akreditif amirinin talimatına uygun olarak akreditifi açan bankadır. Alıcının talep ettiği şartlara uygun vesaikin temini karşılığında ödemenin yapılmasını sağlar.

İhbar Bankası (Advising Bank):

İhbar bankası, akreditifi lehtara, teyitte bulunmaksızın sadece ihbar eden bankadır. İhbar bankasının akreditifte, lehtara karşı ödeme konusunda hiçbir yükümlülüğü yoktur.

Teyit Bankası (Confirming Bank):

Teyit bankası, akreditife, amir banka dışında kendisinin kesin yükümlülüğünü de ekleyen bankadır. Sorumluluğu amir bankanın sorumluluğu derecesindedir.

Rambursman Bankası (Reimbursing Bank):

Amir banka, başka bir bankayı (teyit bankası) akreditif şartlarına uygun vesaik karşılığında ödeme yapmaya yetkili kıldığı takdirde, söz konusu bankayı ramburse etmeyi taahhüt eder. Amir banka bu yükümlülüğünü doğrudan doğruya kendisi yerine getirebileceği gibi, yetkili kılacağı bir banka (rambursman bankası) aracılığıyla da yapabilir.

Akreditif Lehtarı (Beneficiary):

Lehine akreditif açılan, sattığı malın bedelini, akreditif şartlarına uygun olarak ibraz ettiği vesaik karşılığında aracı bankadan tahsil edecek veya düzenlediği poliçenin kabulünü aracı banka kanalıyla temin edecek olan satıcı firmadır. Vesaik akreditif şartlarına uygun değilse, yaptığı satışın bedelini, amirin, vesaiki aksaklıklarıyla birlikte kabul ettiği hususundaki talimatı üzerine almaya hak kazanır.

Akreditifli Ödeme İşlem Akışı

1. Alıcı ve satıcı şartları görüşerek bir akreditif tanzim edilmesi konusunda anlaşırlar.
2. Alıcı kendi bankasına satıcı lehine bir akreditif açılması için talimat verir.
3. Alıcının bankası kendisine gelen talimata göre ilgili akreditif metnini hazırlayarak muhabir bankaya ulaştırır.
4. Satıcının bankası kendisine ulaşan akreditifi en kısa yoldan (fax, e-mail) satıcıya ihbar eder.
5. Satıcı kendisine ihbar edilen akreditif metninde yazılan şartlar kapsamında ürününü hazırlayarak sevkiyatı gerçekleştirir.
6. Sevkiyatın gerçekleştirilmesini müteakip satıcı akreditifte kendinden talep edilmekte olan belgeleri bankasına iletir.
7. Satıcının bankası kendisine satıcı tarafından iletilen belgeleri inceleyerek, eğer bir eksiklik, yanlışlık yok ise:

   - Teyitli akreditifte satıcının parasını ödeyerek
   - Adi akreditifte kontrol etmesi amacıyla alıcının bankasına gönderir.
8. Satıcının bankası teyitli akreditifte kontrolden sonra satıcıya ödemesini yapar.
9. Alıcının bankası Satıcının bankasına parayı öder.
10. Alıcının bankası Alıcıya belgeleri teslim eder.
11. Alıcı gümrükten ürünleri alır.

Akreditif Çeşitleri

Akreditifler, **güvencesi, ödeme sorumluluğu, ödeme şartları, kullanılış amacı** gibi özelliklerine göre çeşitlilik gösterir.

Güvence

> **Akreditifin taraflarca tercih edilme sebeplerinin başında güvenilir olması gelir. Akreditifler güvenlik açısından iki başlık altında toplanabilir: Revocable / Kabilirücu (Dönülebilir) Akreditifler ve Irrevocable / Gayrikabilirücu (Dönülemez) Akreditifler**

Dönülebilir Kabilirücu Akreditifler

Dönülebilir bir akreditif, **lehtara önceden haber verilmeden ve onayını almadan, herhangi bir anda amir ve/veya amir banka tarafından değiştirilebilir veya iptal edilebilir.** Ancak iptal veya değişiklik bildirisinin alınmasından önce uygun vesaik ibraz edilmiş ise, amir banka o bankayı ramburse (ödemeyi gerçekleştirmelidir) etmelidir.

Dönülemez Gayrikabilirücu Akreditifler

Dönülemez bir akreditif, **amir banka varsa teyit bankası ve lehtarın mutabakatları olmadan ne iptal edilebilir ne de değiştirilebilir.** Akreditif metninde akreditifin dönülebilir veya dönülemez olduğu belirtilmemiş ise dönülemez olarak kabul edilir.

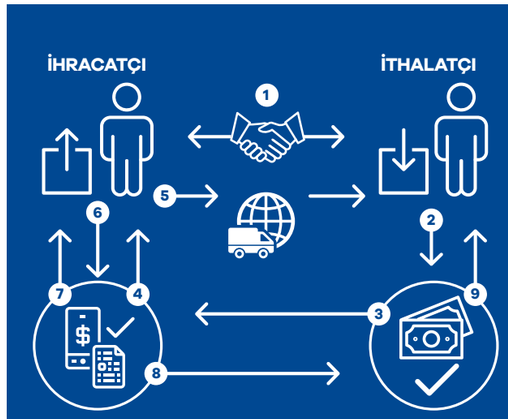
Ödeme Sorumluluğu

> **Ödeme sorumluluğu açısından akreditifler iki başlık altında incelenebilir: Confirmed / Teyitli Akreditifler ve Unconfirmed / Teyitsiz Akreditifler**

Teyitli Akreditifler (Confirmed L/C)

Muhabir bankanın akreditifi **lehtara ihbar ederken amir bankanın talimatına dayanarak kendi teyidini eklediği ve böylece amir bankanın yükümlülüğünü yerine getireceğine dair kendisini de sorumluluk altına aldığı** akreditiflerdir.

Akreditif metninde teyit talimatı verilmiş olmalıdır. Bu konuda bir açıklık yoksa akreditif teyitsiz kabul edilir. Akreditifin dönülemez-gayrikabilirücu açılmış olması şarttır. Teyitli akreditifler lehtarı tam teminat altına alması bakımından satıcı için en elverişli akreditif çeşitidir.

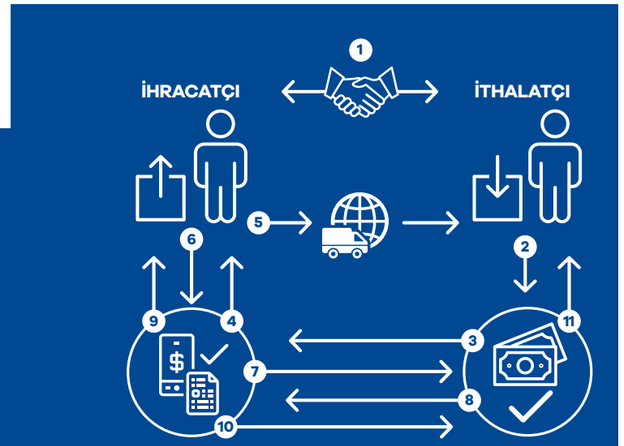


Şekil-8: Teyitli Akreditif

1. Anlaşma
2. Talimat
3. Açılış
4. İhbar
5. Sevkiyat
6. Belge Sunumu
7. Ödeme
8. Orijinal Belgeler
9. Belge Teslimi

Teyitsiz Akreditifler (Unconfirmed L/C)

Teyitsiz akreditiflerde **aracı bankanın ödeme konusunda herhangi bir sorumluluğu yoktur. Görevi, akreditifi lehtarına ihbar etmek, duyurmaktır.** Ancak akreditif kendisini bağlamasa bile, akreditifin gerçeğe uygun olup olmadığını kontrol etmek için makul bir dikkat göstermek durumundadır. Teyitsiz akreditifler daha çok satıcıların alıcılarına, amir bankaya ve alımın yapılacağı ülkeye güvenlerinin tam olduğu durumlarda kullanılır.



Şekil-9: Teyitsiz Akreditif

1. Anlaşma
2. Talimat
3. Açılış
4. İhbar
5. Sevkiyat
6. Belge Sunumu
7. Belge Kopyaları
8. Ödeme Talimatı
9. Ödeme
10. Orijinal Belgeler
11. Belge Teslimi

Ödeme Şartları

> **Akreditif bedelinin ne zaman ve ne şekilde ödeneceği 3 şekilde belirlenir: Görüldüğünde ödeme, Vadeli ödeme ve Poliçe kabulü**

Ödemenin bu yollardan **hangisine göre yapılacağı** hususunun akreditiflerde açıkça belirtilmesi şarttır. Ayrıca ödeme, **kabul ve ciro işlemlerinin hangi banka tarafından yapılacağı** da belirlenir. Bunlar amir ve aracı bankalar olabileceği gibi bunların dışındaki bankalar da olabilir. Amir banka akreditifi açarken yetki verdiği bu bankalara karşı geri ödeme taahhüdünde bulunmuş olur. Ödemeyle ilgili bu yollardan hangisi tercih edildiyse akreditif de ona göre isim alır.

Görüldüğünde Ödemeli Akreditif (Sight Payment)

Ödeme **amir bankaca veya amir bankanın verdiği yetkiye dayanarak teyit veya ihbar bankasınca,** lehtarın akreditif şartlarına uygun vesaiki ibraz etmesi üzerine yapılır.

Vadeli Akreditif (Deferred Payment)

Ödeme, akreditifte belirtilmiş olan **"Ödeme vesaikin ibrazından, fatura tarihinden veya sevk tarihinden 60, 90, 120 veya 180 gün sonra yapılacaktır"** gibi ibarelerde belirtilen sürenin sonunda yapılır.

Kabul Akreditifi (Acceptance Credit)

Kabul kredisinde de ödeme belli bir süre sonra yapılır. Ancak bunun için lehtar tarafından düzenlenmiş bir poliçeye ihtiyaç vardır. **Poliçe yalnız akreditif amiri veya bankalardan biri tarafından kabul edilebileceği gibi amirin kabulüne bankalardan birinin aval vermesi suretiyle daha güvenceli hâle de getirilebilir.** Bu, alıcı ile satıcı arasındaki anlaşmaya ve alıcının bankasıyla olan, bankaların da kendi aralarındaki kredi ilişkisine göre ortaya çıkan bir durumdur.

Akreditifleri kullanılış amaçlarına göre şu şekilde sınıflandırabiliriz: Adi Akreditif (Fixed L/C), Rotatif Ak-reditif (Revolving L/C), Devredilebilir Akreditif (Transferable L/C), Karşılıklı Akreditifler BacktoBack L/C)

Adi Akreditif (Fixed L/C)

Adi akreditifler, akreditif talimatında belirtilen limitin bir defa kullanılmasıyla hükümden düşer. Kısmi sevkiyata izin verilen akreditiflerde her parti sevkiyata ait vesaikin ibrazı karşılığında ödeme yapılabilir. Ancak bir veya birkaç partide yapılan ödemelerin toplamı hiçbir zaman akreditif limitini aşamaz. **Rotatif şekilde açıldıkları belirtilmemiş olan akreditifler adi olarak kabul edilir.**

Rotatif Akreditif (Revolving L/C)

Bu tip akreditif **genellikle belirli bir müşteriden sürekli veya yüksek tutarlı alımlarda** kullanılır. Böylece hem işlemlerin tekrarlanması külfetinden kurtulma hem de yüksek miktarda siparişin **fiyat avantajından yararlanma imkânı** söz konusudur. Rotatif akreditifler şartlar çerçevesinde akreditif tutarının tamamı veya bir kısmı kullanıldıkça ek bir değişiklik talimatına gerek olmadan aynı şartlarda ve aynı tutar için - vade içerisinde - kendiliğinden yenilenirler. Rotatif akreditiflerde dönerlik şartı ya miktarla ya da süreyle sınırlandırılır.

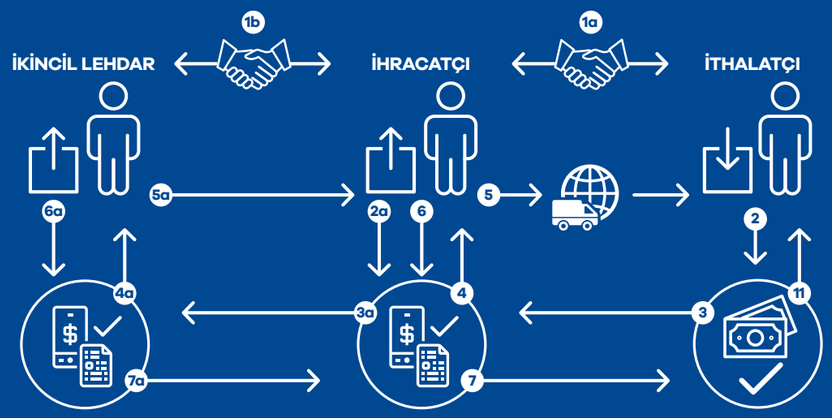
Miktara göre devreden akreditiflerde, akreditif tutarı, kaç kere dönebileceği ve böylece ödemeler toplamının sınırı belirlenmektedir.
Süreye göre devreden akreditiflerde ise her sevkıyatın yapılacağı dönem de belirlenir. Bu tip akreditifler, biriken (cumulative) veya birikmeyen (non-cumulative) olmak üzere iki şekilde açılabilir. Biriken akreditifte, bir dönemde kısmen veya tamamen kullanılmamış akreditif tutarı müteakip dönemdeki tutara eklenerek kullanılabilir. Bu hakkın olabilmesi için akreditifte mutlaka biriken şartının belirlenmesi gerekir. Birikmeyen akreditifte ise kullanılmayan kısımdan onu izleyen dönemde faydalanılamaz, bu kısım iptal edilmiş sayılır.

Devredilebilir Akreditif (Transferable L/C)

Akreditif konusu **malların bir firma tarafından temini veya üretimi mümkün olamayacaksa veya ihracatçı bir aracıysa, ayrı ayrı akreditifler açmaya veya akreditif şartlarını (lehtar, ülke değişiklikleri gibi) değiştirmeye gerek kalmaksızın akreditifin kısmen veya tamamen bir ya da birden fazla üçüncü şahsa (ikinci lehtarlar) ödenmesi** hususunda başlangıçta yetki veren akreditiflerdir.

Akreditif, amir banka tarafından açık bir biçimde **"devredilebilir (transferable)"** olarak adlandırıldığı takdirde devir yapılabilir. **"Bölünebilir (divisible)"** ve **"parçalanabilir (fractionable)", "temlik edilebilir (assignable)"** ve **"aktarılabilir (transmissible)"** gibi terimler akreditifi devredilebilir hâle getirmez. Devirde, ilk akreditifteki esas şartlar değiştirilmemekte, sadece miktar, mal fiyatı, akreditif vadesi, vesaik ibraz süresi, sevkıyat süresi tarafların kabulü ile değiştirilebilmektedir.

Akreditifin ilk lehtarı, ikinci lehtarın kendisine kesmiş olduğu faturayı alarak, kendisinin lehtarı olduğu ilk akreditif şartları gereği belirtilen fiyat ve miktar üzerinden düzenleyeceği ihracat faturasını bankaya ibraz eder. Böylece, ithalatçı ilk lehtarın bu işten ne kadar para/komisyon kazandığını ve ikinci lehtarın kim olduğunu öğrenemez. Sadece dönülemez akreditifler devredilebilir.



Şekil-10: Devredilebilir Akreditif

DEVREDİLEBİLİR AKREDİTİF İŞLEM AKIŞI

1. a- İhracatçı ve ithalatçı anlaşmaya varır
b- İhracatçı ikincil lehdar ile anlaşmaya varır.

2. İthalatçı, akreditif talimatı verir.

3. Akreditif açılır.

4. Akreditif ihracatçıya ihbar edilir.

2a. İhracatçı devir talimatı verir.

3a. Banka, ikincil lehtara akreditifi devreder.

4a. Akreditif ikincil lehdara ihbar edilir.

5a. İkincil lehdar malı hazırlar

6a. Evrakı bankaya ibraz eder

7a. İkincil lehdarın evrakı ihracatçının bankasına ulaşır.

5. İhracatçı malı ithalatçıya gönderir.

6. İhracatçı evrakı bankaya sunar.

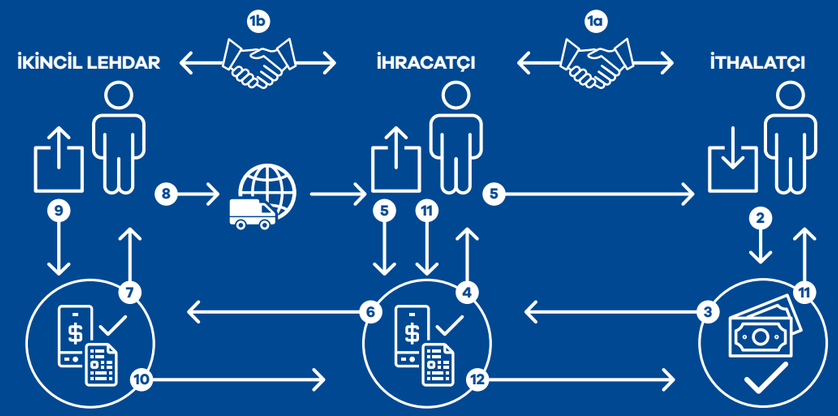
7. İhracatçının ve ikincil lehdarın evrakı kontrol edilir ve kabule sunulur.

Devredilebilir akreditiflerde öncelikle ikincil lehdarın ödemesi yapılır.

Karşılıklı Akreditifler (BacktoBack L/C)

Bir ithalat akreditifinin bir ihracat akreditifiyle karşılanmasına imkân veren akreditiflerdir. Bu akreditifler, **transit ticarette, aracı vasıtasıyla yapılan satışlarda** kullanılır. Transit ticarette aracı firma hem ithalatçı hem de ihracatçı durumundadır.

Aracı firma, satış yapacağı firmaca lehine açılmış bulunan akreditifi teminat göstererek kendisinin ithalat yapacağı firma lehine bir akreditif açabilir. Bu ikinci akreditife karşılık gösterilerek açıldığı için karşılıklı akreditif adı verilir.



Şekil-11: Back-to-back (Ardışık akreditifler)

BACK-TO-BACK AKREDİTİF İŞLEM AKIŞI

1. a- İhracatçı ve ithalatçı anlaşmaya varır
   b- İhracatçı ikincil lehdar ile anlaşmaya varır.
2. İthalatçı, akreditif talimatı verir.
3. Akreditif açılır.
4. Muhabir banka transit tüccara/ ihracatçıya/satıcıya (ilk lehtar) akreditifi ihbar eder.
5. Transit tüccar kendisine gelen bu akreditifi bir teminat şeklinde gösterip, ihracatçıya bir akreditif açılması için kendi bankasına akreditif talimatı verir. Dolayısıyla, ilk akreditifte muhabir banka pozisyonunda olan banka şimdi amir banka durumundadır.
6. Söz konusu akreditif ihracatçıya (ikinci lehtar) ihbar edilmek üzere açılır.
7. İhbar edilir.
8. İkinci lehdar sevkiyatı yapar.
9. İkinci lehdar evrakını bankasına verir.
10. Teyitli akreditif ise ikinci lehdar parasını alır ve evrak birinci lehdara verilmek üzere bankaya ulaşır.
11. İhracatçı evrakını tamamlayarak bankasına teslim eder.
12. Teyitli akreditifse ihracatçı ödemesini alır. Evrak amir bankaya gönderilir.

Günlük ticaret hayatında kullanılan basit akreditifler dört grupta toplanmaktadır: Irrevocable / Confirmed / Atsight (Dönülemez / Teyitli / Peşin), Irrevocable / Atsight (Dönülemez / Peşin), Irrevocable / Confirmed / Deferred (Dönülemez / Teyitli / Vadeli), Irrevocable / Deferred (Dönülemez / Vadeli)

Irrevocable / Confirmed / Atsight (Dönülemez / Teyitli / Peşin)

İhracatçıların en çok tercih ettikleri akreditif şeklidir. İhracatçı, ithalatçı ile yapmış olduğu anlaşma tahtında malı sevk eder ve sevk belgelerini akreditif şartları doğrultusunda hazırlayarak bankasına süresi içerisinde ibraz eder. Banka, ihracatçıdan yaklaşık olarak beş işgününü geçmemek kaydı ile vesaikin tetkiki için süre ister ve bu süre zarfında banka vesaikin akreditif şartları ile uygunluğunu araştırır. Yapılan tetkik sonunda vesaikin akreditif şartlarına uygun olarak düzenlendiği anlaşılırsa, teyit bankası, vesaikin tetkik için yurt dışına gönderilmesine gerek kalmadan ihracatçıya ödemeyi yapar.

Ülkemizde, daha ziyade **ödemeyi çabuklaştıran bir sistem** olduğu için zaman kazanmak amacıyla tercih edilmesine rağmen **bu sistemin esas amacı, teyit veren bankanın daha önce de bahsedildiği gibi ödeme konusunda ihracatçıya garanti vermesidir.** Alıcı ülkenin veya bankanın ihracat bedelini ödeyememesi durumunda ihracatçı hiçbir şekilde zarara uğramaz, çünkü kendisine ödeme yapılacağına dair bankası tarafından garanti verilmiştir.

Irrevocable / Atsight (Dönülemez / Peşin)

Bu sistemde, **ihracatçı sevk vesaikini bankasına verdikten sonra banka söz konusu vesaiki tetkik etmesi için ya amir bankaya bir nüshasını gönderir ya da kendi tetkik ederek amir bankadan ihracatçıya ödeme yapmak için talimat ister.** Ancak amir bankadan talimat geldikten sonra banka ihracatçıya ödeme yapabilir. Amir bankada veya ithalatçı ülkede çıkabilecek bir problemden dolayı ödeme gecikir veya yapılamazsa ihracatçı bu durumda beklemek zorunda kalacaktır.

Irrevocable / Confirmed / Deferred (Dönülemez / Teyitli / Vadeli)

İhracatçı sevk vesaikini bankasına verir ve ödemenin yapılmasını yine kendi bankasından, ancak vadesi geldiğinde bekler. Bu sistemde de **vesaiki teslim alan banka yani teyit bankası vadesi geldiğinde ödemenin ihracatçıya yapılacağı hususunda garanti vermektedir.** Vade geldiğinde ithalatçı ülke veya amir bankada yaşanan bir problem teyit bankasının ihracatçıya ödeme yapmasını engellemez.

Irrevocable / Deferred (Dönülemez / Vadeli)

Aynen irrevocable/at-sight sisteminde olduğu gibi, **vesaiki teslim alan banka ya amir bankaya tetkik etmesi için bir nüshasını gönderir ya da kendi tetkik ederek amir bankadan vadesi geldiğinde ihracatçıya ödeme yapmak için talimat ister.** Ancak amir bankadan talimat geldikten sonra banka vadesinde ihracatçıya ödeme yapabilir.

Akreditifin Hazırlanması, Açılışı, İhbarı, Teyidi ile İlgili Bazı Önemli Noktalar

Bankalar

Akreditif açılış işlemlerine başlamadan önce ihracatçı ve ithalatçı bu sistemde kullanılacak bankaların hangileri olacağı konusunda anlaşmaya varmalıdırlar. İki farklı ülkede bulunan bankaların bu işlemi gerçekleştirebilmek için birbirlerinin **MUHABİRİ** olmaları gerekmektedir. Dolayısıyla, ihracatçı veya ithalatçıdan biri, **hâlen çalışmakta olduğu veya bu işte çalışmayı düşündüğü bankayı değiştirmek** zorunda kalabilir. Böyle bir durumda bankasını **değiştiren tarafın ihracatçı** olması akla daha yatkındır. Çünkü, alıcı taraf olan ithalatçı, her zaman için malın finansmanı konusunda bankasından destek temin ediyor olabilir. Bu yüzden, eğer ihracatçı isek ve ithalatçımız bu ve buna benzer sebepler ileri sürerek bankasını değiştirmek istemiyorsa, ithalatçının bankasının ülkemizde çalışmakta olduğu muhabir bankaları öğrenip onlardan biri nezdinde hesap açtırmak mantıklı olacaktır. Hiçbir durumda birbirinin muhabiri olan banka bulunamıyorsa o takdirde **her iki bankanın da muhabiri olan bir aracı bankanın sisteme dâhil edilmesi** gerekir. Bu da ister istemez banka komisyon giderlerinin artmasına sebep olacaktır.

Açılış Talimatı

Akreditif açılış talimatı olarak genellikle bankaların hazır **AÇILIŞ TALİMAT**'ları kullanılır. Bununla beraber birçok ülkede ithalatçının ürünü ihracatçıya teklif etme yollarından biri olan proforma fatura da açılış talimatı olarak kullanılabilmektedir. Ancak proforma faturaların standart bir formatı bulunmaması ve akreditif açılışı için gerekli olan bütün bilgileri içermiyor olabilmesi nedeniyle, matbu açılış talimatlarının kullanılması daha uygundur.

Açılıştan Önce

Bir akreditifin açılışı (issue) demek, **o akreditifin amir bankadan muhabir bankaya SWIFT, TELEX veya MEKTUP yolu ile** gönderilmesi demektir. Bir akreditif açıldıktan sonra eğer şartlarında değişiklik **(amendement)** yapılacaksa, ki bu değişiklikler ancak amirin talebi ve talimatı ile yapılabilir, her bir değişiklik ek bir masraf ve zaman kaybı demektir. Dolayısıyla bu masraf ve zaman kaybından korunmak için **ithalatçı, akreditif açılmadan önce açılacak olan akreditifin son şeklini görmek istediğini amir bankaya bildirecek ve kendisine amir bankadan gönderilen metni ihracatçısına da ulaştırıp *(çünkü, esasen akreditif şartları ile direk muhatap olacak taraf ihracatçıdır)* onun da olurunu alarak, bankasına "tamam açabilirsiniz" talimatını verecektir.**

Teyit Alınması

Görüldü ki **teyitli akreditif, ihracatçı için en güvenilir akreditif** şeklidir. Ancak **"Her banka her akreditife teyit verir"** diye bir kural yoktur. Aslında teyit, teyit bankasının akreditifin geldiği ülkeye ve/veya amir bankaya duyduğu güvenin bir göstergesidir.

Bildiğiniz gibi artık ülkeler uluslararası platformda sahip oldukları ekonomik güçleri ile değerlendirilmektedirler. **Her ülke yaptığı ihracatın bedelini zamanında ve eksiksiz olarak tahsil etmek ister.** Dolayısıyla, bunu sağlayabilecek ekonomik gücü olan ülkelerle çalışır. İşte bir akreditife verilecek olan teyit de ülke ekonomilerinin gücüne, o ülkenin ödeme imkânlarına bağlıdır. Örneğin, Türkiye'de bir banka Arap ülkelerinden gelecek bir akreditife yüksek teyit komisyonu uygularken (veya hiç teyit vermezken), bir Avrupa Topluluğu ülkesinden gelecek akreditife çok düşük oranlı teyit komisyonu uygulayabilir. Bu bakımdan, daha ithalatçı ile teklif aşamasında iken yurt dışından gelecek olan akreditife ülkemizde teyit verilip verilmediğini, veriliyor ise hangi oranda teyit komisyonu tahsil edildiğini öğrenmemiz gerekir. **Bu noktada unutulmaması gereken bir diğer husus da iki ayrı bankanın, aynı ülkenin aynı bankasından gelen aynı akreditife farklı oranlarda teyit komisyonu uygulayabilecekleridir.**

AKREDİTİF ÖRNEĞİ

XBANK SWIFT MESSAGE PAGE 1
076-KIZILAY/ANKARA DATE:02.02.1999 TIME:15:50 SEQN 78954 NT:715
********* SECONDARY COPY ***********
AUTHENTICATION CORRECT WITH CURRENT KEY
————————————————————
JIN OAK(1:fkhd98276514238759)
(6:(876: 996534261763)
————————————————————
:27 SEQUENCE OF TOTAL: 1/1
:40A FORM OF DOCUMENTARY CREDIT: IRREVOCABLE TRANSFERABLE
:20 DOCUMENTARY CREDIT NUMBER: 876-7654KOH87
:31C DATE OF ISSUE: 990202
:31D DATE OF EXPIRY: 990315 PLACE OF EXPIRY: ANKARA/TURKEY
: APPLICANT BANK: YBANK LONDON BRANCH UNITED KINGDOM
: BENEFICIARY: TOMATO IMPEX GOKYUZU CAD. 56/8796 SAMANYOLU ANKARA / TURKEY
:32B CURRENCY CODE: USD AMOUNT: #11'876.50#
:39A PERCENTAGE CREDIT AMOUNT TOLERANCE : +/- 10
:41D AVAILABLE WITH-ADDRESS-BY
AT-SIGHT BY XBANK KIZILAY BRANCH ANKARA / TURKEY
:43P PARTIAL SHIPMENTS: NOT ALLOWED
:43T TRANSSHIPMENT: NOT ALLOWED
:44A ON BOARD/DISP/TAKING CHARGE: ANKARA / TURKEY
:44D FOR TRANSPORTATION TO...: LONDON / UNITED KINGDOM
:44C LATEST DATE OF SHIPMENT: 990220
:45A DESCRIPTION OF GOODS:
AS DESCRIBED IN THE PROFORMA INVOICE DD:990104 OF A TOTAL VALUE OF USD 11,876.50 DE-LIVERY TERMS FCA
:46A DOCUMENTS REQUIRED:
- COMMERCIAL INVOICE IN ONE ORIGINAL AND THREE COPIES FOR USD 11876,50 DULY SIGNED AND STAMPED, BEARING THE BENEFICIARY'S STATEMENT THAT THE INVOICED AND SHIPPED GOODS ARE IN STRICT CONFORMITY TO THOSE SPECIFIED IN THE PROFORMA INVOICE DD 990104 INDICATING SEPARATELY THAT THE PRICES ARE THE CURRENT EXPORT PRICES.
- FULL SET OF CLEAN ON BOARD BILL OF LADING ISSUED OR
ENDORSED TO THE ORDER OF YBANK LONDON BRANCH UNITED KINGDOM MARKED FREIGHT PAYABLE AT DESTINATION AND NOTIFY APPLICANT.
- ORIGINAL ATR DOCUMENT
- ORIGINAL CERTIFICATE OF ORIGIN ISSUED BY ANKARA CHAMBER OF COMMERCE
:47A ADDITIONAL CONDITIONS: INSURANCE WILL BE COVERED BY THE APPLICANT ACCORDING TO THEIR STATEMENT
:71B CHARGES: ALL YOUR CHARGES OUTSIDE UNITED KINGDOM ARE ON BENEFICIARY'S ACCO-UNT.
:48 PERIOD FOR PRESENTATION: DOCUMENTS TO BE PRESENTED WITHIN 21 DAYS AFTER THE DATE OF ISSUANCE OF SHIPPING DOCUMENTS BUT WITHIN THE VALIDITY OF THE CREDIT.
:49 CONFIRMATION INSTRUCTIONS: CONFIRM
:53A REIMBURSING BANK: WBANK NEWYORK BRANCH USA
:78 INSTRUCTION TO THE PAYING BANK:
UPON DOCS PRESENTATION IN COMPLIANCE WITH L/C
TERMS YOU MAY CLAIM REIMBURSEMENT FROM WBANK/NEWYORK UNDER VALUE DATE FOUR (4) WORKING DAYS AFTER YOUR
TESTED TELEX / SWIFT MSG TO US CONFIRMING AMOUNT REQUESTED, VALUE DATE AND DOCS COMPLIANCE.
:57D ADVISE THROUGH BANK:
XBANK KIZILAY BRANCH ANKARA / TURKEY
:72 SENDER TO RECEIVER INFORMATION:
THIS DOC. CREDIT IS SUBJECT TO ICC
UCP 600 LATEST AND TO ICC URR 525 FOR REIMBURSEMENT
FORWARD ONE SET OF DOCUMENTS

Akreditif Şartlarının İncelenmesi

FORM OF DOCUMENTARY CREDIT (akreditifin formu)

Bu kısma akreditifin **IRREVOCABLE** mı yoksa **REVOCABLE** mı olduğu, bununla beraber **TRANSFERABLE, DIVISIBLE** gibi akreditifin formunu belirleyen diğer bilgiler yazılır.

DOCUMENTARY CREDIT NO (akreditif numarası)

Bütün akreditiflerin bir referans numarası vardır ve akreditifler bu referans numaraları ile tanınır ve adlandırılırlar. Bu numaraları akreditifi açan amir banka verir.

DATE OF ISSUE (akreditifin açılış tarihi)

Akreditifin amir banka tarafından açıldığı tarihi gösterir. *Örnek: 200418. 2020 yılının Nisan ayının 18. günü şeklinde okunur.*

DATE AND PLACE OF EXPIRY (akreditifin son kullanma tarihi)

Akreditif bir kredi mektubu olduğu için tüm kredi mektupları gibi bir son kullanma (geçerli olduğu) tarihi vardır. Akreditiflerin geçerli olduğu son tarih ihracatçının kendi ülkesinde sevkiyatla ilgili bütün işlemleri bitirip vesaiki bankasına ibraz edeceği süreyi gösterir. Bu maddede belirtilen **PLACE** (yer) ise bu işlemlerin hangi şehirde bitirileceğini gösterir. Bu yer genellikle vesaikin bankaya ibraz edildiği şehirdir. *Örnek: 200625 Ankara*

İhracatçı malın fiili ihracatını gerçekleştirdikten sonra en geç 2020 yılının Haziran ayının 25. günü sevk vesaikini bankasına ibraz ederek bu iş ile ilgili sorumluluğunu yerine getirmek zorundadır.

APPLICANT BANK (amir banka)

Amir bankanın adı ve adresi.

APPLICANT (amir)

Amirin adı ve adresi.

BENEFICIARY (lehtar)

Lehtarın adı ve adresi.

CURRENCY CODE AMOUNT (akreditif meblağının kuru ve miktarı) (akreditifin formu)

Artık günümüzde uluslararası kullanılan dövizler (konvertible) üç harfden meydana gelen kısaltma kodlar şeklinde kullanılmaktadır.
Örnek: USD 65,000

MAXIMUM CREDIT AMOUNT (maksimum akreditif kredi meblağı)

Bu akreditif tahtında ithalatçının ödeyeceği maksimum meblağı gösterir ve **GENELDE** yüzde olarak ifade edilir.

AVAILABLE WITH (...tarafından ödemeli)

Akreditif tutarını hangi bankanın ödeyeceğini gösterir. Genelde akreditifi lehtara ihbar eden banka ile aynıdır. **AT-SIGHT** veya **DEFERRED** (görüldüğünde ödenecek veya vadeli)

DEFERRED PAYMENT DETAILS (vadeli ödeme detayları)

Eğer ödeme vadeli yapılacaksa hangi tarihten sonra ne kadar gün vadeli ödeneceğini gösterir. *Örnek: 60 days deferred after b/l date Konşimentoyu müteakip 60 gün vadeli*

PARTIAL SHIPMENT (kısmi sevkiyat)

Amirin kısmi sevkiyata (malın tamamı tek bir partide veya tek bir fatura ile sevk edilemiyorsa buna **KISMİ SEVKİYAT** denir) izin verip vermediğini gösterir. İzin veriyorsa **ALLOWED** veya **PERMITTED,** izin vermiyorsa **NOT ALLOWED** veya **PROHIBITED** kelimeleri yazılır.

TRANSSHIPMENT (aktarma)

Amirin aktarmaya izin verip vermediğini gösterir. Yukarıdaki şekilde doldurulur.

ON BOARD/DISPETCH/TAKING CHARGE (malın gemiye yüklendiği yeri, sevkiyatın başladığı yeri, masrafların devredildiği yeri gösterir)

Genelde malın nakliye aracına teslim edildiği ve sevkiyatın başladığı yeri gösterir.

FOR TRANSPORTATION TO (malın nereye sevk edildiğini gösterir)

Genelde malın boşaltılacağı liman veya boşaltma noktasının adı yazılır.

LATEST DATE OF SHIPMENT (son yükleme tarihi)

Amirin yüklemenin bitirilmesini istediği tarihtir. Konşimentonun tarihi yüklemenin bitiş tarihini gösterir. Eğer lehtar bu tarihte yüklemeyi bitiremeyeceğini anlarsa mutlaka amire haber verip akreditif üzerindeki son yükleme tarihini amend ettirmelidir (değiştirmeli yani uzatmalıdır). *Örnek: 200510. 2020 yılının Mayıs ayının 10. günü*

DESCRIPTION OF GOODS (malın tanımı)

Akreditif kapsamında sevkiyatı yapılacak malın kısa tanımını verir. *Örnek: Building Materials as per proforma invoice no 5643 dated 200312*

TERMS OF DELIVERY (teslim şekli)

Örnek: CIF MIAMI

DOCUMENTS REQUIRED (istenen belgeler)

Amirin kendi ülkesinde **ithalat işlemlerini yapabilmek için ihracatçıdan istediği** belgelerdir. Bir akreditifli işlemde ihracatçının en fazla hassasiyet göstermesi gereken konudur. Burada bazen ihracatçıları zor duruma düşüren bir konuya değinmekte fayda var. İthalatçıların çoğu zaman bazı belgelerden aslında orijinal sayısından daha fazla talep ettikleri görülür. Örnek olarak, Türkiye'de bir firmanın faturası 1 orijinal ve 1-2 asıl suretten oluşurken ithalatçı 6 asıl, 6 suret isteyebilmektedir. Böyle bir durumla karşılaşıldığında yapılacak şey, doldurulan orijinal faturanın daha imzalanmadan istenildiği kadar fotokopi ile suretinin çıkarılması ve daha sonra her bir fotokopi suretin ıslak kaşe ve imza ile kapatılmasıdır. Burada söz konusu fotokopi suretlerin üzerine orijinal imza ve kaşenin yanı sıra büyük harfler ile mavi veya kırmızı mürekkepli bir **ORIGINAL** kaşesinin de vurulması faydalı olur. Buna benzer şekilde akreditif şartı gereği talep edilen copy belgelerin de yine **COPY** kaşesi ile kaşelenmesi iyi olur.
Örnek: PACKING LIST 3 ORIGINAL, 4 COPIES

CHARGES (masraflar)

Akreditifin işleyişi sırasında çıkacak banka masraflarının taraflar arasında nasıl paylaştırılacağını gösterir. *Örnek: OUTSIDE TURKEY ARE FOR THE BENEFICIARY'S ACCOUNT*

PERIOD FOR PRESENTATION (sevk vesaikinin bankaya ibraz süresi)

Amirin amir bankaya herhangi bir süre bildirmediği durumlarda bu süre sevkiyat tarihinden itibaren (konşimento tarihinden itibaren) 21 gün olarak uygulanır. *Örnek: 10 DAYS AFTER THE DATE OF SHIPMENT BUT WITH IN THE CREDIT VALIDITY*

"BUT WITHIN THE CREDIT VALIDITY"nin anlamı, eğer son yükleme vadesi amirin bilgisi ve izni dâhilinde amendment ile uzatıldı (extension) ise ve yeni yükleme vadesi ile expiry date arasında 10 günden daha kısa bir zaman dilimi kalıyorsa, lehtar bu kalan süre içerisinde vesaiki bankaya ibraz etmek zorundadır. Orijinal 10 günlük ibraz süresi artık kullanılamaz.

CONFIRMATION INSTRUCTIONS (teyit talimatı)

Bir akreditifin teyitli olarak kullanılıp kullanılamayacağını gösteren, Amir Banka tarafından akreditif metnine konan bir talimattır. Esasen akreditif açılmadan önce Alıcı ve Satıcı tarafından öngörülen bu şart Alıcının Bankası tarafından artık bir şart haline getirilmektedir. Eğer, lehtarın bankası tarafından akreditife teyit verilmesi isteniyorsa bu madde altında **CONFIRM,** eğer verilmeden ihbar edilmesi isteniyorsa **WITHOUT CONFIRMATION** veya teyit konusu Satıcının bankasına bırakılıyorsa **MAY ADD** ibaresi yer alır.

REIMBURSING BANK (ramburman bankası)

Akreditif meblağını ödemeyi taahhüt eden banka.

INSTRUCTIONS TO PAYING BANK (ödeme bankasına talimat)

Amir banka ile ödemeyi yapacak banka arasında talimatların yer aldığı bölümdür.

Örnek: We (amir banka) undertake to reimburse you immediately upon receipt of your message stating date all shipment documents are in strictly conformity with the l/c conditions.

ADVISE THROUGH BANK/ BRANCHES (akreditifi lehtara ihbar edecek banka ve şubesi)

Akreditif Masrafları

Amir Banka Masrafları

İŞLEM MASRAFI:
AKREDİTİF MEBLAĞININ 0.00125'İ VE EN AZ USD 75-100
DEĞİŞİKLİKLER: AKREDİTİF MEBLAĞININ 0.00125'İ VE EN AZ USD 70
ÖDEME MASRAFI: AKREDİTİF MEBLAĞININ 0.0025'İ VE EN AZ USD 90
KABUL MASRAFI: HER KABUL EDİLEN POLİÇE İÇİN USD 75

Amir Banka Masrafları

İHBAR MASRAFI: USD 60
TEYİT MASRAFI: ÜLKE RİSKLERİNE VE BANKA UYGULAMALARINA BAĞLI OLMAKLA BERABER EN AZ USD 75
DEĞİŞİKLİKLER: USD 55
TRANSFER MASRAFI: TRANSFER EDİLEN MEBLAĞ ÜZERİNDEN 0.00125 VE EN AZ USD 75
REZERV MASRAFI: USD 45
ÖDEME: AKREDİTİF MEBLAĞININ 0.001'İ VE EN AZ USD 85-95

Not: Yukarıda yer alan tutarlar bankadan bankaya farklılık gösterebilmektedir.

Akreditif Kapsamı Vesaikin İncelenmesi ve Rezerv

Dış görünüşleri itibarı ile akreditif şartlarına uygun düzenlenip düzenlenmediğini anlamak için bankalar akreditif kapsamı bütün vesaiki incelemek zorundadırlar. Akreditif şartlarında yer almayan fakat lehtar tarafından bankaya ibraz edilen vesaik bankaca incelenmez.

Vesaikin akreditif lehtarından teslim alınmasından sonra amir banka veya teyit bankası veya onlar adına hareket eden bir görevli banka vesaikin şekil itibarı ile akreditif şartlarına uygunluğunu incelemek ve karar vermek zorundadır. Vesaik görünüş itibarı ile akreditif şartlarına uymuyorsa bankalar bu vesaiki işleme almayı reddedebilirler.

Amir banka akreditif şartlarına uygun olmayan vesaik üzerindeki uyuşmazlıkların **(discrepancy)** kabul edilip edilemeyeceğini amirden sorabilir.

Amir banka, teyit bankası veya görevli herhangi bir başka banka tarafından vesaikin reddedilmesine veya amirin olurunun alınmasına sebep olan uyuşmazlıklar aşağıda sıralanmıştır:

Ticari Fatura

- İhracatçının unvanı ve adresi yanlışsa.
- İhracatçı tarafından düzenlenmemişse.
- Malların tanımı akreditif mektubundaki tanıma kesin olarak uymuyorsa.
- Teslim şekli akreditif mektubunda belirtilene uymuyor veya yazılmamışsa.
- Döviz tutarı akreditif mektubunda belirtilen tutarı veya özellikle belirlenen sınırı aşıyorsa.
- Malların miktarı akreditif mektubunda belirtilen miktarı ya da özellikle belirlenen sınırları aşıyorsa.
- İmzalanmamış veya imza orijinal değilse.
- İstenilen sayıda fatura ibraz edilmemişse.
- Akreditif mektubunda yasaklandığı hâlde kısmi yükleme yapılmışsa.
- Eklemeler, düzeltmeler, silintiler imzalanmamışsa.
- Faturanın tarihi ve numarası yazılmamışsa.
- Faturanın içeriğinde tutarsızlık varsa.
- Akreditif mektubunda öngörülen diğer noktalara uyulmamışsa.
- Akreditif mektubunda belirtilmeyen bir iskontoyu içeriyorsa.
- Akreditif mektubunda istendiği hâlde yüklemeye ilişkin marka ve numaralar yoksa veya eksikse.
- Fatura akreditif mektubunda istenen bilgileri aynen içermiyorsa.
- Akreditif mektubunda istendiği hâlde akreditif numarasını içermiyorsa.
- Akreditif mektubunda istendiği hâlde vize edilmemişse.
- Akreditif mektubunda istendiği hâlde taşıma aracı ile ilgili bilgi verilmemişse.
- Akreditif mektubunda belirtilen makamca onaylanmamışsa.

Poliçe

- Poliçe yasal olarak biçimsel öğeleri taşımıyorsa.
- Cirolanmamış veya yanlış cirolanmışsa.
- Muhatap yanlış yazılmışsa.
- Yanlış vadeyi içeriyor veya vade belirtilmemişse.
- Poliçe tutarı akreditif mektubunda belirtilenden farklıysa.
- Unvan altında yetkililerce imzalanmamışsa.
- Poliçe akreditif lehtarı tarafından düzenlenmemişse.
- Poliçe L/C vadesinden sonra veya vade günü banka kapalı ise izleyen ilk iş gününden sonra verilmişse.
- Eklemeler, düzeltmeler ve silintiler imzalanmamışsa.
- Akreditif mektubunda öngörülen diğer noktalara uyulmamışsa.
- Akreditif numarası yok ya da yanlışsa.
- Rakam ve yazı ile yazılan poliçe tutarı birbirine uymuyorsa.

Konşimento

- Konşimento akreditifte belirtildiği şekliyle yükleme veya tesellüm konşimentosu değilse.
- Bildirim yapılacak kişi ya da firma unvanı ve adresi eksik veya yanlışsa.
- Konşimentoda yer alan yükleme kaydının tarihi ya da imzası yoksa.
- Gerektiği hâlde cirolanmamış veya yanlış cirolanmışsa.
- Akreditif mektubunda açıkça belirtilmediği hâlde güverteye yüklenmişse.
- Alıcının adı ve adresi yanlışsa.
- Akreditif mektubunda navlun ile ilgili olarak yer alan hüküm belirtilmemişse.
- Verilmesi gereken orijinal tüm nüshalar verilmemişse.
- Eklemeler, düzeltmeler ve silintiler imzalanmamışsa.
- Yükleme ve boşaltma limanları akreditif mektubunda belirtilenden farklıysa.
- İzin verilmediği hâlde aktarma ve kısmi yükleme yapılmışsa.
- Malların cinsi akreditif mektubuna uymuyorsa.
- Akreditif mektubunda açıkça belirtilmediği hâlde kirli konşimento ibraz edilmişse.
- Akreditif mektubuna aykırı olarak "yükleyicinin yükü veya sayımı" veya "yükleyici tarafından beyan edilen muhteva" türünden notları taşıyorsa.
- Akreditif mektubunda belirtilen tarihten sonra yükleme yapılmışsa.
- Akreditif mektubunda açıkça belirtilmediği hâlde charter party konşimento düzenlenmişse.
- İmzalanmamışsa.
- Akreditif mektubunda öngörülen diğer noktalara uyulmamışsa.
- Gemi ismini içermiyorsa.
- Akreditif mektubuna aykırı olarak mallar ihracatçı firma tarafından gönderilmemişse.
- Akreditif koşullarında belirtilmemesine rağmen olası sürastarya ücreti talep edilmişse.
- Konşimento kısıtlayıcı bir kloz içermekteyse.
- Akreditif mektubunda belirtilen sınırlayıcı klozu içermiyorsa.
- Akreditif mektubunda istendiği hâlde vize edilmemişse.
- Akreditif mektubunda belirtilen taşıyıcı tarafından düzenlenmemişse.
- Akreditifte belirtilmediği hâlde nakliyat "yelkenli gemiyle" yapılmışsa.

Uçak Konşimentosu

- Taşıyıcı tarafından imzalanıp, damgalanmamışsa.
- Bildirim yapılacak kişi veya firma unvanı, adresi eksik veya yanlışsa.
- Gönderilen kişi veya firmanın unvanı veya adresi yanlışsa.
- Eklemeler, düzeltmeler ve silintiler imzalanmamışsa.
- Uçak konşimentosunun orijinal 3nolu nüshası ibraz edilmemişse.
- Akreditif mektubunda açıkça belirtilmediği hâlde kirli konşimento ibraz edilmişse.
- Navlunun döviz cinsi faturada belirtilene uymuyorsa.
- Akreditife aykırı olarak kısmi yükleme ve aktarma yapılmışsa.
- Akreditif mektubunda belirtilen tarihten sonra yükleme yapılmışsa.
- İmzalanmamışsa.
- Malların cinsi akreditif mektubuna uymuyorsa.
- Akreditif mektubunda istendiği hâlde fiili uçuş tarihi belirtilmemişse.
- Akreditif mektubunda istendiği hâlde vize edilmemişse.

Nakliyeci Makbuzu

- Gönderilen kişi ya da firma unvanı, adresi eksik veya yanlışsa.
- Akreditif mektubunda belirtilen tarihten sonra yükleme yapılmışsa.
- Akreditif mektubunda açıkça belirtilmediği hâlde kirli konşimento ibraz edilmişse.
- Akreditif koşullarına aykırı kısmi sevkiyat yapılmışsa.
- Eklemeler, düzeltmeler ve silintiler imzalanmamışsa.
- İstenilen sayıda nüsha verilmemişse.
- İmzalanmamışsa.
- Malların cinsi akreditif mektubuna uymuyorsa.
- Akreditif mektubunda belirtilen türde nakliyeci makbuzu ibraz edilmemiş veya nakliyeci makbuzu türünde değişiklik yapılmamışsa.
- Akreditif mektubunda öngörülen diğer noktalara uyulmamışsa.
- İki farklı alıcı içermekteyse.
- Akreditif koşullarında belirtilmemesine rağmen sürastarya ücreti talep edilmişse.
- Kamyon plaka numaraları belirtilmemişse.

Hamule Senedi

- Vagon numarası belirtilmemişse.
- Akreditif mektubunda açıkça belirtilmediği hâlde kirli hamule senedi ibraz edilmişse.
- Akreditif mektubunda navlun ile ilgili olarak yer alan hüküm belirtilmemişse.
- Akreditif mektubunda belirtilen tarihlerden sonra yükleme yapılmışsa.
- İstenilen sayıda nüsha verilmemişse.
- İmzalanmamışsa.
- Malların cinsi akreditif mektubuna uymuyorsa.
- Eklemeler düzeltmeler ve silintiler imzalanmamışsa.
- Akreditif mektubunda öngörülen diğer hususlara uyulmamışsa.
- Akreditif mektubunda istendiği hâlde vize edilmemişse.

Sigorta Poliçesi

- İmzalanmamışsa.
- Cirolanmamışsa.
- Sigorta klozu akreditife uygun değilse ve belirtilen klozu içermiyorsa.
- Akreditif mektubundaki döviz cinsine uymuyorsa.
- Akreditif mektubunda belirtilen tutardan daha düşük veya daha yüksek tutarda düzenlenmişse.
- Eklemeler, düzeltmeler veya silintiler imzalanmamışsa.
- Taşıma aracının tanımını içermiyorsa.
- İstenilen sayıda nüsha verilmemişse.
- Malların tanımı akreditif mektubunda belirtilene uymuyorsa.
- Yükleme veya boşaltma yeri akreditif mektubunda belirtilene uymuyorsa.
- Konişmento tarihinden sonraki bir tarihi taşıyorsa.
- Akreditif mektubunda öngörülen diğer noktalara uyulmamışsa.
- Kati sigorta ibraz edilmemişse.

Menşe Şehadetnamesi

- Akreditif mektubunda belirtilen ülke menşeini göstermiyorsa.
- Üreticinin adını içermiyorsa veya yanlış yazılmışsa.
- İstenilen sayıda nüsha verilmemişse.
- Akreditif mektubunda belirtilen makamlarca onaylanmamışsa.

- Yükleme ile ilgili marka ve numaralar noksan veya yanlışsa.
- Eklemeler, düzeltmeler ve silintiler imzalanmamışsa.
- İmzalanmamışsa.
- Yükleme tarihinden sonraki bir tarihi taşıyorsa.
- Akreditif mektubunda öngörülen diğer noktalara uyulmamışsa.

Konsolosluk Faturası

- Konsolosluk faturası üzerindeki yükleme ile ilgili marka ve numaralar akreditif mektubuna uygun değilse.
- Fatura üzerindeki amirin unvanı ve adresi akreditif mektubunda belirtilene uymuyorsa.
- Yükleme tarihini göstermiyorsa.
- Eklemeler, düzeltmeler ve silintiler imzalanmamışsa.
- İstenilen sayıda nüsha verilmemişse.
- İmzalanmamışsa.
- Akreditif mektubunda öngörülen diğer noktalara uyulmamışsa.

Gözetim Belgesi

- İstenilen şirketlerce düzenlenip, imzalanmamışsa.
- Analiz sonuçları akreditife uymuyorsa.
- İstenilen sayıda nüsha verilmemişse.
- Yükleme tarihinden sonraki bir tarihi taşıyorsa.
- Eklemeler, düzeltmeler ve silintiler imzalanmamışsa.
- Akreditif mektubunda öngörülen diğer noktalara uyulmamışsa.

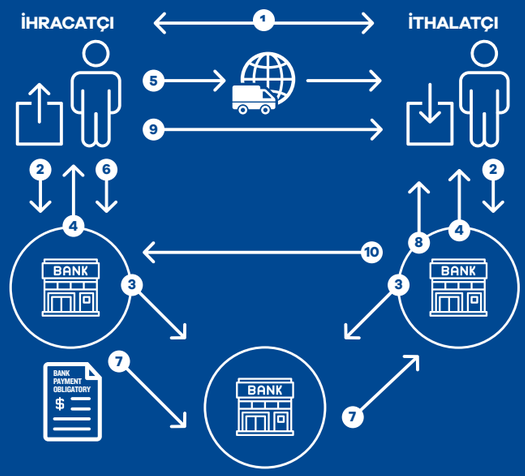
Diğerleri

- Akreditif vadesinden sonra veya vade günü banka kapalı ise izleyen ilk işgününden sonra verilmişse.
- Akreditif mektubunda açıkça belirtilmediği hâlde 21 günden sonra ibraz edilmişse.
- İzin verilmediği hâlde kısmi yükleme veya aktarma yapılmışsa.
- Akreditif mektubunda belirtilmesi istenen özel notları aynen içermiyorsa.
- İstenilen ATR belgesi yoksa.
- İstenilen çeki listesi yoksa.
- Akreditif mektubunda istenilen belgelerin bazıları ibraz edilmemişse.
- Ticari fatura ile farklılıklar varsa.
- Ticari faturada yüklemeye ilişkin marka ve numaralar konşimentoda belirtilene uymuyorsa. Ağırlık diğer belgelerdekine uymuyorsa.
- CIF veya CFR teslim şeklinde, FOB, navlun veya sigorta bedelleri diğer belgelerdekine uymuyorsa.
- Gözetim belgesinde yer alan bilgiler diğer belgelerdekine uymuyorsa.
- Ambalajlama ile ilgili bilgiler diğer belgelerdekine uymuyorsa.
- Konşimentoda yer alan taşıma aracı sigorta poliçesinde yazılı olana uymuyorsa.
- Belgelerin birbirleri arasında uyumsuzluk varsa.
- Belgeler akreditif şartlarında yapılan değişiklikleri içermiyorsa.
- Yükleme ve boşaltma yeri akreditif mektubunda belirtilenden farklıysa.

Banka Ödeme Yükümlülüğü (Bank Payment Obligation)

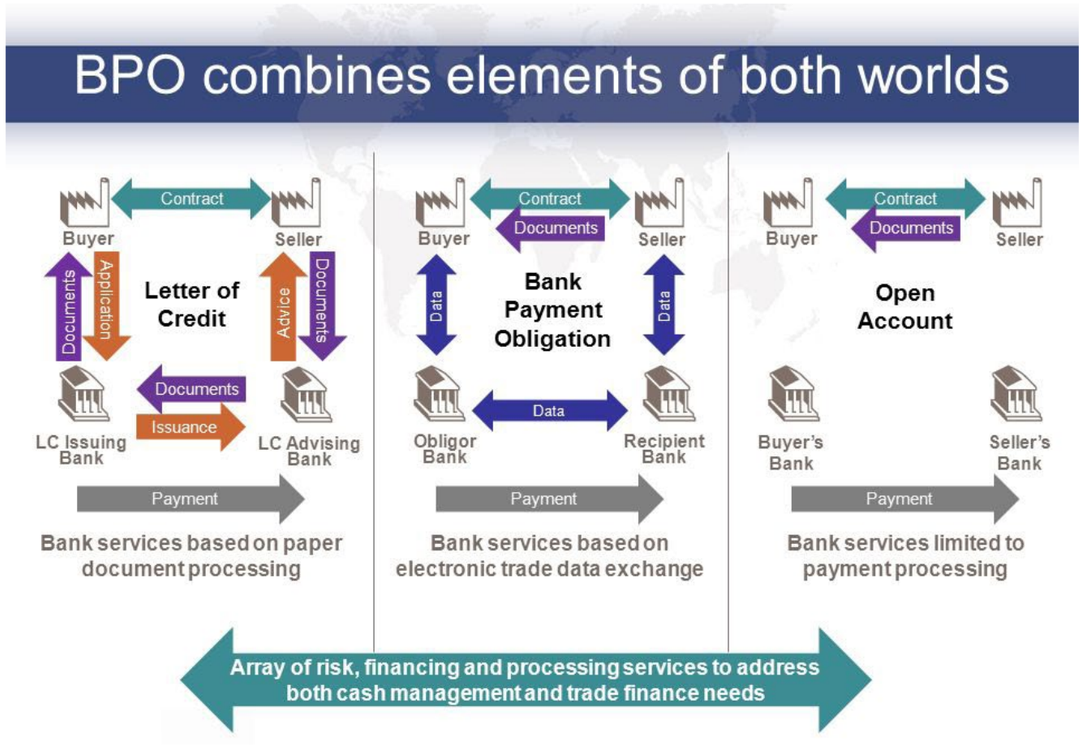
BPO veya dilimize çevrilebilecek haliyle **"Banka Ödeme Yükümlülüğü"** banka garantili olmayan ödeme yöntemleri (Mal mukabil, vesaik mukabili ödeme vs.) için banka güvencesi ve geniş finansman imkanları sağlayan yeni bir bankacılık ürünüdür. 2014 yılı başında **ICC (International Chamber Of Commerce)** tarafından uygulamaya alınmıştır.

BPO kısaca **açık hesap (Mal Mukabili) ve belgeli tahsil (Vesaik Mukabili) gibi ödeme yöntemleri için banka güvencesi** getirmektedir. Akreditif, stand-by ve banka garantisi gibi ürünleri karmaşık ve pahalı bulan ve bu gibi nedenlerle kullanmak istemeyen ancak banka güvencesinden de faydalanmak isteyen tacirlerin kullanabileceği bir alternatiftir.



Şekil-12: Banka Ödeme Yükümlülüğü

1. Alıcı, satıcıya bir sipariş gönderir
2. Alıcı, asgari sipariş bilgilerini ve şartlarını bankasına (Obligor Bank) gönderir.
3. Satıcı sipariş bilgilerini ve şartlarını bankasına (Recipient Bank) teyit eder.
4. Alıcı tarafından gönderilen ve satıcı tarafından teyit edilen bilgiler TMA' da (transaction maching appli-cation) karşılaştırılır. Bilgiler birbirini karşılarsa yani eşleşirse o halde Oluşturulmuş Veritabanı (Estab-lished Baseline) oluşur. Alıcı ve satıcı bankalarından Eşleşme Raporu (Matching Report) alırlar.
5. Satıcı malları varış yerine sevk eder, gönderir.
6. Satıcı taşıma belgesi ve fatura bilgilerini bankasına teslim eder, bankası bilgileri eşleşmek üzere TMA'ya gönderir.
7. Alıcı kendi bankasından (Obligor Bank) bir eşleşme raporu alır, varsa eşleşmeyen kısımları kabul etmesi için davet edilir.
8. Satıcının bankası (Recepient Bank) başarılı eşleşme konusunda satıcıya bilgi gönderir.
9. Satıcı, alıcının malı çekebilmesi için belgeleri doğrudan alıcıya gönderir.
10. Alıcının bankası vadesinde alıcının hesabını borçlandırır, paraları satıcının bankasına gönderir ve satıcı-nın bankası da satıcının hesabını alacaklandırır, yani satıcıya ödeme yapar.



Sekil 13: Banka Ödeme Yükümlülüğü - Açık Hesap ve Akreditif Karşılaştırması
Kaynak ICC (International Chamber of Commerce)

Yukarıdaki şekil ICC tarafından BPO ödeme şeklinin Açık Hesap ve Akreditif yöntemlerinin taraflarca tercih edilen özelliklerini, yani Açık Hesap (Mal Mukabili) ödeme yönteminin süratini ve Akreditifin güvenirliğini, barındırdığını göstermek maksadı ile hazırlanmıştır.

Kabul Kredili Ödeme (Documentary Bills – Bill of Exchange, Promisory Note)

Kabul kredisi, **ihracatçı ile ithalatçı arasında yapılacak bir anlaşma ile ithal edilecek malların bedellerinin ödenmesinin malların gönderilmesinden belli bir süre sonraya bırakılmasıdır.** Ödemenin belli bir süre sonraya bırakılması elbette ihracatçı için bir risktir. İhracatçının borcun ilerideki bir tarihte ödeneceğine dair elinde bir belge bulundurması bu ödeme sisteminde esastır.

> **Kullanılacak bu belgeler**
> **BILL OF EXCHANGE (draft) "poliçe" veya**
> **PROMISORY NOTE "bono" dur.**

a- Poliçe (Bill of Exchange-Draft)

Poliçe, **belli bir miktar paranın hamiline ödenmesi hususunda kayıtsız ve şartsız havale emrini taşıyan özel şekil şartlarına tabi kıymetli evrak niteliğinde senettir.** Poliçeler koşulsuz ödeme emirleridir ve değerli kâğıt olarak kabul edilirler. Poliçeler, ihracatçı tarafından ve sevkiyat gerçekleştirildikten sonra, **ithalatçı,ithalatçının bankası veya ithalatçının bankasının direktifleri doğrultusunda ihracatçının bankası üzerine düzenlenebilir.**

Poliçede üç taraf vardır:

DRAWER/KEŞİDECİ: Poliçeyi hazırlayan. Genelde ihracatçı veya akreditif lehtarıdır.
DRAWEE/KEŞİDELİ: Üzerine poliçe çekilen yani borçludur.
LEHTAR: Drawer'ın talimatı doğrultusunda ödemenin yapılacağı bankadır.

Bir poliçede bulunması gereken bilgiler ve kayıtlar:

- Poliçe kelimesi
- Belirli bir bedelin ödenmesi hususunda kayıtsız şartsız havale
- Muhatabın tam ismi
- Lehtarın tam ismi
- Keşide (düzenlenme) tarihi
- Keşidecinin (düzenleyenin) imzası

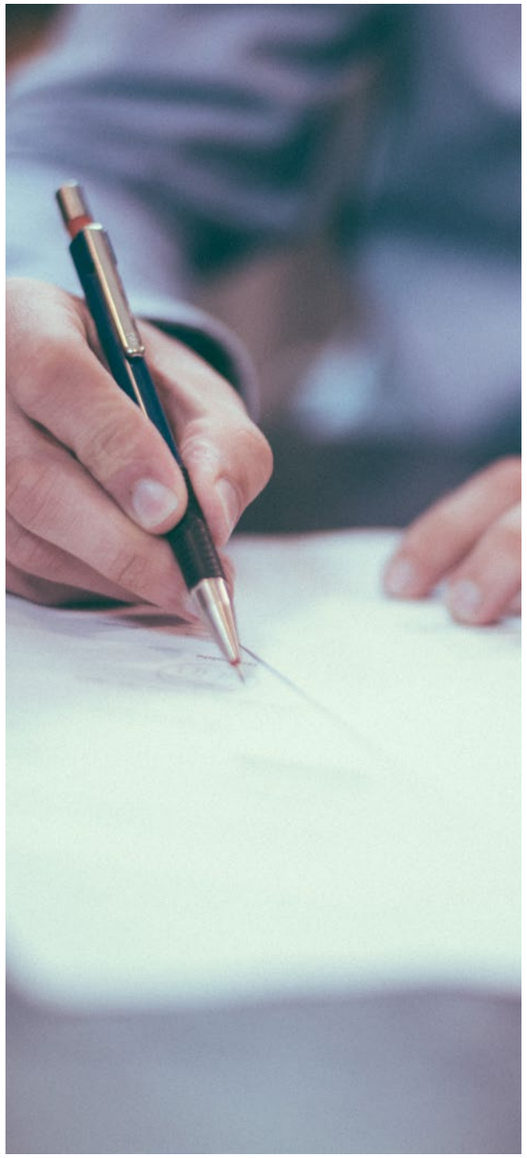
Poliçenin çalışma sistemi

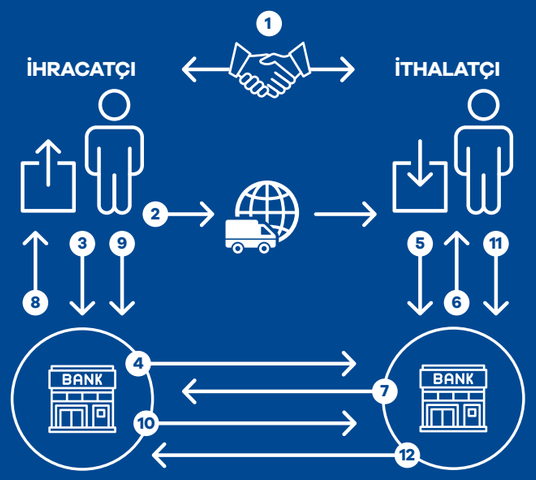
Bu sistemde, ihracatçı malları yolladıktan sonra ithalatçı üzerine vadeli bir poliçe çeker. Bu poliçeye mallarla ilgili belgeleri ekleyerek ithalatçının kabulüne sunmak üzere kendi ülkesindeki bir bankaya verir. Poliçeyi ve belgeleri alan banka, bunları ithalatçının ülkesindeki muhabirine gönderir. Muhabir banka poliçeyi ithalatçının kabulüne sunar.

İthalatçı poliçeyi kabul ettiği takdirde (poliçenin üzerine **ACCEPTED** yazar ve imzalar) malları temsil eden konşimento ve diğer belgeler ithalatçıya teslim edilir.

İthalatçı tarafından kabul edilen vadeli poliçe de ihracatçıya geri gönderilir. Poliçenin kabulü ile **GAYRİKABİLİRÜCU** tipinde bir akreditif oluşmuş olur. **İhracatçı poliçeyi ya vadesi geldiğinde kendi bankası kanalı ile tahsile verir ya da vadesi gelmeden önce iskonto ettirebilir.** Ancak bankalar iskonto işlemi yapmak için, ki iskonto işlemi sonunda poliçenin bedeli iskonto faizi düşüldükten sonra ihracatçıya peşin olarak ödenmektedir, söz konusu poliçenin ithalatçının bankası tarafından **AVALLİ** olmasını istemektedirler. İthalatçının bankasının poliçeye aval vermesi, ithalatçı tarafından kabul edilen poliçe üzerine **AVALIZED** yazıp imzalaması şeklinde olur.

Bu yöntemin biraz farklı şekli vadesiz poliçelerde görülür. İhracatçı malları yükledikten sonra ithalatçı üzerine vadesiz bir poliçe çeker. İhracatçı, yollanan mallarla ilgili her türlü belgeyi çekilen poliçeye ekleyerek tahsil edilmek üzere kendi ülkesindeki bankaya verir. Banka, ithalatçının ülkesindeki muhabir banka aracılığı ile poliçe ve belgeleri ithalatçıya gönderir. Muhabir banka poliçe bedeli tamamen kendisine ödendikten sonra belgeleri ithalatçıya teslim eder. Poliçe bedeli muhabir banka tarafından ihracatçıya gönderilir.





Şekil-14: Kabul Kredili Ödeme

1. Anlaşma
2. Sevkiyat
3. Belge Sunumu
4. Orijinal Belgeler
5. İmza
6. Belge Teslimi
7. Poliçe geri gelir.
8. Poliçe satıcıya teslim edilir.
9. Tahsile verilir.
10. Bankadan istenir.
11. Ödeme yapılır
12. Transfer yapılır.

KABUL KREDİLİ ÖDEME İŞLEM AKIŞI

1. İhracatçı malı sevk eder.
2. İlgili vesaik ve poliçeyi bankasına verir.
3. İhracatçının bankası belgeleri kabul işlemi için ithalatçının bankasına gönderir.
4. İthalatçının bankası ithalatçıyı çağırarak poliçeyi kabulüne sunar.
5. İthalatçı poliçeyi imzalayıp "ACCEPTED" yazarak poliçeyi kabul eder ve vesaiki alır.
6. İthalatçı elindeki vesaik ile gümrük işlemlerini yapar.
7. Kabul olmuş poliçe ithalatçının bankası tarafından ihracatçının bankasına gönderilir.
8. Poliçe ihracatçıya teslim edilir.
9. İhracatçı vadesi geldiğinde poliçeyi kendi bankası aracılığı ile tahsile verir veya vadesinden önce kırdırabilir.
10. Ödemesi yapılan poliçe ihracatçı banka tarafından ithalatçının bankasına gönderilir.
11. Ödemesi alınır.
12. İthalatçının bankası, ithalatçının hesabını borçlandırarak poliçeyi ithalatçıya iade eder.

Poliçe

Aslında poliçe sisteminin günlük yaşantımızda çok sık kullanılan **SENET sisteminden pek farkı yoktur.**

Bazı durumlarda da, kabul kredili sistem akreditif ile beraber çalışabilir. Bu tür akreditifler **KABUL KREDİLİ AKREDİTİF (Acceptance L/C)** olarak adlandırılırlar. İhracatçı, sevk vesaikine ek olarak teyitli akreditifte kendi bankası üzerine, teyitsiz akreditifte ise amir banka üzerine poliçe düzenler. Vadesi dolan poliçeler teyit bankası veya amir banka tarafından ödenir. **Kabul Kredili Akreditifler vadesi gelmeden kırdırılabilir.**

Poliçenin Cirosu

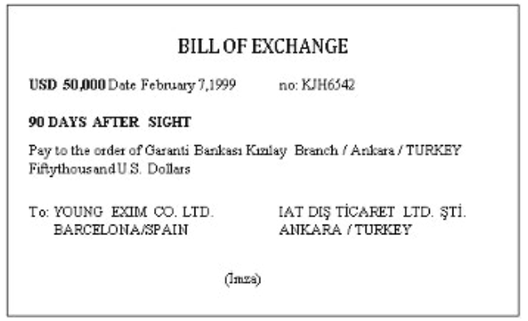
Ciro (endorsement) hamilin poliçeyi başkasına devir ve teslim etmesidir. Devreden kimseye ciranta denir. Ciro kayıtsız ve şartsız yapılır. Kısmi ciro yapılamaz. Ciro poliçenin ön ya da arka yüzüne yazılabilir. Ancak, ön yüze yapılan cironun tam ciro olması, yani cirantanın imzası ile beraber poliçenin devredildiği tarafın açık adının bulunması gerekir. Aksi takdirde yapılan bu ciro aval anlamına gelecektir.

Poliçenin Kabulü

Üzerine poliçe çekilen şahıs/firma, poliçede gösterilen **borcu ödeyeceğini belirttiği imzasıyla** da bunu **teyit ettiği zaman** bu beyan kambiyo hukukunda **"kabul beyanı"** olarak adlandırılır. Normal şartlarda, bir poliçenin muhatabı poliçeyi ödemek zorunda değildir. Ancak, poliçe üzerine kabul **"accepted"** şerhini koyup imza ile teyit ettikten sonra poliçe üzerindeki borcu ödemek ile sorumlu hâle gelir**.**

Poliçenin Protesto Edilmesi

Poliçenin hamili poliçenin kabul edilmediğini veya ödenmediğini, kabul etmeme veya ödememe protestosu düzenleyerek belgeler.



BILL OF EXCHANGE

USD 50,000 Date February 7,1999 no: KJH6542

90 DAYS AFTER SIGHT

Pay to the order of Garanti Bankası Kızılay Branch / Ankara / TURKEY
Fiftythousand U.S. Dollars

To: YOUNG EXIM CO. LTD.
BARCELONA/SPAIN

IAT DIŞ TİCARET LTD. ŞTİ.
ANKARA / TURKEY

(İmza)

Resim 3: Poliçe

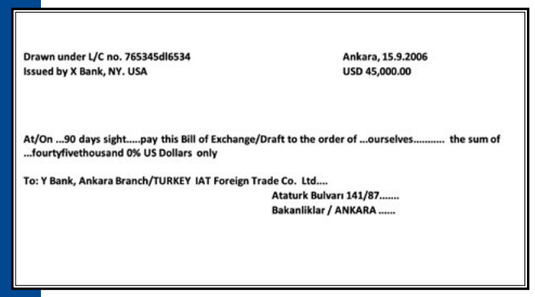
Yukarıdaki örnekte de görüldüğü gibi bir poliçe üzerinde, poliçenin tarafları dışında bulunması gereken başka bilgiler de vardır.

- Ödemenin koşulsuz bir şekilde yapılmasını sağlayan "PAY TO THE ORDER OF" ifadesi.
- Ödenecek tutar: USD 50,000,
- Lehtara ödemenin yapılacağı yer: ANKARA.
- Poliçenin keşide tarihi: FEBRUARY 7. 1999.
- Poliçenin vadesi: 90 DAYS AFTER SIGHT.

Vadeli poliçelerde vade üç şekilde ifade edilir.

- Görüldüğünden belli sayıda gün sonra ödenecek poliçeler.
  At 90 days sight bills of exchange.
- Keşide (düzenlenme) tarihinden belli sayıda gün sonra ödenecek poliçeler.
  At 90 days date bills of exchange.
- Belirli bir günde ödemeli poliçeler.
  At February 28. 1999.

Akreditifli İşlemlerde



Drawn under L/C no. 765345dl6534 — Ankara, 15.9.2006
Issued by X Bank, NY. USA — USD 45,000.00

At/On ...90 days sight.....pay this Bill of Exchange/Draft to the order of ...ourselves..... the sum of ...fourtyfivethousand 0% US Dollars only

To: Y Bank, Ankara Branch/TURKEY IAT Foreign Trade Co. Ltd....
Ataturk Bulvarı 141/87.....
Bakanliklar / ANKARA .....

Poliçe Kullanımı:

Akreditifin teyitli ya da teyitsiz olması durumuna göre poliçeler aşağıdaki şekillerde düzenlenir.

- Satıcı tarafından teyit bankası üzerine
- Satıcı tarafından amir banka üzerine
- Satıcı tarafından amir üzerine (lehtar satıcı)
- Satıcı tarafından amir üzerine (lehtar teyit bankası)
- Teyit bankası tarafından amir banka üzerine
- Teyit bankası tarafından rambursman bankası üzerine

b- Bono (Promisory Note)

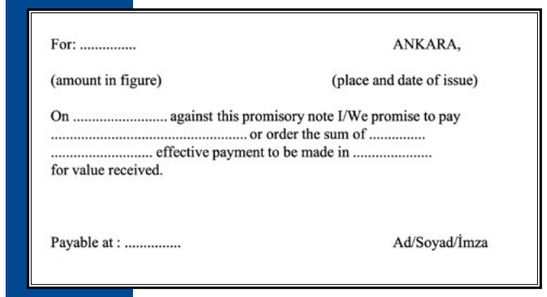
Bono, bir ödeme sözüdür. Bu söz, borçlu tarafından kendi düzenleyip imzasıyla teyit ettiği bir belge ile borçluyu ödeme taahhüdü altına alır.

Poliçe, alacaklı veya alacaklı tarafça hazırlanırken bono, borçlu veya borçlu tarafça hazırlanır. Bonoyu tanzim edip imzalayan şahıs, bonoda alacaklı görünen kimseye veyahut da bono başkalarına ciro edilmişse bonoyu en son elinde bulunduran kimseye muayyen bir vadede belli bir meblağı ödemeyi taahhüt eder.

Bonoyu düzenleyip imzalayan tarafa (borçlu) keşideci denir. Keşideci bononun vadesi geldiğinde bunun tutarını bono hamiline ödemekle mükelleftir. **Bono kimin lehine düzenlenmiş ise ona lehtar denir.** Lehtar bonoyu vadesine kadar bekleyerek tutarını tahsil edebileceği gibi bu bonuyu ciro yolu ile başkalarına devredebilir.

Bir bono üzerinde bulunması gereken bilgi vekayıtlar:

- Bono (promisory note) kelimesi
- Şartsız ödeme vaadi (I/We promise..)
- Lehtarın ismi
- Düzenleme tarihi
- Düzenleme yeri



For: ..... ANKARA,

(amount in figure) (place and date of issue)

On ..... against this promisory note I/We promise to pay ..... or order the sum of .... effective payment to be made in ..... for value received.

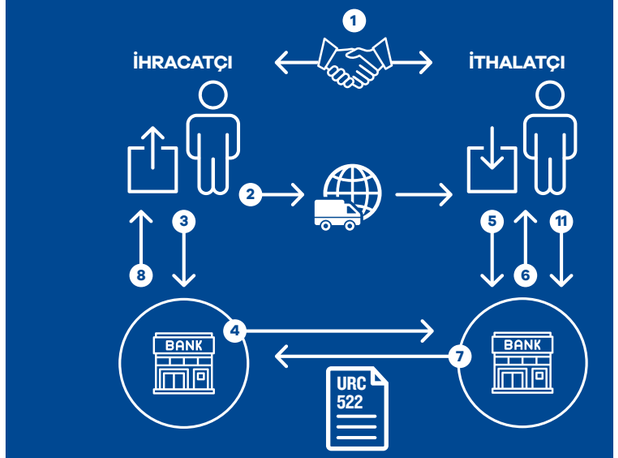
Payable at : ..... Ad/Soyad/İmza

Resim 4: Bono

Vesaik Mukabili Ödeme (Documentary Collection veya Cash Against Documents veya Documents Against Payment)

Satıcının malları sevk ettikten sonra, vesaiki, bedeli tahsil edilmek üzere bir talimat ekinde kendi bankasına verdiği ve tahsil vesaikini alan bankanın ödeme veya kabul karşılığı vesaiki alıcıya teslim ettiği ödeme şeklidir. Bankalar alıcı ve satıcı arasında itibar müessesesi olarak hareket ederlerken, tahsil vesaiki bedelinin tahsiline veya poliçelerin kabulünün sağlanmasına aracılık ederler.

Vesaik mukabili işlemlerde bankaların yükümlülüğü belgelerin sevk edilmesi ile ödeme veya poliçe kabulü karşılığında tesliminden ibarettir.



Şekil-15: Vesaik Mukâbili Ödeme

1. Anlaşma
2. Sevkiyat
3. Belge Sunumu
4. Orijinal Belgeler
5. Ödeme
6. Transfer
7. Ödeme

Vesaik Mukabili Ödeme Şeklinde dikkat edilmesi gereken bazı noktalar:

a- Banka tarafından düzenlenen ve ekinde ve saikin muhabir bankaya gönderildiği römiz mektupları üzerine "Subject to ICC Uniform Rules for Collections" (URC 522) ibaresi yazılmalıdır. Aynı şekilde müşteriye hitaben düzenlenen ve vesaikin geldiğini bildiren ihbar formları üzerinde "MTO'nun 522 sayılı broşürüne tabidir" ibaresinin yazılması şarttır.

b- Bankalar bir tahsil talimatını işleme almak zorunda değildirler.

c- Tahsil talimatında açıkça yetki verilmediği sürece bankalar talimatı gönderenin dışındaki bir tarafın talimatını dikkate almazlar.

d- Tahsil talimatı aşağıdaki bilgi ve belgeleri içermelidir:

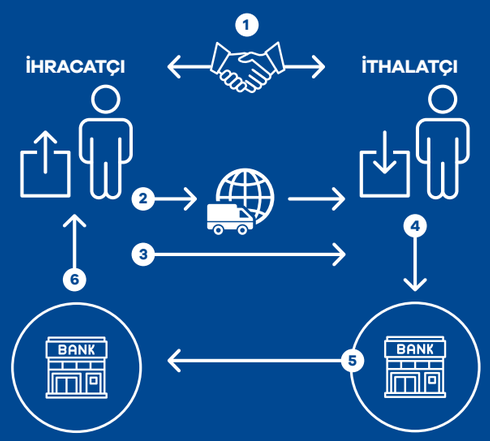
i. Eklenecek sevkıyat belgeleri
ii. Belgelerin listesi ve sayısal dökümü
iii. Tahsil edilecek tutar ve döviz cinsi
iv. Talimat sahibinin ve muhatabın tam isimleri, posta adresleri, muhatap için ibrazın yapılacağı adres, telefon, faks, teleks numaraları
v. İbraz bankası varsa bankanın tam ismi, posta adresi, telefon, faks, teleks numaraları

Mal Mukabili Ödeme (Cash Against Goods)

Mal bedelinin malların ithalatçının eline geçmesinden belirli bir süre sonra tahsil edilebilmesi durumudur.

Mal Mukabili Ödeme Yöntemi **satıcılar için en riskli ödeme** yöntemidir. Bu yöntem daha ziyade **rekabetin yüksek olduğu pazarlara mal veren veya bir pazara ilk defa giriş yapmaya çalışan satıcılar** tarafından kullanılır. Eğer Mal Mukabili Ödeme yöntemi ile bir anlaşma yapmak zorunda kalınırsa, **ödemeyi bir parça garanti altına alabilmek için satıcı tarafından bir Poliçe düzenlenerek** bu poliçenin alıcının kabulüne sunulması uygun olacaktır.

Alıcı bu poliçeyi kabul etmekten kaçınırsa (imzalamaması ve "accepted" yazmaması) mal mukabili satışın yapılmaması gerekir.



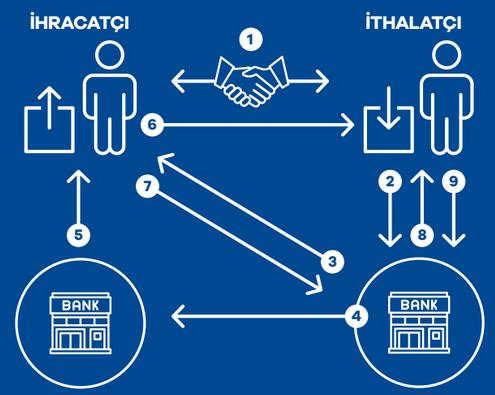
Şekil-16: Mal Mukâbili Ödeme

MAL MUKABİLİ ÖDEME YÖNTEMİNDE İŞ AKIŞI

1. Anlaşma
2. Sevkiyat
3. Orijinal Belgeler
4. Ödeme
5. Transfer
6. Ödeme

Murâbaha

Murâbaha aslında bir ödeme yöntemi değil. Daha çok katılım bankaları kanalı ile uygulanan murâbaha sisteminde ürün işleme dahil olan banka tarafından satın alınır ve alıcı banka ile imzalamış olduğu anlaşma kapsamında ödemelerini bankaya yapar. Satıcının ödeme konusunda muhatabı alıcının bankasıdır.



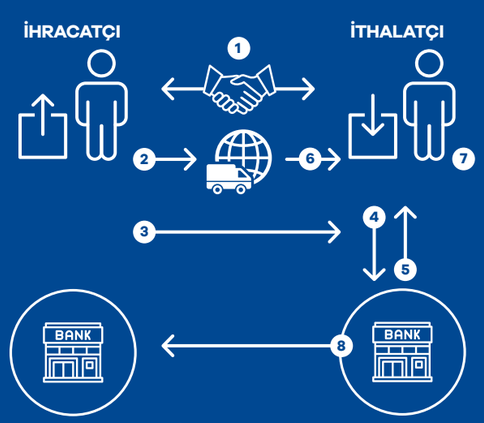
Şekil-17: Murâbaha

MURABAHA ÖDEME YÖNTEMİNDE İŞ AKIŞI

1. Müşteri almak istediği malı bulur. Satıcıyla akit yapmaz. Katılım bankasından vekâlet almış ise akit yapabilir.
2. Katılım bankasına malı almak üzere başvurur.
3. 3- Katılım bankası malın alım satıma uygun olup olmadığını ve müşterinin ödeme kabiliyetini araştırır.
4. Katılım bankası kurumsal işlemlerde satıcıya sipariş formu gönderir. Müşterisine malı alması için vekâlet verir. Bireysel işlemlerde bu vekâlet şubedeki personel, SMS mesajı ya da MİM (Müşteri İletişim Merkezi) yoluyla verilir.
5. Katılım bankası malın alındığına dair evraklar ulaşınca satıcıya ödeme yapar.
6. Katılım bankası malı müşterisine taksitli bedelle satar.

Bar - Çek (Bar - Cheque)

Bar-Çek esasen bir ödeme yöntemi değil; bir uygulama. Bu uygulamada ilk kullanılan ödeme aracı çek olduğu için de adında bildiğimiz cheque geçiyor. Günümüzde ise çek bu uygulamada belki de en az kullanılan araç. Pek çok dış ticaret uygulamasında olduğu gibi bu uygulama da ihtiyaçtan; işi daha pratik ve çabuk yapma ihtiyacından doğmuş. Bar-cheque uygulamasında bankaların ödemeye garantör olmaları, senet veya bono karşılığında evrak teslim etmeleri gibi yükümlülükleri yok. Biraz vesaik mukabili ödeme yöntemine benziyor ancak banka dahil değil işleme. Dilerseniz bir bakalım iş akışına.



Şekil-18: Bar-cheque

MURABAHA ÖDEME YÖNTEMİNDE İŞ AKIŞI

1. Satıcı, alıcı ile yaptığı anlaşma çerçevesinde malı sevk eder. Sevkiyatı ile ilgili ve alıcı tarafından talep edilen belgeleri de nakliye aracına, alıcıya teslim edilmesi şartı ile verir. Malın bedelini almadığı için nakli-ye sırasında malın başına bir şey gelebilir diye malın nakliye sigortasını yaptırması uygun olacaktır.
2. Nakliye şirketi, malı ülkede varış noktasına ulaştırdığında nakliye şirketinin oradaki acentesi alıcıya ih-barda bulunur. Alıcı, nakliye şirketine giderek kendisine gönderilen evrakın doğru olup olmadığını kontrol eder ve isterse ülkemizde olduğu gibi küşat hakkını kullanarak maldan numune alarak gözle kontrol işlemini de yapabilir.
3. 3- Alıcı eğer evrak ve malın doğru olduğuna kanaat getirir ise bankasına mal bedelinin satıcı hesabına transferi için talimat verir.
4. 4- Alıcı banka transfer yazısının bir örneğini nakliye şirketine ibraz eder. Nakliye şirketi ya da satıcı ban-ka transfer yazısının doğruluğunu bankadan teyit ettirebilir.
5. 5- Nakliye şirketinin acentesi daha sonra sevkiyatı evrakını alıcıya teslim eder ve alıcı malın ithalat işlem-lerine başlar.

Bu uygulamada eğer nakliye şirketi uygun görürse konşimento nakliye şirketinin acentesi emrine düzenlenebilir. Dolayısıyla alıcı ödemeyi yapmadan evrakı bir şekilde eline geçirse de malı nakliye şirketinden teslim alamayacaktır.

Vesaik mukabilinde satıcı için mevcut olan riskler aslında bu uygulamada da var; alıcının ortaya çıkmaması, ortaya çıkması ve fakat ödemeyi yapmaması. Buna ilaveten dikkat ettiyseniz tüm evrak ve mal değişimi nakliye şirketinin acentesinin yeteneğine bırakılmış. Onların bu işlemler sırasında yapacakları bir hata uygulamanın satıcı için sorunlu hale gelmesine neden olabilir. O nedenle **bu uygulamayı yeteneklerine güvendiğiniz nakliye şirketleri ve malı kesin olarak gümrükten çekecek alıcılarla çalışmanızı öneririm.**

Takas (Barter - Countertrade)

Dünyada ticaretten daha eski bir olgu aslında takas. İlk insanla beraber başlıyor takasın tarihi. Kitaplarda zayıf olan tarafın kendisine zarar verilmesin diye güçlü olana hediyeler vermesi ile başladığından söz ediliyor. Paranın bulunmasına kadar geçen süreçte de alınan malın bedeli çok farklı şekillerle ödeniyor. On çuval buğday karşılığı bir inek mesela. Tuzun çok fazla ödeme aracı olarak kullanıldığı görülüyor işlemlerde. Hatta maaş kelimesinin ingilizce karşılığı olan **salary** kelimesi **salt** yani **tuzdan** geliyor.

> **Günümüzde dış ticaret işlemlerinde kullanılan bir ödeme şekli takas. Yani mal bedelinin yine mal ile veya hizmet ile ödenmesi.**

Kambiyosu sağlıklı çalışmayan, döviz tedarik sorunu yaşayan veya ambargo nedeniyle kolay para transferi gerçekleştirilemeyen ülkelerle çalışılabilecek bir yöntem. Takası kullanmak için illa bu saydığım durumların yaşanıyor olması gerekmiyor. **Taraflar uygun görmeleri halinde takas yapabilirler.** Ülkemiz dış ticaret ve kambiyo mevzuatı takas kullanımına uygun. **Hatta İhracatında Kayıt Aranan Mallar listesinde yer alan Rusya Federasyonuna doğalgaz karşılığı yapılan ihracat işlemleri** takasın devlet eliyle yapılan güzel bir örneği.

İhracatı ve karşılığında ithalatı yapılacak malların ihracat ve ithalat mevzuatlarından doğan yasaklamaları ve sınırlamaları elbette takas işlemleri için de geçerli. Bununla beraber, yapılacak ihracat veya ithalat işlemleri karşılığında birer döviz transferi olmayacağı için bu **işlemlerin mal karşılığı ne şekilde yapılabileceği** kambiyo mevzuatı açısından önem arz ediyor. Döviz yerine gönderimi veya alımı yapılacak malların yine kambiyo mevzuatımızda belirtilen süreler ve şartlar kapsamında işlem görmesi gerekiyor. Takas işlemlerinde görülen işlem akışını gösterir şema aşağıda yer almakta.

Şekil-19: Takas

1. Anlaşma
2. Karşılıklı Sevkiyat
3. Karşılıklı Orijinal Belgelerin Gönderimi

Teslim Şekilleri (Incoterms)

Bu bölümün hazırlanmasında International Chamber of Commerce'ün (ICC) Incoterms 2020 kitapçığı esas alınmıştır.

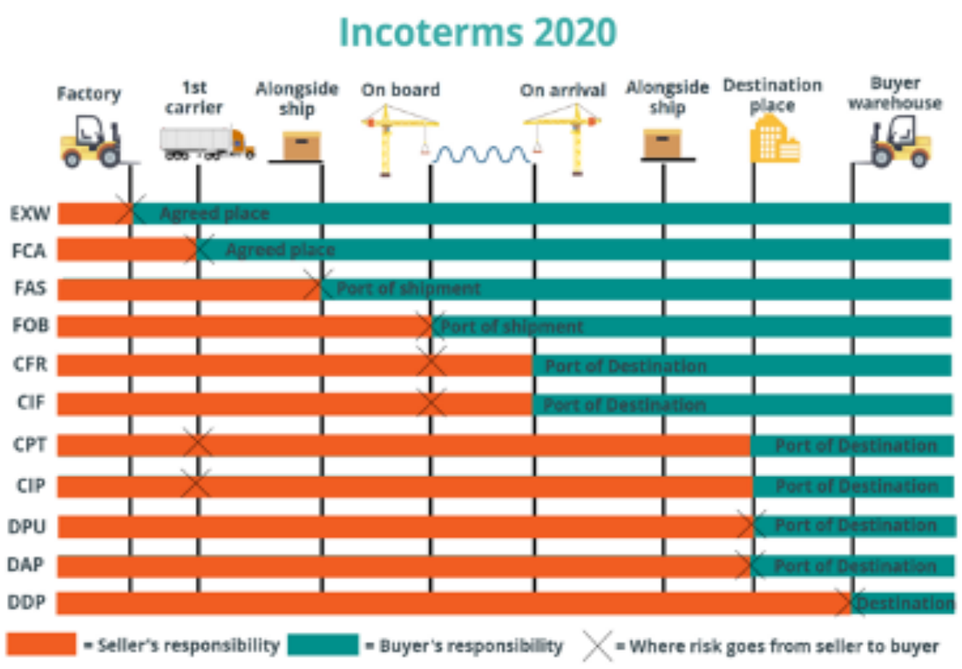
Ülkemizde **"teslim şekilleri"** adı ile bilinen konunun uluslararası ticarette orijinal adı **INCOTERMS**'dür. Terim bir kısaltmadır; **"International Commercial Terms"** kelimelerinin kısaltılması ile oluşturulmuştur.

> **Günümüzde uluslararası ticaret prosedürünün ilk adımı genellikle taraflar arasında bir sözleşme yapılmasıdır. Sözleşmelerde tarafların yükümlülüklerinin kesin bir biçimde belirlenmiş olması gerekmektedir.**

Yukarıda sözü edilen bu yükümlülüklerin bir standarda kavuşturulması ve uluslararası ticaret ile ilgilenen bütün firmaların bu yükümlülükleri ve bu yükümlülüklerde zaman içinde meydana gelebilecek değişikliklerin tek elden düzenlenmesi, uygulanması ve kontrol edilmesi amacıyla **Uluslararası Ticaret Odası INCOTERMS** programını hazırlayarak uygulamaya geçirmiştir.

INCOTERMS, ilk olarak 1936 yılında yayımlamış ve zaman içerisinde meydana gelen değişiklikler, nakliye ve paketleme teknolojisinde kaydedilen gelişmelere bağlı olarak 1976, 1980, 1990 ve 2000 ve 2010 yıllarında revize edilmiştir. Son revizyon 2019 Eylül ayında yapılmış ve 2020 yılbaşından itibaren çalışmaya başlamıştır.

INCOTERMS 2020, 4 ana gruba dağıtılmış toplam 11 terimden oluşmaktadır. Gruplar terimlerin ilk harfleri baz alınarak oluşturulmuş ve adlandırılmıştır.



Resim-5: Incoterms 2020

GRUP E (Çıkış)
- EXW: EXWORKS

GRUP F (Navlun Ödenmemiş)
- FOB: FREE ON BOARD
- FCA: FREE CARRIER
- FAS: FREE ALONGSIDE SHIP

GRUP C (Navlun Ödenmiş)
- CFR: COST AND FREIGHT
- CPT: CARRIAGE PAID TO...
- CIF: COST, INSURANCE AND FREIGHT
- CIP: COST, INSURANCE PAID TO...

GRUP D (Varış)
- DDP: DELIVERED DUTY PAID
- DPU: DELIVERED AT PLACE UNLOADED
- DAP: DELIVERED AT PLACE

Bu 11 ana terimin yanı sıra ihtiyaçlar doğrultusunda pratikte kullanılan 7 tane de alt terim mevcuttur. Bunlar:

- FOB TRIMMED
- FOB LINER-IN
- FOB STOWED
- FOB FREE-IN-OUT-STOWED
- CFR LINER-OUT
- CIF LINER-OUT
- DDP VAT UNPAID

Grup E

EXW: EXWORKS (Satıcının ülkesinde iş yerinde teslim)

Satıcının, teslim yükümlülüğünü belirtilen iş yerinde (atölye, fabrika, antrepo vs.) malları alıcının emrine hazır bulundurmakla yerine getirdiği teslim şeklidir. Aksine bir kayıt yoksa satıcı ihracat formalitelerini yerine getirmekten ve alıcının temin edeceği yükleme aracına malları yüklemekten sorumlu değildir. Malları satıcının iş yerinden teslim alarak istenilen yere taşımaya ilişkin masraf ve risk alıcıya aittir. Satıcı, malları nerede ve ne zaman emrine hazır bulunduracağını alıcıya bildirir. Malların el değiştirdiği noktadan itibaren mallar ile ilgili bütüm masraf ve riskler alıcıya geçer. Satıcı açısından bu tür satışın yurt içi satıştan farkı yoktur. Alıcının doğrudan veya dolaylı yoldan ihracat formalitelerini yapacak imkânı bulunmadığı hâllerde bu terim yerine **FCA (Free Carrier)** terimi kullanılmalıdır.

İş yerinden yapılan her teslimat EXW değildir. Ülkemiz ihracatçılarının çokça yaptığı hatalardan biri aslında FCA olan teslimlerini sözleşme ve faturalarında EXW olarak belirtmeleridir.

EXW teslimde malın ihraç gümrük işlemleri ve masrafları ithalatçıya aittir. Eğer gümrük işlemleri ihracatçı tarafından gerçekleştiriliyorsa mallar işyerinde teslim edilmiş olsa dahi işlem **EXW** olmaz.

EXW teslim şekli tüm kuralları ile uygulandığı taktirde ülkemizdeki gümrük çıkış rejimine uygun değildir.

EXW teslim şeklinde satıcının sorumluluğu yükleme işlemi öncesinde bitmektedir. Yani taraflar arasında yapılan sözleşme kapsamında aksi bir ibare yok ise satıcı malların yüklenmesinden sorumlu değildir. **Bu nedenle tavsiyem, alıcının, malları yüklemeye başlamadan önce mutlaka sigortalamasıdır.** Yüklemeyi satıcı kendi isteği ile yapıyor olsa dahi, yükleme sırasında meydana gelebilecek zarar, ziyan alıcıya ait olacaktır.

Grup F

FCA: FREE CARRIER (Satıcının ülkesinde teslim yeri belirtilerek Taşımacıya teslim)

Satıcı, ihracat formalitelerini yerine getirdikten sonra malları alıcının, adını verdiği yerde, yine alıcı tarafından belirtilen taşımacıya teslim ederek yükümlülüklerini yerine getirir. Yani malların uluslararası nakliyesi alıcıya aittir. **Alıcı** tarafından kesin bir teslim noktası belirtilmediği hâllerde, **satıcı** öngörülen bölge veya taşıma menzili gerisinde bir noktayı teslim noktası olarak belirleyebilir. Ticari uygulama kapsamında, taşımacı ile sözleşme yapılması için satıcının yardımı talep edildiğinde, satıcı, bu yardımı, riski ve masrafları alıcıya ait olmak üzere yapabilir. **Bu terim multimodal (birden fazla taşıma etabı ve aracı gerektiren) taşımacılık dâhil bütün taşıma şekilleri için kullanılabilir. FCA bazında nakliye şekline göre TAŞIMACIYA TESLİM aşağıdaki hâllerde yerine getirilmiş sayılır:**

Demiryolu nakliyesi: Malların miktarının **bir vagonu veya konteyneri tamamen dolduruyor olması** hâlinde **satıcının** bu vagonu veya konteyneri usulüne uygun olarak yüklemesi (doldurması) gerekir. Yüklenen vagon veya konteynerin demiryolu idaresi veya onun bir temsilcisi tarafından teslim alınması üzerine **taşımacıya teslim** gerçekleşmiş olur. **Mallar bir vagonu veya konteyneri tamamen doldurmuyorsa,** malların demiryolu teslim alma noktasında veya demiryolu idaresince temin edilen bir araca veya konteyner servisi veren firmanın göstereceği yer veya araca teslim edilmesi ile satıcıya teslim yükümlülüğü sona erer.

Karayolu nakliyesi: Malların yüklenmesi Satıcının iş yerinde yapılıyorsa mallar alıcının temin ettiği araca yüklendiğinde Taşımacıya teslim tamamlanmış olur. Malların **taşımacının** iş yerinde teslimi hâlinde ise malların **taşımacıya** veya onun belirleyeceği başka bir şahsa teslimi ile **taşımacıya** teslim gerçekleşmiş sayılır.

Denizyolu nakliyesi: Malların bir konteyneri doldurması (Full Container Lot (FCL)) hâlinde dolu konteynerin deniz taşımacısı tarafından alınması, deniz taşımacısı adına hareket eden bir deniz işletmecisine götürülmesi hâlinde ise konteynerin deniz terminaline girmesi ile taşımacıya teslim yükümlülüğü yerine getirilmiş sayılır. Malların bir konteyneri doldurmaması **(Less than a Container Lot (LCL))** veya konteynere konmaması durumunda Satıcı malları taşıma terminaline getirmek zorundadır. Mallar deniz **taşımacısına** veya onun adına hareket eden başka bir şahsa verildiğinde teslimat tamamlanmış olur.

Havayolu nakliyesi: Malların hava taşımacısı veya onun adına hareket eden başka bir şahsa verilmesi ile taşımacıya teslim yükümlülüğü tamamlanmış sayılır.

FCA teslim şeklinde ürünün gümrük işlemlerinin tamamlanıp nakliye aracına yüklenmesi ile ihracatçının sorumluluğu sona ermektedir. Navlun ücreti **alıcıya** aittir.

Ülkemizden yapılan ihracatın büyük bir bölümü FCA teslim şeklinde olmaktadır. Ancak konunun yeterince bilinmiyor olmasından dolayı neredeyse tüm FCA teslimler FOB olarak gösterilmektedir.

Bu yapılan çok büyük bir hatadır. Aslında sayfa 199'de yer alan tabloya baktığınızda **FOB** ile **FCA** arasında masraf ve sorumluluk açısından fark olmadığını göreceksiniz. Zaten bu nedenle aslında **FCA** olan ve fakat **FOB** olarak teslimi gerçekleşen ihracat ve ithalat işlemlerinde herhangi bir problem göze çarpmamaktadır. **Peki, sizce ICC neden aynı masraf ve sorumlulukları içermelerine rağmen iki farklı terim üretmiştir?**

FAS: FREE ALONGSIDE SHIP (Satıcının ülkesinde ismi belirtilen limanda gemi yanında teslim)

Satıcı, Alıcı tarafından adı belirlenen yükleme limanında yine Alıcının ismini verdiği geminin yanında ve Alıcının belirttiği zamanda malları hazır bulundurarak teslim yükümlülüğünü tamamlamaktadır. Bu andan itibaren riskler **Alıcıya** geçer. **Incoterms 90** ile **2000** arasındaki önemli farklılıklardan biri **FAS** teslim şeklinde yapılmış ve ihracat gümrük masrafları **Alıcıdan** alınıp **Satıcıya** verilmiştir. Bu terim sadece denizyolu, nehir vs. kanal taşımacılığında kullanılır.

FOB: FREE ON BOARD (Satıcının ülkesinde ismi belirtilen sevk limanında gemide teslim)

Bu terime göre mallar, alıcı tarafından ismi belirtilen sevk limanında alıcının belirttiği tarihte ve yine alıcı tarafından ismi verilen geminin bordasını aştığı anda satıcı, teslim yükümlülüğünü yerine getirmiş sayılır. Bu zaman ve yerden sonra her türlü masraf ve risk alıcıya geçer. Sadece suyolu taşımasında kullanılan bu terimde ihracat formalitelerini yerine getirmek satıcıya aittir. **Ro-Ro (Roll-on/Roll-off)** veya konteyner taşımacılığı yapılan hâllerde bu terim yerine **FCA** teriminin kullanılması daha uygun olur. Bu husus dış ticaretçilerin Incotermsde en fazla karıştırdıkları konudur. Bu karışıklığı çözmek için **ICC Incoterms 2020** içerisinde **FOB** bölümünde aşağıdaki açıklamayı yapmıştır.

Pratikte sık sık **FOB STOWED** ve **FOB TRIMMED** terimlerine de rastlanmaktadır. **FOB STOWED** malın ihracatçı tarafından gemi ambarına inene kadar bütün masraf ve sorumluluğunun karşılandığı, **FOB TRIMMED** ise **FOB STOWED** ile ambara inen malların ambar içerisinde istiflenmiş olduğu anlamına gelir.

Grup C

CFR: COST AND FREIGHT (Alıcının ülkesinde adı belirtilen boşaltma limanına kadar navlun ödenmiş olarak teslim)

FOB teslim şeklinin devamı olan bir terimdir. Bu sebeple yalnızca **charter ve charter party su yolu taşımasında** kullanılır. Bu terime göre mallar, **satıcı tarafından taşıma sözleşmesi yapılmış ve navlunu ödenmiş olarak varış limanında alıcıya teslim edilmektedir.** Fakat mallar ile ilgili risk aynen **FOB** teslim şeklinde olduğu gibi yine mallar gemi bordasını geçtiği andan itibaren **alıcıya** aittir. Yüklemeden itibaren doğacak navlun hariç bütün masraflar **alıcıya** ait olacaktır. Taşıma sigortasının yapılması konusunda **satıcının** bir yükümlülüğü yoktur. Ancak sigortayı yaptırması için **alıcıya** mutlaka gerekli bilgileri vermek zorundadır. Malların boşaltma limanında indirilmesi sorumluluğu ve masrafları **alıcıya** aittir. Ancak, eğer boşaltma limanında vinç mevcut değilse, o takdirde zaten kiralanan gemi vinçli olacaktır ve **FOB** teslim şeklinde gördüğümüz gibi, yükleme ve boşaltma geminin kendi vinçleri kullanılarak yapılıyorsa ilgili masraflar navlun ücreti içerisinde geminin kiracısı tarafından armatöre ödenecektir. Yani, boşaltmanın gemi vinçleri ile yapılması hâlinde, boşaltma masrafı navlun ücreti içerisinde **satıcı** tarafından armatöre ödenecektir. Bu durumda teslim şekli **CFR Liner-out** olacaktır.

CPT: CARRIAGE PAID TO... (Alıcının ülkesinde adı verilen varış noktasına kadar navlunu ödenmiş olarak teslim)

Satıcının, belirlenen varış yerine ulaşacak şekilde malların taşınması ile ilgili navlunu ödediği ve ülkesindeki ihracat formalitelerini tamamladığı teslim şeklidir. Birkaç etaplı nakliye dâhil bütün nakliye şekilleri için kullanılabilir. **CPT** terimi **CFR**'nin denizyolu dışındaki taşıma şekilleri için kullanılabilen alternatifidir. **satıcı** malları kendisi tarafından belirlenen Taşımacıya teslim ettiği anda, mallar ile ilgili navlun dışındaki bütün masraf ve riskler alıcıya geçer. Belirlenen varış noktasına kadar birden fazla nakliye şekli kullanılıyorsa, mallar ilk Taşımacıya teslim edildiği anda, risk **satıcıdan** alıcıya geçer. **CPT** terimi malların ihraç formalitelerinin yerine getirilmesi konusunda **satıcıyı** sorumlu kılar. Taşıma sigortasının yapılması konusunda **satıcının** bir yükümlülüğü yoktur. Ancak sigortayı yaptırması için Alıcıya mutlaka gerekli bilgileri vermek zorundadır.

CPT Teslim şekli, FCA Teslim şeklinin navlunun ihracatçı tarafından ödenmiş şeklidir.

CIF: COST, INSURANCE AND FREIGHT (Alıcının ülkesinde adı belirtilen varış limanında navlun ve sigorta primi ihracatçı tarafından ödenmiş olarak teslim)

Bu terimde satıcı, CFR teminine ilaveten taşımaya ilişkin deniz sigortasını yaptırmayı ve primini ödemeyi de üstlenmektedir. Fakat bu sigorta asgari riskleri kapsamaktadır. Duruma göre özel risklerin sigorta kapsamına alınmasını istediğinde **alıcı** bu hususları **satıcı** ile yaptığı sözleşmeye dâhil ettirmek zorundadır. Sigorta ettirilen değerin sözleşme tutarının %10 fazlasıyla ve sözleşmenin para birimi cinsinden olması gerekir. Bu terim **CFR** gibi sadece denizyolu taşımasında kullanılan bir terimdir. **Ro-Ro** veya konteyner taşıması yapılması durumunda bu terim yerine **CIP** teriminin kullanılması uygun olur.

CIP: CARRIAGE AND INSURANCE PAID TO... (Alıcının ülkesinde adı belirtilen varış noktasına kadar sigorta primi ve navlun ihracatçı tarafından ödenmiş olarak teslim)

Bu terimde Satıcı, CPT terimine ilaveten taşımaya ilişkin sigortasını yaptırmayı ve primini ödemeyi de üstlenmektedir. Fakat bu sigorta asgari riskleri kapsamaktadır. Duruma göre özel risklerin sigorta kapsamına alınmasını istediğinde, **alıcı** bu hususları **Satıcı** ile yaptığı sözleşmeye dâhil ettirmek zorundadır. Sigorta ettirilen değerin sözleşme tutarının %10 fazlasıyla ve sözleşme para birimi üzerinden olması gerekir. İhraç işleminden **Satıcıyı** sorumlu tutan **CIP** terimi, **CIF**'in denizyolu dışındaki taşıma şekilleri için kullanılabilen alternatifidir.

Grup D

DAP: DELIVERED AT PLACE (Satıcının eşyayı alıcı ile anlaşmaya varılan yerde boşaltmadan teslimi)

Eşyanın alıcı ve satıcı tarafından belirlenmiş olan boşaltma yerinde (bir liman iskelesi, gümrük noktası, havalimanı) boşaltma için hazır durumda nakliye aracının üzerinde alıcı emrine bırakılmasıdır. Tüm gümrük işlemleri, masrafları, gümrükte doğan vergi, resim ve harçlar alıcıya aittir. **Satıcı** eşyayı **alıcıya** teslim edene kadar bir sigorta yaptırmak zorunda değildir. Eşyanın varış noktasında indirme masraflarıa **alıcıya** aittir.

DPU: DELIVERED AT PLACE UNLOADED (Satıcının eşyayı Alıcı ile anlaşmaya varılan yerde boşaltarak teslimi)

Eşyanın alıcı ve satıcı tarafından belirlenmiş olan terminal noktasında (bu nokta bir liman ya da gümrük antreposu veya alıcının fabrikası olabilir) boşaltma masrafları satıcı tarafından karşılanmış olarak alıcının emrine bırakılmasıdır. Tüm gümrük işlemleri, masrafları, gümrükte doğan vergi, resim ve harçlar **alıcıya** aittir. **Satıcı** eşyayı **alıcıya** teslim edene kadar bir sigorta yaptırmak zorunda değildir.

DDP: DELIVERED DUTY PAID PAID (Alıcının ülkesinde adı verilen varış noktasında gümrük vergisi ihracatçı tarafından ödenmiş olarak teslim)

Herhangi bir taşıma biçimi için kullanılabilen bu terime göre Satıcı, ithal ülkesinde adı belirtilen bir varış noktasında malları gümrüklenmiş olarak Alıcının emrine hazır bulundurmakla teslim yükümlülüğünü yerine getirmiş olmaktadır. Bu noktaya kadar her türlü risk ve maliyeti (vergiler dâhil) **satıcı** üstlenmektedir. Bu durumda **satıcının** en fazla risk ve maliyet üstlendiği terim **DDP** olmaktadır İçerik olarak, **satıcı** tarafından en az riskli teslim şekli olan **EXW**'nin tam tersi olarak anlaşılmalıdır. **satıcının** doğrudan veya dolaylı olarak ithal lisansını temin edemeyeceği durumlarda bu terim kullanılmamalıdır. Gümrükleme işlemleri ve vergisini ödemek **alıcıya** ait ise, o zaman **DDU** terimi kullanılmalıdır. İthal işlemleri sırasında tahakkuk eden bazı masrafların **alıcının** yükümlülüğüne dâhil edilmesi konusunda anlaşmaya varılmış ise terimin yanında bu husus açıkça belirtilmelidir (örneğin, KDV'yi **satıcı** ödemeyecek ise **VAT UNPAID** ibaresinin eklenmesi gerekir). Taşıma sigortasının yapılması konusunda **satıcının** bir yükümlülüğü yoktur. Ancak sigortayı yaptırması için **alıcıya** mutlaka gerekli bilgileri vermek zorundadır.

INCOTERMS 2020 Tarafların Sorumluluk ve Masraf Ayırımı

	EXW	FOB	FCA	FAS	CFR	CPT	CIF	CIP	DPU	DAP	DDP
MASRAF	H*	D*	H	D	D	H	D	H	H	H	H
MAL BEDELİ	E*	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E
İÇ NAKLİYE	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E
VESAİK	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E
İHRACAT GÜMRÜK	I*	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E
YÜKLEME	I	E	E	I	E	E	E	E	E	E	E
GÜMRÜK	I	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E
NAKLİYE	I	I	I	I	E	E	E	E	E	E	E
SİGORTA							E	E			
BOŞALTMA	I	I	I	I	I	I	I	I	E	I	E
İTHALAT GÜMRÜK	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	E
İTHALAT KDV	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	E
İÇ NAKLİYE	I	I	I	I	I	I	I	I	E	E	E

Tablo 4 - Teslim Şekillerine Göre Masraf Paylaşımı

(*) H: Bütün nakliye araçlarında kullanılabilir
(*) D: Sadece su yolu taşımalarında kullanılabilir
(*) E: Exporter (ihracatçı)
(*) I: Importer (ithalatçı)

Dış Ticaret İşlemlerinde En Fazla Kullanılan Teslim Şekilleri

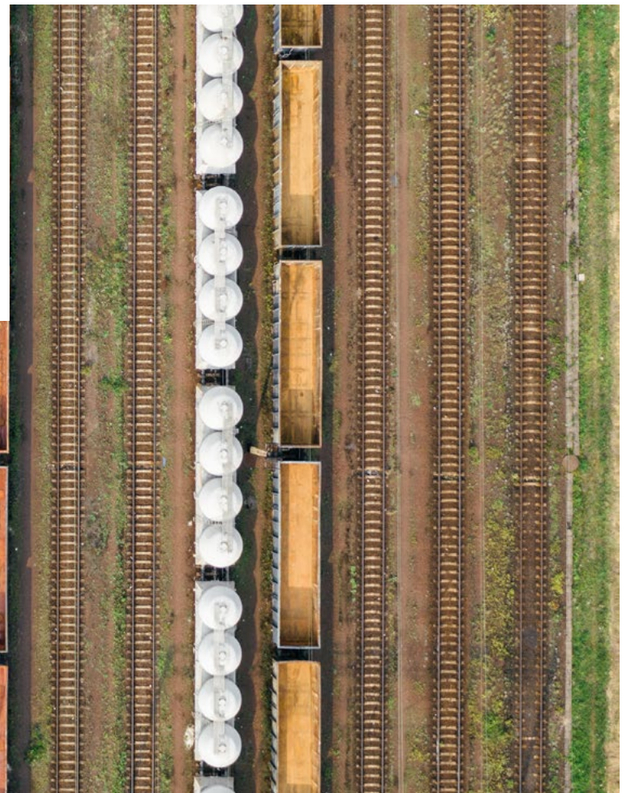
BAŞLICA MASRAFLAR	INCOTERMS	FOB
NAVLUN İTHALATÇIYA AİT	FOB	FCA
NAVLUN İHRACATÇIYA AİT	CFR	CPT
NAVLUN VE SİGORTA İHRACATÇIYA AİT	CIF	CIP

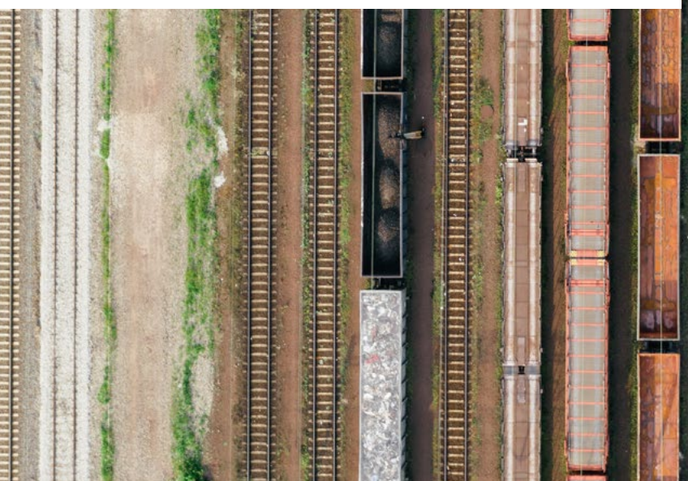
Tablo 5 - En Fazla Kullanılan Teslim Şekilleri

- **Teslim Şekilleri ile ilgili örnekler**

Aşağıda bugün dış ticaret işlemlerinde en fazla kullanılan teslim şekilleri ile ilgili çeşitli örnekler yer almaktadır:

- İstanbul yüklemeli Brüksel boşaltmalı 45 ton temizlik malzemesi TIR ile gönderilecek. Navlun ve sigortası ihracatçı tarafından ödenecek.
  Teslim şekli ve yeri CIP BRUSSEL
- Gaziantep yüklemeli İskenderiye boşaltmalı 10 bin metrekare halı konteyner ile gönderilecek. Navlun ve sigortası alıcıya ait.
  Teslim şekli ve yeri FCA GAZIANTEP
- Samsun yüklemeli Kherson boşaltmalı 3 bin ton çimento. Charter sistem gemi ile gönderilecek. Navlun ihracatçıya ait.
  Teslim şekli ve yeri CFR (veya CPT) KHERSON
- Yuzhny yüklemeli Samsun boşaltmalı 2 bin ton çam kerestesi Charter gemi taşıması ile getirilecek. Navlun ve sigorta ihracatçıya ait.
  Teslim şekli ve yeri CIF (veya CIP) SAMSUN
- Malatya yüklemeli Frankfurt boşaltmalı 20 ton kuru kayısı. Navlun ihracatçıya ait.
  Teslim şekli ve yeri CPT FRANKFURT
- İskenderun yüklemeli Haifa boşaltmalı 2 bin ton krom cevheri. Navlun ve sigorta ithalatçıya ait.
  Teslim şekli ve yeri FOB (veya FCA) İSKENDERUN
- Konya yüklemeli Amman boşaltmalı 10 ton kamyon yedek parçası. Navlun ve sigorta ihracatçıya ait.
  Teslim şekli ve yeri CIP AMMAN
- Muğla yüklemeli Viyana boşaltmalı 40 ton domates. Avusturya gümrük ve işlemleri ve boşaltma hariç müşterinin kapısına kadar tüm masraflar (sigorta dahil değil) ihracatçıya ait.
  Teslim şekli ve yeri DAP VIENNA
- Denizli yüklemeli Miami boşaltmalı bir konteyner banyo havlusu. Navlun ihracatçıya ait.
  Teslim şekli ve yeri CPT MIAMI
- Kayseri yüklemeli Tripoli boşaltmalı 20 takım yatak odası. Navlun ve sigorta ithalatçıya ait.
  Teslim şekli ve yeri FCA KAYSERI





Pazar Araştırması/ Pazara Giriş Stratejileri/ Uluslararası Ticari Bağlantıların Sağlanması ve Geliştirilmesi

Pazar Araştırması

İhracat faaliyeti topyekûn bir çalışma olarak ele alındığında **birbirini takip eden aşamalardan** oluştuğu görülmektedir. **Bu aşamaların ilki,** rehber kitabın ilk bölümünün başlangıç konusunu oluşturan **alt yapıdır.** O başlık altında da değinildiği gibi KOBİ'lerin ihracat faaliyetlerine sağlıklı bir başlangıç yapabilmeleri ve ihracatlarını geliştirip sürdürülebilir kılmaları en başta oluşturacakları bu alt yapı ve ögeleri ile yakından alakalıdır. Yönetimin ihracata yaklaşımı, pazarlama çalışmaları için ayırılabilecek bütçe, pazarlama ve operasyon fonksiyonunun (bölümlerinin) oluşturulup doğru iş ve görev tanımları ile çalışma prensiplerinin belirlenmesi ve elbette tüm bu unsurların birbiri ile eşzamanlı ve sağlıklı iletişim ve iş birliği içerisinde çalışması altyapı hazırlığının ve işleyişinin temellerini oluşturacaktır.

Aşağıda yer alan Şekil-20'de bir ihracatın pazarlama ve pazar araştırması ile ilgili tüm aşamaları gösterilmektedir. Bu aşamalardan **"ürün ve müşteri profili tespiti", "mevzuat ve teamüller" ve "pazara giriş stratejileri"** genel anlamda ihracat pazarlamasının alt konu başlıkları olarak görülse de başarılı bir pazar araştırması çalışmasının yapılabilmesi için öncelikle ele alınması gereken konulardır.

Şekil 20 - İhracat Döngüsü[15]

15 AKIN, Hakan. 2021 Yeni İşimiz Dış Ticaret

Ürün ve Müşteri Profilinin Tespit

Yurtiçinde talep gören bir ürünün illa yurtdışında da aynı talebi göreceği düşünülmemelidir. Herhangi bir ürünün üretime başlamak amacıyla yatırım yapacak işletmelerin planlamalarını, yurtiçi ile beraber yurtdışı pazar olanaklarını da dikkate alarak yapmaları gerekmektedir. İhracata nispeten daha profesyonel yaklaşan KOBİ'ler yatırım yapacakları alanları belirlerken her iki pazarı da göz önüne alırlar ve pazarlama satış planlarını ve hedeflerini bu strateji üzerine kurmaktadırlar. Bu, aynı zamanda, yurtiçi ve yurtdışında birbirinden farklı nedenlerle yaşanacak ekonomik krizlerde işletmenin daha az zarar görmesini, hatta eğer iyi yönetirlerse işletmenin bu krizlerden güçlenerek çıkmasını sağlamaktadır.

İşletmeleri yurtdışında da talep görecek ürünlerin üretimine yönelmeleri için baştan organize edemeyeceğimize göre (ancak mevcut ürünlerde yurtdışının talep ettiği değişikliklerin yapılması kaçınılmazdır), acaba mevcut ürünlerin ihracata uygunluğunu nasıl tespit edeceğiz?

Bu incelemeyi yapmadan önce, kararımızı çok büyük ölçüde etkileyecek üç ana faktörü gözden geçirmemiz gerekmektedir. Bunlardan **ilki ve esas belirleyici olan ihracatçı ve ithalatçı ülkelerin dış ticaret mevzuatlarıdır.** Bu kapsamda:

- Yasak ürünler,
- İzne tabi ürünler,
- Kayda bağlı ürünlerin
  öncelikle dikkate alınması gerekmektedir.

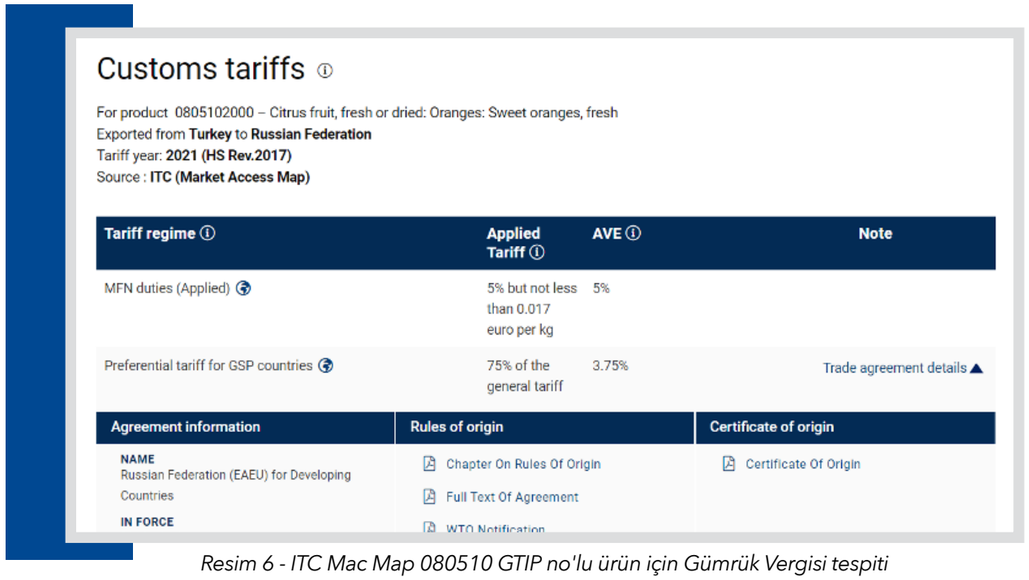
Bu listelerden, **yasak ürünler listesinde belirtilmiş olan ürünlerin yurtdışına çıkışı yapılamamaktadır.** İzne tabi ürünler listesinde yer alan ürünlerin ise mutlaka ilgili kurum ve kuruluşlardan izin alındıktan sonra ihracatına izin verilmektedir. Kayda bağlı ürünlerin ihracatında İhracatçı Birlikleri'nin bir kayıt prosedürü vardır.

Bir ürünün, bulunduğu ülkeden talep edilen ülkeye ihracatının yapılabilmesi için ürünün ve bu çıkış giriş işleminin her iki ülke mevzuatına uygun olması gerekir. Dolayısıyla ülkemizden ihracat yapmak isteyen **KOBİ**'ler, ülkemiz ihracat mevzuatında yer alan dikkat edilmesi gereken bu listelere ek olarak, eğer varsa **ithalatçı ülkedeki bu tür ürün listelerini ve uygulamaları da** müşterisi kanalı ile öğrenmelidir.

Örneğin; bir ülkenin, ihracatına yasak koyduğu ürünler genel olarak ya o ülke için tarihi veya manevi değeri olan ya da yurtdışında üretilmesin, ülkeye özgü kalsın diye yasak koyduğu ürünlerdir. İthalatçı ülkeler ise bu ürünlerin elbette kendi ülkelerinde olmasını isteyeceklerdir. Ülkemizden bugün yürürlükte olan ihracat mevzuatı çerçevesinde salebin her türünün ihracatı yasaktır. Ancak, hiçbir ülkenin ithalat mevzuatında salebin ithalatı yasak değildir. Diğer taraftan ülkemize şeker ithali yasaktır (ihtiyaç duyulduğu dönemlerde kontrollü olarak veya dâhilde işleme rejimi sahibi firmalara izin verilmektedir), ancak şeker Brezilya'nın ana ihraç kalemlerinden biridir. Brezilyalı bir firma ne kadar Türkiye'ye şeker ihraç etmek istese de -yukarıda parantez içerisinde geçen şartlar hariç- ithalatı yasak olduğu için Türkiye'ye şeker ihracatı yapamayacaktır.

Mevzuat açısından herhangi bir kısıtlamaya tabi olmadığı anlaşılan ürünlerin ihracata uygun olup olmadığının anlaşılabilmesi için yapılacak ikinci çalışma, ürün özelliklerinin yurtdışı pazara uygunluğunun araştırılmasıdır. Ürün özellikleri kalite, paketleme, markalama, kapasite vb. konuları kapsamaktadır. Diğer yandan ihraç edilecek ürünlerin karşı ülkeye girişte maruz kalacağı gümrük vergi oranları da ihracatın gerçekleşip gerçekleştirilememesi veya beklenen kâr ile yapılıp yapılamaması hususunda belirleyeceği olacağı için mutlaka dikkate alınmalıdır.

Bu konular hakkında daha pazar ve müşteri araştırması yapmadan genel bir bilgi edinilebilmesi amacıyla International Trade Center ("ITC[16]") kaynaklarından faydalanılabilir. Aşağıda Türkiye'den Rusya Federasyonu'na yapılması planlanan bir ihracat öncesi Rusya Federasyonu'nun bu alım ile ilgili uygulayacağı mevzuat bilgisinin nereden edinileceği ve hangi bilgileri kapsayacağı konusunda bir çalışma yer almaktadır:



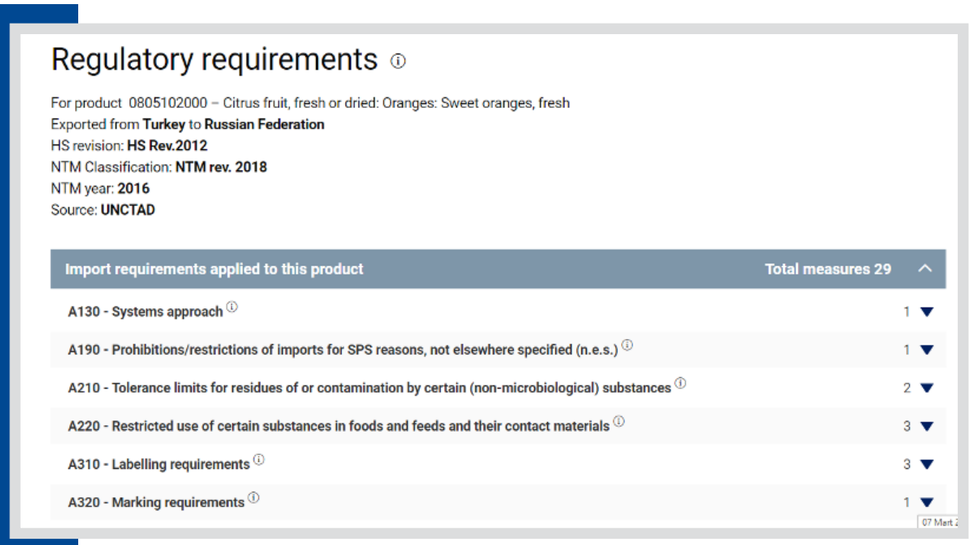
Resim 6 - ITC Mac Map 080510 GTIP no'lu ürün için Gümrük Vergisi tespiti

Resim 6'dan anlaşılacağı üzere, Rusya Federasyonu 080510 GTIP[17] No'lu portakal ithalatında genel olarak **CIF** bedel (genel uygulama CIF değerdir) üzerinden %5 gümrük vergisi almaktadır. Türkiye ile Rusya Federasyonu arasında mevcut **GSP**[18] anlaşması çerçevesinde yapılacak ithalatta ise Rusya Federasyonu %3.75 oranında gümrük vergisi tahsilatı yapmaktadır. Aynı web sitesi kaynağında yine portakal ithalatı için gümrük vergisi dışında belirlenmiş mevzuat ise aşağıda Resim 7'de örnek olarak gösterilmektedir.

16 International Trade Center ("ITC"); Uluslararası Ticaret Merkezi

17 GTIP; Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu. Bütün ürünlerin gümrük işlemlerinde kolaylık sağlaması ve bir karışıklığa neden olmaması için tanımlanmış kod numaraları vardır. Bütün vergilendirmeler, gümrükteki diğer işlemler bu kodlar üzerinden yapılır. Kayıtlar bu kodlar ile sınıflandırılır. Bu sebeple istatistik siteleri de verileri hem bu sisteme göre saklar hem de sunarlar.

18 GSP; Generalized System of Preference (Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi)



Resim 7 - 080510 GTIP no'lu ürün için Rusya Federasyonu'na Türkiye'den yapılan ihracatta gümrük önlemleri

Ürün tespiti konusunda dikkat edilmesi gereken bir diğer husus ise yazılı olmayan, mevzuatta yer almayan ancak pazarda çok net bir şekilde alım satım sırasında etkili olan teamüllerdir[19].

> **Bu husus ile ilgili olarak çok çarpıcı bir örnek vermek istiyorum:**

2008 yılında Bosna Hersek'te yerleşik bir müşteriye çamaşırlık ihraç edeceğiz. Müşteri Kayseri'ye geldi, beraber fabrikaya gittik. Fabrikanın satış sorumluları ürünleri teker teker gösterdiler. Müşterim ürünleri genel olarak beğendi, ancak biraz huzursuz. Beni dışarıya çağırdı ve şöyle dedi: "Hakan Bey ürünleri beğendim, kesinlikle alacağım, kuşkunuz olmasın ama…"Duraksadı. Sanki biraz da çekiniyor söyleyeceklerinden. Kesinlikle bir sorun var. Sonra devam etti: "Bakın ülkemiz çok uzun süre komünizmin etkilerini ve zorluklarını yaşadı. Daha sonra dünyanın gördüğü en acı katliamlardan biri gerçekleşti ülkemizde. Bu zorlukları en fazla yaşayanlar da kadınlarımızdı. Bu ürünü de neredeyse hep ev kadınları kullanacak. Dikkat ettiniz mi bilmiyorum ama bu ürünün plastik aksamının tamamı kırmızı renkte. Komünizmin simgesi haline gelmiş bir renk bu. Acaba fabrikanın bu parçaları bizim için başka bir renkte üretmesi mümkün mü?"

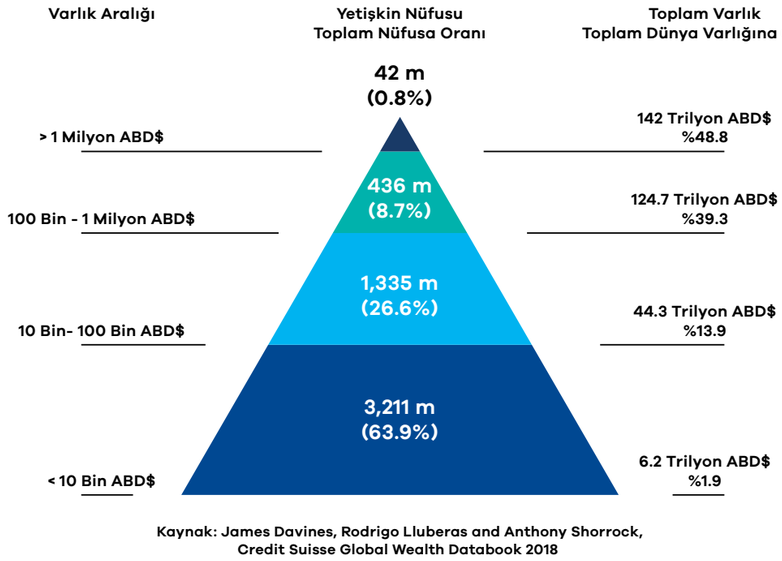
İnanabiliyor musunuz? Hiç aklımıza gelmeyecek bu ayrıntı, Bosnalı alıcım için ne kadar hassas bir konu. **Bu sebeple, teknik olarak her ne kadar ürünün ihracat ve ithalat mevzuatına hâkim olunsa da mutlaka pazardaki müşteri davranışları, teamüller ve algı ile ilgili belki oradaki potansiyel alıcılar veya ticari müşavirliklerimiz kanalı bir istihbarat çalışması gerçekleştirilmesi çok faydalı olacaktır.**

Görüldüğü gibi müşteri ihracat çalışmaları için son derece önemli bir unsurdur. Müşterinin kafasındaki ürün algısı, ihracatçı ülke hakkındaki görüşleri, hatta bazı dinî sebepler ürünün müşteri tarafından kabul görüp görmemesi noktasında etkili olmaktadır. Bunlara ilaveten, müşteri nezdinde incelenmesi gereken bir diğer husus ise müşterinin gelir düzeyidir. **Üretici veya tüccarın üretip satacağı ürüne karar verirken çoğu zaman hedef müşteri profilini mutlaka göz önünde bulundurduğu unutulmamalıdır.**

19 Teamül; Bir yerde öteden beri olagelen davranış (Türk Dil Kurumu Sözlüğü)

Credit Suisse tarafından hazırlanan **"Global Wealth Databook"** ta yer alan değerlendirmede dünya nüfusun **%0,8'lik kesimini oluşturan 42 milyon kişinin 142 trilyon ABD$'a** sahip olduğu ve **bu rakamın küresel toplam varlığın %44.8'ini** oluşturduğu, **nüfusun %8.7'sini oluşturan 436 milyon insan 124.7 trilyon ABD$, %26.6'sını oluşturan 1.3 milyar insan 44.2 trilyon ABD$** ve **nüfusun %64'ünü oluşturan 3.2 milyar insan ise toplam 6.2 trilyon ABD$** varlığa sahip olduğu tahmin edilmektedir.

Küresel Varlık Piramidi - 2018



Şekil 21 - Dünya Varlık Piramidi

Üretim ve ticaret planlamaları yapılırken pek çok işletme faaliyetlerini bu tür **varlık, gelir ve satın alma gücü paritesi göstergeleri** doğrultusunda planlamaktadır. Çok az ürün tüm kademeleri hedefleyen bir strateji (her kesim satın alabilir) ile piyasaya çıkmaktadır. Dünyada marka olmuş bazı gazlı içecek ürünleri buna güzel bir örnektir. Bu tür göstergeler çerçevesinde nasıl hareket edilmesi gerektiği hususuna rehber kitabın **İhracatta Pazarlama-Satış** bölümünde geniş olarak yer verilmektedir.

İhracatta ürünümüz üzerinde çalışırken, öncelikle istatistik sayfaları üzerinde ürünümüze benzer ürünlerin ülkemizden hangi fiyatlarla ihraç edildiğini kontrol etmemiz gerekir. Bu maksatla dünyada en fazla faydalanılan kaynaklardan biri **ITC Trade Map** uygulamasıdır. Söz konusu uygulamadan alınan aşağıdaki resimde **Türkiye'nin zeytinyağı ihracatı yaptığı başlıca ülkelere Türk zeytinyağının ortalama ihraç fiyatları** gösterilmiştir. Türkiye'nin **2021** yılında bütün dünyaya yaptığı **ihracat toplam 170 milyon ABDD $** olarak gerçekleşmiştir.

List of importing markets for a product exported by Turkey
Product: 1509 Olive oil and its fractions obtained from the fruit of the olive tree solely by mechanical ...

Unit : US Dollar thousand

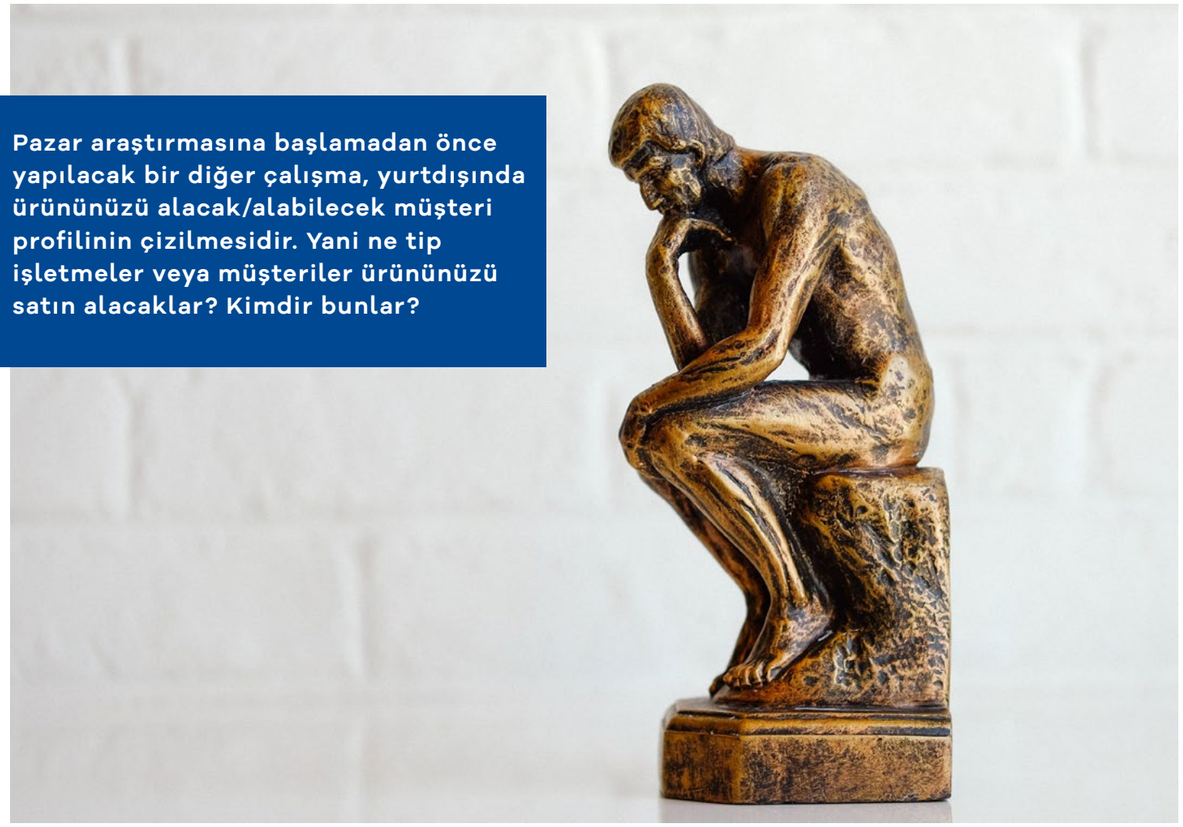
Table | Graph | Map | Companies | FDI data | Tariff data | Standards

Download: | Time Period (number of columns): 5 per page | Rows per page: Default (25 per page)

1 2 3 4 5 6 7

Bilateral 6 digits	Importers	Exported value in 2017	Exported value in 2018	Exported value in 2019	Exported value in 2020	Exported value in 2021
	World	200,432	239,601	143,197	129,296	170,182
⊞	United States of America	57,579	87,224	41,787	41,010	47,631
⊞	Spain	68,585	43,118	16,196	7,008	26,401
⊞	Japan	4,994	13,487	8,181	7,438	12,805
⊞	Israel	170	4,526	3,595	5,078	9,652
⊞	Saudi Arabia	13,743	20,551	19,029	20,772	9,240
⊞	United Arab Emirates	2,093	2,456	3,906	4,955	7,205
⊞	Iran, Islamic Republic of	4,920	4,024	8,291	2,239	6,623
⊞	Germany	2,064	2,514	2,853	2,970	4,303
⊞	Jordan	55	900	72	10	3,161
⊞	Italy	15,703	14,385	8,176	4,418	2,991
⊞	Australia	2,567	2,949	2,219	1,674	2,663
⊞	Egypt	0	447	545	488	2,351
⊞	Kuwait	772	1,380	1,963	1,544	2,170
⊞	Côte d'Ivoire	5,266	4,368	2,263	1,513	2,052
⊞	Oman	726	1,227	1,383	1,667	1,997
⊞	Canada	1,619	2,616	1,466	2,031	1,988
⊞	Lebanon	0	0	89	197	1,970
⊞	Yemen	119	225	1,289	1,019	1,895
⊞	Iraq	1,648	3,142	2,487	2,290	1,836

Resim 8 - Kaynak Trade Map



Pazar araştırmasına başlamadan önce yapılacak bir diğer çalışma, yurtdışında ürününüzü alacak/alabilecek müşteri profilinin çizilmesidir. Yani ne tip işletmeler veya müşteriler ürününüzü satın alacaklar? Kimdir bunlar?

Birçok işletme bu ayırımı yapmadığı için çok yanlış yerlerde müşterilerini aramaktadırlar. Örneğin, **eğer üretilen bir hammadde ise ve müşteriler fabrikalarsa, o zaman internet üzerindeki alım satım sayfaları hiçbir zaman çalışma yapılmayacak kaynaklardır.** Çünkü fabrikalar tedarikçilerini asla bu tür talep siteleri aracılığı ile aramamaktadırlar.

> **Fabrikaları, ürettiği ürünleri pazarlamak için kullandığı kaynaklarda aramak gerekmektedir. Yani, süttozu ihracatı yapılmak isteniyorsa, peynir üreten fabrikaları bulmam gerekmektedir, elyaf ihraç etmek isteniyorsa iplik fabrikalarına ulaşmak gerekmektedir**

Bu fabrikalar da ürünlerini pazarlamak için kullandıkları reklam kanallarından rahatlıkla bulunabilmektedir. Yani eğer elyaf ihraç edilmek isteniyorsa ve hedef pazarlardan biri Almanya olarak tespit edildiyse, bu ülkeden gelen **elyaf taleplerini aramaktansa** -ki bu talepler fabrikalardan ziyade aracı tüccarlar tarafından verilmektedir- direkt olarak **iplik üreticilerini firma veri tabanlarından araştırmak** çok daha akılcı bir çalışma olacak ve daha verimli sonuçlar elde edilebilecektir.

İhraç edilmesi planlanan ürünler yurtdışında esnafın satacağı cinsten ürünlerse, esnafın tek başına talep edebileceği ürün miktarı nispeten sınırlı olduğundan, bu tür ürünlerin yurtdışında satışı için bir tüccara ihtiyaç doğmaktadır. Örneğin, zeytinyağı ihraç etmek isteniyorsa **ilk yapılması gereken, "Zeytinyağını kim satar?" sorusuna cevap vermek olacaktır.** Zeytinyağı genellikle marketler tarafından satılmaktadır. Ancak, zincir marketler dışında bir market bir tırı veya 40'lık bir konteyneri dolduracak kadar zeytinyağını bir defada sipariş veremez. Çünkü satış potansiyeli o kadar fazla değildir. Bu tür ürünler genellikle bir ülkeye tüccar toptancılar tarafından yüklü miktarda ithal edilmekte ve daha sonra iç piyasada görece küçük market ve satış noktalarına dağıtılmaktadır. Bu nedenle **aranması gereken müşteri profili tüccar** olmalıdır.

Eğer elektronik bir ürün ihraç etmek isteniyorsa, o zaman müşteri profili en başından itibaren bayi olmalıdır. Çünkü bilindiği üzere elektronik malzemelerin ithalatında pek çok ülke yurtiçinde teknik servis kurulmuş olma şartı aramaktadır. Bu yapıyı oluşturabilecek müşteri profili ise genellikle bayiliktir.

Görüldüğü gibi verilen üç örnekte **farklı müşteri profili** ortaya çıkmaktadır. Bu profillere sahip potansiyel alıcıların farklı kaynaklardan tespit edilebileceği unutulmamalıdır. Dolayısıyla **KOBİ**'lerin pazar araştırma çalışmalarına başlamadan önce kesin olarak müşteri profillerini doğru bir şekilde tespit etmiş olmaları önemlidir.

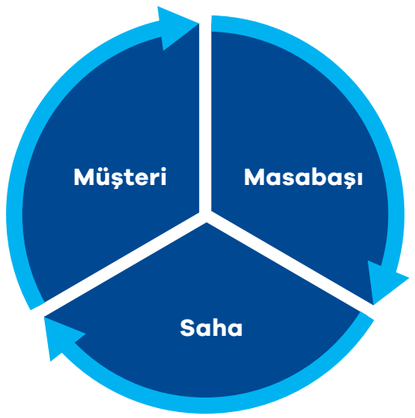
Hedef Pazarların Tespiti

KOBİ'lerde altyapının oluşturulup, ürün ve müşteri kararı verildikten sonra gelinen aşama ürünlerin pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinin, potansiyel müşteri araştırmalarının hangi pazarlarda yapılacağının yani hedef pazarların tespit edilmesi aşamasıdır. Bu çalışma rehber kitapta bir sonraki başlık altında değinilen **Pazara Giriş Stratejisi** belirlendikten sonra da yapılabilir. Hedef pazarların tespiti maksadı ile yapılacak pazar araştırmaları kapsamında, işletmenin bir pazarın hedef pazar olup olamayacağına karar vermesini sağlayacak çeşitli incelemeler yer almaktadır. **Pazar araştırmasının başlıkları olarak nitelendirilecek bu incelemeler:**

- ürün
- fiyat
- paketleme
- talep
- satış şartları
- ödeme şartları
- mevzuat
- nakliye
- ülke
- müşteri
- rakipler

ve benzeri bilgileri kapsamalıdır.

İşletme bu incelemeler neticesinde elde ettiği verileri değerlendirerek, kendi kriter ve hedefleri doğrultusunda hangi ülkeyi ya da ülkeleri hedef pazar olarak nitelendireceğine karar verecektir. Aşağıda yer alan Şekil 22'de bir pazar araştırmasının aşamaları (tek tek de yapılabilir) gösterilmektedir.



Şekil 22 - Pazar Araştırma Aşamaları

Masabaşı Araştırması

Masabaşı araştırması **araştırmacının tüm çalışmayı pazara gitmeden, uzaktan ve internet üzerinde tespit edeceği web sitelerini ya da temin edeceği yazılı belge ve bültenleri inceleyerek, o ülkede hali hazırda yer alan ticari müşavirlik imkânlarını kullanarak gerçekleştirdiği çalışmadır.** Saha çalışmasının yapılamadığı (örneğin içinde bulunulan pandemi dönemi gibi) zamanlarda ya da saha çalışması yapılmadan önce bir ön inceleme gerçekleştirilmesi maksadı ile masabaşı araştırması yapılabilir. **Eğer masabaşı çalışması, sonrasında geçekleştirilecek bir saha çalışmasının ön çalışması ise,** amacı hedef ülkelerin tespiti ve saha çalışması sürecinde o hedef ülkede irtibata geçilecek potansiyel müşterilerin tespiti ile sınırlı olabilir. Diğer yandan, **eğer masabaşı çalışmasından sonra bir saha incelemesi yapılmayacaksa** o taktirde tüm hedef pazar ve müşteri araştırması masabaşı çalışması neticesinde tamamlanarak potansiyel alıcılar ile irtibata geçilebilir.

Saha Araştırması

Hedef pazarın **pazara gidilerek, pazarın yerinde incelenmesi ile tespit edildiği** araştırmadır. Masabaşı çalışmasının devamı olarak yapılması önerilse de, masabaşı araştırması neticesinde çok fazla bilgi ediniemeyen özellikle Afrika ve Orta Asya gibi bölgelere yönelik araştırmalarda tek başına da uygulanabilmektedir. Diğer yandan, masabaşı çalışması ile tespit edilen hedef pazarlarda potasiyel müşterilerin tespiti maksadı ile de çalışılabilir. Yani hedef pazarların tespiti masabaşı çalışması ile o hedef pazarlardaki alıcıların tespiti saha çalışması ile yapılabilir.

Müşteri Araştırması

Müşteri araştırması, **ihracatı planlanan ürünlere benzer ürünleri daha önce ithal etmiş nihai müşteriler ile veya ihracatı arttırmak isteyen KOBİ'ler için ürünlerini daha önce satın almış müşteriler ile ürün hakkında görüşmelerin yapıldığı** araştırmalardır. Örneğin; oto yedek parçası ihracatı yapan bir **KOBİ**'nin ihracatını arttırmak maksadı ile halihazırda o yedek parçayı satın almış ve kullanan sürücüler ya da servis elemanları ile yapacağı görüşmeler bu kapsamda değerlendirilebilir. Zor ve masraflı olması aşikâr bu çalışmaların özellikle araştırma-geliştirme faaliyetlerine önem veren işletmeler için son derece önemli bilgiler içereceği unutulmamalıdır.

Bu üç farklı araştırma yöntemi hakkında genel bir değerlendirme yapılması gerekirse; eğer imkânlar el veriyorsa çalışmaların öncelikle bir masabaşı çalışması ile başlaması ve bu çalışmada hedef pazarların tespit edilmesi, potansiyel alıcıların ismen bulunması, takiben o hedef pazarlara birer seyahat düzenlenerek hem masabaşı çalışması çerçevesinde tespit edilen hedef pazarların ve alıcıların teyit edilmesi, hem de masabaşı çalışması sırasında ulaşılamayan pazar bilgileri ve alıcılara ulaşılması en verimli çalışma yöntemi olarak uygulanabilir.

İster masabaşı, ister saha isterse müşteri araştırması olsun, tüm bu faaliyetlerin bir strateji çerçevesinde planlanması ve yürütülmesi daha sonra gerçekleştirilecek olan pazarlama ve satış çalışmalarının başarısı açısından son derece önemlidir.

Yani başarılı bir pazar araştırması ürünlerin pazarlama çalışmalarına kolaylaştıracak ve pazarlama maliyetlerini düşürecek bununla beraber satış potansiyelini arttıracaktır. Bu amaçla, KOBİ'ler pazar araştırma çalışmalarına iki yöntem üzerine oluşturabilirler. Bu iki yöntemin tek başına ve/veya birlikte kullanımları mümkündür. **Tepkisel ve Eylemsel** olarak adlandırılan bu iki yöntem içerik olarak birbirinden çok farklı çalışmaları kapsamaktadır. Bununla beraber **tepkisel yöntemin masabaşı çalışmaya, eylemsel yöntemin ise saha masabaşı + saha çalışmasına daha uygun olduğu söylenebilir.** Çünkü, tepkisel yöntemde mantık, ulusal ve/veya uluslararası B2B[20] , B2B[21] sitelerde yer alan taleplerin tespit edilmesi ve bu taleplere standart tanıtım yazıları gönderilerek iletişim kurulmaya çalışılmasıdır. Anlaşılacağı gibi bu yöntemde odaklanılan taleptir. Araştırmacı ülkenin hedef pazar olup olmadığını genelde göz ardı etmektedir. Diğer yandan, araştırmacının tespit ettiği talepler o gün dünyanın dört tarafındaki tedarikçilerin pek çoğu tarafından da görülmektedir. Yani bir talebe pek çok tedarikçi cevap verebilmektedir.

Eylemsel yöntem ise, öncelikle ihracat için potansiyel teşkil eden pazarların tespiti, işletmenin hedefleri doğrultusunda bu potansiyel pazarların hedef pazarlar haline getirilmesi ve daha sonra da bu hedef pazarlardaki potansiyel alıcıların tek tek tespit edilerek yine tek tek ve her potansiyel alıcıyla özel teklif ve tanıtımlar kanalı ile irtibata geçilmesi mantığı ile çalışmaktadır.

Tepkisel / PASİF
• B2B, B2C sitelerin kullanımı
• Toplu e-mail gönderimleri
• Toplu taleplere cevaplar
• Dönüşler tek tük ve tesadüfi
Eylemsel / AKTİF
• Ürün, müşteri, pazar profillerinin tespiti
• Bu çerçevede hedef pazar ve potansiyel alıcıların bulunması.
• Geri dönüş daha yüksek

Tablo 6 - Pazar Araştırması Yöntemleri

İçinde bulunduğumuz pandemi sürecinde pazar araştırmasının masabaşı çalışmaları ile gerçekleştirilmesi, saha ve müşteri araştırmalarının pandemi sonrasına bırakılması uygun olacaktır. Diğer yandan, yine aynı sebepten dolayı pek çok yerli ve yabancı tedarikçinin saha araştırması yapmaktan kaçınması ve yurtdışı iş seyahatlerini ertelemesi bir fırsat olarak değerlendirilebilir.

20 B2b; business to business. İşletmeler arası alım-satım maksadı ile çalışan pazaryeri siteleri. Örnek: Alibaba.com

21 B2c; business to customer. İşletmeden müşteriye satış maksadı ile çalışan pazaryeri siteleri. Örnek: Gittigidiyor.com

Masabaşında incelenmesinde fayda olan konuları şöyle sıralanabilmektedir:

- Ülkemizin söz konusu üründe başlıca mevcut pazarları hangi ülkelerdir?
- O üründe dünyadaki başlıca pazar ülkeler hangileridir?
- Söz konusu ürüne duyulan talebin ülkemizin ve dünyanın başlıca pazar ülkelerinde genel seyri nedir?
- Ülkemizin söz konusu üründe ortalama ihracat fiyatı nedir?
- O ürünün dünyada genel talep gören fiyatı nedir?
- Rakip ihracatçı ülkeler hangileridir? Hangi ülkelere, hangi fiyattan ihracat yapmaktalar?
- Söz konusu üründe dünyada gelişen ve gerileyen pazarlar hangi ülkeler?
- Hedef olarak belirlediğimiz ülkelerdeki potansiyel alıcılar hangi firmalardır?

Hangi aşamalardan geçerek ve hangi yöntemi uygulayarak yapılmış olursa olsun, bir pazar araştırmasının sonunda ihracatı yapılması planlanan ürünün hedef pazarlarının ve potansiyel alıcılarının tespit edilmiş olması gerekir. Çünkü bundan sonraki aşama artık o pazardaki o alıcılarla nasıl irtibat ve ilişki kurulacağıdır.

Masabaşı çalışması yapmak maksadı ile yararlanılabilecek kaynaklar aşağıdaki şekilde sıralanabilir:

- Ulusal ve uluslararası istatistik siteleri
- Uluslararası firma veritabanları
- Ulusal ve uluslararası kaynaklarca hazırlanmış ülke raporları
- Alım-satım sayfaları
- İhale duyuru sayfaları
- Konşimento ve gümrük beyannamesi bilgileri veren sayfalar
- Finansal bilgi sayfalarıdır

Bu kaynakları hedef pazar araştırması çalışmasında ihtiyaç duyacağımız bilgi sırasına göre sıraya koyacak olursak, ilk sırada istatistik siteleri gelmektedir. İstatistik sayfalarından ülkelerin birbirleri ile yaptıkları dış ticaretin tonaj, fiyat, gümrük vergisi gibi bilgileri ile pazarlarda oluşan trendlere ulaşılabilmektedir. Bu amaca yönelik olarak kullanılabilecek, istatistiki bilgi temin edilebilecek ulusal ve uluslararası kaynaklar mevcuttur.

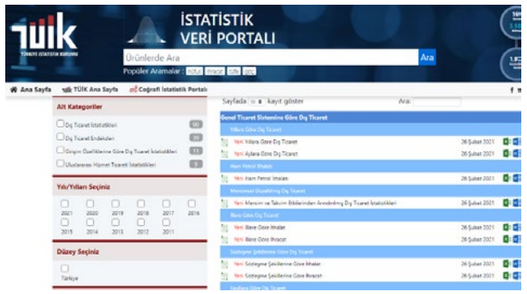
Ulusal ve Uluslararası İstatistik Sayfaları

Türkiye İstatistik Kurumu (TUIK)

Ülkemizde dış ticaret alanında güvenilir istatistikî veri sunan kaynakların başında **TUIK (www.tuik.gov.tr)** gelmektedir. Siteye giriş yapıldığında "istatistikler" menüsü içerisindeki "dış ticaret" sekmesi tıklanarak ülkemizin dış ticaret ile ilgili istatistiki verilerine ulaşılabilmektedir. Bu verilerden bazıları:

- Fasıllara Göre Dış Ticaret
- Ülkelere Göre Dış Ticaret
- Ödeme Şekillerine Göre Dış Ticaret

ve benzeri başlıklı tablolarda yer almaktadır.



Resim 9 - TUIK Dış Ticaret İstatistikleri

TUIK, Türkiye'de pek çok alanda istatistik veri derlemekte ve sunmaktadır. Bu durum **TUIK**'in söz konusu alanlarda uzmanlaşmasına ve yurtdışında sadece dış ticaret konusunda faaliyette bulunan istatistik kaynakları kadar detaylı bilgi temin etmesine bazen mani olmaktadır. Bu nedenle, hedef pazar araştırması çalışmaları yaparken **TUIK**'in yanı sıra yurt dışı kaynaklardan da faydalanmak hazırlanacak raporların gerek güncelliği gerekse detay ve derinliği açısından önemlidir.

Dünyada sadece ülkeler arası ticareti inceleyen, uzmanlık alanı, ülkelerin ihracat ve ithalat bilgilerini toplamak ve bu bilgileri istatistiki bilgi haline getirerek sunmak olan kuruluşlar vardır. Bunlardan ilki ve en geniş veritabanına sahip olan **Birleşmiş Milletler** örgütünün **UNComtrade** platformudur.

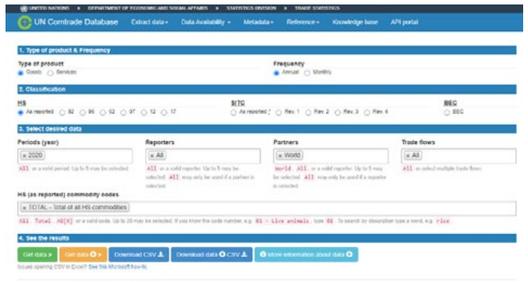
UNComtrade

UNComtrade, http://comtrade.un.org sitesinde dünya üzerindeki ürün alım satımı hakkında istatistikî veri sunmaktadır. **Veriler; ülke, ürün, bölge ve zaman aralığı bazında** alınabilir. Hizmeti ücretsizdir. Site üzerinde çalışabilmek için İngilizce bilmek gerekmektedir. **UNComtrade** dünyada dış ticaret ile ilgili veri talep eden kurum ve kuruluşların da birinci derecede veri kaynağıdır.

UNComtrade sitesinde kullanılacak alanlar, giriş sayfasında görünen database ve analytical tables'dır. Database (veritabanı) alanının altında açıklandığı üzere, **UNComtrade** 1962 yılından bu yana topladığı 1.75 milyar ticari kaydı bu site kapsamında sunmaktadır. Database kısmı, araştırmaların yapılacağı, analytic tables (analitik tablolar-yayınlar) kısmı ise bu araştırmalardan derlenmiş olan özel yayınların, raporların ve tabloların alınacağı kısımdır.

Resim 10 - UNComtrade Ana Sayfa

UNComtrade sitesinden mevcut pazarlar ile ilgili bir çalışma yapmak istenirse ana sayfa üzerinde yer alan Get Data menüsünden ilerleyerek Extract Data sekmesine ulaşılmaktadır. Bu sekme üzerinden aşağıda gösterilen Resim 11'e ulaşılmaktadır.



Resim 11 - UNComtrade Veri Alma Sayfası

Sayfada gerekli yerlerin doldurulmasından sonra – HS Code[22] bölümüne zeytinyağının tüm dünyadaki gümrük kodu olan 1509 yazarak - Türkiye'nin 2019 yılı zeytinyağı pazarları, tonaj ve toplam ihracat tutarları bazında karşımıza çıkmaktadır.

Tabloda görüldüğü gibi Türkiye 2020 yılında toplam 129 milyon ABD$ ihracat gerçekleştirmiştir. İhraç edilen miktar 53,683,998 kilogramdır. En fazla alım yapan ülke 41 milyon ABD$'lık ithalatı ile ABD olmuştur. ABD'yi S. Arabistan ve Japonya takip etmiştir.

Resim 12 - 2020 yılı Zeytinyağı Pazar Ülkeler

UNComtrade sayfası üzerinden ulaşılan Visualize Data bölümü altında ise yukarıda gösterilen tabloların grafik bazlı görsellerine de ulaşılabilmektedir. Aşağıda yer alan Resim 13'te 2019 yılı itibariyle dünyanın önde gelen zeytinyağı pazarları ve pazar pay oranları gösterilmektedir.

Resim 13 - 2019 yılı Dünya Zeytinyağı Pazarları

"Trade Data Analytics and Visualization" bölümünden ilerleyerek ürünlerin ihracat ve ithalat ile ilgili grafiklerine kolaylıkla ulaşılabilmektedir. Bu çalışmaları yapabilmek için **www.trendeconomy.com** web sitesi üzerinde ücretsiz bir üyelik yapılması gerekmektedir. Üyeliğin tamamlanmasını takiben site üzerinden tablolar ve grafikler halinde ürün veya ülke bazında incelemeler yapılabilir. İlgili site derleyerek sunduğu verileri UNComtrade gibi Birleşmiş Milletler kaynaklarından temin etmektedir.

Bu bölümün girişinde de belirttiğim gibi, ihracat konusunda pazar araştırması yapmak isteyen profesyonellerin bu amaçla esas kullandıkları kaynak **ITC Trade Map** uygulamasıdır.

22 GTİP "Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu" (Harmonized System Code veya kısaca HS Code). Bütün ürünlerin gümrük işlemlerinde kolaylık sağlaması ve bir karışıklığa neden olmaması için tanımlanmış kod numaraları vardır. Bütün vergilendirmeler, gümrükteki diğer işlemler bu kodlar üzerinden yapılır. Kayıtlar bu kodlar ile sınıflandırılır. Bu sebeple istatistik siteleri de verileri hem bu sisteme göre saklar hem de sunarlar.

ITC Trade Map

Uluslararası Ticaret Merkezi (International Trade Center "ITC") uluslararası ticaretin gelişmesi için faaliyette bulunan bir kuruluştur. Bu genel misyonun alt başlıklarından biri de talepte bulunan herkese dünya ticareti hakkında istatistiksel bilgi sunmaktır. Bu amaçla faaliyette bulunan uygulama tüm dünyada **Trade Ma**p olarak bilinir. Uygulamaya uygulamanın kendi site adresinden **www.trademap.org** veya **ITC'nin www.intracen.org** sitesi üzerinden girilerek **http://www.intracen.org/exporters/trade-statistics/** adresinden de ulaşılabilir.

Trade Map uygulamasını kullanabilmek için üyelik şarttır. Uygulama esasen ücretli olmasına rağmen Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerden uygulamaya bağlanan üyeler, uygulamayı ücretsiz olarak kullanmaktadır.

Resim 14 - Trade Map Giriş Sayfası

Üyeliğin tamamlanmasından sonra, üyelik bilgileri girilirken belirlenen e-posta adresine **Trade Map** bir onay mesajı gönderecektir. Bu onay mesajındaki linkin tıklanması ve yönlendirmelerin takip edilmesi gerekmektedir. Bu işlem yapılmadığı sürece **Trade Map** kullanımı aktifleşmeyecektir.

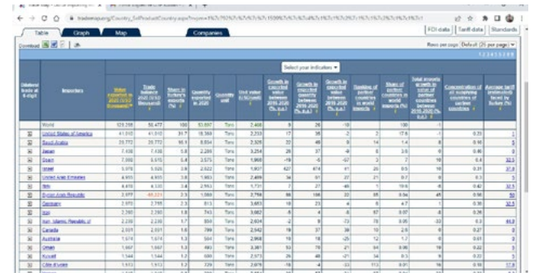
Giriş sayfasının tam ortasında **Trade Map** uygulaması hakkında çok kısa bir bilgi yer almaktadır. Buradaki bilgide **Trade Map'in 220 ülkeden toplam 5300 ürünün dış ticareti hakkında veri sunduğu belirtilmektedir.**

Trade Map üzerinde Türkiye'nin ihraç pazarlarının tespiti ile ilgili bir çalışma yapılabilmesi için ana sayfa üzerinde yer alan kutuların aşağıdaki şekilde doldurulması gerekmektedir.

Exports (İhracata için export seçilecek, ithalat olsaydı import seçilecekti.)
Product (Açılan menüden servis de seçilebilir.)
Single (Tek ürün aranmakta. Eğer bir ürün grubu belirlendiyse burada group seçilecekti.) 1509 (Ürünün 4 veya 6 rakamlı GTIP'ı ya da adı girilecek.)
Country (Türkiye yazılacak)
Partner (Türkiye'nin hangi ülke ile ticareti aranmakta. Bütün dünya ise "boş bırakılmalı" veya "All" olmalı.)

Bu aşamadan sonra **Trade Map**'ten ne talep edildiği belirtilmelidir. **Trade Map** son yılı detaylı olarak, yıllara, çeyreğe ve aylığa sari ihracat veya ithalat rakamlarını ülkeler bazında toplu olarak ve ihracat ithalat yapan firmaları isimleri ile – Kompass veya D&B işbirliği ile – vermektedir.

2020 yılının ihracatı detaylı olarak görülmek istendiğinde aşağıdaki tablo oluşacaktır.



Resim 15 - 2020 yılı Türkiye'nin zeytinyağı pazarları

Trade Indicators tablosu bize Türkiye'nin mevcut zeytinyağı pazarları ile ilgili detaylı bilgi vermektedir. Time Series kutucuklarından birinin seçilmesi ile de ilgili zaman diliminde gerçekleştirilen ihracatın rakamları ülkeler bazında elde edilecektir.

Resim 15'te yer alan tabloda en sağda yer alan **Tariff (Gümrük Vergi Oranları)** maddesi ve tablonun tam ortasında üstte yer alan **Companies (Şirketler)** bölümü **Trade Map** uygulamasının bir özelliğidir. **Tariff** bölümünde yer alan rakamlar % olarak pazar ülkenin o üründe uyguladığı tahmini gümrük vergisi oranını, **Companies** bölümü ise üzerinde çalışılan ülkede o ürünü ihraç ya da ithal (hangi konuda araştırma yapılıyorsa -ki şimdi Türkiye'nin ihracatı incelendiği için Türkiye'deki-) eden firmaların isimleri verilmektedir. Bu bölüm özellikle bir hedef ülke belirledikten sonra o ülkede yerleşik potansiyel alıcıların bulunması konusunda önemli bir kaynaktır.

Resim 15'te gösterilen tablonun ilk altı sütununda **ithalatçı ülkeler, ithalat rakamları, dış ticaret dengeleri, miktarlar, birim fiyatlar** gibi bilgiler yer almaktadır. **UNComtrade** sitesinde de karşımıza çıkan bilgileri içermektedir. Sonrasında gelen sütunlarda ise (Exported growth in value between 2016-2020 [%, p.a.] ve Exported growth in quantity between 2015-2019 [%, p.a.]) sırasıyla **son 5 yıl içerisinde miktar ve parasal değer anlamında söz konusu ürünün ticaretinde Türkiye ile pazar ülkelerin ticaretindeki gelişmeyi**, sonraki sütun (Exported growth in value between 2019-2020 [%, p.a.]) son tamamlanan yıl içerisindeki gelişmeyi, **sonraki sütun** (Ranking of partner countries in world imports) **pazar ülkelerin dünyadaki ithalatçı ülkeler listesindeki sırasını, sonraki sütun** (Share of partner countries in world imports [%]) **ülkelerin dünya ithalatındaki payını ve son sütun da** (Total import growth in value of partner countries between 2016-2020 [%, p.a.]) **pazar ülkenin son beş yıl içerisinde toplam pazar ülkeler içerisinde Türkiye'den alımlarını ne kadar arttırdığını oransal olarak göstermektedir.**

Trade Map'in sunduğu bu tablolar Microsoft Office Word, Excell veya Microsoft Note Pad olarak bilgisayarlara indirilebilmekte veya yazıcı çıktısı olarak alınabilmektedir.

Trade Map üzerinde yapılabilecek iki çalışma daha bulunmaktadır. Bunlardan ilki pazarın dünya üzerinde yayılımıdır. Bu çalışmayı yapabilmek için tablonun üzerinde yer alan **Map** (Harita) bölümü seçilmelidir. Açılan dünya haritasının sol üst köşesinde yer alan map kutucuğu ve içerisinde bulunan, unit value (birim fiyat), share in world imports (dünya ithalatındaki payı) ve imported value (ithal edilmiş tutar) seçenekleri ile farklı haritalar üretilebilmektedir. Bilgisayarın imlecini ilgilenilen ülkenin üzerine taşıyarak o ülke ile ilgili istatistikî bilgilere ulaşabilmektedir.

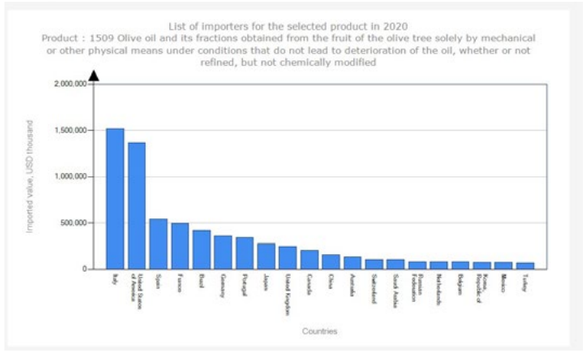
Resim 16 - Trade Map Zeytinyağı Pazarları haritası

Yapılacak son çalışma, pazar araştırmasında hangi ülkelerin hedef ülke olarak seçilebileceği konusunda son derece önem taşımaktadır. Bu çalışmada, **Trade Map'in Graph** (Grafik) bölümü kullanılmaktadır.

Grafik bölümü üzerinde çalışırken **Trade Map**'in iki ana grafik mantığı üzerine çalıştığının bilinmesi gerekir. Birincisi **ham verilerin olduğu gibi grafiklere yansıtıldığı geleneksel grafik yapısı** -ki bu grafikler çubuk, pasta, çizgi vb. grafikler şeklinde sunulmaktadır- diğeri ise **ham verilerin ikinci bir işleme tabi tutularak farklı sorgulamalar ile işlenip sunulmasıdır**; bu grafikler ise balon grafiklerdir.

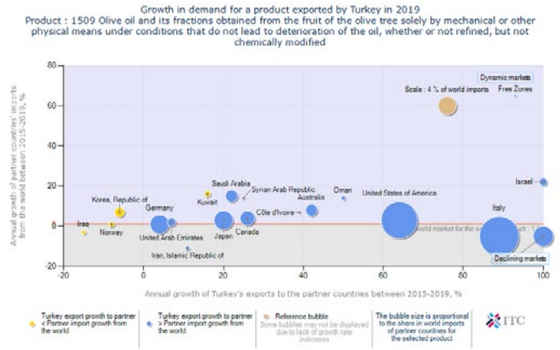
Geleneksel grafikler her türlü sorgulamada alınabilirken, balon grafikler bir ülkenin ihracatı veya ithalatı baz alındığında hazırlanabilmektedir.

Aşağıda, dünyadaki **en büyük zeytinyağı alıcıları** gösteren **Trade Map** grafik uygulaması ile hazırlanmış bir çubuk grafik yer almaktadır. Görüldüğü üzere – daha önceki çalışmalarımızda da bu konuda bilgilere ulaşmıştık – 2020 yıl sonu verilerine göre İtalya dünyanın en büyük zeytinyağı pazarıdır. İtalya'yı ABD ve İspanya takip etmiştir.



Resim 17 - Trade Map Dünya Zeytinyağı Pazarları Grafiği

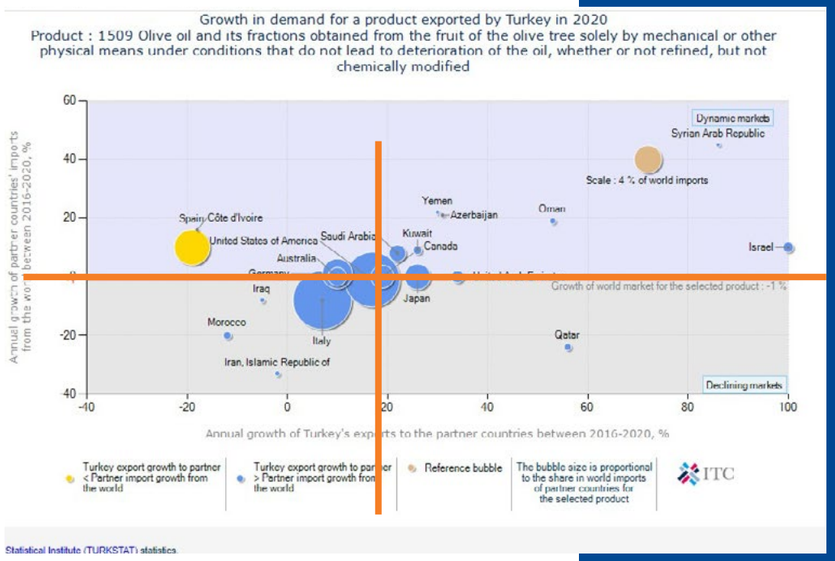
Trade Map'in hedef pazarların tespitinde kullanılan en önemli aracı balon grafiklerdir. Aşağıda yer alan Resim 18'de gösterilen grafikte zeytinyağı için Türkiye'nin mevcut pazarlardaki ihracat performansı gösterilmektedir.



Resim 18 - Trade Map Türkiye'nin Zeytinyağı Pazarları Balon Grafiği

Bu balon grafikte Türkiye'nin mevcut pazarlarını, pazarların dünya ticaretindeki yerini ve Türkiye'nin bu pazarlardaki gelişimi gösterilmektedir. Grafikte iki eksen bulunmaktadır. **Yatay eksen** (share of partner countries in Turkey's exports, 2020, % - **pazar ülkelerin 2020 itibariyle Türk ihracatından aldıkları pay**), **dikey eksen** (annual growth of partner countries' imports from the world between 2016-2020, **% - 2016-2020 döneminde pazar ülkelerin dünyadan yapmış oldukları alımların yıllık gelişimi)** gösterilmektedir. Dairelerin büyüklükleri, sağ üstte görülen (scale) daire (%4) ile karşılaştırılarak tahmin edilebilmektedir. Bilgisayarın imleci o ülke üzerine götürülmek suretiyle de bu veri okunabilmektedir. Örneğin, İspanya'nın dünya zeytinyağı piyasasındaki alım payı %7.1'dir. Türkiye'nin İspanya'ya ihracatı son beş yılda yıllık ortalama %19 azalmıştır. Aynı dönemde İspanya'nın tüm dünyadan yaptığı ithalat ise yıllık ortalama %10 artmıştır.

Ayrıca bazı ülkeler **mavi** bazı ülkeler **sarı** renkle gösterilmektedir. Bu ayırımın detayları grafiklerin altında yer almaktadır. Mavi ülkelerin dünyadan yapmış olduğu zeytinyağı ithalatı, Türkiye'den yaptığı zeytinyağı ithalatından oransal olarak daha az olmuştur. Yani Türkiye bu ülkelerde pazar payını arttırmıştır. Ancak bu durum Türkiye'nin o ülkelere daha fazla ihracat yapmaya başladığını göstermemektedir. Türkiye aynı oranda ihracat yaparken diğer ülkelerin ihracatı aşırı derecede düştüyse o durumda da balon mavi renk olacaktır. Sarı renkli ülkelerde ise durum tam tersidir. Yani Türkiye'nin bu ülkelerde pazar payı azalmıştır. Türkiye bu ülkelere ihracatını arttırmış ancak yine de pazar payı düşmüş olabilir. Örnek Kuveyt.



Resim 19 - Trade Map Türkiye'nin Zeytinyağı Pazarları Balon Grafiği Bölümleri

Bu grafik doğrultusunda hedef pazarların ve ilk hangi ülkeden başlanacağının kararının verilebilmesi için basit ama etkili bir çalışma yapılabilir:

İki eksenin 0 (sıfır) noktalarından geçecek şekilde yatayda ve dikeyde iki çizgi çizilerek büyük bir artı işareti ile grafik dört alana ayrılır. Bu büyük artının sağ üst bölgesi **1. Bölge**, sol üst bölgesi **2. Bölge** -ki bu iki bölgeye Trade Map dynamic markets (dinamik pazarlar) der-, sağ alt bölgesi **3. Bölge** ve sol alt bölgesi **4. Bölge**'dir, ki buraya **Trade Map declining markets** (düşen pazarlar) demektedir.

1. Bölge: Bu bölgedeki ülkelerin 2016-2020 döneminde dünyadan ve Türkiye'den alımları artmıştır. Bu bölgede çap büyüklükleri ile dikkat çeken ülkeler (dünyadan alımları fazla) öncelikle Suriye, Umman, İsrail, S. Arabistan'dır. Türkiye geçen 5 yıl içerisinde pazar payını arttırmıştır.

2. Bölge: Dünyadan alımları artmasına rağmen, Türkiye'den alımları düşen ülkeler bu bölgededir. İspanya bu bölgede yer almaktadır. Türkiye aynı zamanda bu ülkede pazar payı kaybı da yaşamaktadır.

3. Bölge: Bu bölge aslında ilginç bir bölgedir. Çünkü dünyadan alımları 0 (sıfır)'ın altında yani dünyadan alımları azalmış ama Türkiye'den alımları artmış. Katar ve İtalya bu bölgede yer almaktadır.

4. Bölge: Bence kesinlikle uzak durulması gereken bir bölgedir. Dünyadan ve Türkiye'den alımları düşmüş olan ülkeler bu bölgede yer almaktadır.

Yukarıda yer alan zeytinyağı çalışması çok basit bir pazar araştırması olarak değerlendirilebilir. Ülkelerin bu şekilde tespitinden sonra Trade Map üzerinden alınacak fiyat ve gümrük vergisi oran bilgileri ile çalışma pekiştirilebilir.

Ulusal ve Uluslararası İstatistik Sayfaları

Bir ülkenin pazar olarak nitelendirilebilmesi için istatistikî bilgiler son derece önemlidir, ancak yeterli değildir. Dikkat edilirse **UNComtrade** ve **Trade Map** üzerinde çalışırken karşılaşılan bilgiler, tablolar ve o tablolardaki verilerin derlenmesi ile hazırlanmış olan grafiklerdir. Hiçbir yorum ve değerlendirme bu veriler bünyesinde yer almamaktadır. Ülkelerin gelir seviyesi, bankacılık ve finansal yapısı, yaşam tarzı, siyasi yapısı, ambargolar, destekler, tüketim alışkanlıkları ile ilgili bilgiler bu tablolarda ve grafiklerde görülmemektedir. Pazar araştırması yapan pek çok işletme göz ardı etse de, bu bilgiler hedef pazarların tespitinde mutlaka değerlendirilmelidir. Yani, istatistik sayfalarında ülkeleri belirledikten sonra o ülkeleri sosyo-ekonomik durumuna göre de bir süzgeçten geçirmek faydalı olacaktır.

Bu amaçla kullanılabilecek bazı önemli kaynaklar vardır:

CIA

Bilindiği üzere CIA (Central Intelligence Agency) ABD'nin Merkezi Haber Alma Teşkilatıdır. CIA'in istihbarat çalışmaları çerçevesinde ülkeler hakkında elde ettiği veriler CIA tarafından THE WORLD FACT-BOOK web sitesinde tüm dünyaya ücretsiz olarak sunulmaktadır. Bu kaynakta ülkeler hakkında

- Coğrafya
- İnsanlar ve Toplum
- Ülke yönetimi
- Ekonomi
- Enerji
- İletişim
- Ulaştırma
- Askeriye
- Diğer ülkeler ile ilişkileri

ile ilgili bilgiler yer almaktadır.

The World Factbook (https://www.cia.gov/the-world-factbook/) dünyada en sık güncellenen ülke raporu sitesidir. O bakımdan birçok akademisyen ve eğitmen tarafından öncelikle tercih edilmektedir.

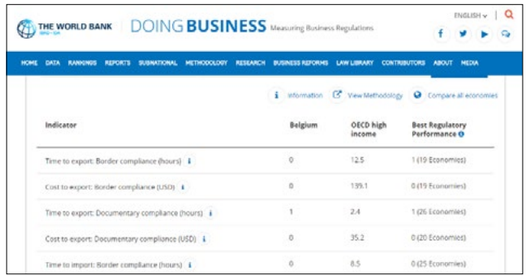
GLOBALEDGE

Michigan State Üniversitesi'nin bir çalışmasıdır.

Siteye **(http://globaledge.msu.edu)** giriş yapıldıktan sonra sol tarafta aşağıda Globaledge Insights bölümünden by country seçilerek, ülkeler bazında arama yapılabilir. Açılan ülke sayfasında orta kısımda görülecek **Country Commercial Guide** ve **Doing Business** Indicators ülke hakkında detaylı bilgilerin alınabileceği bölümlerdir.

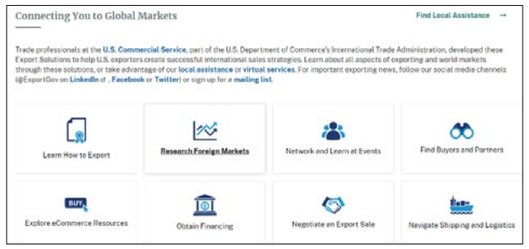
Country Commercial Guide (Ülke Ticari Rehberi), Amerikan Ticaret Servisi tarafından hazırlanmaktadır ve hemen hemen bütün ülkeler ile ilgili raporları içerir. Raporlar ağırlıklı olarak Amerikalı ihracatçılara hedef ülkede yol göstermek amacıyla hazırlanmış olsa da içerdiği bilgiler açısından tüm ihracatçılar ve yatırımcılar için son derece önemlidir.

Doing Business Indicators (İş Yapma Verileri), bir ülkede iş dünyası ve iş yapılması ile ilgili teknik bilgiler sunulmaktadır. **GLOBALEDGE** bu çalışmasını **THE WORLD BANK** (Dünya Bankası) tarafından sağlanmakta olan verilerle gerçekleştirmektedir. Bu bölümde en fazla yararlanılabilecek bölüm **Trading Across the Borders (Sınırlararası Ticarettir)**. Bu kısımda ihracat ve ithalat işlemlerinin kaçar gün sürdüğünden bu işlemlerde yapılacak masraflara, ihracat ve ithalat işlemlerinde düzenlenecek belge isimlerine kadar detaylı bilgiler yer almaktadır. Aşağıda Belçika ile ilgili çıkarılmış bir rapor bulunmaktadır. Bu raporda görüleceği üzere, Belçika'dan yapılacak ihracat işlemlerinin dört belge ile gerçekleştirilebileceği (özellikli ürünler hariç), bu belgelerin konişmento, fatura, gümrük beyannamesi ve paketleme listesi olduğu, ihraç işlemlerinin iç nakliye masrafları dahil bir konteynır için yaklaşık 1230 ABD $ tutacağı bilgileri yer almaktadır.



Resim 20 - The World Bank Belçika Verileri

Ülke verilerinin araştırılması maksadı ile yararlanılabilecek en önemli kaynaklardan biri de ABD Ticaret Bakanlığı tarafından hazırlanan **TRADE.GOV**'dur.



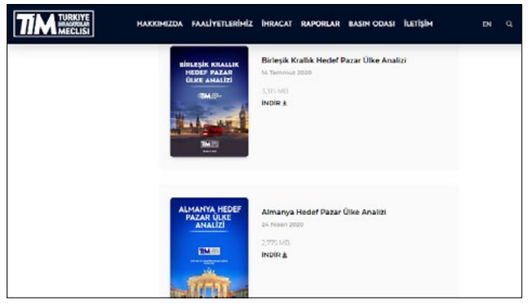
Resim 21 - Trade.gov Hizmetler Sayfası

Amerikalı firmaların ihracatlarını arttırmaları için gerekli olabilecek doğru ve güvenilir istihbarat ve bilginin sağlanması için oluşturulan site, dünyadaki bütün ülkeler hakkında güncel **Pazar Raporları** sunmaktadır.

TRADE.GOV tarafından sağlanan bilgilerin bir kısmı aşağıdaki resimlerde açıkça görülmektedir. Dikkat edileceği üzere, sunulan bilgiler bir ihracatçının hedef pazar ve müşteri araştırması yaparken ihtiyaç duyabileceği neredeyse tüm verileri kapsamaktadır. Bunlar içerisinde en önemlileri elbette **"market challenges" (pazardaki zorluklar), "market opportunities" (pazardaki imkânlar), "leading sectors for export" (ihracat için önde gelen sektörler), "customs regulations and standards" (gümrük düzenlemeleri ve standartlar), "trade and project financing" (ticaret ve projelerin finansmanı)** başlıklarıdır. KOBİ'ler hedef pazarlarını seçerken, ülkelerin ihracat, ithalat rakamları, trendler ve birim fiyatların yanı sıra mutlaka yukarıda adı geçen başlıkları da incelemeli ve nihai değerlendirmelerini yaparken bu verileri de göz önünde bulundurmalıdırlar.

Resim 22 - Trade.gov Belçika Verileri

Türkiye İhracatçılar Meclisi



Resim 23 - Türkiye İhracatçılar Meclisi Ülke Raporları

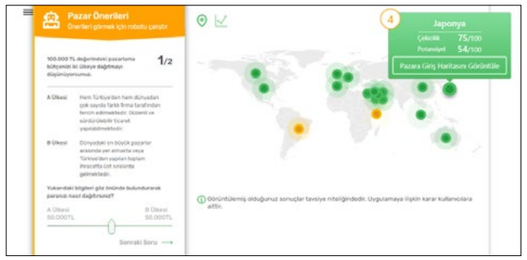
Türkiye İhracatçılar Meclisi (TIM), bölgesel ve sektörel bazda faaliyet gösteren 61 ihracatçı birliğini, 27 ihracatçı sektörü, ihracatçılara ve ihracatçı birliklerine hizmet veren **13 Genel Sekreterliği ulusal ve uluslararası düzeyde** temsil etmektedir. **TIM** bu temsil görevinin yanı sıra Türkiye'nin ihracat verileri ile ilgili son derece detaylı bilgiler sunmakta ve ihracatçıların pazar araştırma çalışmalarına katkı sağlayabilmek maksadı ile ülke raporları hazırlamaktadır. Tüm ve bilgi ve raporlara **www.tim.org.tr** sitesi üzerinden ulaşılabilmektedir.

Ticaret Bakanlığı

Ticaret Bakanlığı (www.ticaret.gov.tr) web sitesi içerisinde ihracatçıların gerek pazar bilgileri edinebileceği gerekse pazar araştırması yapabileceği önemli kaynaklar mevcuttur. Bu kaynaklardan en önemlisi 2019 yılı içerisinde çalışmaya başlayan **Kolay İhracat Platformu (https://www.kolayihracat.gov.tr/)** uygulamasıdır.

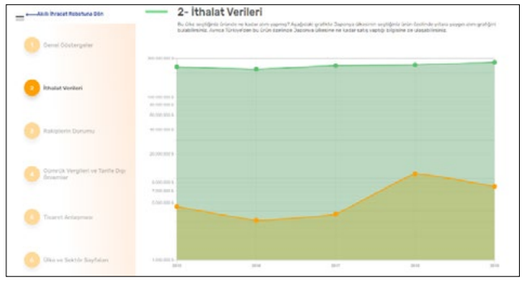
Resim 24 - Kolay İhracat Platformu

Platformun giriş sayfasında da belirtildiği üzere, platformun amacı **ihracat yapmak isteyen veya halihazırda yapan işletmelerin hedef pazar bulmaları ve pazarlar ile ilgili bilgilere tek bir kaynak üzerinden ulaşabilmelerinin sağlanmasıdır.** Platform üzerinde gerçek kişi tacir ve tüzel kişi tacir olarak çalışmak mümkündür. Daha önce **Trade Map** ve **UNComtrade** üzerinde zeytinyağı ile yapılan örnek çalışma platform üzerinde yapıldığında aşağıda yer alan Resim 25'te görülen ülkeler hedef ülkeler olarak belirlenmektedir. Ülkelerin üzerine imleç ile gidildiğinde söz konusu ülkedeki pazarın büyüklüğü ve ihracat potansiyeli ile ilgili bilgilere ulaşılmaktadır.



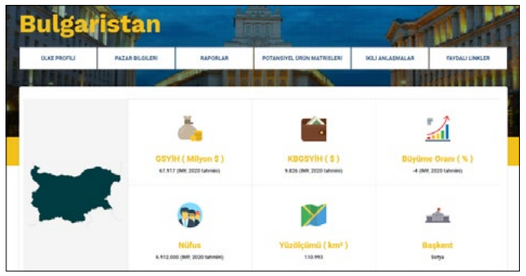
Resim 25 - Kolay İhracat Platformu Zeytinyağı Hedef Pazarları

Bununla beraber, daha önce **Ülke Raporları** bölümünde adı geçen **The World Factbook, Globaledge** ve **Trade.gov** kaynaklarında yer alan ülke hakkındaki genel bilgiler, iş yapma göstergeleri gibi verilere de platform üzerinden rahatlıkla ulaşılabilmektedir.



Resim 26 - Kolay İhracat Platformu Japonya Zeytinyağı İthalat Verileri

Ticaret Bakanlığı sitesi içerisinde ulaşılabilecek bir diğer bilgi ise ülke raporlarıdır. Web sitesinin giriş sayfasında **"ülkeler"** sekmesi üzerinden ulaşılan raporlar kapsamında seçilen ülke ile ilgili olarak **ülkenin genel profili, pazar bilgileri, ülke hakkında bazı raporlar, potansiyel ürün matrisleri, ikili anlaşmalar ve ülke hakkında bilgilerin temin edilebileceği** faydalı linkler bilgilerine yer verilmektedir.



Resim 27 - Ticaret Bakanlığı Bulgaristan Ülke Bilgileri

Bu bilgiler içerisinde yer alan potansiyel ürün matrisleri çalışması **KOBİ**'lerin ürünlerinin hedef pazarlardaki satış potansiyellerinin gösteriliyor olması nedeniyle önem arz etmektedir. Bu çalışma kapsamında Türkiye'nin ve pazara ihracat yapan diğer rakip ülkelerin pazardaki faaliyetleri gösterilmektedir. Aşağıda söz konusu kaynaktan alınan Almanya pazarında gıda ürünlerinin potansiyel ürün matrisine yer verilmiştir.

ALMANYA BAŞLICA POTANSİYEL TARIM VE GIDA ÜRÜNLERİ MATRİSİ

Sıra	Sektör	GTİP	Potansiyel Ürün	Ülkenin Dünyadan İthalatı (milyon dolar) 2019	Ülkenin Türkiye'den İthalatı (milyon dolar) 2019	Dünyaya İhracatımız (milyon dolar) 2019	Dünya İthalatında Ülkenin Payı (%) 2019	Ülkeye İhracatımızdaki Değişim (%) 2018-2019	Ülkenin Dünyadan İthalatındaki Değişim (%) 2018-2019	Ülkenin Dünyadan İthalatında İlk 5 Ülke ve Pazar Payları (%) 2019	Gümrük Vergisi Oranları (% ortalama)
1	Bisküvi	1905	Tatlı Bisküvi ve Gofretler	2.526,4	46,9	1.071,9	7	4,2	2,4	İtalya 53,4 Avusturya 10 Hollanda 6,7 İsviçre 4,8 Belçika 4,2 **(Türkiye 1,9)**	İtalya 0 Avusturya 0 Hollanda 0 İsviçre 0 Belçika 0 **(Türkiye 11,2)**
2	Şekerli ve Çikolatalı Mamuller	1806	Çikolata ve kakao içeren diğer gıda müstahzarları	2.418,3	6,2	550,3	8	42,9	-0,2	Belçika 19,4 İsviçre 15,4 Hollanda 15,1 Polonya 13,8 İtalya 6,7 **(Türkiye 0,3)**	Belçika 0 İsviçre 0 Hollanda 0 Polonya 0 İtalya 0 **(Türkiye 0,1)**
3	Sert Kabuklu Meyveler	0802	Diğer kabuklu meyveler (taze/kurutulmuş) (kabuğu çıkarılmış/soyulmuş)	2.103,7	313,7	1.500,2	12	11,7	-1,1	ABD 45,7 **Türkiye 14,9** İspanya 7,4 İtalya 6,5 Çin 4,9	ABD 2,3 **Türkiye 0,6** İspanya 0 İtalya 0 Çin 2,3
4	Gıda Müstahzarları	2106	Tarifenin başka yerinde yer almayan gıda müstahzarları	1.808,3	23,2	359,7	4	1	0	Hollanda 14,3 İsviçre 11,7 Polonya 11,2 Avusturya 7,9 Fransa 7,8 **(Türkiye 1,3)**	Hollanda 0 İsviçre 0,3 Polonya 0 Avusturya 0 Fransa 0 **(Türkiye 0,5)**

Tablo 7 - Gıda Ürünleri Almanya Potansiyel Ürün Matrisi

Tabloda görüleceği üzere üçüncü sırada yer verilmiş olan 0802 GTIP ile başlayan Sert Kabuklu Meyveler ürün grubunda Almanya'nın tüm dünyadan yaptığı ithalat 2019 yılında yaklaşık 2 milyar ABD$ iken Türkiye'nin ihracatı 313 milyon ABD$ olmuştur. 2018-2019 döneminde Almanya'ya söz konusu üründe Türkiye'den yapılan ihracat %11.7 oranında artmıştır. Türkiye, Almanya pazarında ABD'den sonra %14.9'luk pazar payı ile ikinci sırada yer almaktadır.

Pazara Giriş Stratejileri

İhracata yönelik verilmesi gereken en önemli kararlardan biri de hiç kuşkusuz pazara giriş stratejisinin ne olacağıdır. Yani ürünlerin ve hizmetlerin hangi kanallarla hedef pazarlara sokulabileceğidir. Stratejilerin pek çoğunda ürünlerin tedarikçi ülkeden pazar ülkeye gönderilmesi söz konusu iken bazı stratejilerde böyle bir faaliyete gerek olmamaktadır.

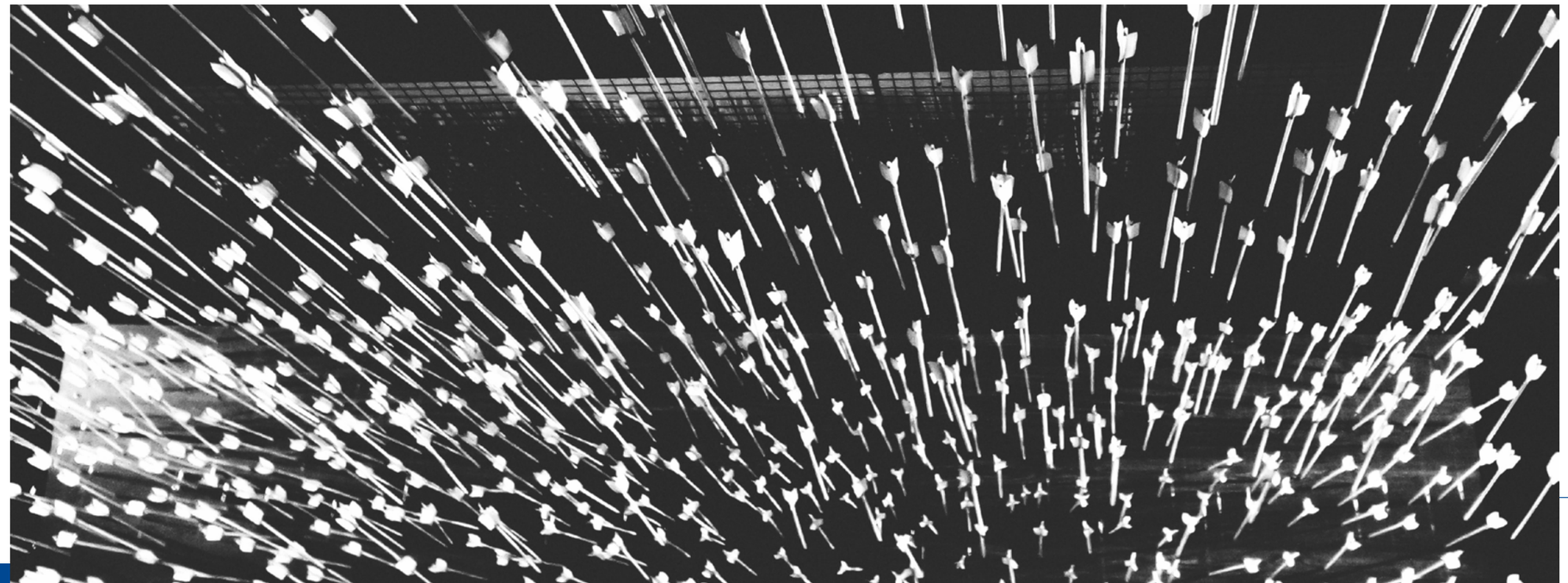
Pek çok işletme hedef pazarlarını tespit ettikten sonra elde edilen veriler ışığında o pazar koşullarına uygun bir giriş stratejisinin belirlenmesi ve bu strateji çerçevesinde pazarlama ve satış çalışmalarının yapılması gerektiğinin ayırımında değildir.

Hedef pazar tespitinden sonra derhal bu pazarlardaki potansiyel müşterilerin tespiti ve onlarla iletişim kurma çabası içerisine girmektedirler. Genel düşünce geri dönüş alınan potansiyel müşterilerle yürütülecek müzakereler neticesinde satış işleminin gerçekleşmesi ve ihracatın yapılmasıdır. Ancak ihracat pazara giriş stratejilerinden sadece biridir. Başka bir deyişle, pazara giriş stratejileri, ihracatın üst başlığıdır.

KOBİ'ler için ürünlerini hedef ülkelere sokabilmelerini sağlayacak üç ana stratejiden söz edilebilir. Bunlar;

- İhracata dayalı pazara giriş stratejisi
- Sözleşmeye dayalı pazara giriş stratejisi
- Yatırıma dayalı pazara giriş stratejisidir.

Esasen karar verilecek strateji, KOBİ'nin tüm hedef pazar ve müşteri araştırma mantığını da etkileyebileceği için, bu araştırmalar yapılmadan önce de strateji belirleme aşaması gerçekleştirilebilir. Sözü edilen bu üç strateji beraber de çalıştırılabilmektedir.



İhracata Dayalı Pazara Giriş Stratejisi

İhracata Dayalı Pazara Giriş Stratejisi, hedef pazarlarda tespit edilen potansiyel alıcılara yönelik pazarlama ve tanıtım çalışmaları ve müzakereler neticesinde satış sözleşmesinin yapılması halinde işletmenin Türkiye'den ihracat işlemlerini gerçekleştirmesi mantığı üzerine kuruludur ve genellikle takip edilen stratejidir. Direkt ve endirekt ihracat olarak iki farklı yöntemle gerçekleştirilebilir.

Direkt İhracat

İhracatçı, **hiçbir aracı kullanmadan, ithalatçının bulunmasından ödemenin alınmasına kadar tüm ihracat işlemlerini kendisi yapmaktadır.** Doğrudan ihracat yapmak için daha önce altyapı bölümünde sözü edilen tüm faaliyetleri gerçekleştirebilecek bilgi, beceri ve yetkinliğe sahip bir ihracat birimi kurmak faydalı olacaktır. Bu birim hedef pazarların ve müşterilerin tespitinden tüm pazarlama ve satış süreçlerinden sorumlu olmalıdır.

Endirekt İhracat

Bu stratejide, **ihracat yapmak isteyen ancak gerekli personel ve kaynağı olmayan KOBİ'ler, ihracat konusunda gerekli deneyim ve alt yapıya sahip kuruluşlarla iş birliği içerisinde ihracat işlemlerini gerçekleştirmektedirler.** Bu strateji doğrultusunda hareket etmek isteyen KOBİ'ler, sektörel dış ticaret şirketlerine, komisyonculara, acentelere, lokal alım ofislerine ve dış ticaret şirketlerine başvuru yapabilirler.

Sözleşmeye Dayalı Pazara Giriş Stratejisi

Bu strateji çerçevesinde **KOBİ'ler daha ziyade marka, isim, lisans, bilgi transferi, üretim reçetesi gibi ürün ve hizmetlerin satışını hedeflemektedir.** Ürünü ülkeden ihraç etmektense o ürünün yurt dışında üretilebilmesi için üretim reçetesinin satılması bu stratejiye en güzel örneklerden biridir. Dünyada özellikle gıda ve kimya sektöründe marka olmuş işletmeleri yurt dışı satışlarında bu stratejiyi takip etmektedirler. Bu strateji kapsamında çeşitli alt stratejiler çalıştırılabilmektedir.

Lisans Anlaşmaları

İşletme, **yabancı ülke işletmesine teknolojisini, tasarımını, bir markayı veya patenti sözleşmeye bağlı olarak bir bedel karşılığında** devredebilir. Böylece lisansı veren işletme dış pazarlara kolayca girebilir.

Franchising

Franchising **ürün ve hizmetleri denenmiş ve markalaşmış bir üreticinin bir diğer üretici ya da tacire mallarını belirli bir ülke veya şehirde üretme ya da pazarlama hakkını veren bir ticari ilişki** türüdür. Türkiye'deki bazı markaların yurt dışında franchising verdikleri işletmeler mevcuttur.

Sözleşmeli Üretim

Bu stratejide **KOBİ'ler yurt dışında bulunan markalar, üreticiler hatta tacirler için Türkiye'de üretim yapmakta ve bu çerçevede üretilen ürünleri ihraç etmektedir.** Türkiye'de özellikle tekstil konusunda çok ciddi sözleşmeli üretim çalışmaları yapılmaktadır.

Anahtar Teslim Projeler

Bu strateji daha ziyade bir kurulum gerektiren tesis satışlarında göz önünde bulundurulabilir. **KOBİ'ler söz konusu tesislerin üretim ve yurt dışına satışı işlerinin yanı sıra bu tesislerin kurulumunu, işletmeye alınması hatta belli bir süre sorunsuz çalıştıktan sonra kesin satışının yapılması teklifi ile ihracat imkânlarını arttırmaya çalışmaktadırlar.** Her ne kadar belli ürünlerin ihracatına yönelik bir strateji olmasına rağmen Türkiye'de pek çok tesis üreticisinin tercih ettiği stratejilerin başında gelmektedir. Hububat ve un sektöründe bu şekilde ihracat gerçekleştiren KOBİ'ler mevcuttur.

Yatırıma Dayalı Pazara Giriş Stratejisi

Yatırıma Dayalı Pazara Giriş Stratejisi KOBİ'lerin yurt dışında yapacakları yatırımlar ile kendilerine ait mağazalar, depolar, bayilikler oluşturması ve bu noktalara ihracat gerçekleştirmesi mantığı üzerine kurulmaktadır. KOBİ, tespit ettiği hedef ülkede ya sermayesinin tamamını kendisinin karşıladığı ya da ortaklık çerçevesinde sahip olduğu iş yerlerine ürünlerini ihraç etmektedir. Günümüz ihracat çalışmalarında en önemli stratejilerden biri olarak kabul edilmektedir. Ticaret Bakanlığı 2017'den bu yana yurt dışından marka ve teknolojik ürün üretimi yapan şirketlerin satın alınması ve bu alanda ihtiyaç duyulan danışmanlık faaliyetlerinin finansmanı maksadı ile ciddi destek programları uygulamaktadır. Bu strateji farklı başlıklar altında incelenebilir.

Ortak Girişim

İhracatçı firma ile ithalatçı firma arasında hisse, teknoloji transferi, yatırım, üretim ve pazarlama alanlarında bir ortaklık anlaşması yapılabilir.

Uluslararası Birleşme ve Satın Alma

KOBİ'lerin yurt dışına açılmasında **en kolay, çabuk ve maliyeti düşük strateji olan Uluslararası Birleşme ve Satın Alma** hedef pazarda hali hazırda satış yapmakta olan bir tesise, bir dükkâna hatta bir fabrikaya ortak olmak veya onları satın almak mantığı üzerine kurulmaktadır. Örneğin tarım makineleri üreten ve bu ürünleri ihraç etmeyen isteyen bir KOBİ, hedef olarak belirlediği bir ülkede bu ürünleri ithal ederek veya iç piyasadan temin ederek satan bir tarım makineleri mağazasını satın alarak kendi ürünlerinin artık bu mağaza kanalı ile o hedef pazarda satışını sağlayabilir. Yani KOBİ bu uygulama ile yurt dışında kendi kendisinin müşterisi olmaktadır.

Doğrudan Yatırım

Bu strateji kapsamında **KOBİ'ler bütün yatırım maliyetlerini karşılayarak gerek ticaret gerek üretim maksadı ile hedef ülkede bir üretim tesisi ya da satış noktası** oluşturabilirler. Yapılan hedef pazar çalışması neticesinde bir ülkenin ithalat hacminin çok yüksek veya ileriye yönelik ithalat potansiyelinin artış meyilli olduğunun tespit edilmesi durumunda işletmeler o hedef ülkeye geleneksel ihracat faaliyetleri gerçekleştirmektense direkt olarak o ülkede üretime başlamayı tercih edebilmektedirler.

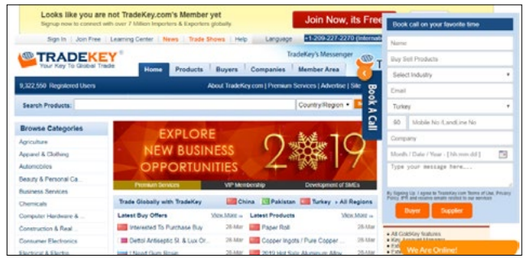
Ticari Bağlantıların Kurulması ve Geliştirilmesi

İster Trade Map'ten, ister diğer kaynaklardan olsun hedef pazarların tespitinden sonra sıra doğal olarak bu pazarlardaki potansiyel müşterilerin bulunmasına ve onlarla bağlantı kurulmasına gelir. Bu maksatla kullanabilecek pek çok kaynak mevcuttur.

Hangi kaynakların kullanılacağına karar vermeden önce mutlaka **Pazar Araştırması Yöntemleri** bölümünde değinilen **Tepkisel** ve **Eylemsel** yöntemlerin bir kez daha gözden geçirilmesi faydalı olacaktır. Zira, aşağıda açıklanan bu kaynaklardan bazıları tepkisel bazıları eylemsel yönteme göre çalışma yapmaya uygundur.

Alım-Satım Sayfaları

Alacak satacak ürünü olan bütün firma ve şahısların taleplerini koyduğu, ürünlerini sergilediği online pazaryeri platformlarıdır. Birçoğuna üyelik ücretsiz olup, kullanmak istenilen hizmetlere göre ücretlendirme yapılmaktadır. Dünyada en çok bilinen ve kullanılan alım-satım sayfası **ALIBABA**'dır. **TRADEKEY, TRADEBOSS, ECPLAZA** benzer sitelerdir. Bu sitelerin tamamında herkesin alım-satım taleplerini koyduğu büyük bir tahta, bir de özellikle üreticilerin ürünlerini sergilediği ortak veya her üretici için ayrı sergi alanları bulunmaktadır. Taleplerin olduğu o büyük tahtaya genellikle **trade leads (ticari talepler)** kelimesi takip edilerek ulaşılırken, sergi alanlarına **products (ürünler)** veya **companies (firmalar)** üzerinden erişilebilmektedir.



Resim 28 - Tradekey Giriş Sayfası

Bu kaynaklar üzerinde çalışma yaparken dikkat edilmesi gereken önemli konulardan biri gerçek alım satım taleplerinin yanı sıra hatta bazen bu taleplerden daha fazla dolandırıcılık ve fiyat toplama amaçlı gönderilere rastlanabiliyor olmasıdır.

Bu sebeple bu sitelerin idarecileri üyelerinden bu tür hareketler ile karşılaşılması durumunda kendilerinin mutlaka haberdar edilmesini talep etmekte ve gerçek talep ve teklifler sunan firmaları diğer kötü niyetli firmalardan ayırabilmek amacıyla **güvenilir tedarikçi** anlamına gelen **(trusted supplier)** adı ile nitelendirmektedirler. Dolayısıyla bu kaynaklar üzerinde müşteri araştırması yapacak KOBİ'lerin güvenilir tedarikçi veya güvenilir firma adı ile nitelenen firmalar ile iş birliği imkânları araması daha uygun olacaktır.

Diğer yandan çalışmaların talepler bölümünden ziyade **products** ve **companies** bölümlerine kaydırılması ve öncelikle burada bulunan firmaların isimlerinin **GOOGLE** ve benzeri arama motorlarında taratılması bu firmaların mevcudiyetlerinin ve faaliyet alanlarının teyit edilmesi konusunda önemlidir. **Firmanın kendi web sayfası var mı? Varsa bu sayfadaki iletişim bilgileri ile alım satım sayfasında gördüğümüz iletişim bilgileri birbirini tutuyor mu? Firmanın bulunduğu ülke ile alım satım sayfasında yer alan ilanların I.P. numaralarının ait olduğu ülke aynı mı?**

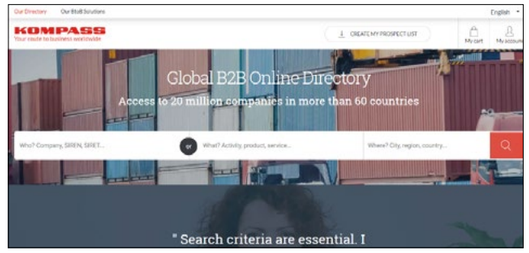
Firma Veritabanları

Veritabanları, **firma araştırmalarının yapılabileceği en sağlam online kaynaklardır.** Bu kaynaklarda alım satım taleplerinden ziyade firmaların faaliyetleri ve iletişim bilgilerine yer verilmektedir. Veritabanları üzerinde ürün, ülke, faaliyet alanı (ihracat mı, ithalat mı), çalışan sayısı gibi kriterler çerçevesinde incelemeler yapılabilmektedir.

Veritabanları içerisinde **KOMPASS www.kompass.com** dünyadaki en büyük veritabanıdır. Minimum kullanımda (sadece firma ismi, adresi, telefon ve faks bilgilerinin sunumu ile online form kanalı ile firmaya mesaj gönderme imkanı sunar) ücretsiz bilgi veren site, detaylı bilgileri ücretli vermektedir. Ülkemizde uygulamada olan ihracat destekleri kapsamında bu siteye üyelik zaman zaman finansal olarak desteklenmektedir. **Ticaret Bakanlığı'nın İhracat Destekleri** menüsü üzerinden ilgili desteğin takip edilmesi gerekmektedir.

EUROPAGES kullanılabilecek ikinci önemli veritabanıdır. Bu site ağırlıklı olarak Avrupa'da yerleşik firmaların bilgilerini içermektedir. Siteye **www.europages.com** adresinden ulaşılabilir.

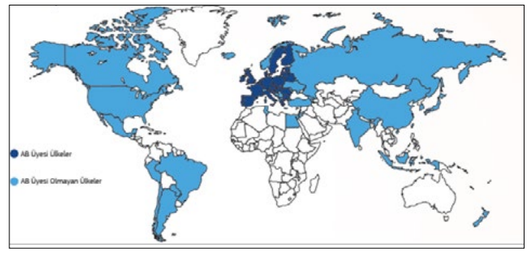
Üçüncü veritabanı Amerikan firmalarına ulaşım amacıyla kurulmuş olan **THOMASNET**'tir **(www.thomasnet.com)**. Siteye adresinden ulaşılabilir. **KOMPASS** gibi **THOMASNET** de dünyadaki bu alanda oluşturulmuş en eski veritabanlarından biridir. Aynı amaçla kullanılabilecek Rusya ve dağılan **SSCB** ülkelerini kapsayan veritabanı **ALLBIZ (www.all.biz)** ve **Uzak Doğu**'da yerleşik firmaların bulunmasında kullanılabilecek veritabanı **GLOBALSOURCES** (**www.globalsources.com)** çalışılacak diğer kaynaklardır.



Resim 29 – KOMPASS

Avrupa İşletmeler Ağı

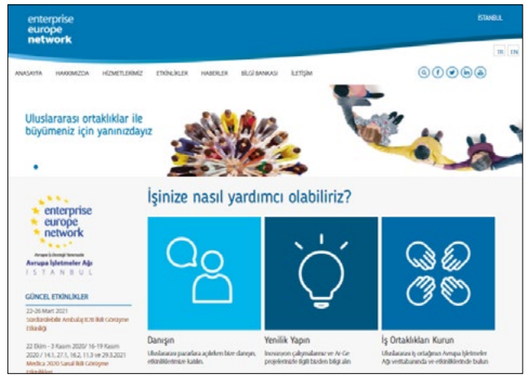
Yukarıda sözü edilen veritabanlarına ek olarak, KOBİ'lerin uluslararasılaşmasına yönelik dünyanın en büyük ağı olarak nitelendirilen **Avrupa İşletmeler Ağı-AİA (Enterprise Europe Network-EEN) een.ec.europa.eu** ve ağa kayıtlı KOBİ'lerin oluşturduğu veritabanı, sadece AB'den değil AB ile AİA kapsamında ilişkide olan diğer ülkelerden de potansiyel müşterilerin, iş ve çözüm ortaklarının tespiti konusunda son derece önemli bir kaynak niteliğindedir.



Resim 30 - Avrupa İşletmeler Ağı'na dahil ülkeler

AİA bugün dünyada yaklaşık 3.000 civarı yetişmiş uzman çalışanı ile 60 ülkede 600'den fazla kuruluş kanalı ile hizmet vermektedir.

AİA hizmetleri kapsamında yer alan **"Teknik ve Ticari İş Birliklerinin Kurulmasına Yönelik Eğitim, Danışmanlık ve Teknik Destek"** hizmeti çerçevesinde, belirtilen coğrafyada her yıl 70.000'den fazla iş görüşmesi ve her ay 7.000'e yakın KOBİ görüşmesi gerçekleştirilmektedir.



Resim 31 - AİA Giriş Sayfası

AİA faaliyetleri, Türkiye'de 12 KOSGEB Müdürlüğü, Odalar, Üniversiteler, Araştırma Merkezleri, Tekno-parklar, Kalkınma Ajansları ve Teknoloji Transfer Ofislerinin aralarında bulunduğu toplam 50 kuruluş tarafından yürütülmektedir.

Resim 32 - AİA Türkiye Birimleri

AİA'nın KOBİ'lere yönelik iş birliği program ve hizmetlerinden yararlanmak isteyen KOBİ'lerin öncelikle kendilerine **en yakın AİA merkezi ile irtibata geçerek AİA'na kayıt anlamına gelen profil yaratma işlemini** tamamlamaları gerekmektedir. Söz konusu profil KOBİ'lerin tüm dünyada AİA içerisinde tanınmasını sağlayacak kimlik belgesi niteliği taşımaktadır.

Resim 33 - AİA İşletme/Sektör Süzme Sayfası

Yukarıda yer alan Resim 33'te AİA **iş birliği imkânlarının araştırıldığı PARTNERSHIP OPPORTUNITIES** menüsünde yapılan **"Türkiye'den İş Birliği İmkânları"** süzmesi neticesinde toplamda 211 profile ulaşılmaktadır. Örnek olarak alınan profillerden ilkini oluşturmuş olan işletme, ürettiği **"gıda ve sağlık sektörleri için tamamlayıcı (supplement) ürünler"** için, ikinci sırada yer alan işletme ise, **"özel etiketli ıslak mendil, paket tırnak cilası ve makyaj temizleyici ürünler"** için bayilikler vermek istemektedir.

AİA konsorsiyumları tarafından, AB fonları ve programları ile ilgili **etkinlikler ve sundukları hizmetlerle ilgili eğitimler, seminerler** de düzenlenmektedir. Bu etkinlikler katılımcıların becerilerini artırmaya yönelik olabileceği gibi, yenilik ve uluslararasılaşma kapasitelerin artırmaya yönelik de olabilmektedir.

AİA, önümüzdeki yıldan itibaren COSME Programının yerini alacak olan Tek Pazar Programı altında faaliyetlerine devam edecektir. Tek Pazar Programı'na ülkemizin katılımı değerlendirilmekte olup, zenginleştirilip geliştirilmesi beklenen AİA yapılarının güncel durumları ve hizmetleri hakkında bilgi edinmek amacıyla kosgeb.gov.tr adresinin takip edilmesi faydalı olacaktır.

Çevre

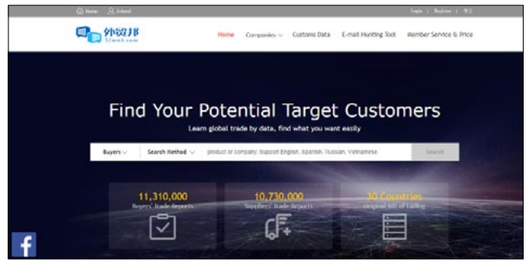
Çevre, ticaretin tüm alanlarında olduğu gibi dış ticarette de en önemli kaynaklardan biridir. Eve bir eşya almak istendiğinde ilk yapılanlardan biri daha önce o eşyayı satın almış olan tanıdıklara danışmaktır. İlk onlara sorulur, o eşyayı nereden, nasıl ve kaça satın aldıkları, memnun olup olmadıkları. Bu sorgulama dış ticarette kullanılabilir mi?

> **Meyve sebze ihracatı yapmak isteyen bir KOBİ Bulgaristan'ı hedef pazar olarak tespit etmiştir. Müşteri profilini Bulgaristan'da şehir hallerinde faaliyette olan toptancılar olarak saptamıştır. KOBİ bu toptancı-lara nasıl ulaşacak onlarla nasıl irtibat kurabilecektir?**

Çünkü o toptancıların pek çoğunun web siteleri, e-mail adresleri bulunmamaktadır. Bu durum aslında ihracata başlamak isteyen ve henüz yurt dışında bir müşteri ile iletişime geçmemiş neredeyse tüm KOBİ'ler için geçerli bir durumdur. **Bu toptancılara ulaşabilmenin en kestirme ve doğru yolu Türkiye'nin Bulgaristan'da yerleşik irtibat ofisleri yani Ticari Müşavirlikleri ile irtibata geçmektir.** Ticari Müşavirliklerden ürünler ile ilgili toptancıların ve Bulgaristan'da yerleşik ve bilgi temin edilebilecek Türk İş insanlarının bilgileri talep edilebilmektedir. Bulgaristan'daki bir Türk restoranından o gün domatesi kimden aldığı sorularak domates toptancısının adı kolaylıkla öğrenilebilir.

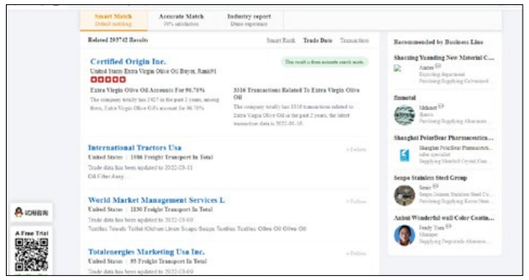
Konşimento ve Gümrük Beyannamesi Verileri

Gerçekleşmiş sevkiyatların bilgilerine ulaşmak gittikçe kolaylaşmakta ve müşteri araştırmasında bu yöntemin kullanılması günden güne artmaktadır. Bu konuda ilk çalışmayı ABD gerçekleşmiş ve rekabetin artması için firmaların alım satım bilgilerini tüm dünyaya açmıştır. ABD'yi İngiltere, Pakistan, Hindistan, Güney Amerika'nın tamamı, Rusya, Ukrayna, Çin izlemiştir. Bunun anlamı, **bu ülkelerde yerleşik şirketlerin ve bu şirketlerle dış ticaret ilişkisi içerisinde olan şirketlerin dış ticaret işlem verilerine kolaylıkla ulaşılabilmesidir.** Şirketlerinin hem ihracat hem de ithalat verilerini paylaşan 45 ülke vardır. Ancak bu ülkelerle dış ticaret yapan şirketlerin de verileri açık olduğu için neredeyse dünyadaki tüm şirketlerin dış ticaret verilerine ulaşabilmektedir. **GREATEXPORTIMPORT, PANJIVA, IMPORTGENIOUS, TRADE-ATLAS** bu amaçla kullanılabilecek sitelerden bazılarıdır.



Resim 34 - GREATEXPORTIMPORT

Bu sitelerden biri olan **GREATEXPORTIMPORT**'a giriş yaptıktan sonra ürün arama kutucuğuna **BUYERS (alıcılar)** ve ürün kısmına **OLIVE OIL** diye yazılırsa bu üründe son birkaç ay içerisinde alım satım yapan firmalar görülecektir. Dikkat edileceği üzere ilgili sayfada 2022 yılı 11 Mart günü itibariyle 290 bin civarında zeytinyağı ticareti kaydı mevcuttur.



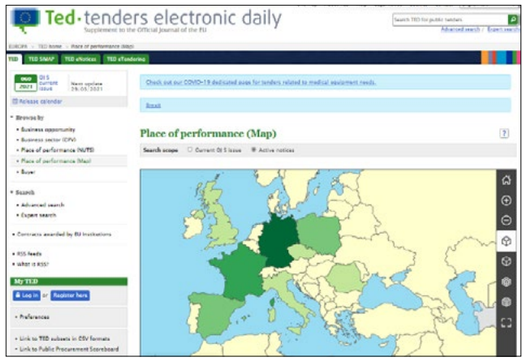
Resim 35 - GREATEXPORTIMPORT Zeytinyağı Sevkiyat Bilgileri

İhale Sayfaları

Bazı sektörlerde, örneğin **taahhüt işi talep edilen yapım, onarım, kurulum, gıda ve tıbbi ürün tedariği gibi, satışlar uluslararası ihalelere verilen teklifler kanalı ile de yapılabilmektedir.** İhracatlarını bu yolla gerçekleştirmeyi hedefleyen KOBİ'ler müşteri araştırması yerine kendi ürün ve hizmetlerine uygun ihaleleri takip edip ihale şartlarına uygun teklifler hazırlayarak bu ihalelere direkt olarak ya da ürünün veya hizmetin alınacağı ülkede bir tacir ya da temsilci kanalı ile ihalelere iştirak edebilirler.

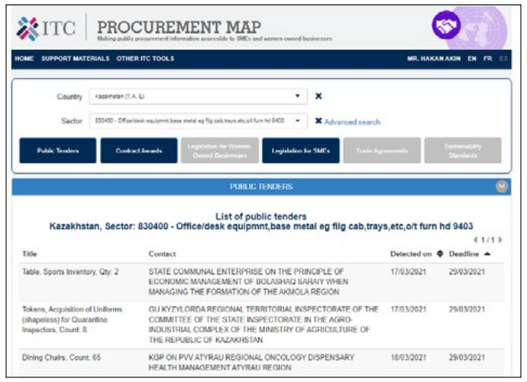
Uluslararası ihalelerin takip edilebileceği pek çok kaynak mevcuttur. Bunlardan Türkiye'nin de üyesi olduğu Gümrük Birliği'ne dahil Avrupa Birliği ve Avrupa Birliği ile ticari ilişkileri fazla olan yaklaşık kırk kadar ülkedeki ihalelerin günlük olarak ilan edildiği **"TED" (Tenders Electronic Daily) https://ted.europa.eu/TED/browse/browseByMap.do** en önemli kaynaklardan birisidir. **TED** üzerinde yeni ilan edilmiş alımlara ek olarak daha önce tamamlanmış ihalelerin sonuçları da duyurulmaktadır.

KOBİ'ler yeni ihaleleri takip ederek Türkiye'den teklif verilmesinde bir engel bulunmayan ihalelere teklif verebilecekleri gibi, tamamlanmış ihaleleri kazanan üreticilerden ziyade tüccar firmalarla irtibata geçerek daha sonraki ihaleler için iş birliği teklifinde bulunabilirler.



Resim 36 - TED Europa

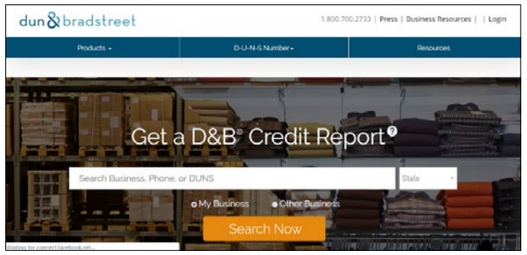
TED'e ek olarak, **ITC'**nin bir uygulaması olan **"PROCUREMENT MAP" https://procurementmap.intracen.org/** üzerinde yapılacak incelemelerde tüm sektörler için tüm ülkelerde ilan edilmiş ve halen açık ihaleler ile tamamlanmış ihalelerin sonuçlarına ulaşılabilmektedir.



Resim 37 - Procurement Map

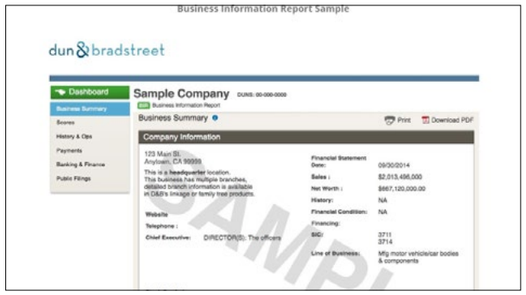
Finansal Veri Sağlayan Kaynaklar

Gerek müşterilerin tespiti gerekse o müşterilere sunulacak şartların belirlenmesinde en önemli konulardan biri de kuşkusuz ki firmaların finansal durumlarıdır. Çalışılacak firmaların finansal yapılarının tespiti maksadı ile dünyada hizmet veren özel şirketler bulunmaktadır. Bunlardan en önemlisi **KOMPASS** ve **TRADE MAP** ile ortak çalışmaları da olan **DUN&BRADSTREET'dir www.dandb.com .**



Resim 38 - DUN&BRADSTREET

Aşağıda Resim 39'da D&B tarafından hazırlanmakta olan finansal raporların bir örneği yer almaktadır.



Resim 39 - D&B

Örnek raporda da görüldüğü üzere, rapor karşı firma hakkında **"scores", "history", "payments", "finance and banking"** gibi çok önemli konularda bilgiler sağlamaktadır.

İhracatta Pazarlama-Satış / Ticari Müzakereler / İhracat Fiyatlaması

Ticarette başarının en önemli göstergesi sürdürülebilir satıştır. Satışta başarının şartı ise sunulan ürün veya hizmetin müşteri tarafından satın alınmasının sağlanmasıdır.

Müşteri ister reklâmlar, ister bir teklif mektubu isterse uzun süreli müzakereler neticesinde olsun o ürün ve hizmeti satın almak istemelidir. Bunu sağlamak maksadı ile satıcının gerçekleştirdiği tüm çalışma **pazarlama** olarak adlandırılabilir. **Kısaca, pazarlama, potansiyel müşterileri ürüne ve hizmete çekecek tüm faaliyet olarak nitelendirilebilir.** Bir başka anlatımla, müşterileri mağazadan içeri girmeye ikna edecek çalışmalardır pazarlama. Söz konusu çalışmalar hangi ürünün üretileceği ya da hangi ürünün ticaretinin yapılacağı kararları ile başlar ve satış sonrası müşterinin tekrar ve tekrar satın almasını sağlayacak satış sonrası takip ve hizmetlerle son bulur.

Ürüne ya da hizmete ilgi gösteren, gönderilen teklife veya tanıtım yazısına cevaben geri dönen ya da vitrinde gördüğü ürünü beğenip mağaza kapısından içeri giren müşterinin ürün veya hizmeti satın alması için yapılacak çalışmalar ise **satış** olarak adlandırılmalıdır. Vitrindeki ürünü beğenerek veya merak ederek mağazaya giren müşterinin mağazadan eli, kolu paketlerle dolu olarak çıkması için mağaza içinde yapılan tüm konuşmalar, hareketler, sunulan satış şartları ve müzakereler satış sürecinin içerisinde yer almaktadır. Bazen ürün veya hizmetlerin çok fazla satış müzakeresine -hatta hiç- konu olmadan satıldığı görülmektedir. Kapısında birkaç gün öncesinden bayii kamyonlarının sıraya girdiği fabrikalar, bir yıl öncesinden alıcı listeleri oluşturan otomotiv şirketleri veya insanların bir hafta öncesinden mağazalarının önünde gecelemeye başladığı teknoloji markaları görülmektedir. Bu ürün veya hizmetler marka olmuş ya da o dönem için talebi çok artmış olan ürün veya hizmetlerdir.

İhracatta pazarlama ve satış süreci ise yurt içi faaliyetlerden doğası gereği bazı noktalarda ayrışmaktadır; dil, din, kültür, ihtiyaçlar, gelenekler, mevzuat vb bu ayrışmaya neden olan başlıca faktörler olarak değerlendirilebilir. Hedef pazar ve potansiyel alıcılarını tespit eden KOBİ'lerin o hedef pazarlardaki o müşteriler nezdinde oluşan bu ayrışmaları dikkatle araştırması, incelemesi ve gerçekleştireceği pazarlama satış çalışmalarını ona göre planlaması gerekmektedir.

Aksi taktirde, potansiyel müşteriler ile iletişim kurulması bile son derece zor hatta imkansız olacaktır. Yani bir önceki bölümde incelenen Hedef Pazarların ve Müşterilerin Tespiti çalışması mutlaka iyi bir araştırma ve inceleme neticesinde hazırlanacak detaylı bir **Pazarlama Planı** ile sürdürülmelidir.

PAZARLAMA PLANI		
	Çalışma	**Açıklama**
1	Hedefler	Pazarlama ana ve ara hedeflerinin tespiti.
2	Ürün ve Müşteri Kararı	Hangi ürün, hangi müşteri profili kararı.
3	Mevzuat ve Teamüller	Ürünlerin ihracat ve karşı ülke ithalat mevzuatına ve ihracatın uluslararası teamüllere uygunluğunun araştırılması.
4	Pazara Giriş Stratejisi	Üç ana strateji içerisinden hedefler doğrultusunda uygun olan stratejinin tespiti.
5	Bütçe	Strateji doğrultusunda pazarlama bütçesinin planlanması.
6	İnsan Kaynağı	Pazarlama satış çalışmalarını yürütecek insan kaynağının tespiti, gerekiyorsa istihdamı, eğitimi vb faaliyetler.
7	Pazar ve Müşteri Araştırması	Hedef pazar ve potansiyel müşterilerin ismen tespiti.
8	Pazarlama Araçları	İşletmenin pazarlama ve tanıtım araçlarının, imkânlarının göden geçirilmesi ve gerekli düzeltme ve değişikliklerin yapılması, yoksa oluşturulması. Örneğin web sitesi, kataloglar vb.
9	Tanıtım Faaliyetleri	Fiili tanıtım faaliyetlerinin bütçe çerçevesinde gerçekleştirilmesi; fuar, iş gezisi, medya reklâmları, numuneler vb.
10	Satış Müzakereleri	Tanıtım faaliyetleri neticesinde geri dönen potansiyel müşteriler ile fiyat, ödeme koşulları, vade, garantiler vb konularda satış müzakerelerinin gerçekleştirilmesi.
11	Satış	Satışın gerçekleştirilmesi durumunda kontrat imzalanması, üretim veya tedarik siparişlerinin verilmesi, sevkiyatların organize edilmesi.
12	Satış Sonrası Faaliyetler	Satış sonrası, müşteri ve ürün takibi yapılması. Gerekiyorsa garanti koşullarının uygulanması. Müşterinin yeni ihtiyaçla-rının takibi.siparişlerinin verilmesi, sevkiyatların organize edilmesi.
13	Müşteri Memnuniyeti	Müşterinin sürekli ve imkân varsa daha fazla alımını sağlamak maksadı ile takibinin yapılması, iletişimin devamlı kılınması; ürün ve satış şartları hakkında sürekli bilgi verilmesi, belli zamanlarda ziyaretler gerçekleştirilmesi, davetler düzenlenmesi vb.siparişlerinin verilmesi, sevkiyatların organize edilmesi.

Tablo 8 - Pazarlama Planı Örneği

Dikkat edileceği gibi satış süreci çerçevesinde gerçekleştirilecek çalışmalar da pazarlama planı içerisinde yer almaktadır. Bunun sebebi **elbette pazarlama ve satışın birbirinden ayrılamaz iki süreç olmasının yanı sıra satış sürecinde yer alan müzakere aşamasında taraflar arasında yapılacak görüşmelerde ihracatçının sergileyeceği hâl, tavır, üslûp hatta lisanın pazarlamanın "müşteriyi mağazaya tekrar ve tekrar çekmek" hedefine yönelik en önemli unsurlardan biri** olmasıdır. İşte bu sebepledir ki, pazarlama satış çalışmalarına başlamadan önce mutlaka ihracatı iç satışlardan ayıran hedef pazarın ve o pazardaki potansiyel alıcılara özgü farklılıkların tespiti ve müzakereler aşamasında takınılacak hal ve tavır ile lisanın buna göre ayarlanması son derece önemlidir.

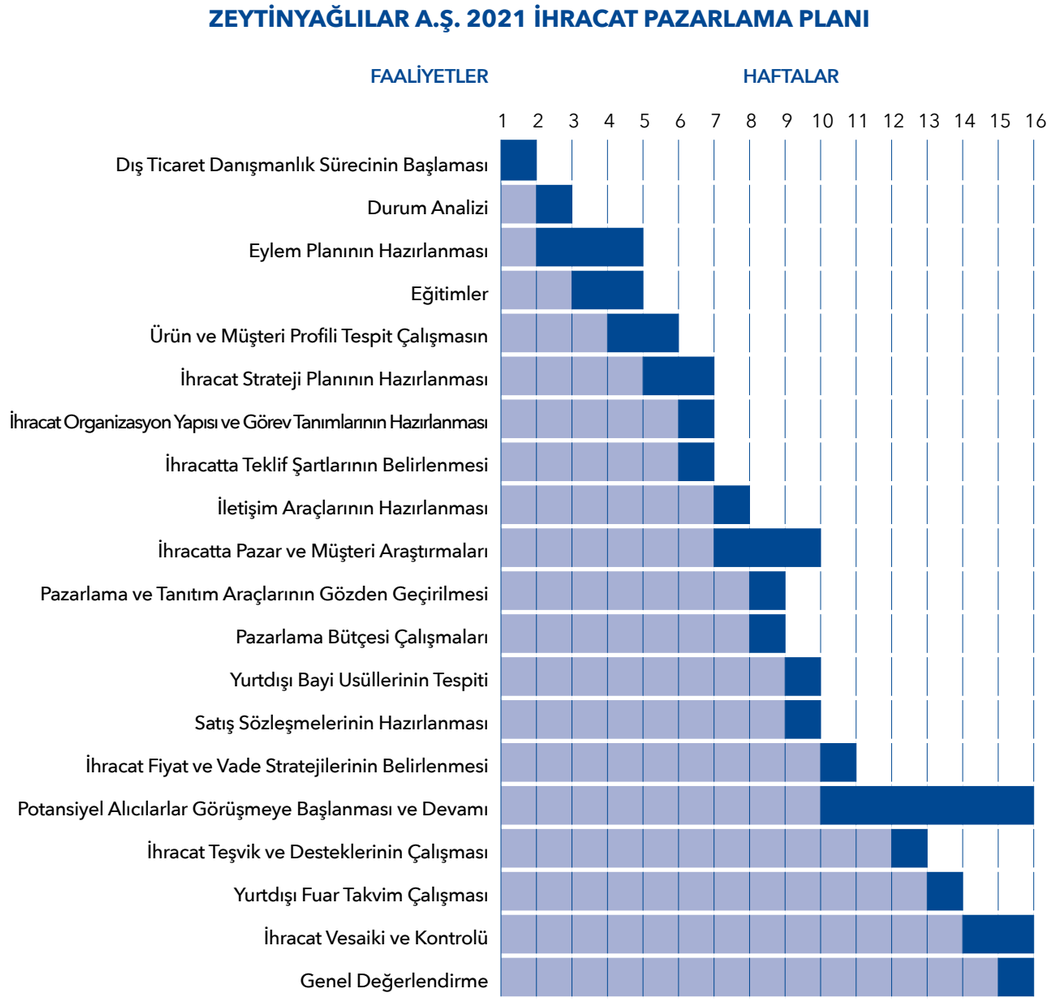
Tablo-8'de yer alan **Pazarlama Planı** altı veya on iki aylık bir süreç için takvimlendirilerek bir Pazarlama Eylem Planı haline getirilebilir. Takvimde gecikmelerin olması ve/veya yeni ihtiyaçların ve bu ihtiyaçlara bağlı düzenlemelerin ve çalışmaların ortaya çıkması son derece muhtemeldir. Gerekli değişiklikler yapılarak planın uygulamasına devam edilmelidir. Aşağıda takvimlendirilmiş bir **Pazarlama Planı** yer almaktadır.

İHRACAT PAZARLAMA PLANI - ÖRNEK

	Faaliyet	Tarih	Hafta	Süre
1	Dış Ticaret Danışmanlık Sürecinin Başlaması	17 Ekim	1	1
2	Durum Analizi	09 Kasım	2	1
3	Eylem Planının Hazırlanması	09 Kasım	2	3
4	Eğitimler	14 Kasım	3	2
5	Ürün ve Müşteri Profili Tespit Çalışmasın	21 Kasım	4	2
6	İhracat Strateji Planının Hazırlanması	15 Aralık	5	2
7	İhracat Organizasyon Yapısı ve Görev Tanımlarının Hazırlanması	07 Ocak	6	1
8	İhracatta Teklif Şartlarının Belirlenmesi	07 Ocak	6	1
9	İletişim Araçlarının Hazırlanması	21 Ocak	7	1
10	İhracatta Pazar ve Müşteri Araştırmaları	21 Ocak	7	3
11	Pazarlama ve Tanıtım Araçlarının Gözden Geçirilmesi	04 Mart	8	1
12	Pazarlama Bütçesi Çalışmaları	04 Mart	8	1
13	Yurtdışı Bayi Usüllerinin Tespiti	18 Mart	9	1
14	Satış Sözleşmelerinin Hazırlanması	18 Mart	9	1
15	İhracat Fiyat ve Vade Stratejilerinin Belirlenmesi	01 Nisan	10	1
16	Potansiyel Alıcılarlar Görüşmeye Başlanması ve Devamı	15 Nisan	11	5
17	İhracat Teşvik ve Desteklerinin Çalışması	29 Nisan	12	1
18	Yurtdışı Fuar Takvim Çalışması	13 Mayıs	13	1
19	İhracat Vesaiki ve Kontrolü	27 Mayıs	14	2
20	Genel Değerlendirme	10 Haziran	15	1

Tablo 9 - Takvimlendirilmiş Pazarlama Planı

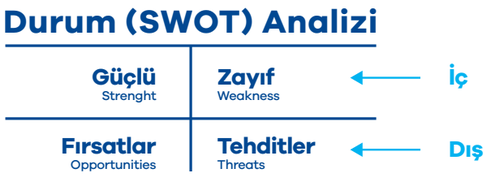
Söz konusu **plan** bir **GANTT Şeması** şeklinde düzenlenerek proje yönetimi mantığı ile KOBİ yönetim kademesi veya patron veya dış ticaret bölümü yöneticisi tarafından sevk ve idare edilmelidir. Bu maksatla kullanılabilecek basitleştirilmiş formatta bir **gantt şeması** aşağıda Şekil-22'de gösterilmektedir.



Şekil 23 - Pazarlama Planı GANTT Şeması

İhracatta Pazarlama

İhracatta Pazarlama Planı'nın hazırlanması için, tüm projelerin başlangıcında yapılması önerildiği gibi, bir **Durum Analizi (SWOT[23]) çalışması yani işletmenin sahip olduğu güçlü ve zayıf yönleri ile çevresel fırsat ve tehditlerin tespiti ve değerlendirilmesi** uygun olacaktır.



Şekil 24 - Durum (swot) Analizi

Durum Analizi çalışması işletmenin pazarlama sürecinde yapacağı pek çok çalışma için planlama ve işleyiş bilgisi sunabilir. İşletmenin **iyi yaptığı işler, rakiplerine göre üstünlükleri, sahip olduğu yetenekler ve beceriler** güçlü yönler başlığı altında, **eksik veya yanlış yapılan işler, organizasyonel kısıtlar, rakiplere göre dezavantajlar ve handikaplar** zayıf yönler çalışması kapsamında, ihracat pazarlaması konu olduğu için **özellikle yurt dışında görülen fırsatlar ve imkânlar** fırsatlar başlığı altında ve **yine uluslararası zorluklar, tehlikeler ve riskler** tehditler bölümünde incelenmelidir.

Durum Analizi ile Planlama

Neyi iyi yapıyoruz? Tanıtım, reklam, web sitesi slogan, katalog	**Neyimiz eksik / yanlış?** 6-12 ay içerisinde çözülmesi gereken sorunlar
Yurtdışındaki fırsatlar ne? İşletmenin ihracata başlama sebepleri (ÇOK ÖNEMLİ)	**Bizi neler zorlayacak?** Patron tarafından esas dikkat edilmesi gereken

Şekil 25 - Durum Analizi ile Planlama

Durum Analizi çalışması işletmede **mümkün olduğunca fazla çalışanın katılımı ile ve beyin fırtınası metodu ile gerçekleştirilen bir ekip çalışmasıdır.** Çalışanlar sırası ile her başlık ile ilgili fikirlerini dile getirirler ve bu fikirler dikkatle not alınır. Çalışanlar daha sonra bu fikirler içerisinde oylama yaparak işletmenin hedefleri için en uygun olanları tespit etmeye çalışırlar. Tespit edilen bu fikirler doğrultusunda işletme ihracat pazarlaması ile ilgili planlamalarını gerçekleştirebilir.

Güçlü yönler altında belirlenen özellikler değerlendirilerek **işletmenin pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinin planlanması, web sitesi ve katalog içerikleri kapsamı** oluşturulabilir, **zayıf yönler** bir planlama çerçevesinde 6 ila 12 ay içerisinde çözülmeye çalışılabilir.

İhracat pazarlaması amacıyla yapılan durum analizinin en önemli çalışması fırsatların tespitidir. Bu fırsatlar aslında işletmenin ihracata başlama sebepleridir.

Tehditler ise işletmenin ihracat pazarlama faaliyetlerini zorlaştıracak hatta belki engelleyecek olaylar ve durumlardır. Aşağıda yer alan Şekil-26'da enerji sektöründe gerçekleştirilmiş bir durum analizi çalışması örnek olarak verilmiştir. Çalışmada görülen rakamlar çalışanlar tarafından dile getirilen fikirlere daha sonra değerlendirme aşamasında yine çalışanlar tarafından verilen puanları göstermektedir. Bu puanlama neticesinde en fazla puan alan fikirler koyu renk ile gösterilmiştir.

23 SWOT Analizi; Bir işletme, ekip veya takımın herhangi bir konuda "Strength" (S) Güçlü Yönler, "Weakness" (W) Zayıf Yönler, "Opportunities" (O) Fırsatlar ve "Threats" (T) Tehditlerin incelendiği çalışmadır.

GÜÇLÜ YANLAR

Fiyat ve ürün çeşitliliğinde rekabet	10
Yeterli, gayretli genç kadro	10
Motivasyon	10
Üretici firma olmak	6
Türkiye'de tek ve ilk üretici olmak	4
Eski ve köklü bir firma olmak	4
Geniş referans ağı	4
Güçlü satış ekibi	4
Uzman kadro	4

ZAYIF YANLAR

Belge ve test eksiklikleri	10
Dış kaynaklı hammadde	10
Grup şirketi olmak, yavaşlama	10
Kısıtlı tedarik imkanları	10
Web sitesi olmaması	10
İhracatta yeni olunması	4
Şehrin konumu	4
Yeni bir ürün	4

FIRSATLAR

Destekler	10
Bilinen ürün	10
Fuarlara katılım	10
Geliştirilebilir bir ürün	6
Sıfır enerji tüketimi	6
Yeşil bina konsepti	4
Grubun yurtdışı referansları	4
Enerji fiyatı	4
Enerji politikaları	4
Geniş pazar	4

TEHDİTLER

Rakiplerin yerleşik ve yaygın yapısı	10
Avrupa krizi	10
Kolay taklit imkanı	10
Alternatif ürünler	10
Alternatif enerji çözümleri	4
Bayilerin aynı zamanda uygulayıcı olması	4
İmalatçı sayısında artış ihtimali	4
Rakiplerin Türkiye'de üretmeye başlaması	4

Şekil 26 - Örnek Durum Analizi

Durum Analizi ve neticesinde hazırlanacak **Pazarlama Planı** işletmenin pazarlama hedeflerini gerçekleştirebilmesinin reçetesidir. **Pazarlama Hedefleri** ana ve ara hedefler olarak tespit edilmelidir. **Ana hedefler, satış rakamları, pazarlama bütçesi, ara hedefler ise ana hedefleri destekleyici nitelikte yurt dışında iştirak edilecek fuarlar, iş seyahatleri sayısı ve hangi ülkelere bu seyahatlerin gerçekleştirileceği, numune bütçesi, katalog ve diğer tanıtım giderleri, bayii sayısı** vb olabilir. Tespit edilecek bu ana ve ara hedefler doğrultusunda işletmenin pazarlama planı içerisindeki çalışmaları şekillenecektir. Örneğin satış hedefleri ve bütçe bilgisi doğrultusunda insan kaynağı planlaması yapılabilecektir. Ana hedeflerden olan ve pazarlama faaliyetlerini direkt etkileyecek olan bütçenin ne kadar olacağı ve nerelerde nasıl değerlendirileceği KOBİ yöneticilerinin veya patronun vermesi gereken en önemli kararlardan biridir. **Ürünün ve hizmetin türüne, pazara giriş stratejisine ve kanallara bağlı olarak belirlenecek bütçe miktarı farklılık gösterse de genel kanı uluslararası pazarlama faaliyetleri için ayırılacak bütçenin hedeflenen satış tutarının %20'sinden az olmaması gerektiğidir.** Söz konusu oran **Ansoff**[24] **Matrisi** öğretisi kapsamında **mevcut ürün - yeni pazar stratejisi** çerçevesinde planlanan bütçe oranıdır. Ansoff Matrisi, ihracat pazarlaması çalışmalarında ürün ve pazar ekseninde takip edilebilecek stratejilerin tayininde en fazla kullanılan araçlardan biridir.

24 Igor ANSOFF; Stratejik planlama ve stratejik yönetim kavramlarının yönetim bilimi içerisinde gelişmesinde öncülük yapan kişilerin başında Igor Ansoff gelmektedir. Igor Ansoff'un stratejik yönetim üzerine klasik eseri olan Şirket Stratejisi (Corporate Strategy) 1965 yılında yayımlandı. Ansoff bu eserinde Stratejik Başarı Paradigması kavramını geliştirdi. Ansoff bu eserinden sonra 1979 yılında Stratejik Yönetim (Strategic Management) başlığını taşıyan bir başka eserini yayımladı. Ansoff'un stratejik yönetim alanında yayımlanan son kitabı ise Stratejik Yönetimin Uygulanması (Implementing Strategic Management) başlığını taşıyor. Ansoff, stratejik yönetim alanında uygun stratejilerin belirlenmesinde geliştirdiği bir matris ile de tanınıyor. Ansoff Matrisi olarak adlandırılan strateji modelinde, Igor Ansoff ürün ve pazar yapısını analiz edilerek duruma göre dört stratejinin uygulanmasını önermektedir. (Kaynak Coşkun Can Aktan, Yönetimde Rönesans ve Kalite Devrimi, Ankara: TOSYÖV Yayınları, 2000)

Şekil 27 - Ansoff Matrisi

Ansoff matrisi ürün ve pazar odağında dört farklı strateji yaratır; **mevcut ürün - mevcut pazar, mevcut ürün - yeni pazar, yeni ürün - mevcut pazar ve yeni ürün - yeni pazar** stratejileri. Bu dört strateji içinden en fazla uygulama alanı olan, **mevcut ürün-mevcut pazar stratejisi** çalışılırken pazar ve müşteri araştırmasından ziyade **mevcut pazardaki mevcut müşterilere daha fazla ve daha kârlı satış** hedeflenmektedir. Bu hedefi gerçekleştirebilmek için pazarlamadan ziyade satışa *(satış şartları; ödeme, vade, garantiler, teslim şartları vb)* odaklanmak gerekecektir. Bir diğer strateji olan mevcut ürün-yeni pazar stratejisinde ise bu yeni pazarlarda öncelikle pazarlama çalışmalarının gerçekleştirilmesi gerekecektir.

Pazarlama Planı içerisinde yer alan ihracatta pazarlama çalışmaları ürün veya hizmetin potansiyel müşteri tarafından fark edilmesi, bilinmesi ve anlaşılması maksadı ile yapılacak tüm çalışmaları kapsamalıdır.

Bu çalışmalar neticesinde potansiyel müşteri ürünü merak etmeli, ürün hakkında daha detaylı bilgiye ihtiyaç duymalıdır. Kısacası **müşteri ürünü satın almak için müzakere etmeye hazır hale gelmelidir.** Bu nedenle, üretici ya da tacirin gerek ürün veya hizmet gerekse işletme hakkında her türlü bilgiyi müşterinin dikkatini çekecek şekil ve içerikte, müşterinin en kolay ulaşabileceği kanallardan aktarması gerekmektedir.

farklı dillerde yapılabiliyor olmaları, gerek her türlü iletişim aracı tarafından rahatlıkla ve her zaman ulaşılabilmeleri, kolaylıkla revize edilebililmeleri ve bazı ufak entegrasyonlarla online alışverişe de imkân vermeleri nedeniyle en önemli kanallardan biri olarak değerlendirilebilir.

Aynı sebepten ötürü gerek firma gerekse ürün veya hizmet konusunda yeterli bilgi sunmayan, yabancı dil seçenekleri olmayan, bu benzer sebeplerle müşterinin ilgisini çekmeyen web siteleri de işletme hakkında olumsuz bir algı oluşturabilmektedir. Web siteleri **İngilizce başta olmak üzere** hedef pazar olarak tespit edilen ülke ya da bölgelerde konuşulan dillerde hazırlanmalı ve potansiyel müşterilerin ilgisini çekecek bilgileri içermelidir. Bu konuda standart bir içerikten konuşmak zordur. Ancak, **işletme hakkında bilgiler; çalışanlar ürünler ve hizmetlerin özellikleri, fiyatlar hakkında gösterge niteliğinde bilgi, üretimden resim veya video, paketleme özellikleri, referanslar ve kalite belgeleri** ilgi çekici noktalar olarak değerlendirilmelidir.
Web sitesi ve katalogların ürünü ve işletmeyi temsil edebilir ve potansiyel müşteriler nezdinde dikkat ve ilgi çekeceğinin tespitinden sonra bu araçların verimli kullanılacağı ortamların yaratılması gerekmektedir.

Web sitesi SEO[25] çalışmaları, katalogların potansiyel müşterilerin adreslerine hızlı kargo yolu ile gönderilmeleri gibi iletişim çalışmalarına da mutlaka önem verilmelidir. Bu süreçte, **yurt dışı medya reklâmları, fuar katılımları (pandemi döneminde sanal fuarlar), sektörel yayın ve web sitelerine, b2b sitelerine ve uluslararası firma veritabanlarına üyelikler ve bu kaynaklara ürün ve işletme hakkında verilecek reklâmlar ve konacak teklifler, imkân bulunduğu sürece yurt dışı heyet faaliyetlerine iştirak** vb çalışmalar pazarlama çalışmaları içerisinde ele alınabilecek diğer etkinlikler olmalıdır.

25 SEO "Search Engine Oprimization" Çalışmaları; Web sitelerinin arama motorlarında daha iyi performans göstermesi için yapılan çalışmaların tümüne verilen isim.

İhracatta Satış

İhracatta pazarlama faaliyetlerinin temel amacı, hedef pazarların ve potansiyel müşterilerin tespiti ve o müşterilerin ürün ve işletme hakkında bilgi sahibi olmalarının sağlanmasıdır; kısaca farkındalık yaratmak olarak adlandırılacak bu aşama sonrasında potansiyel müşteriler artık ürünün ve işletmenin mevcudiyeti hakkında bilgi sahibi olmuşlardır. Gelinen noktada işletme potansiyel müşterinin ürünü satın almayı kabul etmesi için **gerekli ortam ve şartları sağlamak** yani satış alt yapısını oluşturmak zorundadır.

Unutulmamalıdır ki satış ile kapanmayan üretim dahil hiçbir pazarlama süreci başarılı olarak nitelendirilemez.

Pazarlama çalışmaları genel olarak potansiyel müşterilerin ürün ve işletme hakkında bilgi sahibi olmasını amaçlarken, satış süreci ürün ve işletme hakkında bilgi sahibi olan potansiyel müşterilerin ürünü tekrar ve tekrar satın alabilmelerini sağlayacak şartları ve çalışmaları hedeflemelidir.

> **Hiç kimde ürün satın almaz, ürünün kendileri için yapabileceklerini satın alır.**

Dünyaca ünlü yönetim danışmanı, eğitmen ve yazar Peter Drucker[26]'a göre hiç kimse ürün satın almaz, ürünün kendileri için yapabileceklerini satın alır. Burada Drucker'ın söz ettiği ürünün **müşteriler nezdindeki fayda** algısıdır. Başarılı bir satış süreci ve sonuç için potansiyel müşterilerin üründen beklentilerinin iyi tespit edilmiş olması gerekmektedir. Çoğu zaman bu beklentilerin hepsinin bir ürün bünyesinde bulunması zor olabilir. Bu durum en fazla fiyat ve ödeme koşulları konularında görülebilir. Böyle bir durumda ürün ve satış ile ilgili diğer özellik ve şartların öne çıkarılması, bunun sağlanamaması halinde ise, daha önceden belirlenmiş tavizlerin ileri sürülmesiyle satışın başarılı bir şekilde kapatılması sağlanabilir.

Potansiyel müşterilerin dikkatini çekebilecek, onları ürünü satın almaya yöneltecek, daha kolay satın alabilmelerini sağlayacak başlıca faktörler; **fiyat, kalite, ödeme vadesi ve şartları, miktar, garanti şartları, yedek parça temini, teslim süresi, ürünün kullanım süresi, raf ömrü, paketleme özellikleri, kalite belgeleri ve referanslar** olabilir. Bu faktörler hemen her satış sürecinde alıcı ve satıcının karşılıklı müzakere etmeleri gereken konular olmalarına rağmen pazarın, müşterinin, arz ve talebin koşulları çerçevesinde satış üzerindeki etkileri farklı olabilir. Örneğin, bir gıda ürününün Katar'a yönelik pazarlama faaliyeti içerisinde, Katar'lı tacir ile yapılacak satış müzakeresinin ana konusu ağırlıklı olarak kalite olacakken, aynı ürün için bir Afrika ülkesinde gerçekleşecek müzakere fiyat çerçevesinde şekillenecektir. O bakımdan ürünlerini pek çok pazarda satma ihtimali olan KOBİ'lerin pazarın ve müşterinin kafasındaki fayda algısını çok iyi tespit etmiş ve satış müzakerelerini buna göre planlamış olmaları gerekmektedir. Satış müzakerelerine ayrı bir başlık altında değinilmiştir.

Satışın gerçekleşmesi sonrasında müzakere sürecinde belirlenen şartların, karşılıklı görev ve sorumlulukların bir yazılı akit haline getirilmesi için taraflar arasında bir **satış sözleşmesinin imzalanması** elbette çok önemlidir. Bu sözleşmenin antetsiz bir kağıt üzerinde, her iki tarafın da anlayabileceği bir lisanda, **"contract"** başlığı altında ve **mutlaka anlaşmazlık halinde nasıl hareket edileceğini anlatan** koşulları içerir şekilde düzenlenmiş olmasına dikkat edilmelidir.

İhracat işlemi ile ilgili bir sözleşme, aşağıdaki Tablo-10'da gösterilen madde başlıkları çerçevesinde düzenlenebilir:

MADDE BAŞLIĞI "İNGİLİZCE"	MADDE BAŞLIĞI "TÜRKÇE"
Names and adresses	Tarafların adı ve adresi
Scope/subject/content	Kapsam/konu/içerik
Product/Service description	Ürün/Hizmet tanımı
Spesifications	İçerikler
Packing	Paketleme
Price	Fiyat
Payment terms	Ödeme şekli
Delivery terms	Teslim şekli
Insurance	Sigorta
Force Majeur	Mücbir Sebep
Delayed Delivery Conditions	Geç Teslim Koşulları
Delayed Payment Conditions	Geç Ödeme Koşulları
Non-fulfillment Conditions	Yerine getirememe Koşulları
Applicable Law	Uygulanacak Kanun
Settlement of Disputes	Anlaşmazlıkların Halli
Enforcement of Contract	Sözleşmenin Çalışması
Cancellation of Contract	Sözleşmenin İptali
Others	Sair
Signatures	İmzalar

Tablo 10 - Sözleşme Maddeleri

Sözleşme, tarafların birbirine karşı olan görev ve sorumluluklarını belirlerken aynı zamanda bu görev ve sorumlulukların yerine getirilmemesi durumunda nasıl hareket edileceği bilgisini de taşır. Sözleşmenin **Anlaşmazlıkların Halli ve Uygulanacak Kanun** maddeleri bu amaçla sözleşmelerde yer almaktadır. Sözleşme yapılmasının ana sebeplerinden biri olan bu maddeler, yani hukukî işlemler, genellikle KOBİ'lerin günlük üretim ve ticaret faaliyetleri dışında yer aldığı için bu işlemler ile ilgili işletme içerisinde bir istihdam yapılması gerekli görülmeyebilir. Ancak, konunun önemine binaen KOBİ'lerin bu tür hukuki düzenlemeler, sözleşme hazırlıkları ve sözleşmede yaşanan sorunların çözümü konuları ile ilgili olarak danışabilecekleri ve gerekli hallerde hizmet alabilecekleri bir hukuk müşaviri ile irtibatta olmaları her zaman faydalı olacaktır.

Sözleşmenin işleyişi sırasında doğabilecek anlaşmazlıkların çözümü üç şekilde sağlanabilir. Bunlardan ilki elbette en medeni ve arzu edilen şekil olan **karşılıklı iyi niyet tahtında gerçekleştirilecek müzakerelerdir.** Bu müzakerelerin yapılmaması veya müzakereler sırasında tarafların iyi niyet göstermeyerek müzakereleri çıkmaza sokması durumunda, sözleşmenin ilgili maddelerinde kayıtlı olması kaydı ile **tahkim "arbitration" ikinci yol olarak belirlenmiş olabilir.** Yurt içi tahkim davaları TOBB kontrolünde ve onun belirleyeceği hakemler (genellikle konularında uzman öğretim görevlileri ve bilirkişiler) kanalı ile çözülmeye çalışılırken, uluslararası tahkim konusunda çeşitli kuruluşlar vardır. Bunların en önemlisi **ICC**'dir. Tahkim neticesinde verilen bir karar direkt olarak icraya konabilir. Bu kararın ancak bir üst mahkemede bozulması mümkün olabilir. Yani bir hakem tarafından verilen karar tarafları bağlamaktadır.

26 Peter Ferdinand Drucker: (19 Kasım 1909 – 11 Kasım 2005), Avusturyalı yazar, konuşmacı, danışman, öğretim üyesi ve yönetim bilimci.

CHICKPEAS SALES CONTRACT
Contract no: 2011/48

Seller: Eximtrade Co. Ltd.
Mithatpasa Caddesi No. 160
Yenisehir – Ankara / TURKEY
Phone: 90-312-4702324/25 Fax: 90-312-4706453

Buyer: B. Melamed Co.
Hassan Mohammed Str. 34
Amman / JORDAN
Phone: 962-6-3452431 Fax: 962-6-3456532

1.GOODS DESCRIPTION: Turkish round chickpeas of commercial vendable quality 2010/2011 corp.
Technical Specifications:
- size : min 8 mm
- moisture : max 14.5 pct
- foreign matter : max 0.5 pct
- under size : max 1 pct
- split : max 1 pct
- defective : max 1 pct

2. PACKING: In single new cotton bags of 50 kgs
3. QUANTITY: 1000 MTONS (+/- 5 pct at Seller's option)
4. TERMS OF DELIVERY: Chickpeas will be delivered on CPT Amman basis. Seller will commence shipment 15 days after receipt of an operative letter of credit.
5. DELIVERY TIME: Seller in principle undertakes to deliver of 100 mtons (+/- 5 pct) per work week. All manifest and insurance charges outside Turkey are at Buyer's account.
6. PRICE: CPT Amman USD 650/mtons.
7. PAYMENT: Buyer will open an irrevocable l/c in favor of Seller by a distinguished Jordan Bank, allowing partial shipment. This l/c should be opened with value of USD 650,000 to meet the approximatel value of 1000 mtons.
Documents tobe presented to the bank are:
- Original commercial invoice 3 original 3 copies
- Certificate of origin 1 original 2 copies issued by Ankara Chamber of Commerce
- Truck b/l freight prepaid, endorsed to the order of Buyer 3 original 3 copies
- Packing List 3 original
- Inspection certificate of quality and quantity issued by an internationally recognized inspection company. All expenses shall be on Buyer's account.
- Health certificate and certificate proving that the goods are consumed locally in the country of origin. Both certificates should be attested and certified by the Jordan Commercial Attache or Counsoler
- L/c opening charges of Jordan Bank will be borne by the Buyer and other charges of Turkish Bank will be borne by Seller.

8. INSURANCE: Full insurance for the cargoes from the origin to destination will be covered by Buyer and a copy of relevant policy will be sent to Seller before loading.
9. FORCE MAJEUR: Strikes, War and Acts of God conditions will be counted.
10. SETTLEMENT OF DISPUTES: Any conflicts arising during performance of present contract shall be settled amicably between the parties.
11. ENFORCEMENT OF CONTRACT: Present contract will only come into force following the opening of an operative l/c by Buyer.
12. OTHERS:
a. If he so wishes, Buyer will propose the name of three internationally recognized surveying company and Seller will choose one of them.
b. Buyer will supply to Seller a certificate proving arrival of goods.
c. Any claims for damages or shortages not covered by insurance or transporter, will be Seller's responsibility, proving Buyer will submit supporting documents for such claims.

Present contract is prepared in Ankara on ..... and signed by the parties.

FOR AND O/B SELLER **FOR AND O/B BUYER**

Resim 40 - Sözleşme Örneği

İhracat Fiyatlaması

İhracatta satışı etkileyen en önemli faktörlerden biri elbette fiyattır. Teklif edilecek fiyatın tespit edilebilmesi için maliyetler, rakipler, pazardaki fiyatlar, teslim şekilleri gibi hususların göz önüne alınması ve çalışılması gerekmektedir. Diğer yandan fiyatın kabul edilmesi ve satışın gerçekleşmesi durumunda bu fiyat ile pazarda nasıl bir etki yaratılmak istendiği de belirlenmelidir.

Kuşkusuz ki fiyatı oluşturan en önemli unsur üretim maliyetidir. Üretim ve hammadde satın alımları sırasında başvurulacak çeşitli uygulamalar ürünün nihai maliyetinde, dolayısıyla ihracata yönelik fiyatlamada ve uluslararası rekâbette avantaj yaratacaktır. Bu uygulamaların en önemlisi **İhracat Teşvik ve Destek Mevzuatı** bölümünde detaylı olarak ele alınan **Dahilde İşleme Rejimi**'dir. Bu uygulamaya ek olarak **Hariçte İşleme Rejimi, Vergi, Resim, Harç İstisnaları ve Ticaret Bakanlığı tarafından uygulanmakta olan İhracatta Devlet Destekleri Programları ile KOSGEB'in Yurt Dışı Pazar Destek Programı ve Eximbank'ın ihracata yönelik programları da bulunmaktadır.** Üretim maliyetlerinin belirtilen bu uygulama ve programlar ile olabileceği en doğru seviyeye getirilmesinden sonra işletme yönetiminin veya patronun fiyatlama stratejisine karar vermesi gerekecektir.

Bu amaçla değerlendirilebilecek üç ana fiyatlama stratejisi bulunmaktadır:

- Maliyet odaklı fiyatlama stratejisi
- Pazar odaklı fiyatlama stratejisi
- Rekâbet odaklı fiyatlama stratejisi

Maliyet Odaklı Fiyatlama Stratejisi

Pek çok işletme, gerek yurt içi gerekse yurt dışı satışları için yaptığı fiyatı, haklı olarak, **öncelikle satacağı ürünün maliyeti ve bu maliyet üzerine koyacağı, kendi geçimini** (ev, işletme, yatırımlar, borçlar vs) **sağlayacak oranda, bir kâr marjı ile belirlemektedir.** Esasen bu strateji işletmenin ve yönetim kadrosu ya da patronun o satıştan talep ettiği kâr üzerine şekillenmektedir. Çoğu zaman, potansiyel müşterilerin o ürün ya da hizmet için ödemeye hazır olduğu bedel göz ardı edilmektedir. Bu strateji, marka ve talebin arza göre yüksek olduğu ürün ve hizmetler için geçerli olabilir. Buna ek olarak, maliyet düşürücü önlemlerin alınmamış olması (Dahilde İşleme Rejimi vb uygulamalar) çoğu zaman ürünün yurt dışı pazara çok yüksek fiyatla teklif edilmesine ve dolayısıyla bir geri dönüş alınamamasına neden olmaktadır. **Yurt dışından toplanan taleplere "kopyala-yapıştır" şeklinde gönderilen standart fiyat tekliflerinin neredeyse hiçbirine geri dönüş dahi alınamamasının ana sebeplerinden biri bu durumdur.**

Pazar Odaklı Fiyatlama Stratejisi

Fiyat, satışın en önemli etkenlerinden biridir hatta bazı pazarlar için en önemlisidir demek yanlış olmaz. Fiyatın, söz konusu ürünün ve hizmetin maliyeti üzerine oluşturulacağı da bir gerçektir. Ancak, satış pazarda olur. İhracatta pazar yurt dışı hedef ülkelerdir. Dolayısıyla, başarılı bir satış süreci geçirmek ve bu süreci bir siparişle ve sözleşmeyle tamamlamak için pazarın içinde bulunduğu satın alma koşullarını çok iyi bilmek gerekmektedir.

Yani, her ne kadar fiyatlama maliyet bazlı başlasa da, mutlaka bu fiyatın, hedef pazardaki fiyattan ihracattan doğan hizmet giderleri, vergiler vb masraflar düşüldükten sonra, talep edilen kârı bırakacak miktarda olması gerekmektedir.

Bu nedenle, **belki doğru ve zaman kazandıracak çalışma** – eğer marka ya da talebin arzdan fazla olduğu bir ürün veya hizmet sunmuyorsak – **öncelikle hedef pazarlardaki fiyatların tespiti, bu fiyatlardan o pazardaki vergi ve masraflar ile ulaşım-sigorta hizmet bedellerinin çıkarılmasından sonra kalacak rakam ile üretim maliyeti arasındaki farkın hesaplanması** olacaktır. Dikkat edileceği gibi bu stratejide çıkış noktası, ürün veya hizmetin pazardaki fiyatı ve masraflar çıktıktan sonra bu fiyat ile üretim maliyeti arasında kalan kârdır. Pandemi sürecinde pek çok sektörde alış-veriş faaliyetleri on-line olarak gerçekleştirilebilir hale gelmiştir. Bu nedenle ürün ve hizmetlerin yurt dışındaki satış fiyatlarına dahi rahatlıkla masabaşı çalışmalarla ulaşılabilmektedir. Tespit edilecek bu fiyatların **Trade Map** gibi istatistik kaynaklarında yer alan gümrük giriş fiyatlarıları ile de karşılaştırılması faydalı olacaktır.

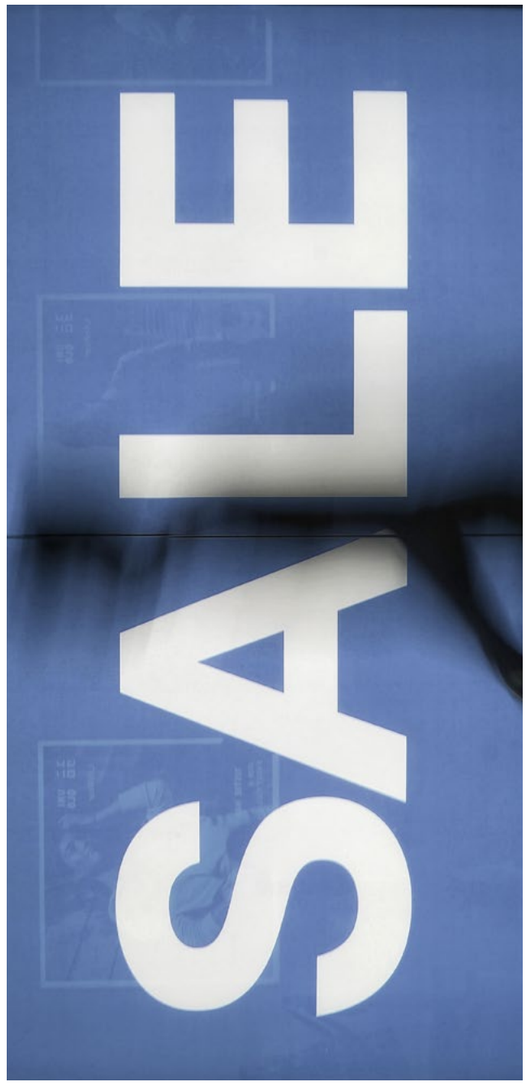
Rekâbet Odaklı Fiyatlama Stratejisi

Türkiye'de ve dünyada pazardaki fiyatlar çoğu zaman belli üreticiler ve/veya tüccar tarafından belirlenmektedir. Pazarda satıcı olan görece küçük işletmeler ise kendi satış fiyatlarını oluşan bu fiyat çerçevesinde belirlemektedirler. Özellikle arzın talebe göre yüksek olduğu sektörlerde, işletmeler maliyet düşürücü önlemler uygulamıyor veya fiyat dışında kalite ve benzeri unsurlarda bir farklılaştırmaya gitmiyorsa o zaman fiyatın tek rekâbet aracı olarak kullanıldığı görülmektedir.

Ürün ve hizmetin müşteri tarafından tercih edilmesini sağlamak maksadı ile yapılan bu rekabet fiyat indirimleri şeklinde gerçekleşmektedir. **Sebepsiz yapılan** (en önemli fiyat indirimi sebepleri peşin ödeme, miktar, geç teslimat olabilir, ki bu durumlar işletmeye finansal bir yük getirmediği gibi fayda da sağlayabilir) **fiyat indirimleri önce işletmenin kârı daha sonra ise finansal yapısı üzerinde zorlayıcı ve zarar verici olmaya başlayacaktır.**

Bu konuda ne yazık ki, yurt dışında, bir pazarda önde gelen tedarikçiler olmalarına rağmen, tek satıcı olabilmek maksadı ile fiyat konusunda rekâbete giren ve aşırı fiyat indirimleri nedeniyle finansal yapıları bozularak iflas eden işletmeler bulunmaktadır.

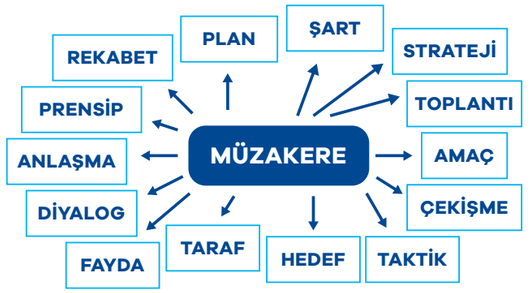
Pazarda yaşanan herhangi bir nedene bağlı olmayan aşırı fiyat indirimlerinin işletme tarafından karşı konulamaz hale geleceği görüldüğünde en doğru ve stratejik karar üründe yapılacak farklılaştırmalar olabilir.



Ticari Müzakere

Konfüçyüs[27], ***"İnsanlar ortak doğalarıyla birbirlerine yaklaşırlar, ancak alışkanlıklar ve gelenekler onları birbirinden uzaklaştırır"*** demiş. Aslında bu söylem dış ticarette sağlıklı bir iletişim kurup geliştirmenin yolunu çok basit ve anlaşılır bir şekilde belirtmektedir; **taraflar birbirlerinin kültürünü, yaşayış alışkanlıklarını, iş yapma geleneklerini öğrenip, bu bilgileri iletişim ve müzakere süreçlerine uyarlayarak başarılı pazarlama-satış çalışmaları gerçekleştirebilirler.**

Bir Japon firma ile pazarlama-satış görüşmelerine başlamadan önce genel olarak Japonların yaşayış tarzı, tüketim alışkanlıkları, kültürleri, iş yapma özellikleri hakkında bilgi toplamak ve pazarlama-satış müzakereleri sırasında bu bilgileri gerekli yerlerde kullanmak müşteri gözünde satıcının değerini arttıracaktır. Müşteri satıcının kendisine ve kültürüne değer verdiğini fark edecek ve kendisi de satıcıya karşı aynı şekilde davranma gereği duyacaktır. Potansiyel müşteriler ile doğru ve sağlıklı iletişim başarılı bir müzakere için ön koşuldur.



Resim 41 - Müzakere Unsurları

Müzakere Stratejileri

Müzakere sürecine hazırlanırken verilmesi gereken en önemli karar müzakerede takip edilecek stratejidir. Çok basit anlamda müzakere süreci için dört ana strateji mevcuttur.

Bunlar:

KAZAN-KAZAN

Her iki tarafın da sonucundan memnun olduğu, kazanç elde ettiğini düşündüğü ve tekrarını istediği müzakere stratejisidir. Teorik olarak bütün müzakerelerin bu strateji doğrultusunda planlanması önerilir.

Resim 42 - Kazan-Kazan Stratejisi

KAZAN-KAYBET

Taraflardan birinin müzakereyi kazanmak için karşı taraf üzerinde baskı kurmaya çalıştığı, bu amaca yönelik olarak zaman zaman saldırgan bir tutum takındığı, müzakereden ziyade pazarlık olarak adlandırılabilecek müzakere stratejisidir.

Resim 43 - Kaybet-Kazan Stratejisi

27 Konfüçyüs; Çinli filozof, eğitimci ve yazar. MÖ 551 - MÖ 479 tarihleri arasında, Doğu Zhou Hanedanlığı döneminde yaşadığı sanılmaktadır. Kong Qiu (Wade-Giles: K'ung Ch'iu) adı altında, Lu devletinin (günümüzde Shan-dong eyaleti olan) Qufu şehrinde doğmuş ve aynı şehirde ölmüştür.

KAYBET-KAZAN

Bazı sebeplerden ötürü taraflardan birinin bilerek ve isteyerek karşı tarafa üstünlük tanıdığı stratejidir. Müşteriyi kaybetme korkusu hedefi bu stratejiye yönelten en önemli nedendir. Satıcı tarafından fazlaca taviz verilir.

KAYBET-KAYBET

Tarafların tek amacı karşı taraf ile nasıl olursa olsun bir şekilde iş yapabilmektir. İşin sonunda kazanç elde edilip edilmediği önemli değildir. Bu nedenle her türlü talep kabul edilir.

Taraflar, satış hedefleri ve zamanın şartları doğrultusunda müzekere stratejilerini değiştirmelidir. Piyasa şartları, hizmet kalemlerinde görülen fiyat değişiklikleri, nakliye sorunları (pandemi sürecinde çok ciddi bir konteyner tedarik problemi yaşanmakta) gibi nedenler bu değişikliklere neden olabilir. O bakımdan işletmelerin, **çok fazla değişken olan dış ticarette tek bir müzakere stratejisi belirleyerek pazarlama-satış planlamaları yapmaları hata olacaktır.** Bu konuda günün şartlarını ve karşı tarafın içinde bulunduğu durumu çok iyi değerlendirip mümkün olduğunca esnek bir planlama yapmakta fayda vardır.

Kısaca, müzakerede takip edilecek strateji ve beklenti mutlaka müzakere öncesi planlanmış olmalıdır.
Bu kararların işletmenin ticari hedefleri ile de örtüşmelidir.

Dış Ticarette Müzakere Stratejileri

Dış ticaret müzakereleri sırasında takip edilecek strateji, müzakere öncesi belirlenebileceği gibi müzakere sırasında taraflarca atılacak karşılıklı atılan adımlara göre de şekillendirilebilir. Müzakere öncesi hazırlık döneminde, stratejik karar alınması gerekecek ilk konu **tanışma** ve **ısınma** süreçlerinde atılacak adımlardır. Bu aşamada uygulanacak strateji müzakerenin diğer tüm bölümlerini direkt olarak olumlu veya olumsuz etkileyebilir. Bu sebeple tanışma ve ısınma sürecinde **mümkün olduğunca politika, aile ve dini konulardan söz etmemek, ilginç ve eğlenceli kültürel farklılıklardan veya aktüaliteden bahsetmek** doğru olacaktır.

Müzakerecinin strateji belirlemesi gerekecek bir diğer konu **karşı tarafın uygulamaya çalıştığı bazı taktiklere nasıl karşılık verilmesi** gerektiğidir. Karşı taraf bazen kazan-kaybet amacı doğrultusunda saldırgan bir tutum içerisinde ciddi bir baskı kurma stratejisi uygulayabilir. Ancak, müzakere stratejileri içerisinde her iki taraf için de en verimli strateji olarak değerlendirilen **kazan-kazan stratejisi** doğrultusunda davranıldığı, taleplerin karşı tarafa ne fayda sağladığı sorgulandığı ve bu amaca yönelik davranışlar sergilendiği sürece karşı taraf ortaya konulan taleplerin tek taraflı değil kendi yararına da olduğunu görecektir.

Dış ticarette müzakere ederken **karşı tarafın satıcının bu tavrını algılama şekli ve süresi ülkelerden ülkelere, genel kültürel yapıya paralel farklılıklar gösterebilir.** Bir batılı alıcı ile müzakere ederken kazan-kazan stratejisinin hedeflendiği çok net belirtilip, ortak hedefe yönelik bazı talepler ile bu hedef desteklenerek belli edilebilir. Ancak doğuda müzakere yaparken, ne kadar kazan-kazan stratejisi hedeflense de pazarlık etmek müzakerenin ana şartıdır. Bu nedenle sabır gösterilip ana amaca yönelik pazarlık sürdürülerek müşteri memnun edilmelidir.

Müzakerelerde **tarafların kullandıkları dil ve bu dili kullanış tarzı da bir strateji** olarak kullanılabilir. Tüm dünyada ticaretin dili İngilizcedir. Ancak taraflar en kolay anlaşabilecekleri lisanda müzakere yapmaya gayret göstermelidirler. Müzakerelerde **kullanılan dil basit, tanımlamalar kısa ve anlaşılır** olmalıdır. Argodan, mecazi kullanımlardan, deyimlerden mutlaka kaçınılmalıdır. Müzakere ister anadilde ister yabancı bir dilde yapılsın kullanılan dil ne kadar **basit ve anlaşılır** olursa tarafların birbirini anlaması ve cevap vermesi o derece kolay olacaktır. **Karşı tarafın sizi anlaması, değerlendirmesi ve size cevap vermesi o derece kolay ve zahmetsiz olacaktır.** Bazen karşı taraf müzakerede üstünlük sağlamak ve baskı kurmak için ağır bir dil kullanabilir. Böyle bir durum hissedilirse kendilerini anlamakta güçlük çekildiği belirtilmeli, daha basit bir dil kullanılması talep edilmelidir.

Müzakere öncesi aşağıda sıralanan konularda yapılacak ön çalışmalar müzakerenin genel gidişatı ve hedeflenen şekilde sonuçlanması için önem taşımaktadır:

MÜZAKERE ÖNCESİ
Müzakereyi planlayın.
Müzakereci tipinizi bilin.
Kazan-kazan anlayışını benimseyin.
Hedefi yüksek tutun.
Basit bir dil kullanın.
Bol bol soru sorun ve dinleyin.
Karşı tarafın kültürünü araştırın.
Sabırlı olun.
Tavizlerinizi belirleyin.
Mutlaka alternatif teklifleriniz olsun.

Tablo 11 - Müzakere Öncesi Dikkat Edilecek Hususlar

Dış Ticaret Müzakerelerinde Yaşanan Sorunlar ve Çözüm Önerileri

Dış ticaret müzakerelerine **ne kadar iyi hazırlanılmış olursa olsun, müzakereler sırasında daha önceden tahmin edilemeyen sorunlar çıkabilir.** Bu sorunların pek çoğu müzakerenin uluslararası yapılıyor olmasından kaynaklanmaktadır. Sorunlar, daha tanışma ve ısınma bölümlerinden itibaren kendisini göstermeye başlayabilir. Bazen basit bir tokalaşma bile sorun olabilir. Doğu kültüründe fiziki temas, tokalaşma, kola girme son derece normal davranışlar olarak nitelendirilirken Uzak Doğu'da bu hareketlerden kesinlikle kaçınılmaktadır. Bu sorunları zor kılan pek çoğunun anlık ortaya çıkmaları veya fark edilmeleri ve bu nedenle anlık çözülmeleri gerektiğidir. Eğer sorun anlık çözülecek bir sorun değilse karşı taraf ile mutabakat halinde görüşmeye ara verip sorunun değerlendirilmesine ve çözümüne zaman ayırmak en uygun davranış olacaktır.

Taraflar arasında çözülmesi gereken ilk sorun genelde müzakerenin nerede yapılacağıdır. Müzakerenin genel mantığı çerçevesinde tarafların bir araya gelerek müzakereyi gerçekleştirmesi esastır. Günümüzde teknolojik gelişmelere bağlı olarak taraflar farklı iletişim araçları ile de müzakereler gerçekleştirmektedirler ancak yapılan araştırmalar şirketlerin önemli olarak nitelendirdikleri konuları mutlaka karşı taraf ile yüz yüze müzakere etmeyi tercih ettiklerini göstermektedir. **Nerede? Hangi ülkede? Ev sahipliğini biz mi yapalım yoksa karşı taraf mı yapsın?** Bunun bir yazılı kuralı yok. Ancak karar vermede belirleyici olan çok net bir nokta var; **bu toplantıya hangi taraf ihtiyaç duyuyorsa genelde ziyaret eden taraf o taraf olur.**

İçinde bulunduğumuz pandemi döneminde ise seyahat kısıtları nedeniyle yüz yüze aynı mekânda gerçekleştirilemeyen iş görüşmeleri ve müzakerelerin online platformlar veya görüntülü görüşmeye olanak tanıyan iletişim kanalları üzerinden yapılması bir teamül halini almış bulunmaktadır.

Çok üst düzey devlet yöneticilerinin uluslararası mevkidaşları ile yaptığı resmi görüşmelerden tutun şirket içi rutin bir toplantıya kadar pek çok görüşme bu şekilde gerçekleştirilebilmektedir. Bu tür iletişime imkân sağlayan platform ve sistemler, kayıt yapabilme özelliklerinden ötürü görüşme notlarını saklama ve daha sonra tekrar ulaşma konusunda taraflara büyük kolaylıklar da sunmaktadır.

Müzakereleri olumsuz yönde etkileyen hatta müzakerelerin kesilmesine neden olan olayların başında beklediği sonucu ya da tavizi alamayan tarafın muhatabını devre dışı bırakarak bir başkası ile görüşmesi ve istediği tavizi almasıdır. Bu duruma mani olmak ne yazık ki müzakerecinin elinde değildir. Kendi elemanının müzakere halinde olduğu karşı tarafın direkt olarak konuyu görüşmek ve taviz almak amacıyla kendisini aradığını anlayan bir yöneticinin, müzakere beklenen şekilde gitmiyor olsa dahi, müzakereye müdahil olması son derece yanlıştır. Yöneticiden alınan bu tavizler, ne yazık ki bundan sonra aynı şirket ile yapılacak olan tüm müzakerelerde karşı tarafın müzakereciyi tanımamasına ve ilgili şartları hep yönetici ile görüşmek istemesine neden olacaktır.

Ekip müzakereci üzerinde baskı yaratabilen bir diğer etkendir. Batılılar müzakerelere genelde tek kişi katılırken Uzak Doğuluların toplantılara 4 bazen 5 kişi ile katıldıkları görülmektedir.

Bir başka sorun tarafların alışkanlıkları, yaşayış tarzı, gelenek ve görenekleri, beden dilleri arasındaki farklılıklardır. Pek çok doğulu ülkede karşı tarafın sahip olduğu bir eşyayı beğenmek, iltifat etmek o kültürde "bunu bana verir misiniz" demek ile eş anlamlıdır ve geri çevirmek de kabalık olarak nitelendirilmektedir. Bazı Müslüman ülkelerde hanımların el sıkışmaması, iki hanımdan oluşan bir müzakere ekibinin nihai karar alamayacağı düşüncesi, Japonya'da müzakerecinin evinde yenen bir akşam yemeğinde Türk misafirin kibarlık göstererek tabakta ne var ne yoksa hepsini bitirmesinin Japon kültüründe ben doymadım, beni aç bıraktınız olarak değerlendirilmesi hep bu kültürel farklılıklardandır.

Elbette bu farklılıklar dünyayı yaşanır yapan güzel özelliklerin başında gelmektedir. İnsanlar her yıl milyarlarca dolar harcayarak farklı kültürleri, yaşayışları görmek için ülkelerden ülkelere seyahat etmektedir. Ancak ne yazık ki, bazen yine bu aynı **farklılıkların müzakere sürecini karar alınamadan, sonuca varılamadan bozduğu ve tarafların müzakereyi sonlandırmasına** sebep olmaktadır.

Müzakerecinin yapacağı; müzakere öncesinde karşı kültür hakkında elde edebileceği tüm verileri bir araya getirmek ve dersini çok iyi çalışmaktır.

İhracat Teşvik ve Destek Mevzuatı

İhracat'ın işletmelerin topyekûn gelişimine ve buna bağlı olarak insanların sosyal yaşantı kalitelerinin ve refah seviyelerinin yükselmesine katkıları, diğer yandan Türkiye için konuşursak ülke gelirinin bir numaralı kaynağını oluşturması nedeniyle ihracat pek çok ülkede olduğu gibi ülkemizde de pek çok kurum ve kuruluş tarafından gerek finansal gerekse çeşitli projeler çerçevesinde desteklenmektedir.

Bu desteklerin bir kısmı Türkiye'nin kendi öz kaynakları ve insan gücü ile sağlanırken bir kısmı ise Türkiye'nin öncelikle iş birliği ilişkisi içerisinde olduğu AB ve uluslararası diğer kuruluşlar tarafından sağlanmaktadır.

Türkiye'nin kendi imkânları ile sağladığı destekler aşağıda yer alan Tablo-12'de gösterilmektedir.

TİCARET BAKANLIĞI	KOSGEB
1. Ürün İhracatı a. Dahilde İşleme Rejimi b. Hariçte İşleme Rejimi c. Markalaşma ve Turquality d. Pazar Araştırması ve Pazara Giriş e. Pazara Giriş Belgeleri f. Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi g. Pazara Girişte Dijital Faaliyetlerin Desteklenmesi h. İhracatçıya Alıcı Kredisi ve Sigorta Tazmin Desteği i. Fuar Katılım Desteği j. Tasarım Desteği k. Yurtdışı Birim, Marka ve Tanıtım Desteği l. Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi m. Özel Statülü Şirketler **2. Hizmet İhracatı** a. Genel Destek b. Döviz Kazandırıcı Hizmet Ticareti Desteği c. Markalaşmaya İlişkin Destek Programı d. Döviz Kazandırıcı Hizmet Sektörleri Markalaşma Desteği e. Dijital Faaliyetlere İlişkin Destek Mevzuatı f. Pazara Girişte Dijital Faaliyetlerin Desteklenmesi	1. Yurtdışı Pazar Destek Programı 2. Uluslararası Kuluçka Merkezi ve Hızlandırıcı Destek Programı 3. İşletme Geliştirme Destek Programı
MALİYE BAKANLIĞI	
1. Damga Vergisi ve Harç İstisnası	
TÜRK EXİMBANK	
1. Krediler 2. İskonto Programları 3. Alacak Sigortaları	

Tablo 12 - İhracat Teşvik ve Destek Uygulamaları

Dahilde İşleme Rejimi

Dahilde İşleme Rejimi (DİR) 20.12.2006 tarih ve 26382 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan 2006/12 sayılı Dahilde İşleme Rejimi Tebliği kapsamında uygulanmaktadır.

Türkiye'de 1996 yılı öncesinde **İhracat Teşvik Mevzuatı** olarak bilinen uygulamadır. Türkiye 1 Ocak 1996 yılında AB ile imzaladığı Gümrük Birliği anlaşması kapsamında tam üye olarak çalışmaya başlarken dış ticaret mevzuatını AB normlarına uygun hale getirmek maksadı ile mevzuatından **"İhracat Teşvik"** kavramını çıkararak **"Dahilde İşleme"** kavramını eklemiştir. Bugün Türkiye'de **Turizm Teşvik Mevzuatı** ve bu mevzuatla ilgili **Turizm Teşvik Belgesi** veya **Yatırım Teşvik Mevzuatı** ve ilgili **Yatırım Teşvik Belgesi** kavramları kullanırken bu sebepten dolayı – Türkiye'nin en önemli gelir kalemi olan ihracat için – **İhracat Teşvik Mevzuatı** yerine **Dahilde İşleme Rejimi** ve ilgili belge ismi olarak da **Dahilde İşleme İzin Belgesi** isimleri kullanılmaktadır.

Dahilde İşleme Rejiminin amacı Türkiye'de dünya fiyatlarından temin edilemeyen, üretimi bulunmayan veya yetersiz olan ya da istenilen kalitede olmayan eşyanın gümrük muafiyeti ile ithaline imkân sağlanması yoluyla girdi maliyetini azaltarak ürünlere dünya piyasalarında rekâbet gücü kazandırmak suretiyle ihracatı arttırmaktır.

Bu destek ihracat maksatlı üretim yapacak, kapasite kullanım raporuna sahip işletmeler ve aynı maksat ile kapasite raporu sahibi bir işletme ile beraber hareket edecek tüccar firmalar tarafından kullanılabilmektedir.

Uygulama **Ticaret Bakanlığı** tarafından yönetilmekte ve kontrol edilmektedir. **DİR**, Türkiye'nin ihraç ürünlerine dünya piyasalarında rekabet gücü kazandırmak ve çeşitlendirmek amacıyla, dünya piyasa fiyatlarından gümrük muafiyetli olarak, ticaret politikası önlemlerine tabi olmaksızın[28], ihraç ürünün üretimi için gerekli olan ve fiyat ve/veya kalite bakımından yurt içi piyasalardan temin edilemeyen, hammadde, yardımcı madde ve ambalaj malzemeleri ithalatına imkan veren ekonomik etkili bir gümrük rejimidir.

DİR *kavramı içerisinde yer alan işleme faaliyeti eşyanın montajı, kurulması ve diğer eşya ile birleştirilmesi dahil olmak üzere işçiliğe tabi tutulması, işlenmesi, yenilenmesi, düzenli hale getirilmesi dahil olmak üzere tamir edilmesi ile işleme sırasında tamamen veya kısmen tüketilse dahi işlem görmüş ürünün bünyesinde bulunmayan ancak, bu ürünün üretilmesini sağlayan veya kolaylaştıran önceden belirlenmiş bazı eşyanın kullanılmasını ifade etmektedir.*

İşleme faaliyetine konu olabilecek ürünler ise mevzuatta

İthal Eşyası: İşlem görmüş ürünün elde edilmesinde kullanılan hammadde, yardımcı madde, yarı mamul, mamul ile işlem görmüş ürünün bünyesinde yer almamakla birlikte çalışmasını sağlayan madde (yakıt ve yağ dahil) ya da hizmetin devamını sağlayan madde (yedek parça, vb.), ambalaj ve işletme malzemesini,

İşletme Malzemesi: İşleme faaliyetleri sırasında tamamen veya kısmen tüketilseler dahi, ihracı taahhüt edilen işlem görmüş ürünün elde edilmesinde kullanılan ancak ürünün bünyesinde yer almayan ve sabit tesislerin çalışabilir durumda olmasını temin eden (enerji ve yakıt hariç), yatırım malı makine ve teçhizat niteliğinde olmayan malzemeyi ifade etmektedir.

DİR esas olarak üretici-ihracatçıların üretim maliyetlerinin düşürülmesi ve bu şekilde uluslararası **pazarda rekâbet güçlerinin arttırılması ve bu yolla ihracatın geliştirilmesini hedeflese de söz konusu rejimden farklı yapıdaki işlemeler de faydalanabilmektedir.** DİR uygulamasından faydalanabilecek işletme yapıları;

İmalatçı-İhracatçı: İşlem görmüş ürünün tamamını veya bir kısmını üreten ve bu ürünün ihracatını kendisi ve/veya aracı ihracatçı vasıtasıyla gerçekleştiren dahilde işleme izin belgesi[29] /dahilde işleme izni[30] sahibi firma,

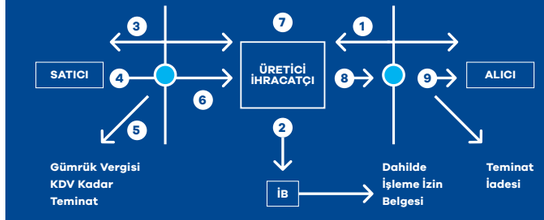
İhracatçı: Yan sanayici firmaya ithal eşyasından işlem görmüş ürün ürettiren ve bu ürünün ihracatını kendisi ve/veya aracı ihracatçı vasıtasıyla gerçekleştiren imalatçı olmayan dahilde işleme izin belgesi/dahilde işleme izni sahibi firma,

Yan Sanayici: Dahilde işleme izin belgesinde/dahilde işleme izninde taahhüt edilen ihraç ürününün tamamını ya da bir kısmını üreten, belgede/izinde kayıtlı ancak belge/izin sahibi olmayan firma,

Aracı İhracatçı: Dahilde işleme izin belgesinde/dahilde işleme izninde taahhüt edilen ihracatı, belge/izin sahibi firmadan tedarik ettiği şekliyle gerçekleştiren belge/izin sahibi olmayan firmadır.

DİR kapsamında şartlı muafiyet ve geri ödeme sistemi olmak üzere iki tür dahilde işleme tedbiri uygulanmakta olup, şartlı muafiyet sisteminde ithalat sırasında doğan vergiler teminata bağlanırken, geri ödeme sisteminde ithalat esnasında vergi alınmakta olup işlem görmüş ürünün ihracı halinde alınan vergi geri ödenmektedir. *(kaynak TB)*

Şartlı muafiyet sistemi; dahilde işleme izin belgesi/dahilde işleme izni kapsamında ihracı taahhüt edilen işlem görmüş ürünün elde edilmesinde kullanılan (belge/izin sahibi firma ve/veya yan sanayici firma tarafından) ve serbest dolaşımda bulunmayan hammadde, yardımcı madde (katalizör olarak kullanılanlar dahil), yarı mamul, mamul ile değişmemiş eşya, ambalaj ve işletme malzemesinin, **Türkiye Gümrük Bölgesinde** (serbest bölgeler hariç) yerleşik firmalarca, ticaret politikası önlemlerine tabi tutulmaksızın, vergisi[31] teminata bağlanmak suretiyle bedelli ve/veya bedelsiz ithal edilmesi ve ihracat taahhüdünün gerçekleşmesini müteakip, alınan teminatın iade edilmesidir. Ancak, bu çerçevede işletme malzemesi ithal edilmesi durumunda **katma değer vergisi, özel tüketim vergisi** tahsil edilir ve **gümrük vergisi** uygulanır.



Şekil 28 - Şartlı Muafiyet Sistemi

ŞARTLI MUAFİYET SİSTEMİ İŞ AKIŞI

1. Mamûl Ürün için İhracat Sözleşmesi
2. Dahilde İşleme İzin Belgesi Başvurusu
3. Hammadde için İthalat Sözleşmesi
4. İthalat İşlem Başlangıcı
5. Teminat Verilmesi
6. İthalat
7. İşleme Faaliyeti
8. İhracat
9. Teminat İadesi

28 İthalatta uygulanan genel mevzuata tabi olmaksızın, kısıtlama ve maliyetlerden muaf olarak…

29 Dahilde İşleme İzin Belgesi; DİR kapsamında vergi muafiyeti için alınması gereken izin belgesi

30 Dahilde İşleme İzni; DİR kapsamında belge alınmasına gerek olmayan işlemlerde ithalat muafiyeti için aranan izin

31 Vergi; İthalatta devlete ödenen vergiler (gümrük vergisi, katma değer vergisi gibi)

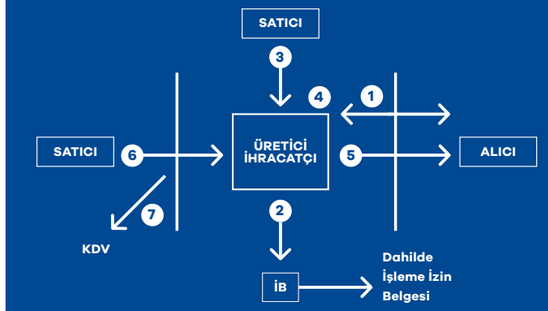
Dahilde işleme izin belgesi kapsamında ihracı taahhüt edilen **işlem görmüş ürünün elde edilmesinde kullanılan hammadde, yardımcı madde, yarı mamul, mamul, değişmemiş eşya ve ambalaj malzemeleri, ithal edilebileceği gibi, yurt içinden de temin edilebilmektedir.** İzin belgesi kapsamında katma değer vergisinde **tecil-terkin sistemine** istinaden yurt içinden ürün alımı ve ilgili kamu kurum ve kuruluşlarından alım yapılabilir.

Şartlı muafiyet sistemi kapsamında eğer ihtiyaç duyulursa işlenerek ihraç edilecek ürünün ithalinden önce serbest dolaşımda bulunan ürünler[32] de kullanılabilir. Söz konusu ürünlerin asgari 8 (sekiz)'li bazda gümrük tarife istatistik pozisyonu, ticari kalite ve teknik özellikleri itibarıyla ithal edilmesi planlanmış ürünlerle aynı kalite ve nitelikleri taşıması gerekmektedir. Ancak, **eşdeğer eşya olarak kullanılan tarım ürünlerinin** ithal ürün ile ticari kalite, teknik özellik ve niteliği itibariyle aynı olduğuna yönelik tespit, 12 (oniki)'li bazda gümrük tarife istatistik pozisyonuna göre yapılmaktadır.

Eşdeğer ürünlerin kullanımı uygulaması aslında, işleme faaliyetine tâbi tutulmak maksadı ile ithal edilecek ürünlerin ithalatından önce bu ürünlerle yukarıdaki paragraf kapsamı şartlar doğrultusunda ayniyeti tespit edilecek yurtiçindeki ürünlerin yer değiştirmesi olarak da nitelendirilebilir. Yurt içinden temin edilen ürünlerin işlenmesi ihraç ürünü üretilmekte ve önce ihracat yapılmakta daha sonra ise iç piyasadan temin edilmiş ürünler ithal edilmektedir. O nedenle bu uygulama önceden ihracat olarak da adlandırılabilmektedir. Bu çerçevede izin belgesi süresi içerisinde ithal eşyası ile serbest dolaşımdaki eşya birlikte de kullanılabilmektedir. Önceden ihracat sisteminde ithalatın izin belgesi süresi sonuna kadar tamamlanması gerekmektedir. İthalat sırasında katma değer vergisi ve diğer tüm vergiler teminata bağlanmak kaydı ile tahsil edilmemektedir.

Önceden ihracat işleminden sonra buna tekabül eden oranda ithal edilen eşya, belge sahibi işletme tarafından serbestçe kullanılabilmektedir.

Yani işletme bu ürünleri iç piyasaya olduğu gibi satabilmekte, işleyerek ya da olduğu gibi ihraç edebilmektedir. Ancak, ihracatı gerçekleştirilmeyen ithal eşyasının, işlem görmüş ürün veya ithal edildiği şekliyle belge sahibi firma ve/veya yan sanayici firmanın stoklarında bulun durulması zorunludur.



Şekil 29 - Eşdeğer Ürün Kullanımı

EŞDEĞER ÜRÜN KULLANIMI SİSTEMİ İŞ AKIŞI

1. Mamûl Ürün için İhracat Sözleşmesi
2. Dahilde İşleme İzin Belgesi Başvurusu
3. Yurt İçinden Eşdeğer Ürün Alımı
4. İşleme Faaliyeti
5. İhracat
6. İthalat Süreci Başlangıcı
7. Katma Değer Vergisi Dahil Teminat karşılığı İthalat İşlemi

DİR kapsamındaki ikinci uygulama geri ödeme sistemidir. Geri ödeme sistemi, dahilde işleme izin belgesi/dahilde işleme izni kapsamında serbest dolaşıma giren hammadde, yardımcı madde, yarı mamul, mamul ile değişmemiş eşya, ambalaj ve işletme malzemesinden elde edilen işlem görmüş ürünün ihracı halinde, ithalat esnasında alınan verginin (işletme malzemesine ilişkin katma değer vergisi ve özel tüketim vergisi hariç) geri ödenmesidir.

Bu kapsamda ithal edilen eşya için gümrük idaresince, ticaret politikası önlemleri uygulanmakta ve eşyanın ithali için öngörülen dış ticarette teknik düzenlemeler ve standardizasyon mevzuatı dahil diğer işlemlerin tamamlanması şartı aranmaktadır. **Yani bu kapsamda ithalatı yapılacak olan ürünler için ithalatçılar katma değer vergisi ve gümrüklerde ödenecek diğer vergilerden sorumlu olmaktadırlar.** Gümrük idareleri izin belgesi üzerine bu ithalatın geri ödeme sistemi çerçevesinde yapılmakta olduğunu belirterek işletmenin işlenmiş ürünün ihracatından sonra geri ödeme sisteminden faydalanabilmesini sağlamaktadırlar. Diğer yandan, dahilde işleme izin belgesi/dahilde işleme izni kapsamında **A.TR dolaşım belgesi** eşliğinde Avrupa Topluluğuna üye ülkelere ihraç edilecek işlem görmüş ürünün elde edilmesinde kullanılacak hammadde, yardımcı madde, yarı mamul, mamul ile değişmemiş eşyanın gümrük vergisi ile varsa toplu konut fonunun tahsil edilmesi ve bu vergilerin haricindeki vergilerin teminata bağlanması suretiyle ithalatına izin verilebilir.

Sağda yer verilen işlemler için dahilde işleme izin belgesi yerine dahilde işleme izni verilmektedir:

- Elyaf, iplik, ham ve mamul mensucat (astar dahil) gibi temel tekstil hammaddeleri ile tekstil ve deri kimyasal maddeleri dışında kalan yardımcı maddelerin (tela, etiket, düğme, fermuar, çıtçıt, rivet, askı, kuş-gözü, şerit, kordela, lastik vb.) ithalatını müteakip, ihraç ürünlerinin elde edilmesinde kullanılması,
- Kıymetli maden ve taşların, 32 sayılı Türk Parası Kıymetini Koruma Hakkında Karar hükümleri çerçevesinde ithalatını müteakip, işlendikten sonra ihraç edilmek üzere işçiliğe tabi tutulması,
- Ürünün korunması, görünüş ya da satış kalitesinin iyileştirilmesi, yeniden dağıtım veya yeniden satış için hazırlanmasına yönelik işlemler,
- Ürünün montajı, kurulması, diğer eşyayla birleştirilmesi, bir araya getirilmesi veya ihraç edilecek eşyanın tamamlanması dahil olmak üzere işçiliğe tabi tutulması,
- Ürünün yenilenmesi ve düzenli hale getirilmesi dahil olmak üzere tamir edilmesi veya boyanması,
- Ürünün elden geçirme ve ayarlar da dahil olmak üzere onarımı,
- Ürünün baskı işlemine tabi tutulması, asorti edilmesi, etiketlenmesi, ambalajlanması, temizlenmesi, elenmesi, fiziksel boyutunun değiştirilmesi, kavrulması veya kabuğundan ayrılması, asorti bağırsağın tüplenmesi,
- Fide ithalatını müteakip, ihraç edilmek üzere kesme çiçek yetiştirilmesi,
- Çelik filmaşin ithalatını müteakip, ihraç edilmek üzere çivi ve sıcak çekme siyah tel üretimi,
- Rulo sacın ithalatını müteakip, ihraç edilmek üzere kesilmiş sac elde edilmesinde kullanılması,
- Bedelsiz olarak ithal edilen eşyanın işleme faaliyetine tabi tutulması
-

32 Serbest Dolaşımdaki Ürün; Türkiye gümrük bölgesinde üretilmiş veya bu bölgeye ithal edilmiş ürünler

İşletmelerin Dahilde İşleme İzin Belgesi için **Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğüne** elektronik ortamda, **Dahilde İşleme İzni** için ithalatı gerçekleştirecekleri Gümrük İdarelerine gerekli evrakla başvuruda bulunmaları gerekmektedir. İhracatları veya eşdeğer ürün kullanımı sisteminde ithalatı takiben işletmeler **Dahilde İşleme İzin Belgesi** ihracat taahhüdünü kapatmak için en geç belge süresi sonundan itibaren üç ay içerisinde ilgili evrakla **Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü** tarafından belirlenen ilgili bölge müdürlüğüne, **Dahilde İşleme İzni ihracat** taahhüdünü kapatmak için en geç izin süresi sonundan itibaren bir ay içerisinde ilgili evrakla ilgili gümrük idaresine başvururlar.

Dahilde işleme izin belgesi/dahilde işleme izni kapsamında ihracatı gerçekleştirilmeyen ithal ürünlerin, işlem görmüş ürün ve/veya ithal edildiği şekliyle belge/izin sahibi firma ve/veya yan sanayici firmanın stoklarında bulundurulması ve gerçekleştirilecek kontroller sırasında gösterilebilmesi gerekmektedir. Şartlı muafiyet sistemi çerçevesinde dahilde işleme izin belgesi/dahilde işleme izni kapsamında ithal edilen ancak belge/izin süresi içerisinde işlem görmüş ürün olarak belge/izin şartlarına uygun şekilde **Türkiye Gümrük Bölgesi** dışına ihracatı gerçekleştirilemeyen veya serbest bölgelere ihraç edildiği halde en geç belge/izin süresi bitiminden itibaren üç ay içerisinde serbest bölgelerden başka bir ülkeye satışı yapılmayan ithal ürünlere ilişkin teminat düzenlendiği için alınmayan vergi işletmeden tahsil edilmek zorundadır.

Dahilde İşleme İzni verilmeyecek ürünler listesi aşağıda Tablo-13'te gösterilmektedir.

FASIL-GTİP	EŞYA ADI
01-04	Tüm eşyalar
05	Tüm eşyalar (Bağırsak hariç)
0601	Tüm eşyalar
07-15	Tüm eşyalar
16	Tüm eşyalar (Salyangoz hariç)
17-24	Tüm eşyalar
43	Tüm eşyalar (Aksesuar olarak kullanılmak amacıyla ithal edilecekler ile koyun ve kuzu kürkü ile bunlardan mamul eşya hariç)
42.03.10	Tüm eşyalar (Tamir amaçlı olanlar hariç)
8481.80.19.00.11	Musluklar
8528.72.31.00-8528.73.00.00	Televizyonlar (Tebliğin 14/1-d bendinde belirtilen işleme faaliyetine tabi tutulacak televizyonlar hariç)

Tablo 13 - Dahilde İşleme İzni Verilemeyen Ürünler

Hariçte İşleme Rejimi

Hariçte İşleme Rejimi (HİR) 11.5.2007 tarih ve 26519 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan 2007/5 sayılı Hariçte İşleme Rejimi Tebliği kapsamında uygulanmaktadır.

Hariçte işleme faaliyeti serbest dolaşımda bulunan ürünlerin daha ileri safhada işlenmek, tamir edilmek veya yenilenmek üzere geçici olarak **Türkiye Gümrük Bölgesi** dışına veya serbest bölgelere ihraç edilmesi ve bu faaliyetler sonucunda elde edilen ürünlerin, gümrük vergilerinden tam veya kısmi muafiyet uygulanmak suretiyle yeniden serbest dolaşıma girmesi işlemlerinden oluşmaktadır.

Yani bu faaliyetler çerçevesinde Türkiye'de bulunan aşağıda listelenen ürünler ileri seviyede işlenmek veya tamir edilmek üzere geçici olarak ihraç edilmekte (Serbest Bölgeler dahil) ve işlem gördükten sonra Türkiye'ye ithal edilmektedir. İthal edilen ürünlerde bir gümrük vergisi oluşması durumunda Türkiye'den gönderilen ürünlerin vergileri ayrıca tespit edilip işlem görerek ithal edilen ürünlerin vergisinden düşülmektedir.

Bu kapsamda değerlendirilebilecek ürünler ve işleme faaliyetleri:

- Hammadde, yardımcı madde, yarı mamul, mamul ve ambalaj malzemelerinin daha ileri bir düzeyde işlenmesi,
- Maden cevheri ve konsantrelerinin izabe edilmesi ve işlenmesi, maden ve metallerden mamul eşyanın izabe ve ayrıştırmaya tabi tutulması ve/veya bu işlem sonucunda yenilenmesi, kıymetli maden ve taşların işlenmesi,
- Tamirat amaçlı, garanti hükümleri uyarınca, ithal edilecek eşyada ambalaj malzemesi olarak kullanılmak üzere veya bir imalat hatası nedeniyle Türkiye Gümrük Bölgesi dışına veya serbest bölgelere gönderilen ürünler.

HİR çerçevesinde ithali taahhüt edilen işlem görmüş ürünün, ithalat rejimi ile gümrük mevzuatına uygun şekilde gümrük hattından **Türkiye Gümrük Bölgesine** girişi aşamasında ürünlerin tamamı üzerinden katma değer vergisi tahsil edilir. **HİR** kapsamında gerçekleştirilecek ithalat, hariçte işleme izin belgesi/izni sahibi firma dışında başka bir firma tarafından da gerçekleştirilebilir ve bu durumda ithalatı gerçekleştirecek kişiye ait bilgiler belgenin/iznin özel şartlar bölümüne kaydedilir. Hariçte işleme faaliyeti sonucunda doğan işçilik, navlun, sigorta vb. bedeller, serbest dolaşımdaki eşya veya hariçte işlenmek üzere gönderilen eşyanın bir kısmı ile de ödenebilir.

HİR'den faydalanabilmek için işletmelerin **Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğünden Hariçte İşleme İzin Belgesi veya ürünün ve işleme faaliyetinin özelliklerine göre Hariçte İşleme İzni almaları gerekir.** Belge ve iznin geçerlilik süresi en fazla oniki aydır. Ancak, belge ya da izin sahibi firmanın haklı ve gerekçeli istekleri durumunda belge izin süresinin ½'si oranında bir ek belge süresi veya 12 aya kadar ek izin süresi verilebilmektedir.

HİR kapsamında ihraç edilen ürünlerin izin belgesi veya izinde taahhüt edilmiş işlenmiş ya da değiştirilmiş ürünler olarak ithalatının yapılamaması durumunda, ihraç edilen ürünlerin ihraç edildikleri şekil ve haliyle ithal edilmesi gerekmektedir. Aksi taktirde ilgili kambiyo ve gümrük rejimleri hükümleri uygulanmaktadır. Diğer yandan, HİR kapsamı ürünlerin işlendikten sonra Türkiye'ye ithal edilmeden Gümrük Birliği bir ülkeye gönderilmek istenmesi durumunda ihracat işlemini gerçekleştiren gümrük idaresi tarafından **INF 2 bilgi formu düzenlenmesi kaydıyla**, işlem görmüş ürünün ve bu ürünün üretimi için gönderilen geçici ihracat eşyasının yurda geri getirilmesine gerek bulunmamaktadır. Bu durumda, ihraç edilen ürünler için alınmış teminatlar varsa irat kaydedilmekte ve ilgili kambiyo rejimi hükümleri uygulanmaktadır.

Hariçte işleme izin belgesi sahibi işletmelerin, belge süresi (belgeye verilen ek süreler dahil) sonundan itibaren bir ay içerisinde **Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü** tarafından belirlenen bölge müdürlüğüne, hariçte işleme izni sahibi işletmelerin ise izin süresi (izne verilen ek süreler dahil) sonundan itibaren bir ay içerisinde izni veren ihracatçı birlikleri genel sekreterliğine izin taahhüdünü kapatmak için müracaat etmeleri gerekmektedir.

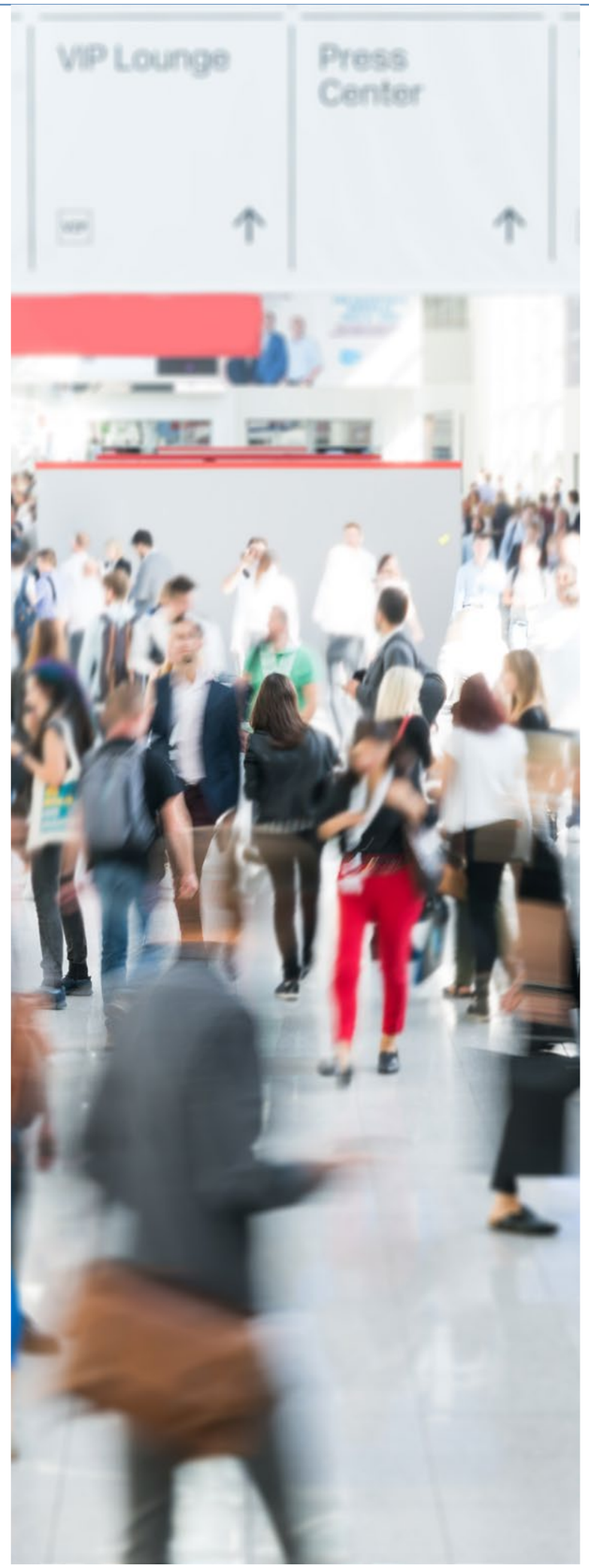
İhracatta Devlet Destekleri

İhracatta devlet destekleri, ağırlıklı olarak KOBİ'lerin pazarlama yeteneklerinin geliştirilmesi, yurt dışı pazarlama faaliyetlerine başlayabilmeleri ve geliştirebilmeleri amacıyla yaptıkları çeşitli masrafların ilgili kaynaklardan hibe şeklinde karşılanmasına yönelik olarak **Ticaret Bakanlığı** tarafından düzenlenmekte ve uygulanmaktadır. Bu kapsamda sağlanan desteklerin nevi ve oranları ithalatçı ülkelerin Ticaret Bakanlığı'nca belirlenen niteliklerine göre farklılık göstermektedir. Yani Almanya'ya yönelik pazarlama faaliyetleri için verilen destek ve oranlar ABD için verilen destek ve oranlardan farklı olabilmektedir. KOBİ'lerin gerek destek başvurularını yaparken gerekse destek çerçevesinde alacakları hibe tutarı hesaplarken bu farklılıkları göz önünde bulundurmaları gerekmektedir. Bu ayırımı gösteren tablolar aşağıda yer almaktadır.

2022-2023 Yıllarında 20 puan ilave destek sağlanacak hedef ülkeler listesi:

ABD	Irak
Almanya	Japonya
Avustralya	Kanada
Birleşik Krallık	Libya
Brezilya	Malezya
Çin Halk Cumhuriyeti	Meksika
Endonezya	Mısır
Etiyopya	Nijerya
Filipinler	Rusya
Güney Afrika Cumhuriyeti	Şili
Güney Kore	Tayland
Hindistan	Vietnam

Tablo 14 - 2022-2023 Dönemi Hedef Ülkeler



Bu destek uygulaması çerçevesinde Türkiye'de üretim ve/veya ticaret faaliyetinde bulunan şirketler[33] ile iş birliği kuruluşlarının pazara giriş ve pazarlamaya yönelik dijital faaliyetlerine ilişkin giderleri desteklenmektedir.

Söz konusu faaliyetler, şirketlerin e-ticaret sitelerine yapacağı **bireysel üyelik, sanal ticaret heyetlerine iştirak, sanal yurt dışı pazarlama çalışmaları, sanal yurt dışı fuarlara katılım şeklinde** gerçekleştirilebilir:

E-ticaret sitelerine bireysel üyelik desteği

Şirketlerin Bakanlıkça onaylanan e-ticaret sitelerine üyeliklerine ilişkin giderler **%60** oranında ve **e-ticaret sitesi başına 2022 yılı için 15102 TL'ye kadar** desteklenmektedir. Bu tutar, her takvim yılı başında (TÜFE+Yİ-ÜFE)/2 oranında güncellenmektedir. Şirketler, bu destekten **en fazla 3 e-ticaret sitesi** için ve **e-ticaret sitesi başına en fazla 2 yıl** süresince yararlanabilmektedirler.

Sanal ticaret heyeti desteği

Ticaret Bakanlığı koordinasyonunda iş birliği kuruluşlarınca düzenlenen sanal ticaret heyeti faaliyetlerine ilişkin giderler **%50** oranında ve **faaliyet başına 1.000.000 TL**'ye kadar desteklenmektedir.

Sanal yurtdışı pazarlama faaliyeti

UR-GE Projeleri[34] kapsamında **ihtiyaç analizi, eğitim ve/veya danışmanlık faaliyetlerine katılan** şirketlere yönelik olarak iş birliği kuruluşunca, Bakanlık koordinasyonunda sanal yurtdışı pazarlama faaliyeti düzenlenebilir. Bakanlık koordinasyonunda iş birliği kuruluşunca **UR-GE Projeleri** kapsamında düzenlenecek **azami 10 adet sanal yurtdışı pazarlama faaliyetine ilişkin** giderler **%75** oranında ve **faaliyet başına 2.500.000 TL**'ye kadar desteklenmektedir.

Sanal fuarlara katılımların desteklenmesi

Ticaret Bakanlığı tarafından uygun görülen uluslararası niteliği haiz sanal fuarlara katılımcıların iştirak etmelerini sağlamak üzere, iş birliği kuruluşlarınca düzenlenen sanal fuarlara katılım organizasyonlarına ilişkin giderler **%50** oranında ve **faaliyet başına 750.000 TL**'ye kadar desteklenmektedir.

Sanal fuar organizasyonu desteği

Ticaret Bakanlığı tarafından uygun görülen, iş birliği kuruluşlarınca düzenlenen sanal fuar organizasyonlarına dair giderler **%50** oranında ve **faaliyet başına 1.500.000 TL**'ye kadar desteklenmektedir.

33 Şirket; 13/1/2011 tarihli ve 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu'nun 124. maddesinde belirtilen kollektif, komandit, anonim, limited ve kooperatif şirketler.

34 UR-GE Projesi; Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi Projesi. Desteğin amacı, Türkiye'de sınaî ve/veya ticari faaliyette bulunan veya yazılım sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin uluslararası pazarlarda rekabet gücünü arttırmaya yönelik eğitim ve danışmanlık giderleri ile iş birliği kuruluşlarının Ticaret Bakanlığı'nca uygun görülen proje bazlı giderlerini karşılamaktır.

T.C. Ticaret Bakanlığı
İhracat Genel Müdürlüğü

2573 sayılı "Pazara Girişte Dijital Faaliyetlerin Desteklenmesi Hakkında Karar" Kapsamında

ONAY VERİLEN E-TİCARET SİTELERİ (2021)

(Güncelleme Tarihi: 06.02.2021)

	Site Adı	Sektör	Merkez	Faaliyet	İşletici / Temsilci (T)	Onay Tarihi
1	**Alibaba.com**	Genel	Çin	1999	E-Glober Dijital Ticaret ve Yatırım A. Ş. (T) Mayen Telekomünikasyon A.Ş. (T) Metis Bilgisayar Sistemleri San. ve Tic. A.Ş. (T)	23.06.2020
2	**ChemOrbis.com**	Plastik-Kimya	Türkiye	2000	ChemOrbis Elektronik Pazaryeri A.Ş.	23.06.2020
3	**Fibre2fashion.com**	Tekstil	Hindistan	2000	TOM Yazılım ve Teknoloji Geliştirme Ticaret Ltd. Şti. (T)	26.08.2020
4	**Globalpiyasa.com**	Genel	Türkiye	2012	Globalpiyasa Bilgi Teknolojileri Sanayi ve Ticaret A.Ş.	26.08.2020
5	**Polymerupdate.com**	Plastik-Kimya	Hindistan	1999	Polymerupdate Bilgi Teknolojileri A.Ş.	26.08.2020
6	**SteelOrbis.com**	Demir-Çelik	Türkiye	2002	SteelOrbis Elektronik Pazaryeri A.Ş.	23.06.2020
7	**TradeAtlas.com**	Genel	Türkiye	2009	Ticaretatlası Bilgi Sistemleri San. Tic. Ltd. Şti.	23.06.2020

Desteğe ilişkin bilgi ve belgelere https://www.ticaret.gov.tr/destekler/ihracat-destekleri sayfasından erişim sağlanabilir.

Resim 44 - 2022 Yılı Destek Alabilecek Web Siteleri

Pazar Araştırması ve Pazara Giriş Desteği

Pazar araştırması ve pazara giriş desteği işletmelerin hedef pazar araştırması, potansiyel müşteri araştırması ve tespit edilen hedef pazarlara ve potansiyel müşterilere ulaşımları maksadı ile düzenlenen ve uygulanan destekler bütünüdür. Bu destek çerçevesinde işletmelerin pazar araştırmaları ve pazara giriş ve pazarda yer alma amacıyla yaptıkları giderler belli oranlarda karşılanmaktadır.

Bu destek kapsamında işletmelerin faydalanabilecekleri uygulamalar, **yurt dışı pazar araştırma desteği, rapor, yurt dışı şirket ve yurt dışı şirkete ait marka alım** destekleridir.

Yurt Dışı Pazar Araştırma Desteği

Üretim ve/veya ticari faaliyette bulunan şirketler tarafından gerçekleştirilen yurt dışı pazar araştırması gezilerine ilişkin giderler **%50** oranında ve **yurt dışı pazar araştırması gezisi başına en fazla 100.000 TL**'ye kadar desteklenmektedir.

Her takvim yılı içerisinde şirket başına en fazla beş yurt dışı pazar araştırması gezisi desteklenmektedir.

Aşağıda sayılan faaliyetler, yurt dışı pazar araştırma desteği kapsamında desteklenmemektedir:

- Pazar araştırmasının amaçlanmadığı yurt dışı gezileri,
- Grup seyahati veya resmi ve/veya özel kurum ve/veya kuruluşlarca yabancı ülkelere yönelik olarak gerçekleştirilen toplantı, sergi, konferans vb. organizasyonları,
- Yurt dışı pazar araştırması gezisinin gerçekleştirildiği ülkede ve tarihlerde düzenlenen bir fuara stand ile iştirak ettiği tespit edilen şirketler.

Rapor, Yurt Dışı Şirket ve Yurt Dışında Yerleşik Şirkete Ait Marka Alım Desteği

Şirketler ile iş birliği kuruluşlarının yurt dışına yönelik pazara giriş stratejileri ile eylem planlarının oluşturulabilmesi amacıyla satın aldıkları sektör, ülke, yurt dışında yerleşik şirket veya marka odaklı rapor giderleri ile yurt dışında yerleşik şirket alımlarına yönelik mali ve hukuki danışmanlık hizmetlerine ilişkin giderler, **%50 oranında ve yıllık 3.000.000 TL'ye** kadar kadar desteklenmektedir.

Pazara Giriş Belgelerinin Desteklenmesi

Çevre, kalite ve insan sağlığına yönelik teknik mevzuata uyum sağlanabilmesini için akredite edilmiş kurum ve/veya kuruluşlardan İşletmeler tarafından alınan yurt dışı pazara giriş belgeleri[35]nin belgelendirme işlemleriyle ile küresel tedarik zinciri[36]ne daha etkin bir tedarikçi olarak katılımlarını sağlamak için ara malı üretim ve ihracat yetkinliklerinin arttırılmasına yönelik gerçekleştirilen harcamaların belirli bir bölümü desteklenmektedir.

Bu destek kapsamında işletmelerin, **pazara giriş belgelerine ilişkin giderleri %50** oranında ve **şirket başına yıllık en fazla 4.000.000 TL**'ye kadar destek verilmektedir. **Küresel Tedarik Zinciri Yetkinlik Projesi** [37] kapsamında şirketlerin projede belirtilen giderleri **2 yıl süresince %50** oranında ve **toplamda 15.000.000 TL**'ye kadar ve azami bir projesi desteklenmektedir.

2021 yılı için bu destek kapsamında değerlendirilecek olan belgeler listesine Ticaret Bakanlığı'nın ilgili ***https://ticaret.gov.tr/data/5b8d8f-3013b876125c08b3a8/Revize_Ek_5_29012021.pdf*** web adresi üzerinden ulaşılabilmektedir.

Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi

"Ulusal kümelenme politikasının geliştirilmesi projesi ile kümelenme konusunda farkındalık oluşturulması, ortak dil geliştirilmesi konularında ciddi mesafeler alınmış ve pilot kümelenme yol haritaları hazırlanmıştır. Ekonomi Bakanlığı (Mülga) yaptığı tüm çalışmalarda temel aldığı sürdürülebilirlik ilkesi gereği bu yol haritalarını daha ileri düzeyde çalışmalarla geliştirmeye devam etmektedir. Kümelenme ile ilgili birikim ihracatta devlet yardımları politikalarına yansıtılmıştır. Firmalarımızın uluslararasılaşma sürecinin tüm aşamalarının iş birliği kuruluşlarının projelendirmesiyle destekleneceği bir destek mekanizması oluşturulmuştur.

*Bu kapsamda **23 Eylül 2010** tarihinde, proje bazlı, hedef pazar ve hedef sektör odaklı **"Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ"** yürürlüğe girmiştir. Bu Tebliğ ile kümelenme anlayışı ve proje yaklaşımı çerçevesinde şirketlerimizin proje bazlı eğitim ve/veya danışmanlık, tanıtım, istihdam, yurt dışı pazarlama veya alım heyeti ve bireysel danışmanlık programlarının birbirine bağlı şekilde uygulanabileceği bütünleşik bir destek mekanizması tasarlanmıştır.*

Desteğin amacı, Türkiye'de sınaî ve/veya ticari faaliyette bulunan veya yazılım sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin uluslararası pazarlarda rekabet gücünü arttırmaya yönelik eğitim ve danışmanlık giderleri ile iş birliği kuruluşlarının Ekonomi Bakanlığı'nca uygun görülen proje bazlı giderlerini karşılamaktır. Üyesi olan firmalara projeler hazırlayarak hizmet verecek olan iş birliği kuruluşları şunlardır: Türkiye İhracatçılar Meclisi, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu, İhracatçı Birlikleri, İl Ticaret ve/veya Sanayi Odaları, Organize Sanayi Bölgeleri, Endüstri Bölgeleri, Teknoloji Geliştirme Bölgeleri, Sektörel Üretici Dernekleri, Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDŞ) ile imalatçıların kurduğu dernek, birlik ve kooperatifleri." (Kaynak: TB)

UR-GE Projeleri kapsamında, ilgili UR-GE kümesinin faydalanacağı ihtiyaç analizi, eğitim ve danışmanlık faaliyetlerinin organizasyonuna ilişkin giderlerin, **en fazla %75'i proje bazında 6.000.000 TL**'ye kadar desteklenir. UR-GE projesinin kümelenme anlayışı temelinde planlanması ile proje faaliyetlerinin organizasyonu ve koordine edilmesine yönelik olarak iş birliği kuruluşları tarafından istihdam edilen **en fazla 2 uzman personelin istihdam giderlerinin en fazla %75'i** proje süresince desteklenmektedir.

UR-GE Projeleri kapsamında düzenlenecek azami 10 adet yurt dışı pazarlama faaliyetine ilişkin ulaşım, konaklama, tanıtım ve organizasyona dair giderler faaliyet başına 2.500.000 TL'ye, azami 10 adet alım heyeti faaliyetine ilişkin ulaşım, konaklama, tanıtım ve organizasyona dair giderler faaliyet başına 1.500.000 TL'ye kadar %75 oranında desteklenir.

UR-GE projeleri çerçevesinde işletmelerin bireysel danışmanlık giderleri de desteklenebilmektedir. **İhtiyaç analizi, eğitim ve/veya danışmanlık faaliyeti/faaliyetleri ile yurt dışı pazarlama ve alım heyeti faaliyetine/faaliyetlerine katılan şirketler,** Ticaret Bakanlığı'nca uygun görülen konularda proje bazlı bireysel danışmanlık hizmeti alabilirler. Proje bitimini müteakip bu madde kapsamında, **şirketlerin yıllık 50.000 ABD $**'ına kadar 3 yıl alacakları danışmanlık hizmetlerine ilişkin giderleri **%70** oranında desteklenir.

Yurt Dışında Gerçekleştirilen Fuar Katılımlarının Desteklenmesi

Bu destek kapsamında işletmelerin yurt dışında gerçekleştirdikleri fuar iştiraklerinin ve organizatörler tarafından yapılan tanıtım harcamalarının desteklenmesi suretiyle, Türk ihraç ürünlerinin dış pazarlarda tanıtılması ve ihracatın artırılmasına katkı sağlanması amaçlanmaktadır.

Katılımcılar tarafından yurt dışı fuar organizasyonu kapsamında **gerçekleştirilen fuar katılımları ve bireysel katılımlar, katılımcının stand alanının metrekare cinsinden büyüklüğü dikkate alınmak suretiyle** desteklenir. Söz konusu desteğe esas tutar, yurt dışı fuar organizasyonlarında her fuar için ayrı ayrı belirlenmektedir. Bireysel katılımı desteklenen sektörel nitelikteki uluslararası fuarlarda ise her fuar için ayrı ayrı belirlenebileceği gibi ülke ve/veya sektör bazında da belirlenebilmektedir.

Katılımcılara fuar bazında ödenecek destek tutarı, yurt dışı fuarın genel nitelikli olması halinde **150.000 TL,** sektörel nitelikli olması halinde **250.000 TL,** Ticaret Bakanlığı (İhracat Genel Müdürlüğü) tarafından belirlenen prestijli fuarlardan biri olması halinde **750.000'**yi geçememektedir.

Desteğe esas tutar, fuar ve/veya ülke ve/veya sektör bazında metrekare başına belirlenen **yaklaşık toplam maliyetin %50**'sini, **Ticaret Bakanlığı'nca belirlenen hedef ülkelerde ise %70**'ten fazla olamamaktadır. Katılımcılar **bir takvim yılı içinde en fazla 2 defaya mahsus olmak üzere** Ticaret Bakanlığı'nca (İhracat Genel Müdürlüğü) belirlenen fuarlar için prestijli fuar katılımı desteğinden yararlanabilmektedir.

35 Pazara Giriş Belgeleri; Akredite edilmiş kurum/kuruluşlardan alınan ve bir ülke pazarına girişte zorunlu olan veya avantaj sağlayan kalite, çevre belgelerini/sertifikalarını; insan can, mal emniyeti ve güvenliğini gösterir işaretleri; tarım ürünlerine ilişkin laboratuvar analizlerini ve/veya test/analiz raporları.

36 Küresel Tedarik Zinciri; Ham maddelerin ara malına ve ara malların nihai ürünlere çevrilmesi, ara malı/nihai ürünlerin müşterilere dağıtımı ve satış sonrası hizmetler safhalarını içeren üretici ve dağıtıcılardan oluşan küresel ağ.

37 Küresel Tedarik Zinciri Yetkinlik Projesi; Şirketlerin küresel firmalarla tedarikçi ilişkisi kurmalarını sağlayacak mahiyette giderleri içerir proje.

Sektörel Nitelikli Yurt İçi Fuarların Desteklenmesi

Bu desteğin amacı, Ticaret Bakanlığı tarafından belirlenen sektörel nitelikli uluslararası yurt içi fuarların dış tanıtımının sağlanması ve uluslararası düzeyde katılımın artırılması amacıyla organizatörlerin yapacakları harcamalar ile katılımcıların harcamalarının belirlenen miktar ve oranlarda karşılanmasıdır.

Yurt içi fuarın destek kapsamına alınması için, TOBB internet sitesinde ve Türkiye Ticaret Sicili Gazetesinde yayımlanan yıllık yurt içi fuar takviminde yer alması ve en son düzenlenen yurt içi fuarda veya son düzenlenen üç fuardan en az ikisinde;

- yabancı ziyaretçi sayısının en az 1.500 olması,
- yabancı ziyaretçi sayısının toplam ziyaretçi sayısına oranının %10'un üzerinde olması,
- toplam katılımcı sayısının en az 400 olması,
- yabancı katılımcı sayısının toplam katılımcı sayısına oranının %10'un üzerinde olması,
- katılımcılara tahsis edilen stand alanının en az 10.000 metrekare olması,
- yabancı katılımcılara tahsis edilen toplam stand alanının en az 300 metrekare olması,

gerekmektedir.

Bu şartları taşıyan yurt içi fuarlar arasından, dış ticaret politikaları, ihracat stratejileri ve ekonomik öncelikler doğrultusunda Ticaret Bakanlığı (İhracat Genel Müdürlüğü) tarafından belirlenenler destek kapsamına alınmaktadır.

Sektörel nitelikli uluslararası yurt içi fuarlarda katılımcılar tarafından yer kirası ve stand masrafları için ödenen fatura tutarının **%50**'si ve en fazla **80.000 TL** desteklenmektedir.

Tasarım Desteği

Türkiye'de **tasarım ve inovasyon kültürünün oluşturulması ve yaygınlaştırılmasını teminen** tasarımcı şirketleri/tasarım ofisleri ve işbirliği kuruluşlarının gerçekleştireceği tanıtım, reklam, pazarlama, istihdam, danışmanlık harcamaları, yurt dışında açacakları birimlere ilişkin giderleri ile şirketlerin yurtdışı pazarlara yönelik yüksek katma değerli ürün geliştirmek amacıyla yürütecekleri tasarım ve ürün geliştirme projelerine ilişkin giderlerin Destekleme ve **Fiyat İstikrar Fonu**'ndan karşılanmasıdır.

Tasarımcı Şirketlerinin ve Tasarım Ofislerinin Desteklemesi

Tasarımcı şirketleri ve tasarım ofislerinin yurt dışında tanınmaları ve markalaşmaları amacıyla marka, patent, faydalı model, endüstriyel tasarım tescili ve marka tescilinin yenilenmesi/korunması giderleri, yurt dışı birim kira, temel kurulum, dekorasyon, konsept mimari çalışmaları ile birimlerin kiralanmasına ilişkin danışmanlık giderleri ile vergi/resim/harç giderleri, istihdam giderleri, danışmanlık, fuar ve tanıtım faaliyetlerine ilişkin giderleri, **4 yıl süresince %50** oranında ve **yıllık 5.000.000 TL**'ye kadar desteklenir.

Tasarım ve Ürün Geliştirme Projelerinin Desteklenmesi

Şirketlerin bu destek kapsamına alınan tasarım ve ürün geliştirme projeleri için istihdam edilen tasarımcı (en fazla iki yabancı tasarımcı), modelist ve mühendislerin istihdamı, alet, teçhizat, malzeme ve yazılım giderleri, web sitesi üyeliğine ilişkin giderleri **toplam en fazla 5.000.000 TL**'ye kadar, olmak üzere 3 yıl süresince **%50** oranında desteklenmektedir. Bu kapsamda bir şirketin en fazla bir adet projesi desteklenir. Gemi ve yat sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin Türkiye'de yerleşik şirketlerden alacakları tasarım hizmetine ilişkin giderleri yıllık en fazla **3.000.000 TL** 'ye kadar **% 50** oranında **5 yıl süresince** desteklenmektedir.

Yurt Dışı Birim, Marka ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi

Yurt Dışı Birim[38]**, Marka ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi** uygulaması çerçevesinde Türkiye'de üretim ve ticari veya sadece ticari faaliyet gösteren şirketler ile iş birliği kuruluşları üyelerinin yurt dışında gerçekleştirilen tanıtım, marka tescil giderleri ve mal ticareti yapmak amacıyla yurt dışında açılan birimlere ilişkin kira giderleri ile Türkiye Ticaret Merkezlerine ilişkin giderlerin bir kısmının karşılanması hedeflenmektedir.

Bu kapsamda,

- yurt dışı birim kira giderleri
- yurt dışı tanıtım faaliyetleri giderleri
- yurt dışı marka tescil faaliyetleri giderleri

desteklenmektedir.

Birim kira giderlerinin desteklenmesi

Bu destek kapsamında Türkiye'de faaliyette olan ana şirket, yurt dışında doğrudan birim açabileceği gibi ana şirketin hali hazırda yurt dışında faaliyet gösteren şirketi veya şubeleri de birim açabilmektedir. Bu durumda yurt dışındaki şirket ile Türkiye'deki ana şirket arasında **organik bağın** olması gerekir. Türkiye'deki ana şirket ile yurt dışındaki şirket arasında organik bağın olup olmadığının anlaşılabilmesi için **şirketin tüzel kişilik olarak yurt dışındaki şirkete ortak olması, şirketin tüm ortaklarının yurt dışındaki şirkete ortak olması, şirketin en az % 51'ine sahip ortak veya ortaklarının yurt dışında açılan şirkete ortak olması, şirketin halka açık olması halinde; halka açıklık oranı düştükten sonra şirketin %51'ine sahip ortak ya da ortakların yurt dışında açılan şirkete ortak olması durumlarından en az birinin tespiti** gerekmektedir.

Birimin açıldığı ülkenin ulusal mevzuatı kapsamındaki sınırlamalar yukarıdaki fıkra hükmünden muaf tutulmaktadır. Destek ödemesi yurt dışı ortaklık oranına göre hesaplanmaktadır. Yurt dışı şirketin, Türkiye'deki ana şirketin kuruluş tarihinden sonra açılması şarttır. Ancak, daha önce ortaklık bulunmayan yurt dışındaki şirkete ortak olunması veya yurt dışındaki şirketin hisselerinin tamamının veya bir bölümünün Türkiye'deki ana şirketin kuruluş tarihinden sonra satın alınması halinde, yurt dışı şirketin ana şirketten sonra kurulmuş olması şartı aranmamaktadır.

Üretim ve ticari faaliyette bulunan şirketler veya bu şirketlerle aralarında organik bağ bulunan ve yurt dışında faaliyet gösteren şirket veya şubeleri tarafından yurt dışında açılan birimlerin kira giderleri (reyon olması halinde kira veya komisyon giderleri), her bir birim başına **% 50** oranında ve **yıllık en fazla 2.000.000 TL**'ye kadar desteklenmektedir.

Kira giderleri desteğinden her bir ülke için en fazla dört yıl yararlanılabilmektedir. Dört yıllık süre ülkedeki ilk birimin ilk destek ödemesine esas teşkil eden ödeme belgesi tarihinden itibaren başlamaktadır. Yurt dışındaki birimlere ilişkin kira desteğinden yararlanılabilmesi için kiracı ile kiraya verenin ilişkili kişi olmaması ve kiralanan yerin konut olarak kullanılmaması gerekmektedir. **Kira desteğinden en fazla 25 birim** için yararlanılabilmektedir.

İpotekli satış (mortgage) yöntemiyle satın alınan birimler için ödeme planında yer alan ödeme taksiti (anapara ödemesi) bu destek kapsamında kira gideri olarak değerlendirilmektedir.

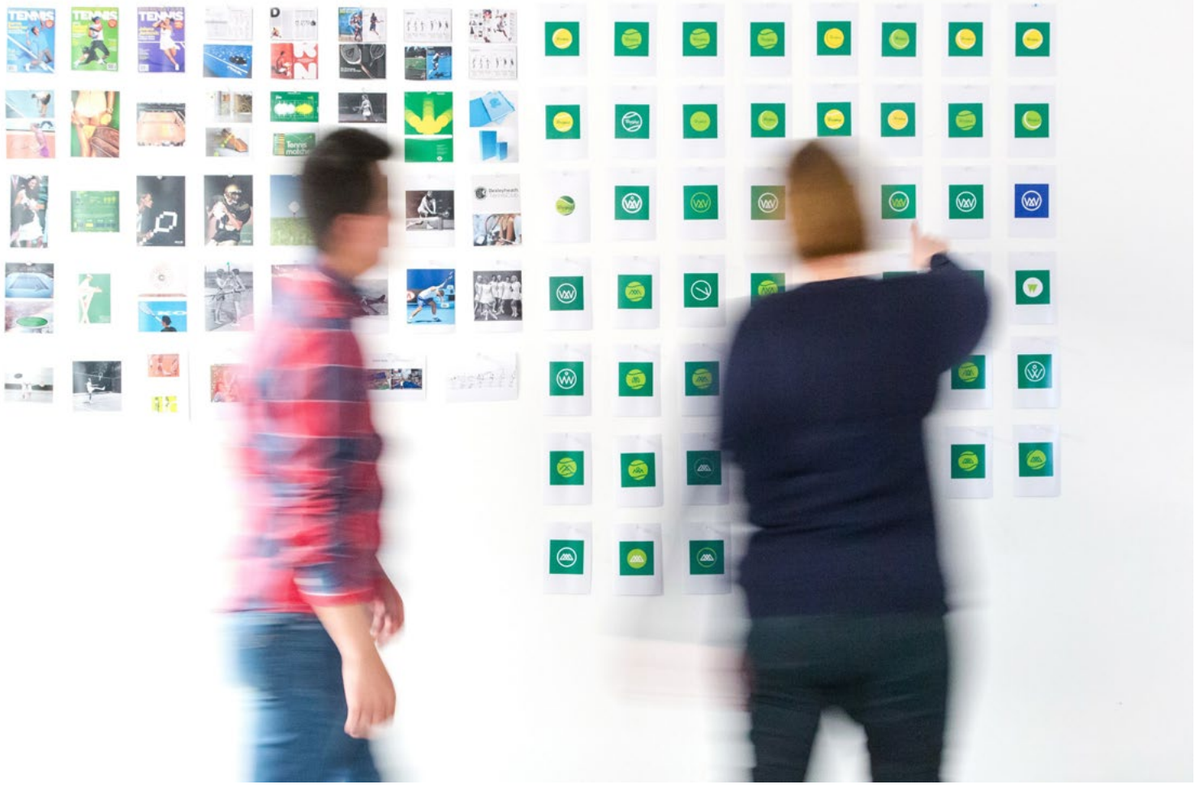
Kira desteğinden faydalandırılan yurt dışı birimlerde, **Türkiye'de üretilen ürünlerin pazarlanması** zorunludur. Yabancı markalar için yurt içinde fason olarak üretilen ürünlerin reklâm, tanıtım, pazarlama ve kira giderleri destek kapsamında desteklenmemektedir. Yurt dışı ana sanayiye orijinal parça üreten ve/veya tedarik eden sınai ve ticari şirketler için Türkiye'de üretilen ara mallar fason olarak değerlendirilmemektedir. **Yurt dışı birimin kapatılması/taşınması ya da organik bağın sona ermesi durumunda birimin kapandığı/taşındığı ya da organik bağın sona erdiği tarihten itibaren bir ay içinde şirket veya iş birliği kuruluşu tarafından, Ticaret Müşaviri/Ataşesi/Bakanlık Temsilcisine bildirim yapılması gerekmektedir.** Ticaret Müşaviri/Ataşesi/Bakanlık Temsilcisi kapanan/taşınan/organik bağı sona eren birimi şirket ise İBGS'ye, derhal bildirir. Söz konusu bildirimin yapılmaması durumunda haksız olarak yapıldığı tespit edilen ödemelerin geri alınması gerekecektir.

Tanıtım faaliyetlerinin desteklenmesi

Bu destek çerçevesinde, şirketler ve iş birliği kuruluşlarınca veya organik bağının bulunduğu yurt dışı şirketi veya şubelerince Türkiye'de üretilen ürünlerle ilgili olarak yurt dışına yönelik olarak gerçekleştirilen reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine ilişkin giderler desteklenmektedir. Destek ödemesi yurt dışı ortaklık oranına göre hesaplanmaktadır.

Desteklenen yurt dışı birimi bulunan şirketler ve iş birliği kuruluşlarınca, Türkiye'de üretilen ürünlerle ilgili olarak yurt dışında gerçekleştirilen reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine ilişkin giderler **%50** oranında ve yurt dışı birimin bulunduğu her bir ülke için **yıllık en fazla 2.500.000 TL**'ye kadar desteklenmektedir. Desteklenen yurt dışı birimi bulunan şirketlerce, yurt dışı biriminin bulunmadığı ülkelerde Türkiye'de üretilen ürünlerle ilgili olarak yurt dışında gerçekleştirilen reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine ilişkin giderler, yurt içi marka tescil belgesi bulunması ve tanıtım yapacağı ülkede marka tescil belgesine sahip olunması ya da marka tescili için başvurulmuş olması koşuluyla, **%50** oranında ve **yıllık en fazla 2.500.000 TL**'ye kadar desteklenmektedir. Desteklenen yurt dışı birimi bulunmayan ancak yurt içi marka tescil belgesi olan ve tanıtım yapacağı ülkede marka tescil belgesine sahip ya da marka tescil başvurusu yapmış şirketlerce Türkiye'de üretilen ürünlerle ilgili olarak yurt dışında gerçekleştirilen reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine ilişkin giderler **%50** oranında ve yıllık en fazla **4.000.000 TL**'ye kadar desteklenmektedir.

38 Birim; Yurt dışında açılan mağaza, depo, ofis, showroom, ürün teşhir serası/tarlası veya reyon ile üzerine bina yapılmak üzere kiralanan arsa



Bir markaya ilişkin, yurt içi marka tescil belgesine sahip şirket ile organik bağı olan şirket tarafından gerçekleştirilen yurt dışı tanıtım faaliyetleri de birinci fıkra kapsamında desteklenir. Yurt içi marka tescil belgesine sahip şirket ile yurt dışı tanıtım faaliyetini gerçekleştiren şirket arasında organik bağın olup olmadığının anlaşılabilmesi için yurt içi marka tescil belgesine sahip şirketin en az %51 oranında yurt dışı tanıtım faaliyetini gerçekleştiren yurt içi şirkete ortak olması, yurt içi marka tescil belgesine sahip şirketin en az %51'ine sahip ortak veya ortaklarının yurt dışı tanıtım faaliyetini gerçekleştiren yurt içi şirkete ortak olması, yurt içi marka tescil belgesine sahip şirketin halka açık olması halinde halka açıklık oranı düştükten sonra şirketin %51'ine sahip gerçek ya da tüzel kişilerin yurt dışında tanıtım faaliyetini gerçekleştiren yurt içi şirkete ortak olması şartlarından birinin tespit edilmesi gerekmektedir.

Şirketler belirtilen tanıtım desteklerinden **en fazla yıl süresince** yararlanabilmektedir. Süre bu konudaki ilk destek ödemesine esas teşkil eden ödeme belgesinin tarihinden itibaren başlar.

Yurt dışı marka tescil faaliyetlerinin desteklenmesi

Şirketlerin yurt içi marka tescil belgesine sahip oldukları markalarının yurt dışında tescili ve korunmasına ilişkin giderleri **4 yıl süre ile ve %50** oranında desteklenmektedir. Yurt içi marka tescili gerçekleşmeden yurt dışı marka tescil başvurusunun yapılmış olması durumunda, destek başvuru süresi içerisinde yurt içi marka tescil işleminin gerçekleşmiş olması şartıyla, söz konusu markanın yurt dışında tescili ve korunmasına ilişkin giderleri desteklenmektedir.

Markalaşma ve Turquality

TURQUALITY®, uluslararası markalaşma potansiyeli olan firmaların, üretimlerinden pazarlamalarına, satışlarından satış sonrası hizmetlerine kadar bütün süreçleri kapsayacak şekilde yönetsel bilgi birikimi, kurumsallaşma ve gelişimlerini sağlayarak uluslararası pazarlarda kendi markalarıyla küresel bir oyuncu olabilmeleri ve söz konusu markalar aracılığıyla olumlu Türk malı imajının oluşturulması ve yerleştirilmesi amacıyla oluşturulmuş bir marka destek programıdır.

TURQUALITY®

Bu itibarla, **Türk markalarının desteklenerek "Türk Malı" imajının ve Türkiye'nin itibarının güçlendirilmesini hedefleyen** 2006/4 sayılı "**Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi ve TURQUALITY®'nin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ"** çerçevesinde **Marka/TURQUALITY® Programı** kapsamında firmaların;

- Patent, faydalı model, endüstriyel tasarım ve marka tesciline ilişkin harcamaları,
- Sertifikasyona ilişkin giderleri,
- Moda/Endüstriyel ürün tasarımcısı/Şef/Aşçı istihdamına ilişkin giderleri,
- Tanıtım, reklam ve pazarlama faaliyetleri,
- Yurtdışı birimlere ilişkin giderleri,
- Danışmanlık (Yönetim, tasarım, hukuk, bilişim) giderleri desteklenmektedir.

Anılan finansal desteklerin yanında; firmaların orta ve üst düzey yöneticilerine **Koç, Sabancı, Bilkent ve İstanbul Üniversiteleri'nde Yönetici Geliştirme Programı** kapsamında eğitim verilmekte; dünyaca ünlü markalaşma teorisyenlerinin davet edildiği **Vizyon Seminerleri** düzenlenmektedir.

Döviz Kazandırıcı Hizmet Ticareti Desteği

Döviz Kazandırıcı Hizmet Ticareti Desteği kapsamında, **Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü tarafından belirlenen ve ürün ihracatı dışında diğer döviz kazandırıcı faaliyetler** olarak belirlenmiş hizmet faaliyetleri desteklenmektedir. Bu kapsamda desteklenecek faaliyetler:

Sağlık Turizmi, Bilişim, Eğitim, Film ve Yönetim Danışmanlığı Sektörlerine Yönelik Destek Unsurları

Tescil ve korunma desteği

Ürün/hizmet tesciline yönelik giderlerin desteklenmesine ilişkin başvurular, tescil işleminin tamamlanmasını müteakip sağlık turizmi, bilişim, eğitim, film ve yönetim danışmanlığı sektörlerinde faaliyet gösteren şirketler tarafından **Tescil Desteği Başvuru Belgeleri ile birlikte DYS**[39] üzerinden yapılmaktadır. Bu destek kapsamında **ürünün/hizmetin yurtdışında tescil ettirilmesine ilişkin marka/patent bürosu hizmetleri, danışmanlık, ürünün/hizmetin o ülkede başka bir şirket/kuruluş adına tescil ettirilip ettirilmediğine ilişkin olarak yapılacak araştırma, inceleme vb.** bütün zorunlu giderler desteklenmektedir. Tescil yenileme giderleri, destek kapsamında değerlendirilmemektedir. Destek başlangıcı olarak ilk destek ödemesinde yer alan en eski tarihli fatura esas alınmaktadır. Bu tarihten önceki döneme ait faturalar desteklenmemektedir. Yurt içinde tescil ettirilmiş markaların yurtdışında tescili ve korunmasına ilişkin giderlerin desteklenmesine ilişkin başvurular, tescil ve koruma iş-

39 Destek Yönetim Sistemi (DYS); Mal ihracatına ve hizmet ihracatına yönelik devlet destekleri ile Dâhilde İşleme Rejimi, Hariçte İşleme Rejimi, Vergi Resim Harç İstisnası, Belgesiz İhracat Kredilerine ilişkin bileşenlerden oluşan Ticaret Bakanlığı Destek Yönetim Sistemini,

leminin tamamlanmasını müteakip **sağlık turizmi, bilişim, eğitim, film ve yönetim danışmanlığı sektörlerinde faaliyet gösteren şirketler tarafından Marka Yurtdışı Tescil ve Koruma Desteği Başvuru Belgeleri** ile birlikte DYS üzerinden yapılmaktadır.

Bu destek kapsamında **yurtiçinde tescil ettirilmiş markanın yurt dışında tesciline yönelik marka/patent bürosu hizmetleri, danışmanlık, markanın o ülkede başka bir şirket/kuruluş adına tescil ettirilip ettirilmediğine ilişkin olarak yapılacak araştırma, inceleme vb.** bütün zorunlu giderler ile **markanın yurtdışında korunmasına ilişkin hukuki danışmanlık giderleri** desteklenmektedir. Tescil yenileme giderleri, destek kapsamında değerlendirilmemektedir Destek başlangıcı olarak ilk destek ödemesinde yer alan en eski tarihli fatura esas alınır. Bu tarihten önceki döneme ait faturalar desteklenmemektedir.

Rapor ve yurtdışı şirket alımına yönelik danışmanlık desteği

Pazar araştırması, sektör, ülke, uluslararası mevzuat, veri madenciliği / veri izleme / değerlendirme faaliyetleri, yabancı şirket veya marka odaklı raporlar (mali ve hukuki raporlar dahil) ile yabancı şirket alımlarına yönelik danışmanlık hizmetlerine (mali ve hukuki danışmanlık dahil) ilişkin giderlerin desteklenebilmesi için **sağlık turizmi, bilişim, eğitim ve film sektörlerinde faaliyet gösteren işletmelerin, Rapor/Yurtdışı Şirket Alımına Yönelik Danışmanlık Desteği Ön Onay Başvuru Belgeleri ile birlikte** DYS üzerinden başvuru yapmaları ve ön onay almaları gerekmektedir.

Ön onay, raporu hazırlayan / danışmanlık hizmetini sağlayan kuruluşun tecrübesi, uzmanlık alanı, yapmış olduğu çalışmalar ve raporun / danışmanlık hizmetinin içeriği göz önünde bulundurularak verilmektedir. Bu destek kapsamında satın alınacak raporlar, yayım tarihi itibarıyla en fazla 2 (iki) yıllık olmalıdır. 2 yıllık sürenin hesaplanmasında destek başvuru tarihi esas alınmaktadır. Raporun/danışmanlık hizmetinin alınmasını müteakip destek başvuruları, **Rapor/Yurtdışı Şirket Alımına Yönelik Danışmanlık Desteği Başvuru Belgeleri** ile birlikte DYS üzerinden yapılmaktadır. Satın alınan raporların veri tabanı üyeliği şeklinde olması durumunda söz konusu veri tabanına, ön onay formunda belirtilen süre zarfında incelemeci kuruluşça[40] tam erişim sağlanabilmesi gerekmektedir. Söz konusu erişimin sağlanması, destekten faydalanan işletmelerin sorumluluğunda olup, incelemeci kuruluşun erişimine yönelik herhangi bir ek ücret destek kapsamında değerlendirilmemektedir. Destek başlangıcı olarak rapor desteği için ilk destek ödemesinde yer alan en eski tarihli fatura, yabancı şirket alımlarına yönelik danışmanlık desteği için ise ilk destek ödemesine konu olan faaliyetin başlangıç tarihi esas alınmaktadır. Bu tarihten önceki döneme ait faturalar / faaliyetler desteklenmemektedir.

Belgelendirme desteği

Bu destek kapsamında destekten faydalandırılacak olan belge/sertifikalara ek olarak **ön tanı merkezi ya da ofis açılışına ve/veya işletilmesine yönelik olarak temin edilmesi gereken belgelere ilişkin harcamaların desteklenmesi** başvuruları, ilgili belgenin alınmasını müteakip **sağlık turizmi, bilişim, eğitim ve film sektörlerinde faaliyet gösteren yararlanıcılar tarafından Belgelendirme Desteği Başvuru Belgeleri ile birlikte** DYS üzerinden yapılmaktadır. Desteklenecek giderler:

a. Müracaat ve doküman inceleme giderleri,
b. Belgelendirme tetkik giderleri,
c. Belge kullanım ücretleri,
d. Zorunlu kayıt ücretleri,
e. Danışmanlık giderleri,
f. Eğitim giderleri,
g. Gözetim giderleri,
h. Yenileme giderleri,
i. Test/analiz giderleri.

Reklam, tanıtım ve pazarlama desteği

Yurtdışına yönelik olarak gerçekleştirilen reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine yönelik giderlerin desteklenmesine ilişkin başvurular, faaliyetin tamamlanmasını müteakip s**ağlık turizmi, bilişim, eğitim, film ve yönetim danışmanlığı sektörlerinde faaliyet gösteren işletmeler tarafından Reklam, Tanıtım ve Pazarlama Desteği Başvuru Belgeleri ile birlikte** DYS üzerinden yapılmaktadır. Yapılan reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyeti ile doğru hedef kitleye ulaşılması, uygun bir organizasyon mekânının seçilmesi ve tanıtım amaçlı mesajın etkin iletişim yöntemleri kullanılarak verilmesi, bu madde kapsamındaki desteklerden yararlanılması açısından esas alınmaktadır. **Katalog, afiş, broşür, el ilanı gibi basılı tanıtım malzemeleri ile eşantiyon malzemeleri ve tanıtım filminin müstakil olarak desteklenmesine ilişkin** başvurular, malzeme / tanıtım filminin kullanıldığı etkinliğe ilişkin bilgi ve görsel örneklerin sunulması koşuluyla değerlendirmeye alınmaktadır.

Yurtiçinden temin edilen tanıtım malzemelerinin yurtdışına gönderildiğinin **gümrük beyannameleri miktar bazında detaylı olarak düzenlenmiş kurye, kargo faturaları veya uygun mahiyete sahip belgeler** ile tevsiki zorunludur. Destek kapsamındaki prodüksiyon harcamalarında, prodüksiyona konu materyalin Türkiye'de de kullanılması durumunda prodüksiyon giderlerine yönelik destek hesaplaması harcamanın **%50**'si üzerinden yapılmaktadır. Arama motoru ve sosyal medya reklamları kapsamında elektronik ortamda kontrol edilebilen belgeler hariç olmak üzere, **yurt dışında düzenlenen ve 20.000 ABD $'ını aşan fatura, ödeme belgesi, sözleşme ve gerçekleşme raporunun** Ticaret Müşavirliği / Ataşeliği'ne DYS üzerinden onaylatılması gerekmektedir. Belirtilen mahiyetteki faaliyetler gerçekleştirilmeden en az 10 (on) gün önce işletmeler tarafından ilgili Ticaret Müşavirliği / Ataşeliği'ne bildirim yapılması gerekmektedir. Harcamaya ilişkin belgelerin düzenlendiği ülke ile faaliyetin gerçekleştiği ülke farklı ise harcama belgelerinin onayı, söz konusu belgelerin düzenlendiği ülkede bulunan Ticaret Müşavirliği / Ataşeliği tarafından DYS üzerinden gerçekleştirilmektedir.

Ticaret Müşavirliği / Ataşeliği faaliyetin gerçekleştirildiği ülkede bulunan Ticaret Müşavirliği/Ataşeliği ile irtibata geçerek faaliyete ilişkin bilgi alır. Düzenlenen bir sözleşmede hizmet alınan taraf yabancı ise söz konusu sözleşmenin, yabancı şirketin yerleşik olduğu ülkedeki Ticaret Müşavirliği / Ataşeliği tarafından DYS üzerinden onaylanması gerekmektedir.

Yurt dışı birim desteği

Yurt dışı birim desteği bu destek kapsamında nitelikleri belirlenmiş yurt dışı birimlerin kira giderlerinin desteklenmesini amaçlamaktadır. Bu destekten yararlanmak isteyen işletmelerin başvurularını DYS üzerinden yapmaları gerekmektedir. Ayrıca, yurt dışında düzenlenen kira sözleşmesi, ödeme belgeleri ve yurt dışı birime ait belgelerin harcamanın yapıldığı ülkede bulunan Ticaret Müşavirliği / Ataşeliği'ne DYS üzerinden onaylatılması gerekmektedir. Ticaret Müşavirliği / Ataşeliği destek için işletmenin yurt dışı birimine ilişkin ilk destek başvurusuna yönelik belgeleri onaylamadan önce ve destek devam ettiği sürece **her destek yılında birimi yerinde incelemekte ve hizmetin devam edip etmediğini kontrol etmektedir.** Bu incelemeler neticesinde Ticaret Müşavirliği / Ataşeliği söz konusu birimde gerçekleştirilen faaliyetlerin Türkiye'nin döviz kazandırıcı hizmet gelirlerini artırmaya yönelik olup olmadığını DYS üzerinden değerlendirmektedir. Ticaret Müşavirliklerinin / Ataşeliklerinin olumsuz görüş bildirmeleri durumunda incelemeci kuruluş ilgili birimi destek kapsamından çıkartmaktadır. Destek kapsamına alındıktan sonra faaliyetine son verilen birim, kapandığı ya da organik bağın sona erdiği tarihten itibaren 1 (bir) ay içinde yararlanıcı işletme tarafından DYS üzerinden bildirilmelidir. Bildirimin yapılması halinde söz konusu birim, kapandığı ya da organik bağın sona erdiği tarihten önceki dönem için destekten yararlanır. Desteğin başlangıç tarihi olarak desteğe konu edilen ilk ay esas alınacak olup destek süresi bu tarihten itibaren 48 (kırk sekiz) ay sonra bitmektedir.

Danışmanlık desteği

Uluslararası pazarlarda rekabet avantajını artırmak üzere pazarlama stratejisi, yurtdışı pazar yapısı ve pazara giriş konularında alınacak danışmanlık hizmetlerine yönelik giderlerin desteklenebilmesi için **sağlık turizmi, bilişim, eğitim ve film sektörlerinde faaliyet gösteren yararlanıcıların, danış-**

40 İncelemeci Kuruluş; Yararlanıcıların gerçekleştireceği destek başvuruları için İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğini, İş Birliği Kuruluşlarının gerçekleştireceği destek başvuruları için Genel Müdürlüğü

manlık hizmetini almaya başlamadan önce; Danışmanlık Desteği Ön Onay Başvuru Belgeleri ile birlikte DYS üzerinden başvuru yapmaları ve ön onay almaları gerekmektedir. Ön onay danışmanlık hizmetini sağlayan **kuruluşun tecrübesi, uzmanlık alanı, yapmış olduğu çalışmalar ve danışmanlık hizmetinin içeriği göz önünde bulundurularak** verilmektedir. Ön onayın verildiği tarihten sonraki harcamalar destek kapsamına alınmaktadır. Danışmanlık faaliyetinin gerçekleştirilmesini müteakip destek başvuruları, Danışmanlık Desteği Başvuru Belgeleri ile birlikte DYS üzerinden yapılmalıdır.

Destek başlangıcı olarak ilk destek ödemesine konu olan danışmanlık faaliyetinin başlangıç tarihi esas alınmaktadır. Bu tarihten önceki döneme ait danışmanlık faaliyetleri desteklenmemektedir.

Acenta komisyon desteği

Sağlık turizmi ve eğitim sektörlerinde ülkemize uluslararası hasta veya öğrenci getirilmesine, **film ve bilişim sektörlerinde ise yapımların / ürünlerin yurt dışında satış ve / veya dağıtımına yönelik acentalara yapılan komisyon harcamalarının desteklenmesine ilişkin** başvurular, faaliyetin gerçekleştirilmesini müteakip **sağlık turizmi, bilişim, eğitim ve film sektörlerinde faaliyet gösteren işletmeler tarafından Acenta Komisyon Desteği Başvuru Belgeleri ile birlikte** DYS üzerinden yapılmaktadır.

Acentelik hizmetine ilişkin olarak alınmış faturalarda, söz konusu faaliyetin niteliğinin belirlenebilir olması aranmaktadır. Destek talebinde bulunulan faaliyet ile fatura arasında ilişki kurulamaması durumunda söz konusu harcama kalemi desteklenmemektedir. Destek başlangıcı olarak sağlık turizmi / film / bilişim sektöründe faaliyet gösteren işletmeler için ilk destek ödemesinde yer alan en eski tarihli fatura, eğitim sektöründe faaliyet gösteren işletmeler için ise ilk destek ödemesine konu öğrenim döneminin başlangıç tarihi esas alınmakta olup destek süresi, bu tarihten itibaren 48 (kırk sekiz) ay sonra bitmektedir. Bu tarihten önceki döneme ait faturalar/öğrenim dönemine ilişkin harcamalar desteklenmemektedir.

Sağlık Turizmi ve Eğitim Sektörlerine Yönelik İlave Destek Unsurları

Tercümanlık hizmetlerinin desteklenmesi

Tercümanlık hizmetlerine yönelik giderlerin desteklenmesine ilişkin başvurular, **sağlık kuruluşları tarafından en az üçer aylık dönemler itibarıyla Tercümanlık Desteği Başvuru Belgeleri ile birlikte** DYS üzerinden yapılmaktadır.

İncelemeci kuruluş destek başvurusunu, istihdam edilen **tercümanın eğitimi, yabancı dil bilgisi ve tecrübesini de dikkate alarak** sonuçlandırmaktadır. Sağlık kuruluşunun ortağının/ortaklarının tercümanlık hizmeti de vermesi halinde söz konusu ortağa/ortaklara bu kapsamda yapılan ödemeler desteklenmemektedir. Destek başlangıcı olarak ilk destek ödemesinde yer alan en eski tarihli tercümanlık hizmetine ilişkin fatura/tercüman istihdamı esas alınacak olup destek süresi, bu tarihten itibaren 48 (kırk sekiz) ay sonra bitmektedir. Bu tarihten önceki döneme ait fatura/istihdam desteklenmemektedir. Brüt ücret tutarı belirlenirken istihdam desteğinden yararlandırılan personele, ilgili ay içerisinde **Asgari Geçim İndirimi** hariç olarak yapılan ödeme ile çalışana ait vergi, sosyal güvenlik ve bireysel emeklilik kesintileri dikkate alınmaktadır.

Hasta yol desteği

Türkiye'de tedavi edilen uluslararası hastaların **ekonomi sınıfı ulaşım** giderlerinin desteklenmesine ilişkin başvurular, **Genel Müdürlük ile protokol yapan sağlık kuruluşu veya havayolu şirketi tarafından Hasta Yol Desteği Başvuru Belgeleri ile birlikte** DYS üzerinden yapılmaktadır.
Ülkeye giriş tarihinden itibaren en geç 7 (yedi) gün içinde sağlık kuruluşuna giriş kaydı yapılmayan hastalar destekten faydalanamaktadır. **Hasta Yol Desteği** kapsamında protokol yapmak isteyen sağlık kuruluşu, Sağlık Bakanlığının kuruluşun faaliyetine yönelik iznini gösteren belge ve yetkili / yetkililer tarafından tarih kısmı boş bırakılarak imzalanmış **Hasta Yol Protokolü** ile birlikte havayolu şirketi ise Türkiye'ye uluslararası yolcu taşımacılığı yapılmasına ilişkin izin belgesi ile yetkili / yetkililer tarafından tarih kısmı boş bırakılarak imzalanmış **Hasta Yol Protokolü ile birlikte** DYS üzerinden başvuru yapmalıdır. Destek başvuruları, protokol imzalanmasını müteakip DYS üzerinden alınan onay sonrası yapılmaktadır.

Münhasıran yurtdışına yönelik olarak yurtiçinde gerçekleştirilen tanıtım ve eğitim faaliyetlerinin desteklenmesi

Yurt dışından davet edilen akademisyen / uzman / ilgili kişi veya kurum ve kuruluş temsilcilerinin katılımı ile münhasıran yurt dışına yönelik olarak yurt içinde düzenlenen tanıtım ve pazarlama / eğitim etkinliklerine ilişkin giderlerinin desteklenebilmesi için, ilgili sağlık kuruluşu veya eğitim kurumu tarafından etkinliğin başlangıç tarihinden en az 1 (bir) ay önce **Yurtiçi Tanıtım/Eğitim Desteği Ön Onay Başvuru Belgeleri ile birlikte** eksiksiz olarak DYS üzerinden başvuru yapılması gerekmektedir.

Ön onay verilmeyen etkinlikler desteklenmemektedir. Yurt içi tanıtım / eğitim etkinliğinin tamamlanmasını müteakip destek başvuruları, **Yurtiçi Tanıtım/Eğitim Desteği Başvuru Belgeleri ile birlikte** DYS üzerinden yapılmaktadır. Bu destek kapsamında organizasyona iştirak eden yabancı davetlilerin **ekonomi sınıfı ulaşım ve transfer giderleri ve davetlilerin günlük 150 ABD $'ına kadar konaklama (oda ve kahvaltı) giderleri, tercümanlık giderleri, tanıtım/eğitim organizasyon giderleri (yer kirası, ilgili teknik araç ve gereçlerin kira giderleri vb.), halkla ilişkiler ve danışmanlık hizmeti giderleri, yurt dışından davet edilen eğitimciye/konuşmacıya ödenen ücret, katalog, broşür ve tanıtım malzemeleri giderleri** desteklenmektedir.

Bilişim ve Film Sektörlerine Yönelik İlave Destek Unsurları

Pazara girişin desteklenmesi

Bilgisayar oyunları veya mobil uygulamaların yurtdışında pazarlanmasına yönelik olarak gerçekleştirilen yerelleştirme (tercüme, hedef pazar uyumlaştırması vb.), DVD hazırlama ve çoğaltma, barındırma (hosting) giderlerinin; görsel, yazılı, işitsel medya ve internet reklamları ile internet sitesi hazırlanmasına yönelik giderlerin (oyunun/uygulamanın tanıtımı ve / veya online oynanması için hazırlanan internet sitesi tasarım, kodlama ve içeriklendirme harcamaları) desteklenmesine ilişkin başvurular, söz konusu bilgisayar oyunu / mobil uygulamanın uluslararası tüketiciye sunulmasını müteakip bilişim şirketi tarafından **Bilgisayar Oyunu/Mobil Uygulama Pazara Giriş Desteği Başvuru Belgeleri ile birlikte** DYS üzerinden yapılmaktadır.

Yurt dışına yönelik olarak hazırlanmış bilgisayar oyunları veya mobil uygulamalara ilişkin barındırma gideri, her bir bilgisayar oyunu / mobil uygulama için en fazla **20.000 ABD $**'ına kadar desteklenmektedir.

Bir filmin yurtdışında pazarlanmasına yönelik pazara giriş giderlerinin desteklenmesine ilişkin başvurular, **pazara giriş giderlerinin gerçekleştirilmesini müteakip film dağıtımcısı ve/veya yapımcısı şirket tarafından Film Yurtdışı Pazarlama Desteği Başvuru Belgeleri ile** birlikte DYS üzerinden yapılmaktadır.

Bu destek kapsamında **film gösterimi için gerekli olan izin/sınıflandırma belgesi giderleri, bublaj ve alt yazı giderleri, filmin gösterime girdiği ülke için hazırlanmış afiş ve basılı malzeme giderleri, çoğaltım giderleri, görsel, yazılı ve işitsel tanıtım giderleri desteklenmektedir. Bu madde kapsamında her bir film için ülke / ülke grubu esasına göre belirlenen üst limit yabancı dil bazında uygulanır ve bir film en fazla 5 yabancı dil için** desteklenmektedir.

Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi

Tarımsal ürünlerde ihracat iadesi uygulaması Ticaret Bakanlığı'nca belirlenen bazı tarım ürünlerinin ihracatını takiben destek çerçevesinde belirtilen giderlerin **ihracat iade miktarları, azami ödeme oranları ve miktar barajları dikkate alınarak** mahsup edilmesi sistemidir. Bu çerçevede söz konusu ihracatları gerçekleştiren tüm işletmeler devlete olan bazı borçlarını, aşağıda yer alan Tablo 16'da gösterilen ürünleri ihraç ederek mahsuben ödeyebilmektedirler.

SIRA NO	MADDE ADI	ARMONİZE GTİP	İHRACAT İADE MİKTARI	MİKTAR BARAJI	AZAMİ ÖDEME ORANI
1	Kümes hayvanları etleri (sakatatlar hariç)	02.07 (0207.13.91,99; 0207.14.91,99; 0207.26.91,99; 0207.27.91,99; 0207.43; 0207.44.91,99;0207.45.93,95,99; 0207.53; 0207.54,91,99; 0207.55.93,95,99; 0207.60.91,99 hariç)	430 TL/Ton	%41	%14
2	Yumurta	0407.00	40 TL/1000 Adet	%65	%10
3	Bal	0409.00	160 TL/Ton	%20	%2
4	Buket yapmaya elverişli veya süs amacına uygun cinsten çiçekler ve tomurcuklar	0603.11,12,13,14,15,19	475 TL/Ton	%45	%9
5	Sebzeler (pişirilmemiş, buharda veya suda kaynatılarak pişirilmiş) (dondurulmuş)	07.10 (0710.10 hariç)	180 TL/Ton	%45	%10
6	Kurutulmuş sebzeler (bütün halde, kesilmiş, dilimlenmiş, kırılmış veya toz halinde, fakat başka şekilde hazırlanmamış)	07.12(0712.90.11 hariç)	800 TL/Ton	%40	%10
7	Meyveler ve sert çekirdekli meyveler (pişirilmemiş, buharda veya suda kaynatılarak pişirilmiş, dondurulmuş)	08.11	175 TL/Ton	%45	%6
8	Zeytinyağı	15.09	20 TL/Ton	%100	%2
9	Kümes hayvanları etinden, sakatatından yapılmış sosisler ve benzeri ürünler ile kümes hayvanları etinden hazırlanmış veya konserve edilmiş ürünler	1601.00.99; 1602.31,32	550 TL/Ton	%50	%13
10	Hazırlanmış veya konserve edilmiş balıklar	16.04	550 TL/Ton	%100	%5
11	Çikolata ve kakao içeren gıda müstahzarları	18.06	270 TL/Ton	%48	%5
12	Makarnalar	19.02	150 TL/Ton	%32	%9
13	Bisküviler, gofretler, kekler	1905.31,32; 1905.90.45; 1905.90.70.00.19 (sadece kekler)	270 TL/Ton	%18	%7
14	Dondurulmuş meyve ve sebze ile meyve ve sebze işleme sanayiine dayalı gıda maddeleri	20.01, 20.02, 20.03, 20.04, 20.05, 20.06, 20.08 (2008.11; 2008.19.12; 2008.19.13.00.11; 2008.19.19.00.14, 39, 49; 2008.19.92; 2008.19.93.00.11; 2008.19.95.00.14, 39, 49; 2008.19.99.00.19 hariç)	185 TL/Ton	%100	%8
15	Reçel, jöle, marmelat, meyve veya sert kabuklu meyve püreleri veya pastları	20.07 (2007.99.20; 2007.99.97.00.18 hariç)	140 TL/Ton	%35	%5
16	Meyve suları ve sebze suları, meyve nektarları	20.09	360 TL/Ton	%15	%12

Tablo 16 - İade Konusu Tarımsal Ürünler Listesi

Örnek hesaplama:

Gümrük Beyannamesi tescil tarihindeki TCMB döviz alış kuru **4 TL/$** olan ve destek kapsamında gerçekleştirilen **150 ton orkide ihracatında, FOB birim ihraç fiyatı 2.500 ABD $**'ı iken **toplam ihracat tutarı 2.500 $/ton x 4 TL/$ x 150 ton = 1.500.000 TL** olacaktır. İhracat iadesine konu olan miktara ilişkin **toplam ihracat tutarı; 1.500.000 TL x 0,45 = 675.000 TL**, bunun azami ödeme oranıyla çarpılması sonucu elde edilecek tutarsa; **675.000 TL x 0,09 = 60.750 TL** olacaktır. Bu durumda; firma, destek çerçevesinde; ihracat iadesi miktarı dikkate alınarak hesaplanan **(150 ton x 0,45 = 67,5 ton) x 475 TL/ton = 32.062,5 TL** tutarındaki ihracat iadesinin tamamını alabilir. Ancak, **FOB birim ihraç fiyatının 1.250 ABD $** olması halinde, **toplam ihracat tutarın 1.250 $/ton x 4 TL/$ x 150 ton = 750.000 TL** olacaktır. İhracat iadesine konu olan miktara ilişkin **toplam ihracat tutarı; 750.000 TL x 0,45 = 337.500 TL**, bunun azami ödeme oranıyla çarpılması sonucu bulunacak tutar ise **337.500 TL x 0,09 = 30.375 TL** olacaktır. Bu durumda; firma, ihracat iadesi miktarı dikkate alınarak hesaplanan **67,5 ton x 475 TL/ton = 32.062,5 TL** değerindeki meblağ yerine, **azami ödeme oranı doğrultusunda hesaplanan 30.375 TL**'lik tutarı almaya hak kazanmaktadır.

Destek kapsamında mahsuben desteklenecek giderler

- Vergiler (gümrük vergileri hariç),
- Vergi cezaları,
- Sosyal Güvenlik Kurumu primleri,
- Kamu Bankaları ile Türkiye İhracat Kredi Bankası A.Ş.'den kullanılan ihracata yönelik kredilerin faiz giderleri,
- Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu'na ve ilgili tasfiye halindeki Bankalara olan borçlar,
- Yukarıdaki giderlerin gecikme zammı ve faizleri.

İhracat ve Diğer Döviz Kazandırıcı Faaliyetlerde Damga Vergisi ve Harç İstisnası

Söz konusu vergi ve harç istisnası **Maliye Bakanlığı Gelir İdaresi Başkanlığı** tarafından 18 Mayıs 2017/ Sayı 30070 Resmî Gazete'de yayımlanan **İhracat ve Diğer Döviz Kazandırıcı Faaliyetler**[41]**de** Damga Vergisi ve Harç İstisnası Uygulama Genel Tebliği çerçevesinde düzenlenmektedir. Tebliğ kapsamında ihracat ile ilgili işlemler ile döviz kazandırıcı diğer faaliyetler ayrı ayrı değerlendirilmektedir.

İhracat ve ihracata ilişkin olduğunun tevsiki kaydıyla ihracat ile ilgili faaliyetler,

a. İhracat karşılığı yapılacak ödemeler (ihracatın finansmanında kullanıldığının tevsiki kaydıyla prefinansman, Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu çerçevesinde yapılan ödemelere ilişkin taahhütnameler ile temliknameler ve Sosyal Güvenlik Kurumu prim borçları ile genel bütçeli idarelere olan borçların mahsubu dâhil),
b. İhracattan doğan alacağın ihracatçı tarafından temliki,
c. İhracat bağlantıları için düzenlenecek anlaşmalar,
d. Transit ticarete konu malın satın alınması ve satılması,
e. Tedarik edildikleri şekliyle ihraç edilmek üzere mal alımı,
f. 27/10/1999 tarihli ve 4458 sayılı gümrük kanununun 131. maddesine istinaden ithalat vergilerinden tam muafiyet suretiyle geçici ithalat rejimine tabi ambalaj malzemesi ithali ile kati ihraç edilen mallara ait ambalaj malzemesinin geçici ihracı ve ithali,
g. Dahilde işleme izni kapsamında iznin geçerli olduğu süre içerisinde yapılan ithalat,
h. Dahilde İşleme İzin Belgesi kapsamında belgenin geçerli olduğu süre içerisinde yapılan ithalat veya yurt içi alımlar,
i. Gerçekleştirilen mamul ürün ihracatı karşılığı olarak bu ürünlerin üretiminde kullanılan girdilerin Toprak Mahsulleri Ofisinden veya Şeker Kurumunca tespit edilen şeker fabrikalarından alımı, ile ilgili işlemler harçtan ve bu işlemler nedeniyle düzenlenen kâğıtlar (gümrük idarelerine verilen beyannameler dâhil) damga vergisinden istisna tutulmaktadır.

Diğer döviz kazandırıcı faaliyetler

Vergi, Resim, Harç İstisnası Belgesi[42]ne bağlanan aşağıda yer alan diğer döviz kazandırıcı faaliyetlere ilişkin işlemler nedeniyle, belgenin geçerlilik süresi içerisinde belgede yer alan tutarla sınırlı olmak kaydıyla, düzenlenen kâğıtlara damga vergisi, yapılan işlemlere harç istisnası uygulanır.

a. Kalkınma Bakanlığınca yayımlanan cari yıl yatırım programında yer alan yatırımlardan ve **Millî Savunma Bakanlığı, Jandarma Genel Komutanlığı ve Sahil Güvenlik Komutanlığının** bu programda yer almayan kamu yatırımlarından uluslararası ihale43ye çıkarılanların ihalesini kazanan veya yabancı para ile finanse edilenlerin yapımını üstlenen ana yüklenici firmaların (alt yükleniciler hariç);

i. Tam mükellef olması hâlinde, uluslararası ihalelerde tamamı üzerinden, yabancı para ile finanse edilenlerde ise yabancı paraya isabet eden oranda yapacakları teslim, hizmet ve faaliyetler ile tam mükellef imalatçı firmaların, bahse konu işte kullanılmak üzere bu işin yapımını yüklenen firmaya üreterek yapacakları mal ve malzeme ile hizmet satış ve teslimleri,

ii. Dar mükellef olması hâlinde, söz konusu firmanın bu işte kullanacağı mal ve malzemeyi üreten tam mükellef imalatçı firmaların (işi taahhüt eden firmalar dâhil) yapacakları satış ve teslimleri,

iii. Tam ve dar mükellef firmaların ortaklığı hâlinde, tam mükellef firmaya kendi faaliyeti oranında, diğer firmaya ise (ii) alt bendi çerçevesinde tam mükellef firmaların üreterek yapacakları satış ve teslimleri,

iv. Yukarıda belirtilen (i), (ii) ve (iii) alt bentleri çerçevesinde proje sahibi kamu kurumları ile bu projeleri üstlenen firmalara proje süresince yapılacak teknik müşavirlik, mühendislik ve benzeri hizmet satışları.

b. i) Savunma Sanayii Müsteşarlığınca onaylanan savunma, güvenlik veya istihbarat alanları ile ilişkili projeleri üstlenmiş tam mükellef imalatçı firmalar ile savunma, güvenlik veya istihbarat alanlarında yapılacak araştırma ve geliştirme projelerini üstlenen tam mükellef imalatçı firmaların yapacakları satış ve teslimler ile bu satış ve teslimler sonrası doğan bakım ve onarım hizmetleri, **ii)** Savunma Sanayii Müsteşarlığınca savunma, güvenlik veya istihbarat alanları açısından önem arz ettiği belirtilen savunma, güvenlik ve istihbarata yönelik her türlü platform, sistem, yazılım, araç ve gereçlerini üreten tam mükellef imalatçı firmalar ile savunma, güvenlik veya istihbarat alanlarında yapılacak araştırma ve geliştirme projelerini üstlenen tam mükellef imalatçı firmaların ülkenin savunma, güvenlik veya istihbaratı ile ilgili kamu kurum ve kuruluşlarına yapacakları satış ve teslimler ile bu satış ve teslimler sonrası doğan bakım ve onarım hizmetleri, **iii)** Bu bendin (i) ve (ii) alt bentlerinde belirtilen firmalara, tam mükellef imalatçı firmaların üreterek yapacakları satış ve teslimleri, **iv)** Bu bendin (i) ve (ii) alt bentlerinde belirtilen işleri yüklenen firmanın dar mükellef firma olması hâlinde, tam mükellef imalatçı firmaların bu firmaya üreterek yapacakları satış ve teslimleri.
c. Tam mükellef imalatçı firmaların, Ekonomi Bakanlığınca belirlenen yatırım malları listesinde belirtilen malları üreterek yapacakları satış ve teslimleri.
d. Tam mükellef imalatçı firmaların, Yatırım Teşvik Belgesi kapsamında monte edilmemiş haldeki aksam ve parçaları ithal edebilecek firmalara, ithal edebilecekleri bu aksam ve parçaları üreterek yapacakları satış ve teslimleri.
e. Yap-İşlet Modeli çerçevesinde yapılacak yatırım projelerini üstlenen tam mükellef firmaların yapacakları hizmet ve faaliyetleri.
f. Kamu kurum ve kuruluşları tarafından uluslararası ihaleye çıkarılmış yurt içi veya yurt dışı taşıma işlerini yüklenen tam mükellef firmaların bu faaliyetleri.
g. Uluslararası yük ve yolcu taşımacılığından döviz olarak kazanılan bedellerin yurda getirilmesi kaydıyla kara, deniz veya hava ulaştırma hizmet ve faaliyetleri.
h. Yurt dışına yönelik olarak gerçekleştirilecek müteahhitlik, müşavirlik, yazılım ve mühendislik hizmetleri.
i. Yabancı uyruklulara (diplomatik temsilcilikler ve mensupları dâhil), turistlere veya yurt dışında çalışan Türk vatandaşlarına ülkemizde bulundukları sürede, döviz karşılığı verilecek sağlık hizmetleri.
j. Turizm müesseseleri ile seyahat acentelerinin yurt içindeki ve yurt dışındaki turizm faaliyetleri sırasında yaptıkları döviz karşılığı hizmet satışları.
k. Bedelleri döviz olarak alınmak kaydıyla yurt dışında yerleşik firmalar adına gerçekleştirilen bakım ve onarım hizmetiyle, dış sefere çıkan Türk ve yabancı bayraklı gemi, uçak veya tırların bakımı ve onarımı, yenileme ve dönüşüm ile bakım, onarım, yenileme ve dönüşüm kapsamında gerçekleştirilen mal (yakıt ve madeni yağlar hariç) ve hizmet satışları.
l. Tam mükellef firmalarca, ihraç ürünlerimizin pazarlanması amacıyla yurt dışında mağaza açılması veya işletilmesi.

41 Döviz Kazandırıcı Faaliyet; 488 sayılı Kanunun ek 2. maddesi ve 492 sayılı Kanunun ek 1. maddesi uyarınca, tebliğde belirtilen ihracat ve ihracata ilişkin işlemler ile diğer döviz kazandırıcı faaliyetler.

42 Vergi, Resim, Harç İstisnası Belgesi; Döviz kazandırıcı faaliyetleri teşvik etmek amacıyla damga vergisi ve harç istisnası uygulanabilmesi için alınması ve ibraz edilmesi gereken, vergiye tabi kâğıdın düzenlendiği veya harca konu işlemin yapıldığı tarihte geçerli Ticaret Bakanlığınca düzenlenen belge.

43 Uluslararası İhale; Kamu kurum ve kuruluşları tarafından yerli ve yabancı firmaların ayrı ayrı veya birlikte iştirakine açık olarak çıkılan ve yabancı firmalarca da teklif verilen ihale.

m. Kamu kurum ve kuruluşlarınca uluslararası ihaleye çıkarılan maden havzalarından rödövans karşılığında maden çıkarımı ve işletmesiyle ilgili üretim faaliyetleri.

n. Yurt içinde yerleşik haber ajanslarınca, yurt dışındaki yayın organlarına görüntülü veya görüntüsüz haber satışları.

o. Kamu kurum ve kuruluşlarınca uluslararası ihaleye çıkarılan ve Ekonomi Bakanlığı tarafından belirlenen yatırım malları, sınai mamuller ve yazılım hizmetlerine yönelik ihaleleri kazanan tam mükellef imalatçı firmaların üreterek yapacakları satış ve teslimleri.

p. İkili veya çok taraflı uluslararası anlaşma hükümlerine göre yurt içinde bulunan yabancı kuruluşların yurt dışından getirme imkanına sahip bulundukları sınai mamulleri teslim eden tam mükellef imalatçı firmalar ile uluslararası kuruluşlar, yabancı ülke temsilcilikleri ve kuruluşlarına ait tesislerin yapımını ve onarımını üstlenen tam mükellef müteahhit firmaların faaliyet ve teslimleri.

q. İkili veya çok taraflı uluslararası anlaşmalar kapsamında Türkiye'de gerçekleştirilen projeleri üstlenen kurum, kuruluş veya şirketler (bunlar tarafından yurt içinde projenin yürütülmesi amacıyla kurulan veya ortaklık gerçekleştirilen şirketler dâhil) tarafından proje kapsamında verilen yapım ve teslim işlerini yüklenen firmaların (alt yükleniciler hariç);
i) Tam mükellef olması halinde, bunların yapacakları teslim ve hizmetleri ile tam mükellef imalatçı firmaların bu firmalara üreterek yapacakları satış ve teslimleri, **ii)** Tam ve dar mükellef firmaların ortaklığı şeklinde olması hâlinde, tam mükellef firmanın ortaklığı oranında gerçekleştireceği teslim ve hizmetleri ile tam mükellef imalatçı firmaların bu firmalara üreterek yapacakları satış ve teslimleri.

r. Kamu özel iş birliği kapsamında tesis yapımı ve yenilenmesi işlerini üstlenen tam mükellef firmaların yapacakları hizmet ve faaliyetleri.

KOSGEB'in İhracata Yönelik Destekleri

KOBİ'lerin gelişimleri ile ilgili topyekûn desteklenmesi amacıyla destek programları bulunan **KOSGEB**'in aslında direkt olarak 'ihracat desteği' adı altında bir desteği bulunmamaktadır. Ancak, **KOSGEB**'ın halen yürürlükte olan **"Uluslararasılaşma Destekleri"** kapsamında yer alan **"Yurt Dışı Pazar Destek Programı"** bu çerçevede KOBİ'lerin ihracata yönelik çalışmalara başlamalarına ve geliştirmelerine yardımcı olmaktadır.

Yurt Dışı Pazar Destek Programı[44]

Amaç

- KOBİ'lerin yurt dışı pazarlara açılabilme beceri ve kabiliyetlerini geliştirmek,
- KOBİ'lerin yurt dışı pazar paylarını arttırmak,
- KOBİ'leri, uluslararası rekabetin aktörleri haline getirmek,
- İhracata başlayan KOBİ sayısını arttırmak,
- E-ticarete başlayan KOBİ sayısını arttırmaktır.

Destek Unsurları

- Proje Süresi: En az 8 ay, en fazla 24 ay
- Destek Üst Limiti: 300.000 TL
- Proje Destek Oranı: %70 Geri Ödemesiz[45], %30 Geri Ödemeli[46]

44 Yurt Dışı Pazar Destek Programı; kaynak https://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/destekdetay/7139/yurt-disi-pazar-destek-programi

45 Geri ödemesiz destek: Destek programı kapsamında işletmelere geri tahsil edilmemek üzere sağlanan desteği.

46 Geri ödemeli destek: Destek programı kapsamında işletmelere geri tahsil edilmek üzere teminat karşılığı sağlanan destek.

Desteklenecek Proje Giderleri

- Personel Giderleri 90.000 TL
- Donanım Giderleri 50.000 TL
- Yazılım Giderleri 50.000 TL
- Tanıtım Giderleri 100.000 TL
- Yurt Dışı Fuar ve Seyahat Giderleri 150.000 TL
- Test / Analiz ve Belgelendirme Giderleri 100.000 TL
- Diğer Hizmet Alım Giderleri 100.000 TL

Uygulama Esasları

Proje[47] kapsamında verilecek **desteğin üst limiti 210.000.TL'si geri ödemesiz, 90.000.TL'si geri ödemeli olmak üzere toplam 300.000.TL'dir.** Personel gideri dışındaki tüm giderler için **%70** oranında geri ödemesiz ve **%30** oranında geri ödemeli destek sağlanmaktadır. Personel gideri için verilecek destek, Kurul[48] tarafından karar verilen toplam destek tutarının **%30'unu aşmayacak şekilde** belirlenmekte ve sabitlenmektedir. Kurul tarafından uygun bulunan, personel gideri dışındaki her bir gider için geri ödemesiz ve geri ödemeli destek birlikte verilmektedir. Ancak, gerçekleşen destek ödemeleri ile geri ödemesiz destek üst limitine ulaşılması halinde, desteğin sadece geri ödemeli kısmı verilir. Proje başvurusunda açık kaynak kodlu yazılım kullanımının beyan edilmiş olması, proje sonucunda işletme tarafından projede açık kaynak kodlu yazılım kullanıldığının beyan edilmesi ve bu beyanın proje sonunda yapılacak tespit ve değerlendirmede uygun bulunması kaydı ile geri ödemesiz destek oranına **%15** ilave edilmektedir. Bu durumda geri ödemeli destek oranı aynı oranda azaltılır. Personel dışındaki geri ödemesiz destek kapsamında ödenen giderler için geri ödemesiz destek oranına **%15** ilave edilerek hesaplanacak tutar, işletme tarafından geri ödenmesi gereken geri ödemeli destek toplamından eksiltilmekte ve güncellenen geri ödeme taksitleri işletmeye bildirilmektedir. Projeye konu satın alınacak yazılımın; **Sanayi ve Teknoloji Bakanlığınca 13/09/2014 tarih ve 29118 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan SGM 2014/35 sayılı Yerli Malı Tebliği'ne uygun olarak** alınmış yerli malı belgesi ile tevsik edilmesi durumunda geri ödemesiz destek oranına **%15** ilave edilmekte ve geri ödemeli destek oranı aynı oranda azaltılmaktadır. Destek oranlarına ilave edilecek destek oranı **%15**'i, işletmeye ödenen destek tutarı ise destek üst limitlerini ve toplam destek üst limitini geçememektedir.

Desteklenecek proje giderleri ve desteklemeye esas tutarlara Kurul tarafından karar verilmektedir. **Ancak makine, teçhizat, kalıp, bina inşaat, tadilat, gayrimenkul alım, tefrişat, taşıt aracı alım ve kiralama, enerji, su, haberleşme ve finansman giderleri, vergi, resim ve harçlar, sosyal güvenlik primleri, proje ile ilgili olmayan personel giderleri ve proje ile ilişkilendirilmemiş diğer giderler** desteklenmemektedir. Program kapsamında, aşağıda belirtilen giderlere Kurul kararı doğrultusunda geri ödemesiz ve geri ödemeli olarak destek verilir.

a) Personel gideri desteği

Personel giderleri için yeni istihdam olması şartı ile geri ödemesiz destek verilmektedir. Bu destek, projenin başlangıç tarihi itibarıyla işletmede son 4 ay içinde istihdam edilmemiş veya proje başlangıç tarihi itibarıyla son 30 gün içinde istihdam edilmiş ve tam zamanlı çalışacak personel için sağlanmaktadır. Uygulama Birimi[49] tarafından personele ilişkin Sosyal Güvenlik Kurumu ve/veya Yüksek Öğretim Kurumu sorgulamaları, ilgili kurumlarla yapılan protokoller kapsamında yapılmaktadır. İşletmeye, proje kapsamında en fazla 2 personel için destek verilebilmektedir. Destek kapsamında istihdam edilecek personelin proje süresince sadece des-

47 Proje: Amacı, kapsamı, hedefi, çıktıları, faaliyet-zaman planı, süresi, bütçesi, diğer kaynakları ile uygulayıcıları belirli ve birbiriyle ilişkili faaliyetler bütününü.

48 Kurul; Destek programı kapsamında değerlendirme yapan ve karar alan yapılar.

49 Uygulama birimi; Desteklerin uygulanmasından sorumlu KOSGEB müdürlükleri.

tek verilen işletmede SGK kaydının olması gerekir. Aksi durumda ilgili aylar için destek ödemesi yapılmayacaktır. Bu destek kapsamında işletmede yabancı uyruklu personel de istihdam edilebilmektedir. **Desteğin toplam üst limiti 90.000.-TL'dir.**

b) Yazılım ve donanım giderleri desteği

Proje kapsamında satın alınacak yazılım ve donanım giderlerine destek verilmektedir. Yazılım giderleri kapsamında yazılımın lisans bedeli, proje süresi ile sınırlı olmak üzere zaman sınırlı lisans kullanım bedeli ve bulut tabanlı yazılım lisans kullanım bedeli ile yazılıma ait eğitim ve danışmanlık giderleri için **en fazla 50.000 TL** destek verilmektedir. **Donanım giderleri kapsamında sunucu (server), masaüstü bilgisayar, diz üstü bilgisayar ve ihtiyaç duyulan diğer donanım giderleri için en fazla 50.000 TL** destek verilmektedir. Açık kaynak kodlu olanlar hariç olmak üzere ERP, MRP ve muhasebe yazılımları desteklenmemektedir. **Desteğin toplam üst limiti 100.000 TL'dir.**

c) Tanıtım giderleri desteği

Proje kapsamında, uluslararası pazarlara yönelik tanıtım için dijital reklam/tanıtım (sosyal medya reklamları, arama motoru optimizasyonu) giderlerine, yurt dışında basılan dergilerde yayınlanan reklam giderlerine, işletmeyi ve ürünlerini tanıtıcı ve sadece yabancı dilde hazırlanmış katalog giderlerine, Ticaret Bakanlığı tarafından onay verilen e-ticaret siteleri (bakınız Resim 33) üyelik giderlerine, havayolu dergilerinde yayımlanan reklam giderlerine **her birine en fazla 20.000 TL olmak üzere toplamda en fazla 100.000 TL** destek verilmektedir.

d) Yurt dışı fuar ve seyahat giderleri desteği

Yurt dışı fuar katılımı giderleri ile tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine yönelik yurt dışı seyahat giderlerine destek verilmektedir. Ticaret Bakanlığı'nın internet sayfasında[50] yayınlanan fuarlar listesinde yer alan yurt dışı fuarlara katılım giderleri; işletmelerin yer kirası, stant kurulumu, nakliye, depolama giderlerine ilişkin harcamaları ile fuarda görev alacak işletme temsilcilerinin fuarın başlangıç tarihinden en fazla 3 gün önce ve fuar bitimi tarihinden en fazla 3 gün sonra olmak üzere gerçekleşen konaklama ve ekonomi sınıfı gidiş-dönüş ulaşım giderlerine bu kapsamda destek sağlanmaktadır. Ayrıca, işletme temsilcilerinin proje kapsamında tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine yönelik gerçekleştirecekleri yurt dışı iş seyahatine ilişkin en fazla 2 işletme temsilcisinin konaklama ve ekonomi sınıfı gidiş-dönüş ulaşım giderleri desteklenmektedir. İşletme temsilcilerinin işletme sahibi, ortağı veya projede görevli çalışanı olması gerekir. **Desteğin toplam üst limiti 150.000 TL'dir.**

e) Test, analiz ve belgelendirme giderleri desteği

Proje kapsamında **test, analiz hizmeti ve belge alımına yönelik giderler** için destek verilmektedir. Test, analiz giderleri desteği işletmelerin, yurt içi ve yurt dışı laboratuvarlarda akredite olunan test, analiz konularında alacakları hizmet giderlerini kapsamaktadır. Belgelendirme giderleri desteği kapsamında işletmelerin başvuru, dosya inceleme, danışmanlık, eğitim, tetkik, denetim ve belge alımı giderlerine **20.000 TL'ye kadar** destek verilmektedir. **Desteğin üst limiti 100.000 TL'dir.**

f) Hizmet alımı giderleri desteği

Hizmet alımı giderleri desteği kapsamında eğitim, danışmanlık, tasarım, yurt dışı marka tescil, nakliye ve diğer hizmet alımı giderlerine destek verilmektedir. Eğitim ve danışmanlık giderleri işletmelerin proje kapsamında ihracata yönelik alacakları eğitim ve danışmanlık (pazar araştırma danışmanlığı dâhil) giderlerini kapsamaktadır. Eğitim hizmeti alınabilecek kuruluşlar Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), ihracatçı birlikleri, üniversitelerin işletmelere yönelik eğitim hizmeti vermek amacıyla kurulmuş birimleri, mevzuatlarının dış ticaret kapsamında eğitim vermeye izin vermesi şartıyla kamu kurum/kuruluşları ve bunların eğitim hizmeti vermek amacıyla kurulmuş birimleri, 08/02/2007 tarihli ve 5580 sayılı Özel Öğretim Kurumları Kanunu kapsamında kurum açma iznine sahip ve alanında Program onayı olan kurum/kuruluşlardır. İşletmelerin ihracata konu ürün/ambalaj tasarım giderleri, işletmelerin **TÜRKPATENT** (Türk Patent ve Marka Kurumu) muadili yurt dışı kurum/kuruluşlardan alacakları Marka Tescil Belgeleri için başvuru yapılan kurum/kuruluşlara yaptığı ödemelere ilişkin giderleri, işletmelerin ihracata konu ürün numunesini havayolu/karayolu/demiryolu/denizyolu ile yurt dışındaki alıcıya göndermelerine ilişkin ulaşım sürecindeki tüm nakliye ve sigorta giderleri de destek kapsamında yer almaktadır. Eğitim, danışmanlık, tasarım, yurt dışı marka tescil, nakliye ve diğer hizmet alımı **giderlerinin her biri için 20.000 TL'ye kadar destek verilmekte olup desteğin toplam üst limiti 100.000 TL'dir.**

İşletme Değerlendirme Raporu

Dünyada rekabet edebilmek için işletmelerin; nerede ve hangi durumda olduğunu, nereye gitmek istediğini, hedeflerine nasıl ulaşabileceğini, hedeflerine ulaşabilmek için ne tür kararlar alması ve performans ölçümünü nasıl yapması gerektiğini bilgiye dayalı olarak tespit edebilmesi büyük önem arz etmektedir.

Bu noktadan hareketle **KOSGEB**, kurum ve kuruluşların mevzuatları dâhilinde tuttukları idari kayıtları temin etmiş ve söz konusu verileri işleyerek, işletmenin kendisini değerlendirebileceği **"İşletme Değerlendirme Raporu (İDR)"** adı altında dijital bir ürünü uygulamaya almıştır. Bu rapor işletmelerin e-Devlet üzerinden ücretsiz olarak erişebileceği bir şekilde tasarlanmıştır. Rapor kapsamında işletmenin bulunduğu sektör ortalamaları hesaplanmış ve bu sayede KOBİ'nin kendisini sektöründe, Türkiye genelinde ve bölgesinde konumlandırma ve karşılaştırma imkanı sağlanmıştır.

İDR; "İşletme Künye Bilgileri", "Genel Sıralama", "İnsan Kaynakları", "Ar-Ge, Yenilik, Markalaşma", "Verimlilik", "İhracat" ve "Finansman" olmak üzere yedi bölümden oluşmaktadır. Türkçe ve İngilizce olarak hazırlanan rapor karekod ile doğrulanabilmektedir. Bu sayede İşletmeler İDR'yi yurt içi ve yurt dışı iş ilişkilerinde müşterilerine kendilerini tanıtmak amacıyla kullanabilirler.

Eximbank Destek Programları

Türk Eximbank (TE), ihracatçıları, ihracata yönelik üretim yapan imalatçıları ve yurtdışında faaliyet gösteren girişimcileri kısa, orta-uzun vadeli nakdi ve gayrinakdi **kredi programları**[51] ile desteklemektedir. Ayrıca, vadeli satış işlemlerini teşvik etmek ve bu yolla hracat hacmini artırmak, yeni ve hedef pazarlara girilmesini kolaylaştırmak amacıyla vadeli ihracat alacaklarını iskonto etmektedir.

Krediler

Kısa Vadeli İhracat Kredileri

Reeskont Kredisi

Mal ve döviz kazandırıcı hizmet ihracatında bulunan firmalara uygun maliyetli finansman sağlanması amacıyla, T.C Merkez Bankası ile iş birliği içerisinde, TE'ye tanınan limit çerçevesinde kullandırılan TL/Döviz Kredisi programıdır. Bu programdan ihracata yönelik mal üreten imalatçılar, döviz kazandırıcı hizmet ihracı yapan firmalar ve tüm ihracatçılar yararlanabilir. **Program limiti bulunmamaktadır.** Kredi TRY/EUR/USD/GBP/JPY olarak kullanılabilmektedir. Kredi vadesi olarak TL kredilerde 360 gün, döviz kredilerde 720 güne kadar vade seçenekleri bulunmaktadır.

50 2022 Yılında Destek Kapsamına Alınan Yurt Dışı Fuarlar; https://www.ticaret.gov.tr/ihracat/fuarlar/2021-ve-2022-yillarinda-destek-kapsamina-alinan-yurt-disi-fuarlar

51 Gayrinakdi kredi programları; Banka kredileri nakdi ve gayrinakdi olmak üzere ikiye ayrılır. Yaygın olarak bilinen taşıt, ev gibi nakdi kredilerin aksine gayrinakdi kredide nakit para değil teminat verilir. Gayri-nakdi kredinin ayırıcı bir diğer özelliği ise bireysel kullanımının mümkün olmamasıdır. Gayrinakdi kre-di sadece şirketlerin ticari işlemler için bir teminat olarak kullanabileceği bir banka ürünüdür. Ulusal ya da uluslararası işlemlerde bir malın teslim edileceği, borcun vadesinde ödeneceği ya da taahhüt edilen işin gerçekleştirileceğine dair farklı teminatlar verilir. Gayrinakdi kredi sayesinde alıcı ve satıcı, güven-ceye sahip olur. (Kaynak: İş'te KOBİ)

KOBİ İhracata Hazırlık Kredisi

İhracatçı KOBİ'lere ve ihracata yönelik mal üreten (sadece nihai üretici) imalatçı KOBİ'lere yönelik kullandırılan kredidir. İhracatçı KOBİ'ler ve ihracata yönelik mal üreten (sadece nihai üretici) imalatçı KOBİ'ler için uygundur.

KOBİ İhracata Hazırlık Kredisi kapsamında **5.000.000 ABD $**'na kadar kredi temin edilebilmektedir. Kredi kapsamında işlem bazında herhangi bir alt limit bulunmamaktadır.

İhracata Hazırlık Kredisi

İhracata Hazırlık Kredisi Programı ile Dış Ticaret Sermaye Şirketleri (DTSŞ), Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDTŞ) hariç, ihracatçıların ve ihracata yönelik mal üreten (sadece nihai üreticiler) imalatçıların ihracata hazırlık aşamasındaki finansman ihtiyaçları karşılanmaktadır. Bu krediyi, Dış Ticaret Sermaye Şirketleri (DTSŞ), Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDTŞ) hariç, ihracatçılar ve ihracata yönelik mal üreten (sadece nihai üreticiler) imalatçılar kullanabilir. 10.08.2017'den itibaren TL bazında Sevk Öncesi İhracat Kredisi ve İhracata Hazırlık Kredisi sadece KOBİ'lere kullandırılmaktadır. İhracata Hazırlık Kredisi kapsamında ihracatçılara **25 milyon ABD $**'a kadar kredi kullandırılabilmektedir. İşlem bazında herhangi bir alt limit bulunmamaktadır.

Sevk Sonrası Reeskont Kredisi

İhracatçı, imalatçı ihracatçı, ihracata yönelik mal üreten imalatçıların sevk sonrası ihracatın finansmanı amacıyla vadeli satışlarından doğan ihracat alacaklarına ilişkin yabancı para üzerinden düzenlenen senet ve belgeler karşılığında Türk menşeli malların serbest dövizle, kesin olarak ihracından sonra ihracat alacakları iskonto edilmekte, sevk sonrası dönemde finansman ihtiyaçları karşılanmaktadır. Program ile 360 güne kadar olan ihracat alacakları iskonto edilmekte, sevk sonrası dönemde finansman ihtiyacı karşılanmaktadır.

Sevk Öncesi ihracat Kredisi

Sevk Öncesi İhracat Kredisi (SÖİK);

- Dış Ticaret Sermaye Şirketleri (DTSŞ) hariç olmak üzere, Türkiye'de yerleşik ihracatçı, imalatçı-ihracatçı ve ihraç kaydıyla nihai mal üretimi yapan ve ihracatçı aracılığı ile bu malını ihraç eden imalatçı firmaların, ilgili mevzuat uyarınca ihracı yasaklanan mallar dışında kalan Türk menşeli malların kesin olarak ihracı taahhüdü karşılığında
- KKTC'de mukim ihracatçı, imalatçı-ihracatçı ve ihraç kaydıyla nihai mal üretimi yapan ve ihracatçı aracılığı ile bu malını ihraç eden imalatçı firmaların, Türkiye ve KKTC'de yürürlükte bulunan mevzuat uyarınca ihracı yasaklanan mallar dışında kalan KKTC menşeli malların kesin olarak ihracı taahhüdü karşılığında
- Türkiye'de kurulu serbest bölgelerde, üretim, alım-satım veya bakım-onarım ruhsatı sahibi kullanıcıların, ilgili mevzuat uyarınca ihracı yasaklanan mallar dışında kalan Türk menşeli malların veya hizmetin, serbest bölgeden üçüncü ülkelere (Türkiye'deki diğer serbest bölgeler ve Türkiye hariç) satışı taahhüdü karşılığında
- Türkiye'de yerleşik firmaların, İhracat, Transit Ticaret, İhracat Sayılan Satış ve Teslimler ile Döviz Kazandırıcı Hizmet ve Faaliyetlerde Vergi, Resim ve Harç İstisnası Hakkında Tebliğ (İhracat 2017/4) veya işbu mevzuatı mülga edecek sair mevzuat çerçevesinde aşağıda belirtilen döviz kazandırıcı hizmetlerin ihracı taahhüdü karşılığında;
- Turizm müesseseleri ile seyahat acentelerinin yurt içindeki ve yurt dışındaki turizm faaliyetleri sırasında yaptıkları döviz karşılığı hizmet satışlarının
- Uluslararası yük ve yolcu taşımacılığından döviz olarak kazanılan bedellerinin yurda getirilmesi kaydıyla kara, deniz veya hava ulaştırma hizmet ve faaliyetlerinin
- Yabancı uyruklulara (diplomatik temsilcilikler ve mensupları dahil), turistlere veya yurt dışında çalışan Türk vatandaşlarına ülkemizde bulundukları sürede, döviz karşılığı verilecek sağlık hizmetlerinin
- Yurt dışına yönelik olarak gerçekleştirilecek müteahhitlik, müşavirlik, yazılım ve mühendislik hizmetlerinin
- Bedelleri döviz olarak alınmak kaydıyla yurt dışında yerleşik firmalar adına gerçekleştirilen bakım ve onarım hizmetiyle, dış sefere çıkan Türk ve yabancı bayraklı gemi, uçak veya tırların bakımı ve onarımı, yenileme ve dönüşüm ile bakım, onarım, yenileme ve dönüşüm kapsamında gerçekleştirilen mal (yakıt ve madeni yağlar hariç) ve hizmet satışlarının
- Yurt içinde yerleşik haber ajanslarınca, yurt dışındaki yayın organlarına görüntülü veya görüntüsüz haber satışlarının finanse edilmesi amacıyla aracı bankalara kredi tahsis edilmektedir. **Firma limiti SÖİK Katılım TL/ SÖİK Katılım Döviz kredisi kapsamında 15 milyon ABD $ tutarındadır. SÖİK KKTC TL kredisi kapsamında 5 milyon TL ile sınırlıdır.**

Orta ve Uzun Vadeli İhracat Kredileri

İhracata Yönelik Yatırım Kredisi

İhracata Yönelik Yatırım Kredisi programı kapsamında, kalıcılığı veya uzun süreli kullanım özelliği dolayısıyla **orta veya uzun vadeli finansman gerektiren makine, teçhizat ve aksam harcamaları katma değer vergisi hariç tutar üzerinden finanse edilmektedir.** Program kapsamında yapılmış harcamaların finansmanı, harcamaların kredi başvuru tarihinden azami 180 gün öncesine kadar olan sürede gerçekleştirilmiş olması halinde mümkündür. Programdan Türkiye'de yerleşik ihracata yönelik mal üreten imalatçı, imalatçı-ihracatçı ve Türkiye'de kurulan Serbest Bölgelerde üretime/alım satıma yönelik geçerli faaliyet ruhsatı sahibi olan firmalar ve döviz kazandırıcı hizmet ve faaliyet gerçekleştiren firmalar yararlanabilmektedir. Program kapsamında **50.000.000 ABD $** kadar kredi kullandırılmaktadır.

İhracata Yönelik İşletme Sermayesi Kredisi

İhracata Yönelik İşletme Sermayesi Kredisi programı kapsamında kredi başvuru tarihinden azami 180 gün öncesine kadar olan sürede gerçekleştirilen **hammadde, ara malı alımı, nihai mal, nihai ürün ve 1 aylık dönem için elektrik, su, doğal gaz, personel masrafları gibi işletme sermayesi ihtiyaçları finanse edilmektedir.** Programdan Türkiye'de yerleşik ihracata yönelik mal üreten imalatçılar ve imalatçı-ihracatçılar, ihracatçılar ile Türkiye'de kurulan Serbest Bölgelerde üretime veya alım-satıma yönelik geçerli faaliyet ruhsatı sahibi olan firmalar ve döviz kazandırıcı hizmet ve faaliyet gerçekleştiren firmalar faydalanabilmektedir. Program limiti azami **75.000.000 ABD $**'dır.

İhracat Alacakları İskonto Programı

TE Spesifik İhracat Kredi Sigortası Sevk Sonrası Risk Programı kapsamında, satış sözleşmesi bazında ticari ve politik risklere karşı sigortalanan ihracat işlemlerinden doğan, vadeli ihracat alacakları sevk sonrası aşamada iskonto[52] edilmektedir. İhracat Alacakları İskonto programı kapsamında herhangi bir firma limiti bulunmamaktadır. İşlem alt limiti **15.000 ABD $**'dır. Program çerçevesinde Türkiye'den ihraç edilecek Türk menşeli (gümrük beyanname formunda menşe ülke kodu 052 olan) sermaye malları finanse edilmektedir.

Marka Kredisi

Yurt dışında yerleşik markaların satın alınması ve Türkiye'de yerleşik markaların yurt dışında tutundurulması kapsamında yapılmış/yapılacak harcamaların finansmanı sağlanmaktadır. Programdan Türkiye'de yerleşik ihracata yönelik mal üreten imalatçı, imalatçı-ihracatçı ve ihracatçı firmalar, Türkiye'de kurulan Serbest Bölgelerde üretime veya alım satıma yönelik geçerli faaliyet ruhsatı olan firmalar, Türkiye'de yerleşik döviz kazandırıcı hizmetler sektöründe faaliyet gösteren firmalar faydalanabilirler. Program limiti **75 milyon ABD$**'dır.

52 İskonto etmek; Vadeli alacağı peşine çevirmek

Yurt Dışı Mağazalar Yatırım Kredisi

Türk firmalarının yurt dışında marka tanıtım faaliyetlerinin desteklenmesi amacıyla kendi markaları ile yurt dışında açacakları mağazalar için gerekli yatırım harcamaları ile değişik pazarlarda Türk menşeli her türlü tüketim malı niteliğindeki ürünleri doğrudan pazarlaması amacıyla, **herhangi bir ülkede değişik ürünlerin sergilendiği çeşitli bölümleri içeren satış mağazaları ile bir ya da birden fazla firmanın bir araya gelerek kuracakları alışveriş merkezleri oluşturulmasına yönelik yatırım harcamaları finanse edilmektedir.** Yurt Dışı Mağazalar Kredisi kapsamında krediye konu olan yatırım projesinin uygunluğu TE tarafından belirlenmektedir. Yurt Dışı Mağazalar Yatırım Kredisi programı kapsamında **25 Milyon ABD $**'a kadar kredi kullanılabilmektedir.

Özellikli İhracat Kredisi

Özellikli İhracat Kredisi Programı ile **ihracata yönelik mal üreten firmaların TE'nin mevcut kredi programları çerçevesinde kredilendirilemeyen ancak TE tarafından uygun bulunan mal ve hizmet projelerine orta vadeli finansman** sağlanmaktadır. Yurt dışından sağlanan fon kuruluşunun zorunlu kıldığı nitelikleri taşıyan Türkiye'de yerleşik ihracata yönelik mal üreten imalatçı, imalatçı-ihracatçılar ve ihracatçılar programdan yararlanabilmektedir. Kredi tutarı proje bazında TE tarafından belirlenmektedir.

Yurtdışı Fuar Katılım Kredisi

Yurt Dışı Fuar Katılım Kredisinden Türkiye'de yerleşik kurum ve kuruluşlar ile bilanço esasına göre defter tutan gerçek kişi tacir veya ticaret şirketi şeklinde faaliyet gösteren, **Organizatör:** Yurt dışı fuar organizasyonu gerçekleştiren kuruluşlar, **Milli Katılımcı:** Organizatörler tarafından gerçekleştirilen yurt dışı fuar organizasyonlarına iştirak eden firmalar, **Bireysel Katılımcı:** T.C. Ticaret Bakanlığı tarafından ilan edilen yurt dışında düzenlenen uluslararası nitelikteki sektörel fuarlara bireysel katılım sağlayan firmalar yararlanabilir. Firma limiti, firmanın kullandığı Yurt Dışı Fuar Katılım Kredilerinin herhangi bir zaman dilimindeki anapara bakiyelerinin toplamıdır.

Bu kredi programı kapsamında firma limiti;

- A sınıfı belgeye sahip organizatörler için 2.000.000 TL,
- B sınıfı belgeye sahip organizatörler için 1.500.000 TL,
- C sınıfı ve Geçici Belgeye sahip organizatörler için 1.000.000 TL,
- Milli Katılımcı ve Bireysel Katılımcı firmalar için 200.000 TL'dir.

Alıcı Kredileri

Yurtdışı Bankalar Alıcı Kredisi

Yurt Dışı Bankalar Alıcı Kredileri programı kapsamında, **TE tarafından kredi limiti tahsis edilmiş yurt dışında yerleşik muteber bankalar aracılığıyla, ülkemizden mal ve/veya hizmet ithal etmek isteyen yabancı alıcılar** finanse edilmektedir. Kredi başvurusunun, yabancı alıcı tarafından doğrudan limit tahsis edilen yurt dışında yerleşik Bankaya yapılması TE'ye ise, bu banka tarafından iletilmesini gerekmektedir. TE'ye ulaşan başvurular, yabancı Bankanın cari limiti çerçevesinde, OECD Resmi Destekli İhracat Kredileri Uzlaşısına ve TE değerlendirme kriterlerine göre değerlendirilmektedir. Program kapsamında Türkiye'den gerçekleşecek Türk menşeli tüketim ve sermaye mallarıyla ile Türkiye'den gerçekleştirilen hizmet ihracatına finansman sağlanmaktadır. 24 aydan kısa vadeli kredilerde TE finansmanı, Türkiye'den gerçekleştirilecek ihracatın kontrat bedelinin azami **%100'üne kadar** olabilir. Fakat OECD Resmi Destekli İhracat Kredileri Uzlaşısı uyarınca, 24 ay ve daha uzun süreli vadelerde, TE finansmanı ihracat kontrat bedelinin **%85'i ile sınırlıdır.** Söz konusu kontratlardaki bakiye **%15'in**, yabancı alıcı veya yurtdışı bankanın kendisi tarafından finanse edilmesi gerekmektedir.

Yurtiçi Bankalar Alıcı Kredisi

Yurtiçi Bankalar Alıcı Kredileri programı kapsamında, **yurt içinde yerleşik bankaların yurt dışı şube, iştirak ve muhabir bankaları aracılığıyla alıcı kredisi** kullandırılmaktadır. Türkiye'den ihraç edilen **Türkiye menşeli** (T.C. Gümrük Beyanname Formunda Menşe Ülke Kodu 052 olan veya Serbest Bölge İşlem Formunda menşei Türkiye olarak belirtilen) tüketim ve sermaye mallarını finanse edilmektedir. Kredinin vadesi **minimum 6 ay** olup, tüketim malları finansmanında **azami 2 yıl**, sermaye malları finansmanında ise **azami 10 yıl** vadeli finansman sağlanmaktadır.

Alacak Sigortası

Kısa Vadeli Alacak Sigortası

Alacak Sigortası ile ihracatçıların yurt dışı satışlarından doğan tahsilatı riskli alacakları ticari ve politik risklere karşı sigorta kapsamına alınmaktadır. Alacak sigortası ile ihracatçıların **TE tarafından kapsama alınan ülkelerdeki alıcılara yapacağı 360 güne kadar vadeli tüm sevkiyatları alıcı firmalara tahsis edilen limitler çerçevesinde** sigortalanmaktadır. Programdan yurt dışında yapılan satışlarda vadeli alacak yapısına sahip bütün ihracatçılar bu programdan faydalanabilirler. Alacak Sigortası ile **360 güne kadar** yapılan vadeli satışlar teminat altına alınmaktadır. Teminat altına alınan sevkiyatların için prim oranları; ihracatın vadesi, ödeme şekli, alıcının ülkesinin risk kategorisi, alıcının özel ya da kamu alıcısı olup olmadığı dikkate alınarak tespit edilmektedir. Prim oranlarına ek olarak her alıcı limiti başvurusunda **220 TL** analiz ücreti alınmaktadır.

Orta ve Uzun Vadeli Alacak Sigortası

Spesifik İhracat Kredi Sigortası Sevk Sonrası Risk Programı

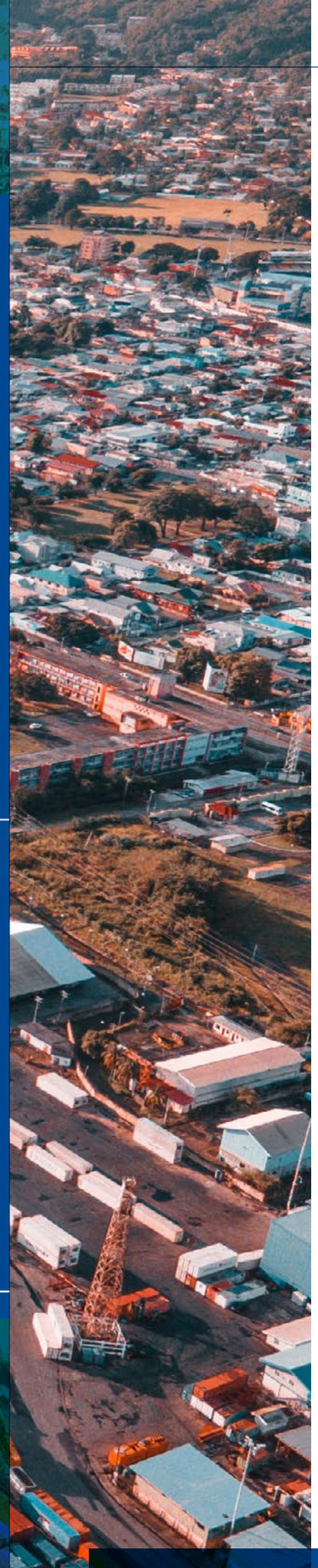
Spesifik İhracat Kredi Sigortası Sevk Sonrası Risk Programı'nın amacı, ihracatçıların tek bir satış sözleşmesine bağlı olarak ve azami vadesi OECD düzenlemelerine paralel olarak değerlendirilecek ihracatlarından doğacak alacaklarını, ticari ve politik risklere karşı teminat altına almak ve teminat altına alınan ihracat işlemi ile ilgili olarak ihracatçıların İhracat Alacakları İskonto Programı vasıtasıyla TE veya ticari bankalardan finansman temin etmelerine imkân sağlamaktır. Söz konusu program kapsamında genellikle, **yatırım malları satışından doğan orta ve uzun vadeli ihracat alacakları sigortalanmaktadır.** İstisnai durumlarda vadesi 1 yıldan az olan ihracat alacakları da kapsama alınabilmektedir. Vadesi 2 yıldan uzun olan işlemlerde, sigorta primi başvuru bazında OECD düzenlemelerine uygun olarak belirlenecektir. Vadesi 2 yıldan kısa olan işlemlerde ise, prim hesaplaması OECD düzenlemelerinden bağımsız olarak yapılabilmektedir. Programdan katma değeri yüksek sermaye ve/veya yatırım malları ihracatı yapan ihracatçılar ile hizmet ihracatı yapan ihracatçılar faydalanabilmektedir.

Spesifik İhracat Kredi Sigortası Sevk Öncesi Risk Programı

İhracatçı ile alıcı arasında imzalanmış olan Satış Sözleşmesi gereğince **üretilecek veya üretilmekte olan ve henüz sevkiyata konu olmamış mallar için,** Sigortalı'nın, Satış Sözleşmesi'nin gereklerini yerine getirmek amacıyla yaptığı harcamaların, **ticari ve/veya politik risklere karşı belirli limitler dâhilinde sigortalanmasıdır.** Üretim döneminin prensip olarak 180 günden uzun olmaması beklenmektedir.

02

AB-TÜRKİYE GÜMRÜK BİRLİĞİ / BREXIT VE TÜRK İHRACATINA ETKİLERİ



Avrupa Birliği ve Ticari Düzenlemeler

Avrupa Birliği ürün ve hizmetlerin, üye ülke vatandaşlarının ve sermayenin sınırlar olmaksızın serbestçe dolaşımına izin veren bir ülkeler birliğidir. Kıta Avrupası üzerinde yer alan ülkelerin birleşmesi ve barış içerisinde Avrupa Birleşik Devletleri adı altında yaşaması fikri ikinci dünya savaşı sırasında totaliter rejim yönetimlerine karşı faaliyete geçen direniş hareketleri ile bir hedef niteliği kazandı.

Tarihçe

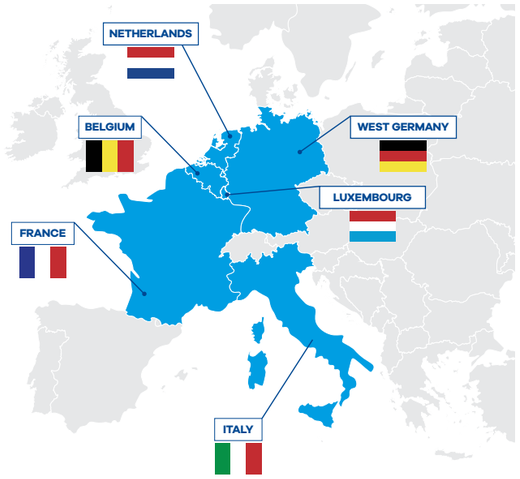
Savaş sonrasında bu görüşü benimseyen devlet adamlarından Fransa Dışişleri Bakanı Robert Schuman, Eski Milletler Cemiyeti Genel Sekreteri Jean Monnet'in tasarısına dayanarak, **9 Mayıs 1950** tarihinde, Avrupa Devletlerini, kömür ve çelik üretiminde alınan kararları bağımsız ve uluslarüstü bir kuruma devretmeye davet etti. Schuman Planına göre, Avrupa'da bir barışın kurulabilmesi için Fransa ve Almanya arasında yüzyıllardır süregelen çekişmenin son bulması gerekiyordu. Bunun yolu ise, söz konusu kurumun gözetiminde, ortak kömür ve çelik üretimini sağlamak ve bu örgütlenmeyi tüm Avrupa devletlerinin katılımına açmaktı. Bu çağrı karşılık gördü ve **Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu (AKÇT)** Schuman Deklarasyonunun bir sonucu olarak, **1951 yılında, Belçika, Federal Almanya, Lüksemburg, Fransa, İtalya ve Hollanda'dan oluşan 6 üye** ile kuruldu.

Resim 45 - AKÇT 1952

Söz konusu altı üye devlet, 1957'de, kömür-çelik ürünleri dışında kalan bazı ürünler ve işgücünün ve hizmetlerin serbest dolaşımına dayanan bir ekonomik topluluk kurmaya karar verdiler. Böylece, kömür ve çeliğin yanı sıra diğer sektörlerde de ekonomik birliği kurmak amacıyla, **1957'de Roma Antlaşması imzalanarak Avrupa Ekonomik Topluluğu (AET)** kuruldu.

AET'nin amacı, malların, işgücünün, hizmetlerin ve sermayenin serbest dolaştığı bir ortak pazarın kurulması ve en nihayetinde siyasi bütünlüğe gidilmesiydi.

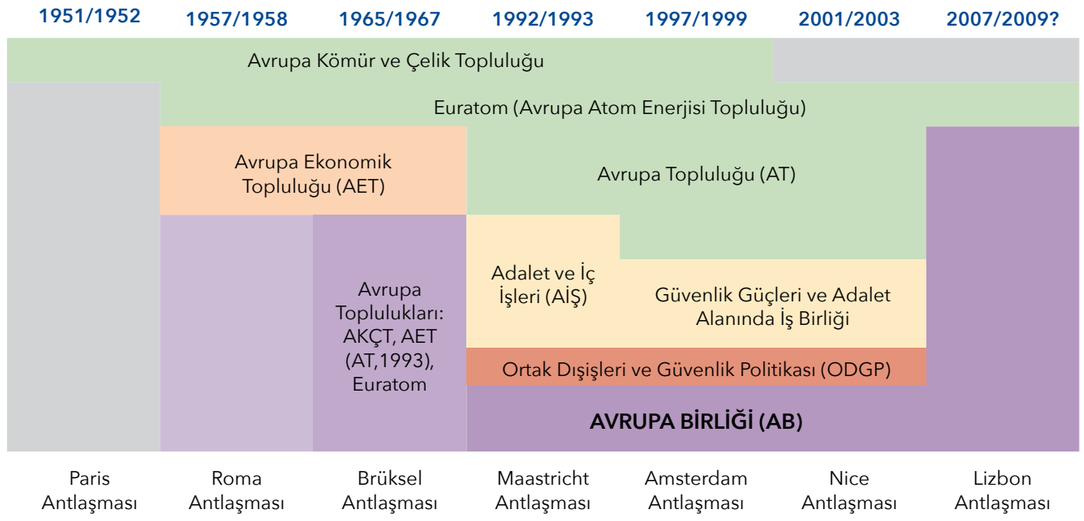
AVRUPA EKONOMİK TOPLULUĞU (AET) KURULUŞ HARİTASI - 1957



Resim 46 - AET 1957

1 Ocak 1958 tarihinde yürürlüğe giren Roma Antlaşması ile **AET üyesi ülkeler tarafından Avrupa Atom Enerjisi Topluluğu (EURATOM)** da kuruldu. Topluluğun amacı, **nükleer enerjinin sağlanması ve kullanımı ile ilgili olarak üye ülkeler tarafından geliştirilecek programların koordine edilmesi** olarak belirlendi.

8 Nisan 1965'te Belçika'nın başkenti Brüksel kentinde o dönemin üç Avrupa topluluğu olan **Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu, Avrupa Ekonomik Topluluğu ve Avrupa Atom Enerjisi Topluluğu'nu** tek çatı altında birleştiren **Brüksel Antlaşması** diğer adı ile **Füzyon Antlaşması** imzalandı. Avrupa'daki üç ayrı topluğu bir araya getiren bu antlaşmayla birlikte bu topluluklar **Avrupa Topluluğu** adıyla anılmaya başlamıştır. Antlaşma ile Avrupa Topluluğu'nun bünyesindeki kurumları yönetmesi için **Avrupa Adalet Divanı** oluşturulmuş ve bu birleştirilen üç kurumun ortak bir bütçe kullanması öngörmüştür. Bu antlaşma pek çok kişi tarafından gerçek anlamda **Avrupa Birliği**'nin temellerinin atıldığı adım olarak görülmektedir. Brüksel Antlaşması, 1997 yılında onun yerini alan **Amsterdam Antlaşması**'yla birlikte yürürlükten kalkmıştır.



Resim 47 - AB Kronolojik Gelişim (Kaynak Wikipedia)

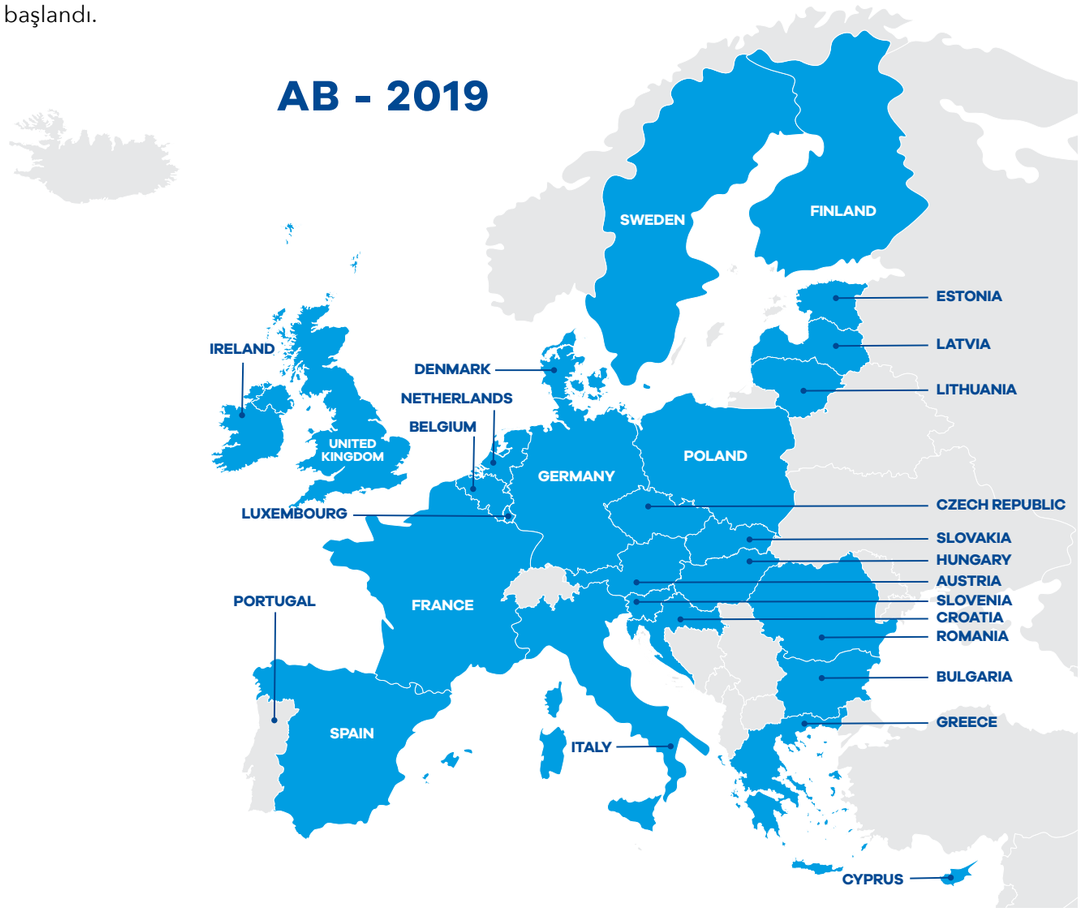
Avrupa Tek Senedi ve Avrupa Birliği

Dünyadaki durgunluk ve mali yükün paylaşımı konusundaki iç çekişmeler 1980'lerin başlarında bir **"Avrupa karamsarlığı"** havasının doğmasına neden oldu. Ancak, 1984'ten sonra bunun yerini Topluluğun canlandırılması konusunda daha umutlu beklentiler aldı. Jacques Delors başkanlığındaki Komisyonun 1985'te hazırladığı **Beyaz Kitap**'a dayanarak Topluluk, 1 Ocak 1993'e kadar tek pazar oluşturmayı kendisine hedef edindi. **Avrupa Tek Senedi**, 17 Şubat 1986'da **Almanya, Belçika, Fransa, Hollanda, İngiltere, İrlanda, İspanya, Lüksemburg ve Portekiz** tarafından, 28 Şubat 1986'da ise **Danimarka, İtalya ve Yunanistan** tarafından imzalandı. 1987 yılında yürürlüğe giren Avrupa Tek Senedi ile Avrupa Topluluklarını kuran Antlaşmalar kapsamlı bir biçimde değişikliğe uğradı.

3 Kasım 1990'da Berlin Duvarı'nın yıkılması ve iki Almanya'nın birleşmesi, Merkezi ve Doğu Avrupa ülkelerinin Sovyet denetiminden kurtulmaları ve demokratikleşmeleri, Aralık 1991'de de Sovyetler Birliği'nin dağılması Avrupa'nın siyasi yapısını baştan aşağı değiştirdi.

Üye devletler bağlarını güçlendirme kararlılığıyla, temel özellikleri 9-10 Aralık 1991'de Maastricht'te toplanan **Avrupa Birliği Zirvesi**'nde kararlaştırılan yeni bir Antlaşmanın müzakerelerine başladılar. Maastricht Antlaşması, diğer adıyla **Avrupa Birliği Antlaşması** 1 Kasım 1993 tarihinde yürürlüğe girdi. Bu antlaşma ile 1999'a kadar parasal birliğin tamamlanmasına, Avrupa vatandaşlığının oluşturulmasına ve ortak dış ve güvenlik ile adalet ve içişlerinde işbirliği politikalarının meydana getirilmesine karar verildi. 1 Ocak 2002'de Avrupa ortak para birimi olan Avro, 12 üye ülkede kullanılmaya başlandı.

Avrupa Birliği başkenti Brüksel, ortak para birimi Avro, parlamentosu ve komisyonları ile 2016 yılında patlak veren ve 2020 yılında Birleşik Krallığın AB'den ayrılması ile son bulan **Brexit**[53] sürecin sonuna kadar toplam 28 ülke ile varlığını sürdürdü. Brexit süreci sonrasında AB haritası bir kez daha şekil değiştirerek Birleşik Krallığın yer almadığı 27 ülkeden oluşan son halini aldı.



Resim 48 - AB 2019 yılsonu itibariyle

53 Brexit; "Britain" ve "Exit" kelimelerinden oluşturan terim Birleşik Krallığın AB'den ayrılışını ifade eder.

Avrupa Birliği-Türkiye İlişkileri ve Gümrük Birliği

(Türkiye'nin Avrupa Birliği öncesi ve Avrupa Birliği sürecinde Avrupa ile ilişkileri, Gümrük Birliğinin oluşumu ve düzenlemeleri, bu düzenlemelerin KOBİler üzerindeki geçmişte ve günümüzdeki etkileri, Birleşik Krallığın Türk ihracatındaki yeri, önemi anlatılacaktır (Yazı, resim içerecektir))

12 Eylül 1963 tarihinde imza edilen **Ankara Anlaşması**'nda Türkiye'nin Avrupa Ekonomik Topluluğuna entegrasyonu için bir gümrük birliği tesis edilmesi öngörülmüştür. Ortaklık Konseyi'nin 6 Mart 1995 tarihinde yapılan toplantısında alınan **"Gümrük Birliği Kararı"** ile 22 yıllık Geçiş Dönemi, 1 Ocak 1996 tarihi itibarıyla son bulmuş ve Türkiye ile AB arasında bazı ürün ve hizmetlerin serbest dolaşımına yönelik iş birliği anlaşması çalışmaya başlamıştır.

AB-Türkiye Gümrük Birliği Anlaşması **sadece malların serbest dolaşımına ilişkin değil, aynı zamanda rekabet politikası, fikri ve sınai mülkiyet hakları** gibi alanlarda da Topluluk mevzuatına uyum yükümlülüğü getirmektedir. Bu yükümlülükler iki başlık altında toplanmaktadır.

1 Ocak 1996'dan itibaren taraflar arasındaki gümrük vergilerinin sanayi malları için sıfırlanmasına ve Türkiye'nin üçüncü ülkelere[54]AB'nin **Ortak Gümrük Tarifesini** uygulamasına başlanmış ve bu alandaki bazı istisnalar da takip eden süreçte ortadan kaldırılmış, işlenmiş tarım ürünleri için ise sanayi payı için gümrük vergileri sıfırlanmıştır. Ayrıca, **Ortaklık Konseyi Kararı** gereğince dış ticaret rejimimiz büyük ölçüde AB ile uyumlu hale getirilmiştir.

Bu çerçevede, malların serbest dolaşımı ile ortak ticaret politikasına ilişkin düzenlemelerin yanı sıra teknik mevzuat, fikri ve sınai mülkiyet, rekabet politikası alanlarındaki AB mevzuatı, Türkiye'nin ihtiyaçları da dikkate alınarak dış ticaret rejimine yansıtılmıştır. Bu kapsamda:

Birliğin ticaret politikasına ve üçüncü ülkelerle yaptığı tercihli ticaret anlaşmalarına uyum

1/95 sayılı Gümrük Birliği Kararı'nın 12. maddesi uyarınca Türkiye, 1 Ocak 1996 tarihinden itibaren Topluluğun ithalatta ortak kurallar, belirli üçüncü ülkelerden yapılacak ithalatta ortak kurallar, miktar kısıtlamalarının idaresi, haksız ticari uygulamalara karşı önlemler, ihracatta ortak kurallar, ihracatta kota ve tarife kontenjanı belirlenmesi ve idaresi tekstil ve hazır giyim sektöründe üçüncü ülkelere karşı uygulanan miktar kısıtlamaları, dahilde ve hariçte işleme rejimlerine ilişkin kurallarına uyum sağlamıştır. 1/95 sayılı Karar'ın 16.maddesi uyarınca Türkiye, Ortak Ticaret Politikasına uyum amaçlı olarak AB'nin çeşitli ülkelerle yaptığı Serbest Ticaret Anlaşmalarına (STA) benzer anlaşmalar yapmaya başlamıştır.

54 Üçüncü ülke; Gümrük Birliği dışında kalan bütün ülkeler (serbest bölgeler dahil)

Sanayi ürünleri ticaretindeki teknik engellerin kaldırılması

AB teknik mevzuatına uyumda da önemli aşamalar kaydedilmiş, bugün teknik mevzuatın önemli bir bölümü uyumlu hale getirilmiştir.

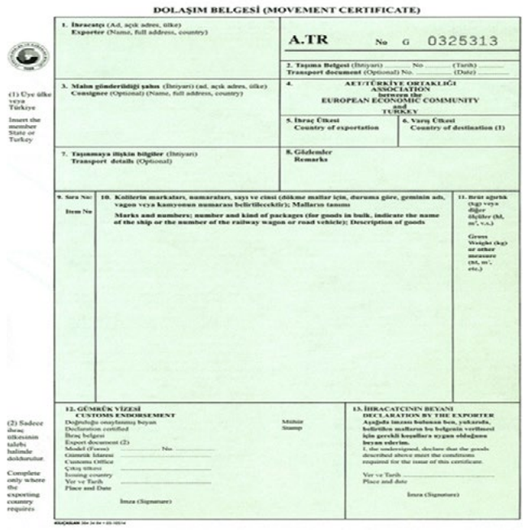
Rekabet politikası ve fikri mülkiyet hukukuna uyum

Rekabet politikası ve fikri mülkiyet hukukuna uyum çalışmaları Gümrük Birliğinin yürürlüğe girmesinden de önce başlatılmış, bu kapsamda **Rekabet Kurumu** ve **Türk Patent Enstitüsü** kurulmuştur.

Gümrük mevzuatına uyum

Türkiye, AB gümrük mevzuatına büyük ölçüde uyum sağlamış, böylece Gümrük Birliği'nin işlemesi açısından yeknesak uygulamalar gerektiren; **menşe, gümrük kıymeti, malların gümrük birliği bölgesine girişi, gümrük beyannamesi, serbest dolaşıma giriş, ekonomik etkili gümrük rejimleri, malların dolaşımı, gümrük borcu/yükümlülüğü, itiraz hakkı** konularında uyum sağlanmıştır.

Türkiye ile AB arasında gerçekleştirilen sanayi malları ticaretinde gümrük muafiyenin sağlanması maksadı ile bir **Serbest Dolaşım Belgesi** hazırlanmıştır. Gümrük Birliği kapsamında yapılacak sanayi ürünleri ihracatında KOBİ'lerin ihraç ürünlerine AB ülke gümrüklerinde gümrük muafiyeti uygulanabilmesi için söz konusu belgenin ürünlere eşlik etmesi gerekmektedir. **ATR Belgesi** olarak adlandırılan bu belge Türkiye'de **Ticaret, Sanayi Odaları ile İhracatçı Birlikleri** tarafından onaylanmaktadır. ATR Belgesinin düzenlenmemiş olması ürünlerin Türk gümrüklerinden çıkışını engellemez.


DOLAŞIM BELGESİ (MOVEMENT CERTIFICATE)

1. İhracatçı (Ad, açık adres, ülke) Exporter (Name, full address, country)

A.TR No G 0325313

2. Taşıma Belgesi (İsteğe bağlı) No ... (Tarih) ... Transport document (Optional) No ... (Date) ...

3. Malın gönderildiği yahut (İsteğe bağlı (ad, açık adres, ülke) Consignee (Optional) (Name, full address, country)

4. AET/TÜRKİYE ORTAKLIĞI ASSOCIATION EUROPEAN ECONOMIC COMMUNITY and TURKEY

5. İhraç Ülkesi Country of exportation

6. Varış Ülkesi Country of destination (1)

7. Taşınmaya ilişkin bilgiler (İsteğe bağlı) Transport details (Optional)

8. Gözlemler Remarks

9. Sıra No: Item No

10. Kolilerin markaları, numaraları, sayı ve cinsi (dökme mallar için, durumu göre, geminin adı, vagon veya kamyonun numarası belirtilecektir); Malların tanımı Marks and numbers; number and kind of packages (for goods in bulk, indicate the name of the ship or the number of the railway wagon or road vehicle); Description of goods

11. Brüt ağırlık (kg) veya diğer ölçüler (hl, m³, v.s.) Gross Weight (kg) or other measure (hl, m³, etc.)

12. GÜMRÜK VİZESİ CUSTOMS ENDORSEMENT

Doğruluğu onaylanmış beyan Declaration certified

İhraç belgesi Export document (2)

Modeli (Form) ... No ...

Gümrük İdaresi Customs Office

Çıkış ülkesi Issuing country

Tarih ve Yer Place and Date

İmza (Signature)

Mühür Stamp

13. İHRACATÇININ BEYANI DECLARATION BY THE EXPORTER

Aşağıda imzası bulunan ben, yukarıda, belirtilen malların bu belgenin verilmesi için gerekli koşullara uygun olduğunu beyan ederim. I, the undersigned, declare that the goods described above meet the conditions required for the issue of this certificate.

Yer ve Tarih Place and date

İmza (Signature)

(1) Üye ülke veya Türkiye Insert the member State or Turkey

(2) Sadece ihraç ülkesinin talebi halinde doldurulur. Complete only where the exporting country requires

Resim 49 - ATR Serbest Dolaşım Belgesi

BREXIT ve Türkiye-Gümrük Birliği İlişkileri / Dünyada Diğer Ekonomik Topluluklar ve Birlikler

Brexit Nedir?

23 Haziran 2016 tarihinde yapılan referandumda çıkan %52 oy ile Birleşik Krallık, AB'den ayrılmaya karar verdi. Başbakan Theresa May, Birleşik Krallık'ın AB'den çıkmasına ilişkin resmi bildirimini içeren mektubu 29 Mart 2017 tarihinde AB Konseyine tevdi etti. 25 Kasım 2018 tarihinde Brexit'e ilişkin siyasi deklarasyon AB üye devletleri tarafından onaylandı. Ancak Birleşik Krallık parlamentosunda çekilme koşullarına ilişkin uzlaşı sağlanamaması sebebiyle 10 Nisan 2019 tarihli AB Zirvesinde Brexit 31 Ekim 2019'a kadar ertelendi.

Birleşik Krallık'ın AB'den ayrılması süreci uzun bir belirsizliğin ardından **31 Ocak 2020** tarihinde Birleşik Krallık'ın AB üyeliğinden resmen çekilmesiyle önemli bir aşamayı geride bıraktı. 1 Şubat 2020 tarihinde **Çekilme Anlaşması**'nın yürürlüğe girmesiyle başlayan süreç hem Birleşik Krallık'ın AB üyesi olmasa dahi Birlik kuralları ile yargı yetkisine bağlı olduğu ve AB bütçesine katkıda bulunmayı sürdürdüğü 31 Aralık 2020 tarihine kadar devam etmesi öngörülen geçiş dönemini başlattı.

Brexit Sonrası AB-Birleşik Krallık Serbest Ticaret Anlaşması ve Sonuçları

24 Aralık 2020 tarihinde Birleşik Krallık ile AB arasında imzalanan **Serbest Ticaret Anlaşması** ile bu geçiş dönemi sona erdi ve anlaşma şartları **1 Ocak 2021** tarihi itibariyle yürürlüğe girdi. Anlaşmanın girişinde, AB'nin çıkarlarının korunacağına, adil rekabet koşullarına ve karşılıklı çıkarların söz konusu olduğu alanlarda iş birliğine devam edileceğine vurgu yapılmaktaydı.
AB-Birleşik Krallık Serbest Ticaret Anlaşması metni ve ilgili detaylara https://ec.europa.eu/info/relations-united-kingdom/eu-uk-trade-and-cooperation-agreement_en#freetradeagreement web sitesi üzerinden ulaşılabilmektedir.

Resim 50 - Avrupa Komisyonu Web Sitesi içerisinde Birleşik Krallık-AB Serbest Ticaret Anlaşması

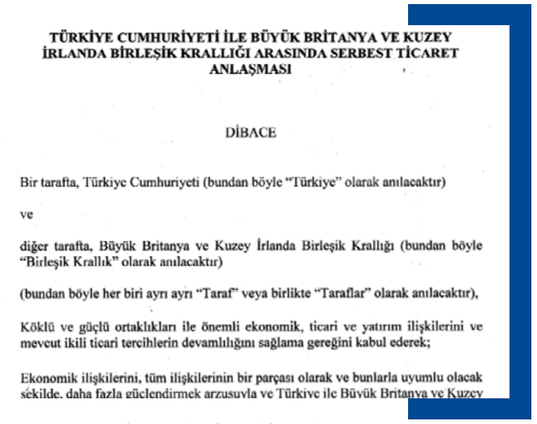
BREXIT Sonrası Türkiye-Gümrük Birliği ve Türkiye-Birleşik Krallık Ticari İlişkileri ve Teknik Düzenlemeler

2,74 trilyon ABD$'lık Gayri Safi Yurt İçi Hasılası ile dünyanın altıncı büyük ekonomisi olan Birleşik Krallık, Türkiye'nin de önemli ticari ortakları arasında yer almaktadır. **ITC Trade Map** verilerine göre Türkiye ile Birleşik Krallık arasındaki ticaretin hacmi 2021 yıl sonu itibariyle toplam **ihracat 13.7 milyar ve toplam ithalat 5.5 milyar ABD$** olmak üzere **19.2 milyar ABD $'a** ulaşmıştır.

Birleşik Krallık 2021 yılında Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı ülkeler arasında üçüncü, en çok ithalat yaptığı ülkeler arasında ise onikinci sırada yer almıştır. 2021 yılında iki ülke arasındaki ticaret hacmi bir önceki yıla göre %46 artarak, 19.2 milyar ABD$ olarak kaydedilmiştir.

İki ülke arasında ihracat ve ithalatı en fazla yapılan ürünler incelendiğinde **Türkiye'nin Birleşik Krallık'a ihraç ettiği ürünlerin başında altın, tekstil ve hazır giyim ürünleri, elektrikli ve elektriksiz makineler, motorlu taşıtlar, demir çelik ürünleri, izole edilmiş teller, kablolar ve diğer elektrik iletkenlerin geldiği, Türkiye'nin ithal ettiği ürünler arasında ise dizel, yarı dizel motorlar, otomobil, demir çelik döküntü ve hurdalar ile tedavi ve korunma kullanılmak üzere hazırlanan ilaçların olduğu** görülmektedir.

Yukarıda değinilen bilgiler çerçevesinde, Birleşik Krallık'ın Türkiye'nin dış ticaretindeki yerinin ne derece önemli olduğu açıkça görülmektedir. Ancak, Birleşik Krallığın Brexit süreci sonunda AB'den ayrılışı ile **Türkiye'nin Gümrük Birliği** kapsamında Birleşik Krallık ile olan ve ticaret hacminin bu seviyelere ulaşmasının ana sebeplerinden olan serbest dolaşım faaliyetleri (sanayi ürünlerinde ithalatta gümrük vergisi muafiyeti uygulaması) son bulmuş oldu. Türkiye, Birleşik Krallık ile mevcut ticaret hacminin devamını hatta gelişimini sağlamak amacıyla Brexit sonrası derhal harekete geçmiş ve gerçekeleştirilen görüşmeler neticesinde **Birleşik Krallık ile 29 Aralık 2020 tarihinde bir Serbest Ticaret Anlaşması yapıldığı ilan edilmiştir.** Böylece iki ülke arasında ticaret konularında herhangi bir belirsizlik ortamına mahal bırakılmayarak kuralların ve gümrük tarifelerinin, yeni dönemde de Brexit öncesi dönemdeki gibi, aynı şekilde işlemesi sağlanmıştır.


TÜRKİYE CUMHURİYETİ İLE BÜYÜK BRİTANYA VE KUZEY İRLANDA BİRLEŞİK KRALLIĞI ARASINDA SERBEST TİCARET ANLAŞMASI

DİBACE

Bir tarafta, Türkiye Cumhuriyeti (bundan böyle "Türkiye" olarak anılacaktır)

ve

diğer tarafta, Büyük Britanya ve Kuzey İrlanda Birleşik Krallığı (bundan böyle "Birleşik Krallık" olarak anılacaktır)

(bundan böyle her biri ayrı ayrı "Taraf" veya birlikte "Taraflar" olarak anılacaktır),

Köklü ve güçlü ortaklıkları ile önemli ekonomik, ticari ve yatırım ilişkilerini ve mevcut ikili ticari tercihlerin devamlılığını sağlama gereğini kabul ederek;

Ekonomik ilişkilerini, tüm ilişkilerinin bir parçası olarak ve bunlarla uyumlu olacak şekilde, daha fazla güçlendirmek arzusuyla ve Türkiye ile Büyük Britanya ve Kuzey

Resim 52 - Türkiye-Birleşik Krallık Serbest Ticaret Anlaşması

Bu kapsamda, söz konusu anlaşmanın beş maddesi özellikle dikkate alınmalıdır:

"Madde 2.4. Malların Sınıflandırılması
*İşbu Anlaşma'nın amaçları doğrultusunda, Taraflar arasındaki ticarette malların sınıflandırılması, **Armonize Sistem** ve bunun yasal notları ve değişikliklerine uygun olarak, her bir Taraf'ın kendi tarife sınıflandırmasına tabi olacaktır."*

"Madde 2.5. Menşe Kuralları
Taraflar birbirleriyle ticarette tercihli menşe kurallarını uygulamayı kabul ederler[55]. Menşe Kuralları ve Menşe İşlemlerine İlişkin Protokol, menşe kuralları ve ilgili idari iş birliği yöntemlerini belirler"

"Madde 2.6. Sanayi Ürünlerinde Gümrük Vergisinin Kaldırılması
*İşbu Anlaşma'da aksi belirtilmediği sürece, her bir Taraf, diğer Taraf'ın menşeli sanayi ürünlerindeki tüm gümrük vergilerini kaldıracaktır. Bu maddenin amacı doğrultusunda, sanayi ürünleri, Ek 2-A'da listelenen ürünler hariç olmak üzere, **Armonize Sistem**'in 25 ila 97. fasılları arasında yer alan malları ifade etmektedir."*

"Madde 2.7. Tarım Ürünlerinde Gümrük Vergilerinin Sıfırlanması
*İşbu Anlaşma'da aksi belirtilmediği sürece, her bir Taraf, Ek 2-B uyarınca, diğer Taraf'ın menşeli tarım ürünlerindeki gümrük vergilerini indirecek veya sıfırlayacaktır. Bu maddenin amacı doğrultusunda tarım ürünleri, **Armonize Sistemin** 1 ila 24. fasılları arasında yer alan malları ve ayrıca Ek 2-A'da listelenen ilave ürünleri ifade etmektedir.*

Türkiye-Birleşik Krallık Serbest Ticaret Anlaşmasının tam metni ve eklerine https://www2.tbmm.gov.tr/d27/2/2-3327.pdf web sitesi üzerinden ulaşılabilmektedir.

Serbest Ticaret Anlaşması kapsamında verilecek menşe beyanı metni

Aşağıda metni verilen menşe beyanı, dipnotlarla uyumlu şekilde yapılmalıdır. Ancak, dipnotlar kopya edilmemelidir.

İngilizce
"The exporter of the products covered by this document (customs authorisation No … (1)) declares that, except where otherwise clearly indicated, these products are of … (2) preferential origin.

Türkçe
Bu belge (gümrük onay No: … (1)) kapsamındaki girdilerin ihracatçısı, aksi açıkça belirtilmedikçe, bu girdilerin … (2) tercihli menşeli olduğunu beyan eder.

… ***(3)***
(Yer ve tarih)

… ***(4)***
(İhracatçının imzası, ilaveten beyanı imzalayan kişinin adı ve soyadı okunaklı şekilde yazılmalıdır.)

---

(1) *Türkiye'de yerleşik ihracatçılar için, menşe beyanının bir onaylanmış ihracatçı Tarafından yapıldığı hallerde onaylanmış ihracatçı yetki numarası bu alana girilmelidir. Menşe beyanının bir onaylanmış ihracatçı Tarafından yapılmadığı hallerde parantez içindeki sözcükler silinir ya da bu alan boş bırakılır. Menşe beyanının Birleşik Krallık'ta yerleşik bir ihracatçı Tarafından yapıldığı hallerde bu alana EORI numarası girilir.*

(2) *Ürünlerin menşei belirtilir.*

(3) *Belge üzerinde bilgi mevcutsa bu veriler ihmal edilebilir.*

(4) *İhracatçının imzalamasının gerekmediği hallerde, imzadan muafiyet, imzalayanın isminden de muafiyet anlamına gelir.*

55 Yazarın notu; Bu çerçevede sadece Türk Malı menşeli ürünlerin Birleşik Krallık'a vergi muafiyeti veya indirimi ile girişi mümkün olacaktır.

Türkiye'nin Dahil Olduğu Diğer Ticari Birlikler ve Düzenlemeler

Türkiye'nin AB ile mevcut Gümrük Birliği Antlaşması kapsamında dahil olduğu iki ticari yapı daha bulunmaktadır. **Bunlar Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi ve Serbest Ticaret Anlaşmalarıdır.**

Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi

1968 yılında toplanan **II. UNCTAD Konferansı**'nda, gelişmekte olan ülkelerin sanayi malları ihracatlarını arttırabilmek amacıyla, gelişmiş ülkelerin bu ülkelerden yaptıkları ithalatta belirli bir taviz marjı tanımalarını öngören bir sistem olan **Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi'nin (GTS)** yürürlüğe konulması kararı alınmıştır. Böylece, gelişmiş ülkeler, gelişmekte olan ülkelerden ithal ettikleri sanayi malları üzerindeki vergilerini **"karşılıklılık"** esası dışında tek taraflı olarak sıfırlayacak veya indireceklerdir.

Bahse konu sistemin yürürlüğe konulması, 1970 yılında **Ticaret ve Kalkınma Konseyi** tarafından kabul edilmiş ve bu tarihten itibaren gelişmiş ülkeler tarafından uygulanmaya başlanmıştır. **GTS**, **GATT**'ın temel ilkelerinden olan **"en çok kayrılan ülke"** kuralından bir sapma (waiver) olarak hayata geçirilmiştir. 28 Kasım 1979 tarihinde **"enabling clause"** kapsamında sınırsız olarak yenilenen, **Uruguay Round** sonrasında da teyit edilen bu uygulamanın, **GATT**'ın yerini alan **Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ)** bünyesinde de sürdürülmesi hususu benimsenmiştir. İlk olarak 1 Temmuz 1971 tarihinde **Avrupa Topluluğu** tarafından uygulamaya konulan ve **GATT** tarafından **"on yıllık"** bir dönem için cevaz verilen **GTS**, 1 Ağustos 1971 tarihinde Japonya, 1976 yılında da ABD tarafından uygulanmaya başlanmıştır.

Zaman içerisinde, **GTS** kapsamında yer alan bazı ülkelerin yüksek gelişmişlik düzeyleri, yine bazı ülkelerin belirli sektörlerde ileri derecedeki uzmanlaşmaları, sistemden yararlanan ülkeler arasındaki rekabet şartlarını olumsuz olarak etkilemeye başlamıştır. Özellikle, **En Az Gelişmiş Ülkeler (EAGÜ)** olarak nitelendirilen, gelirleri ve üretim kapasiteleri son derece sınırlı olan, ihracatları genelde temel ürünler ve hammaddelere dayanan bu ülkeler için rekabet edebilme olanaklarını son derece azaltmıştır.

Diğer taraftan **Uruguay Round** sonrasında gelişmiş ülkelerin sanayi ürünleri taahhütlerinde yaptıkları indirimler, **GTS** kapsamında verilen tavizlerin getirdiği avantajları önemli ölçüde erozyona uğratmıştır.

Bu itibarla, gelişmiş ülkeler, **GTS** rejimlerinin etkin kullanımının sağlanmasını ve tercihli rejimden gelişmişlik düzeyi düşük ülkelerin daha fazla yaralanabilmelerini teminen çalışmalar başlatmışlardır. Bu yönde atılan adımların en önemlisi **terfi (graduation)** adı verilen ve bazı ülkelerin gelişmişlik ve uzmanlaşma düzeylerine bağlı olarak sistem dışına çıkarılmasını öngören uygulamadır.

Türkiye bu sistem çerçevesinde gelişmekte olan ülke olarak Japonya, Rusya, Y.Zelanda, Beyaz Rusya, Avustralya ve Kanada'ya ihracat ve gelişmiş ülke olarak aşağıda gösterilen **GYÜ, ÖDTÜ, EAGÜ**'nden ithalat yapabilmektedir. Bu kapsamda vergi muafiyeti uygulanacak ürünler ve uygulanacak muafiyetler https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/20.5.3350.pdf web sitesinde gösterilmektedir.

Genelleştirilmiş Tercihler Sisteminden Yararlanacak Ülkeler Listesi

A- GELİŞME YOLUNDAKİ ÜLKELER (G.Y.Ü.)	
ÜLKELER	**HARİÇ SEKTÖRLER**
Bolivya	
Cape Verde	
Cook Adaları	
Filipinler	
Kenya	
Kırgızistan	
Kongo	
Mikronezya	
Nijerya	
Nauru	
Niue	
Özbekistan	
Pakistan	S-8b, S-11a, S-11b
Samoa	
Sri Lanka	S-11b
Tacikistan	
Tonga	

Tablo 17 - Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi GYÜ

B- ÖZEL TEŞVİK DÜZENLEMELERİNDEN YARARLANACAK ÜLKELER	
ÜLKELER	**HARİÇ SEKTÖRLER**

C- EN AZ GELİŞMİŞ ÜLKELER	
ÜLKELER	**HARİÇ SEKTÖRLER**
Afganistan	
Angola	
Bangladeş	S-11a, S-11b
Burkina Faso	
Burundi	
Benin	
Butan	
Çad	
Kongo Demokratik Cum.	
Orta Afrika Cum.	
Cibuti	
Eritre	
Etiyopya	S-11a* (5209.42)
Gambiya	
Gine	
Ekvatoral Gine	
Gine-Bissau	
Güney Sudan	
Haiti	
Kamboçya	S-11b, S-12a
Kiribati	
Komor	
Laos	
Liberya	
Lesotho	
Madagaskar	
Mali	
Burma / Myanmar	
Malavi	
Moğolistan	
Moritanya	
Mozambik	
Nijer	
Nepal	S-11a*(5509.21, 5509.22,5509.52)
Ruanda	
Solomon Adaları	
Sudan	
Sierra Leone	
Senegal	
Somali	
Sao Tome ve Principe	
Togo	
Timor-Leste	
Tuvalu	
Tanzanya	
Uganda	
Vanuatu	
Yemen	
Zambiya	

Tablo 18 - Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi ÖTDÜ ve EAGÜ

SADECE MENŞE BEYANINDA BULUNACAK ÜLKELER			
0	**FAYDALANAN ÜLKE**	**0**	**FAYDALANAN ÜLKE**
	Afganistan	**7**	Mali
	Angola	**8**	Burma/Myanmar
	Bolivya	**9**	Mozambik
	Burundi	**0**	Nepal
	Butan	**1**	Niue
	Cook Adaları	**2**	Pakistan
	Eritre	**3**	Ruanda
	Etiyopya	**4**	Sao Tome ve Principe
	Gine	**5**	Sierra Leone
0	Gine-Bissau	**6**	Solomon Adaları
1	Kenya	**7**	Sri Lanka
2	Kiribati	**8**	Tanzanya
3	Komor	**9**	Togo
4	Kongo	**0**	Tuvalu
5	Laos	**1**	Yemen
6	Malavi	**2**	Zambiya

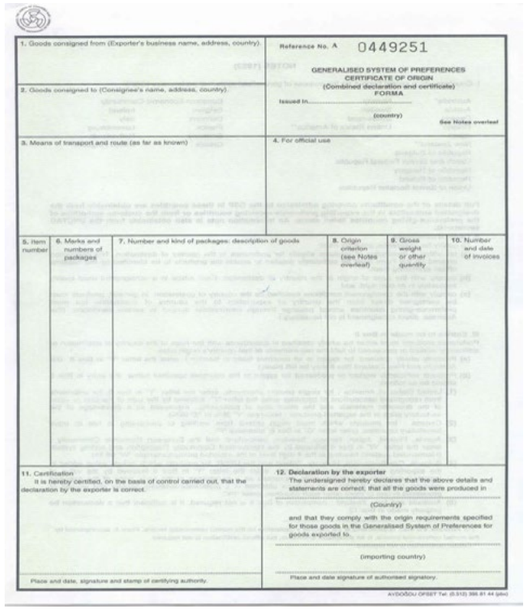
Tablo 19 - Sadece Menşe Beyanı Verecek Ülkeler

FORM A MENŞE BELGESİ DÜZENLEYEBİLECEK VEYA MENŞE BEYANINDA BULUNABİLECEK ÜLKELER			
0	**FAYDALANAN ÜLKE**	**0**	**FAYDALANAN ÜLKE**
	Bangladeş		Özbekistan
	Filipinler		Senegal
	Kamboçya		Uganda
	Kırgızistan		Vanuatu
	Nijerya		

Tablo 20 - Form-A Menşe Şehadetnamesi Düzenleyecek veya Menşe Beyanı Verecek Ülkeler

SADECE FORM A MENŞE BELGESİ DÜZENLEYEBİLECEK ÜLKELER			
0	**FAYDALANAN ÜLKE**	**0**	**FAYDALANAN ÜLKE**
	Benin		Moğolistan
	Burkina Faso		Samoa
	Cape Verde		Sudan
	Gambiya		Tacikistan
	Madagaskar		

Tablo 21 - Sadece Menşe Şehadetnamesi Düzenleyebilecek Ülkeler


1. Goods consigned from (Exporter's business name, address, country)

Reference No. A 0449251

GENERALISED SYSTEM OF PREFERENCES
CERTIFICATE OF ORIGIN
(Combined declaration and certificate)
FORMA

Issued in (country)

See Notes overleaf

2. Goods consigned to (Consignee's name, address, country)

3. Means of transport and route (as far as known)

4. For official use

5. Item number | 6. Marks and numbers of packages | 7. Number and kind of packages; description of goods | 8. Origin criterion (see Notes overleaf) | 9. Gross weight or other quantity | 10. Number and date of invoices

11. Certification
It is hereby certified, on the basis of control carried out, that the declaration by the exporter is correct.

Place and date, signature and stamp of certifying authority

12. Declaration by the exporter
The undersigned hereby declares that the above details and statements are correct; that all the goods were produced in

(Country)

and that they comply with the origin requirements specified for those goods in the Generalised System of Preferences for goods exported to

(importing country)

Place and date signature of authorised signatory

Resim 53 - Form-A Menşe Şehadetnamesi

Serbest Ticaret Anlaşmaları

Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) düzenlemelerinin günümüzün gereksinimlerini karşılayamaması ve çok taraflı ticaret düzeninin yeni pazar açılımları konusunda yetersiz kalması, ülkeleri ikili ve bölgesel ticaret anlaşmaları yapmaya yöneltmiş, **Serbest Ticaret Anlaşmaları (STA)** son dönemde gerek gelişmiş ülkeler arasında, gerekse kuzey-güney ve güney-güney ticari ve ekonomik ilişkilerinde yaygınlaşmıştır. Ülkeler arasındaki **STA** ağının genişlemesi ile birçok ülke mal tedarikini **STA** ortaklarından temin ederken, **STA** ağlarının dışarısında kalan ülkeler tercihli ticaretin sağladığı imkânlardan mahrum kalmıştır. Bu kapsamda, Türkiye, gerek uluslararası ticaretteki **STA** ağları oluşturma eğilimine paralel olarak gerekse Gümrük Birliği çerçevesinde AB'nin **Serbest Ticaret Anlaşmaları** akdettiği ülkelerle karşılıklı yarar esasına dayalı benzer anlaşmalar akdetmektedir.

STA'lar, komşu ve çevre ülkelerle dış ticaretimizin geliştirilmesi; ihracatçılarımızın dış pazarlarda, başta AB ülkelerinin müteşebbisleri olmak üzere rakipleri ile eşit şartlarda rekabet edebilmesinin temini; karşılıklı yatırımların ve müşterek teşebbüslerle ülkemizin uluslararası rekabet gücünün artırılması bakımından önem taşımaktadır.

Bu kapsamda, ülkemizin AB tarafından imzalanmış **STA**'ların içeriğini aynen kabul etme yükümlülüğü bulunmamakta olup, gerçekleştirilen müzakerelerde sanayi ve ticaret politikası önceliklerimiz ile ülkemiz hassasiyetleri göz önüne alınmaktadır.

Bugüne kadar, ülkemizce 38 STA imzalanmış olup bunlardan Merkezi ve Doğu Avrupa ülkeleriyle akdedilmiş olan 11 STA, bu ülkelerin AB üyelikleri nedeniyle feshedilmiştir. Geriye kalanlardan **22 STA (EFTA, İsrail, Makedonya, Bosna ve Hersek, Filistin, Tunus, Fas, Mısır, Arnavutluk, Gürcistan, Karadağ, Sırbistan, Şili, Morityus, Güney Kore, Malezya, Moldova, Faroe Adaları, Singapur, Kosova, Venezuela ve Birleşik Krallık)** hâlihazırda yürürlüktedir.

Lübnan, Sudan ve Katar STA'ları iç onay süreçlerinin tamamlanmasını müteakip yürürlüğe girecektir.

Mevcut **STA**'ların güncellenmesi ve kapsamlarının genişletilmesi çerçevesinde, **Sırbistan** STA'sının güncellenmesine yönelik imzalanan protokoller **1 Haziran 2019**, **Türkiye-Bosna Hersek revize STA 1 Ağustos 2021**, **Türkiye-EFTA revize STA 1 Ekim 2021** tarihlerinde yürürlüğe girmiştir. Bununla beraber, **Türkiye-Karadağ** STA'yı revize eden protokollerin ise onay süreçleri devam etmektedir. Ayrıca, **Gürcistan ve Malezya** ile yürütülen müzakerelerin yakın zamanda sonuçlandırılması, **Moldova ve Kuzey Makedonya** ile ise kısa zamanda müzakerelere başlanması hedeflenmektedir.

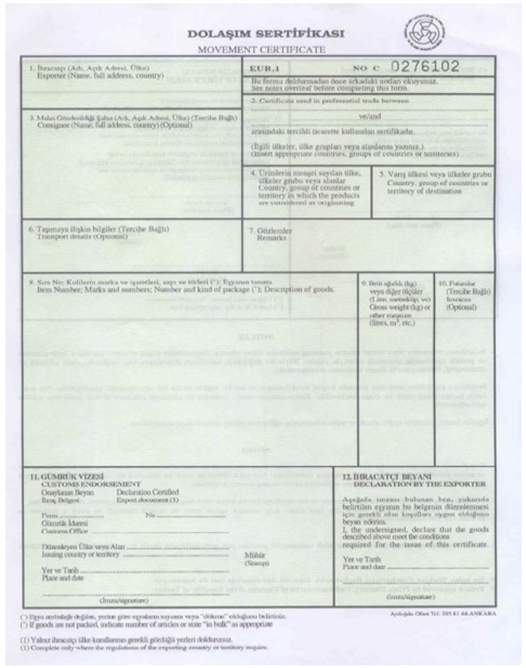
Diğer taraftan; **17 ülke/ülke grubu ile resmi olarak başlatılmış bulunan STA müzakereleri kapsamında 5 ülke (Ukrayna, Japonya, Tayland, Somali ve Endonezya)** ile müzakereler aktif bir şekilde sürdürülmektedir. Müzakere sürecinde olan **diğer ülke/ülke grupları (Meksika, Peru, Kolombiya, MERCOSUR, Ekvator, Kamerun, Çad, Körfez İş Birliği Konseyi, Kongo Demokratik Cumhuriyeti, Seyşeller, Cibuti ve Pakistan)** ile de söz konusu süreçlerin hızlandırılmasına ilişkin çalışmalar yürütülmektedir. Ayrıca, **9 ülke/ülke grubu (ABD, Kanada, Hindistan, Vietnam, Orta Amerika Ülkeleri, Afrika Karayip Pasifik Ülkeleri, Libya, Cezayir ve Güney Afrika Cumhuriyeti)** nezdinde de STA müzakerelerine başlama girişiminde bulunulmuştur.

SERBEST TİCARET ANTLAŞMALARI		
Yürürlükte olan STA	**Müzakeresi Tamamlanan STA**	**Müzakeresi Tamamlanan STA**
Arnavutluk	Katar	Ukrayna
Bosna Hersel	Lübnan	Peru
EFTA	Sudan	Kolombiya
Faroe Adaları		Ekvator
Fas		Meksika
Filistin		Pakistan
Güney Kore		Japonya
Gürcistan		Tayland
İsrail		Endonezya
Karadağ		Cibuti
Makedonya		Kongo
Malezya		Kamerun
Mısır		Çad
Moldova		Seyşeller
Morityus		Körfez İşbirliği Konseyi
Sırbistan		Libya
Singapur		MERCOSUR Ülkeleri
Suriye		Britanya
Şili		
Tunus		
Venezuela		
Kosova		

Tablo 22 - Türkiye'nin Serbest Ticaret Anlaşmaları

STA'lar çift taraflı anlaşmalar olup, ithalatta gümrük muafiyeti uygulanması esası üzerine kurgulanmıştır.

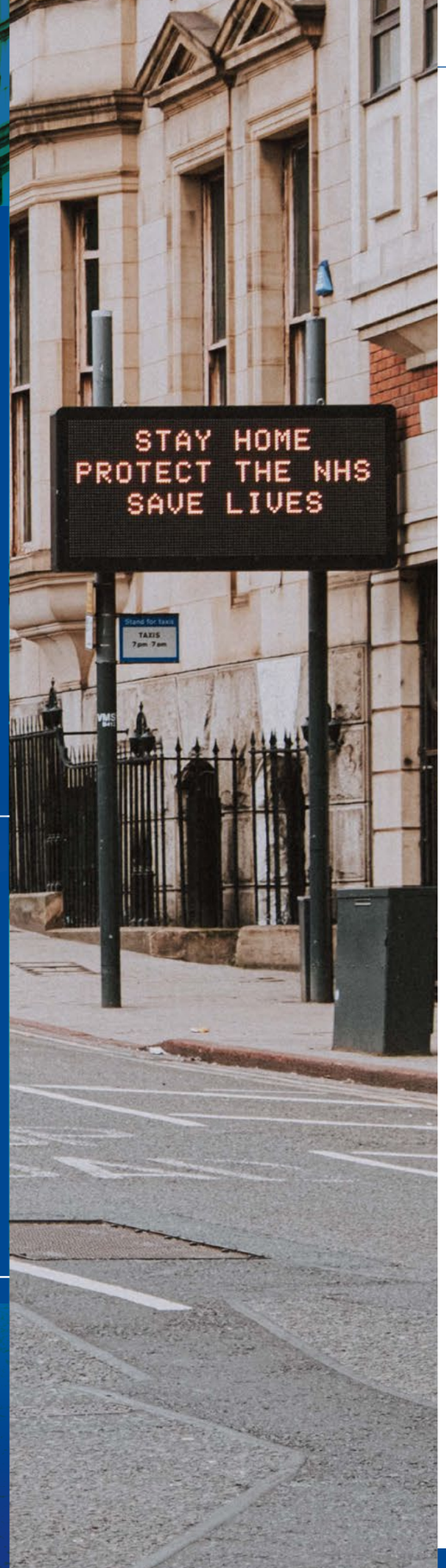
En önemli kural ithal edilecek ürünün gümrük muafiyetine tabi olabilmesi için mutlaka ihracatçı ülke menşeli olması gerekliliğidir. Bu durumun tevsiki için düzenlenen belge EUR-1'dir.


DOLAŞIM SERTİFİKASI
MOVEMENT CERTIFICATE
EUR.1 NO C 0276102
1. Ihracatçı (Ad, Açık Adresi, Ülke) Exporter (Name, full address, country)
Bu forma doldurulmadan önce arkadaki notları okuyunuz. See notes overleaf before completing this form.
2. Certificate used in preferential trade between
ve/and
arasındaki tercihli ticarette kullanılan sertifikadır.
(İlgili ülkeler, ülke grupları veya alanlarını yazınız.) (Insert appropriate countries, groups of countries or territories)
3. Malın Gönderildiği Şahıs (Ad, Açık Adresi, Ülke) (Tercihe Bağlı) Consignee (Name, full address, country) (Optional)
4. Ürünlerin menşei sayılan ülke, ülkeler grubu veya alanlar Country, group of countries or territory in which the products are considered as originating
5. Varış ülkesi veya ülkeler grubu Country, group of countries or territory of destination
6. Taşımaya ilişkin bilgiler (Tercihe Bağlı) Transport details (Optional)
7. Gözlemler Remarks
8. Sıra No; Kolilerin marka ve işaretleri, sayı ve türleri (*); Eşyanın tanımı Item Number; Marks and numbers; Number and kind of package (*); Description of goods.
9. Brüt ağırlık (kg) veya diğer ölçüler (Litre, metreküp, vs) Gross weight (kg) or other measure (litres, m³, etc.)
10. Faturalar (Tercihe Bağlı) Invoices (Optional)
11. GÜMRÜK VİZESİ CUSTOMS ENDORSEMENT
Onaylanan Beyan Declaration Certified
Ihraç Belgesi Export document (1)
Fiorin No
Gümrük İdaresi Customs Office
Düzenleyen Ülke veya Alan Issuing country or territory
Mühür (Stamp)
Yer ve Tarih Place and date
(İmza/signature)
12. İHRACATÇI BEYANI DECLARATION BY THE EXPORTER
Aşağıda, sınırın bulunan beş, yukarıda belirtilen eşyanın bu belgenin düzenlenmesi için gerekli olan koşulların yerine getirildiğini beyan ederim.
I, the undersigned, declare that the goods described above meet the conditions required for the issue of this certificate.
Yer ve Tarih Place and date
(İmza/signature)
(*) Eğer ambalajlı değilse, yerine göre eşyanın sayısını veya "elden" olduğunu belirtiniz.
(*) If goods are not packed, indicate number of articles or state "in bulk" as appropriate
(1) Yalnız ihracatçı ülke kısıtlarının gerekli görüldüğü yerleri doldurunuz.
(1) Complete only where the regulations of the exporting country or territory require.
Aydoğdu Ofset Tel: 395 81 44 ANKARA

Resim 54 - EUR-1 Serbest Dolaşım Belgesi

03

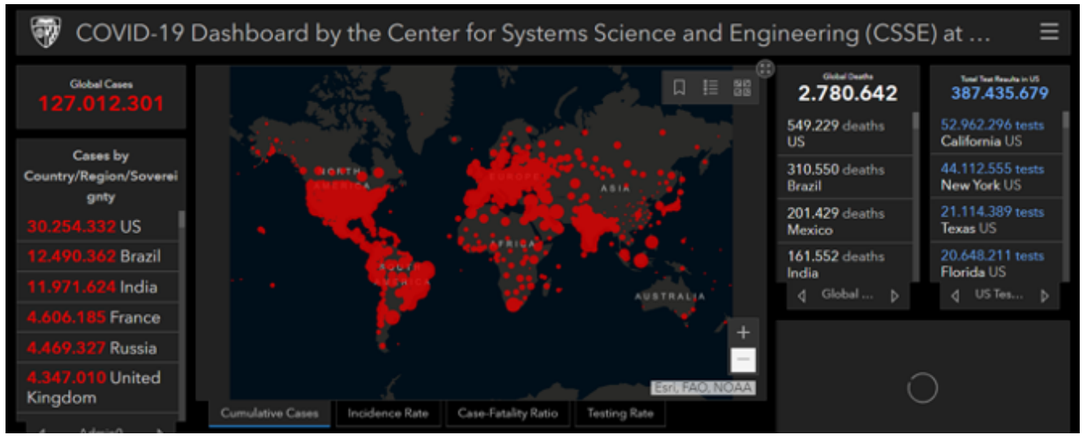
PANDEMİ SÜRECİ VE DÜNYADA DIŞ TİCARETE ETKİLERİ



Pandeminin Dünyada Uluslararası Ticarete Etkileri

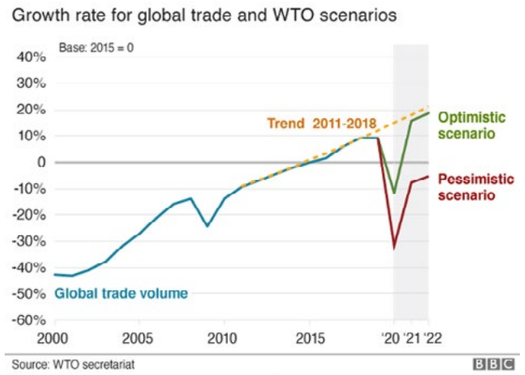
Pandemi, dünyada birden fazla ülkede veya kıtada, çok geniş bir alanda yayılan ve etkisini gösteren salgın hastalıklar olarak tanımlanmaktadır. Dünyada 2020 yılı başından itibaren etkisini giderek arttıran ve 2021 yılı Mart ayı itibariyle 125 milyondan fazla vakaya ve 2.5 milyondan fazla ölüme sebep olan pandeminin her konuda olduğu gibi dünya dış ticaretine de son derece önemli ve olumsuz etkileri olmuştur.

Pandemi devam ettiği sürece de bu etkinin devam edeceğine kesin gözü ile bakılmaktadır. Diğer yandan sınırlı sayıda olsa da bazı sektörlerde pandemi döneminde ya herhangi bir gerileme olmamış ya da artışlar görülmüştür. Yani hemen hemen her kriz döneminde yaşandığı gibi kriz aynı zamanda fırsatlar da yaratmıştır.



Resim 55 - Johns Hopkings Üniversitesi Covid Takip Ekranı

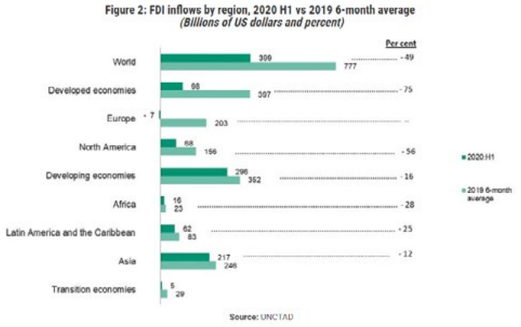
Sağda yer alan Resim 56'da görüldüğü gibi 2008-2009 döneminde yaşanan kriz döneminden sonra görece düzenli bir çıkış trendi yakalayan dünya ticareti 2018 yılının üçüncü çeyreğinden sonra bir duraklama dönemine girmiş ve 2019-2020 yılı pandemi dönemi ile çok sert bir düşüş yaşamıştır. **Dünya Ticaret Örgütü** uzmanlarının kötümser tahminlerine göre artış oranı düşüş 2020 yılında endeks bazında **-%40**, iyimser tahminlere göre **-%10** seviyesinde gerçekleşecektir. Toparlanma olması halinde ise iyimser tahminler 2022 yılı itibariyle dünya ticaretinin 2011-2018 döneminde izlenen trende hızlı bir şekilde geri dönüleceği, kötümser tahminler ise trendin 2010 yılı seviyelerinden çıkışına devam edeceğini söylemektedir.



Resim 56 - Dünya Ticaret Örgütü Pandemi Sonrası Küresel Ticaret Büyüme Senaryoları

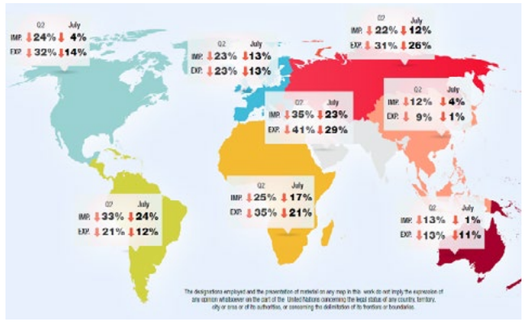
Merchandise trade: Mal ticareti
Optimistic scenario: İyimser senaryo
Pesimistic scenario: Kötümser senaro

Dış ticarette görülen gerilemenin yanı sıra **UNCTAD** verilerine göre yatırımlarda da ciddi bir düşüş görülmektedir. UNCTAD, 2019-2020 ilk yarı yıllık düşüşü ortalama **%49** olarak tahmin etmektedir. En fazla düşüşün **%96** ile Avrupa'da ve **%75** ile gelişmiş ülkelerde olduğu öngörülmektedir.



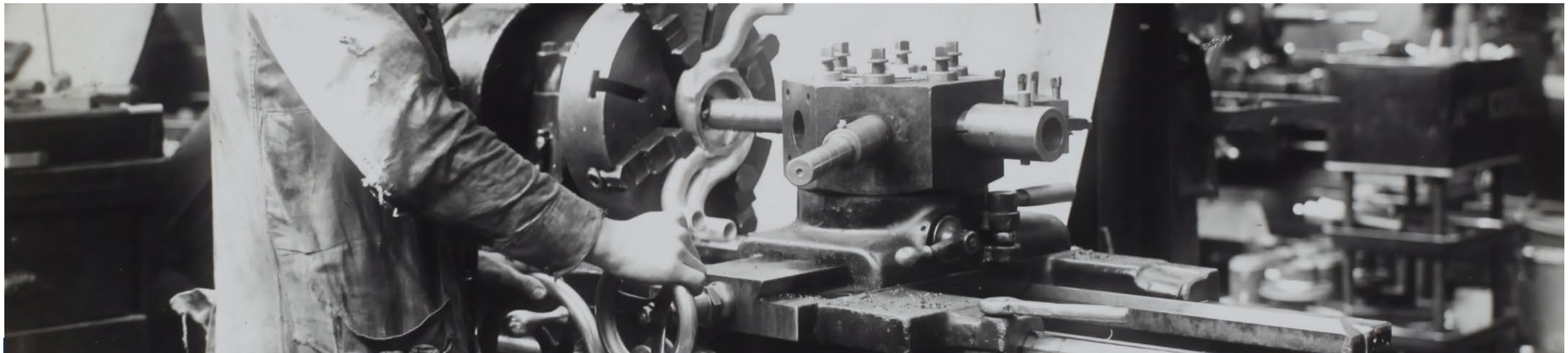
Resim 57 - UNCTAD Küresel Yatırım Düşüş Tahminleri

Dünya dış ticaretinde bölgesel olarak görülen gelişmeler ise sağda yer alan Resim 58'de gösterilmektedir. Resimde yer alan haritada görüleceği üzere, dış ticarette görece düşüşün az olduğu bölgelerin pandemiden nispeten daha kısa sürede çıkan **Uzak Doğu ülkeleri** olduğu çok net bir şekilde görülmektedir. **Trade Map** verilerine göre dünyanın en büyük ihracatçı ülkesi olan Çin'in 2020 yılı ilk altı aylık ihracat rakamı 2019 yılının ilk altı ayı ihracat rakamını geçmiş bulunmaktadır.



Resim 58 - Dış Ticarette Küresel Değişimler

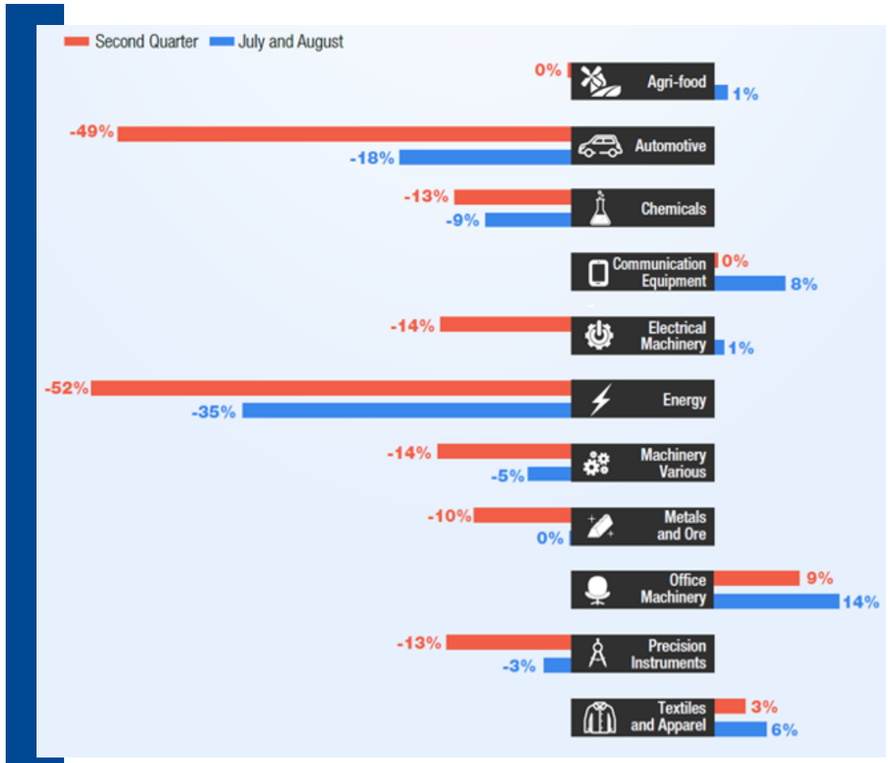
Pandemi döneminde dünya dış ticaretinde görülen düşüşün iki ana nedeni bulunmaktadır. Bunlardan **ilki pazarda özellikle bazı sektörlerde yaşanan genel daralma, ikincisi ise hammadde tedariğinde yaşanan sıkıntılardır.** Bu satırların kaleme alındığı tarih itibariyle yaklaşık iki haftadır dünyada çok ciddi bir **"elektronik devre-chip"** sorunu ortaya çıkmış bulunmaktadır. Bu sorunun bir yansıması olarak Türkiye'de bazı otomotiv firmaları üretimlerine ara vermek zorunda kalmışlardır.



Pandemi Koşullarında Dünyada Ön Plana Çıkan Ürün ve Hizmetler

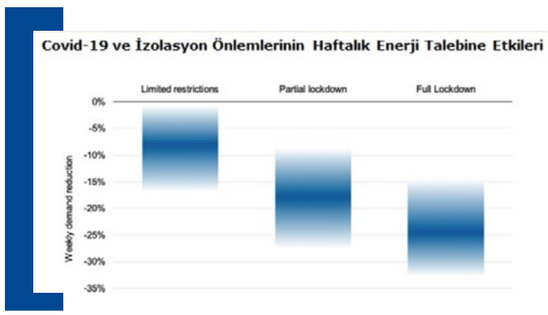
Bu süreçte dünyada satışları en fazla düşen ve artan sektörler incelendiğinde **enerji ve otomotiv sektörlerinde çok ciddi gerilemelerin** görüldüğü bunun karşısında **evlere kapanmanın ve evden çalışmanın bir neticesi olarak ofis malzemelerinin ve koruyucu sağlık malzemelerinin** ticaretinde ciddi bir artış olduğu tespit edilmektedir. Ticarette artış görülen diğer sektörler ise tarımsal gıda ve iletişim araçlarıdır.

Resim 58'de görüldüğü üzere, 2020 yılının ikinci çeyreğine kadar geçen süre zarfında dünyada **enerji ve otomotiv ticaretinde** 2020 yılının **ilk çeyreğine göre** büyük düşüşler kaydedilmiştir. Enerji sektöründe bu düşüş **%52**, otomotiv sektöründe **%49** olarak gerçekleşmiştir. Ancak bu gerileme takip eden **Temmuz ve Ağustos döneminde** sırasıyla **%35** ve **%18** olmuştur.



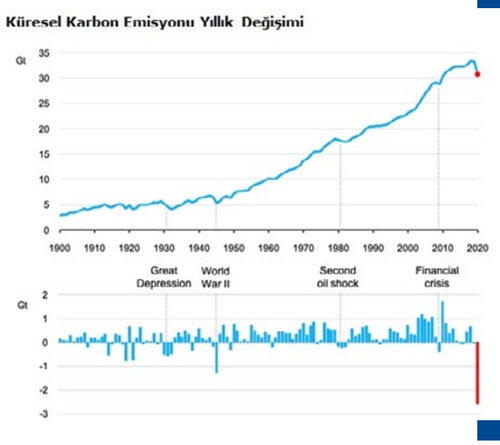
Resim 59 - UNCTAD Verilerine Göre Pandemi Döneminde Dış Ticarette Sektörel Bazda Görülen Düşüş ve Yükselişler

Dünya Enerji Konseyi Türk Milli Komitesi verilerine göre küresel **GSYİH**'nın **yaklaşık %60**'ını temsil eden **4,2 milyar insan** veya küresel nüfusun %54'u **tamamen veya kısmı sosyal izolasyona** maruz kalmıştır ve küresel nüfusun **neredeyse tamamı izolasyon önlemlerinden etkilenmektedir.** 2020 yılı Nisan ayı sonuna kadar elde edilen verilere göre, tam izolasyondaki ülkelerin haftalık enerji talebinde ortalama **%25**, kısmî kapalı ülkelerin haftalık enerji talebinde ortalama **%18** ve sınırlı kısıtlamalar uygulayan ülkelerin haftalık enerji talebinde ortalama **%10** düşüş görülmüştür. Bu veriler kapanmanın enerji tüketimi üzerinde önemli bir etkisi olduğunu göstermektedir. Diğer yandan Komite tarafından sunulan bir başka bilgiye göre ise **Küresel Karbon Emisyonu**'nda pandemi sürecinde çok ciddi bir düşüş yaşanmaktadır.



Resim 60 - Dünya Enerji Konseyi Türk Milli Komitesi Haftalık Enerji Talebi Tahmini

> **Daha önce ekonomik krizler ve savaş dönemlerinde daha çok izlenen emisyon düşüşlerinin pandemi sürecinde tarihin gördüğü en büyük düşüş oranlarına ulaşması son derece düşündürücüdür.**



Resim 61 - Pandemi Döneminde Karbon Salınımı

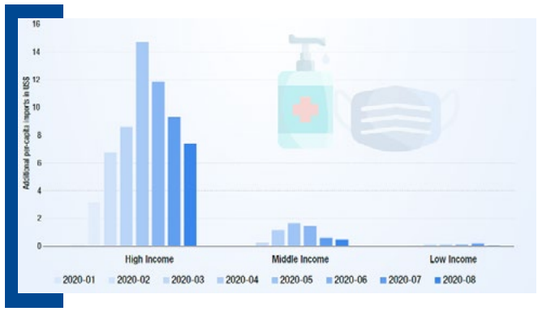
Pandemi döneminin başında **Enerji ve Otomotiv sektörleri dışında, Makine, Metal ve Kimya sektörlerinde %13-15** oranlarında düşüşler görülmüştür *(Bakınız Resim-59)*. Ancak, bu sektörlerde yaşanan düşüş 2020 Temmuz-Ağustos döneminde durmuş hatta az da olsa bir artış görülmüştür.

Düşüş yaşanan bu sektörlere karşı, aynı dönemde **Tarımsal Gıda, İletişim Araçları, Ofis Mobilyaları ve Tıbbi Tekstil Sektörlerinde** dünya dış ticaretinin arttığı gözlemlenmektedir. Söz konusu sektörlerde görülen artışın sebebi tamamen pandeminin günlük yaşantı üzerindeki etkileri ve bu etkilerin yarattığı sonuçlar olarak değerlendirilebilir.

Talepte görülen artışın sebepleri iki başlık altında toplanabilir; artan talep ve stoklama. Tıbbi Tekstil ve Aksesuar, İletişim Araç ve Gereçleri ile Ofis Mobilyaları sektörlerindeki artışın ağırlıklı olarak tüketimde görülen artıştan kaynaklandığı, Tarımsal Gıda sektöründe yaşanan talep artışının ise pandemi sürecinde gıda ürünlerine yeterince ulaşamama korkusundan ötürü insanlar ve fiyatların artacağını düşünerek tüccar firmalar tarafından yapılan aşırı alım ve stoklamalar sebebiyle oluştuğu söylenebilir.

Pandemi Sürecinde İhracatta Artış Sağlayacak Yeni Yaklaşım ve Stratejiler

Pandeminin devam edeceği süre zarfında yukarıda sözü edilen **Tarımsal Gıda, İletişim Araçları, Ofis Mobilyaları ve Tıbbi Tekstil** ve belki ilaveten **Tıbbi Sarf Malzemeleri** sektörlerinde uluslararası ticaret açısından bir düşüş olması beklenmemelidir. Hatta pandeminin seyrine göre özellikle Tıbbi ürünlerde ve Tarımsal Gıda'da beklenenin üzerinde bir artış görülebilir.



Resim 62 – UNCTAD Kişi başı Sağlık Ürünleri İthalatı Göstergesi

Bununla beraber, özellikle tıbbi ürünlerin tedariği konusunda sorun yaşanan Afrika ve Orta Asya ülkelerine yönelik görece daha uygun fiyatlı üretim ve ihracatın, hem bu bölgelerde yaşayan insanların ürünlere ulaşabilmesi ve pandemi karşısında bir dereceye kadar kendilerini koruyabilmeleri açısından hem de nispeten niş pazar olarak nitelenen bu bölgelerde nadir tedarikçilerden biri olarak yüksek kazanç elde etme olanağı sunacağı mutlaka değerlendirilmelidir.

Yukarıda Resim-62'de 2020 yılının Ocak-Ağustos döneminde yüksek, orta ve düşük gelir seviyesinde yaşayan insanların sağlık ürünleri ithalatına yaptıkları harcama ABD$ bazında gösterilmektedir. Grafikte görüldüğü üzere, orta ve alt gelir seviyesinde bulunan insanların söz konusu dönemde yaptıkları harcama ortalaması aylık 1 ABD$'ın altındadır.

Türkiye, İletişim Araç ve Gereçleri sektörü dışında yukarıda bahsedilen diğer üç sektörde dünyanın önde gelen ihracatçılardan biri konumundadır. Örneğin tarımsal gıda grubunda yer alan makarnada tonaj bazında en büyük ihracatçı Türkiye'dir.

Bazı mobilya ve tekstil ürünlerinde en büyük ilk üç ihracatçı ülke içerisinde yer alan **Türkiye bu ürünlerde bir marka** durumundadır. Pandemi döneminde bu ürünlerde satışı ve kârlılığı arttırabilmek amacıyla öncelikle sürecin mevcut pazarlar ve rakiplerin faaliyetlerini takip etmek gerekmektedir. Bununla beraber **pandeminin dış ticarette yarattığı en büyük sorun ticaretin çok önemli bir unsuru olan yüz yüze pazarlama faaliyetlerinin büyük bir kısmının iptal edilmesi ve yenilerinin de planlanamıyor olmasıdır.** Bu maksatla pandemi öncesi gerçekleştirilen **fuarlar, heyet programları, yurt dışı pazarlama ve müşteri ziyaretleri** iptal edilmiş bulunmaktadır. Pazarlama ve tanıtım faaliyetlerine devam etmek isteyen pek çok işletme, bu iptaller nedeniyle, pazarlama ve tanıtım faaliyetlerini masabaşı çalışmaları ve web siteleri, on-line fuarlar veya medya reklamları ile gerçekleştirmeye çalışmaktadır. Ürünleri uygun olan işletmeler ihracat için yurt dışına yönelik e-ticaret sayfaları oluşturarak ya da mevcut dünyaca bilinen e-ticaret sayfaları üzerinden satış yapmaya başlamıştır.

Yüz yüze pazarlama faaliyetlerinin yapılamaması aslında tamamen **seyahat kısıtlamaları ve karantina uygulamalarından** kaynaklanmaktadır. Bununla beraber pek çok iş insanı pandemi nedeniyle kısıtlama olmasa da seyahat etmekten haklı olarak kaçınmaktadır. Ancak, bu kısıtlama ve uygulamalar aynı zamanda pandemiye yönelik gerekli tedbirlerin alınmış olması ve söz konusu kısıtlamaların çok yoğun uygulanmadığı ülkelere yönelik pazarlama programları ile önemli bir fırsat haline de getirilebilir.

> **Unutulmamalıdır ki, potansiyel müşterilerin hepsinin masabaşı çalışmalar ile tespit edilmesi ve onlarla yine masabaşı uygulamalar üzerinden irtibata geçilmesi imkânsızdır.**

Bugün özellikle tacir niteliğindeki firmaların pek çoğunun web sitesi bile bulunmamaktadır. İhracatta masabaşı çalışmalarının önemli bir kaynağını teşkil eden veritabanlarına üyelikleri de olmayan bu firmalara saha çalışması dışında ulaşmanın maalesef başka bir yolu bulunmamaktadır. Diğer yandan, pandemi koşullarının hüküm sürdüğü bir dönemde yurt dışında yüz yüze pazarlama ve müşteri araştırması gerçekleştirmekte olan bir ihracatçının potansiyel müşteriler gözündeki yeri son derece farklı olacaktır.

İnsanlar şartlar ne olursa olsun kendilerine değer verildiğini, kendileri için farklı bir şeyler yapıldığını görmekten her zaman mutlu olurlar. Dönem bir kriz dönemi de olsa müşteri memnuniyetinin her zaman prim yapacağı unutulmamalıdır.

Pandemi Sürecinde Ticari İlişki, Müzakere ve Satışa Etki Edecek Unsurlar

Pandemi sürecinde insanların sağlık ve beslenme ile ilgili ürünlerin tedariğine öncelik ve önem vereceği unutulmamalıdır. Ancak bu ürünleri üretmek ve ihracatını istemek elbette potansiyel alıcıların ürünleri satın alacakları anlamına gelmemektedir.

Satış şartlarının müşterilerin alım imkânlarına göre planlanmış ve ilan edilmiş olması gerekmektedir. Müşteri odaklı olarak tavsiye edilen bu pazarlama ve satış anlayışı özellikle KOBİ büyüklüğündeki işletmelerin pandemi döneminde finansal açıdan ciddi sorunlar yaşıyor olmalarından kaynaklanmaktadır. Bu sorunların başlıca sebepleri,

- Pek çok sektörde talep düşüşüne bağlı rekâbet artışı
- Diğer yandan pandemide talebi artan ürünlerde (sağlık araç gereci başta olmak üzere) fiyat artışları
- Bu durumun sektörel tecrübesi olmayan pek çok iş insanının yeni iş alanlarına girmesine neden olması
- Finansman ve işgücü kaybı artması
- Kapanmaların artması
- Tedarikçi veya müşterilerin pandemi nedeniyle vefat etmeleri veya hastalanmaları olarak sıralanabilir.

Bu sebepler içerisinde en önemlisi kuşkusuz ki yaşanan finansal sorunlar, iş gücü kaybı ve kapanmalardır. Aşağıda yer alan Şekil-30'da KOBİ'lerin dahil olduğu Reel Sektörün pandemi döneminde sahada az satış yapabilmesine bağlı sıcak para girişindeki sıkıntı, bunun neticesinde öz sermaye tüketimi ve en nihayetinde ortaya çıkan sağlıksız ve dengesiz hane halkı ve şirket bilançolarının yatırımın ve büyümeyi engellediği gösterilmektedir.

Dikkat edileceği üzere finans sektöründe yaşanan sıcak para ve sermaye sorunları zarar verici olarak nitelendirilirken, reel sektörün aynı sebeplere bağlı yaşadığı sorunlar direkt olarak yatırım ve büyüme üzerinde risk oluşturmaktadır. Bu sebeple, pandemi ve benzer kriz dönemlerinde KOBİ'ler kendileri ve KOBİ'lerin gelişimi ile ilgili programlar öncelikle sıcak para ve sermaye sorunlarını ortadan kaldırmaya yönelik çözüm yolları geliştirmeli ve uygulamalıdırlar.

Şekil 30 - Pandemi Döneminde Sektör-Finans-Sermaye İlişkisi

Konu ihracat açısından ele alındığında KOBİ'lerin **öncelikle ürün seçimine dikkat ederek,** bu ürünlerin **en garantili ödeme şekilleri** kullanılarak satışlarının gerçekleşmesine azami önemi vermeleri gerekmektedir. Zira, pandemi döneminde KOBİ'lerin ihracat işlemlerinde kazancı doğru zamanda ve doğru şekilde elde etmeleri son derece önemlidir. Ancak, unutulmaması gereken çok önemli bir husus **potansiyel müşterilerin de bu dönemde finansal güçlük içerisinde olabileceğidir**. Bu nedenle ödeme konusunda hem KOBİ'yi riske sokmayacak hem de potansiyel müşterinin kolaylıkla kabul edebileceği bir ödeme yöntemi teklif edilmelidir.

Türkiye'de kambiyo rejimimizde yer alan ödeme yöntemleri içerisinden **vadeli ödemeye imkân veren ödeme yöntemleri (vadeli akreditif, kabul kredili ödeme yöntemi)** seçilerek ödeme yönteminin kendi özelliği kapsamında veya **Eximbank**'ın ihracatçıları finansal açıdan desteklemek maksadıyla uygulamaya alınmış programları çerçevesinde vadeli ödeme yöntemleri peşin hâle getirilerek ödeme işlemi hem KOBİ için hem de potansiyel müşteri için en uygun şekle getirilebilir.

Ödeme yönteminin **mümkün olduğunca müşteri odaklı** olarak tespit edilmesinin yanı sıra satışa etki edebilecek bir diğer husus ise potansiyel müşteriye teklif edilen ürünün teslim şartlarıdır. Bu konuda da mümkün olduğunca ürünlerin müşterinin ülkesine kadar hatta kapısına kadar masrafların ödenmiş olarak teslim edileceğinin teklif edilmesi özellikle kamyon ve konteyner tedariğinde sorun yaşanan pandemi döneminde satışı arttıracak bir diğer uygulama olacaktır. Bu anlamda **ürün için teklif edilebilecek teslim şekilleri kamyon, tren, konteyner ve uçak sevkiyatları için CPT, CIP, DAP, DPU, gemi taşımaları için CFR ce CIF** olabilir.

Ödeme ve teslim şartlarının yanı sıra potansiyel müşterilerle yaşanacak pazarlama-satış ve müzakere süreçlerinde avantaj yaratacak diğer bir husus ise, özellikle gıda ve tıbbi malzeme ihracatında üretim ve teslim süresi olarak değerlendirilmelidir.

Talebin yoğun olduğu ürünlerde üretim ve sevkiyat planlamasının doğru yapılması ve takvime uyulması, pandemiden kaynaklanan şirket kapanmalarının ve eleman kayıplarından doğan üretimdeki gecikmelerin arttığı bir dönemde işletmeyi rakiplerinin önüne taşıyacaktır.

Pandemi döneminde satışa etki edebilecek bu önerilerin yanı sıra, **satış yapılsın ya da yapılmasın potansiyel müşteriler ile kurulmuş iletişimin sürekli kılınması** da işletmenin pandemiye rağmen faaliyetlerine devam ettiği ve ticarete hazır olduğunu göstermesi açısından önemlidir. Belli dönemlerde işletme faaliyetleri ve ürünler hakkında genel bilgi verilmesi, değişen fiyatların ve satış şartlarının bildirilmesi ve bu bildirimlerin yapıldığı mesajlarda potansiyel müşterinin durumu hakkında bilgi talep edilmesi, sosyal bir varlık olan insanın doğası gereği mutlaka dikkate alınacaktır.

KAYNAKLAR

Web Siteleri

- www.kosgeb.gov.tr
- www.ticaret.gov.tr
- www.resmigazete.org.tr
- www.tuik.gov.tr
- www.tim.org.tr
- www.mevzuat.gov.tr/
- www.trade.gov
- https://een.ec.europa.eu/
- www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/6040/avrupa-isletmeler-agi-enterprise-europe-network
- https://europa.eu/european-union/index_en
- www.intracen.org/
- www.macmap.org/
- www.trademap.org
- https://exportpotential.intracen.org/en/
- https://iccwbo.org/
- www.kompass.com/
- https://comtrade.un.org/
- https://en.52wmb.com/
- https://ted.europa.eu/
- www.eximbank.gov.tr/

Yazılı/Baskı Kaynaklar

- AKIN, Hakan. 2021 Yeni İşimiz Dış Ticaret. 13. Sürüm
- ALBAUM, Gerald, DUER, Edwin, STRANDSKOV, Jesper. 1998 International Marketing and Export Management. Third Edition
- GREEN, Mark S, KEEGAN, Warren J. 2005 Global Marketing. Second Edition
- GREENER, Michael. 1980 The Penguin Dictionary of Commerce. Second Edition
- KOÇ, Yaman. 2011 Ticari İstihbarat ve Çağdaş İhracatın Stratejisi
- MUCUK, İsmet Prof. Dr. 2004 Pazarlama İlkeleri 14. Basım
- NELSON, Carl A. 1995 Import Export Second Edition
- ÖZALP, Abdurrahman. 2020 Ticaretin Mal Teslim Yöntemleri
- PRENTICE HALL Publication. 1994 Export/Import Business
- WEISS, Kenneth D. 1997 Building An Import/Export Business Second Edition

NOTLAR

NOTLAR

COSME *Türkiye*

Bu yayın Avrupa Birliği'nin mali desteği ile hazırlanmıştır. Yayının içeriğinden WEglobal liderliğindeki konsorsiyum sorumlu olup, Avrupa Birliği'nin ve Türkiye Cumhuriyeti'nin görüşlerini yansıttığı şeklinde yorumlanamaz.