



DIŞ TİCARET İHRACAT 2012

HAKAN AKIN



FETHİYE TİCARET VE SANAYİ ODASI
FETHIYE CHAMBER OF COMMERCE & INDUSTRY

- 1. Baskı : 1000 Adet**
- Tasarım : Land of Lights 0252 612 22 73**
- Baskı : Printer Ofset Matbaacılık**
- Yazan : Hakan Akın**
- Yayına Sunan : Füsun Şahin**
- Gözden Geçiren : Uğur Çaçaron**

Kasım 2012 Fethiye

1. DIŞ TİCARET

Dış ticaret, uluslararası yapılan ticaret anlamına gelir. Ticaretin uluslararası yapılması da ihracat, ithalat ve transit ticaret uygulamaları ile gerçekleştirilir. İhracat¹ ürün veya hizmetin ihracat ve gümrük kanunları çerçevesinde gümrüklerden geçirilerek yurt dışına çıkarılmasıdır. İthalat² ürün veya hizmetin ithalat ve gümrük kanunları çerçevesinde gümrüklerden geçirilerek yurt içine getirilmesidir. Transit ticaret ise, bir ülkeden alınan ürün veya hizmetin kendi ülkemize ithal edilmeden doğrudan bir başka ülkeye satılmasıdır. Yani ürün satın alınan ülkeden direkt olarak müşterimizin ülkesine gönderilir. Böyle bir durumda, bu işi gerçekleştiren transit tacir, ihracat ve ithalat yapıyor olarak kabul edilmez. Çünkü ürün veya hizmet transit tacirin ülkesine giriş ve ülkesinden çıkış yapmamaktadır.

Neden dış ticaret yaparız? Aslında konuyu biraz dar çerçeveye indirirsek, dış ticaretin yurt içinde bir şehirden başka bir şehre yapılan ticaretten mantık olarak hiç farkı olmadığını görürüz. Nasıl ki iç ticarete ürünün üretildiği bölgeden o ürünün bulunmadığı veya üretilmediği bölgelere doğru bir ticaret varsa, dış ticarete de bu akışın üretici ülkelerden o ürüne ihtiyaç duyan ülkelere doğru olduğu görülür.

Zaten dünyada da ilk dış ticaret faaliyetlerinin, (MÖ 4000) madenin, taş ve ağaca göre daha dayanıklı olduğunun anlaşılması ile bakırın orta Mısır ve Kıbrıs'tan, kalayın Afganistan'dan o dönemde bakır ve kalay çıkarmayan Akdeniz ülkelerine getirilmesi ile gerçekleştirildiği bilinmektedir.

Geçmiş çok eskilere dayanan dış ticaret zamanla, ürün çeşitliliği, kalite farklılıkları, fiyat ve tüketici tercihleri ve alışkanlıklarına bağlı olarak farklı sebeplerle de yapılabile hale gelmiştir. Örneğin, bugün dünyada birçok ülke tekstil üretmektedir. Ancak, Türk pamuğunun dünyaca bilinen kalitesine bağlı olarak pamuklu Türk tekstil ürünleri dünyada tercih edilen ve aranan ürünlerdir.

MÖ 4000'lerde maden alım satımı ile başlayan dış ticaret 2011 yılı sonunda dünya çapında ürün ihracatında 17.5, hizmet ihracatında ise 4 trilyon ABD\$'a ulaşmıştır. Dünyada aynı yıl itibariyle en fazla ihracatı gerçekleştiren ülke 1.9 trilyon ABD\$ ile Çin olmuştur. Çin'i 1.47 trilyon ABD\$'lık ihracatları ile ABD ve Almanya takip etmiştir. Dünyada en fazla ithalat yapan ülke ise 2.2 trilyon ABD\$'lık alımı ile ABD'dir. ABD'yi 1.7 ve 1.2 trilyon ABD\$'lık alımları ile sırasıyla Çin ve Almanya takip etmiştir. Türkiye aynı yıl içerisinde 135 milyar ABD\$ ihracat ve 240 milyar ABD\$ ithalat gerçekleştirmiştir. Türkiye gerçekleştirdiği bu rakamlarla dünya sıralamasında ihracatta 33., ithalatta 19., sırada yer almaktadır. İhracat yaptığımız başlıca ülkeler sırasıyla Almanya (13.9 milyar ABD\$), Irak (8.3 milyar ABD\$) ve İngiltere (8.1 milyar ABD\$) dir. Türkiye ithalatlarını ise öncelikle Rusya (23.9 milyar ABD\$), Almanya (22.9 milyar ABD\$) ve Çin'den (21.6 milyar ABD\$) gerçekleştirmiştir. 2011 yılında dünyada ticareti en çok yapılan ürünler sırasıyla mineral yakıtlar, petrol, elektrik-elektronik ürünler ve makineler olmuştur. Türkiye ise öncelikle otomotiv (15 milyar ABD\$), makine (11.5 milyar ABD\$) ve demir çelik ürünleri (11.2 milyar ABD\$) ihraç, petrol ve mineral yakıtlar (54 milyar ABD\$), makine (27.1 milyar ABD\$) ve demir çelik ürünleri (20.4 milyar ABD\$) ithal etmiştir.

Dünyada, bir ikisi hariç refah düzeyi yüksek ülkeleri gözden geçirdiğimizde, bu ülkelerin ihracatta öne çıkan ülkeler olduğunu görürüz. İlk 10 içinde yer alan ülkeler sırasıyla Çin, ABD, Almanya, Japonya, Hollanda, Fransa, Kore, İtalya, Rusya ve Belçika'dır. Bu ülkelerin refah düzeyleri yüksek olduğu için ihracat yapabiliyor oldukları elbette düşünülemez. İhracatın ülkelerin gelişmesine, ekonomik olarak büyümesine ve refah seviyelerinin yükselmesine direkt etkisi vardır. Türkiye'nin büyüme hedeflerine ulaşmada önde gelen stratejisi - cumhuriyetin ilanından sonra gerçekleştirilen

¹*İhracat* eski Türkçe bir kelimedir ve kökü h, r, c harfleridir. Bu harfler dış, dışarıyı anlamını taşır. Hariç, hariciye aynı kökten türemiş kelimelerdir.

²*İthalat* eski Türkçe bir kelimedir ve kökü d, h, l harfleridir. Bu harfler iç, içeriye anlamını taşır. Dahil aynı kökten türemiştir.

İktisat kongrelerinden bu yana tüm kalkınma planlarında yer aldığı gibi - ihracat bazlı büyümedir.

Unutulmamalıdır ki, ülkelerin gerçek kazançları yurt dışından elde edilen kazançtır. Bu kazancın kalemleri de ihracat, turizm ve yabancı yatırımlardır. Ülkelerin genel cari tabloları incelendiğinde gelir hanesinde yer alan kalemler de bunlardır. Büyümek ve gelişmek isteyen ülke - aksini düşünen ülke olduğunu sanmıyorum - mutlaka ürettiği ürün ve hizmeti başka ülkelere satmak, bu yolla para kazanmak, kazandığı parayı yurt içi yatırımlarda ve kendinde olmayan ürünleri diğer ülkelerden satın almak için kullanmak zorundadır. Ancak, devletçiliğin çok fazla ön plana çıktığı bazı ülkeler hariç, ki bu ülkelerde hâlâ ihracat ve ithalat işlemlerinin büyük kısmı devlet kuruluşları tarafından yapılmaktadır, neredeyse dünya üzerindeki dış ticaret faaliyetlerinin tamamı, ülkelerin yetkili kurumlarınca verilen izinler ve kontroller çerçevesinde - ülkemizde olduğu gibi - o ülkedeki şirketler tarafından yapılmaktadır. Yani makro anlamda “Türkiye'nin ihracatı” gibi tanımlama yapılırken, burada anlatılmak istenen Türkiye'de yerleşik şirketlerin gerçekleştirdiği ihracattır. Yani esasen dış ticaret şirketler tarafından gerçekleştirilen bir faaliyettir.

Peki neden şirketler ihracat ve ithalat yapar? Yurt içinde aynı dili konuştuğumuz, aynı kültüre ve ticari alışkanlıklara sahip, aynı ticari kurallar çerçevesinde faaliyette bulunan belki de uzun yıllardır tanış olduğumuz şirketlerle alışveriş yapmak dururken neden acaba dili, kültürü, alışkanlıkları, kuralları farklı şirketlerle ticaret yapmayı isteriz? İthalat ile başlayacak olursak; şirketlerin ithalat yapmalarının tek sebebi yurt içinde olmayan bir ürünü yurt dışından getirmek isteğidir. Yurt içinde üretimi yapılmadığından, az yapıldığından, kalitesi uygun olmadığından veya yurt içinde fiyatı yüksek olduğundan dolayı, şirketler, bazı ürünleri yurt dışından ithal etmek isteyebilirler. Çeşitli sebeplerden ötürü yasaklanmış bazı ürünler dışında ülkemizde ithalat serbesttir.

İhracata gelince durum biraz farklıdır. Şirketlerin ihracat yapmalarının çeşitli sebepleri olabilir; hatta şirket sırf ihracat yapmak amacıyla bile kurulmuş olabilir. Sebepleri sıralayacak olursak: Pazarın ihracat ile genişletilmesi, nispeten ürünü toptan satma imkânı, iç piyasada yaşanan mali problemleri bir ölçüde bertaraf etmek, ürünü dünyaya tanıtmak ve markalaşmak, kaliteyi dünya standartlarına taşımak ve bu amaçla şirket olarak top yekûn eğitilmek ve belki de en önemlilerinden biri, ihracat yapmak için çok ciddi devlet desteklerinden faydalanabilmek. Ekonomistlerin yaptığı bir çalışma, Türkiye'de faaliyette olan KOBİlerin sağlıklı bir şekilde büyüebilmeleri, yurt içi ve yurt dışında yaşanacak muhtemel krizlerden mümkün olduğunca etkilenmemeleri için satış politikalarını %60 yurt içi - %40 yurt dışı olarak belirlemeleri gerektiğini göstermiştir. Bu görüşteki mantığı risklerin dağıtılması veya yumurtaların aynı sepete konmaması olarak açıklayabiliriz.

Tüm bu gerçeklerin yanı sıra, ihracatın hiç de kolay bir iş olduğu kesinlikle düşünülmemelidir. Dünya çok büyük bir pazar; ancak, acaba bütün ülkeler ürünümüz için potansiyel müşteri mi? Her şeyden önce ürünlerimizin hangi ülkeler tarafından ithal edildiğini, hangi ülkelerde ürünlerimize talep olduğunu belirlememiz gerekir. Hedef ülkelerin (pazarların) belirlenmesinden sonra bu ülkelerdeki fiyat ve ürün kalitesi bilgilerine ulaşmalı ve bu bilgileri kendi ürünlerimizin özellikleri ile karşılaştırmalıyız. Bu karşılaştırmalar sonucunda çıkan olumsuzlukların giderilip giderilemeyeceğini araştırmamız gerekir. Ancak ve ancak bu değerlendirmeleri yaptıktan sonra “evet biz ihracat çalışmalarına başlayabiliriz” veya “hayır bizim ürünlerimizin yurt dışında satış ihtimali yok” diyebiliriz. İhracata başlama kararının alınmasından sonra da eğer geçmişten gelen bilgi birikimimiz yok ise dış ticaret konularında – mümkün olduğunca günlük uygulamalara yönelik hazırlanmış – detaylı bir eğitim alınması faydalı olacaktır. Bu eğitim mutlaka, İHRACATTA PAZAR ARAŞTIRMASI, ÖDEME ŞEKİLLERİ, TESLİM ŞEKİLLERİ VE SÖZLEŞMELER, FİYATLANDIRMA, DEVLET DESTEKLERİ konularını kapsamalıdır. Elinizdeki bu kitapçıkta sizlere dış ticaretin ve özellikle ihracatın nasıl yapılacağı konusunda yukarıdaki başlıkları da kapsar şekilde kısa ve pratik bilgiler sunulmaktadır...

2. İHRACATA HAZIRLIK

Şirketlerin hedefi bir ürün veya hizmeti maliyetinden daha yüksek bir bedele (kârla) satarak kazanç elde etmektir. Bu hedefi gerçekleştirmek için şirketler, öncelikle, yakın çevrelerinde ve buldukları şehirde pazarlama ve satış çalışmaları yapar. Kendi bölgelerinde ve şehirlerinde başarılı satışlar gerçekleştiren şirketlerin zamanla daha fazla kazanç ve buna bağlı büyüme için ürün veya hizmetlerini başka şehirlere ve bölgelere satma çabası içine girdiği ve bu amaçla ciddi maliyetlerle pazarlama ve bayilik ağları oluşturduğu görülür. Kurulan sistemin maliyeti yükseltir; ancak satış tüm bölgeyi, hatta ülkeyi kapsadığı için getirisi de yüksek olacaktır. Bu şekilde yurt içinde başarıyı yakalayan şirketler, günü geldiğinde -haklı olarak- ürün ve hizmetlerinin ihracatı konusunu gündemlerine taşır. Ancak, bulunduğu şehirde ve yurt içinde son derece başarılı satışlar gerçekleştiren KOBİ'lerin ve marka haline gelmiş nispeten büyük şirketlerin, tüm çabalarına rağmen hiç ihracat yapamadıkları veya belirlemiş oldukları ihracat hedeflerinin çok altında kalarak ihracat faaliyetlerine son verdikleri çok sık görülen bir olaydır. Bu başarısızlığın ana sebebi, ihracat için gerekli altyapının oluşturulmamış ve hazırlığın yapılmamış olmasıdır. Bu çalışmaların yapılmamış (yapılmıyor) olmasının en büyük nedeni de, maalesef, şirketlerin alışkanlıklarıdır. Öncelikle yurt içinde başarı ile satışı yapılabilen ürün ve hizmetlerin yurt dışında da aynı başarıyı yakalayacağı fikrinden sıyrılmak gerekir.

Ürünün ve hizmetin yurt içi satış fiyatı ile ihraç edilemeyebileceğinin, yine yurt içinin talep ettiği kalitenin yurt dışında rağbet görmeyebileceği veya fazla gelebileceğinin bilinmesi gerekir.

Yaşanmış Olay

1994 yılında ilk bireysel dış ticaret çalışmalarına başladığımda Mısır'dan gelen bir mercimek talebine Mersin'den bir tüccardan aldığım teklif ile cevap verdim. Tüccarın verdiği teklife konu mercimek son derece kaliteli bir üründü. Teklifimin üzerinden iki hafta geçmesine rağmen bir cevap alamayınca telefon açtım. Mısırlı alıcı öncelikle yurt dışında olduğu için teklifin eline geç ulaştığını belirterek cevabının gecikmesinden ötürü özür diledi ve teklife konu olan mercimeği kalitesi ve o kaliteye göre teklif edilen fiyatın çok iyi olmasına rağmen satın alamayacaklarını söyledi. İlginç değil mi? Sebebini sorduğumda, ki bu sorunun cevabı benim şahsen dış ticarete hiç unutmayacağım bir ders oldu, Mısır'da mercimeğin ağırlıklı olarak çorba yapımında kullanıldığını ve bu nedenle böylesine kaliteli bir mercimeğin müşteri bulamayacağını, müşterilerin daha ziyade kırık mercimek talep ettiklerini söyledi. Bu bana pazar şartlarını öğrenmeden teklif yapmamayı öğretti.

İhracatta başarılı olan şirketlerin bazen bu farklılıkları gözetererek sadece yurt dışı için özel (fiyat ve kalitesi yurt içine satışı yapılan ürünlerden farklı) ürün ve hizmet ürettikleri ve bunları farklı markalar altında ihraç ettikleri görülmektedir. Arçelik'in BEKO, Vestel'in REGAL, Airfel'in ZASS, Kumtel'in LUXELL markaları ile ihracat yapıyor olmalarının başlıca sebeplerinden biri budur. Yani kısaca ihracata başlayabilmek için öncelikle “Benim ürünüm budur, bu ürün ihraç edilecektir.” direktmesini bırakıp, “Yurt dışı müşterim ne istiyor? Ben mevcut ürünlerimi onun talebine göre kalite ve fiyat anlamında nasıl şekillendirebilirim?” sorularına cevap verebilmek gerekir. Dünya çok büyük bir pazardır; ancak pazar ne kadar büyükse rekâbet de o derece büyüktür ve bu **pazarda başarılı olabilmenin ilk şartı müşterinin taleplerine cevap verebilmektir.**

Pazar ülkeler hangileridir? O ülkelerden hangileri hedef pazarımız olabilir? O hedef pazarlarda ürünün satış fiyatı, kalitesi ve rekâbet koşullarının ne olduğu konusuna daha sonra detaylı olarak değinilecektir. Ancak, bu noktada hemen bir ayırım yapmak gerekiyor:

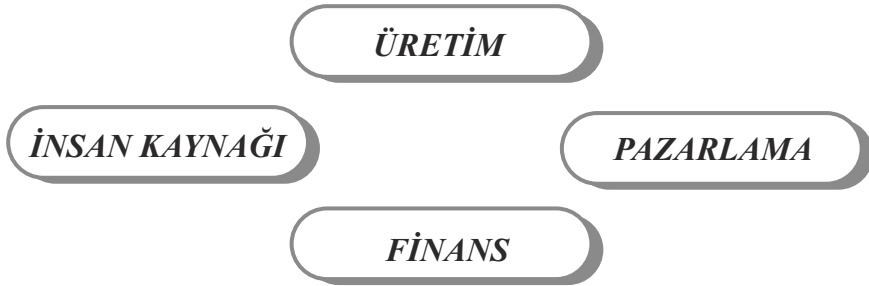
İki tür ihracat ürünü vardır. Birinci tür ihracat ürünü için şirket bilinen anlamda⁴pazarlama faaliyeti yapmaz. Ürün kulaktan kulağa reklamını kendi yaparak (kalite, fiyat, garanti şartları vb. özelliklerinden dolayı) müşteri çeker. Ülkemizdeki tekne üreticilerinin pek çoğu, yeni müşterilerin genellikle daha önce tekne yaptıran alıcıların tavsiyeleri ile geldiklerini belirtmektedirler. Elbette bu durum -aktif pazarlama faaliyetlerinin gerçekleştirilmemesi- rekâbetin henüz tekne üreticilerini rahatsız etmiyor olması ile de yakından alakalıdır. Yani şu anda Antalya Serbest Bölge'deki bir fiber tekne üreticisi için dünyada hangi ülkeler pazar, hangi pazarlar hedef olarak alınmalı pek önemli olmayabilir. Çünkü üretim takvimi 1-2 yıllığına doludur. Ne zaman ki bu takvimde doluluk süresi kısaltmaya başlar, işte o zaman üretici hemen sebepleri araştırıp gerekiyorsa pazarlama faaliyetlerine başlamalıdır.

İkinci tür ihracat ürünü için ise kesinlikle çok ciddi pazarlama çalışması yapmak gerekir. Beyaz eşya, gıda, lojistik hizmetleri, tekstil, bu grup ürünlere örnek olarak gösterilebilir. Her iki tür üründe de başarılı olmanın ilk şartının müşterinin taleplerine cevap verebilmek, müşteri memnuniyeti sağlayabilmek olduğu unutulmamalıdır.

Yapılacak pazar araştırması neticesinde ürün veya hizmetin ihraç edilebilme imkânının olduğu ortaya çıkması durumunda, bundan sonra gerçekleştirilecek tüm yurt dışı pazarlama, satış, lojistik, kambiyo vb. işlemlerin takibini gerçekleştirecek bir dış ticaret bölümünün şirket içinde oluşturulması gerekecektir.

Ülkemizde, tek tük, şans eseri ve bir plan program olmadan ihracat yapan, nispeten daha küçük ölçekli KOBİ'lerde, ihracat işlemlerinin -iş en nihayetinde bir para alışverişi gibi görüldüğü için- muhasebe bölümleri tarafından takip edildiği gözlenmektedir. Belgelerin düzenlenmesi, gümrük ve kambiyo işlemleri muhasebe elemanları tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu tür işletmeler yapılan bir iki ihracatı en başta yeterli görüp sadece ihracat ile ilgilenen bir bölüm oluşturmaktan kaçınmakta, ancak zamanla, gerek iç piyasada yaşanan mali sorunlar gerekse artan rekabete bağlı olarak yaşanan pazar daralması neticesinde, zamanında böyle bir yapının kurulmamış olmasından ciddi olarak olumsuz etkilenmektedirler. İhracat faaliyetlerine başlamadan önce şirket öncelikle ihracat fonksiyonunu iyi anlamak zorundadır. İhracat fonksiyonu, şirketlerin ana fonksiyonlarından olan pazarlama fonksiyonu altında yer alır ve iki ana alt fonksiyondan oluşur.

İŞLETMENİN 4 YÖNETİM FONKSİYONU



İşletme ister bir market olsun ister bir holding, idare edilmesi gereken fonksiyonlar bu kadardır. İhracat fonksiyonu ürün ve hizmetlerin pazarlanması ve satışı ile ilgili bir iş olduğu için direkt olarak pazarlama fonksiyonu altında idare edilir.

İHRACAT FONKSİYONU

PAZARLAMA-SATIŞ

- Müşteri İlişkileri
- Fuarlar
- Yurt Dışı İş Gezileri
- Fiyatlandırma
- Teklif
- Sözleşme

OPERASYON

- Nakliye
- Gümrükleme
- Kambiyo
- Lojistik

Yukarıda görüleceği gibi, şirketlerin ihracat faaliyetleri iki ana başlık (bölüm) altında gerçekleştirilir. Bunlardan ilki ve bence önemlisi pazarlama-satış diğeri ise pazarlama faaliyetleri sonunda gerçekleşen satış sonrası fiili ihracat işlemlerini (yükleme, gümrükleme, nakliye, sevkiyat, kambiyo) gerçekleştirecek operasyondur. Şirkette eğer bu bölümler ilk defa kurulacaksa tercihen bu bölümleri fiili olarak da iki ayrı bölüm şeklinde oluşturmak ve eleman istihdamını ona göre yapmak gerekir. Pazarlama bölümünde istihdam edilecek personelin (işin yoğunluğuna göre birden fazla personel) yabancı dile hakim, pazarlama ve dış ticaret tecrübesi olan veya en azından pazarlama ve dış ticaret eğitimi almış bir bay, operasyon bölümünde ise evrak ve dosyalama işini hatasız yürütecek, tertipli, tercihen üniversitelerin lojistik bölümlerinden mezun bir bayanın personelin istihdam edilmesi doğru olacaktır.

Hedef ülkelerini (pazarları) belirleyen, o ülkelerden topladığı verilerle ürün kalitesi ve fiyat üzerinde gerekli düzenlemeleri yapan ve dış ticaret bölümünü oluşturan şirketler ihracat yapabilmek için aşağıda sıralanan konularda bilgi sahibi olmak zorundadır:

BİLİNMESİ GEREKEN KONULAR	
1	İhracat mevzuatı
2	Ödeme şekilleri
3	Teslim şekilleri (Incoterms 2010)
4	Gümrük birliği mevzuatı
5	Fiyat hesaplama
6	Katma değer vergisi
7	İhracat Destekleri
8	Dahilde ve hariçte işleme rejimleri
9	Nakliye ve gümrük uygulamaları
10	Uluslararası pazarlama satış
11	Pazar araştırması
12	Dış ticaret işlemlerinde kullanılan belgeler

İhracata hazırlık aşamasının son işlemi şirketlerin ihracatını yapacakları ürünün cinsine göre Türkiye'de faaliyette olan bir ihracatçı birliğine üyelik yaptırmaktır. Şirketlerin ihracatçı birliği üyelikleri fiili ihracat işlemleri sırasında gümrük müdürlüklerinde kontrol edilir. Şirketler, ihracatçı birliklerine giriş ücreti, yıllık üyelik bedeli ve her ihracat işleminde nispi aidat ödemekle mükelleftirler. Şirketler farklı ürün ihraç etmek durumunda kalırlarsa (örneğin bir ihracatında narenciye, bir ihracatında mobilya) farklı ihracatçı birliklerine kayıt yaptırmaları gerekecektir.

3. İHRACAT TÜRLERİ

İhracat faaliyetlerine başlayacak bir şirketin alması gereken pek çok karar vardır. Bu kararlardan ilki yapılacak ihracatın türüdür. Uygulamadaki 6.6.2006 tarih ve 26190 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan İhracat Yönetmeliği'nde tanımlandığı şekliyle yedi farklı ihracat türü vardır. Bunlar, **serbest ihracat, bedelsiz ihracat, konsinye ihracat, geçici ihracat, ön izne bağlı ihracat, kayda bağlı ihracat, ithal edilmiş ürünlerin ihracatıdır.**

Şirketler alıcıları ile yapmış oldukları görüşmeler ve bu görüşmelerde şekillenen koşullar çerçevesinde uygun olan ihracat türünün gereklerini yerine getirerek işlemlerini gerçekleştireceklerdir. Ancak tüm bu değerlendirmeleri yapmadan önce unutulmaması gereken **çok önemli bir husus, ihracat mevzuatımızın bazı ürünlerin ihracatını kesin olarak yasaklamış olduğudur.** Şirketler bu ürün listesinin mevcudiyetini bilmeli ve sürekli olarak takip etmelidirler.

İHRACATI YASAK ÜRÜNLER LİSTESİ

MADDE	YASAL DAYANAK
1-Kültür ve tabiat varlıkları (eski eserler)	23/07/1983 tarih ve 18113 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanmış bulunan 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu
2-Hint keneviri	24/06/1933 tarih ve 2435 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanmış bulunan 2313 sayılı Uyuşturucu Maddelerin Murakabesi Hakkında Kanun
3-Tütün tohumu ve fidesi	04/12/2002 tarih ve 24956 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanmış bulunan Tütün Üretimi, Üretici Tütünlerinin Pazarlanması, İç ve Dış Ticareti, Denetimi ve Tütün Eksperliği ile İlgili Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik
4-İhracı ön izne bağlı mallar listesinde yer alan türler hariç bütün av ve yaban hayvanları (canlı ve cansız olarak ve tanınabilir en küçük parçaları ile bunlardan mamul konfeksiyon)	13/4/1990 tarih ve 20491 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanmış bulunan 08/03/1990 tarih ve 90/234 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı
5-Ceviz, dut, kiraz, armut, erik, porsuk, dişbudak, karaağaç ve ıhlamur adlı ağaç türlerinin kütük, tomruk, kereste, kalas ve taslak olarak ihracı	11/05/1974 tarih ve 14883 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanmış bulunan 24/4/1974 tarih ve 7/8186 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı
6-Doğadan toplanan doğal çiçek soğanları	06/01/1996 tarih ve 22515 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanmış bulunan 95/7623 sayılı İhracat Rejimi Kararı

7-(Değişik 10/11/2010 -27755 RG) Odun	06/01/1996 tarihli ve 22515 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 95/7623 sayılı İhracat Rejimi Kararı
8-Sığıla (Liquidambar orientalis)	06/01/1996 tarih ve 22515 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 95/7623 sayılı İhracat Rejimi Kararı
9-Yalankoz (Pterocarya carpinifolia)	06/01/1996 tarih ve 22515 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 95/7623 sayılı İhracat Rejimi Kararı
10-Datça hurması (Phoenix the ophrasti crenter)	06/01/1996 tarih ve 22515 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 95/7623 sayılı İhracat Rejimi Kararı
11-Zeytin (tescili yapılmış ve Milli Çeşit Listesi'nde yayımlanmış olan çeşitlerinin yurt içinde sertifikalandırılmış olanları hariç), incir (tescili yapılmış ve Milli Çeşit Listesi'nde yayımlanmış olan çeşitlerinin yurt içinde sertifikalandırılmış olanları hariç), fındık, Antep fıstığı, asma (sultani çekirdeksiz) fidanları (Değişik 17/05/2011-27937 RG)	06/01/1996 tarih ve 22515 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 95/7623 sayılı İhracat Rejimi Kararı
12- (Değişik 19/09/2009-27354 RG) Salep (toz, tablet ve her türlü formda)	06/01/1996 tarih ve 22515 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 95/7623 sayılı İhracat Rejimi Kararı

a) Serbest İhracat : İhracatı Yasak, Kayda Bağlı veya İzin Gerektiren Ürünler Listesi'nde yer alan ürünler dışında kalan her türlü ürün ve hizmetin Türk gümrüklerinden kesin ihracatı ve bedellerinin kambiyo mevzuatı kapsamında tahsiline serbest ihracat denir. Bir örnek vermek gerekirse: Rusya'ya gönderilen ve bedeli iki ay vadeli ödemeye bağlanan 25 ton domatesin satışı bir serbest ihracattır. Ancak, daha önce yurt dışından ithal edilen bir makinenin arızalanan kartının tamir amacıyla yurt dışına üreticisine gönderilmesi ve tamir edildikten sonra tekrar yurda getirilmesi serbest ihracat değildir.

b) Bedelsiz İhracat : Karşılığında yurt dışından bir bedel tahsil edilmeyecek gönderimler bedelsiz ihracat mevzuatı kapsamında yurt dışına gönderilir. Bu mevzuat kapsamında genellikle numunelerin ve daha önce ihraç edilen bir ürünün garanti kapsamında yenilenen veya tamir edilen parçalarının ihracatı gerçekleştirilir. Mevzuatta tanımlanan, bedelsiz ihracat mevzuatı kapsamında ihracatı yapılabilecek diğer ürünler:

i. Gerçek veya tüzel kişiler tarafından götürülen veya gönderilen hediyeler, miktarı ticari teamüllere uygun numuneler ile reklam ve tanıtım malları, yeniden kullanıma veya geri dönüşüme konu ithal edilmiş mal ve ambalaj malzemeleri.

ii. Daha önce usulüne uygun olarak ihraç edilmiş malların bedelsiz gönderilmesi ticari örf ve adetlere uygun parçaları, fireleri ile garantili olarak ihraç edilen malların garanti süresi içinde yenilenmesi gereken parçaları.

i.Yabancı misyon mensuplarının, Türkiye'de çalışan yabancıların, yurt dışına hane nakli suretiyle gidecek Türk vatandaşlarının, daimi veya geçici görevle yurt dışına giden kamu görevlilerinin, bu durumlarının ilgili mercilerce belgelenmesi şartıyla, beraberlerinde götürecekleri, gönderecekleri veya adlarına gönderilecek mal ve taşıtlar.

ii.Yurt dışında yerleşik tüzel kişiler, yabancı turistler ve yurt dışında ikamet eden Türk vatandaşlarının beraberlerinde götürecekleri, gönderecekleri veya adlarına gönderilecek mal ve taşıtlar.

iii.Kamu kurum ve kuruluşları, belediyeler ve üniversitelerin, görevleri veya anlaşmalar gereği gönderecekleri mal ve taşıtlar.

iv.Savaş, deprem, sel, salgın hastalık, kıtlık ve benzeri afet durumlarında, kamu kurum ve kuruluşları, belediyeler, üniversiteler, Kızılay ile kamu yararına çalışan dernek ve vakıfların gönderecekleri insani yardım malzemeleri.

Bedelsiz ihracat mevzuatı kapsamında gerçekleştirilen ihracatta ihracatçı birliği kaydı aranmaz. Ancak, bedelsiz ihracatı yapılacak ürünlerin değerleri göz önünde bulundurularak söz konusu ürünlerin ihracatı amacıyla izin alınması gereken kurum ve kuruluşlar mevzuatta tanımlanmıştır. Bu kapsamda, (i) ve (ii) maddelerinde yer alan ürünlerden, değeri 250.000 ABD dolarına kadar olanlar ile değer ve miktarına bakılmaksızın (v) ve (vi) maddelerinde belirtilen ürünlerin bedelsiz ihracat izni başvuruları doğrudan ilgili gümrük idaresine yapılır. (i) ve (ii) maddelerinde yer alan ürünlerden değeri 250.000 ABD doları ve üzeri olanların bedelsiz ihracat izni başvuruları ise, Bedelsiz İhracat Formu doldurularak ihracatçı birlikleri genel sekreterliklerine yapılır. Bedelsiz ihraç izinlerinin geçerlilik süresi bir yıldır.

c)Konsinye İhracat : Kesin satışı daha sonra yapılmak üzere yurt dışındaki alıcılara, komisyonculara, ihracatçının yurt dışındaki şube veya temsilciliklerine mal gönderilmesidir. Bu ihracat türünü daha çok yurt dışında bayisi olan veya market türü araçlara satış yapan ihracatçılar tercih eder. İhracatçı ürününü “konsinye fatura” ile ihraç eder (bu satış kesin satış değildir). Bayi ürünü rafına koyar ve satış gerçekleştikten sonra ihracatçıya - ihracatçının keseceği kesin fatura karşılığında - ödemesini yapar.

i.Konsinye ihracat başvuruları ilgili ihracatçı birlikleri genel sekreterliğine yapılır.

ii.İhracatçı birlikleri genel sekreterliğince konsinye ihracat olarak onaylanmış gümrük beyannamelerinin otuz gün içinde gümrük idarelerine sunulması gerekir.

iii.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 ihracatçı birlikleri genel sekreterliğine bildirir.

iv.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 ihracatçı birlikleri genel sekreterliğince iki yıl daha uzatılabilir.

v.Konsinye olarak gönderilen malın, konsinye ihraç izin süresi içinde satılmaması halinde, malın gümrük mevzuatı çerçevesinde yurda getirilmesi gerekir.

d)Geçici İhracat : Belirli bir süre için yurt dışında kalacak daha sonra yurda geri getirilecek ürünlerin yurt dışına çıkışları geçici ihracat mevzuatı kapsamında gerçekleştirilir. Bu gruba giren ürünler genellikle bedelli ve/veya bedelsiz fuar, sergi, konferans vb. etkinlik ürünleridir.

Uluslararası ticari fuarlara ve sergilere, gerek ülkemizi temsilen ulusal düzeyde gerekse bireysel olarak katılacak firma ve kuruluşlarca yurt dışına gönderilecek bedelli veya bedelsiz ürünler ile yurt dışında düzenlenecek bilim, sanat, kültür veya tanıtım amaçlı fuar, sergi, konferans, seminer gibi etkinliklere kişi veya kuruluşlarca gönderilecek bedelli veya bedelsiz ürünlerin yurt dışına çıkışıyla ilgili başvurular doğrudan ilgili gümrük idarelerine yapılır.

e) Ön İzne Bağlı İhracat : İhracı uluslararası anlaşma, kanun, kararname ve ilgili sair mevzuat uyarınca belli bir mercinin ön iznine bağlı malların ihracatında, ilgili mercilerden ön izin alındıktan sonra ihracat mevzuatı hükümleri uygulanır.

MADDE	İZİN VEREN KURUM	YASAL DAYANAK
1-Kontrole tabi tutulacak harp araç ve gereçleri ile silah, mühimmat ve bunlara ait yedek parçalar, askeri patlayıcı maddeler, bunlara ait teknolojiler	Milli Savunma Bakanlığı	03/07/2004 tarih ve 25511 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 5201 sayılı Harp Araç ve Gereçleri ile Silah, Mühimmat ve Patlayıcı Madde Üreten Sanayi Kuruluşlarının Denetimi Hakkında Kanun'un 4'üncü maddesi gereği her yıl revize edilerek Resmi Gazete'de yayımlanan Kontrole Tabi Tutulacak Harp Araç ve Gereçleri ile Silah, Mühimmat ve Bunlara Ait Yedek Parçalar, Askeri Patlayıcı Maddeler, Bunlara Ait Teknolojilere İlişkin Liste
2-Afyon ve haşhaş kellesi	Sağlık Bakanlığı	24/06/1933 tarih ve 2435 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 2313 sayılı Uyuşturucu Maddelerin Murakabesi Hakkında Kanun
3-Uyuşturucu maddeler ve 1972 tarihli protokolle değiştirilen 1961 tarihli Uyuşturucu Maddeler Tek Sözleşmesi, 1971 tarihli Psikotrop Maddelere İlişkin Sözleşme ve 1988 tarihli Uyuşturucu ve Psikotrop Maddelerin Yasadışı Trafiğinin Önlenmesine İlişkin Birleşmiş Milletler Sözleşmesi kapsamındaki mallar	Sağlık Bakanlığı	24/06/1933 tarih ve 2435 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 2313 sayılı Uyuşturucu Maddelerin Murakabesi Hakkında Kanun ve 1972 tarihli protokolle değiştirilen 1961 tarihli Uyuşturucu Maddeler Tek Sözleşmesi, 1971 tarihli Psikotrop Maddelere İlişkin Sözleşme ve 1988 tarihli Uyuşturucu ve Psikotrop Maddelerin Yasadışı Trafiğinin Önlenmesine İlişkin Birleşmiş Milletler Sözleşmesi

4-Tehlikeli Atıkların Sınırlar Ötesi Taşınımının ve Bertarafının Kontrolüne İlişkin Basel Sözleşmesi kapsamındaki mallar	Çevre ve Orman Bakanlığı	15/5/1994 tarih ve 21935 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 07/03/1994 tarih ve 94/5419 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile onaylanmış Tehlikeli Atıkların Sınırlar Ötesi Taşınımının ve Bertarafının Kontrolüne İlişkin Basel Sözleşmesi
5-Yaban domuzu, kurt, çakal, tilki, sansar, porsuk ile yılanlar, kaplumbağa ve kertenkelelerin canlı ve cansız halde ve bunların tanınabilir parçaları ile bunlardan mamul konfeksiyon	Çevre ve Orman Bakanlığı	13/04/1990 tarih ve 20491 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 08/03/1990 tarih ve 90/234 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı
6-Gübreler (kimyevi gübreler hariç)	Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı	13/01/1965 tarih ve 11905 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 19/12/1964 tarih ve 6/4090 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile 27/12/1924 tarih ve 2/1771 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı
7-Tohumluklar (orman ağacı tohumları ve diğer yetiştirme materyalleri hariç)	Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı	08/11/2006 tarih ve 26340 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 5553 sayılı Tohumculuk Kanunu
8-Ankara (Tiftik) keçisi	Tarım ve Köyşleri Bakanlığı	10/03/2001 tarih ve 24338 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 4631 sayılı Hayvan Islahı Kanunu
9- Su ürünlerinden su ürünleri avcılığını düzenleyen esaslar çerçevesinde avlanması tamamen yasak olan cins ve nitelikteki su ürünleri	Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı	04/04/1971 tarih ve 13799 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 1380 sayılı Su Ürünleri Kanunu, 10/03/1995 tarih ve 22223 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan Su Ürünleri Yönetmeliği, Su Ürünleri Yönetmeliği kapsamında Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren ticari amaçlı su ürünleri avcılığını düzenleyen tebliğler
10-Yarış atları	Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı	10/03/2001 tarih ve 24338 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan Hayvan Islahı Kanunu

11-Yem Kanunu kapsamına giren yemler	Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı	07/06/1973 tarih ve 14557 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 1734 sayılı Yem Kanunu
12-Veteriner İlaçları	Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı	1262 sayılı İspençiyarı ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununa Yeniden Bazı Hükümler İlavesine Dair 3490 sayılı Kanun
13-İhracatı kotayla veya başka herhangi bir kayıtlı sınırlandırılan doğal çiçek soğanları	Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı	06/01/1996 tarih ve 22515 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 95/7623 sayılı İhracat Rejimi Kararı
14-Damızlık büyük ve küçük baş hayvan	Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı	10/03/2001 tarih ve 24338 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 4631 sayılı Hayvan Islahı Kanunu
15-Doğa Mantarı(Sadece AB üyesi ülkelere yönelik ihracat için)	Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı	06/01/1996 tarih ve 22515 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 95/7623 sayılı İhracat Rejimi Kararı
16-Mavi yüzgeçli orkinos (thynus thunnus) (canlı, taze soğutulmuş, dondurulmuş veya işlenmiş)	Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı	06/01/1996 tarih ve 22515 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 95/7623 sayılı İhracat Rejimi Kararı
17-Nükleer ve Nükleer Çift Kullanımlı Eşyaların İhracatında İzne Esas Olacak Belgelerin Verilmesine İlişkin Yönetmelik kapsamındaki mallar	Türkiye Atom Enerjisi Kurumu	13/09/2007 tarih ve 26642 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan Nükleer ve Nükleer Çift Kullanımlı Eşyaların İhracatında İzne Esas Olacak Belgenin Verilmesine İlişkin Yönetmelik ve Nükleer ve Nükleer Çift Kullanımlı Eşyaların İhracatında İzne Esas Olacak Belgenin Verilmesine İlişkin Yönetmelik Kapsamına Giren Eşya Kalemlerini Belirten Nükleer Transfer Uyarı Listesi ve Nükleer Çift Kullanımlı Eşya Listesi'ne İlişkin Tebliğ (TAEK/NGD:2007/1)
18-Füze Teknolojisi Kontrol Rejimi Ekipman, Yazılım ve Teknoloji Ek'i Dahilindeki Malzemeler	Milli Savunma Bakanlığı	03/07/2004 tarih ve 25511 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 5201 sayılı Harp Araç ve Gereçleri ile Silah, Mühimmat ve Patlayıcı Madde Üreten Sanayi Kuruluşlarının Denetimi Hakkında Kanun'un 4'üncü maddesi gereği her yıl revize edilerek Resmi Gazete'de yayımlanan Kontrole Tabi Tutulacak Harp Araç ve Gereçleri ile Silah, Mühimmat ve Bunlara Ait Yedek Parçalar, Askeri Patlayıcı Maddeler, Bunlara Ait Teknolojilere İlişkin Liste

19- Şeker	T.C. Şeker Kurumu	19/04/2001 tarih ve 24378 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 4634 sayılı Şeker Kanunu
20- Orman ağacı tohumları ve diğer yetiştirme materyalleri	Çevre ve Orman Bakanlığı	08/05/2003 tarih ve 25102 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 4856 sayılı Çevre ve Orman Bakanlığı'nın Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun, 08/11/2006 tarih ve 26340 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 5553 sayılı Tohumculuk Kanunu
21- (Değişik 05/08/2011-28016 RG) 87/12028 Karar sayılı Tekel Dışı Bırakılan Patlayıcı Maddelerle Av Malzemesi ve Benzerlerinin Üretimi, İthalı, Taşınması, Saklanması, Depolanması, Satışı, Kullanılması, Yok Edilmesi, Denetlenmesi Usul ve Esaslarına İlişkin Tüzük kapsamına giren patlayıcı maddeler (harp silah ve mühimmatı hariç)	İçişleri Bakanlığı (Emniyet Genel Müdürlüğü)	18/05/1955 tarih ve 9009 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 6551 sayılı Barut ve Patlayıcı Maddelerle Silah ve Teferruatının ve Av Malzemesinin İhisarından Çıkarılması Hakkındaki Kanun, 87/12028 Karar sayılı Tekel Dışı Bırakılan Patlayıcı Maddelerle Av Malzemesi ve Benzerlerinin Üretimi, İthalı, Taşınması, Saklanması, Depolanması, Satışı, Kullanılması, Yok Edilmesi, Denetlenmesi Usul ve Esaslarına İlişkin Tüzük, 2001/2443 Karar sayılı Tüzük
22- Zeytin fidanı (tescili yapılmış ve Milli Çeşit Listesi'nde yayımlanmış olan çeşitlerinin yurt içinde sertifikalandırılmış olanları)	Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı	06/01/1996 tarih ve 22515 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 95/7623 sayılı İhracat Rejimi Kararı
23-Wassenaar Düzenlemesi Mühimmat Listesi kapsamındaki malzemeler	Milli Savunma Bakanlığı	03/07/2004 tarih ve 25511 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 5201 sayılı Harp Araç ve Gereçleri ile Silah, Mühimmat ve Patlayıcı Madde Üreten Sanayi Kuruluşlarının Denetimi Hakkında Kanun'un 4üncü maddesi gereği her yıl revize edilerek Resmi Gazete'de yayımlanan Kontrole Tabi Tutulacak Harp Araç ve Gereçleri ile Silah, Mühimmat ve Bunlara Ait Yedek Parçalar, Askeri Patlayıcı Maddeler, Bunlara Ait Teknolojilere İlişkin Liste
24- Yaprak tütün, tütün döküntüleri	Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu	09/01/2002 tarih ve 24635 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış bulunan 4733 Sayılı Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun

f) Kayda Bağlı İhracat : İhracatı kayda bağlı ürünlerin ihracatı kayda bağlı ihracat olarak adlandırılır. Bu ürünler Ekonomi Bakanlığı tarafından belirlenir ve tebliğ ile duyurulur.

Söz konusu ürünlerin ihracından önce gümrük beyannamelerinin İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğince kayda alınması gerekir.

İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğince kayda alınmış gümrük beyannamesinin gümrük idarelerine sunulma süresi, ihracatçı birlikleri genel sekreterliğinin onay tarihinden itibaren uzatılmamak üzere otuz gündür.

İHRACATI KAYDA BAĞLI ÜRÜNLER LİSTESİ

1. Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu⁶ primi kesintisine tabi maddelerin ihracı,.
2. Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu'ndan ödeme yapılan maddelerin ihracı.
3. Ülkemizde kredi karşılığı kurulan tesislerin bedelinin malla geri ödenmesine ilişkin özel hesaplar çerçevesinde ihracat.
4. Ülkemiz ile Rusya Federasyonu arasındaki doğalgaz anlaşması çerçevesinde ihracat.
5. Ülkemiz ihraç ürünlerine miktar kısıtlaması uygulayan ülkelere yapılan kısıtlama kapsamındaki maddelerin ihracı.
6. Birleşmiş Milletler Kararları uyarınca ekonomik yaptırım uygulanan ülkelere ihracat.
7. 18/12/1994 tarihli ve 22145 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Bitkisel ve Hayvansal Ürünlerin Ekolojik Metotlarla Üretilmesine İlişkin Yönetmelik kapsamında sertifikayı haiz mallar.
8. İşlem görmemiş zeytinyağı ve işlem görmüş dökme veya varillik zeytinyağı.
9. Meyan kökü.
10. Ham lüle taşı ve taslak pipo.
11. Ozon tabakasının korunmasına dair Viyana Sözleşmesi ile bu sözleşmeye ait protokoller ve değişiklikler kapsamındaki malların sadece söz konusu düzenlemelere taraf ülkelere yönelik ihracatı.
12. Torba, çuval ve kutulu halde işlem görmemiş zeytin.
13. Orijinal bağırsak.
14. Canlı koyun, kıl keçisi, büyükbaş hayvan.
15. Dökme halde kapyası cinsi kırmızı biber (konik biber).
16. Ham zeytin (fermantasyonu tamamlanmamış).
17. Bakır ve çinko hurda ve döküntüleri.
18. Beyaz mermer (ham ve kabaca yontulmuş- 2515.11.00.00.11), renkli ve damarlı mermer (ham ve kabaca yontulmuş- 2515.11.00.00.12), oniks (ham ve kabaca yontulmuş- 2515.11.00.00.13), traverten (ham ve kabaca yontulmuş- 2515.11.00.00.14), diğerleri (ham ve kabaca yontulmuş- 2515.11.00.00.19).
19. Çimento (2523.21, 2523.29, 2523.30, 2523.90).
20. Kornişonlar (0707.00.90.00.00)
21. Çam fıstığı (iç çam fıstığı hariç)
22. Buğday ve mahlut (GTİP No: 10.01), Kara Buğday (GTİP No: 1008.10), buğday ve çavdar melezi (GTİP No: 1008.90.10)
23. Mercimekler (GTİP No: 0713.40)
24. Arpa (GTİP No: 1003), Mısır (GTİP No: 1005)
25. Geri Kazanılmış Kağıt veya Karton Döküntü, Kırpıntı ve Hurdaları (GTİP No: 4707), Alüminyum Döküntü ve Hurdaları (GTİP No: 7602).

⁶Destekleme Fiyat İstikrar Fonu : Türkiye'de ülke ekonomisi için üretim, ihracat ve işlendirme bakımından önemli görülen kesimleri desteklemek ve tarımsal girdilere sübvansiyon sağlamak amacıyla oluşturulan, kaynağı çeşitli malların ihracat FOB değeri ve ithalat CIF değeri üzerinden yapılan kesintiler olan fon.

g) İthal Edilmiş Ürünlerin İhracatı : İthalat ve gümrük mevzuatı çerçevesinde ithalata gerçekleştirilmiş yeni veya kullanılmış ürünlerin ihracatı yapılabilir ve genel ihracat mevzuatı hükümlerine tabidir.

4. İHRACATTA PAZAR ARAŞTIRMASI, MÜŞTERİ BULMA VE TANITIM

Ticarette en önemli unsur müşteridir. Unutulmamalıdır ki, ürününüz ne kadar piyasanın ihtiyacını karşılayacak nitelikte olursa olsun, fiyatı ne kadar rekâbetçi olursa olsun, eğer bu ürününüzü doğru pazarlarda, doğru şartlarla, doğru müşterilere götüremezseniz satış ihtimaliniz yoktur. Bu nedenle, İhracata Hazırlık bölümünde de değinildiği gibi, öncelikle ürünümüz ile ilgili detaylı bir pazar araştırması yapmamız gerekir. Hatta imkân olan şirketler, ürün gruplarını bu pazar araştırması neticesine göre şekillendirir. Sistemli, planlı ve programlı bir pazar araştırmasına dayanmayan müşteri bulma faaliyetleri, tamamen şansa kalmış ve netice de sürekliliği ve şirket açısından verimliliği olmayan anlamsız çabalardan öteye geçmeyecektir. Pazar araştırmasına başlamadan önce mutlaka İhracatı Yasak Ürünler Listesi'nde yer alıp almadığını kontrol etmemiz gerekir.

a) Pazar Araştırması

Yapılan araştırmalar dünyada dış ticaret ile uğraşan şirketlerin pazar araştırmasında iki farklı yaklaşım benimsediklerini göstermektedir. Bunlardan ilki ve daha çok firma tarafından tercih edilen ancak diğere göre daha az olumlu sonuç elde edileni, **TEPKİSEL** (pasif) yaklaşım, diğeri ise zor olması nedeniyle ilkinde göre daha az tercih edilen ancak daha fazla olumlu dönüşler sağlanan **EYLEMSEL** (aktif) yaklaşımdır.

Tepkisel pazar araştırması, internet üzerinde yer alan uluslararası b2b⁷ ve b2c⁸ sitelerinde teklif bırakmak, o sitelerde yer alan taleplere cevap vermek, yine internette yer alan şirket veritabanlarında şans eseri (sadece ismine ve iştiğal konusuna bakarak) bulunan şirketlere e-mektup ile standart teklifler göndermek, hatta bir genel ağ sayfası oluşturmak, yabancı dillerde broşürler hazırlayıp potansiyel müşterilere posta ile göndermek gibi faaliyetlerden oluşur. Bu faaliyetlerin hepsinde ortak yan, müşteri farklılıklarını gözlemeksizin aynı ürünlerin ve tekliflerin etkisiz ve pasif metotlarla müşterilere iletilmesidir. Şirketler tarafından tercih edilmesinin başlıca sebebi internet bağlantılı bir bilgisayar ile neredeyse tüm faaliyetlerin yapılabilmesi olmalıdır. Birçok şirkette sabah 9'dan akşam 5'e kadar masasından kalkmadan bu yolla müşteri bulmaya çalışan dış ticaret elemanları görürsünüz. Bu şirketler zaman zaman tek tük de olsa tamamen şans eseri aracı niteliğinde müşteriler bulurlar. Ticaret gerçekleşse de sağlam temelli olmadığı için bir iki sevkiyattan sonra ilişki sona erer. Bu yaklaşımın bulanık suda kıyıda olta ile balık avlamaktan hiçbir farkı yoktur.

Eylemsel pazar araştırması ise pazarlama ağırlıklıdır. Bu yaklaşımı benimseyerek çalışan şirketler önce kısa (1-3 yıl) ve orta dönem (4-7) hedeflerini tayin eder. Müşteri profillerini belirleyerek detayları aşağıda yer alan masa başı pazar araştırmasını yapar. Buradan çıkan sonuçlarla saha çalışması gerçekleştirir ve en nihayetinde de yurt dışı pazarlama planını hazırlayarak çalışmalarını tamamlar. Bu yaklaşım daha verimli sonuçlar vermesine rağmen, çalışmanın başında şirketlerle muhatap olunmayıp sadece ülke bazında pazar araştırılıyor olması ve bulunan hedef pazarların yerinde incelenmesinden doğacak mali külfetten dolayı şirketler tarafından pek tercih edilmemektedir. Esasen olumlu geri dönüş sayısı, sonuçların elde edilme süresi ve kurulan ilişkilerin sağlamlığı göz önüne alındığında tepkisel yaklaşımdan maliyet anlamında daha ucuz olan bu yaklaşım ihracatını geliştirmek ve ihracata başlamak isteyen şirketler için öncelikli olarak tercih edilmelidir. Yine balık avından örnek verecek olursak, eylemsel yaklaşım, yeri elektronik cihazlar ile tespit edilen balık sürülerinin ağlarla yakalanması gibidir.

Sonuçları olta ile bulanık suda olta ile balık avlamaktan elbette daha verimli olacaktır.

Eylemsel pazar araştırması üç ana kısımdan oluşur:

- Hazırlık
- Masa başı çalışması
- Saha çalışması

Hazırlık

Hazırlık, pazar araştırması çalışmasının en önemli aşamasıdır. Bu aşamada, bu pazar araştırmasının hedefi ve beklentiler belirlenir. Hedefler tüm dünyada bilinen ve kabul görmüş neredeyse tek hedef belirleme yöntemi olan SMART yöntemine göre belirlenmelidir. Danışmanlık verdiğim birçok şirkette hedef olarak duymaya çok alıştığım “Biz 2012 yılında ihracata başlayacağız.” gibi ibareler sadece temennidir. SMART yöntemi ile hedef belirlenirken çok daha kesin ve elle tutulur bilgiler sunmanız gerekir.

SMART ismini oluşturan her harf SMART sisteminde hedef belirlemenin nasıl yapılacağını anlatan kelimelerin baş harfleridir;

Specific (belirgin, özel)

Measurable (ölçülebilir)

Achievable (başarılabilir)

Realistic (gerçekçi)

Time-bounded (zamanla sınırlı)

Örnek: Şu anda işletmemiz %70 kapasite ile çalışıyor. Kapasitemizi 2012 yılı içinde %80'e çıkarıp bu farkı ihracat ile değerlendirmek istiyoruz. 2012 yılı ihracat hedefimiz de sayısal olarak 200 bin avro.

Pazar araştırması ile ilgili bir örnek: 2012 Kasım ayı sonuna kadar ürünlerimizin yurt dışı pazar imkânlarını araştırıp, Avrupa ülkeleri arasından hedef ülke olarak belirlenecek en az üç ülkede potansiyel bayileri belirlemek ve bayilik tekliflerinin yapılması için yerinde bu firmalarla görüşmek.

Bu örnek SMART sisteminin tüm gereklerini yerine getirmektedir. Ayrıca firma bu hedefi ile yapacakları pazar araştırmasından beklentisini de dile getirmiştir.

Şirketlerin sağlıklı bir pazar araştırmasından elde edebileceği pek çok bilgi vardır. Bu bilgilerden bazıları:

- Ürünlerin dünyadaki pazar hacmi nedir?
- Pazarda gözlemlenen eğilimlerin (trendlerin) seyri nedir?
- Pazar hacmi ne kadar hızlı büyümektedir?
- Ürünün en büyük alıcıları hangi ülkelerdir?
- Bu ülkelerde rakipler kimlerdir?
- Hedef pazarda ortalama yaklaşık birim fiyat nedir?
- Hedeflenen pazarlarda hangi ülkelerin ürünleri ile rekabet söz konusudur?
- Rakiplerin giriş yaptığı diğer pazarlar hangileridir?

Masa Başı Çalışması

Pazar araştırmasının hedefi ve beklentiler belirlendikten sonra bu araştırmanın gerçekleştirileceği kaynaklar seçilmelidir. Bu kaynaklar öncelikle araştırmanın ikinci aşamasını oluşturacak masa başı çalışmasına uygun olmalıdır. Dünyada gelişen teknolojiye bağlı olarak bu alanda da internet önde

gelen kaynak durumundadır. Bu kaynaklardan en önemlisi ve her pazar araştırmasında öncelikle ve mutlaka kullanılması gerekeni Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC) tarafından geliştirilmiş olan TRADE MAP'tir. Trade Map ücretli bir hizmet olmakla beraber ülkemizin de içinde bulunduğu gelişmekte olan ülkeler grubuna ücretsiz verilmektedir.

Trade Map üzerinde örnek pazar araştırma çalışması:

Trade Map, uluslararası gümrük tarife istatistik pozisyonu (GTİP) tarife cetvelini ('Harmonized System' (HS)) baz alır. Trade Map üzerinde bir çalışma gerçekleştirebilmek için pazarını arayacağımız ürünün GTİP numarasının tüm ülkeler için standart olan ilk 6 hanesini biliyor olmamız gerekir. HS kodları Dünya

TRADE MAP
Trade statistics for international business development
Over 5300 products traded by over 220 countries and territories. Import & Export values, volumes, growth rates, market shares, graphs...

Latest trends available in Trade Map
Most important evolutions for Burundi's imports between June 2010 and June 2011

Origin of products imported by Burundi*		
Kenya	US\$ 3.8 millions	+53%
Uganda	US\$ 3 millions	+52%
India	US\$ 1.7 millions	-36%
Saudi Arabia	US\$ 7.4 millions	-23%

Products imported by Burundi*		
Pharmaceutical products	US\$ 5.4 millions	+227%
Iron and steel	US\$ 3 millions	+124%
Sugars and sugar confectionery	US\$ 1.8 millions	-1%

* Threshold value : US\$ 1 million

Market Analysis and Research, International Trade Centre (ITC), Palais des Nations, CH-1211 Geneva 10, Switzerland
Tel: +41 (0)22 730 02 34; Fax: +41 (0)22 730 05 77; marketanalysis@intracen.org
Copyright © 1999-2008 International Trade Centre. All rights reserved.

Eğer ürünümüzün GTİPini bilmiyorsak, www.gumruktarife.com adresinden veya www.trademap.org adresinden kayıt yaptırarak e-mail ve şifremiz ile giriş yaptığımızda karşımıza çıkacak veri giriş sayfasına ürün ismimizi girerek ürünümüzün GTİP numarasını bulabiliriz.

TRADE MAP
Trade statistics for international business development

Imports Exports

Product: Single Group Country Region

3405 - Polishes & creams for footwear, furn, floors, glass, metal etc.

340510 - Polishes, creams & similar preparations for footwear or leather

340520 - Polishes, creams & similar preparations for maintenance of woodwork etc.

340530 - Polishes & similar preparations for coachwork, of metal polishes

340540 - Scouring pastes and powders and other scouring preparations

340560 - Polishes, creams and similar preparations, nes

38081 - Adhesives based on rubber or plastic, nes

Veri giriş sayfasında öncelikle ithalat veya ihracat konusunda araştırma yapmamıza olanak veren Imports ve Exports seçeneği çıkacaktır. İhracatta pazar araştırması yapmak istediğimiz için seçimimizi öncelikle export seçeneğini işaretleyerek yapacağız. Daha sonra hemen aşağıda karşımıza iki tane veri girişi yapacağımız kutu çıkacaktır. Bu kutulardan üstte yer alan ürün isminin girileceği kutudur. Buraya ürünümüzün altı haneli GTİP numarası girilmelidir. Ekrandaki ikinci kutu ülke isminin girileceği kutudur. Bu kutuya hakkında bilgi alınacak ülkenin adı girilmelidir. Eğer belli bir ülke değil de tüm dünyada araştırma yapmak istiyorsak o zaman bu kutuya world (dünya) yazılacaktır. Ülke ismini veya world sözcüğünü girdikten sonra ülke seçim kutusunun altında yeni bir ülke seçim kutusu daha belirecektir. İki ülke veya bütün dünya ile belli bir ülke arasındaki karşılıklı ticaretin incelenmesinin amaçlandığı durumlarda bu alana ülkenin isminin girilmesi gerekmektedir.

Daha sonra yapılması gereken ise girilen bu bilgilerle hangi araştırmanın yapılmasına karar vermektir. Araştırılabilecek bilgiler sırasıyla “Trade Indicators” (ticaret göstergeleri), “Yearly Time Series” (yıllık istatistikler), “Quarterly Time Series” (çeyrek yıl istatistikleri) veya “Monthly Time Series” (aylık istatistikler)’dir.

Domates yetiştirdiğimizi ve bu ürünümüzü hangi ülkelere ihraç edebileceğimizi araştırmak istediğimizde, yukarıda anlatıldığı şekilde bilgileri girdikten sonra karşımıza çıkan tabloda, Türkiye'nin 2011 yılında tüm dünyaya 432 milyon ABD \$ tutarında ihracat yaptığını ve en büyük ithalatçılarımızın sırasıyla Rusya, Bulgaristan, Romanya, Ukrayna ve Moldova olduğunu görürüz.

World	432553	100	576726	Tons	750
Russian Federation	258564	59,8	335343	Tons	771
Bulgaria	34876	8,1	34276	Tons	1018
Romania	29261	6,8	28384	Tons	1031
Ukraine	24076	5,6	42694	Tons	564
Republic of Moldova	14203	3,3	21358	Tons	665
Saudi Arabia	10416	2,4	31412	Tons	332
Iraq	8736	2	19381	Tons	451
Germany	7951	1,8	5449	Tons	1459

Tabloda yer alan birinci sütun ülkemizden o ülkeye yapılan ihracat tutarını bin ABD\$ olarak, ikinci sütun ihracatımızdaki oranını, üçüncü sütun ihraç edilen miktarı ton olarak, beşinci sütun ise ABD\$ cinsinden ihracat ton fiyatını göstermektedir. Yani Türkiye 2011 yılında Rusya'ya 258 milyon ABD\$ tutarında ihracat gerçekleştirmiştir. Rusya Türkiye domates ihracatının %59,8'ini almaktadır. Bu ülkeye 2011'de ortalama 771 ABD\$/ton üzerinden 335 bin ton ihracat yapılmıştır. Dünyadaki en büyük domates ithalatçısı ülkeleri araştırdığımızda ise (bilgi giriş sayfasında ithalat kutusunu ve ülke kutusunda world ü işaretlemeyi unutmadan) karşımıza çıkan tabloda dünyadaki en büyük domates ithalatçısının ABD olduğunu onu Almanya, Rusya, İngiltere ve Fransa olduğunu görürüz.

World	8416960	6574692	Tons	1280
United States of America	2219806	1491017	Tons	1489
Germany	1323298	697629	Tons	1897
Russian Federation	817745	730006	Tons	1120
United Kingdom	686643	412226	Tons	1666
France	530935	519582	Tons	1022
Canada	325560	193862	Tons	1679
Netherlands	310895	204790	Tons	1518
Sweden	157288	89584	Tons	1756
Italy	149473	129916	Tons	1151
Poland	144134	113003	Tons	1275

Domates ihracatı yapan ve pazarını genişletmek isteyen veya ilk defa domates ihracatı yapacak şirketler için bu iki tablo son derece önem taşımaktadır. Özellikle nereden başlanılacağı sorusunun cevabı çok net bir şekilde verilmiş olmaktadır. Peki Trade Map üzerinde yapılan bu çalışma acaba gerçekten pazarlama faaliyetlerine başlayacağımız, gerçek müşterileri arayacağımız ülkeleri verdi mi bize? Bazı şirketler bu araştırmayı yeterli bulup faaliyetlerine başlarken bazı şirketler araştırmaya bir ikinci adım ekleyip sonuçları bir başka kaynaktan alacakları verilerle de pekiştirir. Bu kaynak ülkeler hakkında daha önceden hazırlanmış raporlardır. Ülke raporları olarak adlandırılan bu çalışmalar pek çok kurum ve kuruluş tarafından hazırlanabilmektedir. Sürekli güncellendiği için akademisyen ve dış ticaret konusunda araştırma yapan şirketler tarafından öncelikle tercih edilen kaynak, Amerikan CIA teşkilatı (Central Intelligence Agency-Merkezi Haber Alma Teşkilatı) tarafından hazırlanan The World Fact Book (<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/index.html>) sayfasıdır. Buna ilaveten US Commercial Service (Birleşik Devletler Ticaret Servisi) tarafından hazırlanan Country Commercial Guide (Ülke Ticari Rehberi) (<http://www.buyusainfo.net>) tercih edilen bir diğer önemli kaynaktır. Bu iki önemli kaynağın belki de tek olumsuz yanı İngilizce olmalarıdır.

Bu alanda Türkçe hazırlanmış tek önerilebilecek kaynak ise T.C. Ekonomi Bakanlığı'nın bir yayını olan İhracat Bilgi Platformu'dur (www.ibp.gov.tr). İhracat Bilgi Platformu sayfasına girildikten sonra Ülke Raporları bölümüne geçilerek hakkında bilgi edinilmek istenen ülkenin genel ve ticari raporlarına ulaşılabilir. İster yerli ister yabancı veri kaynakları olsun yapılacak çalışmada potansiyel hedef ülkelerdeki genel talebin ne olabileceğine dair ipuçları aranmalıdır. Nüfus yapısı, eğitim durumu, doğum ölüm oranları, halkın satın alma gücü ve elbette ihracat ve ithalat verileri o ülkeyi kesin bir hedef olarak belirlemede mutlaka incelenmesi gereken bilgiler olmalıdır.

Hedef ülkelere karar verdikten sonra yapılması gereken bu ülkelerdeki potansiyel müşterilere ulaşmak için çalışmalara başlamak olacaktır.

Saha Çalışması

Hedef ülkelerdeki potansiyel müşterilerin araştırılmasından önce şirketler öncelikle potansiyel müşteri profillerini belirlemek zorundadır. İhracat müşterileri 4 ana profil altında incelenebilir. Bunlar, üreticiler (hammadde, ara mal vb. ürünler ihraç edeceksek), bayiler (ürünlerimiz yurt dışında ciddi bir pazarlama faaliyeti, kurulum, satış sonrası hizmet vb. işlemler gerektiriyorsa), tüccarlar (ürünlerimiz herhangi bir tüccar tarafından alınıp satılabilecek cinstense) ve son olarak da son tüketici (ürünlerimiz direkt olarak son tüketici tarafından ithal edilecekse, daha çok e-ticaret kapsamında gerçekleştirilen ticaret bu türdür).

Bu ayrımı yapmamızın sebebi, müşterilere ulaşım kaynaklarının farklı farklı olmasıdır. Üreticilerin araştırıldığı kaynaklarda veya yöntemle bayilik verebileceğimiz şirketleri bulamayız. Ağırlıklı olarak tüccarların alım satım gerçekleştirdiği kaynaklarda üreticilere rastlayamayız. Saha çalışması, eylemsel yaklaşımı, tepkisel yaklaşımdan ayıran en büyük farklardan biridir. Hiçbir profesyonel pazar araştırması saha çalışması yapılmadan tamamlanamaz. Ancak, daha önce de değinildiği gibi, pazar araştırmasının en maliyetli (ve en verimli) aşaması olduğundan pek çok şirket bu aşamayı gerçekleştirmek kaçınmakta ve dolayısıyla pazar araştırmasından istediği verimi alamamaktadır. Bir şekilde hedef ülkelerini kesinleştiren şirketler www.kompass.com veya www.europages.com veya www.thomasnet.com gibi dünyaca bilinen ciddi ve tüm eğitimci ve danışmanlar tarafından tavsiye edilen, üyelik masraflarının bir kısmı ihracat destekleri kapsamında devlet tarafından karşılanan şirket veritabanlarına girerek karşı firma araştırması yapmaktadır. Ancak, teknik olarak doğru olan bu yaklaşım, ne yazık ki, çoğu zaman istenen sonuçları vermemektedir. Bunun sebeplerinden biri ve en önemlisi, bu veritabanlarında isimleri geçen şirketlerin belli bir meblağ ödeyerek isimlerini bu veritabanlarına kaydettiren nispeten büyük şirketler olması ve bundan ötürü çok fazla ihracatçı tarafından bilinmesidir. Bu durum da ister istemez o potansiyel müşteri çevresindeki rekâbetçi bir ortam yaratmakta, nispeten küçük çaplı ihracatçıların işini zorlaştırmaktadır. Yani özellikle ihracata yeni başlayacak şirketler, adı geçen bu veritabanlarından istedikleri verimi işin başında pek alamamaktadır.

Buna ilaveten, hedef pazarlarını çevre ülkelerden belirleyen şirketler de henüz bu ülkelerde teknolojinin yeterince kullanılmamasına bağlı olarak internet üzerinden müşteri bilgilerine ulaşmama ve iletişim kuramama problemleri yaşamaktadır. Örnek olarak Bosna Hersek'i hedef pazar olarak belirleyen bir şirketin bu ülkedeki potansiyel alıcı isimlerine internet veri kaynaklarından ulaşması son derece zordur.

Kısacası, içinde bulunduğumuz bilgi çağında internetin en fazla kullanıldığı alanlardan biri uluslararası ticaret olmasına rağmen, özellikle bölgemizdeki ülkelerdeki potansiyel müşterilerin tespiti ve onlarla iletişim noktasında internet henüz istenen randımanı sağlayamamaktadır. Tüm bu olumsuzlukları ortadan kaldırmanın en kolay yolu, şirketlerin hedef ülkelerde yapacakları saha çalışmalarıdır. Veritabanlarından bulunan potansiyel müşterilerden alınan randevularla veya hiçbir potansiyel müşteri bilgisi olmadan gerçekleştirilecek saha çalışmaları ticaretin çok eski çağlardan bu yana taşınan o sosyoekonomik bir uğraş olma özelliğinin de gereğidir. Saha çalışmalarını ihracatçının müşterisi ile yüz yüze iletişim kurabilme imkânı sağlar. Saha çalışmasının en büyük faydası bilgisayar başında internet kullanarak ulaşamadığımız onlarca müşteriye kolaylıkla ulaşabilmemizi, onlarla iş yerlerinde yüz yüze görüşebilme imkânı yaratmasıdır.

Sonuçlar dikkate alındığında ise, hedefleri ve beklentileri iyi planlanmış bir masa başı çalışmasını takip eden saha çalışmasının sadece b2b, b2c siteleri üzerinde dolaşan talepleri toplamak üzerine oturtulmuş bir masa başı çalışmasından daha verimli olacağı açıktır.

Yaşanmış Olay

2008-2009 yıllarında danışmanlığımı yaptığım bir şirket için hazırladığım pazar araştırması sonucunda hedef ülkelerden biri Libya olarak çıkmıştı. Ancak, Libya'daki potansiyel müşterilere masa başı çalışma ile ulaşamıyorduk. Çünkü Libya'da çok az firmanın genel ağ sayfası ve uluslararası veritabanlarında kaydı vardı. En nihayetinde devletten ihracat destekleri kapsamında verilen ihracatta pazar araştırma desteğini alarak Libya'ya gittik. Bingazi ve Tripoli şehirlerinde ikişer günden toplamda dört gün geçirek Tripoli şehrinde Libya'nın en büyük kapı ithalatçısı ile bayilik anlaşması imzalayarak Libya'dan ayrıldık. Bayilik verdiğimiz şirket ile daha sonra son derece verimli bir ticaret ilişkimiz oldu.

TANITIM

Ürünlerin yurt dışında tanıtımı pazarlama faaliyetlerinin en önemli aşamasıdır. Pazarlamayı ben çok çok kısa farkındalık yaratmak olarak tanımlıyorum. Aslında şöyle bir düşünürsek hayatımızın hemen hemen her alanında pazarlama yapıyoruz, insanlar bizi fark etsin istiyoruz. Evde, okulda, iş yerinde ve elbette ticarete. Sanırım insanın doğasından da gelen bir özellik belki de ihtiyaç.

Yurt dışında yapacağımız tanıtım faaliyetleri, pazar araştırmasını hangi yaklaşım ile gerçekleştirdiğimiz ile yakından ilgilidir. Eğer pazar araştırmamızı tepkisel yöntemler ile yapıyorsak tanıtım faaliyetlerimiz de bu yaklaşımın genel mantığı ile sınırlı kalacaktır. Yani, uluslararası alım satım portallarında ürün ile ilgili sayfalar yapmak, genel teklifler bırakmak, daha önce bırakılmış taleplere ürün bilgilerini, broşürlerini göndermek ve yine gelecek tepkileri beklemek. Plansız, programsız, hedefsiz ve zaman alıcı ve en nihayetinde moral bozucu bir süreç. Ancak, tanıtım çalışmalarımızı planlı ve hedefleri iyi belirlenmiş bir pazar araştırması neticelerine göre şekillendirmek hem daha verimli hem de daha az maliyetli ve motive edici olacaktır. Peki hedef pazarlarımızı belirledikten sonra bu farkındalığı nasıl sağlayacağız? Aslında bunun kesin sınırları yok. Şirketlerin yaratıcılığı bu noktada devreye girmeli. Yöntemler son derece klasik ve geleneksel (genel ağ sayfası oluşturmak, firma veritabanlarına üye olmak, sektörel yayınlara reklam vermek vb) olabileceği gibi şirketlerin finansal imkânları oranında son derece alışılmadık olabilir. Hangi yöntem kullanılırsa kullanılsın eylemsel sistemde önemli olan müşteridir. Yinelemek gerekirse, pazar araştırmasını takip edecek bir saha çalışması müşteri, müşterinin tüketim alışkanlıkları, pazardaki fiyatlar ve kalite hakkında doğru veriler sağlayacaktır. Tanıtım çalışmalarının bu veriler ışığında organize edilmesi takip edilecek en doğru yoldur.

Yaşanmış Olay

2007 yılında Kayseri'de vermiş olduğum bir eğitimde Ali adında bir genç vardı. Ali ve babası Muhammet Bey lokum ürettiyordu. Dersin sonunda bana ürettikleri lokumları yurt dışına satmak istediklerini ve eğitime de bu konuda bilgi edinmek için katıldığını söyledi. Ancak bütün yeni başlayacaklar gibi "Nereden başlayacağız?" duvarına çarpmışlardı. Ona yukarıda değindiğim eylemsel sistemin bütün detaylarını anlattım ve kendisinden, bir sonraki konuşmamıza bana, bulacağı hedef pazarları nedenleri ile getirmesini söyledim. Ali bir hafta sonra bana e-mektup atarak öncelikle Fransa ve Kuzey Afrika ülkelerinin hedef pazar olabileceğini nedenleri ile anlattı.

Getirdiği nedenlerin hepsi doğrudu, kabul ettim. Sıra tanıtım ve müşteri bulma aşamasına gelmişti. www.alibaba.com ve www.ecplaza.com alım satım sayfalarını kullanıyordu. Ancak tüm çabalarına rağmen bu portallarda müşteri bulamamıştı. "Ali, sana zor ve en başta masraflı görünen bir yol önereceğim; ama eğer pazar araştırmamız doğru ise sana başarıyı garanti ediyorum, ne dersin?" dedim. Ali ne kadar masraflı olacağını sordu. Aklımdan geçen, Ali'yi Fransa'ya göndermek ve Paris'te sokak sokak dolaştırmaktı. Tahminime göre 3 gün yeterli olacaktı.

Hemen üstün körü bir hesap yaparak, “En fazla 2.000 ABD \$” dedim. Ali tereddütle, “Peki ne yapacağım?” dedi. Anlattım: “Bak Ali, şimdiki aşama müşteri bulmak. Yurt içinde lokumu toptancılara, marketlere ve kafelere veriyorsun. Yurt dışında bir toptancının senden lokum ithal etmesinin sebeplerinden biri ve en sağlıklı müşterielerin (kafelerin, marketlerin, şekerçilerin) toptancıdan lokum talep etmesidir. Ama ürünü göstermeden, tanıtmadan, tattırmadan bunu yapamazsın. Biletini vizeni alıyorsun ve Paris'e gidiyorsun. Hatta gitmeden Paris'te yer alan 3-5 kafe ile haberleşip randevu alman iyi olacaktır. Yanına iki kutu standart kalitede (allı, güllü olmayanlardan) alıyorsun ve orada kafeleri, şekerçileri dolaşarak lokumu gösteriyorsun. Hatta kafelerde kafe işletmecisine kahve fincanlarının yanına bir tane koymasını öneriyorsun ve kartını bırakıp çıkıyorsun. Eğer ürünleriniz dediğin gibi güzelse ve yurt dışında pazarı olduğunu düşünüyorsan lokumu tanıttığım işletmeler mutlaka sana geri dönecektir. Ama elbette talepleri parça parça ve sadece kendileri için olacak, ihracat anlamında verimli olmayacaktır. İşte o aşamada bir ikinci seyahat ve bayi (toptancı) bulma işlemini tamamlaman gerekecek ki, müşterilerin ürüne kolayca ulaşabilsin.” Ali biraz zorlansa da ona çizdiğim yolu takip etti. Şu anda Kayseri'den Fransa'ya en fazla lokum ihraç eden firmalardan biri durumunda.

Peki her seferinde Ali'nin yaptığı yöntemi mi uygulayacağız? Aslında Ali'ye önerdiğim yöntemin bugün dünyada hemen hemen bütün ihracat yapmak isteyen firmaların kullandığı fuar katılımlarından pek de farkı yoktur. Ancak verim alma oranı daha yüksektir. Fuarlara katılım, ürün tanıtmalarında eylemsel anlamda kullanılabilir en iyi yöntemlerdendir. Eğer hedef ülkelerde bireysel pazarlama yapma imkânınız yoksa o zaman fuarlara katılımdan başka verim alabileceğiniz yol yoktur. İştirak edilebilecek fuarların listelerini gösterir web sayfaları kitapçığın sonunda yer alan Faydalı Kaynaklar bölümünde gösterilmiştir.

Tercih edilebilecek ikinci yöntem bilfiil yurt dışında bir birim oluşturmaktır. Bu ya ürünümüzü o ülkede satmak isteyen bir bayi (dağıtıcı) ya da şirketin kendi imkânları ile (devletten de destek alarak) bir mağaza veya irtibat bürosu açmak olabilir. Özellikle kurulum, satış sonrası destek ve garanti gerektiren ürünlerin yurt dışı tanıtımı ve satışı için en uygun yöntem bayilik vermektir.

Geleneksel bir yöntem olmamakla beraber oldukça fazla geri dönüş alınan yöntemlerden biri de Türkiye'nin yurt dışındaki iş adamlarını irtibat noktası olarak kullanmaktır. Münih'teki meyve sebze toptancılarına ulaşmanın en sağlıklı yolu Münih'teki bir Türk lokantasının sahibini aramaktır. Yurt dışındaki iş adamlarımızın irtibat bilgilerine Ekonomi Bakanlığımızın www.ekonomi.gov.tr adresinde yer alan Müşavirlikler sekmesinden ulaşılabilir. Mutlaka kullanılması gereken bir yöntemdir. Bu konuda unutulmaması gereken önemli bir not da, devletin ihracat destekleri kapsamında ürünlerin yurt dışında tanıtımı amacıyla neredeyse her türlü pazarlama faaliyetine hibe destekler vermektedir.

5. DIŞ TİCARETTE ANLAŞMAZLIKLARIN ÇÖZÜMÜ VE SÖZLEŞMELERİ

Dış ticaret işlemleri sırasında taraflar arasında çıkacak anlaşmazlıklar hukuki boyutta iki şekilde çözebilir:

- a) Dava yolu ile
- b) Tahkim yolu ile

Gerek ulusal hukuk gerekse uluslararası anlaşmalar, ticareten doğan uyuşmazlıkların halli konusunda taraflara tam bir serbestlik tanımıştır. Taraflar aralarında yapacakları ticaretle doğabilecek anlaşmazlıkların çözümünde dava veya tahkim yolunu kullanabilirler.

a) Dava Yolu ile Çözüm

Taraflar anlaşmazlıkların çözümünde herhangi bir ülke yargısını yetkili kılabilirler. Tarafların bu tür uluslararası unsur içeren sözleşmelerinde yetkili ülke yargısını belirlemeleri hukukun bir alt dalı olan devletler özel hukukunu ilgilendirir. Ülkemizde devletler özel hukuku ile ilgili temel yasa milletlerarası özel hukuk ve usul hukuku (MÖHUK) hakkında 2675 sayılı kanundur. Uluslararası ticarettten kaynaklanan uyuşmazlıklarda Türk hakimnin önüne gelen davada hangi hukukun uygulanacağı belirlenmesi gerekir. Türk mahkemesinde açılacak her davada Türk hukuku uygulanmaz. Uluslararası nitelik taşıyan davada Türk hakimnin öncelikle davada uygulanacak hukuku belirlemesi gerekir. Ancak kural hakimnin olaya uygulayacağı hukukun Türk kamu düzenine açıkça aykırı olmamasıdır.

MÖHUK kapsamında, tarafların yaptıkları sözleşmeden doğan borç ilişkilerinde tarafların açık olarak seçtikleri kanuna tabi olmalarını öngörmüştür. Örneğin, Türk ve Polonyalı tacirler arasında imzalanan bir anlaşmada “İşbu sözleşmeden kaynaklanacak uyuşmazlıklarda İsviçre hukuk kuralları uygulanacaktır.” hükmünü koydularsa, daha sonra çıkacak anlaşmazlığın çözümünde söz konusu hukuk kullanılacaktır. Taraflardan birinin buna itirazı mümkün değildir.

Eğer taraflar sözleşme üzerinde herhangi bir amir hukuk belirlememişlerse ve dava Türk hakimnin önüne geldiyse o takdirde MÖHUK 24/1 maddesi gereği borcun ifa yeri hukuku uygulanacaktır. Ulusal ve uluslararası hukukun verdiği yetkiye dayanarak bir yabancı ülke mahkemesinde dava açtınız ve karar aldınız. Bu karar Türkiye’de nasıl uygulanacak?

Yabancı mahkemelerde o ülke hukukuna göre kesinleşmiş kararların Türkiye’de uygulanabilmesi için mutlaka Türk mahkemesi tarafından tenfiz (yerine getirme) kararı verilmesi gerekir. Ancak bu aşamadan sonra karar sanki bir Türk mahkemesince verilmiş gibi Türkiye’de uygulanabilir. Eğer Türkiye’de alınmış bir kararın yurt dışında uygulanması gerekiyorsa takip edilecek yol yine aynı olacak ve bu defa karar, kararın uygulanması istenen ülke mahkemelerinin tenfiz kararına sunulacaktır.

b) Tahkim

Tarafların, aralarındaki uyuşmazlığı devlet yargısı yerine tarafsız hakemlere götürebilmesinin ön koşulu hakeme gitme konusunda yazılı bir anlaşmanın bulunmasıdır. Bu anlaşma iki şekilde yapılabilir:

- Aralarında ticari ilişkiyi düzenleyen sözleşmeye bir kayıt eklenmesi
- Tarafların sadece tahkim konulu bir anlaşma yapmaları

En çok başvuru tahkim yolları :

- Uluslararası Ticaret Odası Tahkim Divanı – ICC Tahkim
- Amerikalılararası Ticari Tahkim Komisyonu
- Londra Tahkim Mahkemesi
- Birleşmiş Milletler Uluslararası Ticaret Hukuku Komisyonu

ICC tahkim süreci bir dava dilekçesi ile başlar. Dava dilekçesi ICC Milli Komitesi aracılığı ile veya direkt olarak ICC merkezine ulaştırılır. ICC dilekçeyi karşı tarafa gönderir ve cevabını bekler. Davanın açılması kaçınılmaz hale gelirse ICC davaya bakacak hakemleri seçer. Taraflar tek hakemi yeterli görürlerse hakemi birlikte seçebilirler. Taraflar seçemezse hakemi ICC divanı belirler. Eğer davaya üç hakim bakacaksa, taraflar kendi hakemlerini, ICC üçüncü hakemi seçer ve yetki belgelerini verir. Davanın süresi yetki belgelerini takiben 6 ay ile sınırlıdır. MÖHUK’un 43 ve devam eden maddeleri yabancı hakem kararlarının Türkiye’de uygulanabilme koşullarını

düzenlemektedir. Anılan maddelere göre, kesinleşmiş ve icra kabiliyeti kazanmış yabancı hakem kararlarının Türk mahkemeleri tarafından tenfizine karar verebilir. Türk mahkemesinden bu kararı alan kişi yabancı hakem kararının gereğini Türkiye'de yerine getirtirebilir. İster dava yolu ile ister tahkim yolu ile olsun uyuşmazlıkların yasal yöntemlerle halli için mutlak surette bir sözleşmenin hazırlanmış ve taraflarca imza edilmiş olması şarttır. Söz konusu sözleşmenin hazırlanması ile ilgili mutlaka dikkat edilmesi gereken ve olmazsa olmaz olarak nitelendirilebilecek bazı şartlar vardır.

Dış Ticaret Sözleşmelerinde Format

Dış ticaret sözleşmeleri beyaz kağıda düzenlenir. Sözleşme yapısal olarak bir nevi ortaklık akdidir. Bu nedenle taraflardan birinin şeklen de olsa sözleşme üzerinde üstünlüğü söz konusu değildir. Sözleşme, her iki tarafın üzerinde hemfikir olacağı bir dilde olmalıdır. Bu dil dış ticarete genellikle İngilizce'dir. Sözleşmenin bir maddesinde - genellikle son maddelerinden birinde - sözleşme dilinin ne olduğu yazılır. Taraflar sözleşmeyi kolay takip etmek gayesiyle kendi dillerine çevirisini yaptırırsalar da bağlayıcı olan dava ya da tahkime gidilmesi hallerinde hakem veya hakemlerin dikkate alacağı sözleşme orijinal lisandaki sözleşme olacaktır. Sözleşmelerin geçerli ve bağlayıcı olması için mutlaka tarafları temsile yetkili olan şahıslarla imza edilmesi gerekir. Bu şahıslar genellikle şirketlerin genel müdürleridir. Birbirleri ile ilk defa ticaret yapacak firmaların sözleşme eklerine temsil ettikleri firma adına imza atmaya yetkili olduklarını gösterir resmi belgeleri eklemeleri uygun olacaktır. Firmaların sözleşme imzalamak amacı ile bir masa etrafında buluşmaları çoğu zaman imkânsız olmaktadır. Ancak sözleşmenin ıslak imzalı (mürekkebi üzerinde kurumuş imza) olması şartı sebebiyle bir tarafça hazırlanan ve imzalanan iki orijinal sözleşme posta vasıtası ile karşı tarafa gönderilerek o tarafın da sözleşmeyi imzalaması ve bir orijinal sözleşmeyi geri göndermesi istenir. Böylelikle her iki tarafta da ıslak imzalı bir orijinal sözleşme olur. Taraflar uygun görürlerse ve ilgili sözleşmenin orijinal metninde açıkça belirtilmiş ise imzalanan sözleşmelerin faks marifeti ile taraflar arasında gidip gelmesi ve bağlayıcı olması da mümkün olabilmektedir. Ancak, bazı faks kağıtları termal özellik taşıdığından zamanla renk kaybı ve bozulmalar yaşanabilmektedir. Bu nedenle faks ile sözleşme yapılması yönteminin sadece zaman kazanmak için bir yol olarak tercih edilmesi ve en kısa sürede orijinal sözleşmelerin taraflar arasında düzenlenmesi uygun olacaktır. Sözleşmelerde genellikle iki taraf olmasına rağmen, bazı sözleşmelerde bu sayının ikiden fazla olduğu da görülür. Alıcı ve satıcı dışında, ticarete direkt olarak müdahil olmasalar da, ticari faaliyete verdikleri hizmet ile katkıda bulunan nakliyecisi, sigortacı, gümrükçü vb. profesyoneller de aynı sözleşme üzerine imza koyabilirler.

Sözleşme Maddeleri

- Tarafların isim ve adresleri
- İçerik (Scope)
- Malın Tanımı (Goods' Description)
- Paketleme (Packing)
- Teslim Şekli (Delivery Terms)
- Teslim Takvimi (Delivery Schedule)
- Fiyat (Price)
- Ödeme Şekli (Payment Terms)
- Sigorta (Insurance)
- Vesaik (Documents)
- Mücbir Sebep Halleri (Force Majeur)
- Anlaşmazlıkların Halli (Settlement of Disputes)
- Sözleşmenin İşlerlik Kazanması (Enforcement of Contract)
- Süre (Duration)
- İmza Bölümü (Signatures)

Örnek sözleşme

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

Tehran / IRAN

Phone: 98-21-3452431 Fax: 98-21-3456532

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 Tehran 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 Tehran USD 650/mtons.

7. PAYMENT : Buyer will open an irrevocable l/c in favor of Seller by an distinguished Iranian 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 to be 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 Iranian Commercial Attache or Counsoler
- L/c opening charges of Iranian 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

6. FİYATLANDIRMA

İhracatı söz konusu malların dış piyasalarda satış şansını önemli ölçüde etkileyen faktörlerin başında fiyat gelir. Günümüzde ihracatçı ve ithalatçılar (Türkiye'de) gümrük komisyoncusu veya nakliyecilerine verdikleri vekaletnameler ile dış ticaret işlemleri için yurt içinde yapılması gereken işlemleri halledebilmektedirler. Hal böyle olunca, ihracatçı ve ithalatçılara düşen esas iş, ürünün satışı için şartların belirlenmesi ve fiyat üzerinde karara varılması olmaktadır.

Fiyat oluşturma çalışmasına başlamadan önce ihracatçıların dikkat etmeleri gereken bazı hususlar üzerinde durmamız iyi olacak.

·Malın potansiyel pazardaki talebi nedir?

·Talep, fiyat değişiklikleri karşısında ne oranda etkilenmektedir?

·Düşük fiyat uygulaması, ürüne olan talebi artırmakta mıdır?

·Fiyat ne amaçla yapılacaktır?

·Potansiyel pazara girebilmek için mi?

·Girilmiş olan pazarda tutunabilmek için mi?

·Bir seferde maksimum kâr ile piyasayı vurmak için mi?

·Düşük bir fiyattan çok mal satmak mı yoksa yüksek fiyattan az mal satmak mı kârı maksimize edecektir?

Yukarıda yer alan sorular ürün ve satış şartlarına bağlı olarak farklılık gösterebilir. Bu soruların ihracatçı tarafından verilen cevaplarının ihracatçı açısından pozitif olduğu yani ihracatçının potansiyel pazara teklif vereceğini göz önüne alarak fiyat hesaplaması yaparken ele alınacak masraf kalemlerini inceleyelim.

a)İmalatçının teklif fiyatı

b)Ambalaj markalama (*)

c)İç nakliye + iç sigorta (*)

d)Çıkış limanı yükleme masrafları

e)Banka masrafları

f)Vesaik masrafları

g)Nisbi aidat

h)Gümrük masrafları

i)İhracatçının kârı

j)Navlun

k)Sigorta

l)Varış limanı boşaltma masrafları

m)Varış limanı gümrük masrafları

n)Varış ülkesinde iç nakliye + iç sigorta

o)İthalatçının kârı

p)Perakende kâr marjı

q)Tüketici perakende fiyatı

(*) Opsiyonel masraflar

Teslim şekilleri konusunda bahsedildiği gibi, INCOTERMS bir dış ticaret işleminin gerçekleşmesinde hangi masraf ve sorumlulukların ihracatçıya, hangilerinin ithalatçıya ait

olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla, uluslararası ticarete fiyat INCOTERMS şartları doğrultusunda hesaplanır. Bizim burada üzerinde ağırlıklı olarak duracağımız ve hesaplamasını yapacağımız FOB/FCA - CFR/CPT - CIF/CIP fiyatlar bugün uluslararası ticarete en çok kullanılan fiyat şekilleridir. Dış ticarete bir fiyat satırı beş kelimenin birleşmesi ile oluşur.

USD 145.00/BOX CFR ATHENS

- 1.Kur cinsi (USD)
- 2.Fiyat (145.00)
- 3.Birim (box)
- 4.Teslim şekli (CFR)
- 5.Teslim yeri (Atina)

Bu satırın anlamı, “Mal Atina Limanı'na ulaşana kadar maliyetleri ve nakliye ücreti (navlun) ihracatçı tarafından ödenmiş olarak teklif ediliyor.” demektir.

FOB/FCA Fiyatın Hesaplanması
FOB/FCA masraf dökümü

- a)İmalatçının teklif fiyatı
- b)Ambalaj markalama (*)
- c)İç nakliye + iç sigorta (*)
- d)Çıkış limanı yükleme masrafları
- e)Banka masrafları
- f)Vesaik masrafları
- g)Nisbi aidat
- h)Gümrük masrafları
- i)İhracatçının kârı
- (*) Opsiyonel masraflar

imalatçının teklif fiyatı	gerçek rakam
ambalaj markalama	gerçek rakam
iç nakliye + iç sigorta	gerçek rakam
çıkış limanı yükleme masrafları	gerçek rakam
banka masrafları	faturanın %0.2-5 (*)
vesaik masrafları	gerçek rakam
nisbi aidat	FOB/FCA'in %0.1 (**)
gümrük masrafları	gerçek rakam
ihracatçının kârı	gerçek rakam

Sağlıklı bir FOB/FCA fiyatın çıkarılabilmesi için yukarıdaki tabloda yer alan masrafların mutlaka hesaba katılması gerekir. Ancak, FOB/FCA fiyat hesaplamasında bütün masraf değerlerini bilsek dahi normal bir toplama işlemi ile sonuca ulaşamayız. Çünkü bu masraf kalemlerinin bazıları (nisbi aidat, banka masrafı gibi) FOB/FCA değerinin belli bir oranı şeklinde hesaplanırken (%0.1 veya %3 gibi) çoğu gerçek sayı olarak (USD 100 gibi) karşımıza çıkar. Yapılması gereken oransal sayılar ile gerçek sayıları doğru bir şekilde toplayabilmektir.

imalatçının teklif fiyatı	USD 100,000
ambalaj markalama (*)	
iç nakliye + iç sigorta (*)	
çıkış limanı yükleme masrafları	USD 4,000
banka masrafları	%0.2
vesaik masrafları	USD 75
nisbi aidat	%0.1
gümrük masrafları	USD 100
ihracatçının kârı	USD 20,000

FCA = USD124175 + 0.003FCA

FCA (1-0.003) = 124175

0.997FCA = 124175

FCA = USD 124,548.65

BU MALIN TOPLAM 1000 KOLİ İÇİN OLDUĞUNU FARZEDERSEK O ZAMAN TEKLİF FİYATIMIZ

FCA = USD 124.55/BOX OLACAKTIR.

BU TEKLİFİ FİYAT SATIRINDA

USD 124.55/BOX FCA ANKARA

ŞEKLİNDE YAZABİLİRİZ.

HESABIN SAĞLAMASINI YAPACAK OLURSAK

KESİLEN FATURA BEDELİ USD 124,550.00

(-) İMALATÇIYA ÖDENEN USD 100,000.00

(-) YÜKLEME MASRAFLARI USD 4,000.00

(-) BANKA MASRAFI USD 250.00

(-) VESAİK MASRAFI USD 75.00

(-) NİSBE AİDAT USD 124.55

(-) GÜMRÜK MASRAFLARI USD 100.00

NET KÂR USD 20,000.45

CFR/CPT Fiyatın Hesaplanması

CFR/CPT masraf dökümü

1.İmalatçının teklif fiyatı

2.Ambalaj markalama (*)

3.İç nakliye + iç sigorta (*)

4.Çıkış limanı yükleme masrafları

5.Banka masrafları

6.Vesaik masrafları

7.Nisbi aidat

8.Gümrük masrafları

9.İhracatçının kârı

10.Navlun (Atina'ya kadar toplam USD 2000)

CFR/CPR = FOB/FCA + NAVLUN + NAVLUN'UN BANKA MASRAFI

1

2

3

1) FOB/FCA TOPLAM FATURA BEDELİ

2) NAKLİYECİDEN ALINACAK NAVLUN TEKLİFİ

3) SADECE NAVLUN'UN GETİRECEĞİ BANKA MASRAFI (FOB/FCA FİYAT İÇİNDE DİĞER KALEMLERİN BANKA MASRAFLARI HESAPLANMIŞTI.

CFR/CPT FİYAT HESAPLAMA ÖRNEĞİ :

(Aynı örneği devam ettirecek olursak...)

CPT = USD 124,550 + USD 2,000 + (USD 2,000 X 0.002)

CPT = USD 124,550 + USD 2,000 + USD 4

CPT = USD 126,554

BU MALIN TOPLAM 1000 KOLİ İÇİN OLDUĞUNU FARZEDERSEK O ZAMAN TEKLİF FİYATIMIZ

CPT = USD 126.55/BOX OLACAKTIR.

BU TEKLİFİ FİYAT SATIRINDA

USD 126.55/BOX CPT ATHENS ŞEKLİNDE YAZABİLİRİZ.

HESABIN SAĞLAMASI YAPILDIĞINDA YİNE NET USD 20,000 KÂR ELDE EDİLDİĞİ GÖRÜLÜR.

FOB/FCA fiyatlardan daha kapsamlı olan CFR/CPT ve CIF/CIP fiyatları alıcımıza teklif ederken dikkat edeceğimiz bir başka husus da bu fiyatların mutlaka ana masraf kalemlerine ayrılarak detaylı olarak gösterilmesi gerektiğidir.

Örnek : Yukarıda bulmuş olduğumuz CPT Atina fiyatını sadece

USD 126.55/BOX CPT ATHENS

şeklinde yazmamız yeterli değildir. Bu fiyatın teklif aşamasında proforma fatura üzerinde ve sevkiyat yapıldıktan sonra gerçek fatura üzerinde mutlaka aşağıdaki gibi detaylı olarak yazılması gerekmektedir:

FCA USD 124.55

FREIGHT USD 2.00

TOTAL CPT ATHENS USD 126.55

CIF/CIP Fiyatın Hesaplanması

CIF/CIP masraf dökümü

1.İmalatçının teklif fiyatı

2.Ambalaj markalama (*)

3.İç nakliye + iç sigorta (*)

4.Çıkış limanı yükleme masrafları

5.Banka masrafları

6.Vesaik masrafları

7.Nisbi aidat

8.Gümrük masrafları

9.İhracatçının kârı

10.Navlun (Atina'ya kadar toplam USD 2000)

11.Sigorta

CIF/CIP = CFR/CPT + SİGORTA + SİGORTA'NIN BANKA MASRAFI

1) CFR/CPT TOPLAM FATURA BEDELİ
2) SİGORTA ŞİRKETİNİN BELİRLEYİP BİLDİRECEĞİ SİGORTA PRİMİ
3) SADECE SİGORTA PRİMİNİN GETİRECEĞİ BANKA MASRAFI (FOB/FCA FİYAT İÇERİSİNDE DİĞER KALEMLERİN BANKA MASRAFLARI HESAPLANMIŞTI.

CIF/CIP FİYAT HESAPLAMA ÖRNEĞİ :

(Aynı örneği devam ettirecek olursak...)

CIP = USD 126,550 + (1.1CIPX0.0035) + [(1.1CIPX0.0035)X0.002]

CIP = USD 126,550 + 0.00385CIP + 0.000007CIP

CIP = USD 126,550 + 0.004 CIP

0.996CIP = USD 126,550

CIP = USD 127,058

BU MALIN TOPLAM 1000 KOLİ İÇİN OLDUĞUNU FARZEDERSEK O ZAMAN TEKLİF FİYATIMIZ

CIP = USD 127.05/BOX OLACAKTIR.

BU TEKLİFİ FİYAT SATIRINDA;

USD 127.05/BOX CIP ATHENS ŞEKLİNDE YAZABİLİRİZ.

HESABIN SAĞLAMASI YAPILDIĞINDA YİNE NET USD 20,000 KÂR ELDE EDİLDİĞİ GÖRÜLÜR.

Dış Ticaret işlemlerinin belki de en önemli safhalarından biri satıcının hazırlamış olduğu teklif fiyatını alıcısına göndermesidir. Bu amaçla dış ticaret uygulamaları içinde iki farklı metottan biri kullanılır.

Price : USD 300/100 pairs FCA Kayseri
Payment :Cash in advance

Will be awaiting your kind response.

7. TESLİM ŞEKİLLERİ (INCOTERMS 2010)

Günümüzde uluslararası ticaret prosedürünün ilk adımı taraflar arasında yapılan bir sözleşmedir. Sözleşmelerde tarafların yükümlülüklerinin kesin bir biçimde belirlenmiş olması gerekmektedir. Tarafların yükümlülüklerinin hangi noktada başlayıp hangi noktada sona erdiği, nakliye, sigorta, risk ve sair masrafların nasıl bölüşüleceği sözleşmede mutlaka açık olarak yer almalıdır.

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 (ICC: International Chamber of Commerce) INCOTERMS programını hazırlayarak uygulamaya geçmiştir.

INCOTERMS, ilk olarak 1936 yılında yayımlanmış ve zaman içinde uluslararası ticarete meydana gelen değişiklikler, nakliye ve paketleme teknolojisinde kaydedilen gelişmelere bağlı olarak 1963, 1967, 1976, 1980, 1990, 2000 ve 2010 yıllarında revize edilmiştir. Günümüzde halen geçerli olan Eylül 2010 revizyonu olan ve 1.1.2011'de yürürlüğe giren INCOTERMS 2010'dur.

INCOTERMS 2010, 4 ana gruba dağıtılmış toplam 11 terimden oluşmaktadır. Gruplar terimlerin ilk harfleri baz alınarak oluşturulmuş ve adlandırılmıştır.

GRUPE (Çıkış)

- EXW : EX WORKS

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)

- DAP : DELIVERED AT PLACE

- DAT : DELIVERED AT TERMINAL

- DDP : DELIVERED DUTY PAID

GRUPE

-EXW : EX WORKS (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 bütün masraf ve riskler alıcıya geçer. Satıcı açısından bu tür bir satışın yurt içi satıştan bir farkı yoktur. Alıcının doğrudan veya dolaylı yoldan

ihracat formalitelerini yapacak imkânı bulunmadığı hallerde bu terim kullanılmamalı onun yerine FCA (Free Carrier) terimi kullanılmalıdır.

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. Alıcı tarafından kesin bir teslim noktası belirtilmediği hallerde, 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 dahil bütün taşıma şekilleri için kullanılabilir. Ürünün gümrük işlemlerinin tamamlanıp nakliye aracına yüklenmesi ile ihracatçının sorumluluğu sona ermektedir.

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. Bu teslim şeklinde. Bu terim sadece deniz yolu, 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 güvertesine veya ambarına (anlaşmaya göre) satıcı tarafından teslim edildiğinde teslim yükümlülüğü yerine getirilmiş sayılır. Bu zaman ve yerden sonra her türlü masraf ve risk alıcıya geçer. Sadece su yolu taşımasında kullanılan bu terimde ihracat formalitelerini yerine getirmek satıcıya aittir. Ro-ro (Roll-on-Roll-off) veya konteyner taşımacılığı yapılan hallerde bu terim yerine FCA teriminin kullanılmalıdır (INCOTERMS 2010). Pratikte sık sık FOB STOWED ve FOB TRIMMED terimlerine de rastlanmaktadır. FOB STOWED malını ihracatçı tarafından gemi ambarına inene kadar bütün masraf ve sorumluluğunun karşılandığı, FOB TRIMMED ise FOB STOWED ile ambara inen malların ambar içinde istiflenmiş olduğu anlamına gelir.

GRUP C

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

Yalnızca deniz yolu taşımasında kullanılan 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 alıcı tarafından karşılanacaktır. Ro-ro ve container taşıması yapılacak hallerde bu terim yerine CPT teriminin kullanılması uygun olacaktır. Taşıma sigortasının yapılması konusunda satıcının bir yükümlülüğü yoktur. Ancak, sigortayı yaptırmayı için alıcıya mutlaka gerekli bilgileri vermek zorundadır.

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 dahil bütün nakliye şekilleri için kullanılabilir. CPT terimi CFR'nin deniz yolu dışındaki taşıma şekilleri için kullanılabilen alternatiftir. 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 ihrac formalitelerinin yerine getirilmesi konusunda satıcıyı sorumlu kılar. Taşıma sigortasının yapılması konusunda satıcının bir yükümlülüğü yoktur. Ancak, sigortayı yaptırmayı 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 dahil ettirmek zorundadır. Sigorta, ettirilen değer sözleşme tutarının en az %10 fazlası ile ve sözleşmenin para birimi cinsinden olması gerekir. Bu terim CFR, gibi sadece deniz yolu taşımasında kullanılan bir terimdir. Ro-ro veya konteyner taşıması yapılması durumunda bu terim yerine CIP teriminin kullanılması uygun olur.

CIP :CARRIAGE AND INBURANCE 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 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 dahil ettirmek zorundadır. Sigorta ettirilen değer sözleşme tutarının %10 fazlası ile ve sözleşme para birimi üzerinden olması gerekir. İhrac işleminden satıcıyı sorumlu tutan CIP terimi CIF'in deniz yolu dışındaki taşıma şekilleri için kullanılabilen alternatifidir.

GRUP D

DAT : DELIVERED AT TERMINAL (Alıcının ülkesinde adı verilen varış terminalinde gümrük işlemleri yapılmadan alıcıya teslim)

Eşyanın alıcı ve satıcı tarafından belirlenmiş olan boşaltma terminalinde boşaltma işlemi ihracatçı tarafından gerçekleştirildikten sonra alıcının emrine bırakılacağını ifade eder. İthal ülkesindek tüm ithalat vergi, resim, harç masrafları alıcıya aittir. INCOTERMS 2000 versiyonundaki DES ve DDU terimleri yerine kullanılabilir. Alıcının belirlediği terminal noktasına kadar ürünün ulaştırılması sırasında doğabilecek hasar ve kayıplara karşı bir sigortanın satıcı tarafından gerçekleştirilmesi zorunluluğu yoktur.

DAP : DELIVERED AT PLACE

(Alıcının ülkesinde adı verilen teslim noktasında - bu nokta alıcının iş yeri de olabilir - gümrük ödenmeden alıcıya teslimi)

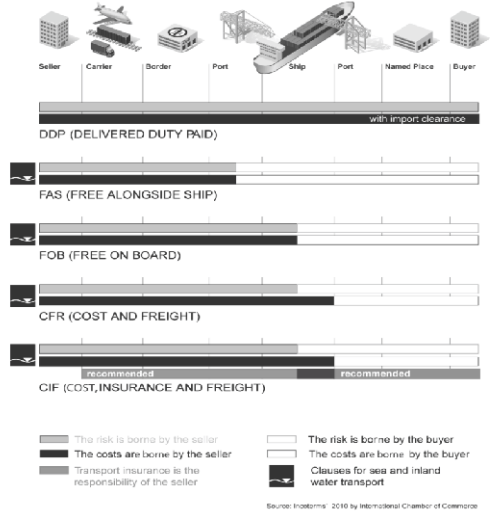
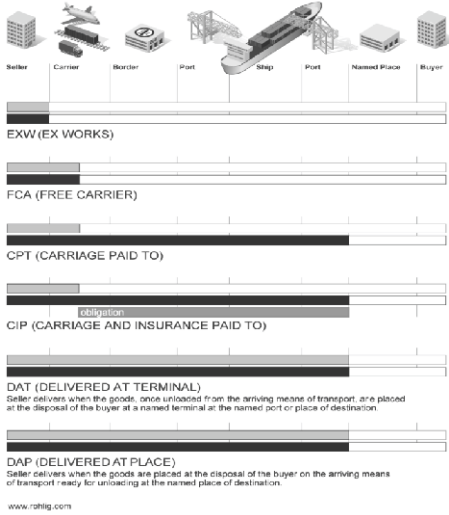
INCOTERMS 2010 revizyonu ile gelen bu terim DAT terimine çok benzemekle beraber bu terimde satıcı ürünü bir boşaltma terminalinde değil - gümrük masrafları hariç gerekli tüm yurt içi masraflarını da - ödeyerek alıcının istediği noktada nakliye aracı üzerinde teslim eder. Alıcının belirlediği teslim noktasına kadar ürünün ulaştırılması sırasında doğabilecek hasar ve kayıplara karşı bir sigortanın satıcı tarafından gerçekleştirilmesi zorunluluğu yoktur.

DDP : DELIVERED DUTY 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 bulundurmaya teslim yükümlülüğünü yerine getirmiş olmaktadır. Bu noktaya kadar her türlü risk ve maliyet (vergiler dahil) 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 dahil 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 2010 REVİZYONU



8. DIŞ TİCARETTE KULLANILAN BELGELER (VESAİK)

Dış ticaret vesaiki, ihracat ve ithalat işlemleri sırasında yani dış ticarete konu olan malın çıkış ülkesinden varış ülkesine kadar geçen yolculuğu boyunca ihracatçı ve ithalatçıların veya onların adına işlerini yürüten komisyoncuların hazırlamak zorunda oldukları belgelerdir. Dış ticarete vesaik konusu özel dikkat ve hassasiyet gösterilmesi gereken bir konudur. Vesaik, genel olarak, ihracat ülkesinde düzenlenir. Yani düzenleyen taraf ihracatçıdır. Vesaik, ihracat işlemlerinde, ürünün gümrükten çıkışını, ithalatta ise ürünün gümrükten girişini sağlayan yegâne araçtır. Bununla beraber, ürününü, anlaşma şartlarına göre gümrükleyerek yurt dışına çıkaran ihracatçı, vesaiki elinde tuttuğu sürece ithalatçı ürünü gümrükten çekemez. Dış ticaret işlemlerinde, vesaik, ürünü temsil eden belgeler olarak kabul edildiği için ürünün kendisi kadar önemlidir. Vesaikin düzenlenmesinde yapılacak hatalar, malın ihraç gümrüğünden çıkarılamaması, ithal işlemlerinin yapılamaması, ihraç bedelinin ihracatçıya ödenmemesi gibi önemli sorunlar yaratabilir.

Dış ticaret işlemlerinde kullanılan vesaik genel olarak 5 grupta incelenebilir:

- 1) Serbest Dolaşım Belgeleri
- 2) Sevk Belgeleri
- 3) Faturalar
- 4) Sigorta Belgeleri
- 5) Diğer Belgeler

Serbest Dolaşım Belgeleri

Serbest dolaşım belgeleri, ürünlerin bir ülkeden başka bir ülkeye geçişinde mevcut ithal vergilerinden muaf olarak girişlerinin sağlanabilmesi amacı ile ihracatçı tarafından düzenlenmesi gereken belgelerdir. Ancak, bu belgeler, aralarında belli bir ticari bağlantı olan veya belli bir ticari grubun üyesi olan ülkeler arasında kullanılabilir.

ATR Belgesi

İhracatçıların, AB ülkelerine yapacakları ihracatta kullanılan ATR belgesini bağlı buldukları odalardan almaları ve bu belgenin gümrük idarelerince vize yapılması gerekmektedir. Söz konusu dolaşım belgesi Avrupa Birliği ülkelerine yapılacak ihracatta, ihracata konu olan malların katma protokol gereğince tavizli gümrük indiriminden yararlanılması amacıyla düzenlenmektedir.

EUR.1 Dolaşım Sertifikası

İhracatçıların, EFTA ülkelerine yapacakları (İsviçre, Norveç, İzlanda, Liechtenstein) ihracatta kullanılan EUR.1 dolaşım sertifikasını bağlı buldukları odalardan almaları ve bu belgenin gümrük idarelerince vize yapılması gerekmektedir. Söz konusu dolaşım sertifikası EFTA ülkelerine yapılacak ihracatta, ihracata konu olan malların serbest ticaret iş birliği anlaşması gereğince tavizli gümrük indiriminden yararlanılması amacıyla düzenlenmektedir.

GSP Formu (Form A)

Türkiye'ye Genelleştirilmiş Preferanslar Sistemi (GSP, Generalized System of Preferences) kapsamında tavizli gümrük vergisi uygulayan ülkelere (ABD, Avustralya, Kanada, Japonya, Yeni Zelanda, Beyaz Rusya ve Rusya Federasyonu) yapılan ihracatta kullanılan bir formdur. Bu sistemden yararlanabilmek için ihracatçının söz konusu formu odalara tasdik ettirmesi ve ardında bir yazı ekinde Dış Ticaret Müsteşarlığı veya Dış Ticaret Müsteşarlığı Bölge Müdürlüğü'ne onaylatması gerekmektedir.

Sevk Belgeleri

Sevk belgeleri, en geniş tanımı ile ihracatı gerçekleştirilecek ürünün ve ürün ile ilgili olarak tanzim edilmiş olan vesaiğin tamamen veya kısmen yükleme noktasında tayin edilmiş olan nakliye aracına veya şirketine teslimi ve boşaltma noktasında ithalatçıya veya ithalatçı adına hareket eden bir şahıs/şirkete uluslararası ticaret ve nakliye kuralları dahilinde sağlıklı olarak tesliminin sağlanabilmesi amacı ile düzenlenen belgelerdir. Sevk vesaiği, yüklemenin yapıldığı ülkede ihracatçı sorumluluğunda olmak üzere tanzim edilir. Sevk belgelerinin başlıcaları:

Konşimento / Bill Of Lading (B/L)

Nakliye aracı veya nakliye şirketi tarafından düzenlenir. Hangi malın, hangi limanda ya da yükleme noktasında, hangi tarihte, hangi araca, ne kadar yüklendiğini ve hangi limanda kime teslim edileceğini bildiren bir belgedir.

Faturalar

Dış Ticaret İşlemlerinde FATURA ibaresi ile karşımıza çıkacak 4 ayrı belge bulunmaktadır;

PROFORMAFATURA

TİCARİ FATURA

NAVLUN FATURASI

KONSOLOSLUK FATURASI

Bu faturaların kullanım yerleri ve amaçları tamamen farklı olup, kesinlikle bir diğersinin yerine kullanılamazlar.

Proforma Fatura (proforma invoice)

Teklif faturasıdır. Hiçbir ticari niteliği yoktur. Bu fatura karşılığı mal sevkiyatı yapılmaz ve para ödenmez. En önemli amacı ihracatçının ürününün bu fatura ile ithalatçıya teklif edilmesidir. İş sonunda kesilecek kesin satış faturasının (ticari fatura) bir ön taslağıdır. Teklif yapmak isteyen firma kendi antetli kağıdına hazırlayacağı ve üzerinde en az alıcının adı, adresi, proforma fatura tarihi ve numarası, PROFORMA FATURA ibaresi, takribi mal miktarı, detaylı açıklaması, paketleme özellikleri, nakliye özellikleri, sevkiyat periyodu, tahmini yükleme ve boşaltma limanları, menşei, birim ve toplam fiyat ile ilgili bilgiler mutlaka bulunmalıdır (bir proforma fatura örneği Teklif

Hazırlığı bölümünde yer almaktadır).

Proforma Faturalar ayrıca numune eşya (bedelsiz) gönderimlerinde de kullanılabilir.

Ticari Fatura (commercial invoice)

Malın Kesin Satış Faturasıdır. Karşılığında faturanın meblağı, ödeme ve vade şartlarına bağlı olarak alıcı tarafından satıcıya ödenir. Dış Ticarete kesilen faturaların, yurtiçi kesilen faturalardan en büyük farkı, üzerlerinde Katma Değer Vergisinin yazılmıyor olmasıdır. Çünkü Katma Değer Vergisi bir ülkenin kendi iç vergi mevzuatı gereği bir vergi olup, ülkeden ülkeye transferi ve ödenmesi söz konusu değildir. Ticari Fatura mutlaka ihracatçı ve ithalatçı arasında yapılmış olan satış sözleşmesi veya açılmış olan akreditif şartlarına paralel hazırlanmalıdır. İhracatçının antetli kağıdına düzenlenmiş olan ticari fatura üzerinde en az; İhracatçının adı, adresi, İthalatçının adı, adresi, fatura tarihi ve numarası, eğer bir sözleşme veya akreditif tahtında kesiliyor ise bu belgelerin tarih ve referans numaraları, kesin yüklenen miktar, malın tanımı, birim ve toplam fiyatlar, paketlenme, Sevkiyat, yükleme, ödeme, menşe ile bilgiler bulunmalıdır. Türkiye'den yapılacak ihracatlarda düzenlenecek faturaların mutlaka Maliye onaylı veya Noter tasdikli boş fatura üzerine düzenlenmiş olması ve gümrük ve ihracatçı birlikleri tarafından onaylanması gerekir. Ayrıca gümrüğe ibraz edilmesi gereken faturaların Türkçe hazırlanıyor olması ve yurtdışındaki gümrük ve ithalatçı için yabancı dilde faturaya gerek duyulduğu için, ihracatçının gümrük ve banka işlemlerinden sonra bir TERCÜME FATURA'yı ithalata ulaştırması gerekir.

Konsolosluk Faturası (consulate invoice)

Bazı ülkelerin ithalat mevzuatları (Genelde Arap ve Güney Amerika Ülkeleri) ihracatçı tarafından hazırlanan Kesin Satış Faturasının (Ticari Fatura) ihracatçının ülkesindeki kendi Ticari Ataşelikleri tarafından da onaylanmasını isterler. Bu tür faturalar Konsolosluk Faturası olarak adlandırılırlar.

Sigorta Belgeleri

Günümüzde bir malın ülkeler arası sigortasız dolaşımı söz konusu değildir. Ancak bu sigorta sadece malın yükleme noktasından veya taşımacıya teslim noktasından varış noktasına kadar olan yolda uğrayabileceği hasar ve ziyana karşı yapılan sigortadır. Bir malın sigortalı olduğunu gösteren belge sigorta poliçesidir. Sigorta ve sigorta poliçeleri konusuna Paketleme/Nakliye ve Sigorta konusunda detaylı olarak değinilecektir.

Sağlık Belgeleri

Veteriner Sağlık Sertifikası (health certificate)
Bitki Sağlık Sertifikası (phytosanitary certificate)
Analiz Raporları (certificate of analysis)

Gözetim Raporu (inspection certificate)

Dış ticarete, sevk edilecek ürünün kalitesinin, en başta üzerinde anlaşılan ürün kalitesine uygunluğunun tespiti en önemli konuların başında gelir. Bu amaçla, ithalatçı, ihracatçıdan yükleme işlemlerinden önce malın kalitesinin tespitini isteyebilir ve uluslararası bağımsız bir gözetim şirketi tarafından hazırlanmış gözetim raporu ister. Bu raporun masrafı genelde raporu talep eden tarafça karşılanır. Raporun sonucunun nihai ve her iki tarafı bağlayıcı olduğu mutlaka satış sözleşmesi üzerinde veya resmi yazışmalarda belirtilmelidir. Gözetim raporu yükleme limanında ve yükleme işlemlerinden önce hazırlanır. Nakliye sırasında ürün kalitesinde ve evsafında bir değişiklik meydana geldiği takdirde ve boşaltma limanında bu fark ortaya çıktığında ithalatçı hazırlanmış olan gözetim raporu tahtında ihracatçıya rücu edemez. Bu durumda ithalatçının muhatabı sadece sigorta şirketi olacaktır.

Kalite Belgesi (quality certificate)

İhracatı yapılacak ürünün önceden üzerinde mutabık kalınan kaliteye ve evsafa uygun olduğunu tevsik eden ve ihracatçının bizzat kendisi tarafından hazırlanan taahhütname niteliğinde belgedir. İhraç gümrüğü için gereken belgelerden değildir.

Çeki Listesi (certificate of weight/packing list)

Çeki ve paketleme listeleri, ürünün net/brüt ağırlığını, paketleme sistemini, hangi pakette ne ürün olduğunu ve ağırlığını ayrı ayrı gösteren birer ağırlık ve paketleme listeleri olup, gümrük ve nakliye işlemlerinde büyük kolaylık sağlamaktadır.

Kontrol Belgesi (certificate of inspection)

Standarta tabi ürünler listesinden yapılacak ihracatlarda fiili ihraç aşamasında ürünün belirlenmiş standarta uygunluğunun mutlaka belgelenmesi gerekir. Bu amaçla ihracatçılar Dış Ticaret Müsteşarlığı, Standardizasyon Genel Müdürlüğü bünyesinde yer alan standardizasyon denetmenliklerine başvurarak kontrol belgesi almak zorundadırlar.

9. DIŞ TİCARET DESTEKLERİ

Ülkemizde ihracat yapan, yapmak amacıyla istihdam gerçekleştiren, pazarlama yapan ve ihracata konu ürünlerin üretimi için hammadde, yarı mamul madde ve ambalaj maddesi ithal eden şirketler devlet kurum ve kuruluşları tarafından nakdi ve/veya gayri nakdi destekler ve bazı muafiyetler ile ihracat yapmaya özendirilmeye çalışılmaktadır.

Bu destekler 6 farklı başlık altında toplanabilir:

- 1.Dahilde İşleme Rejimi
- 2.Hariçte İşleme Rejimi
- 3.Devlet Destekleri
- 4.Tarımsal Ürünlerde Mahsup Uygulaması
- 5.KDV İstisnası ve İadesi
- 6.TÜRK EXIMBANK Programları

Bu desteklerden Dahilde, Hariçte İşleme Rejimleri ile Devlet Desteklerinden bazıları sadece imalatçılar tarafından kullanılabilirken diğer destek programlarından tüm şirketler faydalanabilmektedir.

Dahilde İşleme Rejimi

Dahilde işleme rejimi, şartlı muafiyet sistemi ve eşdeğer eşya kullanımı olmak üzere iki başlık altında uygulanmaktadır. Şartlı muafiyet sistemi, ihracatçıların ihracatçı birliklerinden alacakları dahilde işleme izin belgeleri veya gümrük müdürlüklerinden sağlayacakları dahilde işleme izinleri kapsamında ihracı taahhüt edilen işlem görmüş ürünün elde edilmesinde kullanılan ve fiyatı, kalitesinden dolayı veya yurt içinde bulunmadığı için temin edilemeyen hammadde, yardımcı madde, yarı mamul, mamul ile değişmemiş eşya, ambalaj ve işletme malzemesinin, Türkiye'de (serbest bölgeler hariç) yerleşik firmalarca, ticaret gümrük vergilerinden muaf olarak (vergi teminata bağlanmak suretiyle), ithal edilmesi ve ihracat taahhüdünün gerçekleşmesini müteakip, alınan teminatın iade edilmesidir.

Eşdeğer eşya kullanımı ise, yine dahilde işleme izin belgesi kapsamında, işlem görmüş ürünün elde edilmesi için ithal ürünlerin yerine eşdeğer ürün olarak, asgari sekizli bazda gümrük tarife istatistik pozisyonu, ticari kalite ve teknik özellikleri itibarıyla aynı kalite ve nitelikleri taşıyan yurt içindeki ürünlerin kullanılabilmesidir. Bu sistem çerçevesinde, dahilde işleme izin belgesi kapsamında

ürünün ihracatından sonra ithalat yapılabilmesi gibi, ithal ürünler ile yurt içindeki ürünler birlikte kullanılabilir.

Önceden ihracat işleminden sonra buna tekabül eden oranda ithal edilen ürünler, belge sahibi firma tarafından yurt içinde veya dışında serbestçe kullanılabilir. Dahilde işleme rejimini çok basit bir örnek ile açıklayacak olursak: Bir firm üreticisi yurt dışına ihraç edeceği firmanın sacını yurt dışından ithal etmenin maliyetler açısından daha uygun olacağına karar verir. Başvurusunu yaparak dahilde işleme izin belgesini alır. İhracatçı ile irtibata geçerek sac ithalatı için gerekli hazırlıkları yapar. Sacın ithalatı sırasında ödemesi gereken gümrük vergisi ve KDV kadar gümrüğe teminat verir. Sacı ithal eder, işler ve ihracatı takiben teminatını geri alır.

Hariçte İşleme Rejimi

Hariçte işleme faaliyeti, yurt içindeki ürünlerin daha ileri safhada işlenmek, tamir edilmek veya yenilenmek üzere geçici olarak yurt dışına veya serbest bölgelere ihraç edilmesi ve bu faaliyetler sonucunda elde edilen ürünlerin, gümrük vergilerinden tam veya kısmi muafiyet ile yeniden yurt içine girmesidir. Bu tanımlı basit bir örnek ile şöyle açıklayabiliriz: Bir halı imalatçısı, yurt içindeki işçilik ücretlerini yüksek bularak, elindeki ipliği halı haline getirmek için işçiliğin nispeten daha düşük olduğu Bangladeş'e ihraç etmeyi planlamaktadır. Ancak, gümrük mevzuatı gereği Bangladeş'ten halı ithalatında gümrük vergisi olduğunu öğrenir. Vergiyi eklediğinde maliyetin hemen hemen yurt içindeki üretim ile aynı seviyeye geldiğini görür. İşte bu noktada hariçte işleme rejimi uygulamasını duyar, gerekli başvurularını yapar, hariçte işleme izin belgesini alır. Bu izin kapsamında iplik Bangladeş'e ihraç edilecek, orada iplik halı haline getirilecek ve halı tekrar yurda girerken Türkiye'den ihraç edilen ipliğin gümrük vergisi hesaplanacak ancak iplik Türkiye'den ihraç edildiği için halının toplam vergisinden düşülerek halının ithalatı gerçekleştirilecektir.

Devlet Destekleri

Devlet destekleri, uygulama esasları Ekonomi Bakanlığı tarafından hazırlanan ve kontrol edilen desteğin türüne göre sadece üretici ihracatçılara veya hem üretici ihracatçılara hem ihracatçılara hem de ilk defa ihracat yapmak isteyen şirketler sağlanan desteklerdir.

1. Uluslararası Nitelikteki Yurt İçi İhtisas Fuarlarının Desteklenmesi
2. Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi
3. Araştırma-Geliştirme (Ar-ge) Yardımı
4. İstihdam Yardımı
5. Yurt Dışında Gerçekleştirilen Fuar Katılımlarının Desteklenmesi
6. Yurt Dışı Birim, Marka ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi
7. Türk Ürünlerinin Yurt dışında Markalaşması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi ve TURQUALITY®'nin Desteklenmesi
8. Pazar Araştırması ve Pazara Giriş Desteği
9. Teknik Müşavirlik Hizmetlerine Sağlanacak Devlet Yardımları

Bir şirket yukarıda sıralanan desteklerden birkaçını aynı dönemde alabilir. Desteklerin genel amacı, şirketleri, ihracat yapmaları için karşılaştıkları öncelikle finansal masraflar konusunda destekleyerek ihracata özendirme, hali hazırda ihracat yapan şirketleri ise daha rahat ihracat yapar duruma getirmektir. Desteklerin tamamı, ar-ge yardımı kapsamındaki bazı destekler hariç, hibe, yani daha sonra devlete geri ödemesi olmayan desteklerdir.

Uluslararası Nitelikteki Yurt İçi İhtisas Fuarlarının Desteklenmesi

Uluslararası nitelikteki yurtiçi ihtisas fuarlarının dış tanıtımının sağlanması ve uluslararası düzeyde katılımın artırılması amacıyla yönelik bir destekler. Bu destekten sadece fuarları organize eden firmalar yararlanabilmektedir. Bu desteğin azami tutarı 45000 ABD\$'dir. Başvurular İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliklerine yapılır.

Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi

Türkiye'de ticari ve sinai faaliyette bulunan veya tarım ya da yazılım sektörlerinde işigal eden şirketler tarafından çevre, kalite ve insan sağlığına yönelik teknik mevzuata uyum sağlanabilmesini teminen akredite edilmiş kurum ve/veya kuruluşlardan alınacak kalite, çevre belgeleri ile insan can, mal emniyeti ve güvenliğini gösterir işaretler ile tarım ürünlerine ilişkin laboratuvar analizleri ve belgelendirme işlemleriyle ilgili harcamaların belirli bir bölümünün karşılanmasıdır. Tüm şirketler bu destekten faydalanabilir. Desteğin azami tutarı 25.000 ABD \$'dır. Başvurular ihracatçı birlikleri genel sekreterliklerine yapılır.

Araştırma-Geliştirme (AR-GE) Yardımı

Ar-ge yardımı, yeni bir ürün üretilmesi, ürün kalitesi veya standardının yükseltilmesi, maliyet düşürücü ve standart yükseltici mahiyette yeni tekniklerin uygulanması, üretimle ilgili olarak yeni bir teknoloji geliştirilmesi veya yeni teknolojinin yurt koşullarına uyumu konusunda bilimsel esaslara uygun ve araştırma ve geliştirme faaliyetlerinin her safhasını belirleyecek mahiyette hazırlanacak çalışma ve teknoloji uyarlamasını vb. projelere sağlanır. Yardımın üst sınırı 1 milyon ABD \$'dır. Başvurusu Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı'na yapılır.

İstihdam Yardımı

Sektörel dış ticaret şirketi unvanını haiz firmaların münhasıran dış ticarete ilişkin işlemlerini yürütmek üzere konusunda tecrübeli ve yüksek öğrenimli yönetici ve eleman istihdamının sağlanması amaçlanmaktadır. Destek azami tutarı yönetici için 18.000 ABD \$, elemanlar için 9.000 ABD\$'dır. Başvuru Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü'ne yapılır.

Yurt Dışında Gerçekleştirilen Fuar Katılımlarının Desteklenmesi

Bu destek ile şirketlerin yurt dışı fuarlara iştiraki ve sektörel nitelikteki uluslararası fuarlara bireysel katılımlarının sağlanması ile Türk ihraç ürünlerinin tanıtılması ve pazarlanması suretiyle desteklenmesi hedeflenmektedir. Tüm şirketler bu destekten faydalanabilir. Başvuru ihracatçı birlikleri genel sekreterliklerine yapılır. Destek üst sınırı, stand masraflarının %75'ine kadardır.

Yurt Dışı Birim, Marka ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi

Türkiye'de yerleşik şirketlerin ürünlerini yurt dışında pazarlamak, depolamak, tanıtmak için açacakları ofis, büro, depo ve mağazaların kira ve tanıtım giderleri 4 yıl boyunca ve en fazla 15 birim için desteklenir. Destek kapsamında ödenebilecek azami bedeli yıllık 120.000 ABD \$, tanıtım bedeli yıllık 150.000 ABD \$'dır.

Şirketin markasının yurt içinde ve belirlenen ülkede marka tescilinin bulunması durumunda tanıtım desteği limiti 250.000 ABD \$'a çıkmaktadır. Destek için başvuru ihracatçı birliği genel sekreterliğine yapılır.

Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi ve TURQUALITY®'nin Desteklenmesi

Söz konusu destek ile ihracatçı birlikleri, üretici dernekleri, üretici birliklerinin, temsil ettikleri sektörlerin yurt dışında tanıtımı amacıyla gerçekleştirecekleri harcamalara ilişkin giderler, Türkiye'de ticari ve/veya sinai faaliyette bulunan şirketlerin ürünlerinin markalaşması amacıyla gerçekleştirecekleri çalışmalara ilişkin giderler ile ihracatçı birliklerinin TURQUALITY® Programı kapsamında firmalara yurt içinde ve yurt dışında markalaşma sürecinde vereceği desteklere ilişkin harcamalar, Türk markalarının pazara giriş ve tutunmalarına yönelik gerçekleştireceği her türlü çalışma ve organizasyonlara ilişkin giderler ile olumlu Türk malı imajının oluşturulması ve yerleştirilmesi için yurt içinde ve yurt dışında gerçekleştireceği her türlü harcamaların finansmanı amaçlanmaktadır.

Pazar Araştırması ve Pazara Giriş Desteği

Bu desteğin amacı, sınai ve/veya ticari şirketler ile yazılım sektöründe faaliyet gösteren şirketlerce gerçekleştirilen yurt dışı pazar araştırması gezilerine ilişkin giderlerin karşılanmasıdır. Destekten Türkiye'de yerleşik bütün şirketler faydalanabilir. Desteğin azami tutarı bir seyahat için 7.500 ABD \$'dır. Destek kapsamında en fazla iki şirket çalışanının konaklama ve ulaşım giderleri belli oranlarda desteklenmektedir. Başvurular Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü'ne yapılır.

Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi

Desteğin amacı, Türkiye'de sınai ve/veya ticari faaliyette bulunan şirketler ile yazılım sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin uluslararası pazarlarda rekabet gücünü artırmaya yönelik eğitim giderlerinin desteklenmesidir. Destekten bütün şirketler faydalanabilir. Şirketlerin yıllık toplam 20.000 ABD \$'ını aşmamak üzere, program bazında süresi 60 (altmış) saati geçmeyen yurt içi eğitim giderlerinin %70'i desteklenir. Başvurular Ekonomi Bakanlığı'na yapılır.

Teknik Müşavirlik Hizmetlerine Sağlanacak Devlet Yardımları

Bu başlık kapsamında verilen destekler :

1. Teknik müşavirlik şirketlerinin yurt dışı pazarlarda tutunabilmeleri amacıyla yurt dışı ülkelerde ofis açmalarının desteklenmek.
2. Sektörün ve teknik müşavirlik şirketlerinin tanıtımına katkıda bulunmak.
3. Teknik Müşavirlik şirketlerinin yurt dışı pazar açılımlarını desteklemek.
4. Sektörel fuar organizasyonları düzenlenmesinin desteklenmek.
5. Sektörün uluslararası fuarlara katılımının teşviki etmek.
6. Sektöre yönelik Seminer ve konferanslar düzenlenmesinin desteklemek.
7. Sektörün Uluslararası seminer ve konferanslara katılımının teşvik etmek.
8. Teknik Müşavirlik şirketlerinin teknik yeterliklerinin artırılması amacıyla uluslararası teknik standartlara erişim imkanlarını desteklemek.
9. Teknik Müşavirlik şirketlerinin teknik kapasitelerinin ve becerilerinin artırılması amacıyla, yurt dışı teknik eğitim kurslarına katılımlarını desteklemek.

Tarımsal Ürünlerde Mahsup Uygulaması

Bu desteğin amacı bazı tarım ürünlerinin ihracatının desteklenmesidir. Bu destekten söz konusu tarım ürünlerini ihraç eden tüm şirketler faydalanabilir.

Sağlanan destek ihraç edilen ürünlerin ihracat miktar ve değerleri göz önüne alınarak hesaplanan tutarların, ihracatçıların kamu kuruluşlarına yapmış oldukları vergi, SSK primi, haberleşme ve enerji giderlerinden mahsup edilmesidir.

Destek kapsamında iade yapılacak ürünler:

Makarnalar, bisküviler, gofretler, kekler, çikolata ve kakao içeren gıda müstahzarları, kümes hayvanları etinden, sakatatından yapılmış sosisler ve benzeri ürünler ile kümes hayvanları etinden hazırlanmış veya konserve edilmiş ürünler, yumurta, kümes hayvanları etleri, hazırlanmış veya konserve edilmiş balıklar, zeytinyağı, meyve suları ve sebze suları, meyve nektarları, reçel, jöle, marmelat, meyve veya sert kabuklu meyve püreleri veya pastaları, bal, dondurulmuş meyve ve sebze ile meyve ve sebze işleme sanayine dayalı gıda maddeleri, meyveler ve sert çekirdekli meyveler (pişirilmemiş, buharda veya suda kaynatılarak pişirilmiş, dondurulmuş), kurutulmuş sebzeler (bütün halde, kesilmiş, dilimlenmiş, kırılmış veya toz halinde, fakat başka şekilde hazırlanmamış), sebzeler (pişirilmemiş, buharda veya suda kaynatılarak pişirilmiş, dondurulmuş), buket yapmaya elverişli veya süs amacına uygun cinsten çiçekler ve tomurcuklar. Destek başvurusu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliklerine yapılır.

Katma Değer Vergisi İstisnası ve İadesi

KDV Kanunu'nun 11. ve 12. maddeleriyle ihracat istisnasına ilişkin hükümler düzenlenmiştir. 11. maddenin 1. fıkrasının (a) bendi ile ihracat teslimleri ve bu teslimlere ilişkin hizmetler ile yurt dışındaki müşteriler için yapılan hizmetlerin KDV'den müstesna olduğu hükmüne bağlanmıştır. Bu hükümle, mal ihracı ve hizmet ihracında KDV uygulanmayacağı belirtilmiştir. Fıkranın (b) bendindeki Türkiye'de ikamet etmeyen yolcuların Türkiye'den satın alıp yurt dışına götürdükleri mallara ait ödenen KDV'nin iade edileceği hükmü ile, yolcu beraberinde yurt dışına çıkarılan eşyaların da normal ihracat şeklinde vergiden arındırılacağı hükmü düzenlenmiştir. Fıkranın (c) bendinde ise ihraç kaydıyla yapılan satışlarda ihracatçılar tarafından KDV'nin ödenmeyeceği bir tür ön ihracat istisnası uygulaması getirilmiştir. KDV Kanunu'nun 1. maddesi gereği, Türkiye'de yapılmayan hizmetler verginin konusuna girmemektedir. Türkiye'de yapılmakla birlikte yurt dışındaki müşteriler için yapılan hizmetler ise Kanunun 11/1-a maddesi ile vergiden istisna edilmiştir. KDV Kanunu'nun 11/2. maddesinde, ikametgâhı, iş yeri ve kanuni iş merkezi yurt dışında olan alıcılara veya Türkiye'deki firmaların yurt dışında müstakilen faaliyet gösteren şubesine yapılan yurt dışında faydalanılan hizmetlerin istisna kapsamında girdiği açıklanmıştır. KDV Kanunu'nun 11/1-c maddesi, belirli koşullar altında ihraç edilmek üzere ihracatçılara teslim edilen mallar için hesaplanan KDV'nin ihracatçı tarafından ödenmemesi şartını getirir. Bu uygulamadan yararlanabilmek için yapılacak teslimlerin, (a) Sanayi Bakanlığınca belirlenen kriterlere göre imalatçı niteliğini haiz şirketler tarafından ihracatçılara, (b) imalatçı niteliği taşımayan satıcıların dış ticaret sermaye şirketlerine veya sektörel dış ticaret şirketlerine, (c) özel finans kurumlarınınca ihracatçılara yapılan teslimler olması gerekir. İhracatçılar eğer kendileri üretmiyorsa yurt dışına satmak üzere ihtiyaç duydukları ürünleri temin edebilecekleri iki kaynağa sahiptir. Bunlardan biri imalatçılar diğeri ise tüccarlardır. Katma değer vergisi işte bu noktada işleyişte farklılık göstermektedir. İhracatçılar yukarıda sözü edilen ihraç kayıtlı mal alımlarını sadece imalatçılardan yapabilirler ve bu kapsamda satın aldıkları ürünleri işleyemezler. İmalatçıların bu çerçevede ihracatçılara keseceği faturanın üzerinde satışın ihraç kaydı ile yapıldığını gösterir "3065 sayılı Kanun'un 11/1-c maddesi kapsamında ihraç kaydı ile satılmıştır." ibaresi yer almalıdır. Bu fatura gereği ihracatçılar imalatçılara fatura üzerinde gösterilen KDV tutarını ödememezler. İhraç kaydı ile teslim edilen ürünlerin fatura tarihini takip eden ilk ay başından itibaren üç ay içinde yurt dışına ihraç edilmesi ve ihracatı kanıtlayan belgelerin imalatçı tarafından terkin işleminin yapılabilmesi için vergi dairelerine ulaştırılması gerekir. Geçecek bu üç ay süresinde imalatçının, kesmiş olduğu ihraç kayıtlı faturadan kaynaklanan KDV borçları vergi dairesi tarafından tecil edilir. Tecil-terkin uygulaması tamamen imalatçıların inisiyatifindedir. Başka bir ifade ile KDV tahsil edilmek suretiyle satış yapılması mümkündür. İhracatçı, ödeyeceği KDV'yi isterse indirim ve iade konusu yapabilmektedir.

TÜRK EXIMBANK Programları

Türk Eximbank'ın temel amacı, ihracatın geliştirilmesi, ihraç edilen mal ve hizmetlerin çeşitlendirilmesi, ihraç mallarına yeni pazarlar kazandırılması, ihracatçıların uluslararası ticarete paylarının artırılması ve girişimlerinde gerekli desteğin sağlanması, ihracatçılar ile yurt dışında faaliyet gösteren müteahhitler ve yatırımcılara uluslararası piyasalarda rekabet gücü ve güvene kazandırılması, yurt dışında yapılacak yatırımlar ile ihracat maksadına yönelik yatırım malları üretim ve satışının desteklenerek teşvik edilmesidir. Türk Eximbank 2011 yılında 6,67 milyar ABD \$ tutarında nakdi kredi desteği ve 5,75 milyar ABD \$ tutarında sigorta/garanti imkânı sağlayarak ihracata bir önceki yıla göre %39'luk bir artışla toplam 12,42 milyar ABD doları seviyesinde bir destek vermiştir.

Türk Eximbank'ın faaliyetleri üç ana başlık altında toplanabilir. Bunlar :

1. İhracat kredileri
2. İskonto programları
3. İhracat sigorta programı

Türk Eximbank'ın merkezi Ankara'dır. Merkezin yanı sıra ihracatta öne çıkan birkaç ilde açtığı irtibat büroları ile hizmet vermektedir. Bu nedenle ihracatçıların çok aşına olmadıkları, hatta belki adını ilk bu kitapçıkta duydukları bir kuruluştur. Bununla beraber ihracatçılar için hazırladığı ve hayata geçirdiği programlar son derece önemlidir. Öyle ki, danışmanlık talep eden bir şirketle çalışmadan önce mutlaka Eximbank programları içinde yer alan ihracat sigortasının yapılmasını şart koşarım.

İhracat Kredileri

Türk Eximbank'ın ihracatçıların çeşitli ihtiyaçları göz önüne alınarak hazırladığı iki tane kredi paketi vardır. Bunlar, kısa vadeli ihracat kredileri ve orta-uzun vadeli ihracat kredileridir. Kısa vadeli ihracat kredileri daha çok KOBİ niteliğindeki şirketlerin sevkiyat öncesi ihtiyaç duydukları finansmanın temini için aracı bankalar tarafından kullanılan kredilerdir. Vade azami 540 gün, firma başına limit en çok 15 milyon ABD \$'dır. Orta ve uzun vadeli ihracat kredileri ise daha çok sermaye ve yatırımların finansmanı için verilen kredilerdir. Vade 5 yıla kadar çıkabilir. Firma limiti azami 10 milyon avrodur. Türk Eximbank tarafından sağlanan ihracat kredileri belirlenen faiz oranları ilave edilerek vadeleri içinde yine bankalar kanalı ile geri ödenir.

İskonto Programları

İskonto tarihi itibarıyla en çok 180 gün vadesi kalmış

1. Poliçe veya bonoya bağlı kabul kredili ihracat alacaklarına
 2. Dönülemez vadeli akreditifli alacaklara
- dönülebilir veya dönülemez olarak uygulanır. Dönülebilir işlemlerde teminat alınırken dönülemez işlemlerde teminat taahhütnamesi imzalanır.

İhracat Sigorta Programı

Türk Eximbank'ın başlıca faaliyet konularından biri olan ihracat kredi sigortası işlemleri ile ihracatçılarımızın ihracat bedeli alacakları ticari ve politik risklere karşı belirli limitler dahilinde teminat altına alınmakta ve ayrıca poliçelerin teminat olarak gösterilmesi ile finans kuruluşlarından ihracat kredisi temini kolaylaşmaktadır. Örnek: İhracatçıların, Türk Eximbank tarafından kapsama alınan ülkelerdeki çeşitli alıcılara yapacağı 360 güne kadar vadeli tüm sevkiyatları sigortalıdır. Zarar ortaya çıktığında tazmin edilen tutar uğranılan zararın %90'dır. Bu kapsamda Türk Eximbank'ın sigorta kapsamına aldığı riskler ticari ve politik risklerdir.

Ticari Riskler:

1. Alıcının iflas etmesi
2. Konkordato kararı alınması
3. Tasfiye kararı alınması
4. Mal bedelinin ödenmemesi
5. Malın ihracatçıdan kaynaklanmayan sebeplerle kabul edilmemesi

Politik Riskler:

1. Savaş
2. İhtilal
3. İç savaş
4. İsyan
5. Ayaklanma
6. İthalat yasakları
7. İthalat izni iptali
8. Transfer güçlüğü

KAVRAMLAR VE TERİMLER

A	
Acenta	Agent
Adı Akreditif	Fixed letter of credit
Akreditif (L / C)	Letter of credit
Akreditif Amiri	Applicant
Alıcı	Buyer
Alıcı piyasası	Buyer's market.
Alım fiyatı	Purchase price
Alım satım aracı	Commission agent
Alış kuru	Buying rate
Ambalaj	Package
Ambalaj dizaynı	Package design
Ambalajlama	Packaging
Ambar	Warehouse
Ambargo	Embargo
Amir banka	Issuing bank
Ana para	Capital
Analiz raporu	Certificate of analysis
Anlaşma	Agreement
Anlaşmazlık	Disputes
Anti-damping vergileri	Anti-dumping duties
Antrepo	Entrepot, warehouse
Aracı banka	Negotiating bank
ATA karneleri	ATA Carnets
ATR Belgesi	ATR Document
Avrupa Birliği	European Union (EU)
B	
Balya	Bale
Banka kredisi	Bank credit
Banka teminatı veya garantisi	Banker's indemnity or guarantee
Bedelsiz ihracat	Export without returns
Bedelsiz ithalat	Import without returns
Beyan	Declaration
Birleşik nakliye konşimentosu	Combined transport bill of lading
Bitki sağlık sertifikası	Phytosanitary certificate
Bono	Bond, bill
Boşaltma	Discharging
Boşaltma limanı	Port of discharge
Bölünebilir Akreditif	Divisible letter of credit
Brüt ağırlık	Gross weight
Brüt fiyat	Gross price
Brüt tonaj (grt)	Gross registered tonnage
C	
Cari kur	Current exchange rate
CE işareti	CE Mark
CFR	Cost and freight

CIF	Cost, insurance, freight
CIP	Carriage and insurance paid to
CPT	Carriage Paid To
Çapraz kur	Cross rate, cross exchange
Çek	Check
D	
Dağıtım	Distribution
Dağıtım kanalı	Distribution channel
Dağıtımçı	Distributor
Dahilde işleme izin belgeleri	Inward processing licence
Dahilde işleme rejimi	Inward processing traffic
Damping	Dumping
DDP	Delivered duty paid
DDU	Delivered duty unpaid
Dekont	Bank receipt
Deneme pazarlaması	Test marketing
Deneme şartıyla satış	Sale on trial
Deniz Konşimentosu	Marine bill of lading
Deniz sigortası	Marine insurance
Deniz Taşımacılığı	Sea transport
Deniz Taşımacılığı Sözleşmesi	Contract of affreightment
Deniz aşırı	Overseas
Deniz yolu	Navigation
Depodan depoya şartı	Warehouse to warehouse clause
Depolama	Storage
Devalüasyon	Devaluation
Devredilebilir akreditif	Transferable letter of credit
Dış ticaret	Foreign trade
Dış ticaret açığı	Foreign trade
Döviz	Foreign currency
Döviz kuru	Exchange rate
Dünya Ticaret Örgütü	World Trade Organization (WTO)
E	
EFTA	European Free Trading Area
Ekonomik birlik	Economic union
Ekonomik büyüme	Economic growth
Ekspertiz raporu	Certificate of inspection
Emre yazılı konşimento	Order bill of lading
Emtia	Goods
Endüstriyel tasarım	Industrial design
Ertelenmiş ödemeli akreditif	Deferred payment letter of credit
Etiketleme	Labelling
EUR 1 Belgesi	EUR 1 Document
Euro döviz	Euro currency
EXW	Ex Works

F	
Faiz	Interest
Faktoring	Factoring
Fason	Fason
Fatura	Invoice
FCA	Free carrier
Finansal Kiralama	Leasing
Fiyat düzeyi	Price level
Fiyat Listesi	Price list
Fiyatlandırma	Pricing
FOB	Free on board
Fuar	Fair
G	
GATT	General Agreement on Tariffs and Trade
GMP Belgesi	Good Manufacturing Practices
Gözetim Şirketi	Inspection company
Gümrük	Customs
Gümrük beyannamesi	Bill of entry
Gümrük birliği	Customs union
Gümrük komisyoncusu	Customs broker
Gümrük muayenesi	Customs clearance
Gümrük tarife kotaları	Tariff quotas
Gümrük tarife oranı	Tariff rate
Gümrük tarifesi	Customs Tariffs
Gümrük Tarifesi İstatistik Pozisyonu	Customs Cooperation Council Nomenclature
Gümrük vergi iadesi	Drawback
Gümrük vergisi	Customs duty
H	
Hakemlik	Arbitration
Hammadde	Raw material
Hamule senedi	Bill of carriage
Hariçte işleme izin belgesi	Outward processing licence
Hariçte işleme rejimi	Outward processing traffic
Hava navlunu	Air freight
Hava taşıma	Air freight
Hava taşıma senedi	Airway bill
Hava taşıma sigortası	Air freight insurance
Hazırlık dönemi	Preparatory stage
Hazırlık mektubu	Notice of readiness
Hedef müşteri	Target customer
Hedef pazar	Target market
Hizmet	Service
İ	
İbrazında ödemeli akreditif	Sight letter of credit

İç pazar	Domestic market
İhale	Tender
İhracat	Export
İhracat kredi sigortası	Export credit insurance
İhracat kredisi	Export credit
İhracat rejimi	Export regime
İhracat sigortası	Export insurance
İhracatçı	Exporter
İhracatçı Birlikleri	Exporters Unions
İhracatta vergi iadesi	Export tax rebate
İhraç listesi	Export list
İpotek	Mortgage
İsaret	Marking
İskonto	Discount
İş günü	Working day
İşlenmiş mallar	Processed goods
İthalat	Import
İthalat rejimi	Import rejime
İthalat yasakları	Import prohibitions
İthalatçı	Importer
K	
Kabili rücu akreditif	Revocable letter of credit
Kabul	Acceptance
Kalite	Quality
Kalite kontrolü	Quality control
Kambiyo	Exchange
Kapora	Down payment
Kaptan	Master
Kâr	Profit
Kâr marjı	Mark-up
Kara borsa	Black market
Kara taşımacılığı	Land transport
Kara ticareti	Land trade
Kargo	Cargo
Karşılıklı akreditif	Back to back credit
Karşılıklı ticaret	Counter trade
Katma değer vergisi	Value added tax (VAT)
Kesin teminat mektubu	Performance guarantee
Keşideci	Drawer
Komisyoncu	Broker
Komisyoncu acenta	Commission agent
Konsinye	Consignee
Konsolosluk faturası	Consular invoice
Konşimento	Bill of lading (B/L)
Konteyner	Container
Kontrgaranti	Counter guarantee
Kontrol listesi	Check-list

Kota	Quota
Kredi mektubu	Bill of credit
Kredili satış	Sale on account
L	
Lehdar	Beneficiary
Libor	London interbank offered rate
Liman	Port
Liman masrafları	Port dues
Lisans	Licence
Lisans anlaşmaları	Licence agreements
M	
M/V	Motor Vessel
Mal karşılığı ödeme	Cash on delivery
Maliyet	Cost
Mamul mallar	Manufactured goods
Marka adı	Brand name
Menşe şahadetnamesi	Certificate of origin (c/o)
Milletlerarası Ticaret Odası (MTO)	International Chamber of Commerce (ICC)
Muhabir banka	Correspondent bank
Mücbir sebep	Force majeure
Mühürleme	Sealing
Müessil	Commercial agent / representative
N	
NAFTA	North America Free Trading Area Customs Tariffs
Nakit iskontosu	Cash discount
Nakliyat	Transportation
Nakliyat acentası	Forwarding agent
Nakliyat sigortası	Freight insurance
Nakliye vesaii	Transport documents
Nama yazılı konşimento	Straight bill of lading
Navlun	Freight
Navlun faturası	Freight invoice
O	
Ordino	Order
Ortak Gümrük Tarifesi (OGT)	Common Customs Tariff
Ortak pazar	Common market
Ö	
Ödeme	Payment
Ödeme bankası	Paying bank
P	
Patent	Patent
Pazar	Market
Pazar araştırması	Market research

Pazar potansiyeli	Market potential
Pazara giriş	Market penetration
Pazarlama	Marketing
Pazarlama kanalı	Marketing channel
Perakende fiyatı	Retail price
Perakende satış	Retail sale
Perakendeci	Retailer
Peşin ödeme	Cash payment
Poliçe	Bill of exchange, draft (B/E)
Prefinansman kredisi	Prefinancing credit
Proforma fatura	Proforma Invoice
R	
Rambursman	Reimbursement
Recycling	Recycling
Re-eksport	Re-export
Reklam	Advertisement
Resmi Gazete	Official Gazette
Ro-Ro	Roll-on, Roll-off
S	
Satıcı kredisi	Seller's credit
Satıcı pazarı	Reseller market
Satınalma	Purchase-buy
Satınalma gücü	Purchasing power
Satış acentası	Sales agent
Satış koşulları	Terms of sale
Satış sözleşmesi	Sales contract
Sektörel dış ticaret şirketi	Sectoral foreign trade company
Serbest bölge	Free zone
Serbest ticaret	Free trade
Sergi	Exhibition
Sergileme	Display
Sermaye	Capital
Sertifika	Certificate
Sevk öncesi finansman	Pre-shipment finance
Sevk sonrası finansman	Post-shipment finance
Sevk vesaii	Shipping document
Sevkiyat	Shipment
Sevkiyat Limanı	Port of shipment
Sevkiyat sözleşmesi	Shipment contract
Sigorta poliçesi	Insurance policy
Sigorta talebi	Claim
Silep	Vessel
Sipariş	Order
Sipariş mektubu	Purchase order
Son kullanıcı	End-user
Sözleşmenin geçerliliği	Validity of contract
Stand	Stand

Standardizasyon	Standardization	U	
Standart	Standard	Uçak konşimentosu	Airwaybill
Sübvansiyon	Subsidy	Uçak navlunu	Air freight
T		Ücretsiz	Free
Tacir	Merchant	Üretici	Producer
Tadilat	Amendment	Üretim fazlası	Surplus
Takas	Barter	Ürün	Product
Taksit	Installment	V	
Talep	Demand	Vade bitimi	Expiry
Tarife	Tariff	Vade tarihi	Maturity date
Taşıma senedi	Way bill	Vadesi geçmiş	Over due
Taşıt	Vehicle	Vekaletname	Power of Attorney
Tek konşimento	Through bill of lading	Vergi	Tax
Teklif	Offer	Vesaik mukabili	Cash against documents
Temdit	Extension	Y	
Teminat mektubu	Letter of Guarantee	Yarı mamul	Semi-manufactured
Temsilci	Representative	Yedek parça	Spare parts
Teslim yeri	Delivery point	Yönetmelik	Regulation
Teyit bankası	Confirming bank	Yükleme	Shipment
Teyitli akreditif	Confirmed l/c	Yükleme acentası	Freight agent
Ticari Ateşe	Commercial Attache	Yükleme boşaltma masrafı	Stevedoring charges
Toptan	Wholesale	Z	
		Zarar, ziyan	Harm

FAYDALI KAYNAKLAR

A. Yurtiçi Kaynaklar

1. İhracat Bilgi Platformu www.ibp.gov.tr
2. Ekonomi Bakanlığı www.ekonomi.gov.tr
3. 2012 Millî Katılım Fuar Listesi www.ekonomi.gov.tr/index.cfm?sayfa=millifuarlar
4. 2012 Bireysel Katılım Fuar Listesi www.ekonomi.gov.tr/index.cfm?sayfa=bireyselFuarlar
5. Türk Eximbank www.eximbank.gov.tr
6. Gümrük Tarife Listesi www.gumruktarife.com/2012_gumruk_tarife_cetveli.htm
7. DEİK www.deik.org.tr
8. İhracatçılar Rehberi <http://rehbertr.ekonomi.gov.tr/rehberTR/login>
9. Resmi Gazete www.resmigazete.gov.tr

B. Yurtdışı Kaynaklar

1. Trade Map (pazar araştırması) www.trademap.org
2. Comtrade (pazar araştırması) <http://comtrade.un.org/db/>
3. Kompass (firma veritabanı) www.kompass.com
4. Fact Book (pazar araştırması) www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/
5. Europages (firma veritabanı) www.europages.com
6. Thomasnet (firma veritabanı) www.thomasnet.com
7. Uluslar arası Ticaret Merkezi www.intracen.org
8. Yurtdışı İthalatçı Birlikleri www.intracen.org/trade-support/importers-associations/
9. Tradekey (alım-satım saffası) www.tradekey.com
10. Uluslar arası İhracatçı Birlikleri Fed. www.fita.org
11. Globaltrade (bayailler, acenteler) www.globaltrade.com

